

國立臺灣師範大學體育學系
碩士學位論文

大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度
之研究

研究生：陳森雄

指導教授：吳慧卿

中華民國 101 年 7 月

中華民國臺北市

國立臺灣師範大學體育學系碩士論文通過簽名表

系所別：體育學系

姓名：陳森雄

學號：596043309

論文題目：

大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度之研究

A Study on Satisfaction with Chiang's Family Park Visit among
Tourists from Mainland China

經審查合格，特予證明

論文口試委員

林玟君

林玟君 博士
國立台灣師範大學體育系

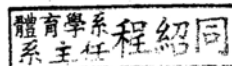
蕭嘉惠

蕭嘉惠 博士
國立台北大學

吳慧卿

吳慧卿 博士
國立台北大學
論文指導教授

系主任（所長）簽章：



中華民國100年 7月25日

大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度之研究

研究生：陳森雄

指導教授：吳慧卿

摘要

2011年7月

本研究目的是：瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區大陸客的消費行為。探討大陸觀光客目前前往兩蔣文化園區的人口特性現況。及分析大陸觀光客，對兩蔣文化園區的滿意度情形。研究期間自 2011 年 2 月至 2011 年 5 月研究方法採用自編之「大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度之調查問卷」進行研究，研究對象共有 520 位，而有效問卷 461 位以描述性統計，進行資料處理，研究結果綜合分析、討論後重要研究結論如下：

- 一、大陸觀光客對兩蔣文化園區觀光滿意度趨於正向。
- 二、大陸觀光客對兩蔣文化園區，現階段大陸觀光客消費行為情形，前景樂觀。
- 三、透過兩蔣文化園區的大陸觀光客問卷調查，大陸觀光客，經統計分析結果，效果良好。

大溪臨近慈湖、大溪兩蔣陵寢，政府將兩蔣文化園區列入大陸觀光客重要觀光據點，將更能達到兩蔣文化園區觀光效益，最後依據研究結論，提出建議，以供國家觀光旅遊單位、桃園縣政府觀光局及未來研究者之參考。

關鍵字：大陸觀光客、兩蔣文化園區、觀光滿意度

A Study on Satisfaction with Chiang's Family Park Visit among Tourists from Mainland China

Graduate Student: CHEN, Sen-Hsiung

Advisor: Prof. WU, Hui-Chin

Abstract

This study aims objectives: to administer a survey for disclosing the satisfaction with Chiang's Family Park visit among tourists from Mainland China; to explore the satisfaction with the visit in the areas within the scope of this study: CKS Memorial Hall at Tahsi, Chiang's Family Statue Park at Chihu, Chiang's Burial Place at Chihu, Chiang's Burial Place at Touliao, Back Chihu Garden, and Chiang's Memorial Hall at Chiaopanshan; and to analyze the business model in operations of Chiang's Family Park targeting tourists from Mainland China. The study beginning in February finishing in May 2011 adapted a questionnaire survey methodologically with the questionnaire created and prepared by the author independently known as "The Survey Questionnaire on Satisfaction with Chiang's Family Park Visit among Tourists from Mainland China", In the study encompassing 461 participants among the tourists from Mainland China having visited the park, the valid questionnaire returns and the results were processed with descriptive statistical analysis, etc, and came to the conclusions as follows through overall analysis and discussion: 1. The results of the survey on the satisfaction with Chiang's Family Park visit among tourists from Mainland China proved positive; 2. Viewing at the angle of the relationships between Mainland China tourists and Chiang's Family Park in the course of developing the Cross Straight exchange and cooperation, the policy of Individual Free Tour for Visitors from Mainland China will lead to a win-win situation; 3. Tahsi Town, with Chiang's Burial Places in Chihu and Touliao in its territory, has been enlisted as major touring attractions for tourists from Mainland China by the government authority, and some projects for improving the tourists facilities and transportation routes are under way; hence Chiang's Family Park is winning popularity among tourists and visitors from Mainland China. On the basis of the conclusion the author presents some proposals and recommendations as reference for the governmental agencies concerning tourism, Ministry of National Defense, Tourism Bureau of Taoyuan County Government, as well as the upcoming researchers.

Keywords: Tourists from Mainland China, Chiang's Family Park, tourist's satisfaction

謝 誌

研究所三年半學習中，感謝我的指導教授吳慧卿博士，在研究期間，不斷給予指導，每當論文進行遇到瓶頸時，教授總不厭其煩的提供我意見，不斷給予我學習的機會，讓我在研究過程中增加很多專業能力，特此首誌謹表謝忱。

同時更要感謝兩位口試委員：林攻君教授與蕭嘉惠教授，在論文口試中撥冗細審與指正，惠賜寶貴的建議，讓我在研究過程上受益匪淺，使本篇論文更臻嚴謹。在此致上萬分謝忱！除了指導教授與口委的協助之外，也要感謝程紹同教授及張少熙教授，百忙中審閱及要感謝仁和國中王威傑校長、秦秀媛主任、師大同學富建主任、玉珍、孟佳、麗月、文琪、國靖、景証…等在最後重要時刻給於精闢的協助及指導，當我遇到瓶頸時，不斷給我鼓勵與支持，並讓我得以能夠兼顧學校和課業。

特別要感謝田徑朱金水組長，圖書館長張家菖先生，及仁和國中健康中心陳鼎鈞賢伉儷，在這段期間給我協助及指導，當然更要感謝吾妻瑞淑及女兒玉潔、女婿學智和兒子紹宇，總是在我學業挫折、低潮時，給予我心靈上的陪伴。最後感謝所有桃園仁和國中各處室的協助，在學校課務繁忙之餘，願意多方協助始成竟功，尤甚問卷調查事宜，也由於你們的熱心協助，使本篇論文在兩岸交流上更具有價值，森雄在此謹致最真誠謝意！

國立台灣師範大學體育學系

森雄謹誌

2011 仲夏

目 次

論文通過簽名單	I
論文授權書	II
中文摘要	III
英文摘要	IV
謝誌	V
目次	VI
表次	VIII
圖次	IX
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	5
第三節 研究問題	5
第四節 研究範圍與限制	6
第五節 名詞釋義	8
第貳章 文獻探討	10
第一節 兩岸觀光政策演變	10
第二節 兩蔣文化園區的歷史回顧	14
第三節 顧客滿意度	17
第四節 本章總結	23
第參章 研究方法與步驟	25

第一節 研究架構.....	25
第二節 研究流程.....	28
第三節 研究對象.....	30
第四節 研究工具及編制.....	31
第五節 研究步驟及實施程序.....	47
第六節 資料處理.....	47
第肆章 研究結果與分析.....	49
第一節 研究樣本特性分析.....	49
第二節 大陸觀光客的消費行為分析.....	53
第三節 大陸觀光客來臺對兩蔣文化園區消費滿意度分析.....	60
第四節 本章總結.....	63
第伍章 結論與建議.....	64
第一節 結論.....	64
第二節 建議.....	71
引用文獻.....	75
一、中文部份.....	75
二、英文部分.....	80
附錄.....	83
附錄一：導遊付託信件.....	83
附錄二：預試效度問卷.....	84
附錄三：正式效度問卷.....	91

表 次

表 1-1	開放大陸地區人民來臺觀光統計表	4
表 1-2	歷屆中華民國總統對大陸的國策目標	12
表 2-1	顧客滿意度相關理論統整表	20
表 3-1	專家效度審閱委員名單.....	33
表 3-2	項目分析.....	37
表 3-3	第一次因素分析.....	40
表 3-4	第二次因素分析.....	43
表 3-5	滿意度量表之信度分析.....	46
表 4-1	研究樣本基本資料.....	51
表 4-2	大陸觀光客消費者行為統計表	56
表 4-3	大陸觀光客兩蔣文化園區滿意度構面之排序	60
表 4-4	大陸觀光客兩蔣文化園區滿意度各題項之排序	62

圖 次

圖 1-1	兩蔣文化園區觀光人士的現況分析	1
圖 3-1	研究架構圖.....	27
圖 3-2	研究流程圖.....	29

第壹章 緒論

本研究旨在透過自編之大陸觀光客來訪問卷調查，以兩蔣文化園區滿意度量表，對兩蔣文化園區大陸客進行之調查，並藉由量表的施測，以瞭解大陸觀光客來訪，對兩蔣文化園區滿意度的現況，並探討大陸觀光客在人口特性、消費者行為、滿意度構面，以下就本研究之研究背景、研究目的、研究問題、研究範圍與限制及名詞釋義性定義等內容概要敘述。

第一節 研究背景

桃園縣政府於 2005 年開始規劃兩蔣文化園區，結合歷史、人文、休閒、生態等多元特色，發展當地觀光資源。據桃園縣政府觀光發展局管理處統計（2011.04），到慈湖旅遊人士，本國人士占 66%，大陸人士占 24%，外國人士占 10%，每到假日人山人海，可見桃園縣政府對園區行銷，不管是國內、外或是大陸觀光行銷努力是肯定的。

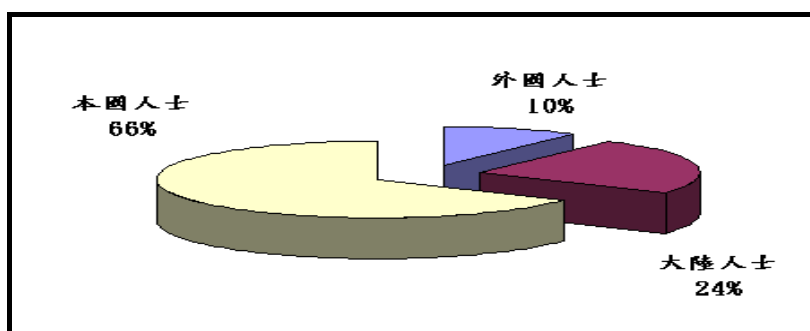


圖 1-1 兩蔣文化園區觀光人士的現況分析

資料來源: 桃園縣政府觀光發展局 (2011.)

兩蔣文化園區在兩蔣時代面臨有軍事強權保守的一面，也有威權領導的一面，2008 年兩岸交流之時，桃園縣政府極力行銷「兩蔣文化園區」，冀望園區成為國內文化觀光產業，大陸客必遊之處（中國時報，2010.7.12）。

百年來，大溪在清光緒年間就是通往大陸口岸，由桃園縣政府管轄的兩蔣文化園區，從大溪到羅浮，所列管的面積有 5,350 公頃，大溪從清朝就已經開發成大陸通商口岸，船舶最多之時，有數千艘之多，是大溪出口樟腦丸、茶葉、煤炭的集散地，目前大溪已規劃為休閒觀光發展的重鎮，尤其是兩蔣陵寢在頭寮及慈湖、後慈湖，更掀起謁靈的風潮，帶動了兩蔣文化園區觀光休閒產業的發展及大陸客的青睞。兩蔣文化園區，毗鄰大溪，政府加強大溪休閒觀光設施。大溪人文景觀豐富，清朝時已開發頗富建築考究及充滿史實、人物，是史學人士及大陸客所嚮往及最滿意的歷史軌跡之地（兩蔣文化園區導覽索引，2009）。

大溪頭寮除了有濃厚的歷史人文，還保存自然原始風貌，經常可見野鳥及候鳥落腳於頭寮大池，且湖面寬廣，時而倒影，鄰近山巒美景，讓人感覺此地就是室外桃源，大溪陵寢原為頭寮行館，於 1962 年興建完成，做為總統府檔案室。1988 年蔣經國先生逝世，奉厝於此，緊鄰慈湖以表達經國先生隨同在側的心願。大溪陵寢為仿四合院形式的平房，外觀為紅瓦

黑牆，隔局與慈湖陵寢相仿，平淡樸實，符合經國先生平易近人親民愛民的個性。

新月形的後慈湖，原名「龍過脈埤」，為桃園水利會所屬，1950年蔣介石行至百吉隧道，因車隊無法前進，改以轎子代步，繞經慈湖地區，見其景色近似浙江省奉化縣溪口鎮，指示興建行館，並獲得地方人士，林本源家族提供慈湖及後慈湖周邊19公頃土地作為蔣介石行館用地。並著手規劃、整修、開放提供民眾及觀光客另一個遊憩的後花園。桃園縣政府於2005年開始規劃「兩蔣文化園區」，因後慈湖長年為軍事管制區，2007年11月，才正式移撥桃園縣政府，結合歷史、人文、休閒、生態等多元特色發展當地觀光資源。

2008年提出的「觀光客倍增計畫」內政部主計處的策略是：一、開發新興套裝旅遊路線及新景點。二、整備現有套裝旅遊路線。三、建置觀光旅遊服務網。四、宣傳推廣國際觀光。五、發展會議展覽產業（行政院2008）。

依內政部移民署2011年5月統計，上半年來臺大陸客超過70萬人次，為臺灣帶進四百億的觀光外匯收入，2011年3月來臺旅客已達51萬6,512人次，為歷年單月新高，與去2010年同期相較，成長30.70%。

表 1-1 開放大陸地區人民來臺觀光統計表

國別	目的別	2011 年 5 月		
大陸	2011 年 5 月	男生人數	女生人數	總數
	來臺觀光人次	72,998	77,481	150,479
大陸	2001 年到 2011 年 5 月			
	來臺觀光人次	1,204,887	1,370,775	2,575,662

資料來源：內政部入出國事務組(2011/05/30)

其中「觀光」目的旅客 30 萬 3,714 人次，成長 46.02%。就目的別而言，2011 年 3 月份各主要客源市場「觀光」目的各市場皆正成長，以中國大陸成長 152.26% 最高。兩蔣文化園區觀光客統計，今年有 23 萬 8,895 人次造訪，去年有 21 萬 7,541 人次，成長 9.82% (交通部觀光局，2011)，開放大陸觀光客來臺，相對助長兩蔣文化園區觀光熱潮，近月開放大陸地區人民來臺觀光，將更能達到兩蔣文化園區觀光效益。

根據研究背景得悉，兩蔣文化園區是大陸客及本地同胞嚮往的觀光景點之一，對蔣家家族歷史的世紀旋風植得兩岸三地人民追憶及懷念，對中國現代史也是一部精彩絕倫的政治近代史，尤其對兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性，大陸的觀光客在兩蔣文化園區的消費行為，及前往兩蔣文化園區的滿意度，都值得我們去深入研究及探討。

第二節 研究目的

依據上述研究背景，本研究目的即是藉由兩蔣文化園區豐富的文化資產作深入探討，進而結合桃園大溪當地的文化資產，發展具有地方特色的「兩蔣文化園區」，結合地方歷史文化背景，發展大陸觀光客旅遊事業。

