

研究報告

跨文化服務品質比較： 以台灣與香港遊憩與公園訪客為例

王青怡¹ 李介祿² 林婉菱³

【摘要】當代遊憩與公園管理的新興研究趨勢之一即為不同文化之間的比較研究，但是與此相關的參考文獻卻還處於缺乏的狀態。本研究的目的是比較兩個戶外遊憩區如台灣惠蓀林場及香港薄扶林郊野公園之跨文化遊客服務品質之比較。整體而言，我們採用現地抽樣調查的方式收集數據，分別從台灣惠蓀林場及香港薄扶林郊野公園蒐得767份及702份的有效問卷。研究結果顯示兩地遊客具有不同程度的服務品質知覺差異，我們發現惠蓀林場的遊客比薄扶林郊野公園的遊客具有較高的服務品質知覺。而這發現於遊憩與公園管理上極具意義，因此針對此結果加以討論分析後，將提出後續建議以供經營管理單位參考。

【關鍵詞】跨文化研究、社會人口統計變項、服務品質、台灣惠蓀林場、香港薄扶林郊野公園

Research paper

A Cross-cultural Comparison of Customer Services: The Case of Recreation and Park Visitors in Taiwan and Hong Kong

Ching-Yi Wang¹ Chieh-Lu Li² Wan-Ling Lin³

【Abstract】One of the emerging research trends in recreation and park management was the comparative studies between different cultures. The review of literature however provided limited references in this context. The purpose of this study was to compare customer service cross-culturally at two recreation and park settings, i.e., Taiwan Huisun National Forest Recreation Area and Hong Kong Pok Fu Lam Country Park. We used on-site survey for data collection and overall, 767 and 702 usable questionnaires were obtained from Taiwan Huisun National Forest Recreation Area and Hong Kong Pok Fu Lam Country Park, respectively. The results revealed that visitors perceived different level of service quality between settings. We found Huisun visitors tended to perceive higher service quality than Hong Kong Pok Fu Lam visitors.

1. 國立中興大學森林系博士生。

Doctoral student, Department of Forestry, National Chung Hsing University.

2. 國立中興大學森林系助理教授，402台中市南區國光路250號，通訊作者。

Assistant Professor, Department of Forestry, National Chung Hsing University. Corresponding Author.

Tel.: +886- 4- 22840345 ext 143; E-mail: CXL345@gmail.com or clli@nchu.edu.tw

3. 國立中興大學森林系碩士生。

Master student, Department of Forestry, National Chung Hsing University.

The findings had implication for recreation and park management. Discussion of the findings and research implications were also suggested.

【Key words】 Cross-cultural research, socio-demographic, service quality, Taiwan Huisun Forest Recreation Area, Hong Kong Pok Fu Lam Country Park

一、前言

根據交通部觀光局在2013年的統計，自從2001年實施周休二日，且隨著政府對於觀光產業的大力推動，自2011年止，國人國內旅遊人次已逾1億5千萬人次，是2010年的1.23倍，顯見國人旅遊的人數呈現顯著增加（中華民國交通部觀光局網站觀光統計圖表，2013）。而國人在旅遊時也發現，除了廣大的國人遊客之外，還會遇到許多來自不同國家文化的外國旅客。聯合國世界觀光組織（United Nations World Tourism Organization, UNWTO）2013年訪客統計，國際旅客入境人次2012年首度超過10億，其中以亞太地區外國遊客成長幅度最高，而台灣的國際觀光旅遊市場已經突破700萬人次，預計2015年將突破1千萬人次大關（聯合國世界觀光組織網站，2013）。根據資料顯示2007年以前台灣觀光產業主要外國旅客客源來自日本、東南亞以及港澳人士，但自從2007年後開放大陸旅客來台觀光之後，大陸遊客人數以驚人的速度成長，2010年來台觀光人數已突破1百萬，以163萬人次首度超越日本，至2012年止儼然已成為台灣首要國外觀光遊客來源。除上述國家之外，美國、歐洲以及韓國亦為台灣主要觀光客源之一（中華民國交通部觀光局網站觀光統計圖表，2013）。另一方面，根據內政部2012年國家公園訪客統計來台觀光客有逐年增加的趨勢，由2001年開始總訪客人數首度突破1千萬人次，至今2012年總遊客人數已達1千7百萬人次（台灣國家公園網站統計資料，2013）。而在台灣森林遊樂區，2010年森林遊樂區遊客人數約為480萬人次，2012年森林遊樂區遊客人數約為590萬人次亦為逐年增加（中華民國交通部觀光局網站觀光統計圖表，2013）。由此可見，台灣自然觀光遊憩產

業之蓬勃發展以及旅遊文化族群多元化之明顯趨勢。

對遊憩區本身而言，要如何在為數眾多且競爭激烈的其他遊憩區中突圍而出為一重要的課題，歐聖榮、許君銘（1994）認為，提供多樣化的遊憩機會以及在服務品質上的提升為有助於吸引遊客的方式。此外，多篇前人研究也認為服務品質是會影響顧客滿意度（蔡雨勳等，2000；林玖玖，2005；張孝銘、林永森，2007）。當顧客感到滿意時有助於顧客忠誠度及園區形象的提升，增加遊客重遊意願（張孝銘、林永森，2007；黃惠芝、張家銘，2008；蔡進發、蕭至惠；2009）。因此提升服務品質是遊憩區應該著重的重點之一，亦為遊憩區經營管理成功與否之關鍵。在休閒旅遊持續增加之同時，政府推動觀光發展已由「量變」到「質變」，意即從大眾旅遊轉型為重視旅遊品質的生態旅遊，遊客除享受旅遊的樂趣之外，亦可透過解說、旅遊資訊的提供來學習與增進保育生態環境與對自然產生同理心之永續經營管理概念。

