

溫泉旅遊活動旅遊動機、顧客滿意度與重遊意願 之研究—以六龜鄉寶來溫泉山莊為例

指導老師：劉季貞 老師

組 員：陳鏞舜、陳泰全、王雅惠、李苡蔚

結論與建議

第一節 結論

一、研究假設之驗證

此部份將本研究提出之研究假設驗證結果彙整如表 5-1 所示。

表 5-1 研究假設驗證表

假設序列	假設內容	結果
假設一	不同 遊客特性 ，對 旅遊動機 有顯著差異。	部份成立
假設二	不同 遊客特性 ，對 遊客滿意度 有顯著差異。	部份成立
假設三	不同 旅遊動機 ，對 遊客滿意度 有顯著相關。	成立
假設四	不同 遊客滿意度 ，對 重遊意願 有顯著相關。	成立

資料來源：本研究整理

二、寶來溫泉山莊受訪遊客特性之分析

經由調查結果得知，寶來溫泉山莊之受訪遊客以性別「男性」、年齡「20~29歲」、職業「商/服務業」、教育程度「大學（專）」、目前居住地「南部(嘉南高屏)」及個人平均月收入在「2 萬元以內」等選項之分佈

較高。顯示出主要消費客群年齡方面有年輕化的傾向，職業主要為商/服務業，教育程度為大學，居住地為南部地區，收入為中低收入為主。

三、寶來溫泉山莊受訪遊客旅遊動機之分析

(一) 旅遊動機之排序

受訪遊客到訪寶來溫泉遊憩區之動機，以「想要休息、放慢生活步調」、「想要遠離都市塵囂」及「身體放鬆」較高，而「希望藉此旅遊機會結交新朋友」、「為了非泡湯之活動遊憩體驗」及「為了滿足好奇心」三項則較低。顯示出遊客到訪寶來溫泉遊憩區的動機主要在於想要休息、放慢生活步調及想要遠離都市塵囂，而非因交新朋友或為了非泡湯之活動遊憩體驗前來。

(二) 旅遊動機因素分析

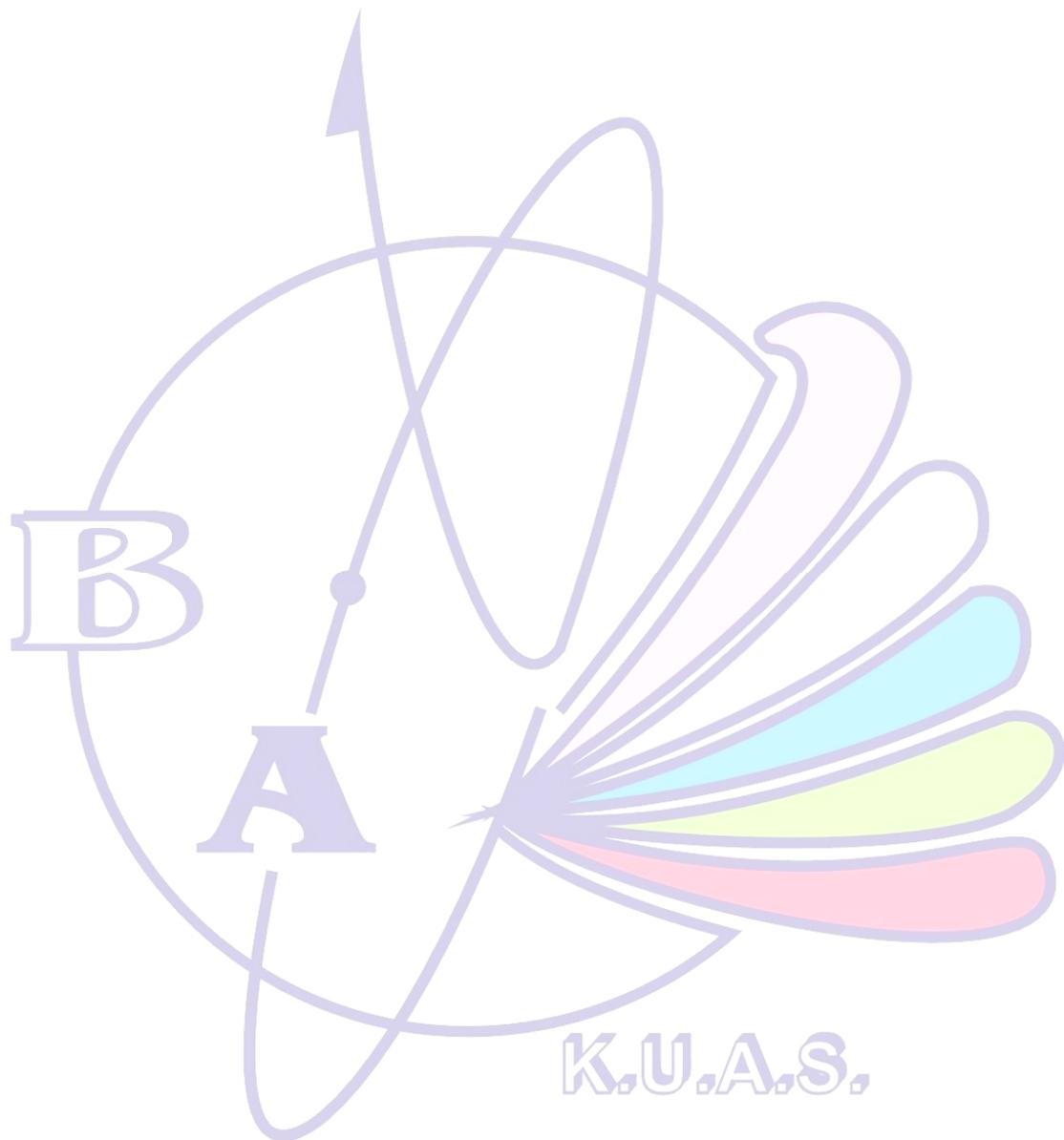
在動機因素分析方面，將13個動機項目進行因素分析，萃取出之因素有「追求放鬆」因素、「自我表達」因素、「探索學習」因素、「社交」因素等四個動機因素。