本研究欲達成的目的有三：

- 一、瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區的消費行為。
- 二、探討目前往兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性。
- 三、分析大陸觀光客對兩蔣文化園區的滿意度情形。

第三節 研究問題

依據研究目的本研究問題如下

- 一、大陸觀光客在兩蔣文化園區的消費行為如何？
- 二、目前前往兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性現況如何？
- 三、大陸觀光客對兩蔣文化園區的滿意度情形為何？

第四節 研究範圍與限制

一、研究範圍

研究範圍依兩方面說明，在研究地點選取上以桃園縣政府所界定之兩蔣文化園區為主要範圍，包含大溪鎮的 5 個景點及復興鄉的角板山行館 1 個景點：

- (一) 慈湖陵寢 (Cihu Mausoleum)
- (二) 大溪陵寢 (Daxi Mausoleum)
- (三) 後慈湖 (Back Cihu)
- (四) 大溪中正公園 (Daxi Chiang's Park)
- (五) 慈湖紀念雕像公園 (Cihu Memorial Statutes Park)
- (六) 復興鄉角板山行館 (Jiaobanshan Villa)

在研究對象選取上以兩蔣文化園區大陸觀光客自 2011 年 4 月至 2011 年 5 月共 13 工作天每次抽四部遊覽車共 520 人次以正式問卷為主，研究使用的工具是依據研究目的和探討範圍，編製成「滿意度調查問卷」之問卷初稿，內容共有，第一部分「人口特性」，第二部分「消費者行為」，第三部分「滿意度」。取樣的時間是自從兩蔣文化園區開放以來是大陸觀光客嚮往已久的觀光園區，對大陸觀光客各景點作深一層調查研究。依據研

究目的本研究欲瞭解的議題是大陸觀光客在兩蔣文化園區的消費行為如何？目前前往兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性現況如何？大陸觀光客對兩蔣文化園區的滿意度情形為何？

二、研究限制

本研究在研究過程中所面臨之限制如下

- (一) 研究個案方面因為本個案對於大陸觀光客到兩蔣文化園區的觀光研究尚屬首次，在資料上尚屬不全，大陸觀光客對兩蔣文化園區以多看、多聽、少說為原則難以據實填答。【因為每一部車都有大陸地陪相隨，尤其是到兩蔣文化園區更有所顧忌】
- (二) 在個人能力學識有限及針對大陸觀光課所進行的貫徹性研究之下，使得資料的蒐集處理與分析上難免有所疏漏，僅能就現有國內外以消費者行為顧客滿意度相關文獻進行資料的蒐集及查找。
- (三) 本研究以問卷調查為主，因受時間、地點、人力等因素之影響，故無法實施大規模抽樣，僅以到兩蔣文化園區旅遊之大陸觀光客為主，故只能以少數大陸觀光客之樣本，反映多數大陸觀光客的看法，因此只能儘量涵蓋所有可能的範圍。
- (四) 另一個限制大陸觀光客對兩蔣文化園區的問卷調查填寫意願不高。

第五節 名詞釋義

一、大陸觀光客 (Tourists from Mainland China)

大陸觀光客即是不管自大、小三通從大陸到臺灣觀光的大陸民眾稱之，中國大陸控制其國人出境，到臺灣旅遊以團進團出為主，並須支付保證金。

二、兩蔣文化園區 (Chiang's Family Park)

1975 年蔣中正先生逝世，1988 年蔣經國先生逝世，蔣氏父子暫厝慈湖，其因乃為蔣介石總統去世，家屬希望遺體日後能安葬於南京紫金山，故暫厝於大溪慈湖賓館，而蔣經國先生去世時，家屬亦仿效蔣介石先生移靈方式，等待機會遷回故鄉，因慈湖賓館易名為慈湖陵寢，頭寮易名為大溪陵寢，原慈湖陵寢管理處隸屬國防部，而桃園縣政府於 2005 年接管後，兩蔣文化園區，包括六處和兩蔣有關的文化資產，分別為暫厝蔣介石先生的 1、慈湖陵寢 2、大溪陵寢 3、後慈湖 4、大溪中正公園 5、慈湖紀念雕像公園 6、復興鄉角板山行館等六大區塊。

三、觀光滿意度 (Tourist's Satisfaction)

觀光的滿意度是離開日常生活居住地，前往其他地方，藉著觀光從事休閒、商業、社交或其他目的的相關活動，以消費的行為達到觀光滿意度稱之。

四、消費者行為 (Marketing Behavioral)

消費的行為是以該地區的地方特產來提昇吸引顧客購買力，有助於企業競爭的優勢，增加企業獲利的競爭力，消費者行為與觀光滿意度有異曲同工之效，是影響消費者行為主要原因之一，是企業策略與政策的重要指標。

第貳章 文獻探討

本研究利用國家圖書館館藏資料，相關碩、博士論文，期刊文獻，政府機關資料，政策報告及相關法規來瞭解兩蔣史料及目前兩蔣文化園區之發展情形，由於尚未有相關期刊及文獻相關參考資料，本研究蒐集以報章雜誌、網路、資料政府文宣為主，在文獻探討部分，對兩蔣文化園區行銷、文化、產業的關鍵字有 20 篇進行研讀；另有關於大陸觀光客，台灣旺報、中國時報兩岸新聞也是筆者蒐集資料的參考。在探討本研究的相關文獻內容共分為三節：第一節兩岸觀光政策演變，第二節兩蔣文化園區歷史回顧，第三節顧客滿意度之內涵。

第一節 兩岸觀光政策演變

近幾年來兩岸開放交流，對大陸觀光客來說，兩蔣文化園區對於大陸觀光客有一種弔詭的情節，大溪慈湖尚屬新景點，兩蔣文化園區對大陸客來說，大溪在兩蔣時代大溪是兩蔣在台行誼之處。兩岸開放觀光，兩蔣具國際知名度，深具吸引中外觀光客的魅力，是重要的觀光勝地，行政院於 2008 年提出的「觀光客倍增計畫」的策略是：一、開發新興套裝旅遊路線及新景點。二、整備現有套裝旅遊路線。三、建置觀光旅遊服務網。四、宣傳推廣國際觀光。五、發展會議展覽產業。

在 2008 年政黨輪替之後，海峽兩岸歷經了 60 年停止對話，詳如歷屆
中華民國總統表 1-2 所示：

表 1-2 歷屆中華民國總統對大陸的國策目標

西 元	總 統	國 策 目 標
1949-1975	蔣介石先生	1949 年中華民國政府由南京轉進台灣，治國目標是反共抗俄。
1978-1988	蔣經國先生	1979 年中華民國退出聯合國，我政府當局以漢賊不兩立為治國綱領。
1988-2000	李登輝先生	1988 年始國人紛紛前進大陸投資，為免造成台商吃虧上當，政府以戒急用忍為號召，阻止國人赴大陸投資。
2000-2008	陳水扁先生	2000 年民進黨主政，民進黨以鎖國政策，嚴禁到大陸投資。
2008-迄今	馬英九先生	2008 年國民黨執政，馬總統全面開放兩岸三通政策。

資料來源：研究者整理（依年代排列）

海峽兩岸交流的窗口：「財團法人海峽交流基金會」簡稱：海基會，（代表臺灣），與「海峽兩岸關係協會」簡稱海協會，（代表大陸），經過六次江陳會，觀光產業蓬勃發展，來台觀光的大陸客由原先每日幾百

人，到目前每天四、五千人次（交通部，觀光局 2010），甚而超過觀光局的上線人數，在陸客來台的趨勢下，重點是國內如何來接應大陸龐大觀光客的內部問題，如何使觀光客有賓至如歸的感覺，大陸觀光客從政策面及世界趨勢「兩岸交流」就持續發燒，藉助兩岸大陸觀光潮，到臺灣的前三名是臺北故宮博物院，第二是阿里山、日月潭，第三是中正紀念堂（現稱自由廣場）再其次就是「兩蔣文化園區」（黃如萍，2010）。依內政部移民署 2011 年 5 月統計，今年上半年來臺大陸客超過 70 萬人次，為臺灣帶進四百億的觀光外匯收入，2011 年 3 月來臺旅客已達 51 萬 6,512 人次，為歷年單月新高，與去 2010 年同期相較，成長 30.70%。其中「觀光」目的旅客 30 萬 3,714 人次，成長 46.02%。就目的別而言，2011 年 3 月份各主要客源市場「觀光」目的各市場皆正成長，以中國大陸成長 152.26% 最高。兩蔣文化園區觀光客統計，今年有 238,895 人次造訪，去年有 217,541 人次，成長 9.82%（交通部觀光局，2011），開放大陸觀光客來臺，相對助長兩蔣文化園區觀光熱潮。

第二節 兩蔣文化園區歷史回顧

慈湖原名埤尾，因鄰近百吉隧道，故又稱洞口。蔣介石先生覺得此地景緻似故鄉奉化，於 1950 年興建了洞口賓館，於 1962 年更名為慈湖，於 1959 年完成「慈湖行館」因臨百吉隧道出口又稱為洞口，為思念慈母王太夫人。1975 年奉厝後改為慈湖陵寢，陵寢依山面水，坐北朝南，為仿四合院閩、浙形式的磚造紅瓦平房，左右圓洞門可至側院，後方山壁設有一處防空避難所。慈湖除了謁靈，大陸觀光客最喜好的觀光景點是儀隊的換班儀式，每逢周末假日的衛兵交接儀式，最讓遊客們喜愛，攝影機閃光燈總是閃爍不停。（桃園縣政府文化處 2010.06）

大溪陵寢原為「頭寮行館」，於 1962 年興建完成，做為總統府檔案室。1988 年蔣經國先生逝世，奉厝於此，緊鄰慈湖，以表達經國先生隨同在側的心願。大溪陵寢為仿四合院形式的平房，外觀為紅瓦黑牆，格局與慈湖陵寢相仿，平淡樸實，符合蔣介石先生與蔣經國先生平易近人親民愛民的個性。陵寢內部僅有經國先生的靈堂及辦公室，陳設也十分簡單，庭院的梅樹及龍柏等植栽，更襯托了幽雅清新的氣息。大溪陵寢與慈湖陵寢距離約 1 公里，已有觀光謁陵步道連結，沿途山林景觀隨著季節而變換顏色，遊客可漫步遊賞沿途小溪與綠蔭之美。

1962 年配合總統府疏散計畫，經蔣介石指示購地，於後慈湖地區興建防空洞作為戰時指揮所，並興建官舍，做為總統府秘書長、參軍長、及副秘書長等辦公處所，至 1975 年 4 月 5 日，蔣介石逝世奉厝於慈湖，改稱為「慈湖陵寢」，並設立慈湖陵寢管理處，負責接待管理服務等任務，後慈湖五棟辦公室亦移交陵管處代管，至 2007 年 11 月移撥桃園縣政府管理。後慈湖百吉林蔭步道原屬國防部慈湖軍事管制區，在地方人士多方奔走，為促進地方觀光事業，才於 1998 年解禁開放。（桃園縣政府文化處 2010.06）

後慈湖現已無軍事用途，經桃園縣政府積極爭取開放。2007 年 11 月，正式移撥桃園縣政府，並著手規劃整修開放等相關事宜，後慈湖長年為軍事管制區，不受外界干擾，保留完整原林相與自然生態環境，提供民眾另一個遊憩的後花園。進入後慈湖須事先經陵管處申請始可進入。

慈湖遊客中心位於前往慈湖謁陵的停車場旁，紅磚平房外觀，內部展示許多蔣公生前事蹟圖片，墨寶真蹟與複刻衣物十分引人注目。而館旁的展售中心，販賣多種兩蔣紀念品，尤其以最夯的 Q 版公仔、梅花冰及蔣夫人最愛吃的蜜梅糕等商品最受民眾歡迎。（桃園縣政府文化處 2010.06）

慈湖雕塑紀念公園由大溪鎮公所設立於 1997 年，2000 年 2 月 29 日舉行園區首座銅像（高雄縣捐贈）移置典禮迄今，已設置 162 座銅像。全公

園內最大的是由高雄市捐贈的銅像，經過桃園縣政府與大溪鎮公所修復後於 2008 年 4 月 5 日重新開放參觀，名為「傷痕」與「再生」，是全世界唯一為單一個人的雕像所設立之紀念園區。各式雕像及塑像中有大家熟悉的全身、半身像，多半由學校或機關捐贈，也有坐姿與騎馬的塑像，每一座雕塑皆具藝術價值。整個園區以步道方式串聯銅像的擺放位置，還有庭園造景及拱橋流水，相當雅緻。（桃園縣政府文化處 2010.06）

大溪中正公園（昔稱大溪公園）台地，可遠眺大漢溪河谷，視界廣闊。大溪公會堂原建於 1921 年（大正 10 年），作為地方民眾的集會活動中心，改建於 1932 年（昭和 7 年），後來又徵借為蔣公行館，建築本體採用紅磚與白色水平灰泥帶裝飾，屬於源自英國安妮女王樣式的「辰野式」風格。園區包括了原為日治時期的建築「公會堂」及「蔣公行館」兩大主體，由於建築物極具歷史特殊價值，因此經文建會與桃園縣政府列為「桃園縣地方文化館」，目前已規劃成藝文空間及遊客咖啡休憩站。（桃園縣政府文化處 2010.06）

角板山公園又名「復興公園」，位於角板山賓館西南側，佔地極廣，園內十數棵高大的楓樹，在深秋時常以淒艷的楓紅，引人駐足遐思。另外亦有古松巨樹林立、老梅遍佈，每到花季，園內一片粉紅黛綠的花海，非常動人。園道中有蔣公及夫人手植的兩棵合抱榕樹。為了替角板山增添藝

文氣息，與世界藝術大師接軌，桃園縣政府於 2003 年邀請吳炫三等 12 位國際大師，在園區內創作公共藝術作品，成為第一處世界級「雕塑公園」與公共藝術教育園地，由於雕塑作品十分具有創意，並融入當地景觀，帶動角板山的觀光熱度。（桃園縣政府文化處 2010.06）

第三節 顧客滿意度

一、顧客滿意度定義

滿意度或滿足感 Satisfaction 為可交互使用的名詞柯樂（Kotler, 1999）指顧客滿足感有兩種解釋，一個人在消費一項產品或服務後所感受到的喜悅程度，這種愉快喜悅源自對產品或服務後所感受到的愉悅程度，這種愉悅係言自對產品或服務認知績效和個人對產品或期望兩相比較後所形成的，亦即顧客滿足感是認知（知覺）績效和期望的績效函數（黃金柱，2006）

另有一種解釋，一為消費者生理或心理的動機促動下的行為在達到所追求的目標時產生的一種內在狀態，另一為消費者慾望實現時的一種內在狀態；另一為消費者慾望實現時的一種心理感受（張春興，1989）

