林 業 研 究 季 刊
Quart. J. For. Res. of Taiwan.24 (1) : 47～58(2002)

動物園管理情境之遊客行爲分析

楊志義[1]　　李久先[2]

【摘要】本研究主要目的是探討在動物園管理情境下遊客之遊憩行爲，希望從中找出決定遊客遊憩體驗品質之相關因素，以供業者在釐訂管理對策時之參考。研究方法採用營業場所之問卷調查，訪談對象爲台北市立動物園遊客，調查資料除剖析觀測者特質外並進行各管理對策變項分析，結果顯示：(1) 動物園遊客主要爲兩個年齡層區隔市場，分別是 30～40 歲小家庭成員及 17～24 歲結伴之青年學子，收入偏低，重遊意願及重遊比例均偏高；(2)多數（78 %）遊客選擇半日遊行程，常停留據點依次爲夜行館、可愛動物區、非洲區；(3)遊客對於園方服務管理品質反應爲滿意（評級 3.41），資源管理與發展設施方面反應稍低（評級 3.16），整體遊憩體驗品質反應達尚可水準（評級 3.22）；(4)影響動物園遊客前往次數之管理因子，包括軟體服務與管理及硬體之設施發展，而影響當年前往次數之決定因子有遊憩設施供給（台灣動物區、沙漠區、澳洲區）及服務品質與各項設施規劃發展；(5) 遊憩行爲與管理情境兩因子交叉分析結果，顯示設施發展良窳明顯影響遊客行爲及態度（停留時間）。

【關鍵字】遊客管理、遊憩體驗、管理對策

Recreational Behavior of Visitors In Management Setting of Zoos

Jyh-Yih Yang[1]　Joou-Shine Lee[2]

【Abstract】The purposes are to investigate visitors' behavior in management settings of zoological park and to find management practices which can influence visitors' recreational experiences. Business surveys have been conducted by interviewing visitors at the exit in Taipei City Zoo. The findings based on the cross analyses of the surveying results are as follow: (1) The majority of visitors belong to two categories: small families with parents aged 30~40 years old and youngsters with companions aged 17~24 years old who are mostly school students. Their common features are relatively lower incomes and strong desire to re-visit this zoo. (2) 78 % of visitors participated in half-day excursion and stayed at night-activity hall, lovely animal preserve and the African area. (3) Three evaluation rating scores were obtained from visitors: 3.41(satisfactory) for the quality of services, 3.16 (pending to improve) on resources management, and 3.22 (acceptable) on visitors' recreational experiences. (4) The influential factors which decide the number of visits of Taipei City Zoo for each visitor include: desire for the re-visit and zoo's management of

1. 銘傳大學觀光事業學系副教授
Associate Professor, Department of Tourism, MCU.
2. 國立中興大學森林學系教授
Professor, Department of Forestry, NCHU.

services provided to visitors on both hardware and software. The facility planning and development such as the recreational facilities partitioning Taiwan animal, desert animal and Australian animal, are also important factors. (5) The facility development obviously creates a management setting which influences visitors' behavior and length-of-stay.

【**Key words**】visitor management , recreational experiences, management practices.

一、前　言

動物園的遊客獲得之遊憩體驗是整個使用時間累積的感受，遊憩體驗滿意與否常取決於遊程時間內使用設施項目的滿意程度，若花費太多不必要時間在嘗試與尋找上，常會有筋疲力竭、意猶未盡或沒有獲得什麼之感，除此之外，漫無目的遊賞更是亂與擠的原因。讓所有的遊客均得有效利用動物園寶貴資源並得到美好遊憩體驗，依設施區位規劃出不同時間長度的遊程是一個根本之道。針對不同年齡層與社經特性遊客做遊憩使用時間、遊程內容、偏好、意見及態度之調查是建立遊程及設施規劃基礎資料之首要。本研究之理論基礎爲遊客在追求、樂趣動因驅使下產生生理或心理需要而且衍生遊憩動機，並發展其消費（決定及參與遊憩）行爲。遊客在參與遊憩的過程中（常是預期、體驗、回憶階段之組合）遊憩場所之管理情境與遊客本身之態度及行爲反應會相互作用而形成遊憩體驗，此體驗與預期之落差是滿意與否之主因，口碑及重遊動機亦源自於此。本研究目的係探討遊客參與動物園休閒活動之遊憩行爲主要受到那些園方管理因子，如動物園之行政管理、遊客服務與管理及資源管理（含遊憩設施發展）等之影響，並進一步分析其互動後得到之遊憩體驗品質結果。調查資料爲來自於使用者之訊息，可供相關業者在營運時針對各區隔市場遊客釐定管理對策之參考。

