

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY

集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究

**The study of travel motivation , satisfaction and willingness to revisit of the Chi-Chi
area visitors**

研究生：呂長賜

GRADUATE STUDENT : Lu, Chang-Tzu

指導教授：陳璋玲 博士

ADVISOR : Chen, Chung-Ling Ph. D.

中 華 民 國 九 十 五 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究

研究生：呂長賜

經考試合格特此證明

口試委員：沈淵成

呂鴻標

陳璋玲

指導教授：陳璋玲

系主任(所長)：陳勁甫

口試日期：中華民國 95 年 6 月 1 日

誌 謝

本論文能夠完成，首先要感謝指導教授陳璋玲老師，為本論文提供許多珍貴的建議與指導，讓論文的寫作能夠順利完成，若不是老師的細心輔導及指正，相信本論文也無法順利完成。另外也要感謝口試委員：沈進成教授、張清標教授，謝謝您們對我的論文提出精闢的見解，使這一份著作更為完善以及價值性。時光飛逝，轉眼兩年的研究生生涯即將告一段落，回首過去的兩年裡，是辛苦但心中充滿喜悅。感謝陳所長勁甫博士及所有教導我的師長們，由於你們悉心的教授與鼓勵，著實讓我成長不少。也感謝佩君、孟恒、美妙、瓊淑、佳玲、致遠、如偉、姿儀、安琪、偉志、美惠、亮帆、家豪、家慧、嘉苓、美英學姊、智慧學長、妍文、姿樺及敏惠等，在課業與生活中的關懷及協助。此外也要感謝林美妙及李嘉苓幫忙發放問卷，使得本論文得以順利完成。最後我要感謝一直在背後鼓勵及支持我的家人，是他們不斷的鼓勵與支持，讓我能展開人生新的旅程，因為有你們的支持，才能使我無後顧之憂的完成碩士學位。僅以本文獻給所有關心我的人。

南華大學旅遊事業管理研究所 95 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究

研究生：呂長賜

指導教授：陳璋玲 博士

論文摘要內容：

本研究在探討集集地區遊客之旅遊動機、滿意度及重遊意願，並進一步分析集集地區服務設施應加強改善的項目及影響遊客重遊意願的因子。本研究採問卷調查方式，便利抽樣集集地區的遊客，以進行資料搜集，共得 386 份有效問卷。資料分析方法包括描述性統計、T 檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關、因素分析、信度分析、迴歸分析及重要表現程度分析法(IPA)。研究結果發現：1. 遊客年齡以 21-30 歲、學歷大專院校、居住於中部地區，及自行開車前來遊玩者居多。2. 十五項旅遊動機問項以「鬆弛身心」、「為了出去走走」、「欣賞鄉野的自然田園景色」等三項平均數最高。經因素分析，動機可分為「逃避規律」、「歷史人文」、「賞景放鬆」等三個因素構面。3. 旅遊動機與集集地區服務設施的行前期望有正向關係。4. 以 IPA 方法分析遊客之行期期望和實際體驗，「停車場」、「廁所」及「人車分道設施」等三項屬加強改善項目。5. 以迴歸方法分析遊客重遊意願的影響因子，發現「逃避規律動機」、「歷史人文動機」及「休憩場所的實際體驗」為重要的影響因子。

關鍵詞：集集地區、旅遊動機、滿意度、重遊意願

**Title of Thesis : The study of travel motivation , satisfaction and
willingness to revisit of Chi-Chi area visitors**

**Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua
University**

Graduate Date : January 2006 Degree Conferred : M.S.C.

Name of Student : Lu,Chang-Tzu Advisor : Chen,Chung-Ling Ph.D.

Abstract

The purpose of this research is to investigate the travel motivation, satisfaction and willingness to revisit of Chi-Chi area visitors, and to analyze the attributes of Chi-Chi service facilities for future improvement and the factors to the visitors' willingness to revisit. A structured questionnaire was designed to collect the empirical data from the visitors. By means of convenience sampling, a total number of 386 valid samples were obtained. The data was analyzed by using descriptive analysis, t-test, one-way ANOVA, Pearson correlation, factor analysis, reliability analysis, multiple regression and importance-performance analysis(IPA). The results are as follows.

1. Most respondents are 21-30 years old, college students, live in the adjacent area and visit Chi-Chi area by cars.
2. Among 15 travel motivation items, 'relaxing', 'getting away from the routines', and 'enjoying the natural rural landscape' are the three highest motivations. By using factor analysis, three motivation factors were extracted and named as 'escaping the routines', 'history and culture', 'sightseeing and relaxing'.
3. A positive correlation exists between travel motivation and pre-trip expectation for service facilities.
4. By using IPA to analyze visitor's pre-trip expectation and on-site experience, three attributes of service facilities, 'parking lots', 'pubic toilets', and 'the division of walkway and driveway ', are for future improvement.

5. By using multiple regression, ‘motivation of escaping the routines’, ‘motivation of history and culture’, and ‘on-site experience in the recreational places’ are the important factors that positively affect the visitor’s willing to revisit.

**Keywords : Chi-Chi area, travel motivation, satisfaction, willingness to
revisit**

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	vii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究動機.....	1
1.2	研究目的.....	5
1.3	研究範圍.....	5
1.4	研究流程.....	6
第二章	文獻探討.....	9
2.1	集集地區的概況.....	9
2.2	旅遊動機相關文獻回顧.....	13
2.2.1	動機的定義.....	13
2.2.2	旅遊動機理論與種類.....	13
2.2.3	旅遊動機之相關研究.....	20
2.2.4	個人屬性及旅遊特性對旅遊動機差異之相關研究.....	22
2.3	滿意度相關文獻回顧.....	24
2.3.1	滿意度的定義.....	24
2.3.2	滿意度理論.....	26
2.3.3	滿意度之相關研究.....	28
2.3.4	重要-表現程度分析法.....	32
2.4	重遊意願相關文獻回顧.....	35
2.5	旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關研究.....	38
第三章	研究方法.....	43
3.1	研究架構.....	43
3.2	研究假設.....	44
3.3	研究方法.....	44
3.3.1	問卷設計.....	44
3.3.2	抽樣方式.....	46

3.3.3	資料分析·····	46
3.3.4	研究限制·····	47
第四章	研究結果與討論·····	48
4.1	受訪者社經背景與旅遊特性·····	48
4.2	集集地區受訪者基本資料與旅遊動機之分析·····	54
4.3	受訪者旅遊動機與服務設施行前期望之相關分析·····	57
4.4	集集地區受訪者行前期望與實際體驗關係·····	58
4.5	受訪者服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析·····	64
4.6	集集地區受訪者重遊意願之迴歸分析·····	66
第五章	結論與建議·····	72
5.1	結論·····	72
5.2	建議·····	74
5.3	後續研究方向·····	75
參考文獻	·····	76
附錄一	遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-問卷··	86
附錄二	觀光客倍增計畫 94 年 1 月修訂版-日月潭旅遊線部分	89

表目錄

表 1-1	歷年國人旅遊狀況調查報告表·····	3
表 2-1	南投縣各鄉鎮市 95 年 4 月村里鄰戶數及人口數統計表	10
表 2-2	Thomas(1964)歸納之旅遊動機整理表·····	16
表 2-3	旅遊動機之種類·····	20
表 2-4	滿意度定義整理表·····	25
表 2-5	滿意度之各學者理論·····	28
表 2-6	忠誠度的構面整理表·····	37
表 2-7	旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關研究·····	42
表 4-1	遊客樣本基本資料分析結果·····	49
表 4-2	遊客到集集遊玩傾向敘述統計分析·····	50
表 4-3	遊客休閒生活特性敘述統計分析結果·····	50
表 4-4	受訪者之旅遊動機統計表·····	51
表 4-5	受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗檢定統計表	53
表 4-6	受訪者之旅遊重遊意願統計表·····	54
表 4-7	生活型態量表之名稱與信度·····	55
表 4-8	受訪者基本資料與旅遊動機之差異檢定表·····	56
表 4-9	旅遊動機與服務設施行前期望之相關分析表·····	58
表 4-10	四個象限所包含的題目以及建議·····	61
表 4-11	服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析表·····	65
表 4-12	受訪者對集集地區重遊意願影響因素分析表·····	67

圖目錄

圖 1-1	歷年國人國內旅客人次趨勢圖.....	3
圖 1-2	研究流程圖.....	8
圖 2-1	集集鎮導覽地圖.....	9
圖 2-2	南投縣導覽地圖.....	12
圖 2-3	重要-表現程度分析模式圖.....	33
圖 3-1	研究架構圖.....	43
圖 4-1	行前期望與實際體驗滿意度座標圖.....	59
圖 4-2	公共設施 IAP.....	62
圖 4-3	遊憩設施 IAP.....	63
圖 4-4	解說設施 IAP.....	64

第一章緒論

1.1 研究動機

近年來由於都市人口的快速成長，使得人口相對密集的都會區，在休閒遊憩的設施與空間上都呈現嚴重不足的現象，再加上公共運輸及私人車輛的普遍發達，使得國人更積極的參與戶外休閒活動，來抒解繁忙都市生活所累積的壓力。

由於台灣經濟與科技不斷的進步發展，在生活水準提升、平均所得提高(根據行政院主計處的統計，國人平均每人GDP(美元)於94年15,215美元較93年度14,271美元增加6.6%)、交通便捷及教育水準普遍提高等因素下，帶動了台灣觀光旅遊產業的成長。自民國90年政府全面實施公務員周休二日及勞動基準法之基本工時調降為二週84小時以來，國人有更充裕和更彈性的時間來安排休閒旅遊活動，國人對於戶外休閒遊憩之質與量的需求日增。近年來，各風景區、郊區小鄉鎮或傳統農漁業的轉型紛紛以不同型態設立或重新定位包裝，以因應這股正在成長的休閒遊憩風氣。由交通部觀光局統計民國86-93年國民旅遊市場人次的資料(如圖1-1)可看出，國旅人次呈現逐年增加的趨勢。此增加的趨勢，再加上觀光局於民國91年擬定之「觀光客倍增計畫」，投入相當的人力及經費於國內旅遊地區軟硬設施的改善，顯示國民旅遊市場未來仍是前景可期。根

據觀光局統計94年台閩地區主要觀光遊憩區(國家級風景區、國家公園、公營觀光區、縣級風景特定區、森林遊樂區、海水浴場、民營觀光區、寺廟、古蹟及歷史建物、其他等10大項)人次為136,691,863。目前國內學者對觀光遊憩區有許多的研究包括玉山國家公園、雪霸國家公園、日月潭國家風景區、內灣風景區、瑞穗休閒農場、奧萬大森林遊樂區及宜蘭縣頭城海水浴場等，其研究主題非常多樣化包括旅遊動機、旅遊意象、遊憩效益、遊憩資源衝擊認知、經營管理、產業發展等。例如林宗賢(民85)調查日月潭國家風景區遊客旅遊意象及視覺景觀元素。陳珊玫(民85)調查宜蘭縣頭城海水浴場遊憩資源規劃與經營管理。林昱光(民87)調查奧萬大森林遊樂區遊客對遊憩資源衝擊認知與防治策略態度。呂適仲(民89)以條件評估法(CVM) 調查雪霸國家公園武陵遊憩區遊憩效益。邱春英(民91)從觀光資源、觀光客意象與行為，來探討台東池上鄉遊憩產業發展。黃美雯(民91) 調查台南縣鹽分地帶遊客的類型。簡大仁(民93)以瑞穗牧場為基地調查休閒農業牧場遊客旅遊特性。吳忠宏等(民93)調查玉山國家公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之間的關係。童雅鈴(民92)調查內灣風景區的旅遊動機與滿意度。

表1-1 歷年國人旅遊狀況調查報告表

項目 年代	國人國內旅客 人次	每人每次消費 額	國內旅遊支出 總額
民國86年	71,879,000	3,300元	2,373億元
民國87年	-	-	-
民國88年	72,651,000	2,738元	1,989億元
民國89年	-	-	-
民國90年	97,445,000	2,480元	2,417億元
民國91年	106,278,000	2,228元	2,368億元
民國92年	102,399,000	2,130元	2,181億元
民國93年	109,338,000	2,266元	2,478億元

- 註：1. 資料來源，觀光局觀光統計資料
 2. 民國94年國人旅遊狀況調查報告，公布於民國94年6月30日，故未列入
 3. 民國90年因美國發生911恐怖攻擊事件。
 4. 民國92年因爆發SARS疫情，人數大幅下滑，非屬常態。

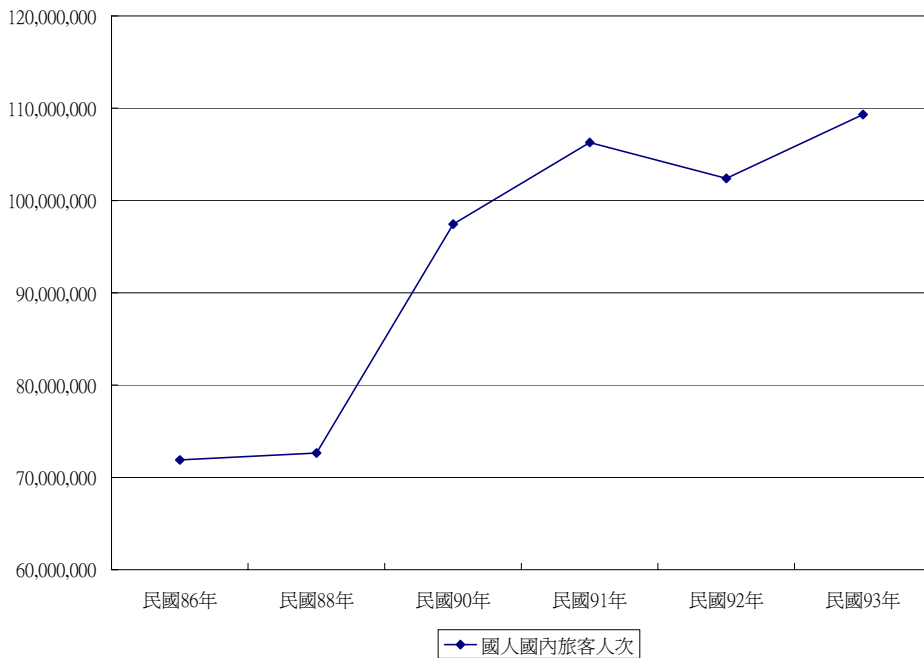


圖1-1 歷年國人國內旅客人次趨勢圖

南投縣日月潭國家風景區屬於國際馳名之觀光景點，在交通部觀光局每年都會提撥經費及人力資源去改善日月潭國家風景區環境，以提升日月潭國家風景區整體環境，而行政院也在挑戰2008--國家發展重點計畫中將日月潭國家風景區列為重點發展的風景區之一，其中日月潭旅遊線發展計畫中¹主要以日月潭國家風景區為主要目的地，建構由國道交流道經中潭(台14 線)公路或鐵道集集支線前往埔里、日月潭等觀光名勝之景觀廊道，並整合週邊之人文觀光資源，全面改善日月潭國家風景區觀光旅遊之品質。集集地區是屬於日月潭國家風景區的範圍，也是國人常去的景點。回顧以前觀光遊憩區的研究(邱雯玲 民79；林宗賢 民85；蔡鳳兒 民93)發現遊客滿意度及重遊意願的主要影響因子包括自然景觀資源的提供、遊憩設施、服務品質。但過去集集地區的遊客行為、旅遊特性、旅遊動機及滿意度等變項的探討很缺乏，因此形成本研究的動機。

基於以上的動機，本研究以集集地區遊客為研究對象，探討遊客到集集地區旅遊動機、滿意度與重遊意願等變項，盼藉由這些變項的探討，能了解影響集集地區遊客滿意度與重遊意願的因子，並進而提出相關建議供政府單位及民間業者作為後續持續推動觀光發展之參考。

¹詳情請參閱交通部觀光局的觀光客倍增計畫 <http://202.39.225.136/auser//b/doublep/double.htm>

1.2 研究目的

綜合上述所討論的研究動機，本研究所欲探討之研究目的可歸納如下：

1. 瞭解遊客社經背景、旅遊特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗與重遊意願。
2. 瞭解遊客社經背景、旅遊特性與其旅遊動機之關係。
3. 瞭解遊客旅遊動機與行前期望之關係。
4. 以重要-表現程度分析法(IPA, Importance-Performance Analysis)分析遊客之行前期望、實際體驗，來擬定服務設施之管理策略。
5. 瞭解遊客之實際體驗與對集集地區重遊意願之迴歸分析。

1.3 研究範圍

1. 研究地區

本研究主要以南投縣集集鎮內著名觀光景點，挑選出代表性景點，包括集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、武昌宮、特有生物保育中心、明新書院等遊憩點為主要訪問地點。