關於滿意度的解釋每位學者多有不同的解讀，在不同文化背景下，不同社經特徵的消費者，因行為態度與偏好不同均會影響其對品質與滿意度的認知，對於顧客滿意度的解釋，韓至剛（1997）認為顧客滿意度是企業

形象必須追求的目標，是取得競爭優勢最大的關鍵，服務品質則是影響顧客滿意度的重要因素之一。學者 Kotler (1999) 認為要考慮購買前的動機，不能只在特定交易後的購後經驗來看，也就是要以顧客在購買前及購買後的兩者之差異來衡量產品，實際所達成績效的程度，進而感受到滿意或不滿意。

Hempel (1977) 則認為顧客滿意度決定於顧客所預期的產品或服務利益實現程度的實現，顧客滿意度反應預期與實際的一致行動。Hunt (1977) 認為顧客滿意度是一種經由經驗與評估而產生，是否滿意的過程。Westbrook (1980) 指出滿意度乃是情感性的定義代表，消費者主觀覺得好便產生滿意反之亦然，而 Wdooruff (1983) 則認為只要消費者主觀上覺得好，就產生滿意，反之則不滿意，這是消費者再購買後的一種行為，使用後的一種行為反應。Bolton and Drew (1991) 視顧客滿意度為顧客購後經驗所賦予的特性，因此顧客滿意度可能會影響顧客產品品質、服務品質、購買意願與購買行為的評估。

枋三保 (1998) 將顧客滿意是為一種事前期望與事後知覺績效比較的過程。蘇武龍 (2000) 認為滿意度係指一群具有指標性的消費者，在沒有事先約定的情況之下，於一個時間點或期間個別性的參與的服務傳遞過程，而對於該次服務的平均滿意度，而鄭訓聰 (2011) 指出，消費者滿意

是消費者自購買產品或接受服務的過程中感到滿意，或有物超所值的快樂感受，滿意度則謂消費者在購買前的認知，預期與購買後實際使用效果相對照的結果，若後者大於、等於前者時，滿意度則相對較高。

關山晴（2002）則指出顧客滿意度是購買行為的比較過程，不論投入成本與所獲利益的比較，或是購前預期與實際結果的比較，滿足購買者則獲得「顧客滿意」反之則不滿意，「顧客滿意」以及實際與理想狀況的比較。

綜合以上各學者的意見，其滿意度主要是所知覺功能和期望兩者之間差異的函數，所以顧客滿意度，即是來自於對產品功能特性或結果，知覺以及與個人對於產品需求有被滿足？由心理直接反映出來喜好與否的一種態度。

二、滿意度理論

顧客對產品或服務的期望會影響對該項消費的滿意程度，同時透過對顧客滿意程度的瞭解，企業可進一步探討顧客對其所提供之產品或服務的感受，可藉此研究如何加強服務品質，以提昇顧客滿意度的重要性，在於有助於企業競爭的優勢，增加企業獲利的競爭力，顧客滿意度是影響消費者行為主要原因之一，是企業策略與政策的重要指標。如表 2-1

表 2-1 顧客滿意度相關理論統整表

研究者 (年代)	理論名稱	理論內容
Festinger (1957)	認知失調理論	消費者經歷不一致情況，則會藉由調整認知差距來降低失調感，亦會改變一個人的態度。
Hovland, Harvey & Sherif (1957)	類化對比理論	期望與績效的不一致較小時，消費者會類化其判斷。
Thibaut & Kelley (1959)	比較水準理論	建立判斷績效之比較水準。
Helson (1964)	調適水準理論	以可適應的某種績效之水準，來做為判斷績效的基準。
Cardozo (1965)	對比理論	失望的消費者其期望與獲得之服務績效的差距會擴大。
Latour & Peat (1979)	心理一致理論	在期望與績效不一致時，消費者會改變對實際服務績效之認知
Latour & Peat (1979)	滿意理論	消費者對產品或服務的每一屬性皆有重要性判斷的權利。
Oliver (1980)	期望不配合理論	顧客對產品期望與認知績效會造成滿意判斷。
Folkes (1984)	歸因理論	滿意對內部因素比對外部因素具有高的評價。
Oliver & Desqarbo (1988)	公平理論	消費者感覺被公平對待及結果與投入比率公平時，會感到滿意。

資料來源：研究者整理（依年代排列）

政策的行銷程序為：一、市場定位 二、確定標的顧客 三、進行市場區隔化 四、選擇促銷手段與策略 五、妥善運用資源；這些理論對於滿意度都有及其價值存在。

三、有關消費者行為理論 (marketing behavioral)。

哥倫比亞大學行銷系教授伯特·史密特 (Bernd H Schmitt) 在其所寫的體驗行銷一書中，曾提出實施體驗行銷的策略基礎，其目的是位顧客創造不同的體驗形式，並提出其重要架構，這個架構由五個形式的策略所組成包括感官行銷策略、情感行銷策略、思考行銷策略、行動行銷策略及關聯行銷策略。

感官行銷策略是以五種感官為訴求包括視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺感官行銷活動的目的，大致是經由知覺刺激，提供美學的愉悅、興奮、美麗與滿足。其重點在於如何設計才能造成顧客感官上的衝擊，並打動消費者以增加產品價值。

情感行銷策略乃在挑動消費者內在的情感及情緒，希望能觸動消費者內在的情感及情緒，使其對品牌產生好感，進而產生對品牌產生好感，進而產生喜悅與驕傲的情感，情感行銷的重點在於到底提供顧客什麼樣的刺激，才能引起顧客的情感反應。

思考行銷目標是以創意的方式，創造顧客認知與解決問題的體驗，思考訴求，經由驚奇引起興趣，挑起顧客對產品創意的思考，促使她們對企業與產品進行評估，如此將可提高顧客的參與。

行動行銷的目標是影響顧客生理上的有形體驗生活型態與互動。

關聯行銷可能同時包括感官情感，思考與行動行銷等層面，關聯行銷是將個人投射到一個品牌中，行程超越個人現狀與人格的個人體驗。

金融海嘯後，全球觀光產業正處於蓬勃發展階段，各國莫不致力於發展觀光產業並提升競爭力，以創造就業需求與機會、賺取外匯、振興經濟，臺灣當然也不例外，並不斷隨著外在環境變遷及兩岸關係之轉變，推動各項觀光發展政策。然而，觀光發展對國家社會帶來的影響，除了經濟上正面利益，亦會造成些負面的影響，隨著觀光產業的蓬勃發展，已有愈來愈多的國家及地區遭受觀光成長所帶來正面及負面的影響，故有關觀光發展衝擊的研究文獻議題漸受各界所重視。

第四節 本章總結

綜合以上相關文獻探討與分析，可確實瞭解到兩蔣文化園區顧客滿意度與滿意度行銷策略的重要性。

一、本研究將大陸觀光客定義為是不管大、小三通從大陸到臺灣觀光的大陸民眾稱之。回顧近 50 年來台灣觀光發展政策始末，主要從開發建設國內觀光資源、發展國內觀光旅遊事業、開放國人出國旅遊、到現階段擴大國民旅遊及吸引大陸觀光客來台，是一個「由內而外」逐漸演進的過程，在政府與民間努力下，使得我國觀光產業在品質與遊客量上，均有相當提升與成長，故本研究以其滿意度主要是所知覺功能和期望兩者之間差異的函數，所以顧客滿意度，即是來自於對產品功能特性或結果。

二、依據大陸觀光客來台旅客滿意度研究顯示：大陸觀光客曾創下連續多年兩位數以上的成長紀錄。然而，過去幾年來，台灣觀光業發展十分不理想，加上全球金融海嘯，全球經濟不景氣，致使觀光需求成長減緩甚至負成長，為此，馬政府上台後，不斷在觀光政策與執行步調上力求突破，自 2008 年 7 月起，在「循序漸進」、「質量並重」、「從誠信出發、以優質為本」原則下，推動全面開放「大陸人民來台觀光」政策，逐步放寬旅遊限制，根據行政院大陸委員會統計，2009 年 4 月 7 日至 4 月 20 日平均每日入境大陸觀光客已逾 3,500 人次，顯示市場潛力雄厚；2009 年

4 月，更推動「六大新興產業發展規劃－觀光拔尖領航方案」，打造台灣為具地方特色與國際觀光水準之寶島，除吸引來台從事觀光、商務、探親等旅客，並讓國人樂於留在國內旅遊度假。

三、近年來隨著政策推動，研究國內旅遊及大陸觀光客滿意度文章如雨後春筍般，預期未來國民旅遊、國際及大陸來台觀光人次將大幅增加。我們必須以更審慎的態度，研析可能隨之而來的影響，並設法未雨綢繆。尤其 2011 年 4~5 月初因為大陸觀光客遽增，6 月松山機場直航已經在郝龍斌市長任內直航上海虹橋機場，將會分散桃園國際機場的客源及貨運，讓桃園國際機場轉運中心轉型，其它如台中、台南、高雄、花蓮、澎湖亦相繼開放機場。中國大陸兩岸互航，相信對兩岸有利多的影響。

第叁章 研究方法與步驟

本研究旨在瞭解大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區觀光滿意度相關研究，實際狀況，並探討大陸客與兩蔣文化園區消費行為及滿意度，依據問題背景，研究目的及文獻探討之結果，以桃園縣大溪兩蔣文化園區大陸客為研究對象，採用問卷調查法，彙整資料後，進行分析，俾以回答研究問題，本章共分為六節，第一節研究架構，第二節研究流程，第三節研究對象，第四節為研究工具之編製，第五節為研究程序，第六節為資料處理。

第一節 研究架構

本研究以大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區觀光滿意度為主題，旨在瞭解大陸客與兩蔣文化園區的各項變項(性別、年齡、學歷、職業、收入、居住地)在背景變項與大陸觀光客兩蔣文化園區之差異情形，並探討大陸客對兩蔣文化園區架構分為三部分

背景變項如下：

一、人口特性：包括男性遊客及性女遊客。

二、消費行為: 包括參觀方式、交通工具、參觀同行友人、旅遊次數、參觀景點、參觀時間、訊息來源、園區的花費、急需要改進的地方、所購買的紀念品、再次旅遊與遊客間的互動。

三、滿意度包括設備、景點、服務三部分，依據研究目的及文獻整理之結果，提出本研究架構如圖 3-1 所示

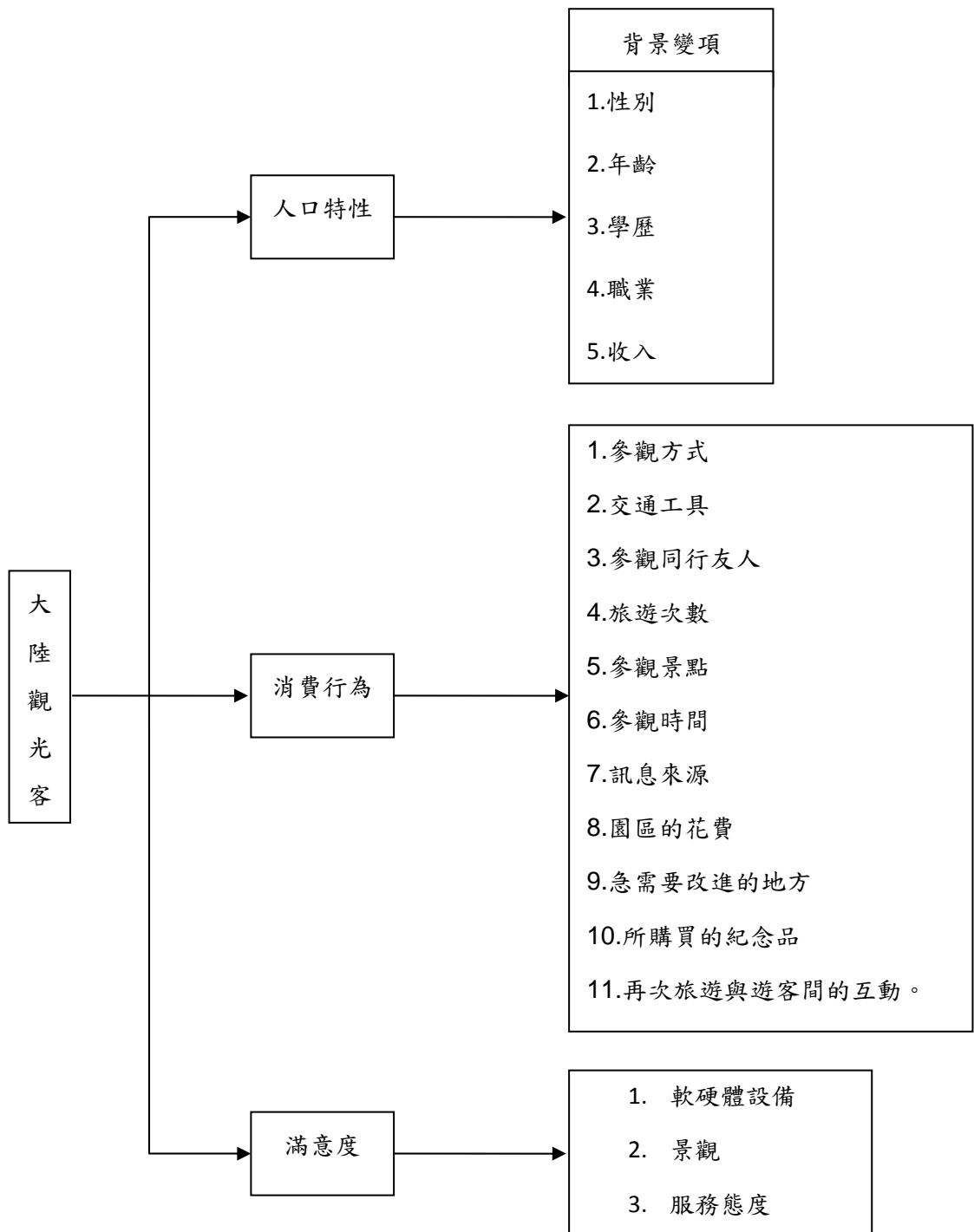


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究流程

本研究在確定研究主題及架構後，即著手蒐集與研究主題相關之文獻並加以分類、彙整。接著根據研究問題，設計研究問卷後，請專家學者審視、預試修改問卷，再進行研究工具問卷之信度與效度的檢驗後，實施正式問卷調查。進行正式問卷調查前，先與研究對象，臺灣導遊及大陸領隊聯繫請求協助，以便順利抽樣請大陸觀光客填答問卷，最後將問卷回收後進行編碼與資料處理分析，並依據研究目的，再與相關文獻資料進行分析與討論，最後再綜合本研究之研究結果，提出結論與建議。本研究流程，如圖 3-2 所示。