二、文 獻 回 顧

與本研究有關之前人研究共分（一）需求面：遊憩需求、動機及消費行爲、遊客遊憩行爲和態度、與（二）供給面：遊憩管理沿革、管理因子及遊憩體驗等兩方面文獻，最後並歸納兩方面理論發展成本研究之理論基礎。

（一）遊憩需求、動機及消費行爲、遊客遊憩行爲和態度之相關研究：

1. 認爲人類（遊客）有五個基本需求，可分爲生理需求、心理安全感需求、社會認同需求、自尊自愛的需求、自我實現的需求，遊憩乃因基本需求而生，其結果在於需求之滿足與否所產生的遊憩體驗（侯錦雄及莊士瑩，1997）。
2. 認爲遊憩需求可分爲四個層級：第一層級爲遊憩活動需求本身；第二層級爲對不同之遊憩環境的需求，包括實質環境、社會環境與經營管理環境三者；第三層級爲在參與活動所獲得之體驗，如享受戶外環境、探索自然、逃避工作壓力、運動、家庭維繫等，此爲多重層面而非單一層面的；第四層級係代表遊憩效益而言（王偉哲、賴美蓉，1997）。
3. 認爲遊憩需求引起遊憩動機，將遊憩動機歸類爲以下四類：欣賞自然景觀、逃避日常繁重的生活機會、追求健康、社交上的滿足等（陳水源，1988）。而影響遊憩動機的因素可分爲個人內在因素（生理發展及狀況、心理發展及狀況、遊憩經驗）與外在環境因素（家庭影響、近親及參考團體的影響、社會階層的影響、次文化與文化的影響）（陳彰儀，1988）。遊客之社經背景對解說需求造成影響，包括對解說媒體之偏好及對解說主題的興趣有顯著之差異（吳忠宏、黃宗成，

2000）。人們參與遊憩活動之目的在於滿足個人之各種遊憩需求，遊憩需要之滿足能力是衡量遊憩活動吸引力之重要指標，此遊憩地區之吸引力可以依個人對環境屬性之感受來加以衡量（何妍璘、林晏州，1998）。

4. 認爲遊客購買決策歷程爲遊客經由內外在刺激而產生遊憩之需求、動機或慾望，經過問題確認無誤（即實際與期望差距之確認）後，便展開蒐集相關遊憩區資訊工作（資訊來源有個人經驗、廣告、旅行社推銷、公共報導、參考團體等訊息），遊客整合資訊後，透過內在評估準則，發現適宜的可行方案，進而產生參與遊憩活動的意圖，若無其他干擾（如：其他人的態度、不可預期的環境影響等）發生，則遊客前往遊憩區體驗其遊憩活動並滿足其遊憩需求（Engel *et al*., 1995；謝淑芬，1994）。遊客之遊憩決策行爲是消費者在接受許多外界資訊刺激後，依據其本身設定的準則加以評估，歷經一繁複的心理歷程（即黑箱），最後決策結果出現而完成採購，遊客決定行爲的過程有許多不同型態的特性因素會影響遊客選擇旅遊目的地的進行，而休閒旅遊活動主要受到下列個別因素影響之：(1)遊客本身內在心理因素：知覺、學習、性格、動機及態度；(2)外在社會因素：角色和家庭影響、參加團體、文化和次文化、社會階層；(3)活動需求因素：包括①社會經濟因素及②個人屬性因素；(4)資源供給因素：①自然資源—美麗的景致；②良好的利用條件—區位、交通狀況、可提供之利用設施、資源之特質、遊憩承載量、旅遊據點之連續性、經營管理、維護等等；(5)地點特性因素：環境、設施、活動、服務（何妍璘、林晏州，1998）。綜合上述諸多學者論述，若將遊憩區視爲一「遊憩產品」，遊客之遊憩決策行爲即爲遊客受到內外在環境刺激，透過遊客內在心理歷程之黑箱作業，而選擇至某一遊憩區旅遊（即選擇購買某一遊憩產品）之行爲，所獲得是一種非實質性利益--服務、效益及體驗等。