此外Li *et al.*(2007)、Li *et al.*(2008) 及Li *et al.*(2009) 研究皆指出，不同文化背景的遊客會有不同的遊憩知覺，包括服務品質；而Simester (2000) 及Taylor and Miracle (1996) 的研究中也證實，文化的差異是會影響遊憩區的旅遊行銷，包括廣告、行銷策略以及消費者的購買行為等。在台灣遊客族群如此多元的情況下，當經營者試圖藉由服務品質的提升拓展客源時，更應該將文化對服務品質形成的差異做進一步的思考，針對不同族群遊客調整經營方針應是更有效率且降低成本的做法。

本研究選定香港薄扶林郊野公園（Pokfulam Country Park, PCP），以下以薄扶林

代稱) 做為研究樣區, 因香港是國人出國旅遊目的地以及來台旅遊主要客源的前三名, 並且香港與台灣距離相近且環境相似, 航行時間不超過兩小時, 因此佔國人出國旅遊目的地約 24% 之多 (中華民國交通部觀光局網站觀光統計圖表, 2013), 由此可見香港與台灣觀光業之緊密關係, 所以擇選與惠蓀林場 (以下以惠蓀代稱) 一樣屬於自然戶外遊憩區的薄扶林郊野公園做為比較; 且由於香港是亞洲最大的轉運中心, 因此境內有許多國外觀光客, 本研究希望透過台灣惠蓀林場以及香港薄扶林郊野公園的遊客服務品質之比較, 比較兩地遊客服務品質知覺之差異, 並推測背後可能的原因, 吸取香港自然戶外遊憩區在多元族群服務的經驗, 作為因應台灣遊客多元化之趨勢, 提供經營者參考之依據以擬出更適宜的經營方針。

二、文獻回顧

李介祿等人 (2011) 認為, 不同文化背景的遊客, 其行為意象模式即有所不同, 而不同文化在相互交流後會使得原本社會文化的定義變得模糊, 進而影響到遊客的服務品質知覺, 因此就跨文化及服務品質的概念做下列說明。

(一) 跨文化研究

文化被認為是資訊的分享, 而這些資訊大抵上可解釋為信仰及價值觀 (Chick, 1997)。它指導人們評斷、觀點以及對事物好壞描述的標準 (Ueltschy *et al.*, 2004), 並且可以預期的是文化對於情感層面的影響, 也是表現知覺方面的感受, 因為態度、信仰以及價值觀都是文化的一部分並幾乎在各個方面影響了人們行為 (Ball and McCulloch, 1999)。因此我們可以說文化是表徵國家、民族或其他團體彼此間思想、價值觀及信仰的分享, 其引導了人們的行為 (Hendon *et al.*, 1999)。

Reisinger and Turner (2003) 和 Resinger (2009) 著作之書中皆不斷強調, 文化的差異使不同族群之遊客對於服務的要求也會有所不同。舉例來說, 中國人喜歡把旅遊行程安排得

很滿, 覺得不應該留下任何空閒時間; 而西方人相反, 他們不喜歡這樣緊湊的行程, 甚至覺得這樣侵犯了隱私, 喜歡自由地到處去逛逛體會當地生活; 日本旅館主人 (hosts) 則認為所有的事務都應該事先經過妥善安排, 他們會先設想顧客有甚麼需求, 甚至超越了顧客本身的需要, 但是對於西方遊客而言, 他們認為自己知道甚麼才是最好的、需要的, 因此會對日本人的待客方式感到不舒服, 另外西方人的傳統則是不事先去設定顧客的需求, 給他們一些自由的時間去自由體驗, 然而這樣的服務對日本人而言卻是沒達到他們的要求。因此, 文化的差異會造成管理者和遊客之間期望的差距而使得服務無法完全傳遞。無獨有偶, 李介祿等人 (2011) 建議管理單位在擬定經營方針時, 應該將不同族群的文化價值觀納入考量, 以制定符合特定族群遊客的需求與期望。

Walker (2009) 以加拿大和中國學生的遊憩行為和行為意向的不同特性來探討跨文化的遊憩特性, 結果指出東西方不同的文化背景, 使二個族群在遊憩行為的動機建構上有所差異, 導致二者間行為的不同。由上述文獻我們可以得知跨文化研究乃目前休閒領域研究重點之一, 亦須將世界各地的戶外遊憩環境納入觀察。由上述文獻可得知跨文化研究的重要性。

(二) 服務品質

服務是一種抽象、難以捉摸且朦朧的概念, 因為服務具有三種特徵: 無形性的、異質性的以及與產品、消費是不可分離的, 所以它不像物品的品質, 可以藉由產品的耐久性或缺點的數目來衡量 (Crosby, 1979; Garvin, 1983)。而品質被定義為設計品質是根據使用者的需要與期望來設計, 並據此發展出產品標準與規格 (歐聖榮、許君銘, 1994)。因此歐聖榮、許君銘 (1994) 認為服務品質是使用者針對所消費之有形或無形的產品或服務, 依據個人主觀之感受為標準, 判定產品或服務「適合使用」或「符合個人所需」之程度。而 Parasuraman, Zeithaml and Berry (PZB) (1985)