2. 研究對象

本研究對象是以上述景點中，針對一般遊客且有實際參觀過任何一

個景點的遊客為本研究對象實施問卷訪談，並以問卷量表方式對其旅遊動機、滿意度與重遊意願進行調查。

3. 研究內容

本研究旨在探討個人屬性、旅遊動機、滿意度三者與重遊意願之關係。

1.4 研究流程

本論文之研究流程分八個部分，如圖1-2所示，第一部份首先界定問題並確認研究主題；第二部份依據研究主題擬定研究目的；第三部份為文獻回顧，針對集集地區的概況、旅遊動機、滿意度及重遊意願相關理論及研究進行回顧整理，以確定本研究設計之理論基礎；第四部份依據文獻回顧之理論基礎，設計本研究之研究架構及研究假設；第五部份針對研究範圍相關資料收集、紀錄及堪察；第六部份則參考相關研究文獻，並依據研究架構和研究假設，設計問卷並進行施測；第七部份將調查資料進行整理，依據研究目的及假設加以分析而得到研究結果；第八部份則依據研究結果，提出結論及適當建議。本研究共分為五章，章節安排如下：

第一章 緒論

內容包含本研究之研究動機、研究目的、研究範圍、研究流程。

第二章 文獻回顧

內容包含集集地區的概況、動機相關文獻回顧、滿意度相關文獻回顧、重遊意願相關文獻回顧及旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關研究等文獻的探討。藉由對文獻內容的了解，作為本論文的研究基礎。

第三章 研究方法

內容包含研究架構、研究假設、研究方法及研究限制等。

第四章 調查結果分析

內容包含集集地區遊客社經背景與旅遊特性概況，遊客基本資料與旅遊動機之分析，旅遊動機與服務設施行前期望之相關分析，遊客行前期望與實際體驗關係，服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析與遊客重遊意願之迴歸分析。

第五章 結論與建議

根據研究結果之發現，歸納結論。同時就本研究的主要結論及研究過程所遭遇之問題，提供日後集集地區經營管理單位參考。

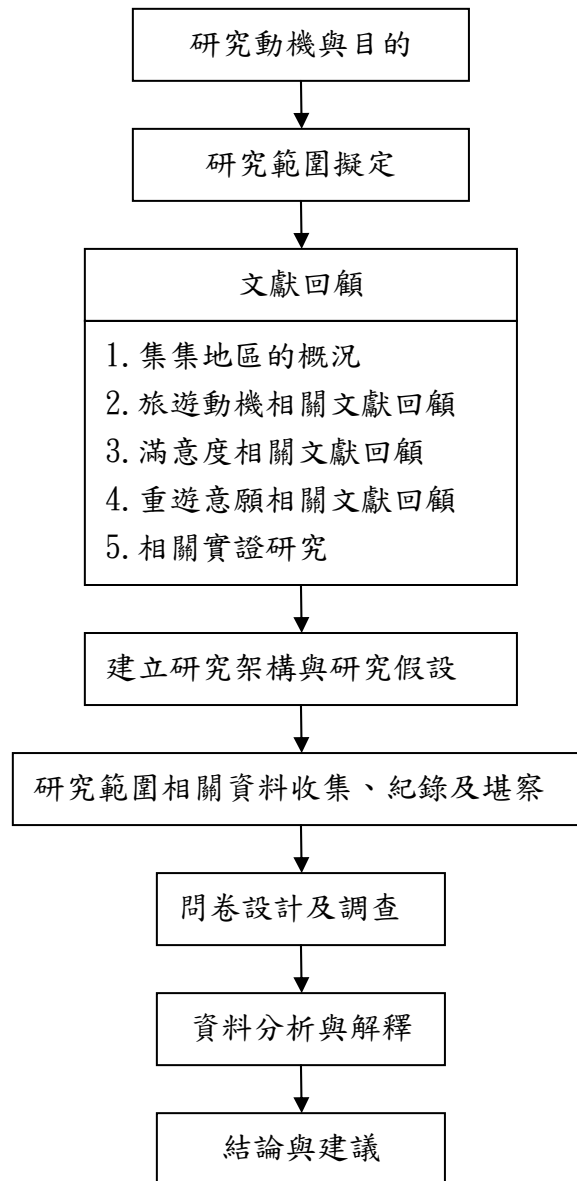


圖1-2 研究流程圖

第二章文獻探討

本章旨在探討遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之間的相關理論與文獻。以下將分別就其相關理論與文獻進行回顧與探討，最後將這些文獻的回顧與理論的探討加以彙整，形成本研究的理論基礎及架構。

2.1 集集地區的概況²

集集地區泛指南投縣集集鎮為主，集集鎮東與水里鄉為界，西與名間鄉、竹山鎮為鄰，南隔濁水溪與鹿谷鄉接壤，北連中寮鄉，屬縣下內腹鄉鎮，全鎮面積 49.72 平方公里，海拔最低處為 230 公尺，最高處為集集大山 1392 公尺，境內面積以山居多，四面環山，山間峰嶺重疊；溪流較大者為濁水溪，位於本鎮南方，自東向西流，發源於中央山脈新高支流，陳有蘭溪等，次為北面之清水溪，其於山谷小流頗多，均匯聚濁水溪西流入海。



圖 2-1 集集鎮導覽地圖 資料來源：集集鎮公所

²本節資料大部分摘錄於集集鎮公所網站 <http://www.chi-chi.gov.tw/>，經本研究整理。

南投縣有 1 市 4 鎮 8 鄉、總人口數約 54 萬人、其中集集鎮有 11 村里，集集鎮人口約有 1 萬 2 千人，可參考表 2-1。

表 2-1 南投縣各鄉鎮市 95 年 4 月份村里鄰戶數及人口數統計表

區域別	村里數	鄰數	戶數	男性數	女性數	總人數
南投市	34	804	31,489	53,474	51,961	105,435
埔里鎮	33	561	26,965	44,164	42,583	86,747
草屯鎮	27	594	28,710	50,796	48,907	99,703
竹山鎮	28	482	17,710	31,089	28,617	59,706
集集鎮	11	127	4,044	6,544	5,860	12,404
名間鄉	23	369	11,525	22,269	19,791	42,060
鹿谷鄉	13	174	6,115	10,592	9,265	19,857
中寮鄉	18	258	5,316	9,252	7,647	16,899
魚池鄉	13	192	5,558	9,433	8,164	17,597
國姓鄉	13	159	6,967	12,111	9,929	22,040
水里鄉	19	213	7,154	11,366	10,181	21,547
信義鄉	14	119	5,021	9,493	7,906	17,399
仁愛鄉	15	196	4,761	8,301	7,284	15,585
總計	261	4,248	161,335	278,884	258,095	536,979

資料來源：南投縣政府民政局統計資料

集集鎮以一級產業為主，農業主要以香蕉、番石榴、葡萄、紅龍果觀光果園，其他農產品尚有水稻、蕃薯、鳳梨、荔枝、樹薯等。另外，向日葵則為新興栽培之花卉，結合天然綠色美景、陶藝、燈節活動及古蹟明新書院等，集集小鎮已成休閒山城之代名詞。

集集因位處鄉村，山川秀麗，景色宜人，再輔以人工之經營，因此有不少名勝，如集集火車站、濁水橋遺址、臺灣省特有生物保育研究中心、集集之大樟樹、集集大山、綠色隧道、永福堂、目仔窯、開闢鴻荒

碣、化及蠻貊石碣、武昌宮、添興窯、集集攔河堰、鄭宅、鎮國寺、軍史公園及明新書院等，南投縣政府近年來為了重振集集支線往日之雄風，鐵路局及集集鎮公所大力倡導「集集小火車之旅」活動，使得觀光客到集集旅遊者日漸增多，尤以每逢假日，集集線火車常常客滿，集集火車站車水馬龍，相當熱鬧。其中不少遊客由台中或二水搭火車到集集站下車後，再於站前向近年興起之腳踏車出租店，承租腳踏車到鎮內之綠色隧道、開闢鴻荒碣、化及蠻貊石碣、廣盛宮、特有生物保育中心、明新書院及大眾爺祠等地做一日之遊，此集集古鎮腳踏車之旅，可盡情享受集集鎮古蹟及田園風光，深受遊客喜愛，而集集火車站乃成為此一活動之中心點，逐漸展露蓬勃之生機。其中集集火車站是集集鎮主要的停靠點。集集支線，全長 29.7 公里，沿途設有二水、源泉、濁水、龍泉、集集、水里及終點車埕站，因沿線的風景非常的優美，充滿田園的景象，近年來只要一到假日常見大批的遊客搭乘觀光列車從集集至水里，體驗搭乘小火車的樂趣。

南投縣政府為了推展觀光事業，吸引外縣市遊客到南投縣從事觀光活動，將南投縣依照地理區域規劃有「六大旅遊軸線」，分別是八卦山貓羅溪旅遊軸線、中潭旅遊軸線、溪頭杉林溪旅遊軸線、觀光鐵道旅遊軸線、清境廬山旅遊軸線、玉山東埔旅遊軸線。其中觀光鐵道旅遊線是以

集集火車線為主所規劃出來的，該旅遊線的行程：二水-源泉-濁水-龍泉-集集-水里-車埕。民國 88 年 9 月 21 日的地震，造成集集、車埕兩座車站嚴重毀損，鐵路也扭曲變形，集集支線中斷了一年多，在台鐵的積極重建下，於民國 90 年 1 月 21 日復駛通車，目前它仍是台鐵三大支線中人氣最旺的一條。



圖 2-2 南投縣導覽地圖

資料來源：南投縣政府

2.2 旅遊動機相關文獻回顧

本節將依序探討動機的定義、旅遊動機理論與種類及旅遊動機之相關研究。

2.2.1 動機的定義

動機(Motive)是指引起個體活動，維持該已引起的活動，並導使該活動朝向某一目標進行的內在歷程(張春興，民85)，動機的差異可來自個體的外在因素與內在因素。外在的因素包括個人的年齡、所得、社會地位、文化因素等。而內在因素上最重要的當推個人在人格特性上的歧異。所以，動機是綜合內在與外在力量的影響結果。劉純(民90)認為動機是人們在希望得到滿足時所被激發出來的，每當消費者之需求一經刺激，即會承受某種必須設法減輕或消除此一需求之壓力，而動機就是消費者欲設法減輕或消除上述之壓力，所需施加之推力、拉力、方向與強度。

2.2.2 旅遊動機理論與種類

依據林國賢(民93)整理國內外相關學者理論，整理如下：

1. 場地理論(Field theory)

個性行為受其生活空間力量所影響，假設人類之需要與行為大部份決定於社會團體之力量，人們從其文化、次文化(Subculture)、社會階

級及參考團體(Reference groups)、親近團體、家庭，產生所要得到什麼東西之念頭。

2. 驅力理論(drive theory)

驅力是指個體內之某種需求缺乏或不滿足，所形成一種不愉快的緊張狀態，這種驅力會導致我們採取某些行動來降低或消除體內的緊張，例如人們因工作忙碌，希望到戶外旅遊以獲得身心放鬆，內心因而產生驅力，驅使人們進行戶外旅遊的活動。

3. 需求層次理論(need hierarchy theory)

由Maslow(1970)所提出的需求層次理論，指動機係因需求所引起，包括生理、安全、愛與隸屬、尊重、認知、美的、自我實現等七個層次。需求中包括愛與隸屬、認知與自我實現等，這些需求引發動機，導引人們進行放鬆身心、追求新知、社交等旅遊活動，期盼透過旅遊動機引發的行為，來滿足個體的需求。

4. 期望理論(expectancy theory)

期望理論是指人類具有期待行為結果的信念，而這樣的信念會決定人的行為，並因此產生動機。人們在旅遊活動中，由於事前的期望與實際的體驗可能不一致，以致影響旅遊活動的滿意與否，進一步影響其旅遊動機。

5. 推拉理論(push and pull theory)

推拉理論認為推的因素是社會心理的需求，此種力量是一種無形的、內在的度假欲望；而拉的因素是將遊客拉至旅遊點，是一種吸引力，具有形的特徵或屬性，且這種吸引力是為遊客所認知的，推的因素被視為在動機系統中導致不平衡或緊張之動機因素或需求的概念，也就是引起或產生旅遊欲望的原因(Fluker and Turner, 2000)。

有關旅遊動機的種類，整理國內外相關學者提出的分類方法如下：

Iso-Ahola (1982)提出旅遊動機有兩種：

1. 尋覓(seeking)：追求某種心理報償之機會，例如自我決定(self-determination)、勝任之感覺(sense of competence)、挑戰(challenge)、學習(learning)、探索(exploration)及消遣(relaxation)。
2. 逃避(escaping)：逃避例行公事或壓力的環境，逃避個人問題、煩惱、困難與失敗或每天的人際關係世界(如工作夥伴、朋友、家庭成員)。

Thomas(1964)將旅遊動機項目歸納為四類包括教育與文化、休息與娛樂、種族傳統、其他…等十八項旅遊動機，如表2-2所示(取自蔡麗伶譯，民79)。

表2-2 Thomas(1964)歸納之旅遊動機整理表

教育與文化	休息與娛樂種	種族傳統	其它
(1) 去看看別的國家的人民如何工作、生活和娛樂。	(5) 脫離每天例行的工作和職責。	(8) 去瞻仰自己祖先的故土。	(10) 氣候。
(2) 去看看特殊的風景名勝。	(6) 好好的玩一下。	(9) 去訪問自己的家庭或朋友曾經去過的地方。	(11) 健康。
(3) 對現在發生的事件作較深入的瞭解。	(7) 去獲得某種和異性接觸的浪漫體驗。		(12) 運動。
(4) 去參加特別的節慶活動。			(13) 經濟。
			(14) 冒險。
			(15) 勝人一筹的本領。
			(16) 追求時髦。
			(17) 參與歷史。
			(18) 瞭解世界的願望。

資料來源：引自蔡麗伶譯，Mayo, E.J. & Jarvis, L. P. 著，(民79)，旅遊心理學，台北：揚智文化事業股份有限公司，93-231。

McIntosh et al.(1990)試圖依馬斯洛(Maslow)所提出的需求層級理論將基本的旅遊動機分為四種類型，俾利瞭解驅使人民從事旅遊活動的內在動力。該四種類型如下：

1. 生理動機(physical motivators)：包括生理的休息、野餐休憩、登山健行、以及和個人身體健康直接相關等動機，其特點是以身體的活動來消除緊張和不安。
2. 文化動機(cultural motivators)：獲得有關音樂、藝術、民俗、舞蹈、繪畫及宗教等文化活動。
3. 人際動機(interpersonal)：包括結識各種新朋友、走訪親友、避開日
常的例行公事或建立新友誼等。

4. 地位與聲望動機(status and prestige motivators)：主要在滿足被人尊重以及從事個人有興趣的研究。

Gitelson and Kerstetter (1990)研究遊客社經特性、旅遊動機與旅遊行為之關係，兩位學者以因素分析將動機歸納為四個因素：一、放鬆因素(relaxation)，二、探險因素(explorer)，三、社交因素(social)，四、刺激性因素(excitement)。

Beard and Ragheb (1983)的研究中針對一般旅客進行旅遊動機的調查，發現遊客的旅遊動機主要包含知性動機、社會動機、主宰的誘因及逃避的誘因等四項(引述自張逢琪，民92)。

謝淑芬(民83)日本學者田中喜一將觀光動機分為四項：

1. 經濟的動機：購物目的、商業目的。
2. 心情的動機：思鄉心、交遊心、信仰心。
3. 精神的動機：知識需求、見聞需求、歡樂需求。
4. 身體的動機：治療的需求、保養的需求、運動的需求。

屠如驥、葉伯平(民88)在「觀光心理學概論」中提及，主要旅遊動機分為九項：

- 1、求實的動機。以追求旅遊商品實際使用價值為主要目的的旅遊動機。
- 2、求新的動機。是追求旅遊的超時和新穎為主要目標的心理動機。這種

心理動機的核心為時髦和奇特。

3、求實又求新的動機。此類型的人喜歡嘗試新東西，但並不強烈要求要變化多樣。他們非常重視受到人們的尊重。

4、求名心理的動機。這是以顯示自己的地位和聲望為主要目的的旅遊動機。這種動機的核心為顯名和炫耀。

5、追求美心理的動機。這是一種以追求旅遊商品的欣賞價值為主要目的的旅遊動機。

6、好勝心理的動機。一種爭強好勝為目的的動機。

7、愛好心理的動機。這是一種以滿足個人特殊愛好為目的的旅遊動機。

8、求知心理的動機。以追求知識為目的的旅遊動機。

9、訪古尋友的動機，慎終追遠的心理動機。是種族上的一種旅遊動機。

這種動機以老年人居多。

陳昭明(民70)認為影響遊憩動機之因素相當複雜，但概略歸類可

分為二：

1.個人內在因素

(1)生理發展及狀況：因年齡、性別等而異。

(2)心理發展及狀態：因年齡、性別、教育程度等不同而異。

(3)遊憩經驗。

2.外在環境因素

- (1)家庭影響。
- (2)親近及參考團體之影響。
- (3)社會階層之影響。
- (4)次文化及文化影響。

林威呈(民90) 調查台灣地區13家休閒農場假日遊客旅遊行為，並將旅遊動機區分為五個構面，包括人際關係和能力培養、身心鬆弛與修養、積極求知與學習、獨處與靈感尋求及低親情與友情培養等五個構面。