5. 認爲態度可說是人對事物的認識、喜惡與反應的傾向。在消費者調查中，往往是針對消費者對特定商品、商標、零售商之喜好態度做研究，因此我們也可以說態度是反映個人對某種商品與商標之偏愛、討厭的內在感覺的表現（謝淑芬，1994）。因爲態度是種心理歷程，無法直接觀察出，唯有由個人之言行中得知，心理學家發現態度的結構分成三種，即認知成分、情感成分及行爲成分。態度是由經驗的累積，受社會文化因素的影響，有影響力的人會影響他人在態度上的形成。即使態度不能預測人們的實際行爲，但卻可以有效地預測人們的偏愛，顯示態度與偏愛之間有著必然的關聯（蔡麗伶，1990）。

6. 歸納需求面（遊客）之消費過程爲遊憩需要→動機→購買→體驗（心理、生理反應—樂趣或無趣感）→態度（滿意度）→回饋（重遊意願或再購買行爲）（李久先、楊志義，1995）。

（二）遊憩管理沿革、管理因子及遊憩體驗之相關研究

1. 遊憩管理沿革爲地球資源→具遊憩價值資源（土地或水域、動植物）→設立特定場所（動物園）→成立管理單位→達成管理目標（有效管理遊憩資源及滿足遊客需要）（楊志義，2000）

2. 認爲除遊客心理上的因素外，實質環境所傳遞之訊息將可以鼓勵、暗示、激發遊客產生不當的遊憩行爲，而這些影響不當行爲產生之環境刺激（訊息）可以來自遊憩區的不良規劃設計及經營管理（陳秋伶、侯錦雄，1997）。不當實質環境之規劃設計

可能造成誤導、暗示、激發遊客不當行爲，而不當之經營管理也將會導致遊客不當的行爲，此包括經營管理的限制（服務品質不好、缺乏資訊的提供）、法規不明確、破壞信號的釋放（環境本身提供暗示，對社會所禁止的行爲之鬆懈，而產生偏差之行爲）等，將導致遊客對環境的無知及不滿而衍生出不當的遊憩行爲（陳秋伶、侯錦雄，1997）。

3. 認爲「遊憩體驗」係指遊客在從事遊憩活動過程中，從環境中獲得訊息，經過處理後，對個別事項或整體得到之判斷及呈現之生理及心理狀態而言，遊憩體驗是一種個人抽象的心理狀態，由於個人生理、心理需求，以及經驗的記憶累積會形成的動機和期望，這些「動機與期望」與所獲得的「遊憩體驗」二者差距即「滿意」的程度，而任何的遊憩體驗研究的目的就是要尋出如何能夠達到最大的滿意程度（陳水源，1988）。休閒參與頻率、時間、理解程度、及互惠交往對於遊憩體驗之形成有明顯的影響，透過體驗的分析可了解如何塑造良好休閒參與體驗（高俊雄 ，1993）。
4. 認爲滿意度所具有的內涵與其多元的代表性，是滿意度在各方面運用上均有其重要性 的主要原因，滿意度又分成兩類，分別爲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（侯錦雄、莊士瑩，1997）。以因素分析可將滿意度分四個程度：經營設施的滿意度、自然體驗的滿意度、活動參與過程的滿意度、對其他遊客行爲的滿意度（歐聖榮，1997）。休閒參與體驗與休閒滿意之關係從休閒參與者的言行舉止與心理的直接反應觀之，在流暢、刺激或掌控的遊憩體驗下獲得極高之滿足，願繼續參與；在無聊或無趣體驗下則缺乏繼續參與意願；休閒滿意可透過休閒參與體驗的何塑造加以提昇，而休閒參與態度可透過休閒滿意的提昇來促進（高俊雄，1993）。整體滿意度因公園使用者之年齡、職業、教育程度、使用頻度、使用時段之不同而有差異，滿意度受視覺美感、休憩設施、環境衛生等影響（陳昭蓉、林晏州，1996）。遊客停留時間、行爲、體驗均會受到有無解說摺頁之影響（楊婷婷、林晏州，1996）。
5. 歸納供給面（動物園）遊憩產品提供過程爲管理目標→工作執行（資源、遊客服務及行政管理）→遊憩機會或活動（感官或思考及情感或理智刺激）→反應結果（遊客行爲、資源情況、問題及課題）→監測修正（政策改變及對策釐定）（楊志義，1998）。