對於服務品質的描述，大概可以分成底下三種：

1. 服務品質對於顧客而言，比物品的品質來得難評估。
2. 服務品質感受的結果是從顧客的期望與實際服務績效 (actual service performance) 而來的。
3. 品質不僅僅從服務的結果來評估，還應包含服務傳遞的過程。

因此服務品質可說是一種難以量測的概念，Parasuraman *et al.* (1988) 提出SERVQUAL量表，希望透過顧客的期望服務和所感受的服務之間的差距來量測服務品質的好壞，並發現管理認知和顧客感受常有落差 (gap) 存在，而這些差異或缺口的關鍵，存在於服務傳遞到顧客的時；若傳遞服務時試圖跳過這些缺口那麼顧客將能感受到高的品質。然而Wright *et al.* (1992) 認為PZB 提出的SERVQUAL量表被過於廣泛的濫用，以至於無法提供適當的資訊給某些特別性質的服務表現，因此建議經營管理者可以比較整體與個別服務項目之得分，以便發現哪些項目較易影響整體之服務品質，再者LeBlanc (1992) 將SERVQUAL應用至觀光服務業上，亦建議宜將對於服務的期望與感受合併量測 (歐聖榮等，1994)。MacKay and Crompton (1988) 將SERVQUAL概念應用至戶外自然遊憩區，而後Crompton *et al.* (1991) 和Burn *et al.* (2003) 研究指出，PZB量表在戶外遊憩領域上似乎並非是那麼適用的；Hamilton *et al.* (1991) 和Crompton *et al.* (1991) 研究亦指出，SERVQUAL的“同理心”面向在戶外遊憩環境中似乎重要性相對其他面向來的低，甚至是沒有意義。因此Absher及其團隊 (2000) 針對國家森林遊憩區使用者設計了22個服務品質問項量表，此量表經由Graefe *et al.* (2001)，Li *et al.* (2008) 及Li (2009) 在美國陸軍工兵團 (U.S. Army Corps of Engineers) 所維護的湖泊、香港郊野公園及台灣國家公園等不同樣區的研究驗證，將服務品質歸納成四個面向：資訊、

服務、設施及經驗(管理)，不對服務品質之期望與體驗分開測試而直接評量遊客對服務品質知覺之認同程度，即為SERVEPER概念 (Li *et al.*, 2007; Li *et al.*, 2008；歐聖榮、許君銘，1994)，上述學者認為如此更能釐清國家森林遊憩區的服務品質表現。

(三) 跨文化之服務品質

Li (2010) 指出不同族群及不同民族的休閒活動會因其文化差異有所不同，依各不同族群間的文化同質性或異質性，使得跨文化的研究中遊客之服務品質、滿意度、行為意向呈現不同的結果。依其研究指出亞洲人之遊憩行為，並非完全具有單一角度的結果，因為所謂的亞洲人包含著包括台灣、香港、中國、韓國、日本等各個國家的人民，隨著各個不同的文化差異，使得各種不同的民族特性也會反映在遊憩行為甚至是服務品質知覺當中。

且Li *et al.* (2007) 以香港薄扶林郊野公園為背景的研究發現大陸遊客和西方遊客之服務品質知覺有所不同，香港居民可能因為曾經受到英國統治，所以香港居民價值觀與西方遊客價值觀較為接近，因此服務品質知覺相似，其背後可能受到文化價值觀所影響，尤其西方遊客對於有趣、生動等享樂主義意象價值觀特別注重，文後也建議此等跨文化研究應該持續追蹤監測以維持自然戶外遊憩區的服務品質。Li *et al.* (2008) 認為不同文化價值觀對不同文化族群成員有所影響。在遊憩與公園環境中，文化價值觀亦為影響遊客服務品質知覺的重要因子之一。例如西方遊客家庭成員較亞洲遊客家庭成員更具自主性等。價值觀會影響遊客從事遊憩活動的行為，更會使得不同文化族群其對服務品質知覺感後產生差異，並建議減檢測不同文化族群間之社經背景與價於觀之同質性或異質性。Li *et al.* (2009) 以美國安琪拉國家森林遊樂區為調查地點，研究亞裔、西班牙裔以及安格魯裔3個族群之服務品質知覺差異，發現亞裔遊客服務品質知覺普遍低於其他兩族群，可能與亞裔族群中較為情緒壓抑和對於社會規範之

服從性較高的價值觀有關係，並建議後續應針對更多不同文化族群的遊客進行跨文化研究。由此上述文獻就可發現服務品質知覺會因為不同文化族群遊客而產生差異，也突顯研究跨文化服務品質這個議題之重要性。

(四) 研究目的

基於前述的研究動機，本研究擬出研究目的如下：

1. 目的一：了解不同地區遊客的社經背景。
2. 目的二：比較不同文化背景下的遊客對於服務品質的知覺差異。

三、研究方法

(一) 問卷設計之擬訂

基於文獻回顧的說明，期能更針對森林遊憩區的服務品質研究，因此本研究服務品質問卷部分是依據Absher (1998) 和Absher *et al.*(2000) 發展的服務品質22個問項，並且包含遊客個人的基本資料，例如性別、年齡、婚姻狀況、教育程度及職業類別等，以便分析兩樣區遊客背景之差異。