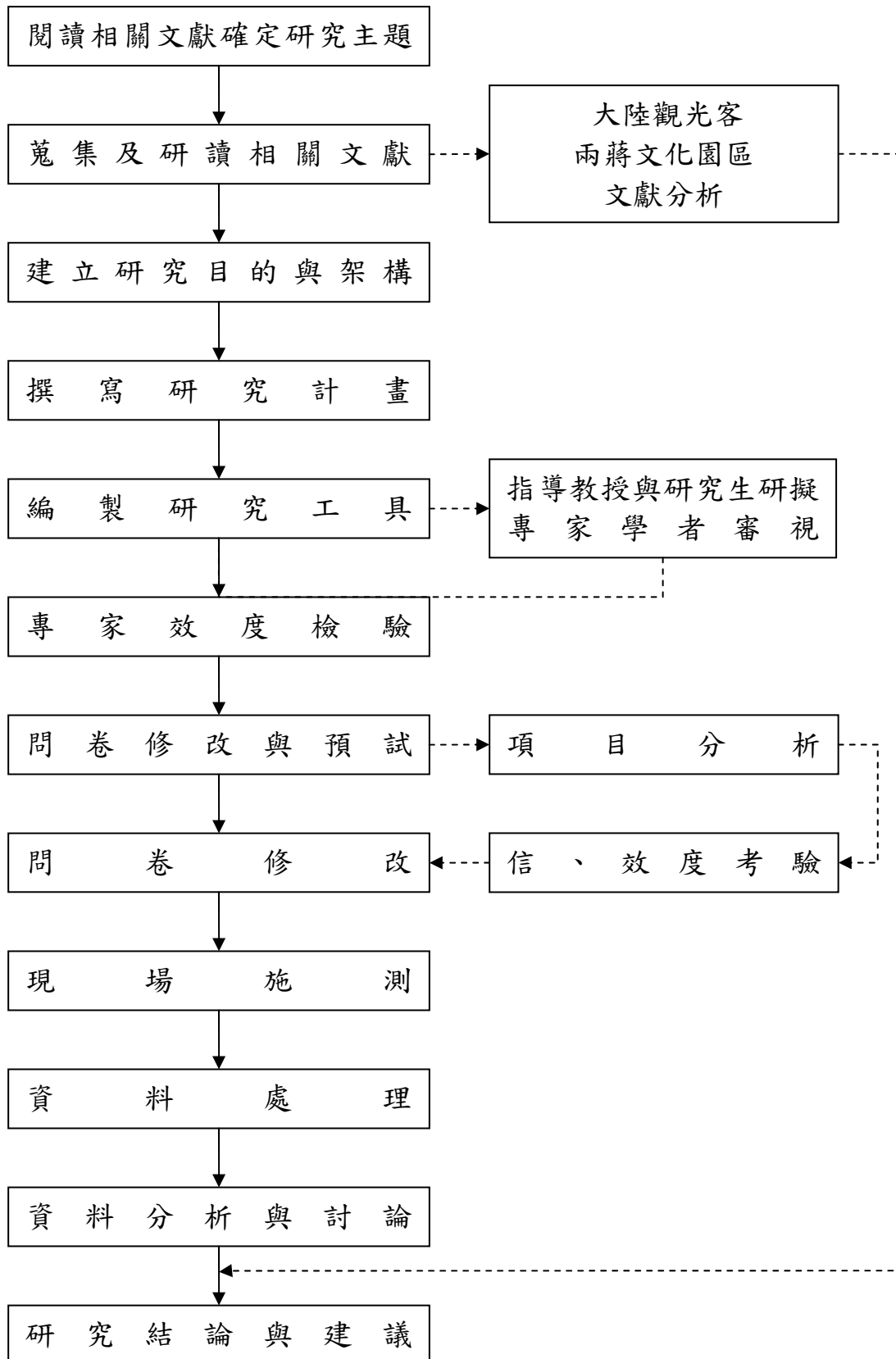


圖 3-2 研究流程圖

第三節 研究對象

本研究以大溪兩蔣文化園區自 2011 年 2 月至 2011 年 3 月來訪之大陸觀光客造訪兩蔣文化園區之人數，為抽樣問卷調查樣本，以每天以 2 部遊覽車為一單位，每單位 40 人次，連續 5 個工作天抽樣，共計將抽樣預試問卷 230 人次為樣本。自 2011 年 4 月至 2011 年 5 月共 13 工作天每次抽四部遊覽車共 520 人次為正式問卷。

實施方式由研究者親自攜帶預試問卷至兩蔣園區進行施測，完成後由研究者攜回。施測前，先告知本研究進行之目的，同時表示本次調查採不記名的方式進行。填答者所提供的意見，僅供研究分析之用，絕對保密，請其放心填答。

第四節 研究工具及編制

研究方法上，主要有定量研究與定性研究分析兩大類（吳芝儀、李奉儒，1995）。一般而言，在理論架構清楚，且愈分辨顯著變數或變數之間的因果關係之研究上，使用統計分析之定量研究分析較為合適，但對理論架構上待發現之探索性研究而言，則定性研究分析法較為合適。質性研究是一種為了克服量化研究的缺點而興起的研究方法，其融合研究者個人觀點的價值、信念和興趣，親臨其境，在自然的氣氛下經驗對方的生活經驗，並解釋它們是一種人性化的研究（張敦智，1997）。本研究旨在探討兩岸交流後大陸客對兩蔣文化園區開放的策略，本研究首先經由相關的文獻收集及閱讀後，預定本研究之研究主題及研究架構，再鎖定研究主題相關之文獻加以分類、彙整，同時確定本研究之基本架構流程無誤後，採二個步驟同時進行本研究：

一、文獻分析方法:收集並詳讀大溪有關文獻。

二、蒐收並分析兩岸交流文章及報章雜誌經收集並分類剪貼、歸納、分析並隨時注意時事現狀，並加以歸類研究比對，製作問卷資料，因本問卷係針對大陸觀光客，故以簡體字為宜，經學者專家及預試問卷、正式問卷最後依研究目的，推論出結論與建議。

一、導遊受託信件：導遊受託信件的目的，在於向導遊說明本研究的目的與進行方式，並告知進行問卷調查的相關事宜，如研究所進行的問卷調查方式、蒐集的需要及轉寄的必要性，以及參予研究者在研究的過程中，所受的尊重與隱私的保障。

二預試問卷調查時間:2011 年 3 月 15 日至 3 月 30 日止月份之間進行，參與研究對象共有 230 名受訪對象。

三、正式問卷調查時間:正式問卷調查時間於 2011 年 4 月份至 5 月份之間進行，參與研究對象共有 520 位大陸觀光客，有效問卷以描述性統計，單因子變異數分析等統計方法進行資料處理，對每位受訪者進行問卷調查時間，地點於被調查者安靜的住宿飯店、旅館。

研究工具依據研究目的和探討範圍，編製成「滿意度調查問卷」之問卷初稿，內容共有，第一部分「基本資料」，第二部分「消費者行為」，第三部分「滿意度量表」。同時為使研究工具達到效果，參考相關量表並與專家審視編製研究問卷，委請指導教授及國內相關領域之學者專家審閱如表 3-1，針對問卷內容與研究目的之符合程度再度進行審視，並提出具體之建議與修改。修改後將題號重整後編成預試問卷，始予以編印進行預試。

表 3-1 專家效度審閱委員名單

職 稱	姓 名	服 務 單 位
助理教授	吳慧卿	國立臺北大學
教授	林玫君	國立臺灣師範大學
教授	張少熙	國立臺灣師範大學
教授	程紹同	國立臺灣師範大學
副教授	蕭嘉惠	國立臺北大學

資料來源:研究者整理 (按姓名筆劃排序)

一、量表之編製

配合本研究之需求加以修改為第一部分為「人口特性」、第二部份為「滿意度」、第三部份「消費行為」三個構面。其次，滿意度量表係參考李詠秋（2002）所編製的滿意度量表，該量表旨在瞭解兩蔣文化園區之情形，依研究需要修編成「兩蔣文化園區消費者行為滿意度分量表」，內容包含「人口特性」、「消費行為」與「滿意度」三個分量表。以上量表均經專家學者審視而成「兩蔣文化園區消費者行為滿意度調查問卷」以作為研究工具。

在量表填答設計方面，一般人對五分量表的態度反應最為明確，若選項超過五項則會影響作答者的判斷力，故五分量表是最為可靠的考量（彭仁信，1994）。本問卷之大陸客來台量表部分，除基本資料外，其餘均採用李克特氏五等量表(Likert-type Scales)為填答方式。其中，研究對象以自

己本身的感受，勾選符合自己的選項填答，計分方式為「非常不滿意」得 1 分、「不滿意」得 2 分、「普通」得 3 分、「滿意」得 4 分、「非常滿意」得 5 分，得分愈高表示該方面傾向愈強或發展愈好，得分愈低則表示該方面傾向愈弱及滿意愈差。

第三部分為「基本資料」，此部分是根據研究需要及參考相關文獻，並參照專家學者之意見而成，目的在於瞭解受測大陸客之個人背景變項。包括：性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入及居住地等題項。

二、量表預試

本研究工具在問卷完成初稿後，請指導教授檢視修正問卷內容，再委請國內相關領域學者專家審閱如表 3-1，針對問卷內容與研究目的之符合程度再度進行檢視，並提出具體之建議與修正以符合於研究所需。

本研究問卷根據專家學者及相關領域教師之評估建議，進行問卷初稿修正，或刪除當各題項獲得適合意見達 50% 以上，則予以保留或是各題項獲得適合與修正後適合，選項百分比相加其值在 80% 以上者予以修正保留，如該題項未達上述標準者，則予以刪除，依據此原則在本研究第二部份滿意度量表部份 27 題共有 2 題意見不符，其餘達 85% 以上，故不修改予以保留，根據專家學者與相關領域教師之意見，針對問卷中用詞或用語錯誤部份加以修正，修正後製成預試問卷 27 題（如附錄二）。茲將預試對象、時間及實施方式陳述如後。

（一）預試對象

預試問卷確定後，以兩蔣文化園區 230 名大陸觀光客進行預試調查。

(二) 預試時間

100 年 3 月 15 日至 3 月 30 日止。

(三) 實施方式

由研究者親自攜帶預試問卷至兩蔣園區進行施測，完成後由研究者攜回。施測前，先告知本研究進行之目的，同時表示本次調查採不記名的方式進行。填答者所提供的意見，僅供研究分析之用，絕對保密，請其放心填答。

三、信效度檢驗

(一) 效度分析

本研究之效度分析，擬分建構效度與專家效度兩部份進行，分述如后：

1. 建構效度

建構效度係指理論觀點解釋測驗之程度，即測驗能夠測量到理論上之建構或心理特質之程度，為評估心理素質或能力之必要條件（吳明隆，2007）。

(1) 項目分析

預試問卷回收後即進行項目分析，將針對預試問卷個別題項作適切性的檢核，以極端性檢核法及同質性檢核法來檢視各題項（吳明隆，2005）；極端性檢核法在求出各題項的決斷值（critical ratio；簡稱 CR 值），以各面向總得分排序前 25% 者為高分組，後 25% 者為低分組，藉由高、低分組在各題項平均數的差異考驗達到統計顯著水準，這差異考驗是藉由獨立樣本 t 檢定的程序加以考驗，此 t 值即稱決斷值（CR 值），如果

CR 值較大且達差異水準 ($p < .05$) 時，便表示該題可以鑑別各類不同參與者的反應程度，此即為選題之依據，反之者否；而同質性檢核法則是計算每個題項與量表總分的積差相關係數，若呈零相關或相關係數較低時，即表示該題不具鑑別作用，應予刪除。根據表 3-2 項目分析的結果顯示，滿意度分數各題的決斷值(CR)都有達統計上顯著差異，因此根據決斷值(CR)的結果顯示沒有任何題目需要被刪除。

表 3-2 項目分析

題目內容	決斷值(CR)	相關係數	備註
1 對於兩蔣文化園區的景點配置	2.202*	0.430***	保留
2 對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點	6.143***	0.222***	保留
3 對於兩蔣文化園區的景點動線設計	3.719***	0.227***	保留
4 對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示	5.648***	0.285***	保留
5 兩蔣文化園區對於環境的景點維護	9.882***	0.430***	保留
6 兩蔣文化園區的歷史背景	7.769***	0.313***	保留
7 兩蔣文化園區的景點規劃	8.894***	0.398***	保留
8 兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色	8.677*	0.399***	保留
9 兩蔣文化園區販售人員的態度	11.486***	0.400***	保留
10 園區工作人員總是把顧客服務擺在首位	2.467***	0.464***	保留
11 兩蔣文化園區販售人員的服務	7.23***	0.364***	保留
12 兩蔣文化園區環境整潔程度	11.316***	0.424***	保留
13 兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式	6.821***	0.349***	保留
14 兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制	8.543***	0.363***	保留
15 兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數	10.19***	0.444***	保留
16 兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性	9.964***	0.367***	保留
17 兩蔣文化園區所提供的硬體服務	10.836***	0.424***	保留
18 兩蔣園區的停車場停車規劃	11.877***	0.473***	保留
19 兩蔣文化園區免費公車的服務提供	13.378***	0.502***	保留
20 兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容	15.141***	0.508***	保留
21 兩蔣文化園區交通動線	9.732***	0.372***	保留
22 兩蔣文化園區指示標誌	11.12***	0.446***	保留
23 園區的休息區木條座椅造型	9.206***	0.406***	保留
24 園區的森林步道	8.716***	0.395***	保留
25 園區廁所整潔衛生	7.51***	0.331***	保留

26 園區廁所的內部環境美化	6.672***	0.329***	保留
27 園區介紹歷史典故使用影音視訊方式	5.37***	0.131***	保留

*:p-value<0.05；**：p-value<0.01；***：p-value<0.001

(2) 因素分析

學者 Comrey (1937) 認為如果預試問卷要進行因素分析，以求其建構效度，則樣本數最好在 300 為以上，如果取樣之觀察值少於 100，則不宜進行因素分析，本問卷預試樣本以 230 份為原則，以利進行分析。本研究亮併計進行二次因素分析，分數如後。

(一) 第一次因素分析

本研究將以探索性因素分析(Exploratory Factor Analysis，簡稱 EFA)，做為滿意度量表之建構效度。設定特徵值大於 1 並以主成分因素分析抽取因素，並以最大變異法轉軸法進行分析。結果如表 5，KMO 取樣適切性量數為 0.820 (p<0.001)，顯示以探索性因素分析出的架構尚可接受。

