

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

探討桃園購物中心親子設施服務品質體驗之研究

The Study on Exploring the Experience of Service Quality  
towards Family Facilities at Shopping Centers in Taoyuan City

陳霈真

Pei-Chen Chen

指導教授：于健 博士

Advisor: Chien Yu, Ph.D.

中華民國 112 年 6 月

June 2023

# 南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

探討桃園購物中心親子設施服務品質

體驗之研究

The Study on Exploring the Experience of Service  
Quality towards Family Facilities at Shopping  
Centers in Taoyuan City

研究生：陳希真

經考試合格特此證明

口試委員：劉瑞芬

張行雄

于健

指導教授：于健

系主任(所長)：

口試日期：中華民國

112年5月25日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
1 1 1 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：探討桃園購物中心親子設施服務品質體驗之研究

研究生：陳霈真

指導教授：于健 博士

中文摘要內容：

現代人重視旅遊，親子設施服務也是人們在意的其中一部分，本研究以桃園在地的購物中心為例，對其消費者發放問卷，採用重要性-表現分析法來研究民眾對於購物中心各項親子設施服務品質的使用體驗。本研究回收有效問卷一共為 210 份，研究結果發現：

1. 業者在環境維護上、價格、動靜態規劃，已達到遊客的期望。
2. 遊客對於桃園購物中心親子設施的服務人員，重視度較不那麼高，但滿意度卻是高的。
3. 遊客在到訪前，對於親子設施的美學較不重視，而體驗後遊客亦感到不是很滿意，表示業者在親子設施的美學上未符合遊客的需求。
4. 遊客對於桃園購物中心親子設施的空間機能十分重視，而體驗後遊客卻感到不滿意，顯示業者可以根據此方面做更妥善的規劃。

關鍵詞：重要性表現分析法、親子設施、桃園購物中心

**Title of Thesis: The Study on Exploring the Experience of Service Quality  
towards Family Facilities at Shopping Centers in  
Taoyuan City**

**Name of Institute: Master Program in Tourism Management,  
Department of Tourism Management, Nanhua University**

**Graduate Date: June 2023** **Degree Conferred: M.S**

**Name of Student: Pei-Chen Chen** **Advisor: Chien Yu, Ph.D.**

**Abstract**

Modern people attach great importance to tourism, and Family facilities and services are also part of what people care about. This study takes the local shopping center in Taoyuan City as an example, distributes questionnaires to its consumers, and uses the importance-performance analysis method to study the public's perception of the various parent-child services in the shopping center. This study is the using experience of facility service quality. A total of 210 valid questionnaires were recovered in this study. The results of the study found that:

1. The industry has met the expectations of tourists in terms of environmental maintenance, price, and dynamic planning.
2. Tourists do not have a high degree of visual awareness of the service staff of the parent-child design facilities in Taoyuan Shopping Centers, but their satisfaction is high.
3. Before the visit, tourists paid little attention to the beauty of parent-child design, and after the experience, tourists also felt dissatisfied, indicating that the beauty of parent-child design did not meet the needs of tourists.
4. Tourists attach great importance to the aerial functions set up by parents and children in Taoyuan Shopping Center, but tourists do not feel satisfied after the experience. It shows that the industry can make more ingenious plans based on this aspect.

Keywords: IPA, family facilities, shopping centers in Taoyuan City

# 目 錄

中文摘要.....	I
Abstract .....	II
目 錄.....	III
圖 目 錄.....	VI
表 目 錄.....	VII
第一章 緒論 .....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究流程.....	3
1.4 研究範圍.....	4
第二章 文獻探討.....	5
2.1 親子活動的定義.....	5
2.2 親子設施的定義.....	6
2.3 服務品質定義與相關研究 .....	7
2.4 桃園購物中心簡介.....	8
第三章 研究方法.....	10
3.1 研究架構.....	10
3.2 問卷設計.....	11

3.2.1	遊客基本資料.....	11
3.2.2	親子設施服務品質量表.....	12
3.3	預試問卷調查與分析.....	15
3.3.1	預試因素分析.....	16
3.3.2	預試信度分析.....	17
3.4	問卷調查與回收資料.....	19
3.5	問卷資料分析方法.....	19
第四章	研究分析.....	23
4.1	遊客基本資料分析.....	23
4.2	親子設施服務品質之信效度分析.....	25
4.3	親子設施服務品質題項分析.....	30
4.4	親子設施服務品質重要—表現分析.....	33
第五章	結論與建議.....	42
5.1	結論.....	42
5.1.1	樣本結構分析之結論.....	42
5.1.2	重要-滿意度分析之結論.....	43
5.2	建議.....	46
5.3	對未來相關研究者之建議.....	47

參考文獻.....	48
附錄一 預試問卷.....	51
附錄二 正式問卷.....	54



## 圖目錄

圖 3.1 研究架構.....	10
圖 3.2 重要程度-表現程度分析圖.....	21
圖 4.1 桃園購物中心親子設施之服務品質重要-滿意度分析.....	35



## 表目錄

表 3.1 遊客的基本屬性問卷題項.....	11
表 3.2 親子設施服務品質量表.....	15
表 3.3 親子設施服務品質意象量表預試信度分析.....	18
表 3.4 問卷收回狀況表.....	19
表 4.1 遊客基本資料分析表.....	25
表 4.2 親子設施親子設施服務品質量表信效度分析.....	29
表 4.3 親子設施服務品質構面及題項分析.....	32
表 4.4 桃園購物中心親子設施之服務品質各構面及題項象限落點.....	36
表 4.5 桃園購物中心親子設施服務品質意象策略表.....	41

# 第一章緒論

本次將採用重要性-表現分析法來研究桃園大型購物中心，民眾對於各項親子設施服務的使用，瞭解顧客對公司組織所提供的各項服務表現之想法，以滿意度與重要性作為評估的基礎，與對該購物中心的期望值。

本章共分為四節，包括研究背景與動機、研究目的、研究流程、研究範圍與限制。

## 1.1 研究背景與動機

親子旅遊是家庭成員一同出遊的活動，目的是加強家庭成員之間的關係，同時也讓孩子體驗不同的文化和環境，培養孩子的社交能力和獨立思考能力。親子旅遊可以讓孩子學習新知識和技能，增強自信心和獨立思考能力，同時也能夠加深與家人之間的感情。在旅途中，孩子還可以體驗不同的文化和習俗，增加跨文化交流的機會，有助於拓展視野和增進人際關係。也因此，國人愈加重視親子旅遊的品質。

旅遊業當中，家庭旅客一直穩居最大的客群之一的寶座。新冠肺炎流行之前，家庭旅遊原本預估在 2022 年旅遊次數將提升近 25%，達到 3.76 億次。然而，即使疫情重創了旅遊業，在過去 2-3 年之間影響劇烈，卻也使得國人開始重視國內旅遊。儘管疫情可能對原本一片看好的

家庭旅遊造成了影響，在旅遊復甦期間，由於全球旅客都在期待與親朋好友重聚，故家庭旅客仍是重要的關鍵市場 (Click. Magazine 2021)。

根據交通部觀光局 2021 年臺灣旅遊狀況調查顯示，2021 年國人至少從事 1 次國內旅遊的比率為 83.8%，2021 年國人從事國內旅遊的平均次數為 5.96 次，且該統計亦推估「7~未滿 12 歲隨行同戶兒童」的總旅次，推估結果第 1 季為 2,914,000 旅次，第 2 季為 1,532,000 旅次，第 3 季為 2,743,000 旅次，第 4 季為 3,326,000 旅次。雖受到新冠疫情之衝擊，家長們仍願意帶孩子旅遊。

另位，少子化現象與旅遊資訊發達，帶動深度親子旅遊市場，更掀起親子共學風潮，此外，近年不少旅宿業者也積極經營親子市場，於旅宿設備或佈置上針對孩子需求細膩設計。隨著少子化，現代家長愈來愈重視家中孩童的教育與陪伴，家長更願意帶著孩子親近大自然、深入各地體驗作為另類環境教育，甚至接觸藝文、手作 DIY 課程，培養孩子的多元興趣 (工商時報，2021)。

兒童福利聯盟文教基金會(2010)的調查結果，家長最常帶孩童出遊的地點前三名依序為社區型休閒場所、郊外休閒場所及大賣場和百貨公司附設的遊樂區域。大賣場及百貨公司是家長購物順便帶孩子散心消磨時間的選擇(兒童福利聯盟文教基金會，2010)

基於以上研究背景，本研究動機有三：

- 一、探討使用桃園購物中心親子設施的遊客社經背景為何？
- 二、遊客在選擇親子設施時，會考量與重視哪些項目？
- 三、在實際到訪旅遊目的地後，遊客對桃園購物中心的親子設施的滿意度是否與旅遊前之目的地選擇因素的重視程度有差異？

## 1.2 研究目的

此次研究目的為，針對部分家庭組成有學齡兒童，會以親子旅遊為安排重點，因而衍生親善需求考量，來了解旅遊目的地親子服務設施的重要性與滿意度。

- 一、探討使用桃園購物中心親子設施的遊客的背景及現況。
- 二、分析遊客對親子設施服務的重要和滿意程度。
- 三、分析各項重要性與滿意度之差異。
- 四、研究結果提供營運者作為改善重點參考。