(二) 研究區域及取樣方法

香港選定樣區為薄扶林郊野公園，成立於1979年至今約30多年，占地面積大約270ha，位於中城市交接處是港島徑第一段的起點，因此每逢假日遊園人數是絡繹不絕，為一個能提供當地居民和國際旅客一個戶外的休閒和享受機會的場所，特別的是山頂是個已經城市化的住宅區和旅遊景點（香港特別行政區政府漁農自然護理署網站薄扶林郊野公園，2012）。取樣地點的決定是根據與國家公園人員的諮詢、現場觀察經驗以及先前的相關研究(Li *et al.*, 2010)，最後決定6個遊客最常去的地點，進行現場訪問和調查。

而台灣部分選擇位於台灣南投縣仁愛鄉的行政區內的惠蓀林場，雖然日治時期早已成立，但經過多番經營權的轉移後於1970年正式命名為惠蓀林場隸屬於中興大學實驗林場，總面積7,477公頃，林場內海拔差異極大，最高海

拔達2,419m，最低海拔為450m，其功能以提供興大師生教學研究及一般民眾森林遊樂為主（惠蓀林場網站，2013）。調查地點亦是經過現場勘查以及與林場管理人員諮詢後，選定6個遊客最常到達停留的地點進行調查。

取樣方法採用現地便利抽樣問卷調查，並以系統性隨機抽樣（每3為遊客取1位遊客調查）的方式收集數據以減少抽樣誤差，以實際到達園區進行遊憩行為的遊客為調查對象，分別在2005-2006年間在香港薄扶林郊野公園收得702份的有效問卷，以及2009-2010年間在台灣惠蓀林場收得767份有效問卷。

本研究利用SPSS 18.0軟體進行後續之問卷資料分析，主要包含敘述性統計如：平均值、人數分佈、有效百分比，以及卡方檢定、t檢定、信度分析、Eta值等統計方法以了解香港遊客與台灣遊客之差異性。

四、結果

(一) 遊客背景資料分析

薄扶林與惠蓀遊客社經背景資料各項目分析如表1所示。

1. 薄扶林

在性別方面，男性（52.9%）略高於女性（47.1%）；年齡方面以20-40歲（59.2%）最多，其次為41-60歲（27.3%），此兩年齡層占總遊客86.5%；職業狀況方面以全職在外工作（61.2%）為主，以及全職學生（15.6%）、全職家管（10.5%）為多數；婚姻狀況方面已婚（50.3%）為最多；而教育程度以大學學歷（29.7%）為多數，而研究所（23.2%）次之。

2. 惠蓀

惠蓀遊客在性別方面，男性（45.3%）略低於女性（54.5%）；年齡方面以21-40歲（43.9%）最多，其次為41-60歲（41.7%），此兩年齡層佔總遊客數85.6%；職業狀況方面以全職在外工作（61.1%）為主，以及全職學生（14.8%）、全職家管（12.4%）為多數；婚姻狀況方面已婚（62.1%）為最多；而教育程度以大學學歷

(35.5%) 為多數，而專科學歷 (22.4%) 次之。

在年齡層的分布上，兩遊憩區遊客有 85% 以上都集中在 21-60 歲屬於青壯年的階段，並且以 20-40 歲為最多，60 歲以上的比例甚少，此外惠蓀林場遊客 41-60 中壯年遊客比例較薄扶林多；未婚遊客比例薄扶林比惠蓀來的高。5 項遊客社經背景除職業狀況外，性別、年齡、婚姻狀況與教育程度在兩遊憩區都達顯著差異。其中以教育程度差異最顯著，Person 卡方值達 119.99。

(二) 遊客對兩園區服務品質知覺差異之分析

經由 t 檢定分析發現，兩地遊客在服務品質知覺 20 個問項上有 14 個問項達到顯著差異，分別是「任何遊客都可以使用林場內的設施」、「設施很方便」、「我受到工作人員的歡迎」、「我需要找工作人員時，都可以找到」、「工作人員很樂意回答遊客的問題」、「我有機會提供意見給園區管理單位」、「我可以取得遊憩機會的完整資料」、「遊憩機會的資料很容易取得」、「我可以取得園區的正確、最近的資料」、「園區的自然歷史資料很容易取得」、「安全需知很容易取得」、「林場內的規定和條例有被執行」、「工作人員有禮貌地對待我」、「園區內賣的東西價格公道」等 14 項。並且根據 Li *et al.* (2009) 的建議，將服務品質 20 個問項歸納成設施、服務、資訊以及管理 4 個面向，而 Cronbach's Alpha 值顯示，設施、服務及資訊三面向皆達到 0.8 以上，管理面向也有 0.6 以上，可見此量表具有信度。

1. 整體問項及各面向分析

兩地遊客在服務品質四個面向平均值得分皆在 3.25 至 3.91 之間，得分最高之面向為設施面向，顯示兩園區都提供了不錯的服務品質，服務品質知覺四面向中有三個面向達顯著差異。設施面向部分，薄扶林平均分數為 3.91，而惠蓀平均分數為 3.90，兩者間未達顯著差異；服務面向部分，薄扶林平均分數 3.25，惠蓀平均分數 3.68，兩者間達顯著差異，而惠蓀

分數高於薄扶林；資訊面向部分，薄扶林平均分數 3.46，惠蓀平均分數 3.75，兩者間達顯著差異，而惠蓀分數高於薄扶林；管理面向部分，薄扶林平均分數 3.50，惠蓀平均分數 3.74，兩者間達顯著差異，而惠蓀分數高於薄扶林，上述結果如表 2 所示。