(三) 受訪遊客特性對旅遊動機因素之差異性分析

在受訪遊客特性對動機因素之差異性分析方面，結果顯示有顯著差異。在遊客特性方面，性別對「自我表達」動機因素有顯著差異，年齡對「追求放鬆」、「自我表達」及「探索學習」動機因素有顯著差異，教育程度對「追求放鬆」及「自我表達」動機因素有顯著差異，職業對「探索學習」及「社交」動機因素有顯著差異，目前居住地對「追求放鬆」及「自我表達」動機因素有顯著差異，個人每月所得對「探索學習」動機因素有顯著差異。

綜合事後檢定結果發現，在受訪遊客特性方面，年齡在18~19歲及20~29歲、教育程度為國中(含)以下及大學(專)、居住地在東部(宜花東)之受訪

遊客較會因為追求放鬆之動機因素而來到寶來溫泉山莊。而男性、年齡在18~19歲、20~29歲及50~59歲、教育程度為大學(專)、居住地在東部(宜花東)之受訪遊客較會因為自我表達之動機因素而來到寶來溫泉山莊。另外，年齡在30~39歲及40~49歲較會因為探索學習之動機因素而來到寶來溫泉山莊。職業為公教軍警較會因為社交之動機因素而來到寶來溫泉山莊。



四、寶來溫泉山莊受訪遊客滿意程度之分析

(一) 滿意程度之排序

受訪遊客認為滿意之前三名項目分別為「山莊周圍自然景觀」、「停車的便利性」及「餐廳清潔舒適」。而受訪遊客認為不滿意之前三名項目依序則為「餐廳供應的菜色與口味」、「解說設施與導覽服務」、「服務人員的人數充足」。明顯的，寶來溫泉山莊在餐廳供應的菜色與口味、解說設施與導覽服務及服務人員的人數充足方面等是需要改善的。

(二) 滿意度因素分析

在動機因素分析方面，將17個動機項目進行因素分析，萃取出之因素有「戶外活動」因素、「人員服務品質」因素、「軟硬體服務」因素、「交通」因素及「清潔舒適」等五個動機因素。

(三) 受訪遊客特性對滿意程度之差異性分析

在受訪遊客特性對滿意程度構面之差異性分析方面，結果顯示有顯著差異。在遊客特性方面，性別對「人員服務品質」滿意程度構面有顯著差異，年齡對「軟硬體服務」滿意程度構面有顯著差異，教育程度對「人員服務品質」滿意程度構面有顯著差異，職業對「軟硬體服務」及「交通」滿意程度構面有顯著差異，目前居住地對「戶外活動」及「人員服務品質」滿意程度構面有顯著差異，個人每月所得對「人員服務品質」滿意程度構面有顯著差異。