## 1.3 研究流程

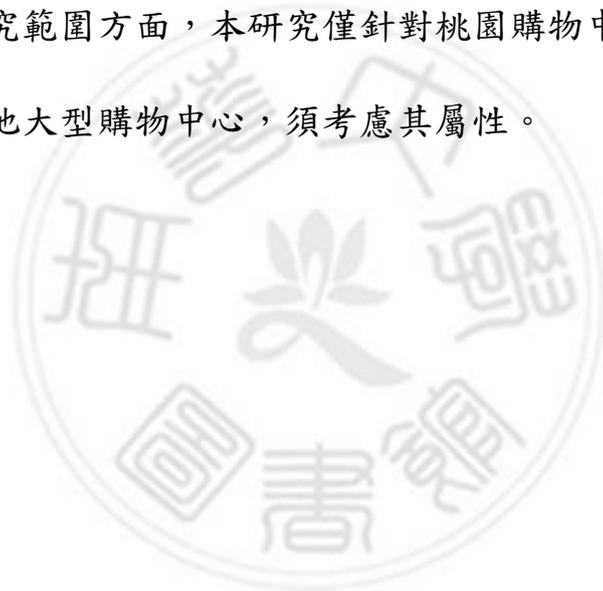
本次將採用重要性-表現分析法來研究旅遊景點中，民眾對於各項親子設施服務的使用，瞭解顧客對公司組織所提供的各項服務表現之想法，以滿意度與重要性作為評估的基礎，並且以桃園在地的購物中心為例，探討消費者的使用體驗是否影響對該購物中心的滿意度，與對該購

物中心的期望值。

透過發放問卷，以回收的有效問卷來進行相關資料的統計分析，並依據統計分析歸納結果，提出結論與建議。

#### **1.4 研究範圍與限制**

本研究以問卷調查法之量化研究為主要研究方法，本研究在確立正式問卷後，以曾到訪桃園購物中心且曾帶兒童前往之遊客為受測者，發放網路問卷。研究範圍方面，本研究僅針對桃園購物中心進行調查，研究結果推論至其他大型購物中心，須考慮其屬性。



## 第二章 文獻探討

本章共分為四節，第一節是親子活動定義；第二節是親子設施定義；第三節是服務品質定義與相關研究；第四節是桃園購物中心簡介。

### 2.1 親子活動定義

親子活動即家庭成員共同參與活動，就是希望透過活動過程中帶來的互動性，促進彼此感情的提升（顏阿桃，2010）。父母和孩子共同參與休閒活動，可凝聚家庭的向心力與情感，增加親子間的互動，建立良好的親子關係（江中皓，2000）。家人藉由一起從事休閒活動，來促進家人間彼此的情感交流與互動，且能提升家庭結構的完整性（汪慧玲、沈佳生，2014）。

從國內相關研究可以發現「親子休閒活動」亦有人稱為「親子休閒運動」、「家庭休閒活動」，雖然名稱有著著些許差異，但其真實涵意上是相近、貼近的，都是指父母或照顧者，於工作時間之外、閒暇之餘的自由時間之內，出自於個人自發性的意願與孩子共同進行互動性質之活動行為（邱玉如，2019）。

本研究綜合各研究者的看法，將親子活動定義為 3-12 歲之家長在日常生活中利用工作、上課以外的閒暇時間，自願性的與孩童一起選擇從事喜愛且具有互動性質的活動。

## 2.2 親子設施的定義

親子友善環境，即是成人帶著孩童前往該場所內進行活動，在此場所內所圍繞的空間，對親子活動所需要的便利與需求給予和睦、善意及正面的回應，即是親子關係與場所環境之間的連結 (郭政豪，2019) 而親子設施亦是親子友善環境的其中一環。本研究所討論的親子設施，即是父母親或照顧者帶著孩童前往購物中心內進行活動，在此場所內所圍繞的空間，對親子活動所需要的便利與需求給予和睦、善意及正面的回應。

親子設施是指為成人和兒童提供的公共場所或服務，旨在提供安全、舒適和適合親子活動的環境。親子設施如遊戲場有助於兒童身體、認知、社會和情緒上的發展，遊戲更是讓兒童生活、學習及探索的管道，良好的遊戲區應具備近便性、安全的挑戰、變化多端與進階挑戰和彈性，提供一個安全的遊戲環境是必要的(湯志民，2002)。

親子設施無疑是兒童的快樂天地，假如設施不完善、地點設置錯誤或是未考量到兒童使用上的安全性，遊戲區反而是會造成危險的地方。親子設施風險來源有設施本身設計不良或是結構缺陷導致設施不完整，遊戲區老舊缺乏維護整修易形成場地凹凸不平或是結構材料裸露等增加孩童使用上之危害，最後人為使用不當也是遊戲區風險之一。(陳正

霖，2005)

為了提高親子設施的服務品質，業者應該加強設施各項管理和員工培訓，增加對家長和孩子的關注，收集和回應客戶反饋，提供個性化的服務，不斷改進和完善設施和服務。這樣可以提高家長和孩子對親子設施的滿意度，促進其長期使用和口碑的穩定提高。

### 2.3 服務品質定義與相關研究

服務品質是指企業或機構在提供產品或服務的過程中，所提供的品質標準和水準。它是顧客對企業或機構提供的產品或服務的滿意度的主要影響因素之一。

學者李坤哲(2006)提到服務品質是由顧客依其主觀意識來評估接受到的服務，並將其認知的服務品質轉化成對提供服務之單位的一種態度回應。服務品質的標準可以通過一系列的因素來衡量，例如員工的態度和技能、產品或服務的可靠性和有效性、交付產品或服務的速度和準確性、顧客支持服務的質量等等。

學者 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)提出十項決定服務品質的構面：有形性、可靠性、反應性、溝通性、信賴性、安全性、勝任性、禮貌性、可及性、瞭解。有形性是指在服務中之任何有形的實體，如設施、設備、人員外表、工具等；可靠性指首次就將服務做好，能夠可

靠確實的執行承諾的服務；反應性為服務人員樂於為顧客提供快速即時的服務；溝通性是可以耐心傾聽顧客意見，使用適合顧客能瞭解的語言溝通說明；信賴性是信賴感、可信度及誠實性；安全性是顧客在接受服務的過程中能避免遭受危難與風險；勝任性具有實行服務所需之專業知識與技能；禮貌性包含人員的親切度、尊重、禮貌及體貼；可及性是易於聯繫、易於接近，具便利性；瞭解是努力瞭解顧客的需要，提供個別需求。Parasuraman et al.更在 1988 將上述十個構合併為五大構面「有形性」、「可靠性」、「反應性」、「保證性」及「關懷性」。

學者張瑋珊(2017)進一步針對親子餐廳的服務場域，提出五點構面：「環境氛圍」、「空間機能」、「座位舒適度」、「設施美學」、「資訊說明」。本研究綜合以上各學者對服務場域構面的定義，並與專家學者討論與本研究主題相符的服務品質構面，並針對親子設施的服務品質，調整與修正其構面與屬性，彙整以下共六點服務品質構面：「環境氛圍」、「空間機能」、「服務品質」、「設施美學」、「資訊說明」、「親子活動空間」。

## 2.4 桃園購物中心簡介

桃園市購物中心多元林立，本研究挑選人口較繁榮的幾大區域之百貨公司為研究對象包括：

1. 新光三越桃園站前店：新光三越桃園站前店位於桃園火車站前，為桃園市的商業中心，位處交通樞紐，成為遊客方便購物的好地方！（新光三越桃園站前店官方網站，2023）。
2. 桃園遠東 SOGO 百貨：遠東 SOGO 百貨中壢店位處南桃園核心地段，帶動當地流行時尚，並網羅多家餐飲品牌，增添美食新選擇，提供優質舒適的購物環境，打造 NEW FAMILY · NEW LIFE 百貨。（遠東 SOGO 百貨官方網站，2023）。
3. 大江購物中心：距離桃園高鐵站 10 分鐘的車程，青埔商圈交通位置便利，提供全年免費停車，多樣化的餐廳選擇更是其特色。建築總高達九層樓，以挑高方式規劃為五層樓商場，每一層皆可引進自然光，巧妙的與戶外環境銜接，亦增加逛街的閒適感。（桃園觀光導覽網，2023）。
4. 台茂購物中心（TaiMall）：位於桃園市蘆竹區，為台灣第一家大型購物中心。在 2020 年改造戶外綠地-台茂公園，成為全台首座結合大型綠地公園的購物中心，打造消費新地標。該購物中心附有籃球場、直排輪場及兒童遊戲場。兒童遊戲場由瑞典、韓國引進遊具設施包含圓頂攀爬架、彩虹攀岩磨石子溜滑梯、蜘蛛網攀爬架、擺盪跳樁等，供親子遊憩。（台茂購物中心官方網站，2023）。

### 第三章 研究方法

本章一共分成五節，內容如下：3.1 研究架構、3.2 問卷設計、3.3 預試問卷調查與分析、3.4 問卷調查與回收資料、3.5 問卷資料分析方法。說明分別如下：

#### 3.1 研究架構

本研究為瞭解遊客對於桃園購物中心之親子設施服務品質意象的重視程度與滿意度。



圖 3.1 研究架構

資料來源:本研究整理

## 3.2 問卷設計

本研究之問卷設計包含二部分，分別為：「遊客基本資料」、「親子設施服務品質表」，說明如下：

### 3.2.1 遊客基本資料

該部分內容包含「年齡、性別、教育程度、職業、婚姻狀態、家庭成員有幾位 3~12 歲的兒童、與家中兒童的關係」共七項遊客背景資料；以及「使用桃園購物中心親子設施的頻率」之旅遊經驗。將內容整理如下表所示：