2. 服務品質設施面向分析

此面向中 7 個問項中有 2 個問項達到顯著，顯著的兩問項分別為「任何遊客都可以使用林場內的設施」以及「設施很方便」。在「任何遊客都可以使用林場內的設施」問項裡薄扶林分數為 3.95，惠蓀分數為 3.86，薄扶林高於惠蓀；在「設施很方便」問項中，薄扶林分數 3.91 而惠蓀分數為 3.81，且 F 值達 142.29，Eta 值達 0.311，薄扶林分數高於惠蓀。薄扶林得分最高之問項為「步道維持得很好」達 3.96 分，而惠蓀得分最高的問項為「步道很乾淨」達 4.00 分，顯示兩遊樂區之遊客都認同薄扶林與惠蓀之步道維持與整潔。

3. 服務品質服務面向分析

此面向中 4 個問項都達到顯著，最為顯著的問項為「工作人員很樂意回答遊客的問題」。薄扶林分數為 3.34，而惠蓀分數為 3.83，惠蓀分數高於薄扶林，且 F 值達 142.29，Eta 值達 0.31，在此面向遊客普遍感受到園區工作人員的熱情回應，但卻不在遊客需要時容易找到，且此面向問項在平均數上普遍低於其他三面向的分數。兩遊憩區得分最高之問項皆為「工作人員很樂意回答遊客的問題」，薄扶林達 3.34 分，惠蓀得分為 3.83，顯示兩遊樂區之遊客都認同薄扶林與惠蓀工作人員回答問題的態度。

4. 服務品質資訊面向分析

此面向中 5 個問項都達到顯著，最為顯著的問項為「我可以取得遊憩機會的完整資料」。薄扶林分數為 3.57，惠蓀分數為 3.77，惠蓀分數高於薄扶林，且 F 值達 144.03，Eta 值達 0.31。薄扶林得分最高之問項皆為「我可以取得園區的正確、最近的資料」達 3.57 分，惠

孫得分最高問項為「我可以取得遊憩機會的完整資料」為3.90分，顯示香港遊客認同薄扶林園區資料提供的正確性，而台灣遊客認同惠孫提供園區相關資料的完整性。

5. 服務品質管理面向分析

此面向中4個問項中有3個問項達到顯著，最為顯著的問項為「工作人員有禮地對待我」。薄扶林分數為3.39，惠孫分數為3.86，

惠孫分數高於薄扶林，且F值達134.65，Eta值達0.30。從表2中可見「在這裡我覺得很安全」是兩地遊客得分最高者，顯示遊客在此地遊玩感到安全與放心，可見對管理單位的信任，也顯示兩遊憩區在管理上的成效。

至於薄扶林郊野公園與惠孫林場服務品質面向與問項平均值比較得分詳細排序如附錄中表3所示。

表1. 薄扶林與惠孫遊客基本資料分析

Table 1. The social demographic backgrounds of respondents in Pok Fu Lam Country Park and Huisun Forest Recreation area

遊客背景屬性	薄扶林		惠孫		Person 卡方	Cramer's V-value	
	人數	有效百分比(%)	人數	有效百分比(%)			
性別	男	362	52.9	331	9.99*	0.08	
	女	322	47.1	398			54.5
年齡	20歲以下	59	8.8	56	39.90**	0.17	
	21-40歲	395	59.2	319			43.9
	41-60歲	182	27.3	303			41.7
	60歲以上	31	4.6	49			6.7
職業狀況	全職在外工作	391	61.2	438	3.15n.s.	0.05	
	全職家管	67	10.5	89			12.4
	退休	44	6.9	59.2			6.8
	全職學生	100	15.6	27.3			14.8
	半工半讀	10	1.6	14			2.0
	目前沒有工作	27	4.2	21			2.9
婚姻狀況	已婚	342	50.3	453	20.35**	0.12	
	未婚	314	46.2	257			35.3
	離婚	17	2.5	12			1.6
教育程度	中學以下	47	7.4	16	119.99**	0.30	
	中學	121	19.0	121			15.8
	專科	55	8.6	172			25.4
	大學肄業	58	9.1	15			2.4
	大學	189	29.7	272			38.5
	研究所肄業	19	3.0	19			2.5
	研究所	148	23.2	102			13.3

註：n.s.表p-value>0.05，*表p-value <0.05，**表p-value <0.01。Cramer's V是測量兩者間的相關性，當值小於等於0.1時表示關係較弱，值介於0.1到0.3時表示關係中等，而值大於等於0.3時表示關係是強的。