表2-3 旅遊動機之種類

學者	種類
Thomas (1964)	1. 教育與文化2. 休息與娛樂3. 種族傳統4. 其他等四類。
Iso-Ahola (1982)	1. 尋覓(seeking)：追求某種心理報償之機會；2. 逃避(escaping)：逃避例行公事或壓力的環境等二類。
Beard and Ragheb (1983)	1. 知性動機2. 社會動機3. 主宰的誘因4. 逃避的誘因等四類。
McIntosh et al. (1990)	1. 生理動機(physical motivators)、2. 文化動機(cultural motivators)、3. 人際動機(interpersonal)、4. 地位與聲望動機等四類。
Gitelson and Kerstetter (1990)	1. 放鬆因素(relaxation)2. 探險因素(explorer)3. 社交因素(social)4. 刺激性因素(excitement)等四類。
陳昭明 (民70)	1. 個人內在因素2. 外在環境因素等二類。
謝淑芬 (民83)	日本學者田中喜一將觀光動機分為四類：1. 經濟的動機、2. 心情的動機、3. 精神的動機、4. 身體的動機等四類。
屠如驥、葉伯平 (民88)	1. 求實的動機、2. 求新的動機、3. 求實又求新的動機、4. 求名心理的動機、5. 追求美心理的動機、6. 好勝心理的動機、7. 愛好心理的動機、8. 求知心理的動機、9. 訪古尋友的動機等九類。
林威呈 (民90)	1. 人際關係和能力培養2. 身心鬆弛與修養3. 積極求知與學習4. 獨處與靈感尋求5. 低親情與友情培養等五類。

註：本研究整理

2.2.3 旅遊動機之相關研究

林威呈(民90)調查台灣地區13家休閒農場假日遊客旅遊行為，並將旅遊動機區分為五個構面包括人際關係和能力培養、身心鬆弛與修養、積極求知與學習、獨處與靈感尋求及低親情與友情培養，並以旅遊動機

為分類的標準，將遊客區分成三群，分別為高度旅遊動機型、中度旅遊動機型、低度旅遊動機型。

李沛慶(民84)研究發現台灣遊客到金門觀光動機包括探望親友、增廣見聞、追求時髦等共20項。

黃琦婷(民90)研究發現台灣遊客赴歐洲旅遊的動機則包括拓廣見聞、社會地位的提昇、滿足好奇心。

Beard and Ragheb (1983)的研究中針對一般遊客進行旅遊動機的調查，發現遊客的旅遊動機主要包含知性動機、社會動機、主宰的誘因及逃避的誘因等四項(引述自張逢琪，民92)。

胡淑雲(民77)調查台北市居民利用公園的動機，認為市民利用公園的動機包括生理上與心理上的動機。生理上的動機包括追求健康、減肥、呼吸新鮮空氣、增強體力；心理上的動機包括自我滿足、安全、教育的、美學的、社會學的動機及其他。

王偉哲(民86)研究結果指出休閒農場遊客之遊憩動機仍以一般性休閒需求為主，重視「遠離人群，接近大自然」、「緩和自己工作壓力，抒解精神」、「增加家人相處機會，促進親密關係」等三項需求動機，顯示國人前往休閒農場之動機仍是以接近大自然為主要訴求。

綜合以上各學者的研究結果，並考量自集集地區之特性，本研究將

集集地區遊客之旅遊動機分為：(1)接近與體驗大自然(2)登山健行(3)野餐休憩(4)避開都市吵雜的生活環境(5)鬆弛身心(6)運動健身(7)體驗集集支線火車之旅(8)參觀歷史遺跡(9)慕名而來滿足好奇心(10)尋找心靈的寧靜(11)從事森林浴(12)體驗懷舊的氣氛(13)為了出去走走(14)欣賞鄉野的自然田園景色(15)增廣見聞，充實知識等十五個變項進行探討及分析。

2.2.4個人屬性對旅遊動機差異之相關研究

童雅鈴(民92)研究結果顯示內灣風景區遊客個人特性不同與其旅遊動機「登山健行」、「野餐休憩」、「森林浴」、「增加親子關係」、「賞動植物」、「慕名而來」、「學習保育知識」、「鬆弛身心」、「運動健身」及「社交活動」有顯著差異。

廖雅蘋(民94)調查台灣地區七家農村休閒酒莊遊客旅遊行為，發現主要旅遊動機有「人際關係及知識培養」、「興趣及嗜好」、「減輕壓力」及「親情的培養」。個人屬性顯著性檢定方面：人際關係、親情方面動機到酒莊之遊客在男女生方面有顯著不同；另外不同年齡層或教育程度的遊客，其在旅遊動機方面也是有顯著差異。而教育程度與「興趣及嗜好」、「減輕壓力」及「親情的培養」動機之間具顯著正相關。旅遊特性顯著性檢定方面：不同旅遊頻率、旅遊型態或是否消費的遊客，

其在「減輕壓力」動機方面有顯著差異；不同旅遊型態或消費程度的遊客，其在「興趣及嗜好」動機方面有顯著差異；不同旅遊型態或旅遊伴侶的遊客，其在「親情的培養」動機方面有顯著差異；不同消費程度的遊客，其在「人際關係及知識擴展」動機方面有顯著差異。

黃錦照(民90)即指出田中森林公園遊客的性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入、婚姻狀況及居住地的不同，均會造成旅遊動機上的差異。

朱珮瑩(民92)調查新竹縣遊客從事鄉野觀光之動機與滿意度，發現旅遊動機有「調劑身心因素」、「充實新知因素」、「體驗活動因素」、「自然生態因素」、「興之所至因素」及「消磨時間因素」。個人屬性顯著性檢定方面：年齡、成長環境、婚姻狀況及收入，其在「調劑身心」動機方面有顯著差異；年齡、學歷及子女年齡，其在「充實新知」動機方面有顯著差異；年齡、婚姻狀況及職業，其在「體驗活動」動機方面有顯著差異；婚姻狀況與「自然生態」動機方面有顯著差異；婚姻狀況與「消磨時間」動機方面有顯著差異。旅遊特性顯著性檢定方面：當次遊程時間與「體驗活動」動機方面有顯著差異；當次花費金額與「消磨時間」動機方面有顯著差異。

根據上述學者針對個人屬性及旅遊特性對旅遊動機相關性之研究，

我們初步建立假設一：遊客之基本資料不同，其旅遊動機亦不相同。

2.3 滿意度相關文獻回顧

本節將依序探討滿意度的定義、滿意度理論及滿意度之相關研究。

2.3.1 滿意度的定義

Howard(1969)首先將滿意度的概念應用於消費者理論中，他認為滿意是付出與實際獲得是否合理的一種感受。遊憩前的「期望體驗」和遊憩後的「獲得體驗」，而將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度(陳水源，民77)。Miller(1997)則認為顧客滿意是由顧客期望的程度與認知的成效二者交互作用所導致，而期望和理想二者均是產品績效的標準，用以衡量產品實際績效所達到的程度，因而產生滿意與不滿意。Hempel(1977)認為顧客滿意決定於顧客所期望的產品利益的實現程度，它反映出期望與實際的一致性成果。Driver(1970)認為遊憩滿意度可用差異理論之觀點來解釋，他強調滿意度是由遊客的期望與實際感受的知覺間的差距來決定，而整體滿意度係由現況各層面差異的總合所決定。蔡伯勳(民75)認為滿意度是由個人認知所獲得的結果與想像應獲得結果間的差異而定，在任何情況下，總滿意度乃由存在於此情況下之所有構面的差異總合而影響。Oliver(1981)認為滿意即是對隨附於產品取得時，或消費者

經驗中的驚喜，所作的評價，為一種立即性的反應。Kotler(1994)認為顧客滿意度是消費者對產品功能特性的知覺和個人對產品的期望，兩者相比較而形成滿意水準，是知覺與期望之間差異的函數。鄭順聰(民90)指出消費者滿意是從消費者自購買產品或接受服務的過程中，感到滿意或物超所值的快樂感受。滿意度則為消費者在購買產品前的認知、預期，與購買後實際使用效果對照下的結果。

表2-4 滿意度定義整理表

作者論述	作者論述
Howard (1969)	滿意是付出與實際獲得是否合理的一種感受。
Driver (1970)	認為遊憩滿意度是由遊客的期望與實際感受的知覺間的差距來決定，而整體滿意度係由現況各層面差異的總合所決定。
Hempel (1977)	顧客滿意決定於顧客所期望的產品利益的實現程度。
Oliver (1981)	滿意即是對隨附於產品取得時，或消費者經驗中的驚喜，所作的評價，為一種立即性的反應。
Kotler (1994)	顧客滿意度是消費者對產品功能特性的知覺和個人對產品的期望，兩者相比較而形成滿意水準。
Miller (1997)	顧客滿意是由顧客期望的程度與認知的成效二者交互作用所導致。
蔡伯勳 (民75)	滿意度是由個人認知所獲得的結果與想像應獲得結果間的差異而定。
陳水源 (民77)	遊憩前的「期望體驗」和遊憩後的「獲得體驗」，而將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度。
鄭順聰 (民90)	消費者滿意是從消費者自購買產品或接受服務的過程中，感到滿意或物超所值的快樂感受。

註：本研究整理

2.3.2 滿意度理論

根據國內外相關學者理論整理如下：

1. 期望失驗理論(Expectancy Disconfirmation Theory)

Oliver(1988)提出期望失驗理論，主要以社會心理學及組織行為理論為基礎。事實上滿意是由事前期望與事後績效兩個過程相比較之結果。首先消費者會因為購買而產生對產品績效特質的期望，其購後實際獲得之績效水準與期望之水準相比較來決定是否滿意。而評斷的結果可分為三種：

(1)正向失驗(Positive disconfirmation)：

實際績效高於預期績效，消費者會感到滿意。

(2)簡單認可(Simple confirmation)：

實際績效等於預期水準。

(3)負向失驗(Negative disconfirmation)：

實際績效低於預期水準，消費者不會滿意。

2. 期望理論 (Expectancy value theory)

Lawler(1973)提出的期望理論指出「人們對於其想要從事之努力，所獲致之表現及其所達成結果，均持特定的期望心理，並且對行動所能達成之結果，具有不同的偏好，在任何情況下，個人採取何種行動，係

決定於當時個體本身的期望與偏好」。而更進一步以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅力(Motivation force)與對事件努力、表現及成果的期望心理與其價值觀有關。Driver(1977)引用期望理論，認為期望乃是一種短暫信念，使一特殊的活動行為遵循目標導向，以滿足某些需要，這些行為表現是影響遊客遊憩體驗之重點。

3. 差異理論(Discrepancy theory)

Schreyer and Roggenbuck (1978)提出差異理論對遊憩滿意度的解釋，他強調的是：1. 滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間的差距來決定。2. 任何情況下之整體滿意度，係由現況各層面差異總和所決定。

4. 雙因子理論(Two-Factor Theory)

Herzbrg and Synderman (1959)提出影響工作滿足的因素為激勵因素與保健因素。前者如成就感、受人認同、晉升機會等，屬於滿足個人高層次需求的內在特質。良好的激勵因素可使員工工作滿足，缺乏此因素只會使員工無法獲得滿足的愉快經驗，並不會導致不滿足。後者如薪酬、工作條件、工作地點與安全性等，屬於與工作環境有關的外在因素。不良的保健因素會使員工不滿足，即使改善此因素只能消除不滿足，並不能導致滿足。(引述蔡伯勳，民75)

表2-5滿意度之各學者理論

學者	理論
Oliver (1988)	提出期望失驗理論，滿意是由事前期望與事後績效兩個過程相比較之結果，而評斷的結果可分為三種：1. 正向失驗2. 簡單認可3. 負向失驗。
Lawler (1973)	提出的期望理論指出「人們對於其想要從事之努力，所獲致之表現及其所達成結果，均持特定的期望心理，並且對行動所能達成之結果，具有不同的偏好，在任何情況下，個人採取何種行動，係決定於當時個體本身的期望與偏好。」
Schreyer and Roggenbuck (1978)	提出差異理論對遊憩滿意度的解釋，他強調的是：1. 滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間的差距來決定。2. 任何情況下之整體滿意度，係由現況各層面差異總和所決定。
Herzbrg and Synderman (1959)	提出雙因子理論指出激勵因素，屬於滿足個人高層次需求的內在特質；保健因素，屬於與工作環境有關的外在因素。

註：本研究整理

2.3.3滿意度之相關研究

「滿意度」長久以來都是拿來測量消費者對產品、遊客對遊憩品質之看法的主要工具，是一項常用於衡量行為的指標。此外，就滿意程度的衡量而言，常見的衡量方式有三種：1. 滿意度視為一個整體、2. 分項滿意度，再加以加總形成總滿意度、3. 滿意度分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度。相關研究整理如下：

蔡鳳兒(民93)將日月潭國家風景區遊客的滿意度，視為一個整體滿意度。

Dorfman(1979)以環境因素中各別滿意度的總合，當成總滿意度，研究中發現總滿意度會因個人的動機、知覺、期望、偏好等不同而有所差異。

陳昭蓉、林晏洲(民85)在鄰里公園使用者的滿意度是以各項因子之滿意度加總而成整體滿意度，其中鄰里公園的整體滿意度受「公園的視覺美感程度」影響最大，其次分別為「休憩性設施」、「公園的環境衛生情形」、「公園的面積大小」、「運動及遊戲設施」、「設施的安全性」、「可資自由活動的空間」、「損壞物的維修情形」。

侯錦雄(民79)在遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究中將滿意度分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度、分項滿意度包括有環境滿意、活動滿意及管理滿意等三個概念，且總滿意度受個人特徵、遊憩動機、遊憩場所、此次遊憩的參與型態等因素影響。

黃宗成等(民91)，對台灣遊客到西藏-雪域明珠進行宗教觀光的滿意度的衡量是以分項滿意度(實際體驗)為主，並分為心理體驗與實質環境體驗二大部份，心理體驗包括1.新奇、2.休閒、3.社交、4.歷史、5.宗教心靈、6.宗教利益；實質環境體驗包括1.宗教遊憩環境、2.宗教遊憩服務設施、3.宗教遊憩活動，且旅遊動機與行前期望具相關性。

吳忠宏等(民93)，對玉山國家公園滿意度的衡量分成兩類，分別為

總滿意度和分項滿意度(實際體驗)，分項滿意度包括有景觀特質動機、休閒遊憩動機、工作/嗜好動機、生活體驗動機、自我成長動機，其中休閒遊憩動機對玉山國家公園的整體滿意度有最強的正向影響，且旅遊動機與行前期望具相關性。

Churchill and Surprenant(1982)的研究發現：當知覺績效比行前期望差時，消費者所獲得負面方向不吻合感，對產品之滿意度下降；當知覺績效比行前期望佳時，消費者獲得正面方向不吻合感，對產品之滿意度上升。

陳水源(民77)將遊憩體驗區分為事前期望的「期望體驗」和遊憩後感受到的「實際體驗」，而將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度。而且整體滿意度與遊客視為重要的實際感受的體驗關係最為密切，而實際感受和偏好間的差距次之，實際感受和期望間之差距又次之。

侯錦雄、姚靜婉(民86)利用總滿意度、公園數量、公園分布狀況、公園之規劃設計、環境品質、施工品質以及維護狀況等若干個指標，來探討市民對鄰里公園使用的滿意程度，進一步了解市民對鄰里公園滿意程度與其休閒生活態度及使用公園的習慣之間的關係；研究結果顯示民眾因社經背景(年齡、婚姻狀況、職業、居住地區)、公園的使用狀況(使用頻率、參與活動、使用時段、可及性、同伴)及被動封閉休閒生活態度

構面、穩定休閒生活態度構面等與各項滿意度有顯著相關。另外，從研究結果可知公園滿意度測量可用「總滿意度」來測量之，而分項滿意度則較能針對維護問題與意見提出反應。

林晏州、陳惠美(民87) 調查市民對高雄都會公園公共設施滿意情形，滿意度的衡量，分別為總滿意度和分項滿意度。研究結果顯示，遊客對於目前高雄都會公園各項設施大致均滿意，與遊客整體滿意度相關程度較高的因素包括活動設施維護狀況是否良好、活動設施種類之多寡、經營管理滿意度等。

周文樹(民 91) 針對台南縣尖山埤水庫風景區遊客以分項滿意度(實際體驗) 測量遊客滿意度，分項滿意度包括有心理體驗、環境與景觀、遊憩活動及服務品質。對實際體驗滿意度因素之變異數分析結果，遊客基本資料之職業、再度旅遊類似本風景區對「休閒社交因素」有顯著差異，學歷、居住地點、再度旅遊類似本風景區對「服務品質因素」有顯著差異，職業對「遊憩活動因素」有顯著差異。而旅遊特性之旅遊同伴對「景觀環境因素」有顯著差異，停留時間、前來目的對「休閒社交因素」有顯著差異，未來發展對「服務品質因素」有顯著差異。

綜合上述研究，1. 本研究採用總滿意度和分項滿意度，來量測遊客對集集地區的滿意程度，並建立假設：假設二、遊客之旅遊動機與對服

務設施的行前期望有相關。2. 滿意度問項方面：考量自集集地區之特性，本研究將集集地區遊客之滿意度問項分為：(1) 集集支線火車(2)停車場(3)廁所(4)人車分道設施(5)垃圾桶(6)公路與步道護欄(7)步道(人行道、自行車步道)(8)醫療救護設施(集集衛生所)(9)照明設施(10)指示牌或標示牌(11)餐飲設施(12)住宿設施(13)古蹟遺址(明新書院)(14)休憩場所(15)解說手冊(摺頁)(16)解說牌(17)自導式自行車道(18)展示設施(19)戶外解說服務(20)遊客服務中心(尚未建設)等二十個變項進行探討及分析。