由前人研究可彙整出本研究之理論架構，是由需求面—不同社經背景、心理屬性之遊客爲滿足其遊憩需求及動機，選擇在供給面—台北市立木柵動物園管理單位所規劃提供之環境資源、遊憩設施、公共設施、及遊客服務與管理措施等形成之管理情境外在因素下參與遊憩活動（機會）後並獲得其遊憩體驗及滿意度反應結果；而藉由供需雙方之配合及平衡發展可以達成園方追求之遊客滿意及資源保育的永續營運目標（圖 1）。

三、材 料 及 方 法

本研究係採用營業場所問卷調查法（business survey）混合觀光地區之出口調查方式（exit survey），針對遊客社、經背景及心理特質等人口與心理變項資料及遊憩使用時間、行爲、偏好及滿意體驗做調查（Gunn, 1994）。調查對象是到訪台北市立動物園之遊客，時間共分 3 次（週末 1 次、週間 2 次），1999／1～2002／1。取樣方式爲簡單隨機抽樣調查（simple random sampling），樣本總數爲 353 位，有效問卷 303 份。滿意體驗

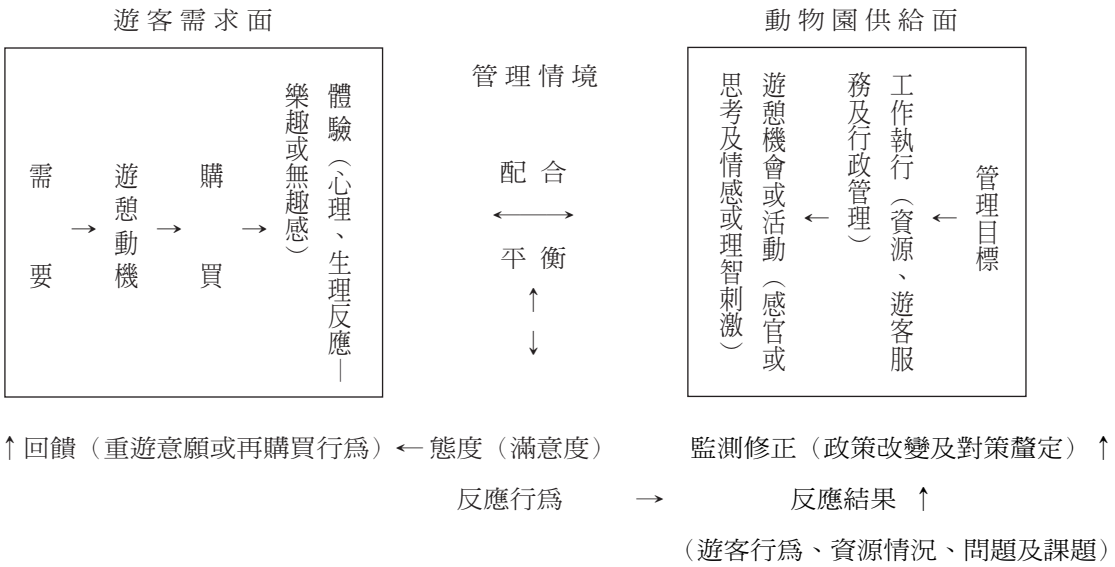

圖 1. 本研究之理論架構

Fig. 1. The theoretic structure of this study.