進行探索性因素分析後，共分八個構面，總解釋的變異量為 52.12%。第一個構面包含「園區的森林步道」、「兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數」、「園區廁所的內部環境美化」、「兩蔣文化園區對於環境的景點維護」、「兩蔣文化園區販售人員的服務」、「園區的休息區木條座椅造型」。

第二個構面包含：「園區的休息區木條座椅造型」、「兩蔣文化園區交通動線」、「兩蔣文化園區所提供的硬體服務」、「兩蔣文化園區販售人員的態度」、「兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容」。

第三個構面包含：「兩蔣文化園區指示標誌」、「兩蔣文化園區免費公車的服務提供」、「兩蔣園區的停車場停車規劃」、「兩蔣文化園區的景點規劃」、「對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點」。

第四個構面包含：「對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示」、「兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色」、「兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性」、「兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式」、「園區廁所整潔衛生」。

第五個構面包含：「兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制」、「兩蔣文化園區的歷史背景」、「兩蔣文化園區環境整潔程度」。

第六個構面包含：「園區工作人員總是把顧客服務擺在首位」、「園區介紹歷史典故使用影音視訊方式」。

第七個構面包含：「對於兩蔣文化園區的景點動線設計」。

第八個構面包含：「對於兩蔣文化園區的景點配置」。

相關結果如表 3-3 所示。

表 3-3 第一次效度分析

題	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七	因素八
24 園區的森林步道	0.585							
15 兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數	0.583							
26 園區廁所的內部環境美化	0.566							
5 兩蔣文化園區對於環境的景點維護	0.547							
11 兩蔣文化園區販售人員的服務	0.534							
23 園區的休息區木條座椅造型		0.732						
21 兩蔣文化園區交通動線		0.546						
17 兩蔣文化園區所提供的硬體服務		0.503						
9 兩蔣文化園區販售人員的態度		0.476						
20 兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容		0.430						
22 兩蔣文化園區指示標誌			0.730					
19 兩蔣文化園區免費公車的服務提供			0.610					
18 兩蔣園區的停車場停車規劃			0.513					
7 兩蔣文化園區的景點規劃			0.471					
2 對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點			0.470					
4 對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園 區展示				0.648				
8 兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等 特色				0.605				
16 兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性				0.551				
13 兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式				0.515				
25 園區廁所整潔衛生				0.443				
14 兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制					0.670			
6 兩蔣文化園區的歷史背景					0.604			
12 兩蔣文化園區環境整潔程度					0.507			
10 園區工作人員總是把顧客服務擺在首位						0.777		
27 園區介紹歷史典故使用影音視訊方式						-0.709		
3 對於兩蔣文化園區的景點動線設計							0.773	

1 對於兩蔣文化園區的景點配置

0.771

解釋變異量(%)	17.25	7.96	5.78	4.73	4.61	4.08	3.88	3.82
累積解釋變異量(%)	17.25	25.22	31.01	35.74	40.34	44.42	48.29	52.12

(二) 第二次因素分析

接下來將第一次因素分析所產生的八個構面中，題項少於 3 題的題目刪除，共刪除了第 1 題、第 3 題、第 10 題與第 27 題，共 4 題。並同樣以探索性因素分析(Exploratory Factor Analysis，簡稱 EFA)，再進行一次滿意度量表之建構效度。並將因素個數設定為 6 個並以主成分因素分析抽取因素，並以最大變異法轉軸法進行分析。結果如表 3-4，KMO 取樣適切性量數為 0.832 ($p < 0.001$)，顯示以探索性因素分析出的架構尚可接受。

進行探索性因素分析後，共分六個構面，總解釋的變異量為 49.33%。第一個構面包含「園區廁所的內部環境美化」、「兩蔣文化園區販售人員的服務」、「兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數」、「園區的森林步道」、「兩蔣文化園區對於環境的景點維護」。

第二個構面包含：「園區的休息區木條座椅造型」、「兩蔣文化園區交通動線」、「兩蔣文化園區所提供的硬體服務」、「兩蔣文化園區販售人員的態度」、「兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容」。

第三個構面包含：「對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示」、「兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色」、「兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性」、「園區廁所整潔衛生」。

第四個構面包含：「兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制」、「兩蔣文化園區環境整潔程度」、「兩蔣文化園區的歷史背景」。

第五個構面包含：「兩蔣文化園區的景點規劃」、「兩蔣園區的停車場停車規劃」、「兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式」。

第六個構面包含：「兩蔣文化園區指示標誌」、「對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點」、「兩蔣文化園區免費公車的服務提供」。相關研究結果如表 3-4 所示。

表 3-4 第二次效度分析

	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六
26 園區廁所的內部環境美化	.649					
11 兩蔣文化園區販售人員的服務	.598					
15 兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數	.561					
24 園區的森林步道	.543					
5 兩蔣文化園區對於環境的景點維護	.434					
23 園區的休息區木條座椅造型		.746				
21 兩蔣文化園區交通動線		.576				
17 兩蔣文化園區所提供的硬體服務		.536				
9 兩蔣文化園區販售人員的態度		.510				
20 兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容		.452				
4 對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示			.681			
8 兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色			.642			
16 兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性			.595			
25 園區廁所整潔衛生			.527			
14 兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制				.682		
12 兩蔣文化園區環境整潔程度				.574		
6 兩蔣文化園區的歷史背景				.567		
7 兩蔣文化園區的景點規劃					.557	
18 兩蔣園區的停車場停車規劃					.542	
13 兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式					.528	
22 兩蔣文化園區指示標誌						.692
2 對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點						.529
19 兩蔣文化園區免費公車的服務提供						.415
解釋變異量(%)	19.69	8.92	6.52	5.37	4.59	4.24
累積解釋變異量(%)	19.69	28.62	35.14	40.51	45.09	49.33

2. 專家效度

(一) 專家效度 (expert validity)

是將試題交給相關的學者專家或實務工作者，請其評估題目的良窳。通常專家所評定的內容不僅是表面效度 (face validity)，更可以協助進行內容效度的評估，指出是否題目包含了適當的範圍與內容，同時更可以藉由專家的意見，針對題目是否可以測出該潛在特質的抽象內容，進行討論，提供類似於建構效度的評估意見 (邱皓政，2002)。本研究問卷採專家效度，委請指導教授及國內相關領域之學者專家審閱 (表 3-2)，針對問卷內容與研究目的之符合程度再度進行審視，並提出具體之建議與修改。修改後，將題號重整後編成預試問卷，始予以編印進行預試。

(二) 信度分析 (Reliability Analysis)

本研究乃將收回之問卷使用 Cronbach's α 值來衡量各變數內部之一致性。實際上 Cronbach's α 值至少要大於 0.7。 α 係數越高，表示量表信度越高。一般 α 係數在 .70~.79 之間，是可以接受的最小信度係數；在 .80~.89 之間表示量表信度佳；在 .90 以上表示量表信度甚佳 (吳明隆，2003)。

此外，以信度判別內部一致性時，若該題項「刪除後之 α 值」等於或大於該構面的 α 值時，表示該題與構面內其他題目的一致性不高，則考慮刪除該題項；倘若刪除該題後的 α 值只提高一些，實務上保守傾向將保留原題。因此以下判斷是否該保留該題項時，將同時考慮「校正題項與總分之相關」與「刪除後之 α 值」，是否保留或刪除註記於備註欄內。表 3-5 為已刪除四題題目後逐題之信度分析表，本份量表共有 23 題，總信度為

0.807，屬於中高信度之量表。而其中第 2 題「對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點」與第 4 題「對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示」這兩題刪除後的 α 值比總量表的 α 值高，但這題刪除後的 α 值並沒有差異太大，因此這兩題予以保留。信度分析如表 3-5 所示。

表 3-5 滿意度量表之信度分析

題 項 內 容	Cronbach' s Alpha
構面一 26 園區廁所的內部環境美化	0.804
11 兩蔣文化園區販售人員的服務	0.801
15 兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數	0.796
24 園區的森林步道	0.799
5 兩蔣文化園區對於環境的景點維護	0.798
構面二 23 園區的休息區木條座椅造型	0.801
21 兩蔣文化園區交通動線	0.801
17 兩蔣文化園區所提供的硬體服務	0.798
9 兩蔣文化園區販售人員的態度	0.799
20 兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容	0.793
構面三 4 對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示	0.809
8 兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色	0.800
16 兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性	0.801
25 園區廁所整潔衛生	0.801
構面四 14 兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制	0.799
12 兩蔣文化園區環境整潔程度	0.797
6 兩蔣文化園區的歷史背景	0.805
構面五 7 兩蔣文化園區的景點規劃	0.800
18 兩蔣園區的停車場停車規劃	0.795
13 兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式	0.801
構面六 22 兩蔣文化園區指示標誌	0.796
2 對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點	0.807
19 兩蔣文化園區免費公車的服務提供	0.794

第五節 研究步驟實施程序

本研究之問卷施測共分為五個階段進行。

第一階段：預備施測階段，在研究進行之前(100年3月15日至3月30日)

研究者先親自赴兩蔣文化園區施測 230 份。

第二階段：正式施測階段，由研究者親自攜帶問卷至兩蔣文化園區進行問

卷施測有效問卷 461 份。

第三階段：資料整理在施測結束後，將問卷回收，進行整理工作，剔除無

效問卷加以編碼。

第四階段：資料分析，本研究使用 SPSS for Windows 12.0 版套裝軟體進行

資料統計分析作業。

第五階段：將統計資料加以整理、分析與解釋，並與過去文獻相互印證，

最後提出研究結果。

第六節 資料處理

在正式問卷調查結束之後，研究者盡速將正式問卷調查資料繕打成統計稿，編號並加以統計摘錄，研究對象所陳述的意義。再依時間順序給予編號並歸檔。研究者以問卷調查受訪者身份編號及訪談日期的方式加以註

明，A01 的問卷資料，即代表 A01 為居住地上海受訪者第一位的問卷紀錄。

本研究透過問卷所獲得資料，利用 SPSS for Windows 12.0 版套裝軟體進行資料統計分析，並以 $\alpha.05$ 為顯著水準進行統計分析。根據研究目的，本研究所使用之統計方法如下：

描述性統計 (Descriptive Statistics)

描述統計的主要目的在於利用計算、測量、描述與劃記等方法，將一群資料加以整理、摘要與濃縮，以便容易瞭解其中所含的意義和傳遞訊息的性質（林清山，2002）。本研究之描述性統計在於運用次數分配、百分比、平均數及標準差來描述樣本特性及各變項的分布情形。

第肆章 研究結果與分析

本章乃針對研究問卷所獲得之各項資料加以整理，並進行相關統計分析，其結果共分為三節加以敘述分別為：第一節研究樣本特性分析；第二節大陸觀光客來臺對兩蔣文化園區的消費行為分析；第三節大陸觀光客來臺對兩蔣文化園區滿意度分析。

第一節 研究樣本特性分析

為瞭解本研究對象之一般特性樣本分配情形以百分比分析如表 4-1 包含性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、居住地等六種背景變項。

(一) 性別

以研究樣本在性別方面而言共有 461 位，男生有 430 位，共佔有 93.3%，女生只有 31 位，佔 6.7%。

(二) 年齡

這些研究對象的平均年齡為 57.13 歲，範圍從 40 歲到 72 歲不等。

(三) 教育程度方面

半數集中在研究所以上，共有 213 位(46.2%)，其次依序為 138 位的大學(29.9%)、41 位的專科(8.9%)、65 位的高中職(14.1%)與 4 位初中(含)以下(0.9%)，顯示來台旅遊的大陸客其教育程度較高，屬於高知識份子。

(四) 職業方面

前兩名分別為服務業、商業，分別有 193 位(41.9%)與 140 位(30.4%)；較少人屬於公務人員、家管、學生這三種行業。顯示來台旅遊的人多數為社會階級較高的大陸人，學生或家管等無較收入的行業則較少來台灣旅遊。

(五) 平均月收入方面

多數落在 5,001~10,000 元與 10,001~15,000 元人民幣之中，各佔 247 人(53.6%)與 180 人(39%)，顯示來台觀光之大陸客多數經濟較佳。

(六) 居住地

多數居住於上海(35%)北京(30%)天津(15%)南京(9%)廣東(8%)廣西(3%)。顯示來台觀光之大陸客，多數來自沿海大都市經濟條件較佳地區。

表 4-1 研究樣本基本資料

項 目	人數	百分比 (%)
性別		
男性	430	93.3
女性	31	6.7
年齡	平均 57.13	100
教育程度		
初中(含)以下	4	0.9
高中職	65	14.1
專科	41	8.9
大學	138	29.9
研究所以上	213	46.2
職業		
公務人員	0	0.0
教師	7	1.5
商業	140	30.4
工業	14	3.0
農漁牧	24	5.2
服務業	193	41.9
家管	11	2.4
學生	1	0.2
自由業	42	9.1
已退休	29	6.3
其他	0	
平均月收入 (人民幣)		
5,000 元人民幣以下	10	2.2
5,001~10,000 元人民幣	247	53.6
10,001~15,000 元人民幣	180	39.0

項	目	人數	百分比 (%)
	15,001~20,000 元人民幣	10	2.2
	20,001 元人民幣以上	14	3.0

第二節 大陸觀光客的消費行為分析

表 4-2 則是呈現這些研究對象的消費行為。結果顯示，461 位觀光客中，有 460 位都是以「旅遊團體」的形式參觀兩蔣文化園區，只有 1 位是透過親朋好友接待，因此時並沒有開放自由行，顯示兩蔣文化園區是旅行社常安排的景點之一。由於這 460 位觀光客是透過旅遊團體觀光，因此他們都是搭乘遊覽車；唯一一位親朋好友接待的觀光客則是搭乘公車到園區內。

本次前往兩蔣文化園區的同行有人多數是屬於 25~35 人的小團體，佔 312 位(67.7%)，其次是 36~50 人的大團體，佔 75 位(16.3%)。

所有的觀光客都是第一次到兩蔣文化園區旅遊。他們最常參觀的景點前兩名為：慈湖陵寢(99.3%)、大溪陵寢(15.56%)，只有親友接待的那位觀光客去大溪公會堂觀光與後慈湖。其餘景點(大溪中正公園、角板山行館)則無人前往。顯示對大陸觀光客而言，到兩蔣文化園區最主要的目的就是去看慈湖陵寢，因蔣中正在大陸較有知名度，其餘觀光景點還有待導遊與領隊的推薦。