2.3.4重要—表現程度分析法(I. P. A. , Importance-Performance Analysis)

重要度—表現程度分析法，此法對於休閒產業界極有價值，因為其提供一雙重機制，將遊客對服務設施(公共設施、遊憩設施及解說設施)之行前期望，視為重視程度；另將遊客實際體驗之滿意度，視為表現程度。瞭解遊客對服務設施行前期望與實際體驗的情形，其分析方法一般而言可分為下列幾個步驟(余幸娟，民89；顏文甄，民90)：

- (1) 列出休閒活動或服務各屬性，並發展成問卷形式。
- (2) 讓使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度兩方面評以等級。所謂重視程度指該項屬性對於參與者參與該活動的重視程

度；而表現程度只供給者在該項屬性上表現如何。

(3) 重要程度為橫軸，表現程度為縱軸，各屬性在重要與表現程度評定等級為座標，將各屬性標示在四象限的二度空間。

(4) 以等級中點為分隔點，將空間分為四象限。A 象限表示重要程度與表現程度皆高，落在此象限的屬性應繼續保持；B 象限表示重要程度低而表現程度高，落在此象限的屬性為供給過度；C 象限表示重要程度與表現程度皆低，落在此象限的屬性優先順序較低；D 象限表示重要程度高但表現程度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善重點。參見圖2-3。

表現程度 平均值	B 象限 (供給過度)	A 象限 (繼續保持)
	C 象限 (優先順序低)	D 象限 (加強改善重點)
	平均值	
	重要程度	

圖2-3 重要—表現程度分析模式圖

資料來源：余幸娟，民89；顏文甄，民90

由於I. P. A.法的使用方便，而且可以提供經營者有用的資訊，因此其已被認為是測量休閒活動及服務之理想工具(Hollenhorst, Olson and Fortney, 1992)。根據滿意度理論中差異理論的定義，滿意度是由遊客的

期望與實際感受知覺間的差距來決定，當實際感受大於期望時，即遊客感到滿度；當期望大於實際感受時，即遊客感到不滿度。因為差異理論跟I. P. A. 的量測方法很類似，都是用期望與實際感受差距來量測，所以I. P. A. 很廣泛用於量測休閒活動中遊客對服務品質的滿意程度。余幸娟(民89)運用I. P. A. 法將宗教觀光客行前期望視為重要程度，而實際體驗滿意度視為表現程度進行分析，以探討南鯤鯓代天府宗教觀光之特性。顏文甄(民90)應用I. P. A. 法，將玉山國家公園遊客之行前期望視為重要程度，而表現程度為玉山國家公園遊客之實際體驗滿意度進行分析，以探討玉山國家公園經營績效。吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(民93)利用I. P. A. 法，探討遊客對玉山國家公園服務設施滿意程度，並將遊客行前期望視為重要程度，而實際體驗滿意度視為表現程度進行分析。上述各研究，均將重要程度與表現程度分析圖之A、B、C、D 四象限視為繼續保持、供給過度、優先順序較低與加強改善重點，進行更深入之分析。

本研究採 I. P. A. 法來量測遊客對於集集地區服務設施(公共設施、遊憩設施、解說設施)行前期望與實際體驗感覺的差異。然後進一步來分析那些服務設施，是屬於集集地區需要優先改善的項目。

2.4 重遊意願相關文獻回顧

重遊意願的係指遊客再度遊玩的意願，亦即忠誠度的再購意願。

Gronholdt, Martensen, 與 Kristensen, (2000)認為構成顧客忠誠度的構面：1. 顧客再購意願、2. 向他人推薦的意願、3. 價格容忍度、4. 顧客交叉購買的意願（購買同一公司其他產品）。Parasuraman, Zeithmal, 與 Berry(1985)亦認為忠誠度(Loyalty)是指除了本身的再購意願外，而且還願意向他人推薦並給予正面口碑的行為，其中包括1. 向他人稱讚此公司、2. 向詢問的人推薦此公司、3. 鼓勵親友到此家公司消費、4. 消費時會優先選擇此公司、5. 常去此家公司消費。Backman 與 Crompton(1991)認為忠誠度觀念可分為行為與態度二個部分，行為部分是針對遊客參與特定活動、設施與接受服務的次數，表現遊客多次參與的一致性；態度部分則是針對遊客情感上的偏好程度。Shoemaker and Lewis(1999)認為產生忠誠度的二個因素：1. 企業提供產品或服務的附件(贈品或附加服務)比其他的替代產品或服務更佳、2. 顧客上門再次購買。Jones and Sasser(1995)認為顧客忠誠度的衡量主要有三大方法：(1)顧客再購買意願、(2)基本行為：最近一次購買時間、購買次數、購買數量等、(3)衍生行為：公開的推薦、口碑、介紹顧客等。Griffin(1995)則認為忠誠的顧客應有下列行為：經常性重複購買、願意購買公司所提供的各種產品或

服務、願意為公司建立口碑，以及對其他業者的促銷活動無動於衷。Prus and Brandt (1995) 認為顧客滿意會驅動顧客忠誠，而且顧客忠誠包括顧客對某品牌或公司的長久關係維持的承諾，而忠誠顧客是由態度及行為的組合表現出來。態度包含再次購買或購買該公司其他產品的意圖、向他人推薦的意願及面對競爭者免疫力，行為則包括重複購買、購買該公司其他產品及向人推薦行為。廖明豐(民92)則認為忠誠度包含：1. 重遊意願、2. 推薦意願、3. 合作的態度、4. 主動參與的行為，作為忠誠度的衡量構面。由上所述，重遊意願與忠誠度的概念很近，係忠誠度的態度意圖中的再購意願。然而在許多的研究實證上，重遊意願除了態度意圖中再購的意願，還包括了行為面的重複購買、購買該公司其他產品及向他人推薦行為等。例如吳忠宏等(民93)調查玉山國家公園遊客的重遊意願，係包括下次再度光臨玉山國家公園的意願、建議親友到玉山國家公園旅遊、玉山國家公園是未來旅遊最優先考量景點；林政菽(民92)調查內灣鐵道遊客的重遊意願，係包括下次遊玩的意願、推薦親友的意願；陳冠宏(民93)調查龍門露營區遊客的重遊意願，包括下次遊玩的意願、推薦親友的意願。因此本研究重遊意願的意含，包括態度面的再度遊玩的意願與行為面的向他人推薦、旅遊時會優先選擇此景點。

由上所述，本研究將重遊意願的構面設定為(1)下次再光臨集集地區

的意願、(2)建議親友到集集地區的意願、(3)集集地區是未來旅遊最優先考量景點等三個變項進行探討及分析。

表2-6忠誠度的構面整理表

Parasuraman, Zeithmal, Berry(1984)	1. 本身的再購意願外 2. 向他人稱讚此公司 3. 向詢問的人推薦此公司 4. 鼓勵親友到此家公司消費 5. 消費時會優先選擇此公司 6. 常去此家公司消費。
Backman and Crompton (1991)	態度面：遊客情感上的偏好程度。 行為面：1. 遊客參與特定活動 2. 設施與接受服務的次數 3. 表現遊客多次參與的一致性。
Shoemaker and Lewis (1999)	1. 企業提供產品或服務的附件(贈品或附加服務)比其他的替代產品或服務更佳 2. 顧客上門再次購買。
Jones and Sasser (1995)	1. 顧客再購買意願。 2. 基本行為：最近一次購買時間、購買次數、購買數量等。 3. 衍生行為：公開的推薦、口碑、介紹顧客等。
Griffin (1995)	1. 經常性重複購買 2. 願意購買公司所提供的各種產品或服務 3. 願意為公司建立口碑 4. 對其他業者的促銷活動無動於衷。
Gronholdt, Martensen and Kristensen (2000)	1. 顧客再購意願 2. 向他人推薦的意願 3. 價格容忍度 4. 顧客交叉購買的意願(購買同一公司其他產品)。
Prus and Brandt (1995)	態度面：1. 再次購買或購買該公司其他產品的意圖 2. 向他人推薦的意願 3. 面對競爭者免疫力。 行為面：1. 重複購買 2. 購買該公司其他產品 3. 向人推薦行為。
廖明豐 (民92)	1. 重遊意願 2. 推薦意願 3. 合作的態度 4. 主動參與的行為。

註：本研究整理

2.5 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關研究

在遊憩市場定位中，歐聖榮、張集毓(民84)曾對各遊憩區(阿里山、亞歌花園、溪頭、墾丁)的滿意度和重遊意願作相關分析，結果證明兩者間的相關程度十分顯著，即表示不論在哪一種類型的遊樂區，其重遊意願和滿意度之間的關係是明顯存在，且兩者呈現正相關。

蔡伯勳(民75)研究發現獅頭山風景遊憩區遊客因其不同之年齡、教育程度、同伴性質、以前活動經驗、遊憩停留時間、金錢花費及重遊意願等因素之影響，而對遊憩需求及認知有顯著差異，並將影響其遊憩滿意度。

葉茂生(民90)在澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究中顯示遊客對海域遊憩活動環境屬性的重視度與滿意度之間有顯著相關，並且遊客對海域遊憩活動的總滿意度與重遊意願之間有顯著相關，且呈正相關。

陳桓敦(民91)在臺灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究，調查分析結果顯示，遊客對於休閒旅館的滿意度越高，其重遊率也越高。休閒旅館本身的住宿設備、規模大小、旅館週邊的自然資源及活動，為影響遊客遊憩滿意度的三項重要因素。

王偉哲(民86)研究結果指出休閒農場遊客之遊憩動機為，「遠離人

群，接近大自然」、「緩和自己的工作壓力，抒解精神」、「增加家人相處機會，促進親密關係」等三項動機，顯示國人前往休閒農場之動機仍是以接近大自然為主要訴求。而且也發現遊客動機與滿意度具有顯著相關及遊客之體驗內容與滿意度具有顯著相關性。

陳昭蓉(民85)針對台北市民分析影響鄰里公園滿意度之因素，研究結果顯示使用動機不同，其整體滿意度亦不同。使用動機中，以遊戲玩耍者的滿意度最高；而以帶小孩來玩者之滿意度最低。其並分析使用者對環境因子滿意度，結果顯示「公園的視覺美感程度」對整體滿意度的影響最大，其次分別為「休憩性設施」、「公園的環境衛生情形」、「公園的面積大小」、「運動及遊戲設施」、「設施的安全性」、「可資自由活動的空間」、「損壞物的維修情形」。且性別、年齡、職業、教育程度、家庭平均所得、居住特性、使用頻率、使用時段與鄰里公園使用動機具有相關性。

曾明媛(民93)研究結果顯示在椰林溫泉餐廳遊客動機中，以增進家人或朋友的感情為最多、排除生活壓力及焦慮、欣賞溫泉餐飲區週邊的自然景色。透過逐步迴歸分析，得知顧客滿意度與忠誠度的再度重遊之影響有兩個重要因素構面，為實際體驗的溫泉餐飲區的空間品質與動機問項中的治療因素。

賴福瑞(民93)研究結果顯示，金針山休閒農業區的遊客特性不同，將會影響遊客旅遊動機、體驗及滿意度。且遊客的教育程度及個人月所得的不同，均會造成整體滿意度的差異。

方幸君(民93)研究結果顯示到高雄市觀光的遊客主要參與動機為舒解壓力、欣賞風景或與家人共聚，因此最常一同出遊者為家人或親戚，約有45%受訪遊客表示對該景點滿意，約60%願意重遊或主動推薦給他人。而且部份遊客背景或參與行為確實會影響其對觀光意象的認知。觀光意象認知與其對遊憩品質因素重視程度、滿意程度及重遊意願間確實存在顯著相關。

吳忠宏等(民93)，利用重要-表現程度分析法(IPA)，以行前期望-實際體驗矩陣分析表來探討玉山國家公園遊客對服務設施之滿意度，而為探討服務設施之行前期望-實際體驗對玉山國家公園重遊意願之影響則採多元迴歸分析法，研究結果顯示重遊意願和滿意度之間的關係是明顯存在，且兩者呈現正相關。

吳政謀(民94)研究結果顯示奔放主題運動館會員對運動健身俱樂部參與行為的服務品質、滿意度與忠誠度之間有顯著相關，且呈正相關。

邱博賢(民92)針對宜蘭地區休閒農場遊客，發現遊憩滿意度與觀光意象(認知與情感)、重遊意願間大多有顯著相關亦即對於休閒農場滿意度之高低，其主題意象塑造會影響遊客印象的深刻度與是否鮮明；遊客的情緒也會影響滿意度評價；在重遊意願的程度上也受滿意度影響。

林政菽(民92)以內灣鐵道旅遊為研究主題，針對參與遊客探討吸引力、遊客滿意度與重遊意願之間關係，研究顯示1. 遊客的特性與遊憩經驗會影響遊客對鐵道特色的吸引力、2. 遊客的滿意程度與重遊意願與推薦意願呈現顯著正向關係。

綜合上述研究，本研究發現旅遊動機、滿意度與重遊意願三者之間關係，並且發現有些學者會將滿意度分為行前期望與實際體驗，而旅遊動機與行前期望有正相關、滿意度與重遊意願有正相關。建立假設：假設三、遊客對服務設施的行前期望與實際體驗間有差異及假設四、遊客對服務設施的實際體驗與重遊意願間有相關。

表2-7 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關研究

學者	研究名稱	三者之關係
歐聖榮、張集毓 (民84)	遊憩區市場定位之研究	滿意度對重遊意願有顯著的正向影響。
蔡伯勳 (民75)	遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景遊憩區實例調查	遊憩滿意度對重遊意願有顯著的正向影響。
葉茂生 (民90)	澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究	總滿意度對重遊意願有顯著的正向影響。
王偉哲 (民86)	遊客對休閒農業之認知與體驗之研究	遊客動機對滿意度有顯著的正向影響。
陳昭蓉 (民85)	鄰里公園使用者滿意度影響因素之探討	旅遊動機對整體滿意度有顯著的正向影響。
賴福瑞 (民93)	遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究—以金針山休閒農業區為例	旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響。
曾明媛 (民93)	紗帽山溫泉餐廳服務品質影響遊客滿意度及忠誠度之研究—以椰林溫泉餐廳為例	遊客動機對忠誠度有顯著的正向影響，且顧客滿意度對忠誠度有顯著的正向影響。
方幸君 (民93)	高雄市觀光意象與遊憩品質因素重要性及績效表現認知之研究	滿意程度對重遊意願有顯著的正向影響。
林政菽 (民92)	內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究	滿意程度對重遊意願有顯著的正向影響。
吳忠宏等 (民93)	玉山國家公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究	旅遊動機對滿意度有顯著的正向影響，且滿意度對重遊意願、有顯著的正向影響。
吳政謀 (民94)	運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究—以奔放主題運動館為例	滿意度對忠誠度有顯著的正向影響。
邱博賢 (民92)	觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究—以宜蘭地區四大休閒農場為例	滿意度對重遊意願有顯著的正向影響。

註：本研究整理

第三章研究方法

本章之主要內容研究架構、研究假設、研究方法及研究限制等四部份。

3.1 研究架構

本研究基於上述之研究理論，擬定以下研究架構(如圖 3-1)亦即：遊客因其基本資料不同，會有不同的旅遊動機；然後對服務設施(公共設施、遊憩設施、解說設施)產生行前期望，在使用服務設施得到實際體驗，亦即得知其滿意度，再進而探討其對集集地區的重遊意願。本研究係以此架構，對集集地區遊客的基本資料加以分析，以瞭解旅遊動機、滿意度與重遊意願之關係。

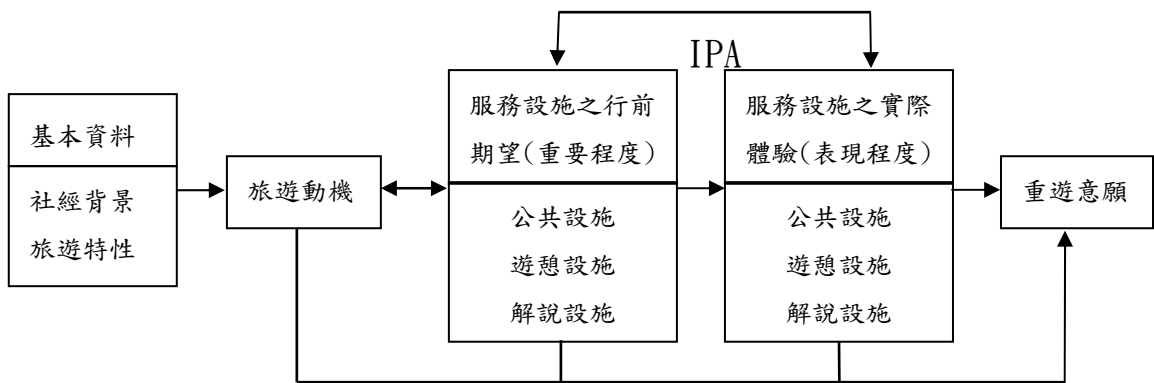


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究假設

根據文獻回顧的整理，本論文研究目的與假設如下：

目的一、瞭解遊客社經背景、旅遊特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗與重遊意願。

目的二、瞭解遊客社經背景、旅遊特性與其旅遊動機之關係。

目的三、瞭解遊客旅遊動機與行前期望之關係。

目的四、以重要-表現程度分析法(IPA,Importance-Performance Analysis)