之變項採用李克特五尺度評級法（Likert's 5-scale rating method），以 1 ～5 分級距調查遊客對動物園管理情境之五個指標項目的滿意體驗及行為反應，包括（一） 解說服務：指示路標、展覽說明及表演節目；（二）禮貌服務：人員態度、工作效率及抱怨處理；（三）發展設施：餐飲設施（含賣店及自動販賣機）、遊憩設施（各類動物區）及公共設施（水電道路系統停車場）；（四）衝擊管理：清潔衛生（含設施維護）及空氣污染；（五）衝突管理：擁擠化解及噪音消除等項目之體驗品質（Sharpe *et al*., 1994）。結果並分析探討管理情境之遊客態度及遊憩行為反應。

四、結果與討論

本研究有效問卷共計 303 份，調查資料分析結果共分遊客人口及社經特性描述、遊客對動物園使用型態之分析及遊客對動物園管理情境之滿意度之分析三方面。

（一）遊客人口及社經特性描述

在性別方面，受訪者女性 52.48 %；男性 47.52 %，尚符合目前國內人口結構現況。在年齡方面，主要遊客層為 18～24 歲之青、少年為最多，佔 32.67 %，此一年齡層屬「結伴式旅遊」；其次是 25～34 歲之中、壯年為最多，佔 31.68 %，這一年齡層屬「家庭式旅遊」；50～65 歲有 2.97 %；65 歲以上只有 0.99 %。34 歲以下遊客共佔 72.3 %，故可知動物園使用者以年輕人居多。在婚姻狀況方面，未婚者佔 51.49 %，已婚者佔 48.51 %。在教育程度方面，以大學及專科之教育程度者為最多，有 55.45 %；有 34.65 % 為高中、職的教育程度，國中以下者佔 9.90 %。在職業方面，以從事私人企業機構最多佔 38.61 %；其次是 26.73 % 的學生，而政府機構人員與家庭主婦各佔了 8.91 %。在個人月平均收入方面，以二萬～四萬元為最多佔 31.68 %；其次是二萬元以下佔 25.74 %；六萬元以下約佔總數之 3／4 （表 1）。

（二）遊客對動物園使用型態之分析

表 1. 遊客人口及社經特性分析表

Table 1. Demographic and psycho-graphic characteristics of visitors.

變　項	選　　項	人數	百分比(%)
性別	男	144	47.52
	女	159	52.48
年齡	17歲(含)以下	24	7.92
	18~24歲	99	32.67
	25~34歲	96	31.68
	35~50歲	72	23.76
	50~65歲	9	2.97
	65歲以上	3	0.99
	總　　計	303	100.00
婚姻狀況	未婚	156	51.49
	已婚	147	48.51
教育程度	國中以下	30	9.90
	高中.職	105	34.65
	大專以上	168	55.45
	總　　計	303	100.00
職業	工程師、律師、醫生等自由業	21	6.93
	私人企業經理主管人員.職員	117	38.61
	政府機構(軍公教)上班族	27	8.91
	學生	243	26.73
	家庭主婦	27	8.91
	退休人員	6	1.98
	其他	24	7.92
	總　　計	303	100.00
個人每月平均收入	20000元以下	78	25.74
	20000~39999元	96	31.68
	40000~59999元	54	17.82
	60000~79999元	27	8.91
	80000元以上	21	6.93
	其他（無收入）	27	8.91
	總　　計	303	100.00

資料來源:本研究整理

1. 旅遊人數、次數總數

遊客結伴旅遊的人數有 37.62 % 是六人以上，其次是五人佔 17.82 %，大都是「家庭式旅遊」，沒有遊客獨自一人到動物園遊玩。在旅遊次數總數方面有 29.70 % 是二次以上爲最多；其次是三次以上，佔了 25.74 % ；但有 15.84 % 的人有六次以上（表 2）。

2. 停留時間最長的區域

旅客在動物園內停留時間最長的區域以夜行動物區爲居多，其次是可愛動物區，此區是全園中唯一可餵食和撫摸動物之地方，祇有 3.96 % 的人選擇鳥園區，或許與地理位置較偏

表 2. 旅遊人數、次數總數統計表
Table 2. The trip frequency and number of visitors.