表2. 薄扶林及惠蓀各項服務品質問項分析

Table 2. The Service quality degrees of characteristics in two settings

	薄扶林 平均數	惠蓀 平均數	F值	Eta	Cronbach's Alpha
【設施】	3.91	3.90	0.41n.s.	0.02	0.83
我可以到我想到的地方	3.91	3.85	2.71n.s.	0.04	
任何遊客都可以使用林場內的設施	3.95	3.86	6.01*	0.07	
步道標示清楚	3.84	3.90	1.78n.s.	0.04	
步道很乾淨	3.95	4.00	1.85n.s.	0.04	
步道維持的很好	3.96	3.92	0.73n.s.	0.02	
設施很方便	3.91	3.81	6.97**	0.07	
設施維護良好	3.85	3.87	0.11n.s.	0.01	
【服務】	3.25	3.68	136.28**	0.31	0.85
我受到工作人員的歡迎	3.31	3.68	72.16**	0.22	
我需要找工作人員時，都可以找到	3.08	3.55	98.82**	0.26	
工作人員很樂意回答遊客的問題	3.34	3.83	142.29**	0.31	
我有機會提供意見給園區管理單位	3.23	3.68	104.52**	0.27	
【資訊】	3.46	3.75	66.43**	0.22	0.87
我可以取得遊憩機會的完整資料	3.40	3.90	144.03**	0.31	
遊憩機會的資料很容易取得	3.46	3.84	76.76**	0.23	
我可以取得園區的正確、最近的資料	3.57	3.77	22.45**	0.13	
園區的自然歷史資料很容易取得	3.51	3.61	4.97*	0.06	
安全需知很容易取得	3.38	3.62	30.09**	0.15	
【管理】	3.50	3.74	61.20**	0.21	0.68
在這裡我覺得很安全	3.96	4.02	2.43n.s.	0.042	
林場內的規定和條例有被執行	3.56	3.72	16.58**	0.11	
工作人員有禮地對待我	3.39	3.86	134.65**	0.30	
園區內賣的東西價格公道	3.13	3.35	18.87**	0.12	

註：n.s.表p-value>0.05，*表p-value <0.05，**表p-value <0.01。Eta為關聯測量法之一，其平方值具有削減誤差比例的作用。

表3. 薄扶林郊野公園與惠蓀林場服務品質面向與問項平均值比較得分排序

Table 3. Comparison the service quality score between Pok Fu Lam Country Park and the Hui-Sun Forest Recreation Area

<u>服務品質問項平均值最高三項</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
步道維持的很好	3.96	0.79	在這裡我覺得很安全	4.02	0.72
在這裡我覺得很安全	3.96	0.73	步道很乾淨	4.00	0.65
步道很乾淨	3.95	0.71	步道維持的很好	3.92	0.69
<u>服務品質問項平均值最低三項</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
我需要找工作人員時,都可以找到	3.08	0.93	園區內賣的東西價格公道	3.35	0.87
園區內賣的東西價格公道	3.13	0.93	我需要找工作人員時,都可以找到	3.55	0.82
我有機會提供意見給園區管理單位	3.23	0.85	園區的自然歷史資料很容易取得	3.61	0.77
<u>服務品質面向平均值排序</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
設施facilities	3.91	0.51	設施facilities	3.90	0.52
管理management	3.50	0.53	資訊information	3.75	0.61
資訊information	3.46	0.66	管理management	3.74	0.57
服務service	3.25	0.67	服務service	3.68	0.64
<u>設施問項平均值排序</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
步道維持的很好	3.96	0.765	步道很乾淨	4.00	0.65
步道很乾淨	3.95	0.719	步道維持的很好	3.92	0.69
任何遊客都可以使用林場內的設施	3.95	0.698	步道標示清楚	3.90	0.79
<u>服務問項平均值排序</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
工作人員很樂意回答遊客的問題	3.34	0.73	工作人員很樂意回答遊客的問題	3.83	0.75
我受到工作人員的歡迎	3.31	0.81	我受到工作人員的歡迎	3.68	0.81
我有機會提供意見給園區管理單位	3.23	0.85	我有機會提供意見給園區管理單位	3.68	0.75
<u>資訊問項平均值排序</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
我可以取得園區的正確、最近的資料	3.57	0.80	我可以取得遊憩機會的完整資料	3.90	0.69
園區的自然歷史資料很容易取得	3.51	0.86	遊憩機會的資料很容易取得	3.84	0.74
遊憩機會的資料很容易取得	3.46	0.86	我可以取得園區的正確、最近的資料	3.77	0.74
<u>管理問項平均值排序</u>					
薄扶林公園	Mean	SD	惠蓀林場	Mean	SD
在這裡我覺得很安全	3.96	0.73	在這裡我覺得很安全	4.02	0.72
林場內的規定和條例有被執行	3.56	0.76	工作人員有禮地對待我	3.86	0.73
工作人員有禮地對待我	3.39	0.73	林場內的規定和條例有被執行	3.72	0.72

五、討論與未來研究

(一) 兩地遊客社經背景，皆是以21-60歲青壯年的遊客為主，60歲以上的遊客甚少，可能是遊客考量自身能力不足以負荷戶外遊憩活動的原因，推測原因可能因全球年齡結構漸趨老年化所致。根據蔡櫻蘭(2004)對於年齡與運動能力的探討之研究結果指出，隨著年齡的增長，敏捷性、反應時間等之一般運動能力逐漸下降的現象，因此我們推測這樣的結果可能是戶外遊憩活動超過老年人身體之負荷所造成，因此王志全等人(2007)指出，老年人進行中低強度的戶外活動是有助於促進其生理及心理的健康之效果，因此老年人口可說是未來尚待開發的客源之一，因此建議薄扶林與惠蓀皆可針對老年遊客設計中低強度的活動規劃以拓展老年客源。

比較兩者，發現惠蓀41-60歲階層的中壯年遊客顯著高於薄扶林，推測原因可能是因為惠蓀大眾運輸不及薄扶林所致，因此建議管理單位可以透過套裝行程的方式多增加市區與林場間往來的接駁車，一來可吸引沒有交通工具之遊客前來，二來也可減少園區內的車流量降低二氧化碳的排放。