分析遊客之行前期望、實際體驗，來擬定服務設施之管理策略。

目的五、瞭解遊客之實際體驗與對集集地區重遊意願之迴歸分析。

假設一：遊客之基本資料不同，其旅遊動機亦不相同。

假設二、遊客之旅遊動機與對服務設施的行前期望有相關。

假設三、遊客對服務設施的行前期望與實際體驗間有差異。

假設四、遊客對服務設施的實際體驗與重遊意願間有相關。

3.3 研究方法

3.3.1 問卷設計

在問卷設計方面，本研究架構仍根據文獻回顧及專家學者意見設計

前測問卷，之後針對集集地區遊客做實地訪查，找出契合本研究之變項，並請專家學者做最後的修正。問卷內容分為遊客服務設施行前期望(重要程度)與實際體驗(表現程度)、旅遊動機、重遊意願、遊客之個人特性等四部份。本問卷的測量尺度乃依個人社經背景採類別尺度，旅遊動機、行前期望、實際體驗與重遊意願部份，由極不滿意/不滿意/無意見/滿意/非常滿意/，分別賦予1至5分。問卷詳細內容如下：

(1)行前期望/實際體驗

包括集集支線火車、停車場、廁所、人車分道設施、垃圾桶、公路與步道護欄、步道、醫療救護設施、照明設施、指示牌或標示牌、餐飲設施、住宿設施、古蹟遺址、休憩場所、解說手冊、解說牌、自導式自行車道、展示設施、戶外解說服務、遊客服務中心。

(2)旅遊動機

包括接近與體驗大自然、登山健行、野餐休憩、避開都市吵雜的生活環境、鬆弛身心、運動健身、體驗集集支線火車之旅、參觀歷史遺跡、慕名而來滿足好奇心、尋找心靈的寧靜、從事森林浴、體驗懷舊的氣氛、為了出去走走、欣賞鄉野的自然田園景色、增廣見聞，充實知識。

(3)重遊意願

包括下次再光臨集集地區的意願、建議親友到集集地區的意願、集

集地區是未來旅遊最優先考量景點、集集地區的整體滿意度。

(4)遊客之個人特性

包括性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入、婚姻狀況、遊伴性質、交通工具、居住地、出遊頻率、風景區遊玩頻率、風景區類型、旅遊資訊、出遊是否事先計畫。

3.3.2 抽樣方式

本次調查工作以集集地區內，集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、武昌宮、特有生物保育中心、明新書院等遊憩點之遊客為受訪對象，以人員發放問卷方式，抽樣的方法採便利抽樣法，抽樣期間為民國九十四年八月一日至十月三十一日，回收問卷為 440 份，扣除回答不完整之廢卷 54 份，共計有效問卷 386 份。

3.3.3 資料分析

在資料分析方面，遊客之社經背景、旅遊特性、行前期望及實際體驗，採用頻次分析及平均值分析。旅遊動機之因素構面則以因素分析做探討。遊客之基本資料對旅遊動機之差異，採獨立 t 檢定及 One-ANOVA。行前期望與實際體驗間之差異，採配對樣本 t 檢定。旅遊動機與行前期望之關係及滿意度與重遊意願之關係，採 Pearson 相關分析方法。最後利用重要-表現程度分析法(IPA)，以行前期望-實際體驗矩陣分析表來探

討集集地區遊客對服務設施之滿意度。而為探討遊客基本資料、參觀動機、服務設施之行前期望、服務設施之實際體驗對集集地區重遊意願之影響，則採多元迴歸分析法。

3.3.4 研究限制

1. 本研究受限於研究者的人力、財力、時間及其他因素，故無法作一完善且周延的深入調查，問卷施測期間為民國九十四年八月一日至十月三十一日，所調查結果僅能顯示這段期間遊客至集集地區的旅遊動機、滿意度與重遊意願的狀況，並不能據此全面推論為遊客至集集地區整年度的旅遊動機、滿意度與重遊意願的狀況。而且只選定其中的六個據點，未能於集集地區所有觀光景點作全面性的抽樣調查，但其實每個景點都具有集集地區旅遊動機、滿意度與重遊意願之代表性。

2. 本研究由於問卷設計問項較多，顧慮到遊客答題意願，故在行前期望/實際體驗、旅遊動機及重遊意願之設計，僅以五點尺度作衡量。

3. 本研究的假設前提，是所有的受訪者對問卷題目的認知與度量都是一致的，但實際上各個受訪者，對於相同的問題可能會有不同認知與標準；或部分訪員於臨場時未能完整表達問卷題項於受訪者，皆會使得研究結果產生反應誤差的現象。

第四章研究結果與討論

4.1 受訪者社經背景與旅遊特性

在受訪者之基本資料方面，受訪遊客男女約各占一半：年齡以 21~30 歲較多，佔 60.6%，由此可見到集集地區遊玩，以年青族群為主：教育程度以大專院校較多，佔 66.6%：職業則以工、商業、服務業較多，約占全部人數的一半：婚姻狀況則以未婚較多，佔 78.2%：月收入以目前是學生，無固定收入較多，佔 32.1%：居住地則以中部較多，佔 41.5%，由研究結果得知，集集地區主要遊客為當地居民或鄰近地區為主：集集旅遊的次數則以 4 次以上較多，佔 34.2%，故遊客主要以重遊者為主：遊伴以朋友、同事、同學較多，佔 68.4%：到集集遊玩則以事先計畫較多，佔 58.5%：旅遊地的訊息來源以朋友介紹較多，佔 43.8%：利用假日出遊的頻率以每月一次較多，佔 44.3%：每年到風景區遊玩的次數以 1~4 次較多，佔 51.8%：交通工具以自行開車較多，佔 62.4%：遊玩的風景區類型，以自然資源較多，佔 74.9%。

表 4-1 遊客樣本基本資料分析結果

基本資料	項別	人數	百分比(%)
性 別	男	186	48.2
	女	200	51.8
年 齡	20 歲以下	70	18.1
	21~30 歲	234	60.6
	31~40 歲	60	15.5
	41 歲以上	22	5.8
教育程度	高中(職)以下	95	24.6
	大專院校	257	66.6
	研究所以上	34	8.8
職 業	學生	154	39.9
	軍公教	40	10.4
	工、商業、服務業	177	45.9
	無(退休人員、家庭主婦、待業)	15	3.8
婚姻狀況	未婚	302	78.2
	已婚	84	21.8
月所得	目前是學生，無固定收入	124	32.1
	2 萬元以下	56	14.5
	2 萬零 1 元~3 萬元	79	20.5
	3 萬零 1 元~4 萬元	65	16.8
	4 萬零 1 元~5 萬元	32	8.3
	5 萬零 1 元以上	30	7.8
居住地區	北部	121	31.3
	中部	160	41.5
	南部	99	25.6
	東部	6	1.6

註：本研究整理

表 4-2 遊客到集集遊玩傾向敘述統計分析

遊玩傾向	類別	人數	百分比(%)
集集遊玩過幾次	1 次	92	23.8
	2 次	106	27.5
	3 次	56	14.5
	4 次以上	132	34.2
旅遊的伴侶為何	家人、親戚	118	30.6
	朋友、同事、同學	264	68.4
	其它(旅行團成員、沒有)	4	1.0
集集遊玩是計畫或臨時起意	計畫	226	58.5
	臨時起意	160	41.5
主要獲得集集地區相關資訊來源	平面媒體	54	14.0
	有聲媒體	44	11.4
	網路	66	17.1
	朋友介紹	169	43.8
	剛好路過	53	13.7

註：本研究整理

表 4-3 遊客休閒生活特性敘述統計分析結果

休閒生活特性	類別	人數	百分比(%)
利用假日出遊的頻率次數	每年一次	23	6.0
	半年一次	48	12.4
	每季一次	101	26.2
	每月一次	171	44.3
	每週一次	43	11.1
每年到風景區遊玩的次數	1~4 次	200	51.8
	5~10 次	122	31.6
	10 次以上	64	16.6
搭乘何種交通工具	自行開車	241	62.4
	搭火車	61	15.8
	騎機車	51	13.3
	客運、遊覽車	33	8.5

表 4-3 遊客休閒生活特性敘述統計分析結果(續)

休閒生活特性	類別	人數	百分比(%)
較喜歡去遊玩的風景區類型	自然資源	289	74.9
	人文資源	27	7.0
	人造景觀	53	13.7
	機械遊憩設施	17	4.4

註：本研究整理

在受訪者旅遊動機方面，集集地區受訪者旅遊動機方面，本研究發現，至集集地區之受訪者其旅遊動機前 5 項分別為「鬆弛身心(4.17)」、「為了出去走走(4.14)」、「欣賞鄉野的自然田園景色(4.03)」、「接近與體驗大自然(4.02)」、「避開都市吵雜的生活環境(3.82)」。

表 4-4 受訪者之旅遊動機統計表

變項	平均值	標準差	排序
1. 接近與體驗大自然	4.02	0.73	4
2. 登山健行	3.60	0.83	12
3. 野餐休憩	3.63	0.82	11
4. 避開都市吵雜的生活環境	3.82	1.01	5
5. 鬆弛身心	4.17	0.69	1
6. 運動健身	3.69	0.85	10
7. 體驗集集支線火車之旅	3.75	0.86	8
8. 參觀歷史遺跡	3.71	0.77	9
9. 慕名而來滿足好奇心	3.50	0.93	13
10. 尋找心靈的寧靜	3.46	0.98	14
11. 從事森林浴	3.40	0.94	15
12. 體驗懷舊的氣氛	3.80	0.82	6
13. 為了出去走走	4.14	0.69	2
14. 欣賞鄉野的自然田園景色	4.03	0.78	3
15. 增廣見聞，充實知識	3.79	0.86	7

註：強弱分數之評點範圍從「1」表示非常弱到「5」表示非常強。

而在受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗之方面，本研究發現，就行前期望而言：在公共設施部份，需求最高者為步道(平均值 3.79)，可能是因為戶外踏青為主，遊客到集集地區主要為踏青、戶外休閒，故對步道的期望為最高，其次為集集支線火車(平均值 3.76)，最低者為醫療救護設施(平均值 3.43)。在遊憩設施部份，需求最高者為休憩場所(平均值 3.96)，其次為指示牌或標示牌(平均值 3.84)，最低者為住宿設施(平均值 3.45)。在解說設施部份，需求最高者為自導式自行車道(平均值 3.68)，其次為展示設施(平均值 3.67)，最低者為遊客服務中心(平均值 3.45)。就實際體驗而言：在公共設施部份，偏好排序最高者為集集支線火車(平均值 3.58)，其次為垃圾桶(平均值 3.29)，最低者為廁所(平均值 2.81)，因此建議政府當局，對集集地區的公共廁所有待更進一步的改善，以提高遊客的滿意度。在遊憩設施部份，偏好排序最高者為休憩場所(平均值 3.73)，其次為古蹟遺址(平均值 3.57)，最低者為住宿設施(平均值 3.14)，可能是因為集集地區遊客以當地居民或鄰近地區為主，所以遊客主要為當天來回，故對住宿設施需求並不高。在解說設施部份，偏好排序最高者為解說牌(平均值 3.32)，其次為自導式自行車道(平均值 3.31)，最低者為遊客服務中心(平均值 2.94)，由此可知集集地區遊客，以自導式為主，故政府當局對解說設施要加強維護，以保持

遊客滿意度。經由配對樣本 t 檢定分析後發現，所有變項的行前期望與實際體驗都有顯著之差異，且實際體驗低於行前期望。這顯示要適度提高遊客行前期望，但若過度提高而無法滿足遊客之行前期望，則可能造成遊客成興而去，敗興而歸。

表 4-5 受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗檢定統計表

變項	行前期望		實際體驗		配對樣本 t 檢定
	平均值	標準差	平均值	標準差	
公共設施(總平均)	3.65	0.56	3.14	0.54	14.459***
1. 集集支線火車	3.76	0.63	3.58	0.73	4.110***
2. 停車場	3.66	0.82	2.92	0.99	12.156***
3. 廁所	3.67	0.85	2.81	1.01	14.081***
4. 人車分道設施	3.68	1.04	2.94	1.11	11.621***
5. 垃圾桶	3.61	0.85	3.29	0.94	6.506***
6. 公路與步道護欄	3.74	0.77	3.27	0.93	8.636***
7. 步道(人行道、自行車 步道)	3.79	0.82	3.26	0.99	9.182***
8. 醫療救護設施(集集衛 生所)	3.43	0.81	2.98	0.68	9.455***
9. 照明設施	3.53	0.74	3.20	0.64	7.535***
遊憩設施(總平均)	3.74	0.55	3.44	0.51	9.475***
1. 指示牌或標示牌	3.84	0.77	3.51	0.82	7.174***
2. 餐飲設施	3.67	0.77	3.24	0.79	9.009***
3. 住宿設施	3.45	0.73	3.14	0.59	7.975***
4. 古蹟遺址(明新書院)	3.76	0.75	3.57	0.73	4.791***
5. 休憩場所	3.96	0.73	3.73	0.82	4.898***

表 4-5 受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗檢定統計表(續)

變項	行前期望		實際體驗		配對樣本 t 檢定
	平均值	標準差	平均值	標準差	
解說設施(總平均)	3.57	0.65	3.17	0.56	10.318***
1. 解說手冊(摺頁)	3.56	0.83	3.16	0.79	8.178***
2. 解說牌	3.60	0.82	3.32	0.81	5.597***
3. 自導式自行車道	3.68	0.86	3.31	0.90	7.347***
4. 展示設施	3.67	0.76	3.30	0.81	7.490***
5. 戶外解說服務	3.46	0.82	2.98	0.78	9.658***
6. 遊客服務中心(尚未建設)	3.45	0.91	2.94	0.66	10.758***

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$ 。

關於受訪者之重遊意願，本研究發現整體滿意度相當高(總平均值 3.60)。其中又以建議親友到集集地區的意願為最高(總平均值 3.93)，其次為下次再光臨集集地區的意願(總平均值 3.83)。

表 4-6 受訪者之旅遊重遊意願統計表(n=386)

重遊意願變項	平均值	標準差	排序
下次再光臨集集地區的意願	3.83	0.76	2
建議親友到集集地區的意願	3.93	0.78	1
集集地區是未來旅遊最優先考量景點	3.33	0.91	3
集集地區的整體滿意度	3.60	0.84	

註：本研究整理

綜合以上結果達到本目的一、瞭解遊客社經背景、旅遊特性、旅遊動機、行前期望、實際體驗與重遊意願。

4.2 集集地區受訪者基本資料與旅遊動機之分析

受訪者旅遊動機共15項，經因素分析可簡化為3個因素構面，其總解

釋變異量為52.907%。以因素負荷量依序分別命名為：(1)逃避規律動機：

「避開都市吵雜的生活環境」、「登山健行」、「接近與體驗大自然」、「鬆弛身心」、「從事森林浴」、「野餐休憩」、「尋找心靈的寧靜」。(2)歷史人文動機：

「參觀歷史遺跡」、「體驗集集支線火車之旅」、「慕名而來滿足好奇心」、「增廣見聞，充實知識」、「體驗懷舊的氣氛」、「運動健身」。(3)

賞景放鬆動機：「為了出去走走」、「欣賞鄉野的自然田園景色」。

表 4-7 生活型態量表之名稱與信度

因素	變數名稱	因素負荷量	轉軸平方負荷量		因素平均數	Cronbach' s α
			特徵值	變異數百分比		
逃避 規律	避開都市吵雜的生活環境	0.752	3.497	23.312	3.73	0.81
	登山健行	0.752				
	接近與體驗大自然	0.730				
	鬆弛身心	0.643				
	從事森林浴	0.573				
	野餐休憩	0.553				
	尋找心靈的寧靜	0.485				
歷史 人文	參觀歷史遺跡	0.764	2.913	19.423	3.71	0.75
	體驗集集支線火車之旅	0.723				
	慕名而來滿足好奇心	0.635				
	增廣見聞，充實知識	0.577				
	體驗懷舊的氣氛	0.541				
	運動健身	0.480				
賞景 放鬆	為了出去走走	0.807	1.526	10.172	4.09	0.51
	欣賞鄉野的自然田園景色	0.600				
總解釋變異量 52.907%						
總信度 0.8624						
KMO=0.861 Bartlett' s Chi-square =1852.148 p=0.000						

註：本研究整理

而在基本資料與旅遊動機之差異性檢定方面，研究結果顯示(如表 4-8)，大部分選項並沒有差異，只有在性別、職業、月所得不同，會造成受訪者在賞景放鬆動機上之顯著差異。經 LSD 檢定顯示，學生較工、商業、服務業偏向以賞景放鬆為動機；3 萬零 1 元~4 萬元較 2 萬零 1 元~3 萬元及 5 萬零 1 元以上偏向以賞景放鬆為動機。綜合以上結果部分支持假設一：遊客之基本資料不同，其旅遊動機亦不相同，並達到研究目的二：瞭解遊客社經背景、旅遊特性與其旅遊動機之關係。