變	項	人 數	百分比%
旅遊人數	1人	0	0.00
	2人	51	16.83
	3人	33	10.89
	4人	51	16.83
	5人	54	17.82
	6人（含）以上	114	37.62
	總 計	303	100.00
總共前來次數	一次	39	12.87
	二次	90	29.70
	三次	78	25.74
	四次	30	9.90
	五次	18	5.94
	六次（含）以上	48	15.84
	總 計	303	100.00

資料來源:本研究整理

遠有關。總停留時間方面有 31.68 % 的人是停留二～三小時爲最多；其次有 26.73 % 的人是停留三～四小時；有 19.80 % 的人停留一～二小時；遊客所停留的時間多屬「半日旅遊行程」（表 3）。

3. 旅遊目的及使用交通工具之分析

有 45.54% 的人旅遊目的爲觀賞動物(此題爲複選題)，其次有 39.60 % 是以陪小孩爲目的，遊客來園主要原因以「觀賞動物」和「陪伴小孩」爲絕大多數，遊客之旅遊目的以「遊憩」和「休閒」爲主，超過「求知」的心情。在使用交通工具方面使用自用汽車和大衆捷運的人各佔有 41.58 %（此題爲複選題），大多數的遊客認爲搭乘捷運到動物園較方便，所以捷運的通車爲動物園增添不少遊客（表 4）。

4. 使用者對動物園管理情境之體驗滿意度及重遊意願之分析

(1)遊憩體驗之滿意度

在抱怨處理方面，受訪遊客中有 45.54 % 的遊客滿意園區提供的服務，有 47.52 % 的人認爲尚可接受，而不滿意的旅客佔了 2.97 %。在人員服務態度方面，有 44.55 % 的遊客滿意，51.49 % 的遊客認爲尚可，而非常滿意、不滿意的遊客各佔了 1.98 %。在工作效率方面有 37.62 % 的遊客滿意，44.55 % 的人認爲尚可，而不滿意的佔 11.88 %，非常滿意的佔 3.96 %。前三項屬遊客服務管理評級爲 3.41。及在餐飲設施方面有 49.50 % 滿意，38.61 % 的人認爲尚可，而不滿意的佔 5.94 %，非常滿意的佔 4.95 %。有 29.70 % 滿意公共設施，有 19.8 % 不滿意，而非常不滿意的佔 4.95 %，這是在所有非常不滿意的變項中最高者，而非常滿意的只佔 1.98 %。在遊憩設施方面，有 4.95 % 非常滿意，27.72 % 滿意，41.58 % 認爲尚可，而不滿意的佔 23.76 %。在指示路標方面，有一半以上尚可接受，佔了 53.47 %，有

表 3. 旅客停留區域及時間統計表

Table 3. spots and spend time of stay of visitors.

變	項	人 數	百分比(%)
旅客停留之區域	可愛動物區	69	22.77
	教育中心	18	5.94
	台灣動物區	24	7.92
	夜行動物館	81	26.73
	沙漠區	15	4.95
	蝴蝶館(公園)	30	9.90
	澳洲區	18	5.94
	非洲區	57	18.81
	鳥園區	12	3.96
	其 他	15	4.95
總共停留時間	一～二小時	60	19.80
	二～三小時	96	31.68
	三～四小時	81	26.73
	四～五小時	27	8.91
	五～六小時	21	6.93
	六小時以上	12	3.96
	其他（未作答）	6	1.98
	總　計	303	100.00

資料來源:本研究整理

表 4. 遊客旅遊之目的統計表

Table 4. visitors' purposes of traveling.

變	項	人 數	百分比(%)
旅遊目的	陪小孩	120	39.60
	觀賞動物	138	45.54
	接近大自然	105	34.65
	漫無目的	24	7.92
	其他	27	8.91
	總　計	414	136.62
旅遊交通工具	自用汽車	126	41.58
	機車	33	10.89
	大衆捷運	126	41.58
	公共汽車	42	13.86
	其他	0	0.00
	總　計	327	107.91

資料來源:本研究整理

23.76 % 滿意，有 20.79 % 不滿意，而非常不滿意的佔 1.98 %。在展覽說明方面有 51.49 % 尚可，有 37.62 % 滿意，7.92 % 不滿意，而非常不滿意佔 2.97 %。在表演節目方面有 36.63 % 滿意，有 52.48 % 尚可，有 10.89 % 不滿意，沒有非常滿意與非常不滿意者，後十項屬資源管理部分評級爲 3.16，全數問項評級平均爲 3.22（表 5）。