多數觀光客在此參觀的時間約為 1 到 2 個小時，佔 83.3%，參觀 2 個小時的觀光客有 76 人，佔 16.5%。由於多數來觀光的人都是透過旅行社，

因此時間比較固定，未來可請旅行社多安排附近相關景點並將參訪時間延長，讓大陸客能好好的欣賞兩蔣文化園區。

大陸觀光客多數是透過「新聞媒體」與「報章雜誌」得知兩蔣文化園區的旅遊資訊，分別佔 80.9%與 71.4%，少數是透過「旅行社」、「親友推薦」、「網路」等管道得知。顯示媒體的角色還是很重要的，因此未來若需要推廣相關資訊，不妨請觀光局透過媒體多多宣傳兩蔣文化園區。

在園區消費狀況而言，461 位的平均花費為 147 元人民幣，其中有 75 位無購買紀念品或名產等消費，其餘 386 位觀光客則是花費 6~400 元人民幣不等，有人認為可購買的東西不多，有些則認為時間匆促，有些人認為有些東西有政治色彩不宜採購。

他們購買的紀念品多為兩蔣書刊(52.3%)、兩蔣公仔(51.6%)、兩蔣吊飾(41.6%)及大溪名產(40.8%)，少數購買兩蔣服飾(13.7%)與其他(16.5%)。因此未來若希望能增加觀光收益，建議可以將重心放在公仔與書刊上，購買的東西也可增加大溪名產或是台灣各地的伴手禮，。

在參觀完兩蔣文化園區之後，有 15 位大陸觀光客認為園區已不需改進，然而其餘 446 位認為仍有改善空間的前三名為：交通動線(58.35%)、衛生設施(10.4%)、導覽路線(11.9%)。前三名中有關於路線規畫就佔了兩

名，顯示觀光客希望參觀的景點是擁有完善的交通與導覽路線之園區，以方便他們能以最舒適的心欣賞各觀光景點。

最後，參觀完後有高達 437 位(94.8%)的大陸觀光客會介紹這個旅遊景點給親朋好友，且 326 位(70.7%)的人能說出此旅遊景點的典故，只有 39 位(8.5%)觀光客會再次旅遊。顯示雖此景點值得他們觀賞，但卻不吸引他們再次前往，因為此地區政治色彩較為嚴重此觀光區剛開放不久大陸觀光客顯得較保守，地陪也較不喜歡大陸觀光客到此一遊。

表 4-2 大陸觀光客消費者行為統計表

項	目	人數	百分比(%)
您到兩蔣文化園區的參觀方式為何？			
	旅遊團體	460	99.8
	親朋好友接待	1	0.2
	自由行	0	0.0
您到兩蔣文化園區的交通工具是？			
	遊覽車	460	99.8
	朋友接送	0	0.0
	計程車	0	0.0
	公車	1	0.2
	其他	0	0.0
本次到兩蔣文化園區參觀同行友人共有幾人？			
	2~6 人	2	0.4
	7~10 人	0	0.0
	11~15 人	14	3.0
	16~24 人	58	12.6
	25~35 人	312	67.7
	36~50 人	75	16.3
	>50 人	0	0.0
	您到兩蔣文化園區的旅遊次數(含本次)	1	99.9
您本次到兩蔣文化園區的參觀景點有哪些？			
	慈湖陵寢	458	99.30
	大溪陵寢	72	15.6
	後慈湖	0	0
	大溪中正公園	0	0.0

項	目	人數	百分比(%)
	慈湖紀念雕像公園	1	0.2
	角板山行館	1	0.2
	其他	0	0.0

表 4-2 消費者行為統計表 (續)

項 目	人數	百分比(%)
您本次到兩蔣文化園區旅遊的參觀時間大約為?		
1 小時	384	83.3
2 小時	76	16.5
3 小時	0	0.0
其他	1	0.2
您得知兩蔣文化園區旅遊的相關訊息來源是 (可複選)		
旅行社	118	25.60
新聞媒體	373	80.90
親友推薦	43	9.30
網路	46	10.00
報章雜誌	329	71.40
其他	3	0.70
您本次在兩蔣文化園區的花費 (例如: 紀念品、名產等消費)		
	386	90.35
您到兩蔣文化園區旅遊後，認為急需要改進的地方		
無	15	3.25
交通動線	269	58.35
衛生設施	48	10.40
導覽路線	55	11.90
導覽人員	24	5.20
停車場	9	2.00
其他	49	10.60
您到兩蔣文化園區旅遊所購買的紀念品是		
無	10	2.17
大溪名產	188	40.80
兩蔣書刊	241	52.30

兩蔣公仔	238	51.60
兩蔣服飾	63	13.70
兩蔣吊飾	192	41.60
其他	76	16.50

表 4-2 消費者行為統計表 (續)

項 目	人數	百分比(%)
旅遊兩蔣文化園區後，您將會		
再次旅遊	39	8.5
介紹這個旅遊景點給親朋好友	437	94.80
述說這個旅遊景點典故	326	70.70
其他	2	0.40

因為：一此地政治色彩嚴重。二大陸客來後會有被污名及記點，故領隊較保守。三有些並不希望帶領大陸客到此地一遊。四有部分領隊反映大陸當局並不希望大陸客到此一遊。五有些則是愛、好奇又怕受傷害的心理。因此建議將充實園區的內容，可透過定期展覽等多變的活動，以增加他們再次旅遊的意願。如此才能達到兩蔣園區的旅遊吸引力及號召力。

第三節 大陸觀光客來臺對兩蔣文化園區滿意度分析

一、滿意度量表各構面得分情形

滿意度量表是探討大陸觀光客對於本次兩蔣文化園區的感受與意見。

由表 4-3 大陸觀光客兩蔣文化園區滿意度各構面排序，可以發現整體平均分數均在 4 以上，顯示大陸觀光客對於兩蔣文化園區有極佳的滿意度。其中，以構面四最高（ $M=4.44$ ），其次依序為構面六（ $M=4.43$ ）、構面五（ $M=4.40$ ）、構面二（ $M=4.37$ ）、構面一（ $M=4.36$ ）及構面三（ $M=4.32$ ）。

表 4-3 大陸觀光客兩蔣文化園區滿意度各構面之排序

構面	排序	平均數	標準差
構面四 兩蔣園區整潔衛生程度	1	4.44	.38
構面六 兩蔣免費公車服務	2	4.43	.38
構面五 慈湖停車場規劃	3	4.40	.34
構面二 兩蔣文化影片拍攝內容	4	4.37	.34
構面一 三軍儀隊交接代表	5	4.36	.33
構面三 兩蔣歷史人文休閒生態	6	4.32	.35
整體		4.39	

從以上量表發現，兩蔣園區整潔衛生程度排序第一，兩蔣免費公車服務排序第二，慈湖停車場規劃排序第三，兩蔣文化影片拍攝內容排序第四，三軍儀隊交接代表排序第五，兩蔣歷史人文休閒生態排序第六。

二、滿意度量表各題項得分情形

滿意度量表共有 23 題，每題的滿意分數介在 1 至 5 分，分數越高表示對此內容滿意度越高。由表 4-4 發現，根據 461 位受訪者的回答，可發現他們最滿意的前三名為：「兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制」、「兩蔣文化園區指示標誌」、「園區工作人員總是把顧客服務擺在首位」；已達滿意的三項分別為：「對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示」、「兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色」、「兩蔣文化園區交通動線」。

表 4-4 大陸觀光客兩蔣文化園區滿意度各題項之排序

題 目 內 容	平均分數	標準差	排序
兩蔣文化園區三軍儀隊交接時周邊管制	4.49	0.54	1
兩蔣文化園區指示標誌	4.49	0.55	2
兩蔣文化園區紀錄影片拍攝的內容	4.46	0.55	3
對於開放兩蔣文化園區供遊客參觀景點	4.45	0.51	4
兩蔣園區的停車場停車規劃	4.45	0.61	5
兩蔣文化園區的歷史背景	4.42	0.54	6
兩蔣文化園區的景點規劃	4.41	0.51	7
兩蔣文化園區三軍儀隊交接次數	4.41	0.57	8
兩蔣文化園區環境整潔程度	4.40	0.56	9
兩蔣文化園區販售人員的態度	4.39	0.53	10
兩蔣文化園區兩蔣園區湖上拱橋便利性	4.39	0.50	11
兩蔣文化園區所提供的硬體服務	4.39	0.59	12
園區廁所整潔衛生	4.39	0.54	13
兩蔣文化園區販售人員的服務	4.37	0.57	14
園區的森林步道	4.36	0.51	15
園區廁所的內部環境美化	4.36	0.52	16
兩蔣文化園區三軍儀隊整點的交接儀式	4.35	0.51	17
兩蔣文化園區免費公車的服務提供	4.35	0.55	18
園區的休息區木條座椅造型	4.32	0.51	19
兩蔣文化園區對於環境的景點維護	4.31	0.48	20
兩蔣文化園區交通動線	4.28	0.55	21
兩蔣園區能結合歷史、人文、休閒、生態等特色	4.26	0.53	22
對於從台灣各地蒐集而來的兩蔣雕塑銅像園區展示	4.24	0.62	23

第四節 本章總結

因此若未來想增進觀光客對園區的滿意度及消費行為，建議豐富兩蔣文化園區的指示標示豎立及豎立地點的選擇位置【建議：在各路口的轉角處設立】。兩蔣雕塑銅像園區各銅像的展示，以吸引他們仔細觀賞；同時也可以將景點配置調整至較易觀光客參觀路線；同時對於園區免費公車的服務提供，有可能是因為多數人是跟團時間緊促，並未自行搭乘其他交通工具，因此無法給予此項明確的滿意分數。

另外在消費性行為的表現上，也因為購物中心地點距離參觀景點路線有比較遠些，故購買的人也較少，另外展售的產品還須加強樣式種類，這也是需要改進之處。

第五章 結論與建議

本研究之主要目的包括有以下三項：一、瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區的消費行為。二、探討目前前往兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性。三、分析大陸觀光客，對兩蔣文化園區的滿意度情形；並歸納研究結果，提出結論作成建議，供桃園縣政府及有關單位作為參考。

本研究首先進行文獻探討，並根據自編「大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區觀光滿意度之調查問卷」作為研究工具，透過問卷調查方式，獲得實證資料，以瞭解大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區觀光滿意度之現況，並歸納下列幾項結論，提出具體建議。瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區，現階段大溪觀光產業發展策略發展情形。本章旨在根據本研究結果，提出具體結論與建議，內容共分為兩節，第一節為結論，第二節為建議。

第一節 結論

本節依據本研究各項問題與結果，提出下列各項具體結論：

一、大陸觀光客對兩蔣文化園區的消費行為，趨於正向。

本研究發現，一、瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區觀光產業滿意度全面檢討及改進。

參觀完兩蔣文化園區後有高達 437 位的大陸觀光客感到滿意，會介紹這個旅遊景點給親朋好友，且 326 位的人能說出此旅遊景點的典故，顯示雖此景點值得他們觀賞，其中以參觀方式及交通工具是最佳的。來到兩蔣文化園區給旅客留下良好印象。就各內涵層面分別說明：

（一）到兩蔣文化園區參觀方式

到兩蔣文化園區參觀的方式以旅遊團體為主，因為在 2011 年 6 月 28 日以後兩岸才開放自由行。

（二）到兩蔣文化園區交通工具

到兩蔣文化園區交通工具是遊覽車為主，大陸觀光客到臺灣旅遊，團進團出以遊覽車為主要的交通工具。

（三）到兩蔣文化園區同行友人

到兩蔣文化園區同行友人以搭遊覽車 25 到 35 人為主的中型巴士其次是 36 到 50 人的大型巴士。

（四）到兩蔣文化園區旅遊次數（含本次）

到兩蔣文化園區旅遊次數（含本次）絕大多數是第一次到兩蔣文化園區旅遊。

（六）到兩蔣文化園區參觀景點

到兩蔣文化園區參觀景點以慈湖陵寢為主，大溪陵寢為次要目的，因為慈湖陵寢是兩蔣文化園區的代表，故大陸觀光客以到慈湖為首要目標。

(七) 到兩蔣文化園區參觀時間

到兩蔣文化園區參觀時間也許是旅程匆促，故參觀時間以一小時為主，兩小時為輔，認為到兩蔣文化園區慈湖陵寢是代表，其他的景點就不是重點，依參觀時間來說，一小時行程的確很趕。

(八) 到兩蔣文化園區旅遊相關訊息是

到兩蔣文化園區旅遊相關訊息是以新聞媒體為主，報章雜誌為輔，再其次是旅行社宣傳由此可見傳媒的重要性。

(九) 到兩蔣文化園區的消費部分

到兩蔣文化園區的消費部分以紀念品為主，也許是能買的東西不多，金額不大。

(十) 到兩蔣文化園區急需要改進的地方為

到兩蔣文化園區急需要改進的地方為交通動線，再其次是導覽路線，以及衛生設施。

(十一) 到兩蔣文化園區所購買的紀念品是

到兩蔣文化園區所購買的紀念品是兩蔣公仔，兩蔣書刊，再其次是大溪名產及兩蔣吊飾。

（十二）是否會再次到兩蔣文化園區旅遊

再次到兩蔣文化園區旅遊人數不多，主要是將此景點介紹給親朋好友為主，及述說這景點的典故。有到此一遊的滿足感，拍照存念。

在參觀完兩蔣文化園區之後，有 446 位認為仍有改善空間的前三名為：交通動線、衛生設施、導覽路線。顯示觀光客希望參觀的景點是擁有完善的交通與導覽路線之園區，以方便他們能以最舒適的心情欣賞各觀光景點。透過「新聞媒體」與「報章雜誌」得知兩蔣文化園區的旅遊資訊，少數是透過「旅行社」、「親友推薦」、「網路」等管道得知。顯示相對之下媒體的角色還是很重要的，因此未來若需要推廣相關資訊，不妨請觀光局透過媒體宣傳兩蔣文化園區。

因此建議將充實園區的內容，可透過定期展覽等多變的活動，以增加他們再次旅遊的意願。如此才能達到兩蔣園區的旅遊吸引力及號召力。

將充實園區的內容，可透過定期展覽等多變的活動以增加他們再次旅遊的意願。最後，他們對於參訪時與遊客間的互動多數感到很親切，沒有人持反面意見。代表大陸遊客來到兩蔣文化園區之旅客留下深度及良好印象。

多數大陸客在此參觀的時間約為 1—2 小時，參觀 2 個小時的有六分之一。由於多數來觀光的人都是透過旅行社，因此時間比較固定，未來可請旅行社多安排相關景點，並將參訪時間延長，讓大陸客能好好的欣賞及瞭解其他兩蔣文化園區的典故。