在婚姻狀況方面兩地皆是已婚遊客為主並且超過半數，因此通常到遊憩區旅遊的成員會是全家出遊的組成，因此建議管理單位可以多重視親子互動，趁著假日遊客較多的時候推出各種親子活動，例如惠蓀2011年秋天推出木文化節，裡頭包含多項親子體驗的部分備受好評，讓遊客體驗林場除了提供美麗的環境、清新的空氣外還可提供多樣化的服務。

在遊客教育程度上整體而言兩地遊客大學學歷以上者佔多數，顯示到此旅遊的遊客皆具有高學歷背景，因此建議可藉由透過活動的舉行帶領遊客更深入的了解林場，並且透過生態導覽對遊客進行環境教

育解說提升遊客素養之外還可以傳達保育與永續經營的概念，可謂一舉數得。大抵而言，兩地遊憩區遊客社經背景部分項目具有顯著差異，如性別、年齡、婚姻狀況及教育程度，在教育程度部分Person卡方值為遊客社經背景資料中最顯著者。顯示教育程度或許為影響服務品質重要因子之一，後續研究可以將教育程度視為控制變項進行共變數分析(ANCOVA)，以了解教育程度是否的確影響服務品質知覺。

(二) 兩地服務品質知覺比較，20個服務品質問項有14個達到顯著差異，而其中12個問項惠蓀的分數皆大於薄扶林，薄扶林只有2個問項分數高於惠蓀，而這2個問項集中在設施面向，並且整體20個問項薄扶林只有4個問項分數高於惠蓀，全集中在設施面向，顯示台灣與香港遊客的服務品質知覺有所差異。我們認為香港遊客特別重視設施的部分，包括步道的養護、方便性以及遊客喜歡能自由使用林場內設施和到達任何地方等，建議管理單位在接待來自不同文化之遊客時尤其香港遊客，可從上述幾點著手。

(三) 整體面向分析發現，兩地遊客皆對設施面向感到認同，顯示遊客對於步道的維護是很重視的，並且安全問題對於遊客而言是很重要的，鄭琦玉(1995)及劉吉川(2001)也指出安全設施是遊客最重視的因子。同時兩遊憩區都提供了不錯的服務品質，意謂著兩遊憩區在設施方面的服務是成功的，此結果與林美伶等人(2009)的研究結果相符，研究結果顯示到惠蓀林場從事戶外遊憩活動的遊客對設施部分知覺認同度最高。但是我們發現到服務品質知覺四面項中，以服務面向最為顯著，而知覺分數為惠蓀高於薄扶林，推測可能為台灣人本身熱情好客的民族性，使得遊客感受到惠蓀工作人員的熱情以及需求被滿足所造成的結果。

而服務面向皆為最低分，特別是「我需要找工作人員時，都可以找到」是全部得分最低的一項。此結果同樣與林美伶等人(2009)的研究結果相符，指出惠蓀在服務方面具有改善空間。然而在「安全需知很容易取得」此一問項上兩園區的得分皆是低的，顯示園區在安全宣導及安全需知服務上似乎還有努力的空間，安全感是遊客很重視的因子，若能有效改善應能加倍提升服務品質。因此建議管理單位若想有效率的提升服務品質可以從服務面向著手，例如要求員工在園區內需穿著制服以方便遊客辨識，或是增加林場內巡邏人手，如此亦可提升遊客安全感。

- (四) 根據結果顯示，設施面向中「任何遊客都可以使用林場內的設施」和「設施很方便」兩問項在兩遊憩區中差異顯著性最高，且薄扶林的分數皆高於惠蓀顯示惠蓀對於因應各國遊客的需求還有改善空間，因此建議惠蓀可以透過增加訓練解說員、增加解說牌搭配多國語言或是增加露營區等設施，且因應外國遊客需求考慮其方便性來改善這些問題。

在服務面向中「工作人員很樂意回答遊客問題」此問項中兩遊憩區差異最大，且惠蓀分數高於薄扶林，顯示惠蓀遊客的服務面向知覺認同度遠高於薄扶林公園，推測可能因香港薄扶林遊客量遠大於惠蓀以至於服務人員應接不暇，且台灣工作人員具有較熱情好客和較同理心之民族性等，這也是台灣地區最讓人津津樂道回味的旅遊經驗之一，因此建議薄扶林可以再多增加服務人員人數與訓練，以增加其同理心或限制遊客人數來解決。

而資訊面向中「我可以取得園區的正確、最近的資料」此問項在兩遊憩區中差異最為顯著，且惠蓀分數高於薄扶林公園，顯示為惠蓀關於提供正確資訊部分的服務做的比薄扶林來的好。根據劉吉川

(2001) 文章指出，遊客在從事旅行之前搜集相關資訊行為，只有少數(8.2%)遊客絕對搜集齊全才出發，其餘的遊客都是搜集多少算多少，甚至有27.3%之遊客沒有搜集資訊，因此遊客對於園區在資料的提供上是很需要的，而這是目前惠蓀可以繼續維持但是薄扶林必須改進的地方。

另外，管理面向中「工作人員有禮地對待我」問項在兩遊憩區中差異顯著性最高，惠蓀分數高於薄扶林，可能因為每日遊客人數多，造成服務工作人員無法照顧周全，建議可以培訓更多服務工作人員或是限制遊客人數來解決問題。