表 3.1 遊客的基本屬性問卷題項

變項	題項	答項	測量尺度
遊客個人基本資料	年齡	20 歲以下、21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、超過 50 歲	順序尺度
	性別	男性、女性	名目尺度
	教育程度	國中(含)以下、高中職(含)、大專院校(含)、研究所(含)以上	順序尺度
	職業	軍公教警、工商業、服務業、家管、農林漁牧、學生、醫護人員、其他	名目尺度
	婚姻狀態	已婚、未婚、其他(離婚或喪偶)	名目尺度
	家庭成員有幾位兒童(3~12 歲)	無、1 位、2 位、3 位以上	順序尺度
	與家中兒童的關係	父母、祖父母、外祖父母、兄弟姊妹、其他	名目尺度
	使用購物中心親子設施頻率	每次去都會使用、經常使用、偶爾使用	順序尺度

資料來源：本研究整理

### 3.2.2 親子設施服務品質量表

本問卷依據研究目的製作而成，量表是參考學者張瑋珊（2017）、陳佩君(2020)之文獻，經與專家學者討論，從中篩選出與本研究主題相符的服務場域構面，並針對桃園購物中心親子設施，調整與修正其構面與屬性，彙整以下共六點，1.環境氛圍：透過無形的環境因子塑造場域氛圍，藉由感官進而影響對場域的心理認知，此構面的題項主要在測量遊客對購物中心的環境整體營造氛圍的重要及滿意程度。2.空間機能：空間機能指的是硬體設備，以及它們之間的動線佈局，測量遊客對購物中心親子空間規劃與硬體設備的重要及滿意程度。3. 服務品質：此構面的題項主要在測量遊客對購物中心親子設施的服務人員的重要及滿意程度。4.設施美學：是指室內設計、色彩和裝飾等，測量遊客對購物中心親子設施的美觀程度的重要及滿意程度。5.資訊說明：依照場域的指示或資訊提供之需求，透過文字或圖樣表述，所設計的動線指示牌、說明牌、消費方式等。6. 親子活動空間：此構面主要在測量遊客對購物中心親子空間的各項安排的重要及滿意程度。

本研究分為「環境氣氛」、「空間機能」、「服務品質」、「設施美學」、「資訊說明」、「親子活動空間」六大構面，探討遊客對於桃園大型購物中心親子服務與設施的重視程度和滿意程度。預試問卷共 23 題，內容

如下：

量表當中「環境氛圍」的題項有 1. 親子空間明亮且乾淨。 2. 親子服務設施標榜符合安全規定。 3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。 4. 有溫馨的背景音樂。共 4 題。

「空間機能」的題項有 1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。 2. 各項親子設施動線設計順暢。 3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。 4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。共 4 題。

「服務品質」的題項有 1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。 2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。 3. 親子空間的服務人員數量充足。 4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。共 4 題。

「設施美學」的題項有 1. 依節日來變換室內布置。 2. 室內設計有明確的色彩主題。 3. 親子設施有明確的色彩主題。 4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。共 4 題。

「資訊說明」的題項有 1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。 2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。 3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。共 3 題。

「親子活動空間」的題項有 1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜

滑梯、鞦韆、球池等。 2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。 3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。 4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。共 4 題。

親子設施服務品質量表設計共 23 題，因 IPA 分析法，會將每題的答項分為「重視度、滿意度」，所以每一題都算兩題的分量，故總計為 46 題。本量表是依據李克特 (Likert) 五點尺度量表施測，每題問項分成兩部份，為「重視程度」與「滿意程度」。「重視程度」的選項有：「非常重視」、「重視」、「普通」、「不重視」、23 「非常不重視」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，分數越高，表重視程度越高；「滿意程度」的選項有：「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，分數越高，表滿意程度越高，如表 3.2 所示：

表 3.2 親子設施服務品質量表

構面	題項	文獻參考
環境氛圍	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 親子空間明亮且乾淨。</li> <li>2. 親子服務設施標榜符合安全規定。</li> <li>3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。</li> <li>4. 有溫馨的背景音樂。</li> </ol>	張瑋珊 (2017)、 陳佩君 (2020)
空間機能	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。</li> <li>2. 各項親子設施動線設計順暢。</li> <li>3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。</li> <li>4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。</li> </ol>	
服務品質	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。</li> <li>2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。</li> <li>3. 親子空間的服務人員數量充足。</li> <li>4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。</li> </ol>	
設施美學	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依節日來變換室內布置。</li> <li>2. 室內設計有明確的色彩主題。</li> <li>3. 親子設施有明確的色彩主題。</li> <li>4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。</li> </ol>	
資訊說明	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。</li> <li>2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。</li> <li>3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。</li> </ol>	
親子活動空間	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。</li> <li>2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。</li> <li>3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。</li> <li>4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。</li> </ol>	

資料來源：本研究整理

### 3.3 預試問卷調查與分析

本研究於 2022 年 12 月初至 2022 年 12 月底，進行預試問卷發

放及回收。預試採便利抽樣進行調查，以到訪桃園大型購物中心的遊客為研究對象，進行施測，共發放 53 份問卷，剔除無效問卷 3 份，所得有效問卷共計 50 份，有效回收率為 94.3%，再依據預試結果進行分析，以確立正式問卷。

### 3.3.1 預試因素分析

因素分析部分，利用主成分分析及最大變異轉軸法進行分析，KMO 值達 0.865，Bartlett's 球形檢定 P 值 $<0.05$ ，達到顯著水準，表示量表適合進行因素分析。

本研究將「親子設施服務品質量表」進行驗證性因素分析，以固定因子數為 1，並以因素負荷量 (Factor Loading) 大於 0.5 作為選題驗證標準。「親子設施服務品質量表」主構面下分六個子構面，第一構面為「環境氣氛」有 4 題，第二構面為「空間機能」有 4 題，第三構面「服務品質」有 4 題，第四構面「設施美學」有 4 題，第五構面「資訊說明」有 3 題，第六構面「親子活動空間」有 4 題，各構面的題項其因素負荷量皆大於 0.7；各子構面累積解釋變異量分別為 68.304%、72.710%、81.030%、83.945%、88.185%、79.065%，「親子設施服務品質量表」的題項其因素負荷量、累積解釋變異量均大於標準，表示量表皆具有效度。

### 3.3.2 預試信度分析

預試所得有效問卷為 50 份，進行信度分析，親子設施服務品質量表中的環境氣氛 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.843，空間機能 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.871，服務品質 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.922，設施美學 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.935，資訊說明 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.933，親子活動空間 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.911，量表總信度為 0.911，信度水準均高於專家學者建議的 Cronbach's  $\alpha$  值 0.7，顯示資料具有高信度。

根據上列分析，因各題項皆符合標準，並未刪除任一題項。

以上資料整理如表 3.3 所示：

表 3.3 親子設施服務品質量表信效度分析 n=50

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量(%)	信度 Cronbach's $\alpha$ 值
環境氣氛	A1. 親子空間明亮且乾淨。	0.870	68.304%	0.843
	A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。	0.849		
	A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。	0.872		
	A4. 有溫馨的背景音樂。	0.703		
空間機能	B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。	0.687	72.710%	0.871
	B2. 各項親子設施動線設計順暢。	0.898		
	B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。	0.916		
	B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。	0.889		
服務品質	C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。	0.861	81.030%	0.922
	C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。	0.920		
	C3. 親子空間的服務人員數量充足。	0.919		
	C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。	0.899		
設施美學	D1. 依節日來變換室內布置。	0.868	83.945%	0.935
	D2. 室內設計有明確的色彩主題。	0.972		
	D3. 親子設施有明確的色彩主題。	0.965		
	D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。	0.852		
資訊說明	E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。	0.976	88.185%	0.933
	E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。	0.908		
	E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。	0.933		
親子活動空間	F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。	0.916	79.065%	0.911
	F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。	0.875		
	F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。	0.911		
	F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。	0.853		
	判標準則	$\geq .500$		$\geq .700$
Bartlett's 球形檢定顯著性 <0.001 (達顯著)				
KMO 取樣適切性量數 0.865				
總信度 Cronbach's $\alpha$ 值 0.970				
資料來源：本研究整理				

### 3.4 問卷調查與回收資料

預試問卷經統計分析整理成正式問卷後，接著就開始發放施測。正式問卷發放時間主要為 2023 年 1 月開始至 2023 年 2 月底止，期間共針對到訪桃園購物中心之遊客發放網路問卷 227 份問卷，實際回收 227 份，扣除填漏等無效問卷 17 份，得到有效問卷 210 份，有效回收率 92.5%，將 210 份問卷進行整理編碼登錄，以利進行分析，問卷回收狀況彙整如表 3.5 所示。