(2)遊客重遊意願之分析

受訪遊客中有 83.17 % 的人表示有意願再度重遊動物園（表 6）。

（三）在園區與遊客供需配合交叉分析方面

將所有自變項進行卡方（X_2）交叉分析，結果如次:

1. 影響動物園前來次數之變項有本年次數、停留時間、重遊意願、工作效率（X_2=266.941）、遊憩及公共設施（X_2=51.725）等。由此可知管理單位在工作效率與規劃休憩及公共設施方面均要注意。
2. .影響本年遊動物園次數之變因有遊憩設施供給（台灣動物區（X_2 =167.738）、沙漠區、澳洲區（X_2 =60.724）、服務人員態度及遊憩設施，其中遊憩設施變項雖屬遊客較少停留之設施，但卻能影響遊客再購買行爲，故嶄新多樣的遊憩內容是增加動物園吸引力一項要因。
3. 某些遊憩設施區（台灣動物區及澳洲區）與遊客停留時間相關（X_2 =31.958，X_2 =90.222），似乎是較多遊賞時間遊客之備選方案。諸多遊憩設施（台灣動物區、蝴蝶區、非洲區及鳥園區）與相關服務設施規劃（如解說、指示路標、擁擠化解）明顯相

表 5. 遊客對動物園之服務態度與設施供給滿意度分析表

Table 5. The users' satisfaction level of zoological park.

動物園之服務態度與設施供給	滿意度百分比〔%〕					
	非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意	指數平均
1.抱怨處理	2.97	45.54	47.52	2.97	0.99	3.47
2.人員態度	1.98	44.55	51.49	1.98	0	3.47
3.工作效率	3.96	37.62	44.55	11.88	1.98	3.30
4.餐飲設施	4.95	49.50	38.61	5.94	0.99	3.51
5.遊憩設施	4.95	27.72	41.58	23.76	1.98	3.10
6.公共設施	1.98	29.70	43.56	19.80	4.95	3.04
7.指示路標	0.00	23.76	53.47	20.79	1.98	2.99
8.展覽說明	0.00	37.62	51.49	7.92	2.97	3.24
9.表演節目	0.00	36.63	52.48	10.89	0	3.26
10.清潔維護	0.00	18.81	64.36	13.86	2.97	2.99
11.空氣污染	3.12	38.05	42.30	16.53	0	3.27
12.擁擠化解	2.78	34.26	37.46	11.18	4.32	2.90
13.噪音消除	3.78	43.78	42.35	7.53	2.56	3.29
總平均（整體）						3.22

資料來源:本研究整理

表 6. 重遊意願統計表

Table 6. The re-visit percentage of visitors.

變　　項		人數	百分比%
重遊意願	滿意體驗會再來	168	55.45
	反映改善仍會來	84	27.72
	下次來自己因應	22	7.26
	沒意思不一定來	11	3.63
	印象惡劣不再來	18	5.94
	總　計	303	100.00

資料來源:本研究整理

關，說明遊憩設施之使用亦要有支持性設施輔助指引。

4. 部分遊憩設施（台灣動物區、鳥園及蝴蝶區）與遊客年齡明顯相關（X_2 = 138.910，X_2 = 58.390，X_2 = 35.685），此說明設施內容決定吸引之區隔市場。
5. 遊客停留時間之變項與工作效率、指示路標及年齡、職業等相關，可見管理員工作及服務態度及遊客本身體力或路標指示明確與否均影響其停留時間長短。
6. 動機爲漫無目的的遊客其遊憩體驗與園區展覽說明、指示路標、餐飲設施之品質等變項明顯相關，說明漫無目的的遊客尋求休息補充體力心態及缺乏事先資訊蒐集，故常需解說協助。
7. 服務人員等與餐飲休憩、解說與公共設施、及清潔維護與擁擠化解等息息相關．此說明遊客服務與管理是整體密不可分的，且形成遊客遊憩體驗最主要的一個部份。遊憩設施與遊客之年齡、職業及收入等相關，說明休憩地點如何滿足多樣背景遊客是很重要的。
8. 餐飲設施及公共設施均與衝擊及衝突管理相關（X_2 = 1086.838，X_2 = 76.695），說明餐飲設施區嘈雜（X_2 = 151.929）及環境衛生（X_2 = 594.526）會影響遊客行爲。