二、目前前往兩蔣文化園區的大陸觀光客人口特性。瞭解大陸觀光客對兩蔣文化園區，現階段大溪觀光產業發展策略發展情形。

（一）前往兩蔣文化園區性別部分

前往兩蔣文化園區性別部分以男性為主，女性次之。

（二）前往兩蔣文化園區年齡部分

前往兩蔣文化園區年齡以平均為 57 歲中上階層為主。

（三）前往兩蔣文化園區教育程度

前往兩蔣文化園區教育程度以研究所為多，大學次之，高中職 再次之，可見兩蔣文化園區遊客，來台旅遊的人多數為社會階級較高的大陸人士。

（四）前往兩蔣文化園區職業部份

前往兩蔣文化園區職業部份以服務業為多其次是商業人士，可見到兩蔣文化園區旅遊的人士社經、財力不錯。

(五) 前往兩蔣文化園區人民幣月收入情形

前往兩蔣文化園區人民幣月收入情形，多數介於 5,001~10,000 元與 10,001~15,000 元人民幣之中。顯示到兩蔣文化園區大陸旅遊人士經濟較佳。

(六) 前往兩蔣文化園區大陸觀光客居住地分布情形

前往兩蔣文化園區大陸觀光客居住地分布情形以大陸沿海城市為主如上海、北京、廣東、福建、浙江為主

大陸觀光客前往兩蔣文化園區多數是男性為主。教育程度頗高，經濟基礎也不錯，職業是服務業及商業為主。透過「新聞媒體」與「報章雜誌」得知兩蔣文化園區的旅遊資訊，少數是透過「旅行社」、「親友推薦」、「網路」等管道得知。顯示相對之下媒體的角色還是很重要的，因此未來若需要推廣相關資訊，不妨請觀光局透過媒體宣傳兩蔣文化園區。

三、大陸觀光客，對兩蔣文化園區的滿意度情形。

三、透過大陸觀光客滿意度分析，探討出兩蔣文化園區的行銷策略提供相關決策者參考。

大陸觀光客最常參觀的景點為：慈湖陵寢、大溪陵寢、蔣公雕塑公園，其餘景點(後慈湖、蔣公紀念堂、大溪中正公園、角板山行館)則無人

前往。顯示對大陸觀光客而言，到兩蔣文化園區最主要的目的就是去看慈湖陵寢，其餘觀光景點還有待導遊與領隊的推薦。

我國政府現階段「擴大國民旅遊、吸引兩蔣文化園區大陸觀光客來台」觀光發展政策，政府解決相關課題主要關鍵是來臨的商機上，如何有效處理觀光發展所帶來影響，並進行策略管理，以創造「優質」的觀光環境，並達到觀光永續發展的目的。本研究根據觀光發展影響層面與管理策略理論與相關研究，並就台灣接待觀光資源現況，與大陸觀光客兩蔣文化園區遽增衍生相關課題，由於人類因為都市活動空間不足，周休二日之人潮湧現，造成車水馬龍，舟、車絡繹不絕，而且目前人類已經有更多休閒時間，大溪兩蔣文化園區，將成為大陸觀光客休閒旅遊必選之地，在此將上述研究對象以及歸納作為本章之結論。

第二節 建議

根據本研究之發現，研究者提出下列幾點建議：

一、對園區方面的建議

本研究之發現，兩蔣文化園區待解決相關課題主要關鍵是要在來臨的商機上，如何有效擴充兩蔣文化園區停車位及觀光區交通動線，並進行策略管理，以創造「優質」的觀光服務，並達到觀光永續發展的目的。本研究根據觀光發展影響層面與管理策略理論與相關研究，並就大陸觀光客兩蔣文化園區遽增衍生相關課題，提出評析意見與建議如下，提供有關單位及縣府參考。

（一）有形的衝擊：各項實體設施（包括停車場、觀光旅館、交通、醫療設施、休閒遊憩設施等）可能有其承載量之限制，尤其是假日而無法容納大量遽增的大陸觀光客及遊客，應該分散到其他兩蔣文化園區景點上。

（二）無形的衝擊：包括其他包括對生態敏感地區之衝擊、因大陸觀光客遽增造成服務品質良莠不齊、及對於其他國家觀光客造成的排擠效應等，但當人數超過其承載量時，無形的衝擊將隨之浮現。

誠然，大陸觀光客越多，雖可能帶來的經濟效益越大，但因大量的觀光客所造成的各項有形及無形的衝擊，卻可能使得我國觀光服務品質的低

落，長期而言，則不利於我國的觀光發展；因此，究竟應開放多少大陸觀光客到兩蔣文化園區？以及該如何進行管理或是紓解？目前大陸客自由行，人數的增加也是課題之一，欲審慎就上述問題進行分析，則有賴更精確而全面地針對兩蔣文化園區停車場承載量進行評估。掌握當前國際觀光發展趨勢及參考各國推動經驗，重新檢討兩蔣文化園區觀光發展現況與所面臨之課題，研擬未來兩蔣文化園區觀光發展之策略。

二、在園區的維護上的建議

全面開放大陸觀光客來台，對台灣觀光產業影響日增，2011年4~5月因為大陸觀光客遽增。因應此一潮流，兩蔣文化園區具有良好的自然生態及人文條件，足以吸引到大陸觀光客的到來，將兩蔣文化園區塑造成無煙囪的環保景點，政府應積極維護兩蔣文化園區並開發這一區塊。

針對上述政策課題，本文建議除應重新檢討兩蔣文化園區觀光發展現況與所面臨之課題，研擬未來觀光發展政策外，更應審慎考量各發展政策之效益及執行成本，以使有限的資源獲得最有效之運用。

兩蔣文化園區觀光產業的興盛，對國家推廣觀光有加分作用：

(一) 加強改善兩蔣文化園區，觀光景觀、景點及服務。

(二) 檢討兩蔣文化園區，既有觀光景點設施維護管理機制增設園區導覽志工。

(三) 兩蔣觀光景點以多樣化設計，如小烏來空中步道及日間、夜間活動。

(四) 兩蔣文化園區觀光景點應以使用者需求設計，尤其是交通動線從慈湖至角板山能以空中纜車型態（如日月潭及木柵動物園纜車）將更能吸引各類型觀光客，並紓解假日車潮。因為這一段路程是雙線車道，假日車滿為患。

(五) 適時能對兩蔣觀光景點調查研究並改進。

兩岸的交流蘊藏著無限商機，讓我們迎接雙贏的到來。冀望本文論述對大陸觀光客參訪兩蔣文化園區，對於大溪觀光發展滿意度之論述，提供有關單位參考及可行性方向；最後依據結論提出建議，以供國家觀光旅遊單位、桃園縣政府觀光局及未來研究者之參考。

三、對未來後續研究者的建議

(一) 在研究對象方面

本研究以大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度之調查研究，僅以大陸觀光客為研究對象，未來的研究可以將研究母群體，推廣到全國不同的

觀光景點，藉以瞭解大陸觀光客在不同的台灣各景點滿意度情形，尤其是2011年6月兩岸開放大陸客自由行，將自由行加入研究的範圍中，藉以瞭解自由行和大陸客團體的旅遊有何差異之處，當可獲致較本研究更廣泛的研究結果。

（二）在研究工具方面

本研究以探討大陸觀光客來訪，對兩蔣文化園區滿意度之現況研究，對大陸客所使用的工具為研究者自編的調查問卷，在兩岸政策不斷改變的情況下，探討大陸觀光客的論文指標仍有許多可著墨之處，建議將來研究者可針對自己研究之需求來增減，因此可以讓研究更為周延。

（三）在研究方法方面

因研究者礙於人力、物力及經費之限制，本研究僅以問卷調查法為主，屬於量化研究，且由大陸觀光客自行填答，但是由於來自大陸不同省份、地區觀點及看法不同，建議未來的研究者可以加入訪談或觀察等質性研究，使研究結果之解釋及推論更為深入客觀。

引用文獻

一、中文部份

中華民國交通部觀光局（2007）。觀光市場概況。觀光年報。臺北市：作者。

交通部觀光局（2008）。中華民國 96 年國人旅遊狀況調查。臺北市：作者。

交通部觀光局（2005）。中華民國 92 年來台旅客消費及動向調查。臺北市：作者。

交通部觀光局（2008）。中華民國 96 年觀光統計年報。臺北市：作者。

交通部觀光局（2009）。中華民國 97 年觀光年報。臺北市：作者。

行政院（2003）。兩岸直航之影響評估重要結果評估。臺北市：作者。

行政院（2004）。兩岸「直航」及「三通」的民意調查結果。臺北市：作者。

行政院（2010）。99 年 3 月大陸觀光客來臺概況。臺北市：作者。

行政院（2010）。99 年 4 月大陸觀光客來臺概況。臺北市：作者。

吳芝儀、李奉儒（譯）（1995）。*量的評鑑與研究*。臺北：桂冠圖書。

(Patton, M. Q., 1990)。

吳明隆（2006）。*SPSS 統計應用與實務*。臺北市：知城。

周明智（2005）。論旅遊產業特性及發展策略應用倫理，*研究通訊地* 36 期，頁 26-34。

研瑞奇（2006）。*旅行業因應未來兩岸三通對策*。未出版碩士論文，銘傳大學，臺北市。

高長（2001）。製造業赴大陸投資經營當地化及其對台灣經濟之影響。*經濟情勢暨評論季刊*。7(1)，頁 138-173。

邱浩政（2002）。*量化研究與統計分析: SPSS 中文視窗版資料分析範例解析*。臺北市：五南圖書股份有限公司。

高雄市議會（2009）。*世界運動會與城市行銷公聽會會議資料紀錄稿*。高雄市：作者

高俊雄（2002）。*休閒活動專書*。臺北市：中華民國體育學會。

- 李俊緯（2009）。陸客來台消費分析與建議，國家政策研究基金會助理研究員 April 6。經濟部投資業務處（2008）。休閒觀光產業分析及投資機會。臺北市：作者。
- 桃園縣政府（2009）。桃園縣風景區管理所網站，桃園縣文化基金會。
- 桃園縣政府（2009）。兩蔣文化園區觀光導覽手冊，桃園縣文化基金會。
- 桃園縣政府（2009）。桃園縣政府入口網站，連結後慈湖申請網站。桃園縣文化基金會。
- 賴幸媛（2009）。兩岸「三通」交流談話。臺北市，行政院陸委會。
- 陳正霖（2005）。台北縣大漢溪河濱公園使用分析與管理之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 黃厚源（2005）。我家鄉桃園縣（修訂版）。桃園縣人與地方鄉土文化研究學會。桃園縣。
- 張少熙（2008）。休閒產業未來發展趨勢。國立台灣師範大學講義。
- 曾榮鑑（2003）。大溪鎮志。地理篇、歷史篇、政治篇大溪鎮公所編印。
- 廖明進（2005）。大溪風彩。大溪百吉國小論叢。

鄧岱賢（2008）。兩岸海空「直航」效益分析。中央日報 97.04.28 網路報
國政評論。

翁永和、許光中、徐世勳、杜芳秋(2001)。兩岸開放全面三通對亞太地區
經貿之影響，台灣經濟學會年會論文集，台北：台灣經濟學會。

陳麗瑛、王思粵、郭迺鋒、楊浩彥（2002）。兩岸三通對台灣產業之影響
一體經濟效果之評估，發表於 91 年大陸經濟發展研討會，中華經濟研
究院主辦。

教育部指導國家文化總會發行（2002）。桃園縣鄉土 DNA。藝術與人文教
材資料彙編。

國立編譯館（1998）。台灣原住民基本文化教材。臺北市：作者。

國立編譯館（1995）。地理科補充教材。臺北市：作者。

國立編譯館（1995）。歷史科補充教材，國立編譯館。臺北市：作者。

劉仲冬（2004）。量與質社會研究的爭議及社會研究未來的走向及出路。
臺北市：巨流。

謝瑞明（2002）。挑戰 2008 六年國發計畫的法令障礙，財團法人國家政
策研究基金會。

盤古銀行（2007）。剖析中國大陸出境旅遊市場。臺北市：作者。

經濟部投資業務處（2008）。休閒觀光產業分析及投資機會。臺北市：作者

高雄市議會（2009）。世界運動會與城市行銷公聽會會議資料紀錄稿。

黃厚源（2005）。我家鄉桃園縣(修訂版)，桃園縣人與地方鄉土文化研究學會。

教育部指導國家文化總會發行（2007）。桃園縣鄉土 DNA。藝術與人文教材資料彙編。

觀光市場概況（2007）。觀光年報，中華民國交通部觀光局。

二、英文部分:

Chen, T. J., & Ku, I. H. (1998) . *Foreign Direct Investment and Industrial Restructuring: The case of Taiwan's Textile Industry*, paper presented at East Asian Economic Seminar, Osaka, Japan.

Chou, J. , Chen, K. M. , Wang , S .T. & Kou , N.F.(2002) . “*Trade and Direct Investment Across the Taiwan Strait-An Empirical Analysis of Taiwan and China's Accession into the WTO*” . Presented at 6th Annual conference on Global Economic Analysis, Taipei, Taiwan.

Delery, J.E., & Doty, D.H.(1996). Modes of theorizing in strategic human resourcemanagement: Test of universalic, contingency and configurational performancepredictions. *Academy of Management Journal*, Vol: 39, pp.802-835

Fombrum, C. J., Tichy, N. M. & Devanna, M. A. (1984). A Framework for Strategic Human Resource Management. In Devanna, M. A., Fombrum, C. J. & Tichy, N. M.(ed.), *Strategic Human Resource Management*, 34. New York, NY: Wiley.

- Gilly, J. W., & Coffin, A. J. (1994). *Internal consulting for HRD professionals : Tools, techniques, and strategies for improving organizational performance* . New York : McGraw-Hill. Thomson.
- Lepak, David P. & Snell, Scott A.(1999). The human resource architecture: Toward a theory of human capital allocation and development. *Academy of Management Review*, vol, 24 (1), pp.31- 48.
- McCracken, M., & Wallace, M. (2000).Towards a redefinition of strategic HRD .*Journal of European Industrial Training*, 24 (5), 281-290.
- Schuler, R. S. (1994). Strategic human resource management: Linking the people with the strategic needs of the business. In R.A. Noe, J .R. Hollenbeck, B. Gerhart, P.M. Wright(Eds.), *Readings in Human Resource Management* (PP.60). IL:Richard D.Irwin, Inc.
- Tsui, A. S.,Pearce, J. L., Porter, L. W., & Hite, J . P. (1995). Choice of employee- organization relationship: Influence of external and internal organizational factors. In G. R. Ferris(Ed.) . *Research In personnel and Human Resources Management* :117- 151. Greenwich,CT:JAT Presss.

Werner & Schoepfle(1987). Systematic fieldwork : Ethnographic analysis and data management. Newbury Park,CA:Sage.