綜合事後檢定結果發現，在受訪遊客特性對滿意程度構面方面，女性、教育程度為高中(職)及大學(專)之受訪遊客對人員服務品質構面有較高的滿意度。而職業為農林漁牧、學生、家管及退休、個人每月所得為2萬元(含)以下、2萬1千元~3萬元、3萬1千元~4萬元及4萬1千元~5萬元之受訪遊客對軟硬體服務構面有較高的滿意度。

五、遊客旅遊動機與滿意程度構面之相關分析

由遊客旅遊動機與遊客滿意度之相關分析結果得知，動機因素「追求放鬆」、「自我表達」、「探索學習」、「社交因素」所有變項與滿意度構面均呈現顯著正相關，表示旅遊動機越高，滿意度也越高，所以改善滿意度，將會提高旅遊動機。

六、遊客參與動機與滿意程度之迴歸分析

(一)參與動機對遊客滿意度(戶外活動)的預測結論

在「參與動機」對「戶外活動遊客滿意度」的預測上，「自我表達因素」、「追求放鬆因素」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「自我表達因素」對「戶外活動遊客滿意度」有所差異以及「追求放鬆因素」對「戶外活動遊客滿意度」有所差異，故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「自我表達」 $\beta=0.196$ 、「追求放鬆因素」 $\beta=0.133$ ，其中 β 係數為正，表示「自我表達」與「追求放鬆因素」兩個變項對重遊意願的影響為正向(因為 β 係數大於零)，表示「自我表達因素」與「追求放鬆因素」越高，則遊客戶外活動滿意度就愈高。

(二)參與動機對遊客滿意度(人員服務品質)的預測結論

在「參與動機」對「人員服務品質遊客滿意度」的預測上，「追求放鬆因素」、「自我表達因素」及「社交因素」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「追求放鬆因素」對「人員服務品質遊客滿意度」有所差異。不同的「追求放鬆因素」對「人員服務品質遊客滿意度」有所差異。不同的「自我表達因素」對「人員服務品質遊客滿意度」有所差異。不同的「社交因素」對「人員服務品質遊客滿意度」有所差異，故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「追求放鬆因素」 $\beta=0.244$ 、「自我表達」 $\beta=0.234$ ，其中 β 係數為正，表示「追求放鬆因素」與「自我表達」兩個變項對重遊意願的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即追求放鬆因素與自我表達因素越高，則遊客戶外活動滿意度就愈高。但是「社交因素」 $\beta=-0.118$ ，其中 β 係數為負(因為 β 係數小於零)，表示社交因素越高，則對人員服務品質滿意度越低， β 為負表示負面影響之意。

(三)參與動機對遊客滿意度(軟硬體服務)的預測結論

在「參與動機」對「軟硬體服務遊客滿意度」的預測上，「社交因素」、「追求放鬆因素」、「自我表達因素」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「社交因素」對「軟硬體服務遊客滿意度」有所差異。表示不同的「追求放鬆因素」對「軟硬體服務遊客滿意度」有所差異。表示不同的「自我表達因素」對「軟硬體服務遊客滿意度」有所差異。故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「社交因素」 $\beta=0.221$ 、「追求放鬆因素」 $\beta=0.190$ 、「自我表達因素」 $\beta=0.143$ ，其中 β 係數為正，表示「社交因素」、「追求放鬆因素」與「自我表達因素」三個變項對重遊意願的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即社交因素、追求放鬆因素與自我表達因素越高，則遊客對軟硬體服務滿意度就愈高。

(四)參與動機對遊客滿意度(交通)的預測結論

在「參與動機」對「交通遊客滿意度」的預測上，「探索學習因素」、「追求放鬆因素」、「自我表達因素」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「探索學習因素」對「交通遊客滿意度」有所差異。不同的「追求放鬆因素」對「交通遊客滿意度」有所差異。不同的「自我表達因素」對「交通遊客滿意度」有所差異。故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「探索學習因素」 $\beta=0.235$ 、「追求放鬆因素」 $\beta=0.135$ ，其中 β 係數為正，表示「探索學習因素」與「追求放鬆因素」兩個變項對重遊意願的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即探索學習因素與追求放鬆因素越高，則遊客對交通滿意度就愈高。但是「自我表達因素」 $\beta=-0.118$ ，其中 β 係數為負(因為 β 係數小於零)，表示自我表達因素越高，則遊客對交通滿意度就愈低。

(五)參與動機對遊客滿意度(清潔舒適)的預測結論

在「參與動機」對「清潔舒適遊客滿意度」的預測上，「自我表達因素」、「追求放鬆因素」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「自我表達因素」對「清潔舒適遊客滿意度」有所差異。不同的「追求放鬆因素」對「清潔舒適遊客滿意度」有所差異。故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「追求放鬆因素」 $\beta=0.143$ 、「社交因素」 $\beta=0.108$ ，其中 β 係數為正，表示「追求放鬆因素」與「社交因素」兩個變項對清潔舒適遊客滿意度的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即追求放鬆因素與社交因素越高，則遊客對清潔舒適遊客滿意度就愈高。