表 3.4 問卷回收表

	問卷份數	百分比
發放總量	227	100%
回收總數	227	100%
無效問卷	17	7.5%
有效問卷	210	92.5%

資料來源：本研究整理

### 3.5 問卷資料分析方法

將取得的資料，先經由人工檢查，再將資料予以編碼登錄，以 SPSS27 進行敘述性統計分析、信度檢定、因素分析 IPA 分析。

利用敘述性統計，分析受訪者的基本資料，並以次數分配、百分比

來描述遊客個人基本資料與遊客特性，藉以說明樣本資料之結構。另外以平均數與標準差等描述性統計數值，來說明遊客對服務品質的重視程度與滿意度。

信度分析是檢測問卷內部的可信度，以及瞭解受訪者對問卷中所有問項的答案是否具一致性程度。以 Cronbach's  $\alpha$  值來檢定正式問卷之各變項與各構面的內部是否有一致性，若 Cronbach's  $\alpha$  係數小於 0.4 為低信度，介於 0.4~0.7 之間則表示尚可，大於 0.7 則表示高信度。

本研究透過驗證性因素分析的因素負荷量來呈現因素的解釋力；採用主成份分析法，抽取親子設施服務品質量表因素負荷量大於 0.4。透過驗證性因素分析來確認因素負荷量以及累積解釋變異量。本研究採用「重要—表現分析法」(Importance-Performance Analysis, 簡稱 IPA)，以遊客對桃園購物中心親子設施服務品質之重視程度與滿意度間的差距進行分析，並依照各象限分佈情形，提供業者作為改善的參考依據。重要—表現分析法是由 Martilla and James (1977) 所提出，透過此分析方法來衡量顧客所重視與滿意之程度，利用二維矩陣圖區分不同屬性項目的相對位置，進一步提出改善的建議與因應的策略。如圖 3.2 所示：



圖 3.2 重要程度-表現程度分析圖

資料來源：參考 Martilla & James (1977)

根據此四個象限，可以表現出各種不同策略性的意義，將有助於決定改善的優先順序，而各個象限所代表的意義如下：

1. 第一象限

位於此區域的屬性其重要程度及表現程度均高，乃購物中心之優勢所在，應繼續保持其服務水準，為「繼續保持區」。

2. 第二象限

位於此區域的屬性其表現程度高但重要程度低，代表遊客雖滿意此區域之屬性，但遊客較不重視，可能投入過多的資源，可適時將資源轉

移至其他需加強改善的項目上，為「過度開發區」。

### 3. 第三象限

位於此區域的屬性其重要程度及表現程度均低，代表遊客雖不滿意此區域之屬性，但因遊客較不重視，可在第四象限改善後再安排改善，為「次要改善區」。

### 4. 第四象限

位於此區域的屬性其重要程度高但表現程度不高，代表遊客非常重視此區域之屬性，但表現不佳，因此場域經營業者想要提升遊客的滿意度，必須立即對這一區品質題項採取改善策略，是屬於「優先改善區」。

## 第四章 研究分析

本章一共分為六節，內容為：4.1 遊客基本資料分析、4.2 親子設施服務品質之信效度分析、4.3 親子設施服務品質題項分析、4.4 親子設施服務品質重要和滿意程度之差異分析、4.5 親子設施服務品質重要--滿意分析 (IPA)。

### 4.1 遊客基本資料分析

本研究以回收之有效問卷 210 份進行分析。樣本結構內容包含「年齡、性別、教育程度、職業、婚姻狀態、家庭成員有幾位 3~12 歲的兒童、與家中兒童的關係」共七項遊客基本資料；以及「使用購物中心親子設施的頻率」之旅遊經驗，經統計套裝軟體分析後，其研究結果分別敘述如下：

性別統計分析結果顯示，男性為 66 人，占 31.4%；而女性為 144 人，占 68.6%，由此可知女性使用親子服務設施的人數相對高於男性。在年齡分布方面，受訪遊客樣本以 31~40 歲為最多，占 30.9%；其次是 51 歲以上，占 24.8%，由此可知親子服務設施使用的族群以壯年人口為主。在教育程度方面，以大專校院(含)之佔比數為最多，占 58.6%；其次是研究所(含)以上，占 22.9%，遊客多數為大專校院(含)以上的教育程度，可見在臺灣，大學教育已非常普及，且會到大

型購物中心使用親子服務設施的族群，擁有較高的教育水平。在職業統計方面，遊客以從事服務業為最多，占 21.4%；其次是軍公教警，占 20.0%，由此可知服務業是最常使用到親子服務設施的族群。在婚姻狀態方面，遊客以已婚人士為最多，占 64.8%；其次是未婚族群，占 30.0%，由此可知已婚的族群使用親子服務設施是最多的。而家庭成員中有幾位 3-12 歲兒童方面，以一位兒童最多，占 62.9%；其次是二位兒童，占 24.8%，由此顯示台灣人的少子化問題，且家庭成員只有一位兒童的遊客，是使用大型購物中心親子服務設施最多的族群。在遊客與兒童關係方面，關係為父母的人士為最多，占 61.9%；其次是其他關係，占 17.1%，由此可知父母親使用親子服務設施是最多的，且高於其他關係很多。在使用購物中心親子設施的頻率方面，偶爾使用的遊客為最多，占 81.4%；其次是經常使用，占 13.3%，由此可知遊客並非時常需要用到大型購物中心親子空間。

為便於觀察，本將以上資料整理成表 4.1:

表 4.1 遊客基本資料分析表 n=210

變項	類別	樣本數	百分比	變項	類別	樣本數	百分比
年齡	20 歲以下	20	9.5%	請問您的婚姻狀態?	已婚	136	64.8%
	21~30 歲	34	16.2%		未婚	63	30.0%
	31~40 歲	64	30.9%		離婚或喪偶	11	5.2%
	41~50 歲	40	19.0%	請問您的家庭成員有幾位 3~12 歲的兒童?	1 位	132	62.9%
	51 歲以上	52	24.8%		2 位	52	24.8%
性別	男	66	31.4%		3 位(含)以上	26	12.4%
	女	144	68.6%	請問您與家中兒童的關係?	父母	130	61.9%
教育程度	國中(含)以下	0	0%		祖父母	6	2.9%
	高中職(含)	39	18.6%		外祖父母	8	3.8%
	大專院校(含)	123	58.6%		兄弟姊妹	30	14.3%
	研究所(含)以上	48	22.9%	其他	36	17.1%	
職業	軍公教警	42	20.0%	請問您使用購物中心親子空間的頻率?	每次去都會使用	11	5.2%
	工商業	40	19.0%		經常使用	28	13.3%
	服務業	45	21.4%		偶爾使用	171	81.4%
	家管	15	7.1%				
	農林漁牧	4	1.9%				
	學生	26	12.4%				
	醫護人員	27	12.9%				
	其他	11	5.2%				

資料來源:本研究整理

## 4.2 親子設施服務品質之信效度分析

本研究將「親子設施服務品質意象量表」因素分析，量表的抽樣適當性量數 (KMO) 值等於 0.940，依據學者提出的判斷標準，屬於優

良，表示變項有共同因素存在；而 Bartlett 球面性檢定 P 值(.000) < 0.01，達到顯著水準，適合進行因素分析。

而當中因素負荷量 (factor loading) 以抽取大於 0.4 之因素為準則，所有題目皆予以保留。六構面其相對應的解釋變異量分別為環境氣氛 62.620%、空間機能 66.679%、服務品質 78.643%、設施美學 79.505%、資訊說明 80.989%、親子活動空間 72.520%。而信度 Cronbach's  $\alpha$  值分別為環境氣氛 0.798、空間機能 0.829、服務品質 0.909、設施美學 0.913、資訊說明 0.882、親子活動空間 0.873，總信度 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.962。總體信度及構面信度皆高於 0.7 以上，顯示本研究旅遊意象量表具信度及效度。

最後，將歸納出的變數題項進行驗證。首先，構面一是指親子設施服務品質意象重視程度與滿意度中的「環境氣氛」，其第一個構面的題項有：1. 親子空間明亮且乾淨。 2. 親子服務設施標榜符合安全規定。 3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。 4. 有溫馨的背景音樂。等 4 題，此構面的題項主要在測量遊客對購物中心的環境整體營造氛圍的重要及滿意程度。

構面二是指親子設施服務品質重視程度與滿意度中的「空間機能」，其第二個構面的題項有：1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。 2. 各項親

子設施動線設計順暢。 3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。 4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。共 4 題。此構面的題項主要在測量遊客對購物中心親子空間規劃與硬體設備的重要及滿意程度。

構面三是指親子設施服務品質意象重視程度與滿意度中的「服務品質」，構面三的題項有 1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。 2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。 3. 親子空間的服務人員數量充足。 4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。共 4 題。此構面的題項主要在測量遊客對購物中心親子設施的服務人員的重要及滿意程度。

構面四是指親子設施服務品質意象重視程度與滿意度中的「設施美學」，構面四的題項有：1. 依節日來變換室內布置。 2. 室內設計有明確的色彩主題。 3. 親子設施有明確的色彩主題。 4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。共 4 題。此構面的題項主要在測量遊客對購物中心親子設施的美觀程度的重要及滿意程度。

構面五是指親子設施服務品質意象重視程度與滿意度中的「資訊說明」，構面三的題項有：1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。 2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。 3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。共 3 題。此構面的題項主要在測量遊客對購物中

心親子服務資訊的呈現的重要及滿意程度。

構面六是指親子設施服務品質意象重視程度與滿意度中的「親子活動空間」，構面三的題項有：1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。 2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。 3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。 4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。共 4 題。此構面的題項主要在測量遊客對購物中心親子空間的排列的重要及滿意程度。