Walton, J. (1999).. Strategic human resource development. Great Britain: FinancialTimes Prentice Hall.Youndt, Mark A; Snell, Scott A; Dean, James W Jr; Lepak, David P.(1996). Humanresource management, manufacturing strategy, and firm performance. Academy ofManagement Journal; Vol: 39, No. 4, pp. 836-866

附件一：導遊付託信件：

敬愛的導遊先生，您好！

首先對您撥冗協助 森雄進行問卷之施測工作，致上十二萬分的謝意！後學刻正在從事『大陸觀光客來訪對兩蔣文化園區滿意度調查分析之研究』，乃自編調查問卷乙份，擬針對大陸觀光客，對兩蔣文化園區之旅遊滿意度進行調查，俾對於日後學者、觀光單位及兩岸交流提供寶貴參考意見。其次為使受試樣本之特性能均衡，懇請您在施測時，能儘量使樣本特性呈多元化進行，勿集中於某一樣本族群。再者，為便於施測與提高問卷之有效性，以下事項懇請代為宣達：

- 一、為提高問卷填答之有效性，請受試者於填答前先行詳閱量表之填答說明。
- 二、為增加問卷之有用性，請受試者於填答問卷後(共有3頁)再次檢視是否有遺漏未填答之題目。
- 三、檢附貼妥油資之信封袋乙個待問卷施測完成後，請於兩天內逕【郵局】寄出。
- 四、勞心費神或造成不便之處懇請海涵，感恩您的協助再次謝謝。

(另填答者贈送兩蔣文化園區紀念筆乙隻以資紀念)

敬祝 安康

國立臺灣師範大學體育學系

研究生：陳森雄 敬上

指導教授：吳慧卿 博士

聯絡電話：0923-108-127

(03) 387-2347

e-mail：t0223@gm.jhjhstyc.edu.tw

大陆观光客来访对两蒋文化园区观光满意度

之调查问卷

研究生：陈森雄

指导教授：吴慧卿 博士

敬爱的专家学者，您好！

后学刻正撰写「大陆观光客来访对两蒋文化园区观光满意度调查分析」论文，为求了解及建立本研究工具之专家效度，恳祈您能于百忙中拨冗惠赐宝贵意见，以提供后学作为正式问卷之修正与改进参考。

敬祝 教安

国立台湾师范大学体育学系

在职进修体育行政硕士班

研究生：陈森雄 敬上

联络电话：0923-108-127

e-mail：t0223@gm.jhjhs.tyc.edu.tw

【第一部份】消费者行为

1. 您到两蒋文化园区的参观方式为何？（单选）
 - (1) 旅游团体
 - (2) 亲朋好友接待
 - (3) 自由行
2. 您到两蒋文化园区的交通工具是？（单选）
 - (1) 游览车
 - (2) 朋友接送
 - (3) 出租车
 - (4) 公交车
 - (5) 其它_____（请填入）
3. 本次到两蒋文化园区参观同行友人共有几人？
 - (1) 2~6 人
 - (2) 7~10 人
 - (3) 11~15 人
 - (4) 16~24 人
 - (5) 25~35 人
 - (6) 36~50 人
 - (7) 更多_____人（请填入）
4. 您包含本次到两蒋文化园区的旅游次数共有_____次
5. 您本次到两蒋文化园区的参观景点有哪些？（可复选）
 - (1) 慈湖陵寝
 - (2) 大溪陵寝
 - (3) 大溪中正公園
 - (4) 后慈湖
 - (5) 慈湖紀念雕像公園
 - (6) 復興鄉角板山行館
 - (7) 其它_____（请填入）
6. 您本次到两蒋文化园区旅游的参观时间大约：
 - (1) 1 小時
 - (2) 2 小時
 - (3) 3 小時
 - (4) 其他，約_____小時（請填入）
7. 您得知两蒋文化园区旅游的相关讯息来源是：（可复选）
 - (1) 旅行社
 - (2) 新闻媒体
 - (3) 亲友推荐
 - (4) 网络

(5) 报章杂志 (6) 其它_____ (请填入)

8. 您本次在两蒋文化园区的花费 (例如: 纪念品、名产等消费)

(1) 100 元人民币以下 (2) 101~500 元人民币

(3) 501~1000 元人民币 (4) 其它, 共_____元人民币 (请填入)

9. 您到两蒋文化园区旅游后, 认为急需要改进的地方是: (可复选)

(1) 交通动线 (2) 卫生设施 (3) 导览路线 (4) 导览人员

(5) 停车场 (6) 其它_____ (请说明)

10. 您到两蒋文化园区旅游所购买的纪念品是 (可复选)

(1) 大溪名产 (2) 两蒋书刊 (3) 两蒋公仔 (4) 两蒋服饰

(5) 两蒋吊饰 (6) 其它_____ (请说明)

11. 旅游两蒋文化园区后, 您将会 (可复选)

(1) 再次旅游 (2) 介绍这个旅游景点给亲朋好友

(3) 述说这个旅游景点典故 (4) 其它_____ (请说明)

12. 我到两蒋园区参访时与游客间的互动使我感到

(1) 满意 (2) 亲切 (3) 其它_____ (请说明)

【第二部份】满意度量表

『填答说明』请就每一选项中，依适用程度在适当的满意程度栏格「□」内打√，谢谢。

	满 意 程 度				
	非 常 满 意	满 份 满	部 份 满	不 满 意	非 常 不 满 意
	5	4	3	2	1
说明：以下是想了解您对两蒋文化园区的看法，每一个题目代表您个人的想法，请按照自己的看法，依满意程度勾选					
1. 您对于两蒋文化园区的景点配置，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 您对于开放两蒋文化园区供游客参观景点，感到..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 您对于两蒋文化园区的景点动线设计，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 您对于从台湾各地搜集而来的两蒋雕塑铜像园区展示，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 两蒋文化园区对于环境的景点维护，使您感到...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 两蒋文化园区的历史背景，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 对于两蒋文化园区的景点规划，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 对于两蒋园区能结合历史、人文、休闲、生态等特色，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 您对两蒋文化园区贩卖人员的态度，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 您对园区工作人员总是把顾客服务摆在首位，感到	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 您对两蒋文化园区贩卖人员的服务，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 您对两蒋文化园区环境整洁程度，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. 您对两蒋文化园区三军仪队整点的交接仪式，感到
14. 您对两蒋文化园区三军仪队交接时周边管制，感到
15. 您对两蒋文化园区三军仪队交接次数，感到.....
-
16. 两蒋文化园区两蒋园区湖上拱桥便利性，使您感到
17. 对于两蒋文化园区所提供的硬件服务，使您感到..
18. 对两蒋园区的停车场停车规划，使您感到.....
19. 对两蒋文化园区免费公交车的服务提供，使您感到..
- 到..
20. 您对两蒋文化园区纪录像片拍摄的内容，感到...
-
21. 您对两蒋文化园区交通动线，感到.....
22. 您对两蒋文化园区指示标志，感到.....
23. 您对园区的休息区木条座椅造型，感到.....
24. 您对园区的森林步道，感到.....
25. 您对园区厕所整洁卫生，感到.....
-
26. 您对园区厕所的内部环境美化，感到.....
27. 您对园区介绍历史典故使用影音视讯方式，感到..

【第三部份】基本资料

【填答说明】请依照您真实情况于适当的□内打「√」

1. 请问您的性别是：

- (1) 男性 (2) 女性

2. 请问您的年龄为（计算至 2010 年 12 月止）：

- (1) 未满 20 岁 (2) 20 至 29 岁 (3) 30 至 39 岁
- (4) 40 至 49 岁 (5) 50 至 59 岁 (6) 60 至 69 岁
- (7) 70 岁以上

3. 请问您的教育程度是：

- (1) 初中(含)以下 (2) 高中职 (3) 专科
- (4) 大学 (5) 研究所以上

4. 请问您的职业为：

- (1) 公务人员 (2) 教师 (3) 商业 (4) 工业
- (5) 农渔牧 (6) 服务业 (7) 家管 (8) 学生
- (9) 自由业 (10) 已退休 (11) 其它_____（请说明）

5. 请问您的平均月收入（人民币）

(1) 5,000 元人民币以下

(2) 5,001~10,000 元人民币

(3) 10,001~15,000 元人民币

(4) 15,001~20,000 元人民币

(5) 20,001 元人民币以上

6. 请问您居住地区为：中国大陆 _____ 省

◎本研究问卷到此结束，烦请再检查一次，是否有以免遗漏未答。

谢谢 敬祝您 旅途愉快 ！

大陆观光客来访对两蒋文化园区满意度

之调查问卷(正式)

研究生：陈森雄

指导教授：吴慧卿 博士

敬爱的大陆游客，您好！

后学刻正撰写「大陆观光客来访对两蒋文化园区满意度调查分析」论文，为求了解及建立本研究效度与信度，恳祈您能于百忙中拨冗惠赐宝贵意见，以提供作为两蒋文化园区之改进意见，谢谢您的合作。

最后 敬祝 旅途愉快

合家 幸福美满

国立台湾师范大学体育学系

研究生：陈森雄 敬上

联络电话：0923-108-127

e-mail：t0223@gm.jhjhs.tyc.edu.tw

【第一部份】消费者行为

【填答说明】请依照您真实情况于适当的□内打「V」

1. 您到两蒋文化园区的参观方式为何？(单选)。

- (1) 旅游团体 (2) 亲朋好友接待 (3) 自由行

2. 您到两蒋文化园区的交通工具是？(单选)。

- (1) 大巴士 (2) 朋友接送 (3) 出租车 (4) 公交车

- (5) 其它_____ (请填入)。

3. 本次到两蒋文化园区参观同行友人共有几人？

- (1) 2~6 人 (2) 7~10 人 (3) 11~15 人

- (4) 16~24 人 (5) 25~35 人 (6) 36~50 人

- (7) 更多_____人 (请填入)。

4. 您包含本次到两蒋文化园区的旅游次数共有_____次。

5. 您本次到两蒋文化园区的参观景点有哪些？(可复选)

- (1) 慈湖陵寝 (2) 大溪陵寝 (3) 后慈湖

- (4) 大溪中正公园 (5) 角板山行馆 (6) 大溪公会堂

- (7) 其它_____ (请填入)。

6. 您本次到两蒋文化园区旅游的参观时间大约：约_____小时 (请填入)。

7. 您得知两蒋文化园区旅游的相关讯息来源是：(可复选)

- (1) 旅行社 (2) 新闻媒体 (3) 亲友推荐 (4) 网络

- (5) 报章杂志 (6) 其它_____ (请填入)。

8. 您本次在两蒋文化园区的花费 (例如：纪念品、名产等消费)

为多少?(请填入)共_____元人民币。

9. 您到两蒋文化园区旅游后，认为急需要改进的地方是：(可复选)

- (1) 交通动线 (2) 卫生设施 (3) 导览路线
(4) 导览人员 (5) 停车场 (6) 其它(请说明)_____

10. 您到两蒋文化园区旅游所购买的纪念品是 (可复选)

- (1) 大溪名产 (2) 两蒋书刊 (3) 两蒋公仔 (4) 两蒋服饰
(5) 两蒋吊饰 (6) 它(请说明)_____。

11. 旅游两蒋文化园区后，您将会 (可复选)

- (1) 再次旅游 (2) 介绍这个旅游景点给亲朋好友
(3) 述说这个旅游景点典故 (4) 其它(请说明)_____

12. 我到两蒋园区参访时与游客间的互动使我感到

- (1) 满意 (2) 亲切 (3) 其它(请说明)_____。

请翻页继续作答 谢谢！

【第二部份】满意度量表

『填答说明』请就每一选项中，依适用程度在适当的满意程度栏格「□」内打「√」谢谢。

填 表 说 明

满 意 程 度

说明：以下是想了解您对两蒋文化园区的看法，每一个题目代表您个人的想法，请按照自己的看法，依满意程度勾选	非 常 满 意	满 意	部 分 满 意	不 满 意	非 常 不 满 意
	5	4	3	2	1
1. 您对于两蒋文化园区的景点配置，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 您对于开放两蒋文化园区供游客参观景点，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 您对于两蒋文化园区的景点动线设计，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 您对于从台湾各地搜集而来的两蒋雕塑铜像园区展示.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 两蒋文化园区对于环境的景点维护，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....					
6. 两蒋文化园区的历史背景，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 对于两蒋文化园区的景点规划，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 对于两蒋园区能结合历史、人文、休闲、生态等特色，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 您对两蒋文化园区贩卖人员的态度，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 您对园区工作人员总是把顾客服务摆在首位，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....					
11. 您对两蒋文化园区贩卖人员的服务，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 您对两蒋文化园区环境整洁程度，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 您对两蒋文化园区三军仪队整点的交接仪式，感到....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 您对两蒋文化园区三军仪队交接时周边管制，感到....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 您对两蒋文化园区三军仪队交接次数，感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....					
16. 两蒋文化园区两蒋园区湖上拱桥便利性，使您感到....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 对于两蒋文化园区所提供的硬件服务，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 对两蒋园区的停车场停车规划，使您感到.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 对两蒋文化园区免费公交车的服务提供，使您感到....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. 您对两蒋文化园区纪录像片拍摄的内容，感到.....
-
21. 您对两蒋文化园区交通动线，感到.....
22. 您对两蒋文化园区指示标志，感到.....
23. 您对园区的休息区木条座椅造型，感到.....
24. 您对园区的森林步道，感到.....
25. 您对园区厕所整洁卫生，感到.....
-
26. 您对园区厕所的内部环境美化，感到.....
27. 您对园区介绍历史典故使用影音视讯方式，感到.....

请翻页继续作答 谢谢！

【第三部份】基本资料

【填答说明】请依照您真实情况于适当的□内打「v」

1. 请问您的性别是： (1)男性 (2)女性

2. 请问您的年龄为_____岁（计算至2010年12月止）：

3. 请问您的教育程度是：

(1)初中(含)以下 (2)高中职 (3)专科

(4)大学 (5)研究所以上

4. 请问您的职业为：

(1)公家机构 (2)教师 (3)商业 (4)工业

(5)农渔牧 (6)服务业 (7)家管 (8)学生

(9)自由业 (10)已退休 (11)其它_____（请说明）

5. 请问您的平均月收入（人民币）

(1) 5,000 元人民币以下 (2) 5,001~10,000 元人民币

(3) 10,001~15,000 元人民币 (4) 15,001~20,000 元人民币

(5) 20,001 元人民币以上

6. 请问您居住地区为：中国大陆 _____省

◎本研究问卷到此结束，烦请再检查一次，是否有以免遗漏未答。

谢谢 敬祝您 旅途愉快！