五、 結　論

1. 台北市立木柵動物園主要有二類型年齡層區隔市場，一爲年齡 30～40 歲之年輕夫婦，攜帶幼兒到動物園參觀，是典型之家庭型遊覽型式；另一爲 17～24 歲之學生或社會青年，以結伴方式旅遊。這二類遊客約佔遊客總數七成。
2. 百分之六十以上遊客是屬中低或無收入者；遊客來園動機主要爲觀賞動物等休閒爲主活動；停留的時間以二～四小時的半日遊程居多。
3. 依據園區管理因子與遊客行爲之交叉分析，結果顯示：動物園區內確屬一供需雙方互動之情境，彼此間有密切相關性，設施發展良窳明顯影響遊客行爲及其停留時間。
4. 動物園遊客重遊率甚高，動物園應不斷的更新設施或大部份解說節目以保持吸引力。

六、參 考 文 獻

王偉哲、賴美蓉（1997）遊客在休閒農業區中從事遊憩活動之遊憩動機體驗與滿意度之探討。休閒、遊憩、觀光研究成果研討會:休閒觀光產業，中華民國戶外遊憩學會主編。田園城市文化事業有限公

司。9-26頁。

李久先、楊志義（1995）景觀分析與遊憩機會提供之研究。中興大學實驗林研究彙刊 17(2):147-158。

吳忠宏、黃宗成（2000）休閒農場遊對環境解說需求之研究。環境與管理研究 1(2):119-142。

何妍璘、林晏州（1998）山岳資源吸引遊客因素之探討—以奮起風景區爲例。第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果研討會:休閒理論與遊憩行爲，中華民國造園學會台灣大學園藝系主編。田園城市文化事業有限公司。75-90頁。

侯錦雄、莊士瑩（1997）。攤販對遊憩體驗之影響—以松柏嶺受天宮爲例。1997 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會:休閒遊憩行爲，中華民國戶外遊憩學會主編。田園城市文化事業有限公司。35-52頁。

高俊雄（1993）休閒參與體驗形成之分析。戶外遊憩研究 6(4):1-12

陳水源（1988）遊客遊憩需求與遊憩體驗之探討。戶外遊憩研究 1(3):25-51。

陳昭蓉、林晏州（1996）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):1-22。

陳秋伶、侯錦雄（1997）台灣山岳不當遊憩行爲模式之研究。1997 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會:休閒遊憩行爲，中華民國戶外遊憩學會主編。田園城市文化事業有限公司。53-67頁。

陳彰儀（1988）休閒遊憩行爲與國民心理關係之探討。交通部觀光局。26-33頁。

楊志義（1998）遊樂景觀之概念建構及設計流程。第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果研討會:植栽、生態與保育，中華民國造園學會台灣大學園藝系主編。田園城市文化事業有限公司。275-287頁。

楊志義（2000）森林遊樂區資源之維護管理。第三屆森林遊樂學術研討會論文集，台大實驗林管理處。103-108頁。

楊婷婷、林晏州（1996）台北市立動物園大鳥籠解說摺頁解說效果之探討。戶外遊憩研究 9(13):31-56。

歐聖榮、顏宏旭（1997）森林遊樂區遊客意向之研究。1997 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會:休閒遊憩行爲，中華民國戶外遊憩學會主編。田園城市文化事業有限公司。1-18頁。

蔡麗伶（1990）旅遊心理學。譯自：The Psychology of leisure travel: effective marketing and selling of travel services。揚智文化公司。234-247頁。

謝淑芬（1994）觀光心理學。五南圖書出版有限公司。

Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P.W. (1995) Consumer Behavior / 8th Edition.

Gunn, Clare A. (1994) Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases /3rd Edition. Taylor & Francis W. DC USA.

Sharpe, G. W. (1994) A Comprehensive Introduction to Park Management/ 2nd Edit. Sagamore Publishing Champaign, Illinois