表 4-8 受訪者基本資料與旅遊動機之差異檢定表

變項	逃避規律動機	歷史人文動機	賞景放鬆動機
性別(t 值)	0.344	-0.706	-2.169*
男	3.7404	3.6846	4.0161
女	3.7193	3.7258	4.1500
年齡(F 值)	1.931	2.173	1.648
A. 20 歲以下	3.8490	3.8571	4.2071
B. 21~30 歲	3.7265	3.6724	4.0556
C. 31~40 歲	3.6762	3.7000	4.1167
D. 41 歲以上	3.5260	3.5985	3.9318
教育程度(F 值)	0.535	2.818	0.690
A. 高中(職)以下	3.7835	3.0870	4.0842
B. 大專院校	3.7087	3.6887	4.1012
C. 研究所以上	3.7353	3.5539	3.9706
職業	0.946	0.833	3.014*
A. 學生	3.7783	3.7554	4.1916
B. 軍公教	3.6536	3.6208	4.0875
C. 工、商業、服務業	3.6941	3.6893	3.9915
D. 無(退休人員、家庭主婦、待業)	3.8476	3.6222	4.1000
LSD test			A>C

表 4-8 受訪者基本資料與旅遊動機之差異檢定表(續)

變項	逃避規律動機	歷史人文動機	賞景放鬆動機
婚姻狀況(t 值)	0.115	-0.043	0.138
未婚	3.7313	3.7053	4.0877
已婚	3.7228	3.7085	4.0774
月所得(F 值)	1.078	1.283	2.258*
A. 目前是學生，無固定收入	3.8134	3.7782	4.2056
B. 2 萬元以下	3.6939	3.7113	4.1071
C. 2 萬零 1 元~3 萬元	3.6835	3.6878	4.0063
D. 3 萬零 1 元~4 萬元	3.7560	3.5872	4.0154
E. 4 萬零 1 元~5 萬元	3.6652	3.7917	4.1250
F. 5 萬零 1 元以上	3.5429	3.4833	3.8250
LSD test			D>C>F
居住地區(F 值)	1.258	1.489	0.753
A. 北部	3.6753	3.6598	4.1322
B. 中部	3.7750	3.7073	4.0625
C. 南部	3.7027	3.7340	4.0505
D. 東部	4.0476	4.1389	4.3333

註：*表 $p < 0.05$ 。

4.3 集集地區受訪者旅遊動機與服務設施行前期望之相關分析

此部份乃針對受訪者旅遊動機之逃避規律、歷史人文、賞景放鬆等三個動機因素構面與服務設施之公共設施、遊憩設施、解說設施之行前期望進行相關分析(correlation analysis)。由表 4-9 相關分析得知大部分動機題項呈顯著正相關。

綜合以上結果支持假設二：遊客之旅遊動機與對服務設施的行前期望有相關，並達到本研究目的三：瞭解遊客旅遊動機與行前期望之關係。

表 4-9 旅遊動機與服務設施行前期望之相關分析表

變項	逃避規律動機	歷史人文動機	賞景放鬆動機
公共設施			
1. 集集支線火車	0.124**	0.161**	0.035
2. 停車場	0.131**	0.121**	0.081
3. 廁所	0.173**	0.140**	0.087*
4. 人車分道設施	0.235**	0.122**	0.133**
5. 垃圾桶	0.154**	0.116*	0.124**
6. 公路與步道護欄	0.157**	0.103*	0.139**
7. 步道(人行道、自行車步道)	0.177**	0.165**	0.144**
8. 醫療救護設施(集集衛生所)	0.200**	0.179**	0.112*
9. 照明設施	0.178**	0.233**	0.072
遊憩設施			
10. 指示牌或標示牌	0.142**	0.191**	0.146**
11. 餐飲設施	0.187**	0.156**	0.096*
12. 住宿設施	0.221**	0.256**	0.123**
13. 古蹟遺址(明新書院)	0.223**	0.273**	0.114*
14. 休憩場所	0.307**	0.311**	0.169**
解說設施			
15. 解說手冊(摺頁)	0.164**	0.161**	0.133**
16. 解說牌	0.137**	0.156**	0.096*
17. 自導式自行車道	0.279**	0.235**	0.158**
18. 展示設施	0.222**	0.254**	0.205**
19. 戶外解說服務	0.197**	0.213**	0.075
20. 遊客服務中心(尚未建設)	0.211**	0.131**	0.133**

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ 。

4.4 集集地區受訪者行前期望與實際體驗關係

本研究應用 IPA 將集集地區受訪者行前期望視為重要程度，實際體驗視為表現程度來進行分析，以探討集集地區之經營績效。以行前期望

(重要程度)為橫軸(X軸)，實際體驗(表現程度)為縱軸(Y)，再各依其總平均值切割為 A、B、C、D 四個象限，A 象限表示重要程度與表現程度皆高，落在此象限的屬性應繼續保持；B 象限表示重要程度低而表現程度高，落在此象限的屬性為供給過度；C 象限表示重要程度與表現程度皆低，落在此象限的屬性優先順序較低；D 象限表示重要程度高但表現程度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善重點。(余幸娟，民 89；顏文甄，民 90)詳見圖 4-1。

表現程度 平均值	B 象限 (供給過度)	A 象限 (繼續保持)
	C 象限 (優先順序低)	D 象限 (加強改善重點)
	平均值 重要程度	

圖 4-1 行前期望與實際體驗滿意度座標圖

本研究所提出的服務設施(公共設施、遊憩設施、解說設施)共 20 個變項經 IPA 分析後(詳見圖 4-2、4-3、4-4)，落在 A 象限之變項是受訪者認為集集地區表現佳者，應繼續保持；落在 B 象限之變項表示已能滿足遊客需求，不需要過度強調；落在 C 象限之變項屬於服務設施中優先順序低者。尤其在公共設施、遊憩設施、解說設施中某變項未來是否存廢，或進行改善、或全數廢除，都值得集集地區管理處加以檢討；落在 D 象

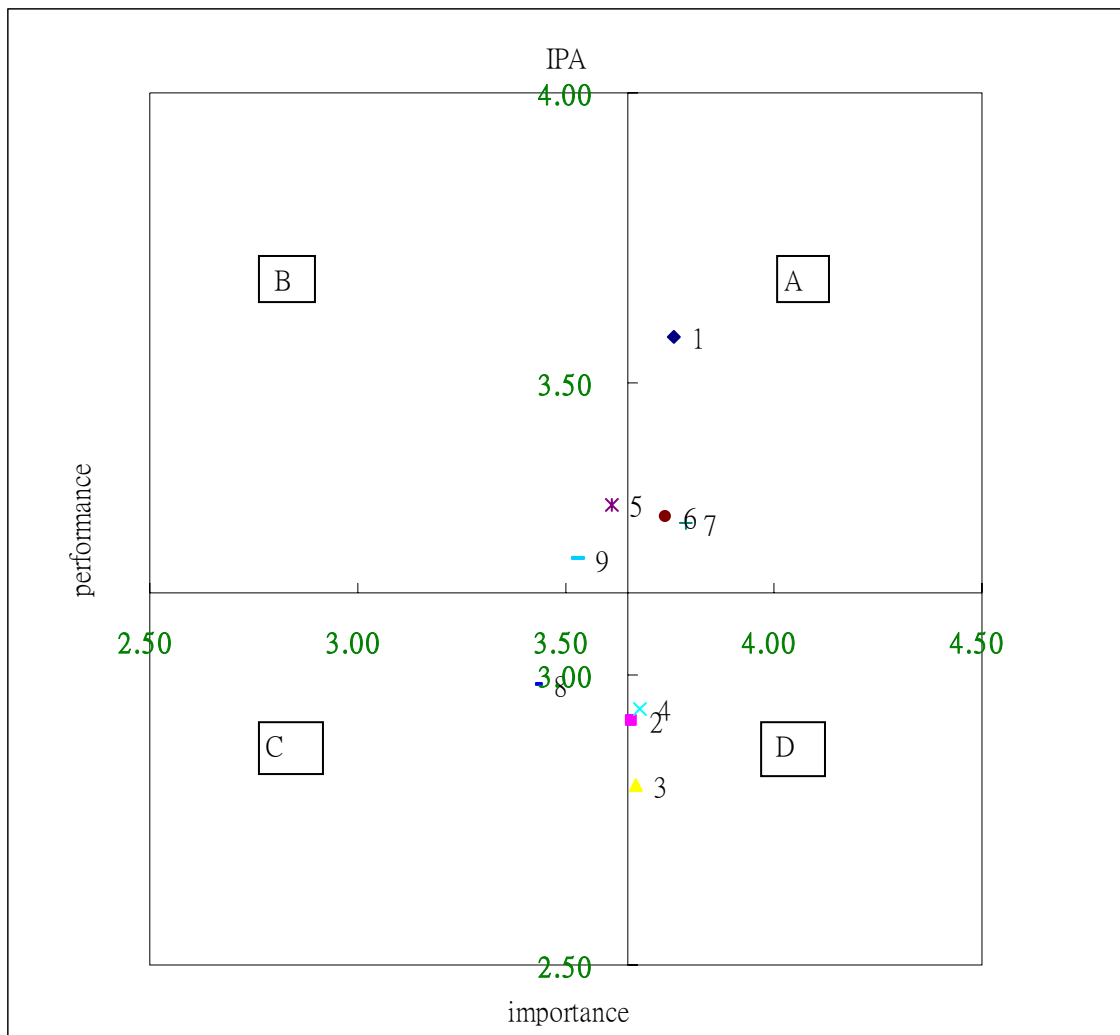
限之變項是集集地區應加強改善重點，經營管理者應立刻改進，停車場、廁所、人車分道設施，這三項是政府當局最急需改善的項目，停車場一到假日，就會嚴重不足，政府可以尋找適當的空地來增加停車位子或和民間業者合作利用私人土地來建設停車場都是不錯的提議，而廁所主要是衛生方面要加強改進，假日應該多派清潔人員多打掃環境以保持乾淨，人車分道設施方面，只有部分休憩場所有設置，未來政府在經費許可下，可以增加人車分道設施，以提高遊客的安全及滿意度。綜合以上結果支持假設三：遊客對服務設施的行前期望與實際體驗間有差異，並達到本研究目的四、以重要-表現程度分析法來擬定服務設施之管理策略。



表 4-10 四個象限所包含的題目以及建議

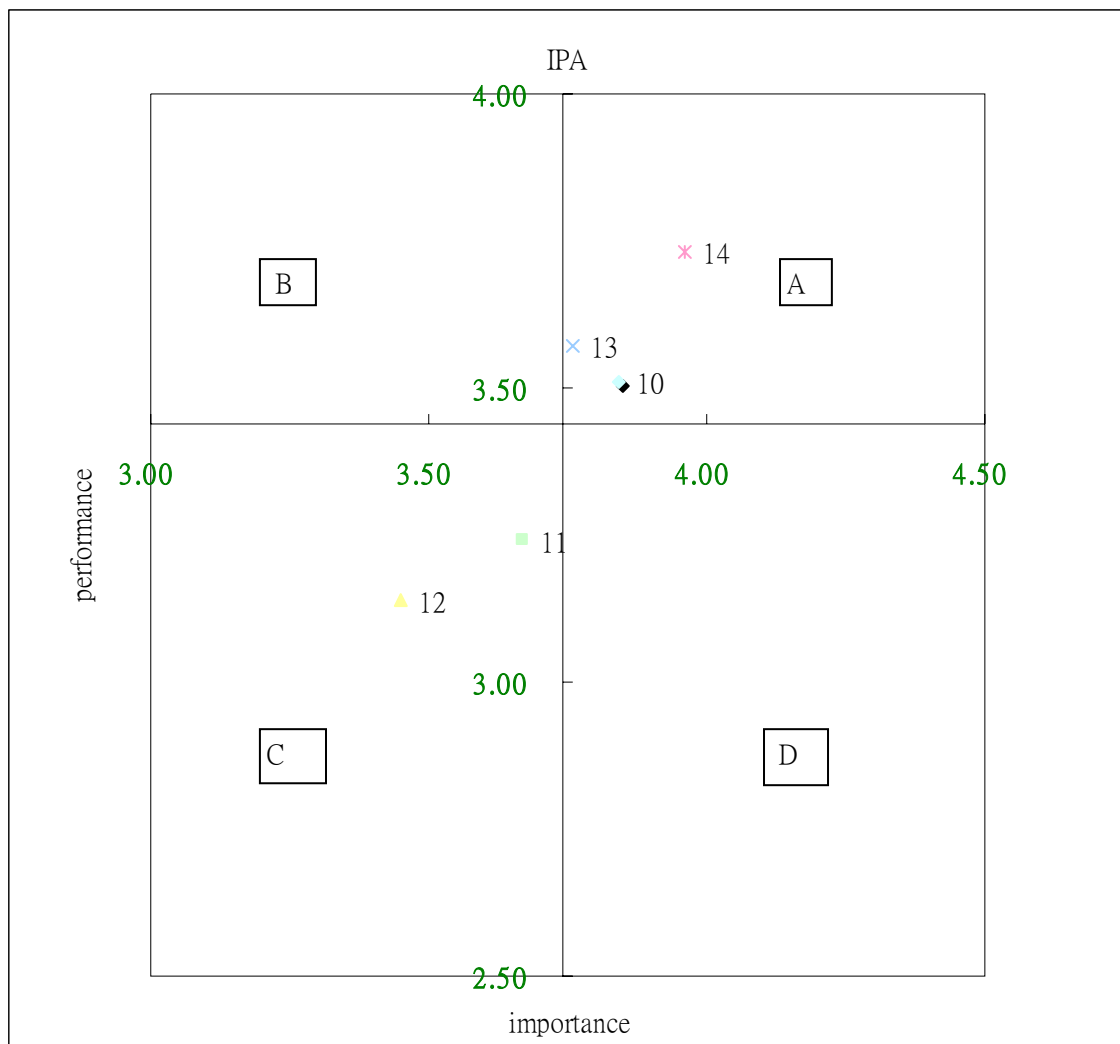
象限	建議
<p>A</p> <p>1. 集集支線火車</p> <p>6. 公路與步道護欄</p> <p>7. 步道(人行道、自行車步道)</p> <p>10. 指示牌或標示牌</p> <p>13. 古蹟遺址(明新書院)</p> <p>14. 休憩場所(集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、集集瀑布、武昌宮、特有生物保育中心)</p> <p>16. 解說牌</p> <p>17. 自導式自行車道</p> <p>18. 展示設施</p>	<p>繼續保持區</p>
<p>B</p> <p>5. 垃圾桶</p> <p>9. 照明設施</p>	<p>過度努力區</p>
<p>C</p> <p>8. 醫療救護設施(集集衛生所)</p> <p>11. 餐飲設施</p> <p>12. 住宿設施</p> <p>15. 解說手冊(摺頁)</p> <p>19. 戶外解說服務</p> <p>20. 遊客服務中心(尚未建設)</p>	<p>無差異區</p>
<p>D</p> <p>2. 停車場</p> <p>3. 廁所</p> <p>4. 人車分道設施</p>	<p>加強改善區</p>

註：本研究整理



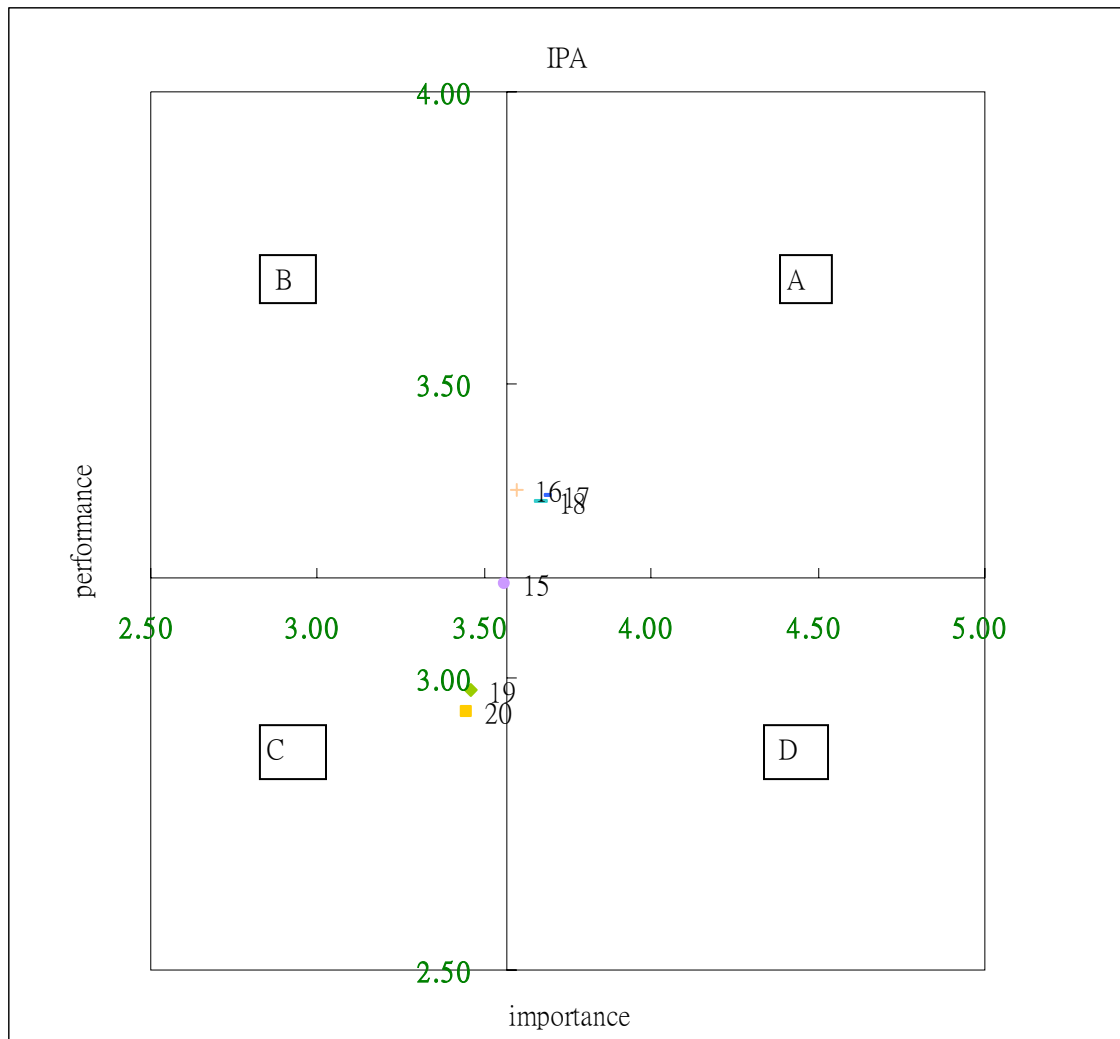
1. 集集支線火車 2. 停車場 3. 廁所 4. 人車分道設施 5. 垃圾桶 6. 公路與步道護欄 7. 步道(人行道、自行車步道) 8. 醫療救護設施(集集衛生所) 9. 照明設施