為方便觀察，將以上資料整理為表格，如表 4.2 所示：

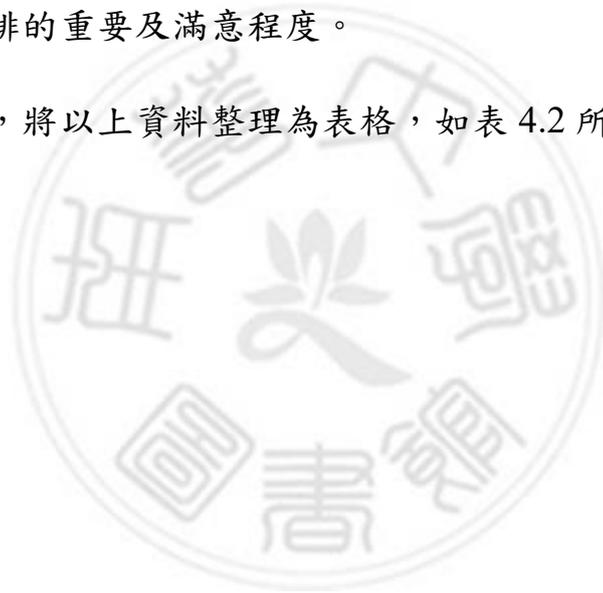


表 4.2 親子設施服務品質量表信效度分析

n=210

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量(%)	信度 Cronbach's $\alpha$ 值
環境氣氛	1. 親子空間明亮且乾淨。	0.806	62.620%	0.798
	2. 親子服務設施標榜符合安全規定。	0.843		
	3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。	0.837		
	4. 有溫馨的背景音樂。	0.666		
空間機能	1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。	0.671	66.679%	0.829
	2. 各項親子設施動線設計順暢。	0.878		
	3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。	0.850		
	4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。	0.850		
服務品質	1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。	0.881	78.643%	0.909
	2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。	0.892		
	3. 親子空間的服務人員數量充足。	0.909		
	4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。	0.864		
設施美學	1. 依節日來變換室內布置。	0.842	79.505%	0.913
	2. 室內設計有明確的色彩主題。	0.942		
	3. 親子設施有明確的色彩主題。	0.929		
	4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。	0.849		
資訊說明	1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。	0.922	80.989%	0.882
	2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。	0.886		
	3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。	0.891		
親子活動空間	1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。	0.877	72.520%	0.873
	2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。	0.829		
	3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。	0.869		
	4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。	0.831		
	判標準則	$\geq .500$		$\geq .700$
Bartlett's 球形檢定顯著性 0.000 (達顯著)				
KMO 取樣適切性量數 0.940				
總信度 Cronbach's $\alpha$ 值 0.962				
資料來源：本研究整理				

### 4.3 親子設施服務品質題項分析

親子設施服務品質量表中，以重視程度來說，平均數皆高於 3，表示遊客對各題項的重視度都很高。從構面來分析，最重要的是「親子活動空間」構面 (m=4.5286)，其次依序「服務品質」構面(m=4.4940)、「資訊說明」構面(m=4.4937)、「空間機能」構面(m=4.4917)、「環境氛圍」構面(m=4.45)，最後是「設施美學」構面(m=4.0131)。

受訪遊客重視程度平均數較高的前五個題項為：「7. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。」、「1. 親子空間明亮且乾淨。」、「2. 親子服務設施標榜符合安全規定。」、「23.遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。」、「22.提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。」

在六大構面中，「親子活動空間」重要程度的平均數 4.5286 為最高，且重視程度平均數較高的前五個題項，有兩項在此構面，表示受訪遊客較重視大型購物中心裡親子空間的安排。而重要程度平均數較低的五個題項為：「13.依節日來變換室內布置」、「4. 有溫馨的背景音樂。」、「15.親子設施有明確的色彩主題。」、「14.室內設計有明確的色彩主題。」、「16.親子設施是美觀且經過視覺設計的。」，其中平均數較低的題項幾乎都在「設施美學」構面，表示遊客在選擇親子服務設施時，對於設施的美感與外觀較不重視，比較在意實用層面。

親子設施服務品質量表的題項中，以滿意度全部的題項來說，平均數皆高於 3，顯示遊客對各題項的滿意度都很高。從親子設施服務品質實際感受各構面滿意程度來看，讓人覺得最滿意的是「資訊說明」構面(m=4.2016)，其次依序「親子活動空間」構面(m=4.1952)、「環境氣氛」構面(m=4.1845)、「空間機能」構面(m=4.0726)、「服務品質」構面(m=4.0310)，最後是「設施美學」構面(m=3.9750)。受訪遊客滿意程度平均數較高的前五個題項為：「1. 親子空間明亮且乾淨。」、「2. 親子服務設施標榜符合安全規定。」、「7. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。」、「18.有清楚的告示說明親子服務的價格。」、「3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。」；受訪遊客滿意程度平均數較低的前五個題項為：「5. 親子空間設有空氣品質監測畫面。」、「13.依節日來變換室內布置。」、「4. 有溫馨的背景音樂。」、「11.親子空間的服務人員數量充足。」、「12. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。」

在六大構面中，「設施美學」構面不論是在重視度平均或滿意度平均皆排名最後，表示受訪遊客對於親子設施的外觀及美學相對不在意，而使用後也不滿意。為便於觀察，將以上資料彙整如表 4.3：

表 4.3 親子服務品質構面及題項分析

構面	題目	重要度 構面平 均	重 要 度 構 面 排 名	重視程度			滿意度 構面平 均	滿 意 度 構 面 排 名	滿意度			滿意度 - 重 視 度 的 差
				平均 數	標準 差	總 排 名			平均 數	標準 差	總 排 名	
環境 氣氛	1. 親子空間明亮且乾淨。	4.45	5	4.70	0.604	2	4.1845	3	4.35	0.682	1	-0.35
	2. 親子服務設施標榜符合安全規定。			4.68	0.647	3			4.31	0.772	2	-0.37
	3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。			4.49	0.685	11			4.21	0.752	4	-0.28
	4. 有溫馨的背景音樂。			3.94	0.900	22			3.87	0.800	21	-0.07
空間 機能	5. 親子空間設有空氣品質監測畫面。	4.4917	4	4.23	0.908	18	4.0726	4	3.82	1.003	23	-0.41
	6. 各項親子設施動線設計順暢。			4.48	0.705	12			4.10	0.851	13	-0.38
	7. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。			4.74	0.588	1			4.28	0.794	3	-0.46
	8. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。			4.52	0.705	9			4.10	0.862	13	-0.42
服務 品質	9. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。	4.4940	2	4.58	0.659	7	4.0310	5	4.04	0.885	15	-0.54
	10. 服務人員具有對親子服務的親切態度。			4.60	0.663	6			4.15	0.806	11	-0.45
	11. 親子空間的服務人員數量充足。			4.41	0.802	15			3.95	0.945	20	-0.46
	12. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。			4.39	0.804	16			3.98	0.926	19	-0.41

表 4.3 親子服務品質構面及題項分析(續)

構面	題目	重要度 構面平 均	重 要 度 構 面 排 名	重視程度			滿意度 構面平 均	滿 意 度 構 面 排 名	滿意度			滿意度 - 重 視 度 的 差
				平均 數	標準 差	總 排 名			平均 數	標準 差	總 排 名	
設施 美學	13.依節日來變換室內布置。	4.0131	6	3.87	0.972	23	3.9750	6	3.85	0.924	22	-0.02
	14.室內設計有明確的色彩主題。			4.03	0.933	20			4.00	0.802	18	-0.03
	15.親子設施有明確的色彩主題。			4.00	0.944	21			4.02	0.805	17	0.02
	16.親子設施是美觀且經過視覺設計的。			4.15	0.841	19			4.04	0.804	15	-0.11
資訊 說明	17.有清楚的告示說明親子服務內容與規範。	4.4937	3	4.50	0.732	10	4.2016	1	4.20	0.851	7	-0.3
	18.有清楚的告示說明親子服務的價格。			4.54	0.724	8			4.27	0.785	4	-0.27
	19.各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。			4.44	0.749	14			4.13	0.866	12	-0.31
親子 活動 空間	20.提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。	4.5286	1	4.47	0.718	13	4.1952	2	4.20	0.792	7	-0.27
	21.提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。			4.37	0.771	17			4.17	0.820	10	-0.2
	22.提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。			4.63	0.714	5			4.21	0.820	6	-0.42
	23.遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。			4.65	0.647	4			4.20	0.904	7	-0.45
	總平均			4.4091					4.1065			