七、受訪遊客滿意程度與重遊意願之相關分析

經過相關分析結果顯示，遊客下次會再來的意願及介紹親朋好友來這裡玩的意願與滿意度中之「戶外活動」、「人員服務品質」及「軟硬體服務」三個構面呈現顯著正相關。說明這些因素會影響遊客下次會再來的意願及介紹親朋好友來這裡玩的意願，即遊客對於寶來溫泉山莊的滿意度越高，其重遊意願也越高。

八、受訪遊客滿意程度與重遊意願之迴歸分析結論

(一)遊客滿意度對重遊意願的預測結論

在「遊客滿意度」對「重遊意願」的預測上，「人員服務品質」、「戶外活動」、「軟硬體服務」均達顯著性為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「人員服務品質」對「重遊意願」有所差異。不同的「戶外活動」對「重遊意願」有所差異。不同的「軟硬體服務」對「重遊意願」有所差異。故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「人員服務品質」 $\beta=0.252$ 、「戶外活動」 $\beta=0.244$ 、「軟硬體服務」 $\beta=0.227$ ，其中 β 係數為正，表示「人員服務品質」、「戶外活動」與「軟硬體服務」三個變項對重遊意願的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即人員服務品質、戶外活動與軟硬體服務越高，則遊客重遊意願就愈高。

(二)遊客滿意度對介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動的預測結論

在「遊客滿意度」對「介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動意願」的預測上，「軟硬體服務」、「戶外活動」、「人員服務品質」均達顯著性，為 $0.000 < 0.05$ 。表示不同的「軟硬體服務」對「遊客滿意度對介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動意願」有所差異。不同的「戶外活動」對「遊客滿意度對介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動意願」有所差異。不同的「人員服務品質」對「遊客滿意度對介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動意願」有所差異。故此迴歸模型是可接受的。所謂差異即為獨立變數，也就是兩者間互不相影響的意思。

從標準化迴歸係數來看，「軟硬體服務」 $\beta=0.279$ 、「戶外活動」 $\beta=0.268$ 、「人員服務品質」 $\beta=0.256$ ，其中 β 係數為正，表示「人員服務品質」、「戶外活動」與「軟硬體服務」三個變項對介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動的影響為正向(因為 β 係數大於零)，即人員服務品質、戶外活動與軟硬體服務越高，則介紹親朋好友參加本溫泉山莊旅遊活動意願就愈高。

第二節 建議

面對六龜鄉境內約30餘家溫泉旅館業者之競爭，首先，必須找出屬於寶來溫泉山莊本身所具備之特色，分析市場區隔，再經由相關分析方法瞭解遊客到該地旅遊的動機後，則需研擬相關經營策略，使其能更貼切的符合遊客之需求，進而提高遊客滿意度，產生再造訪該山莊之意願，並達到整體營運提昇之經濟效益。最後，為能有效達到本研究目的，歸納所探討三個變項結果，提出建議如下：

一、以遊客旅遊動機作為經營策略之起點

依據本研究問卷統計的結果，在受訪遊客動機排名方面，「想要休息、放慢生活步調」、「想要遠離都市塵囂」同樣為寶來溫泉山莊受訪遊客到訪的主要動機，顯示出遊客會因為想要讓身心放鬆而來到寶來溫泉山莊。而在結論所述受訪遊客特性方面，區隔出目標市場，目標市場為南部年輕服務業或大學族群，且收入為中低收入。因此，可依據上述二項旅遊動機加上受訪遊客特性去設計經營策略，例如：

(一)產品方面

以「溫泉養生、休閒渡假」作為經營理念，加強溫泉山莊整體的服務品質，提供遊客平價、舒適的泡湯體驗，強調山莊不僅能讓遊客遠離都市塵囂，更能讓遊客宛如在家一般溫馨、舒適的感受。另外，可藉助寶來溫泉遊憩區內豐富的遊憩資源，加上當地政府所舉辦的各項觀光行銷活動，如：荖濃颯山競水追風季活動結合鐵馬和路跑成為新鐵人三項、山城花語溫泉季活動整合系列活動，設計二天一夜之旅遊套餐，吸引更多遊客的來訪。