圖 4-2 公共設施 IAP



10. 指示牌或標示牌 11. 餐飲設施 12. 住宿設施 13. 古蹟遺址(明新書院) 14. 休憩場所(集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、集集瀑布、武昌宮、特有生物保育中心)

圖 4-3 遊憩設施 IAP



15. 解說手冊(摺頁) 16. 解說牌 17. 自導式自行車道 18. 展示設施
 19. 戶外解說服務 20. 遊客服務中心(尚未建設)

圖 4-4 解說設施 IAP

4.5 集集地區受訪者服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析

此部分乃針對公共設施、遊憩設施、解說設施之實際體驗與受訪者重遊意願之四個變項進行探討(如表 4-11)。受訪者對集集地區服務設施

之各變項與「下次再光臨集集地區的意願」皆呈現顯著正相關；與「建議親友到集集地區的意願」則除了在公共設施中之醫療救護設施不具相關之外，其餘之變項皆呈現顯著正相關；與「集集地區是未來旅遊最優先考量景點」則除了在公共設施中之停車場不具相關之外，其餘之變項皆呈現顯著正相關；與「集集地區的整體滿意度」也是皆呈現顯著正相關。綜合以上結果支持假設四：遊客對服務設施的實際體驗與重遊意願間有相關，並達到本研究目的五：瞭解遊客之實際體驗與對集集地區重遊意願之關係。

表 4-11 服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析表

變項	下次再光臨集集地區的意願	建議親友到集集地區的意願	集集地區是未來旅遊最優先考量景點	集集地區的整體滿意度
公共設施				
1. 集集支線火車	0.265**	0.244**	0.155**	0.255**
2. 停車場	0.160**	0.172**	0.099	0.153**
3. 廁所	0.149**	0.142**	0.180**	0.231**
4. 人車分道設施	0.277**	0.253**	0.202**	0.340**
5. 垃圾桶	0.168**	0.164**	0.170**	0.169**
6. 公路與步道護欄	0.209**	0.217**	0.144**	0.259**
7. 步道(人行道、自行車步道)	0.282**	0.243**	0.221**	0.355**
8. 醫療救護設施(集集衛生所)	0.146**	0.088	0.127*	0.191**
9. 照明設施	0.163**	0.173**	0.187**	0.178**

表 4-11 服務設施實際體驗與重遊意願之相關分析表(續)

變項	下次再光臨集集地區的意願	建議親友到集集地區的意願	集集地區是未來旅遊最優先考量景點	集集地區的整體滿意度
遊憩設施				
10. 指示牌或標示牌	0.232**	0.256**	0.169**	0.232**
11. 餐飲設施	0.254**	0.244**	0.180**	0.256**
12. 住宿設施	0.208**	0.228**	0.221**	0.186**
13. 古蹟遺址(明新書院)	0.326**	0.280**	0.268**	0.280**
14. 休憩場所	0.336**	0.357**	0.315**	0.393**
解說設施				
15. 解說手冊(摺頁)	0.285**	0.241**	0.159**	0.191**
16. 解說牌	0.197**	0.216**	0.141**	0.191**
17. 自導式自行車道	0.312**	0.278**	0.179**	0.337**
18. 展示設施	0.284**	0.299**	0.147**	0.350**
19. 戶外解說服務	0.268**	0.265**	0.205**	0.231**
20. 遊客服務中心(尚未建設)	0.136**	0.172**	0.127*	0.172**

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ 。

4.6 集集地區受訪者重遊意願之迴歸分析

為了探討集集地區受訪者重遊意願的影響因子，並試圖找出對於重遊意願的最強預測變項，因此使用多元迴歸分析中的逐步分析法進行之。此部份以重遊意願四個變項做為依變項；以受訪者旅遊動機、服務設施之行前期望、服務設施之實際體驗為自變項共 20 個。在進行迴歸分析前，先進行迴歸分析的基本假設檢定，即殘差值無自我相關及自變項無線性重合(multicollinearity)的檢定。經以實證資料分析，得出

Durbin-Watson 值為 1.939，在 2 左右，顯示沒有違反殘差值獨立的假設；每個自變數的變異數波動因數(Variance inflation factor, VIF)值均小於 3，故無線性重合問題。因此，本研究將 20 個自變項分別和 4 個依變項進行多元迴歸分析，所得之四條迴歸模式，皆達到 1%的顯著水準(詳如表 4-12)茲分述如下：

表 4-12 受訪者對集集地區重遊意願影響因素分析表

	自變項	Y1 下次 光臨集 集的意 願	Y2 建議 親友至 集集旅 遊	Y3 集集 是未來 優先考 量	Y4 整體 滿意度
旅遊 動機	1 逃避規律動機	0.288**	0.133**	0.156**	0.172**
	2 歷史人文動機	0.097**	0.241**	0.298**	0.180**
	3 賞景放鬆動機	0.008	0.038	-0.071	-0.029
公共 設施 行前 期望	1. 集集支線火車	-0.040	0.016	-0.143	-0.023
	2. 停車場	0.019	-0.007	-0.013	0.049
	3. 廁所	0.120	0.078	0.039	0.009
	4. 人車分道設施	0.010**	0.095**	0.130**	-0.025
	5. 垃圾桶	-0.010	0.046	-0.037	-0.063
	6. 公路與步道護欄	0.074	-0.021	-0.037	-0.003
	7. 步道(人行道、自行車步道)	-0.091	-0.013	0.007	-0.030
	8. 醫療救護設施(集集衛生所)	-0.024	-0.048	-0.051	-0.032
	9. 照明設施	-0.070	-0.054	0.081**	0.026
遊憩 設施 行前 期望	10. 指示牌或標示牌	0.056	0.047	0.014	0.091
	11. 餐飲設施	0.005	0.046	-0.004	-0.009
	12. 住宿設施	0.059	0.038	0.007	0.016
	13. 古蹟遺址(明新書院)	0.005	0.040	0.089	0.111
	14. 休憩場所	-0.043*	-0.028*	0.018*	-0.026

表 4-12 受訪者對集集地區重遊意願影響因素分析表(續)

	自變項	Y1 下次 光臨集 集的意 願	Y2 建議 親友至 集集旅 遊	Y3 集集 是未來 優先考 量	Y4 整體 滿意度
解說 設施 行前 期望	15. 解說手冊(摺頁)	0.088	0.052	0.070	-0.082
	16. 解說牌	-0.058	0.002	0.085	0.049
	17. 自導式自行車道	-0.060	-0.118	-0.142	-0.064
	18. 展示設施	-0.058	-0.185	-0.066	-0.038
	19. 戶外解說服務	0.038	0.058	-0.011	-0.014
	20. 遊客服務中心(尚未建設)	0.033	0.043	0.009	-0.011
公共 設施 實際 體驗	1. 集集支線火車	0.076**	0.054**	0.028	0.049**
	2. 停車場	-0.020	-0.010	-0.075	-0.041
	3. 廁所	0.006	0.023	0.110	0.128*
	4. 人車分道設施	0.122*	0.114*	0.079	0.172**
	5. 垃圾桶	-0.033	-0.033	0.027	-0.046
	6. 公路與步道護欄	-0.077	-0.001	-0.105	-0.102
	7. 步道(人行道、自行車步道)	0.048*	-0.027	0.085*	0.145**
	8. 醫療救護設施(集集衛生所)	-0.038	-0.119	-0.027	0.012
	9. 照明設施	0.004	0.052	0.009*	-0.042
遊憩 設施 實際 體驗	10. 指示牌或標示牌	0.055	0.055	-0.023	-0.007
	11. 餐飲設施	0.066	0.049	0.025	0.074
	12. 住宿設施	-0.052	0.005*	0.046*	-0.026
	13. 古蹟遺址(明新書院)	0.071**	0.005	0.008*	-0.069
	14. 休憩場所	0.125**	0.148**	0.184**	0.208**
解說 設施 實際 體驗	15. 解說手冊(摺頁)	0.104**	0.015	-0.030	0.030
	16. 解說牌	-0.058	0.003	0.012	-0.048
	17. 自導式自行車道	0.015**	-0.027*	-0.075	0.009**
	18. 展示設施	0.073*	0.158*	-0.009	0.147**
	19. 戶外解說服務	0.101	0.074	0.098	0.031
	20. 遊客服務中心(尚未建設)	-0.045	0.000	0.015	0.002
	調整後 R ²	0.297	0.284	0.264	0.295
	F-Value	4.779**	4.557**	4.214**	4.754**

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ 。

1. 對下次再光臨集集地區的意願而言：逃避規律動機、歷史人文動機，對「人車分道設施」、「休憩場所」之行前期望，對「集集支線火車」、「人車分道設施」、「步道(人行道、自行車步道)」、「古蹟遺址(明新書院)」、「休憩場所」、「解說手冊(摺頁)」、「自導式自行車道」、「展示設施」之實際體驗等 12 項自變項具有顯著影響，聯合解釋變異量(調整後 R^2) 為 0.297，亦即此迴歸模式可解釋下次再光臨集集地區的意願的 29.5%。F 值為 4.779，達 1% 的顯著水準。「逃避規律動機(0.288)」對下次再光臨集集地區的意願有最強的正向影響，表示受訪者逃避規律動機越高者對下次再光臨集集地區的意願也越高。

2. 對建議親友到集集地區旅遊而言：逃避規律動機、歷史人文動機，對「人車分道設施」、「休憩場所」之行前期望，對「集集支線火車」、「人車分道設施」、「住宿設施」、「休憩場所」、「自導式自行車道」、「展示設施」之實際體驗等 10 項自變項具有顯著影響，聯合解釋變異量(調整後 R^2) 為 0.284，亦即此迴歸模式可解釋下次再光臨集集地區的意願的 28.4%。F 值為 4.557，達 1% 的顯著水準。「歷史人文動機(0.241)」對建議親友到集集地區旅遊有最強的正向影響，表示受訪者歷史人文動機越高者對下次再光臨集集地區的意願也越高。

3. 對集集地區是未來旅遊最優先考量景點而言：逃避規律動機、歷

史人文動機，對「人車分道設施」、「照明設施」、「休憩場所」之行前期望，對「步道(人行道、自行車步道)」、「照明設施」、「住宿設施」、「古蹟遺址(明新書院)」、「休憩場所」之實際體驗等 10 項自變項具有顯著影響，聯合解釋變異量(調整後 R^2)為 0.264，亦即此迴歸模式可解釋集集地區是未來旅遊最優先考量景點意願的 26.4%。F 值為 4.214，達 1% 的顯著水準。「歷史人文動機(0.298)」對集集地區是未來旅遊最優先考量景點的意願有最強的正向影響，表示受訪者歷史人文動機越高者對集集地區是未來旅遊最優先考量景點的意願也越高。

4. 對集集地區的整體滿意度而言：逃避規律動機、歷史人文動機，對「集集支線火車」、「廁所」、「人車分道設施」、「步道(人行道、自行車步道)」、「休憩場所」、「自導式自行車道」、「展示設施」之實際體驗等 9 項自變項具有顯著影響，聯合解釋變異量(調整後 R^2)為 0.295，亦即此迴歸模式可解釋集集地區的整體滿意度的 29.5%。F 值為 4.754，達 1% 的顯著水準。遊憩設施中「休憩場所(0.208)」之實際體驗對集集地區的整體滿意度有最強的正向影響，表示受訪者對遊憩設施中「休憩場所」之實際體驗所越高者對集集地區的整體滿意度也越高。

綜合以上結果達到本研究目的五：瞭解遊客之實際體驗與對集集地區重遊意願之迴歸分析，亦驗證受訪者對集集地區之重遊意願與其旅遊

動機、對服務設施之行前期望與實際體驗環環相關；要培養遊客對集集地區之重遊意願，需提高其旅遊動機、對服務設施之行前期望與實際體驗。

第五章結論與建議

本研究擬針對集集地區之服務設施做深入的探討，並分析遊客之社經背景、旅遊特性、旅遊動機、滿意度、重遊意願及其間之關係。茲歸納前述研究結果，並與先前相關研究做比較，進而提出結論與建議。

5.1 結論

集集地區之受訪者其旅遊動機因素構面分別為逃避規律、歷史人文、賞景放鬆等三項。本研究結果發現，至集集地區之受訪者其主要旅遊動機則為「鬆弛身心」、「為了出去走走」、「欣賞鄉野的自然田園景色」、「接近與體驗大自然」、「避開都市吵雜的生活環境」。在行前期望方面，受訪者於所有服務設施中，在公共設施部份，最期待的主要為步道，次者為集集支線火車；在遊憩設施部份，主要為休憩場所，次者為指示牌或標示牌；在解說設施部份，主要為自導式自行車道，次者為展示設施。在實際體驗方面，受訪者於所有服務設施中，在公共設施部份，最滿意的主要為集集支線火車，次者為垃圾桶；在遊憩設施部份，主要為休憩場所，次者為古蹟遺址(明新書院)；在解說設施部份，主要為解說牌，次者為自導式自行車道。研究結果顯示，性別、職業、

月所得對旅遊動機均有顯著之差異。

受訪者旅遊動機和服務設施之行前期望相關分析方面，逃避規律、歷史人文、賞景放鬆所有變項呈顯著正相關；另外，除了公共設施的變項，集集支線火車、停車場及照明設施在賞景放鬆動機未達顯著，其餘所有變項皆達顯著正相關。

受訪者對集集地區服務設施滿意度之IPA分析，1. 繼續保持：在公共設施部份，集集支線火車、公路與步道護欄、步道(人行道、自行車步道)等三項；在遊憩設施部份，指示牌或標示牌、古蹟遺址(明新書院)、休憩場所(集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、集集瀑布、武昌宮、特有生物保育中心)等三項；在解說設施部份，解說牌、自導式自行車道、展示設施等三項。2. 供給過度：在公共設施部份，垃圾桶、照明設施等二項。3. 優先順序較低：在公共設施部份，醫療救護設施(集集衛生所)一項；在遊憩設施部份，餐飲設施、住宿設施等二項；在解說設施部份，解說手冊(摺頁)、戶外解說服務、遊客服務中心(尚未建設)等三項。4. 加強改善重點：在公共設施部份，停車場、廁所、人車分道設施等三項。

集集地區受訪者重遊意願之迴歸分析，1. 對下次再光臨集集地區的意願而言：迴歸模式可解釋下次再光臨集集地區的意願的 29.5%。F 值為 4.779，達 1% 的顯著水準，「逃避規律動機(0.288)」對下次再光臨

集集地區的意願有最強的正向影響；2. 對建議親友到集集地區旅遊而言：迴歸模式可解釋下次再光臨集集地區的意願的 28.4%。F 值為 4.557，達 1% 的顯著水準，「歷史人文動機(0.241)」對建議親友到集集地區旅遊有最強的正向影響；3. 對集集地區是未來旅遊最優先考量景點而言：迴歸模式可解釋集集地區是未來旅遊最優先考量景點意願的 26.4%。F 值為 4.214，達 1% 的顯著水準，「歷史人文動機(0.298)」對集集地區是未來旅遊最優先考量景點的意願有最強的正向影響；4. 對集集地區的整体滿意度而言：迴歸模式可解釋集集地區的整体滿意度的 29.5%。F 值為 4.754，達 1% 的顯著水準。遊憩設施中「休憩場所(0.208)」之實際體驗對集集地區的整体滿意度有最強的正向影響。

5.2 建議

綜合了前述的研究結論，對集集地區管理處提出以下建議：逃避規律動機族群、對服務設施中「集集支線火車」、「人車分道設施」、「步道(人行道、自行車步道)」之實際體驗是影響受訪者對集集地區重遊意願的主要變項且是最強的正向影響，表示受訪者逃避規律動機越高、且對公共設施中「集集支線火車」、「人車分道設施」、「步道(人行道、自行車步道)」的實際體驗越高，其對集集地區重遊意願也越高，所以集集地區管理處