資料來源：本研究整理

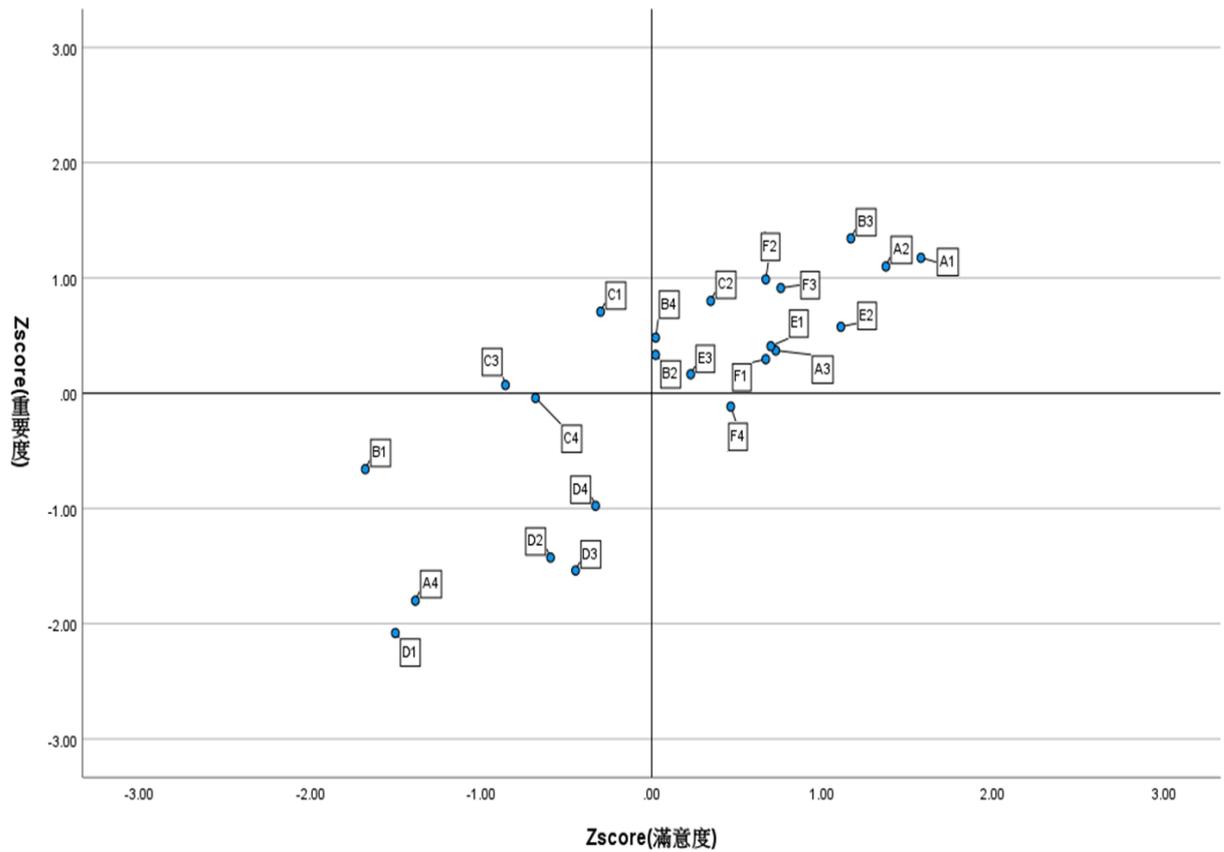
#### 4.4 親子設施服務品質重要—表現分析

以重要—表現分析法(Importance-Performance Analysis)來測驗遊客對

於桃園購物中心親子服務品質的重視程度，以及旅遊後實際感受滿意情形，因此經由 IPA 分析法可以了解購物中心親子設施之優勢與劣勢，並以此作為購物中心業者經營與改善的參考依據。

本研究以重視程度之總平均值與滿意度之總平均值(4.4091,4.1065)為中心座標，以重視程度為 X 軸(橫軸)，滿意度為 Y 軸(縱軸)，將座標平面分成四大象限，當 X 愈向右則表示愈重視，愈向左則表示不重視；而 Y 軸愈向上則表示滿意程度愈高，愈向下表示愈不滿意。以此來探討遊客對桃園大型購物中心的「親子設施服務品質意象」所取出六個主要構面及 23 個題項在四大象限中的落點。

將表 4.3 各項數據資料繪製成桃園大型購物中心親子設施服務品質意象 IPA 重要—滿意分析圖，為便於觀察，研究者將環境氣氛意象各題項編碼為 A1~A4，空間機能意象各題項編碼為 B1~B4，服務品質意象各題項編碼為 C1~C4，設施美學意象各題項編碼為 D1~D4，資訊說明意象各題項編碼為 E1~E3，親子活動空間意象各題項編碼為 F1~F4。桃園大型購物中心親子設施之服務品質重要-滿意度分析圖，如圖 4.1：



環境氣氛	空間機能	服務品質	資訊說明	設施美學	親子活動空間
<p>A1. 親子空間明亮且乾淨。</p> <p>A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。</p> <p>A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。</p> <p>A4. 有溫馨的背景音樂。</p>	<p>B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。</p> <p>B2. 各項親子設施動線設計順暢。</p> <p>B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。</p> <p>B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。</p>	<p>C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。</p> <p>C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。</p> <p>C3. 親子空間的服務人員數量充足。</p> <p>C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。</p>	<p>D1. 依節日來變換室內布置。</p> <p>D2. 室內設計有明確的色彩主題。</p> <p>D3. 親子設施有明確的色彩主題。</p> <p>D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。</p>	<p>E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。</p> <p>E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。</p> <p>E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。</p>	<p>F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。</p> <p>F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。</p> <p>F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。</p> <p>F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。</p>

圖 4.1 桃園大型購物中心親子設施之服務品質重要-滿意度分析

將以上資料彙整如表 4.4 所示：

表 4.4 桃園購物中心親子設施服務品質各構面及題項象限落點

構面	象限/ 區域	題項	象限/區域
環境 氣氛	I/繼續 保持區	A1. 親子空間明亮且乾淨。 A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。 A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。 A4. 有溫馨的背景音樂。	I/繼續保持區 I/繼續保持區 I/繼續保持區 III/次要改善區
空間 機能	IV/優先 改善區	B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。 B2. 各項親子設施動線設計順暢。 B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。 B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。	III/次要改善區 I/繼續保持區 I/繼續保持區 I/繼續保持區
服務 品質	IV/過度 開發區	C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。 C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。 C3. 親子空間的服務人員數量充足。 C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。	II/過度開發區 I/繼續保持區 II/過度開發區 III/次要改善區
設施 美學	III/次要 改善區	D1. 依節日來變換室內布置。 D2. 室內設計有明確的色彩主題。 D3. 親子設施有明確的色彩主題。 D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。	III/次要改善區 III/次要改善區 III/次要改善區 III/次要改善區
資訊 說明	I/繼續 保持區	E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。 E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。 E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。	I/繼續保持區 I/繼續保持區 I/繼續保持區
親子 活動 空間	I/繼續 保持區	F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。 F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。 F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。 F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。	I/繼續保持區 I/繼續保持區 I/繼續保持區 V/優先改善區

資料來源：本研究整理

根據圖 4.1 的分析結果來看，可分成第一象限「繼續保持區」、第二象限「過度開發區」、第三象限「次要改善區」、第四象限「優先改善區」四個區域。

以親子設施服務品質的構面來看，落在繼續保持的構面是「環境氣

氛」、「資訊說明」和「親子活動空間」；落在過度開發區的構面是「服務品質」；落在次要改善區的構面是「設施美學」；落在優先改善區的構面是「空間機能」。

「環境氣氛」構面指的是遊客對購物中心親子設施的環境氛圍與感受。此構面落在繼續保持區，顯示桃園大型購物中心親子設施的環境氣氛深受遊客喜愛，遊客覺得很重要，而且對桃園大型購物中心親子設施的服務感到很滿意。

「空間機能」構面指的是遊客對購物中心親子空間規劃與硬體的想法。此構面落在優先改善區，顯示桃園大型購物中心親子設施的空間規劃有待加強，遊客十分重視，但整體滿意度不足。

「服務品質」構面指的是購物中心親子設施的服務人員的專業度。此構面落在過度開發區，顯示遊客對於桃園大型購物中心親子設施的服務人員專業度目前很滿意，暫時不需要再有更多的改善。

「設施美學」構面指的是購物中心親子設施的美觀與設計。此構面落在次要改善區，顯示桃園大型購物中心親子設施的設施美學表現尚可，遊客並不是那麼重視，因此滿意度也較低，若有多餘的資源，可將其列入改善。

「資訊說明」構面指的是購物中心親子設施的服務資訊呈現方式。

此構面落在繼續保持區，顯示桃園大型購物中心親子設施的資訊說明非常清楚，遊客覺得很重要，而且對桃園大型購物中心親子設施的資訊說明感到很滿意。

「親子活動空間」構面指的是購物中心親子空間的安排。此構面落在繼續保持區，顯示桃園大型購物中心親子空間的安排，遊客覺得很重要，而且對桃園大型購物中心親子設施的規劃分類感到很滿意。

以下分別探討各區域題項：

1. 落在「繼續保持區」的題項有：

「A1. 親子空間明亮且乾淨。」、「A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。」、「A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。」、「B2. 各項親子設施動線設計順暢。」、「B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。」、「B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。」、「C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。」、「E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。」、「E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。」、「E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。」、「F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。」、「F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。」、「F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。」由此可知，除了設施美學構面之外，其他構面皆有題項落在繼續

保持區，表示桃園大型購物桃園大型購物中心的親子設施整體表現是遊客喜愛的。而又以資訊說明為最佳，該構面的所有題項接落在繼續保持區，表示遊客覺得很重要，而且對桃園大型購物中心親子設施的告示說明感到很滿意。

2. 落在第二象限「過度開發區」的題項有：

「C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。」、

「C3. 親子空間的服務人員數量充足。」落在過度開發區的兩個題項皆屬於服務品質構面，表示遊客對於桃園大型購物中心親子設施的服務品質十分滿意，服務人員能夠提供專業的知能去協助遊客，但遊客較不需要這方面的服務，。