(二)價格方面

由於目標市場為中低收入的年輕族群，所以在價格訂定上，就不能太高，建議是為中低價格，以低價策略，提高住房率，達到規模經濟，以降低固定成本。

(三)促銷方面：

可以利用下列促銷手法來增加營業額：1、廣告：依成本考量，可在旅遊網站或是旅遊雜誌做宣傳廣告。2、折扣：可用現金折扣，平日付現金的遊客可享平日價格的9折，或採季節折扣，可以淡旺季來進行促銷，或是數量折扣，若採一次訂幾間房，給予多少折扣。3、銷售促銷：由於目標顧客為年輕人，所以可以利用來店消費集點即可獲得贈品。此外，推銷旅遊折價卷，讓顧客可以先購買優惠的折價卷，一方面可以確定有穩定的客源，另一方面又可以讓公司先收到款項，靈活運用資金。4、主題活動：可以異業聯盟舉辦一些適合年輕人的活動或是可以減壓、調劑身心的課程，如：漆彈活動、瑜珈課程。

(四)通路：

藉由參加旅遊展及發表會來推廣，或與各大專院校推廣校外活動、班遊、畢業旅行，又或者與各公司企業福委會推廣寶來溫泉山莊。

二、以遊客滿意程度作為經營策略之起點

根據本研究迴歸分析及敘述性分析得出迫切需要改善的滿意度項目為「餐廳供應的菜色與口味」、「解說設施與導覽服務」、「服務人員的人數充足」等。本研究針對上述需改善的問題提出以下之建議：

(一)餐廳供應的菜色與口味方面

因為目前業者餐廳主要為火鍋，建議業者需在菜單設計上下功夫、口味多樣化，如：麻辣鍋、石頭火鍋。以及可採用當地特殊的特產或食材，推出當地特有的風味餐，不僅可在餐飲提供上突顯出其特色，也可藉此強化遊客對山莊的獨特意象。

(二)解說設施與導覽服務方面：

建議業者可在大廳或餐飲店設立一小型的旅遊資訊站，放置專屬寶來溫泉遊憩區之旅遊資訊摺頁，主要提供遊客有關寶來溫泉遊憩區深度旅遊資訊以及鄰近景點之旅遊資訊，以供遊客取閱。另外，可招募當地的志工，作為假日的解說及導覽人員。

(三)服務人員的人數充足方面：

服務品質與內部裝潢設備是顧客最直接的感受，所以如何加強服務人員的態度、親切力、專業知識，如何改善內部的動線、裝潢、溫泉設備，均為值得關注的議題。由我們的敘述性統計得知，泡湯環境清潔衛生為要改善的項目，為人力的不足所導致。建議採用大量自動化設施，如：自動洗衣設備、動洗碗設備。或建立標準作業流程及員工在職訓練，如：服務禮儀、協調能力、領導能力、工作效率、目標管理、訂房資訊平台等。以降低人事成本及彌補人員上的不足。

由本研究結果也發現，「戶外活動」、「人員服務品質」及「軟硬體服務」等滿意度構面對重遊意願有顯著影響力，顯示遊客對該三個構面愈滿意，其對寶來溫泉山莊之重遊意願也愈高，因此，建議業者可針對此三個構面強化其內涵項目。其中，以「山莊周圍自然景觀」、「停車的便利性」及「餐廳清潔舒適」等三個項目的滿意度較高，建議當地業者可繼續保持其品質並善加運用推廣。

第三節 後續研究建議

(一)在研究方法方面：

本研究採取量化研究，為能更深入瞭解寶來溫泉山莊與遊客之間的關係，可增加質性研究，以深度訪談、實地觀察等方法蒐集資料。

(二)在研究時間方面：

本研究進行問卷調查時間為96年9月~97年4月期間，而季節上的變化會使得遊客將會有不同的旅遊動機，建議後續研究者可在其他季節進行研究。

(三)在研究對象方面：

本研究以遊客為研究對象，因此僅以受訪遊客問卷結果做說明，建議後續研究者可就寶來溫泉區當地居民或業者做為研究對象，以瞭解居民及相關業者對觀光發展之態度及意見，如此可更進一步瞭解寶來溫泉山莊位於寶來溫泉區的定位及優劣勢。

(四)在研究範圍方面：

本研究因受限於研究者的人力、經費、時間及其他因素，無法作一完善且周延的深入調查，故只選取一家業者作為抽樣樣本。建議後續研究者可將研究範圍擴大為寶來溫泉區兩家業者以上之比較，並進一步探討各地遊客對於溫泉山莊屬性之需求及滿意程度，以作為溫泉山莊業者經營上之參考。