若能維持上述變項之品質，並將其他服務設施變項做改善，則遊客滿意度必將提昇，重遊意願也將隨之增強。研究結果也發現受訪者對解說設施中的解說牌實際體驗比行前期望要差，滿意度是趨於負向，值得管理單位警惕。建議應對解說牌的設施做全面性的檢討與規劃，從滿足遊客的需求來著手，進而提昇集集地區重遊意願。

從IPA分析中得知經營管理者應立刻改進項目包括了停車場、廁所、人車分道設施三項，是政府當局最急需改善的項目，停車場一到假日，就會嚴重不足，政府可以尋找適當的空地來增加停車位子或和民間業者合作利用私人土地來建設停車場都是不錯的提議，而廁所主要是衛生方面要加強改進，假日應該多派清潔人員多打掃環境以保持乾淨，人車分道設施方面，只有部分休憩場所有設置，未來政府在經費許可下，可以增加人車分道設施，以提高遊客的安全及滿意度。

5.3 後續研究方向

本研究問卷調查期間為民國九十四年八月一日至十月三十一日的週休二日期間進行，並沒有充分反映全年遊客之意見與想法，未來可以依淡旺季為區隔，探討集集地區遊客之特性與行為差異。

參考文獻

一、中文部分

1. 方幸君(民93)，高雄市觀光意象與遊憩品質因素重要性及績效表現認知之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所未出版之碩士論文。
2. 王偉哲(民86)，遊客對休閒農業之認知與體驗之研究，私立逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版之碩士論文。
3. 朱珮瑩(民92)，遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究—以新竹縣為例，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。
4. 呂適仲(民89)，雪霸國家公園武陵遊憩區發展生態旅遊之遊憩資源效益評估，東海大學景觀學系碩士未出版之碩士論文。
5. 李沛慶(民84)，金門觀光客旅遊動機及其滿意度之研究，商學學報，第3期，17-47。
6. 吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(民93)，玉山國家公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報14(2)：23-41。
7. 吳政謀(民94)，運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究-以奔放主題運動館為例，台北市立體育學院運動科學研究所未出版之碩士論文。

8. 余幸娟(民89)，宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究-以台南南鯤鯓代天府為例，私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。
9. 邱春英(民91)，台東縣池上鄉觀光業發展之研究，國立彰化師範大學地理研究所未出版之碩士論文。
10. 邱博賢(民92)，觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。
11. 邱雯玲(民79)，湖濱觀光遊憩地理研究—以日月潭為例，台灣師範大學地理研究所未出版之碩士論文。
12. 周文樹(民91)，台南縣尖山埤水庫風景區遊客滿意度之研究，逢甲大學土地管理所未出版之碩士論文。
13. 林威呈(民90)，台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究，國立中山大學企業管理學系未出版之碩士論文。
14. 林宗賢(民85)，日月潭風景區旅遊意象及視覺景觀元素之研究，私立東海大學景觀研究所未出版之碩士論文。
15. 林國賢(民93)，大陸民眾來台旅遊態度與動機之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。
16. 林昱光(民87)，遊客對遊憩資源衝擊認知與防治策略態度之研究—以奧萬大森林遊樂區為例，東海大學景觀學系未出版之碩士論文。

17. 林晏州、陳惠美(民87)，高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究，戶外遊憩研究，11(4)，pp. 59-71。
18. 林政菽(民92)，內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究，逢甲大學建築與都市計畫所未出版之碩士論文。
19. 胡淑雲(民77)，台北市居民利用公園的行為地理研究，國立台灣師範大學地理研究所未出版之碩士論文。
20. 侯錦雄(民79)，遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。
21. 侯錦雄、姚靜婉(民86)，市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究，戶外遊憩研究，10(3)，頁1-17。
22. 陳昭蓉、林晏洲(民85)，鄰里公園使用者滿意度影響因素之探討，戶外遊憩研究，9(2/3)，頁1-22。
23. 陳昭明(民70)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析，台大森林研究室研究報告。
24. 陳水源(民77)，擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究，台北：大立出版社。
25. 陳桓敦(民91)，台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究，世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。
26. 陳珊玫(民85)，宜蘭縣頭城海水浴場遊憩資源規劃與經營管理之研

- 究，國立中山大學海洋環境工程研究所未出版之碩士論文。
27. 陳冠宏(民93)，遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。
28. 屠如驥、葉伯平(民88)，觀光心理學概論，台北：百通。
29. 張春興(民85)，教育心理學，台北：東華書局，第291-296頁。
30. 張逢琪(民92)，旅遊目的地選擇決策行為—以台灣原住民文化園區為例，私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。
31. 童雅鈴(民92)，觀光風景區的旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究—以內灣風景區為例，世新大學經濟學系未出版之碩士論文。
32. 曾明媛(民93)，紗帽山溫泉餐廳服務品質影響遊客滿意度及忠誠度之研究—以椰林溫泉餐廳為例，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。
33. 黃琦婷(民90)，台灣旅客赴歐動機因素之研究，台北商專學報，56，75-145。
34. 黃錦照(民90)，田中森林公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。
35. 黃美雯(民91)，台南縣鹽分地帶遊憩解說與遊客意象之研究，國立高雄師範大學地理研究所未出版之碩士論文。

36. 黃宗成、沈進成、翁廷碩、戴宜臻 (民91)，雪域明珠—西藏：宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究，旅遊管理研究，第2卷1期，頁23-42。
37. 葉茂生(民90)，澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究，世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。
38. 廖雅蘋(民94)，台灣農村休閒酒莊遊客旅遊動機之研究，臺中健康暨管理學院休閒與遊憩學系碩士班未出版之碩士論文。
39. 廖明豐(民92)，東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究，南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。
40. 劉純(民90)，旅遊心理學，台北：揚智文化事業有限公司，88-109。
41. 蔡伯勳(民75)，遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景遊憩區實例調查，台灣大學園藝研究所碩士論文。
42. 蔡麗伶譯(民79)，旅遊心理學，台北：揚智文化事業股份有限公司，93-231。
43. 蔡鳳兒(民93)，遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。
44. 鄭順聰(民90)，台北市YMCA 游泳訓練班消費行為之研究，國立體育

學院論叢，第12 卷1 期，頁175-188。

45. 歐聖榮、張集毓(民84)，遊憩區市場定位之研究，戶外遊憩研究，8(3)，頁15-45。

46. 賴福瑞(民93)，遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究—以金針山休閒農業區為例，屏東科技大學森林系碩士未出版之碩士論文。

47. 謝淑芬(民83)，觀光心理學，台北：五南圖書出版社。

48. 顏文甄(民90)，遊客對玉山國家公園服務品質滿意度之研究，私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。

49. 簡大仁(民93)，休閒農業牧場遊客旅遊特性之研究—以瑞穗牧場為例，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分

1. Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991), The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13, 205-220.

2. Beard, J, G., & Ragheb, M. G. (1983), Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), pp219-228.

3. Churchill, G. A. Jr. & C. Surprenant. (1983), An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*,

Vol.19, Nov., pp.491-504.

4. Driver B. L. & Knopf R. C. (1977), Personality, Outdoor Recreation, and Expected Consequences, Environment and Behavior, V01.9, No.2.
5. Dorfman, P. W. (1979), Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping, Environment and Behavior, 11(4), PP.483 – 510.
6. Fluker, M. R. & Turner L. W. (2000), Need, motivations, and expectations of a commercial Whitewater rafting experience. Journal of Travel Research, 38(4), 380-389.
7. Gitelson, R. J., & Kerstetter, K. L. (1990), The relationship between sociodemographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study. Journal of Travel Research, 33(3), 24-29.
8. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000), The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. Total Quality Management, 11(5), 509-516.
9. Griffin, J. (1995), Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It, Simmon and Schuster Inc.
10. Hollenhorst, S., Olson, D., & Fortney, R. (1992), Use of important-performance analysis to evaluate state park cabins: The case of the West Virginia state park system. Journal of Park and Recreation Administration, 10(1), 1-11.
11. Herzberg, F.; Mausner, B. & Snyderman, B. (1959), The Motivation to

- Work, New York.
12. Hempel, D. J. (1977), Consumer satisfaction with the home buying process: Conceptualization and measurement. in H. K. Hunt (Ed.). The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction. Cambridge, Mass: Marketing science institute.
 13. Howard, J.A. & Sheth J.N. (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York: John Wiley and Sons.
 14. Iso-Ahola, S. E. (1982), Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*. 12(1), 256-262.
 15. Jones, T. O. & Sasser, J. R. (1995), Why Satisfied Customer Defect. *Harvard Business Review*, 85(2): 88-99.
 16. Kotler, P. (1994), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control*. New York : Prentice-Hall.
 17. Lawler, E. E. (1973), *Motivation in Work Organizations*. Monterey, California : Books Cole Publishing company.
 18. McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (1990), *Tourism : Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.), John Wiley & Sons Inc., New York, pp3-10.
 19. Maslow, A.H. (1970), *Motivation and Personality* .(2nd ed.). New York ; Harper & Row.
 20. Miller, J. A. (1997), *Exploring Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problems and Making Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, H. K. Hunt, ed., Cambridge,

- Massachusetts: Marketing Science Institute (May), 72-91.
21. Oliver, RL (1981), Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting, *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
 22. Oliver, R. L. (1988), Response Determinants in Satisfaction Judgments. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 495-507.
 23. 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 (Fall), 41-50.
 24. Prus, A. & Brandt, D. R. (1995), Understanding Your Customers, *Marketing Tools*, pp. 10-14.
 25. Schreyer, R.S. & Roggenbuck J.W. (1978), The influence of experience expectation on crowding perceptions and social-psychological carrying capacities, *Leisure Sciences*, 1(4), 373-394.
 26. Shoemaker, S., & Lewis, R.C. (1999), Customer Loyalty: the Future of Hospitality Marketing. *Hospitality Management*, 18:345-370.
 27. Thomas, John A. (1964), What Makes People Travel, *ASTA Travels News*, Aug., pp169-172.

三、網路資料

1. 中華民國觀光局，首頁，<http://www.taiwan.net.tw/>
2. 行政院主計處，重要施政統計，經濟指標(一)
<http://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>

3. 走讀台灣--南投縣「集集鎮」歡迎你！

http://192.192.58.194:8080/readtw/town_html/10008/1000805/scenic-12.htm

4. 南投旅遊網 <http://travel.nantou.com.tw/>

5. 南投縣政府，首頁，<http://www.nantou.gov.tw/>

6. 南投縣地圖導覽 <http://www.tsc.idv.tw/gogotravel/taiwan/nt.asp>

7. 集集鎮公所 <http://www.chi-chi.gov.tw/>

8. 觀光客倍增計畫 94 年 1 月修訂版

<http://202.39.225.136/auser/b/doublep/double.htm>

附錄一

集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-遊客問卷調查表

親愛的遊客：您好！

歡迎來到集集地區，為了瞭解您到集集旅遊動機、滿意度與重遊意願，請您依實際體驗回答，您所提供寶貴意見僅作為學術研究之用。祝您旅途愉快！

南華大學旅遊事業管理研究所 指導教授：陳璋玲 博士

研 究 生：呂長賜 敬上

第一部份、請問您對集集地區服務設施在使用前之期望同意程度與實際使用後感受為何？(各項單選，請在適當的□內打” V”)謝謝！

選 項		期望程度	滿意程度
		極 不 無 同 極 不 同 意 意 同 同 意 見 意 意	極 不 無 滿 極 不 滿 意 意 滿 滿 意 見 意 意
公共設施	1. 集集支線火車	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	2. 停車場	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	3. 廁所	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	4. 人車分道設施	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	5. 垃圾桶	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	6. 公路與步道護欄	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	7. 步道(人行道、自行車步道)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	8. 醫療救護設施(集集衛生所)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	9. 照明設施	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
遊憩設施	10. 指示牌或標示牌	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	11. 餐飲設施	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	12. 住宿設施	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	13. 古蹟遺址(明新書院)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	14. 休憩場所(集集火車站前廣場、目仔窯、大樟樹、集集瀑布、武昌宮、特有生物保育中心)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
解說設施	15. 解說手冊(摺頁)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	16. 解說牌	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	17. 自導式自行車道	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	18. 展示設施	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	19. 戶外解說服務	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	20. 遊客服務中心(尚未建設)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

第二部份、遊客旅遊動機：請問您此次到集集地區之旅遊動機為何？(各項單選，請在適當的□內打” V”)謝謝！

	不	不	無	極
	同	同	同	同
	意	意	意	意
1. 接近與體驗大自然.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 登山健行.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 野餐休憩.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 避開都市吵雜的生活環境.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 鬆弛身心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 運動健身.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 體驗集集支線火車之旅.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 參觀歷史遺跡.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 慕名而來滿足好奇心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 尋找心靈的寧靜.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 從事森林浴.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 體驗懷舊的氣氛.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 為了出去走走.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 欣賞鄉野的自然田園景色.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 增廣見聞，充實知識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份、遊客滿意度與重遊意願：請就您個人的旅遊經驗及真實情況，在適當的方格□內打“ V ”。

	不	不	無	極
	同	同	同	同
	意	意	意	意
1. 下次再光臨集集地區的意願.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 建議親友到集集地區的意願.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 集集地區是未來旅遊最優先考量景點.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 集集地區的的整體滿意度.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份、遊客特質：請就您個人的旅遊經驗及真實情況，在適當的方格□內打“V”。

1. 請問您利用假日出遊的頻率約為幾次？
每年一次 半年一次 每季一次 每月一次 每週一次
2. 您每年到風景區遊玩的次數約為幾次？
1~4次 5~10次 10次以上
3. 請問你是搭乘何種交通工具？請單選
自行開車 搭火車 騎機車 客運、遊覽車
4. 請問你較喜歡去遊玩的風景區為何種類型？請單選
自然資源(水資源、森林、山岳、動植物)
人文資源(歷史古蹟建築、宗教觀光)
人造景觀(人文主題樂園、景觀觀光教育性主題樂園、產業觀光)
機械遊憩設施
5. 請問您到集集遊玩過幾次？
1次 2次 3次 4次以上
6. 請問您此次旅遊的伴侶為何？請單選
沒有 家人、親戚 朋友、同事、同學 旅行團成員 其他_____
7. 請問您到集集遊玩是計畫或臨時起意？
計畫 臨時起意
8. 請問您主要獲得集集地區相關資訊的來源為何？請單選
平面媒體 有聲媒體 網路 朋友介紹 剛好路過

第五部份、基本資料(單選，請在適當的□內打“V”)

1. 性別：男 女
2. 年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51歲以上
3. 教育程度：高中(職)以下 大專院校 研究所以上
4. 職業：學生 軍公教 工、商業、服務業 無(退休人員、家庭主婦、待業)
5. 婚姻狀況：未婚 已婚
6. 月所得：
目前是學生，無固定收入 2萬元以下 2萬零1元~3萬元 3萬零1元~4萬元
4萬零1元~5萬元 5萬零1元~6萬元 6萬零1元~7萬元 7萬零1元以上
7. 居住地區：
北部(基隆、台北、桃園、新竹) 中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)
南部(嘉義、台南、高雄、屏東) 東部(宜蘭、花蓮、台東)

祝您旅途愉快!

附錄二

觀光客倍增計畫 94 年 1 月修訂版-日月潭旅遊線部分

• 概要：

日月潭屬國際馳名之觀光景點，本旅遊線計畫係以日月潭風景區為主要目的地，建構由國道交流道經中潭(台 14 線)公路或鐵道集集支線前往埔里、日月潭等觀光名勝之景觀廊道，並整合週邊之人文觀光資源，全面改善日月潭觀光旅遊之品質。主要觀光景點為日月潭、九族文化村、埔里酒廠、中台禪寺、特有生物研究保育中心等。

本套裝旅遊線之改善計畫及重點如下：

1. 國家風景區建設及經營管理：持續推動日月潭國家風景區建設及經營管理，如水社地區、伊達邵地區及環湖各景點公共設施改善。
2. 城鄉街景改善：草屯鎮、國姓鄉、埔里鎮、集集鎮、水里鄉、魚池鄉、名間鄉等。
3. 交通系統整合：包括台鐵集集支線與日月潭之間交通聯絡、交通轉運站設置、推動民間投資纜車系統、觀光巴士建置、環湖解說遊園車系統、交通遊艇等。
4. 景觀道路改善：包括台 14 線、台 21 線、台 21 甲線、131 線及鐵道集集支線沿線設施強化及景觀改善。
5. 環境景觀整理：包括攤販整治遷移、四手網漁筏造型更新、湖岸透視

性改善、出入口意象改善等。

6. 提升旅館住宿品質：將日月潭地區之旅館提升至國際水準、輔導地區發展民宿。

7. 推動重要節慶：運用邵族文化、木業、茶葉及電力產業等資源，推展產業觀光，並舉辦湖畔音樂會、水上花火節、萬人泳渡等活動，帶動地方發展。

• 效益：

以歐美、日本及生態旅遊之國外遊客為目標市場，打造安全、永續、美觀、富文化氣息的湖畔休閒渡假區。

• 期程：92-96年。

• 經費：總經費 45.47 億元，

92年已編 4.05 億元，93年 4.84 億元。

• 主辦機關：交通部觀光局。