3. 落在第三象限「次要改善區」的題項有：

「A4. 有溫馨的背景音樂。」、「B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。」、「C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。」、「D1. 依節日來變換室內布置。」、「D2. 室內設計有明確的色彩主題。」、「D3. 親子設施有明確的色彩主題。」、「D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。」其中設施美學的所有題項接落在此區，表示遊客在到訪前，對於桃園大型購物中心親子設施的美學設計不是太重視，在實際到訪後，遊客對於這些設施的美學也不是太滿意。經營者可加強其

他部份特色，來吸引遊客，提升遊客的滿意度，此為次要改善的方面。

4. 落在第四象限「優先改善區」的題項有：

僅有「F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。」題項，表示衛生是遊客特別重視的部分，但桃園大型購物中心的親子設施在這方面普遍較為匱乏，在此優先改善區顯示遊客對該題項是很重視但還不滿意，經營者可針對這部分去改善，就會落在繼續保持象限。

綜合以上敘述，製成各因素及因素內的題項在各大象限的分布表，  
如表 4.5：



表 4.5 桃園購物中心親子設施服務品質意象策略表

策略	因素題項—構面
繼續保持區 (第一象限)	<p>A1. 親子空間明亮且乾淨。—環境氣氛</p> <p>A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。—環境氣氛</p> <p>A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。—環境氣氛</p> <p>B2. 各項親子設施動線設計順暢。—空間機能</p> <p>B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。—空間機能</p> <p>B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。—空間機能</p> <p>C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。—服務品質</p> <p>E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。—資訊說明</p> <p>E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。—資訊說明</p> <p>E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。—資訊說明</p> <p>F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。—親子活動空間</p> <p>F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。—親子活動空間</p> <p>F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。—親子活動空間</p>
過度開發區 (第二象限)	<p>C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。—服務品質</p> <p>C3. 親子空間的服務人員數量充足。—服務品質</p>
次要改善區 (第三象限)	<p>A4. 有溫馨的背景音樂。—環境氣氛</p> <p>B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。—空間機能</p> <p>C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。—服務品質</p> <p>D1. 依節日來變換室內布置。—設施美學</p> <p>D2. 室內設計有明確的色彩主題。—設施美學</p> <p>D3. 親子設施有明確的色彩主題。—設施美學</p> <p>D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。—設施美學</p>
優先改善區 (第四象限)	<p>F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。—親子活動空間</p>

資料來源:本研究整理

## 第五章 結論與建議

本研究為了瞭解當前親子設施對於服務場域設計的現況以及消費者對親子設施服務品質的體驗和認知，以桃園購物中心為研究場域，藉由問卷來分析受訪遊客對桃園購物中心的親子設施服務品質意象。針對遊客在各個構面的重視度與滿意度，運用 IPA 分析法去分析桃園購物中心的親子設施服務品質意象，並歸納出象限結果。本章節主要針對第四章研究結果與分析，提出結論與建議。

### 5.1 結論

#### 5.1.1 樣本結構分析之結論

性別統計分析結果顯示女性使用親子服務設施的人數相對高於男性。在年齡分布方面，親子服務設施使用的族群以壯年人口為主。在教育程度方面，遊客多數為大專校院(含)以上的教育程度，可見在臺灣，大學教育已非常普及，且會到大型購物中心使用親子服務設施的族群，擁有較高的教育水平。在職業統計方面，服務業是最常使用到親子服務設施的族群。在婚姻狀態方面，已婚的族群使用親子服務設施是最多的。而家庭成員中有幾位 3-12 歲兒童方面，以一位兒童最多，顯示台灣人的少子化問題，且家庭成員只有一位兒童的遊客，是使用購物中心親子服務設施最多的族群。在遊客與兒童關係方面，關係為父母的人士為

最多在使用購物中心親子設施的頻率方面，偶爾使用的遊客為最多，由此可知遊客並非時常需要用到大型購物中心的親子設施。

根據本研究之結果，消費者雖非每次皆有使用到購物中心的親子設施，但消費者仍十分在意使用之體驗，業者在這方面不可小覷。且使用對象多為大專院校以上之學歷，更顯示擁有較高學歷的消費者在這方面的重視。

### 5.1.2 重要—滿意度分析之結論

「環境氣氛」、「資訊說明」和「親子活動空間」這些構面落在繼續保持區，顯示桃園購物中心的親子設施的整體環境氛圍舒適；各項告示說明清楚；空間安排深受遊客喜愛，遊客覺得很重要，而且對其感到很滿意。

「服務品質」落在過度開發區，顯示遊客對於桃園購物中心親子設施的服務人員專業度目前很滿意，暫時不需要再有更多的改善。

「設施美學」落在次要改善區，此構面落在次要改善區，顯示桃園購物中心親子設施的設備尚可，遊客都並不是那麼重視，因此滿意度也較低，若有多餘的資源，可將其列入改善。

「空間機能」落在優先改善區，顯示桃園購物中心親子設施的空間規劃有待加強，遊客十分重視，但整體滿意度不足。

2. 題項在象限中的落點如下：

(1)落在「繼續保持區」的題項有：「A1. 親子空間明亮且乾淨。」、「A2. 親子服務設施標榜符合安全規定。」、「A3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。」、「B2. 各項親子設施動線設計順暢。」、「B3. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。」、「B4. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。」、「C2. 服務人員具有對親子服務的親切態度。」、「E1. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。」、「E2. 有清楚的告示說明親子服務的價格。」、「E3. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。」、「F1. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。」、「F2. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。」、「F3. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。」

由此可知，除了設施美學構面之外，其他構面皆有題項落在繼續保持區，表示桃園購物中心的親子設施整體表現是遊客喜愛的。而又以資訊說明為最佳，該構面的所有題項接落在繼續保持區，表示遊客覺得很重要，而且對桃園大型購物中心親子設施的告示說明感到很滿意。

(2)落在第二象限「過度開發區」的題項有：「C1. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。」、「C3. 親子空間的服務人員數量充足。」

落在過度開發區的兩個題項皆屬於服務品質構面，表示遊客對於桃園大型購物中心親子設施的服務品質十分滿意，服務人員能夠提供專業的知能去協助遊客，但遊客較不需要這方面的服務，。

(3)落在第三象限「次要改善區」的題項有：「A4. 有溫馨的背景音樂。」、「B1. 親子空間設有空氣品質監測畫面。」、「C4. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。」、「D1. 依節日來變換室內布置。」、「D2. 室內設計有明確的色彩主題。」、「D3. 親子設施有明確的色彩主題。」、「D4. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。」

其中設施美學的所有題項皆落在此區，表示遊客在到訪前，對於桃園大型購物中心親子設施的美學設計不是太重視，在實際到訪後，遊客對於這些設施的美學也不是太滿意。經營者可加強其他部份特色，來吸引遊客，提升遊客的滿意度，此為次要改善的方面。

(4)落在第四象限「優先改善區」的題項有：僅有「F4. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。」題項，表示衛生是遊客特別重視的部分，但桃園大型購物中心的親子設施在這方面普遍較為不足，在此優先改善區顯示遊客對該題項是很重視但還不滿意，經營者可針對這部分去改善，就會落在繼續保持象限。

## 5.2 建議

遊客對桃園購物中心的親子設施與各項體驗若是滿意的，有助於增加該購物中心的聲望，可成為業者相當好的經營參考。綜合以上研究結果，本研究對桃園大型購物中心經營者提出以下建議：

### 1. 「環境氣氛」、「資訊說明」和「親子活動空間」的持續保持

遊客認為在體驗親子設施的過程中，最為重視的是「環境氣氛」、「資訊說明」和「親子活動空間」這三個構面，而在研究當中亦顯示出體驗後是感到滿意的，表示業者在環境維護上、價格、動靜態規劃，已達到遊客的期望，若能持續保持下去，應能持續維持在滿意的狀態。

### 2. 「服務人員」提供高過於遊客的重視

遊客對於桃園購物中心親子設施所提供的服務人員，重視度與期待度較不那麼高，但滿意度是高的，因此建議業者可以徵詢遊客的使用意見，去比對現有的服務品質以及遊客重視的服務品質是否不一，從而找出遊客更重視的點為何，再去改善與提供，這樣可以增添遊客在使用上的期待感，若也感到滿意，那對於業者而言，絕對是正向的價值。

### 3. 「設施美學」可針對遊客去調整

遊客在到訪前，對於桃園購物中心親子設施的外觀與美學校較不重視，而體驗後遊客亦感到不是很滿意，表示業者在親子設施的美學上未

符合遊客的需求，建議業者可以徵求遊客的想法，布置上可以有其他變化，從而改善，或許遊客重視的，此研究題項未列出，業者若能察覺，相信對於該業者絕對是錦上添花。

#### 4. 「空間機能」應做立即的改善

遊客對於桃園購物中心親子設施的空間機能十分重視，而體驗後遊客卻感到不是很滿意，顯示業者在空間規劃和硬體設備上未滿足遊客的需求。遊客十分重視桃園購物中心親子設施的安全議題，業者可以根據此方面做更妥善的規劃，以彌補不足之處，做硬體設備的更新，相信會提高遊客使用的感受，增加其使用的意願。

### 5.3 對未來相關研究者之建議

本研究針對研究主題僅以到訪桃園購物中心之遊客進行抽樣調查，建議未來相關研究者能擴大研究範圍，針對其他旅遊景點的遊客進行大樣本調查，研究結果更具推論性與代表性。

本研究採問卷調查方式進行探討，透過有限的題目做調查，研究內容有其侷限性，建議未來相關研究者可增加訪談之研究方法，從遊客角度以及業者角度來深究，使研究結果更加深入與周延。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. Eric Suesz。(2021年5月11日)。疫情後新趨勢－親子旅遊部落客與專家分享。Click. Magazine。 <https://reurl.cc/ZXD6Wa>
2. 台茂購物中心官方網站(2023)。 <https://www.taimall.com.tw/venue-info/>
3. 交通部觀光局。(2022年8月1日)。2021年臺灣旅遊狀況調查。 <https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/FilePage?a=14644>
4. 江中皓、周靈山、吳運全、林秀穗(2000)。城鄉學童休閒活動與親子間互動關係之調查研究。大專體育學刊,2卷2期,61-75頁。
5. 汪慧玲、沈佳生(2014年5月1日)。學齡兒童家庭休閒活動與親子互動關係之研究。33卷1期，P259-276
6. 李坤哲(2006)。統一獅職棒球隊服務品質球迷覺知之研究。國立嘉義大學體育與健康休閒研究所，未出版碩士論文。
7. 兒童福利聯盟文教基金會(2010年9月)。2010年台灣親子休閒育樂狀況調查報告。兒童福利聯盟文教基金會。
8. 邱玉如(2019)。親子休閒參與動機與親子關係之研究—以宜蘭縣幼兒園為例。佛光大學公共事務學系。碩士論文。
9. 桃園觀光導覽網(2023年5月4日)。 <https://travel.tycg.gov.tw/zh->

tw/travel/attraction/106

10. 郭政豪(2019)。臺南地區休閒遊憩場所親子友善設施設置現況之探討。南臺科技大學休閒事業管理系，碩士論文。
11. 陳正霖(2005)。公園內兒童遊戲設施風險管理之探討。幼兒運動遊戲年刊，P60-68。
12. 張瑋珊(2017)。臺中市親子主題餐廳服務場域設計之研究。臺中科技大學商業設計系，碩士論文。
13. 陳佩君(2020)。星級旅館公共親子空間體驗設計準則為初探以日月潭雲品溫泉酒店為例。中原大學室內設計學系，碩士論文。
14. 湯志民(2002)。學校遊戲場。五南出版社。
15. 新光三越桃園站前店官方網站(2023)。<http://bit.ly/2vWfL0n>
16. 遠東 SOGO 百貨官方網站(2023)。<https://info.sogo.com.tw/zt>
17. 蔡淑芬(2021年4月2日)。兒童樂園人擠人推薦六大自然系親子旅遊路線。工商時報。  
<https://ctee.com.tw/industrynews/consumption/439674.html>
18. 顏阿桃(2010)。旅遊動機、家庭生命週期對家庭旅遊決策影響之研究。私立逢甲大學景觀與遊憩研究所。碩士論文。

## 二、英文文獻

1. Martilla, J.A. and James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis.

Journal of Marketing, 41, 77-79.

2. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
3. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.



## 附錄一 預試問卷

親愛的先生/女士們，您們好：

這是一份有關「以 IPA 探討購物中心親子設施服務品質的體驗感受——以桃園為例」的問卷，主要目的了解您對桃園購物中心親子設施的使用體驗，作為購物中心未來規劃或改善設施之參考。

請您依照實際的使用經驗填答，本研究希望得到使用者最直接且真實的回應結果。本問卷採不記名填答，您的填答結果絕對保密，且不對外公開您的資料，問卷所得之資料僅提供本學術研究使用。懇請您協助回答這份問券！謹此致上最誠摯的感謝。

敬祝

健康快樂 事事如意

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

指導教授：于 健 博士

研究生：陳霈真 敬上

### 第一部分、基本資料

1. 請問您的年齡：  
 (1) 20 歲以下       (2) 21~30 歲       (3) 31~40 歲  
 (4) 41~50 歲       (5) 51 歲以上
2. 請問您的性別：  
 (1) 男性       (2) 女性
3. 請問您的教育程度：  
 (1) 國中(含)以下       (2) 高中職(含)  
 (3) 大專院校(含)       (4) 研究所(含)以上
4. 請問您目前的職業：  
 (1) 軍公教警       (2) 工商業       (3) 服務業       (4) 家管       (5) 農林漁牧  
 (6) 學生       (7) 醫護人員       (8) 其他
5. 請問您目前的婚姻狀態：  
 (1) 已婚       (2) 未婚       (3) 其他(離婚或喪偶)
6. 請問您家庭成員有幾位兒童(3~12 歲)：

(1)無  (2)1 位  (3)2 位  (4)3 位

7. 請問您與家中兒童的關係：

(1)父母  (2)祖父母  (3)外祖父母  (4)兄弟姊妹  (5)其他

8. 請問您使用購物中心親子設施的頻率：

(1) 每次去都會使用  (2) 經常使用  (3) 偶爾使用

## 第二部分:請依據您使用親子設施重視度、滿意度進行填答。

(請在表格兩邊分別勾選出您的重視度與滿意度)

重視度					以 IPA 探討購物中心親子設施 服務品質的體驗感受 ——以桃園為例	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	1. 親子空間明亮且乾淨。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	2. 親子服務設施標榜符合安全規定。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	4. 有溫馨的背景音樂。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	5. 親子空間設有空氣品質監測畫面。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	6. 各項親子設施動線設計順暢。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	7. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	8. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	9. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	10. 服務人員具有對親子服務的親切態度。	<input type="checkbox"/>								

<input type="checkbox"/>	11. 親子空間的服務人員數量充足。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	12. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	13. 依節日來變換室內布置。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	14. 室內設計有明確的色彩主題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	15. 親子設施有明確的色彩主題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	16. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	17. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	18. 有清楚的告示說明親子服務的價格。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	19. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	20. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	21. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	22. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	23. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。	<input type="checkbox"/>								

～～問卷結束，感謝您撥冗填寫此問卷。～

## 附錄二 正式問卷

親愛的先生/女士們，您們好：

這是一份有關「以 IPA 探討購物中心親子設施服務品質的體驗感受——以桃園為例」的問卷，主要目的了解您對桃園購物中心親子設施的使用體驗，作為購物中心未來規劃或改善設施之參考。

請您依照實際的使用經驗填答，本研究希望得到使用者最直接且真實的回應結果。本問卷採不記名填答，您的填答結果絕對保密，且不對外公開您的資料，問卷所得之資料僅提供本學術研究使用。懇請您協助回答這份問券！謹此致上最誠摯的感謝。

敬祝

健康快樂 事事如意

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

指導教授：于 健 博士

研究生：陳霈真 敬上

### 第一部分、基本資料

1. 請問您的年齡：  
 (1) 20 歲以下       (2) 21~30 歲       (3) 31~40 歲  
 (4) 41~50 歲       (5) 51 歲以上
2. 請問您的性別：  
 (1) 男性       (2) 女性
3. 請問您的教育程度：  
 (1) 國中(含)以下       (2) 高中職(含)  
 (3) 大專院校(含)       (4) 研究所(含)以上
4. 請問您目前的職業：  
 (1) 軍公教警       (2) 工商業       (3) 服務業       (4) 家管       (5) 農林漁牧  
 (6) 學生       (7) 醫護人員       (5) 其他
5. 請問您目前的婚姻狀態：  
 (1) 已婚       (2) 未婚       (3) 其他(離婚或喪偶)
6. 請問您家庭成員有幾位兒童(3~12 歲)：

(1)無  (2)1 位  (3)2 位  (4)3 位

7. 請問您與家中兒童的關係：

(1)父母  (2)祖父母  (3)外祖父母  (4)兄弟姊妹  (5)其他

8. 請問您使用購物中心親子設施的頻率：

(1) 每次去都會使用  (2) 經常使用  (3) 偶爾使用

## 第二部分:請依據您使用親子設施重視度、滿意度進行填答。

(請在表格兩邊分別勾選出您的重視度與滿意度)

重視度					以 IPA 探討購物中心親子設施 服務品質的體驗感受 ——以桃園為例	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	1. 親子空間明亮且乾淨。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	2. 親子服務設施標榜符合安全規定。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	3. 親子空間氣氛布置溫馨舒適。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	4. 有溫馨的背景音樂。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	5. 親子空間設有空氣品質監測畫面。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	6. 各項親子設施動線設計順暢。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	7. 家長能觀察到遊戲區孩童的情況。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	8. 親子空間有足夠的休息空間，提供家長休息。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	9. 服務人員有充分的親子專業知識，能確實把工作做好。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	10. 服務人員具有對親子服務的親切態度。	<input type="checkbox"/>								

<input type="checkbox"/>	11. 親子空間的服務人員數量充足。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	12. 服務人員不會因太忙而疏於回應顧客提出的親子問題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	13. 依節日來變換室內布置。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	14. 室內設計有明確的色彩主題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	15. 親子設施有明確的色彩主題。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	16. 親子設施是美觀且經過視覺設計的。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	17. 有清楚的告示說明親子服務內容與規範。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	18. 有清楚的告示說明親子服務的價格。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	19. 各項告示輔以圖片或插圖說明，方便親子辨識。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	20. 提供親子休閒的遊憩設施，例如：溜滑梯、鞦韆、球池等。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	21. 提供親子靜態活動，例如：閱讀區、樂高、桌遊等。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	22. 提供的玩具及器材是標榜符合安全規定。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	23. 遊戲區旁設有洗手台或消毒設備。	<input type="checkbox"/>								

～～問卷結束，感謝您撥冗填寫此問卷。～