- (五) 根據結果顯示，香港薄扶林與台灣惠蓀遊客在服務品質的感受確實是有顯著的差異性，因此建議管理單位應該思考文化對於此結果造成的影響，在面對愈趨多元化遊客族群的今日，應該進一步的了解遊客的文化背景，才能制定更為合適的管理方案，並且藉由跨文化服務品質的比較結果，量身訂做，來擬定更加符合遊客需求的服務管理方針，提供好的服務才能進一步的提升遊客滿意度及忠誠度。
- (六) 我們建議後續研究去檢驗地區以及族群同質性這個議題。尤其去檢驗同一地區和族群對研究變項展現多少程度的同質性。我們認為在休閒遊憩領域中，研究不同地區以及族群是很重要的課題。如果同一地區本身的服務品質知覺同質性大於不同地區間之服務品質知覺，去比較不同地區服務品質知覺顯得沒有意義。我們覺得在休閒遊憩跨文化研究的領域裡，基本的假設是相同地區或族群須具備某一程度的同質性。如果此一假設站不住腳，以此假設為基礎所做的研究，基本上是不適當的。
- (七) 從本研究發現不同文化族群的遊客對於自然環境的戶外遊憩區的服務品質感受具有差異性。其背後影響因素可能為各文化族群其價值觀的差異，有待未來研究做更進

一步的探討，未來研究或許可以加入價值觀等社經人口資料來對不同文化的遊客服務品質知覺做解釋與預測。

六、誌謝

本研究承蒙香港大學Hui Oi-Chow Trust Fund以及台灣行政院國家科學委員會(專題研究計畫編號：NSC 100-2410-H-005-052)與國立中興大學實驗林管理處經費支持。資料收集由香港大學地理系和中興大學森林系，森林遊樂暨生態旅遊研究室同學們協助完成，特此致謝。

七、引用文獻

- 中華民國交通部觀光局網站觀光統計圖表 (2013) 中華民國交通部觀光局。2013年02月19日取自：<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>。
- 王志全、張家銘、張家昌 (2007) 戶外冒險教育對老年人的健康效益探討。彰化師大體育學報 7：122-130。
- 台灣國家公園網站統計資料 (2013) 台灣國家公園。2013年03月03日取自：http://np.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com_statistics&view=statistics&Itemid=182&gp=1
- 李介祿、羅紹麟、王青怡、G. Chick (2011) 遊憩與公園管理之比較研究。林業研究專訊 18(2)：55-58。
- 林玫玫 (2005) 服務品質與顧客滿意度關係之研究。經營管理論叢。第一屆管理與決策2005年學術研究會特刊：287-294。
- 林美伶、顏添明、李介祿 (2009) 惠蓀林場及新化林場遊客滿意度及忠誠度之比較。林業研究季刊 31(4)：41-54。
- 香港漁農自然護理署網站薄扶林郊野公園 (2012) 香港特別行政區政府漁農自然護理署。2012年06月12日取自：http://afcd.gov.hk/tc_chi/country/cou_vis/cou_vis_cou/cou_vis_cou_pfl/cou_vis_cou_pfl.html。
- 張孝銘、林永森 (2007) 休閒農場遊憩吸引力、服務品質、與遊憩滿意度之相關研究 - 以飛牛牧場為例林場。惠蓀林場網站 (2013) 中興大學實驗林管理處。2013年01月16日取自：http://huisun.nchu.edu.tw/service/?parent_id=11。
- 黃惠芝、張家銘 (2008) 日月潭嘉年華水上活動吸引力與運動觀光客參與動機、滿意度及忠誠度之研究。休閒暨觀光產業研究 3(1)：31-48。
- 劉吉川 (2001) 森林遊樂區之安全管理與法律責任。戶外遊憩研究 14(1)：11-32。
- 歐聖榮、許君銘 (1994) 以自然資源為導向之遊憩區服務品質之研究。戶外遊憩研究 7(1)：81-104。
- 蔡雨勳、李明聰、劉修祥 (2000) 服務品質、價值、滿意度及行為意圖關係之研究 - 以打狗英國領事館餐廳為例。休閒暨觀光產業研究 5(1)：54-69。
- 蔡進發、蕭至惠 (2009) 休閒農場之農場形象、知覺品質、知覺風險、知覺價值、滿意度與重遊意願關係之研究-以嘉義縣獨角仙農場為例。環境與管理研究 10(1)：32-58。
- 蔡櫻蘭 (2004) 年齡與一般運動能力之探討。國立體育學院論叢 15(1)：77-88。
- 鄭琦玉 (1995) 日月潭風景特定區遊客特性及旅遊需求型態分析。觀光研究學報 1(4)：39-53。
- 聯合國世界觀光組織網站 (2013) 聯合國世界觀光組織。2013年03月03日取自：<http://www2.unwto.org/>
- Absher, J. D. (1998) Customer service measures for national forest recreation. Journal of Park and Recreation Administration 16(3): 31-42.
- Absher, J. D., D. Baker, T. Green, and R. Virden (2000). Outdoor recreation service quality items: Tonto National Forest and Land-

- Between-The-Lakes National Recreation Area. Unpublished report.
- Ajzen, I. and M. Fishbein (1980) Understanding attitude and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hill.
- Ball, D. and W. McCulloch (1999) International business. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Burns, R. C., A. R. Graefe and J. D. Absher (2003) Alternate measurement approaches to recreational customer satisfaction : Satisfaction-only versus gap scores. *Leisure Sciences* 25(4): 363-380.
- Chick, G. E. (1997) Cultural complexity: The concept and its measurement. *Cross-Cultural Research* 31(4): 275-307.
- Crompton, J. L., K. J. MacKay and D. R. Fesenmaier (1991) Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration* 9(3):15-27.
- Crosby, P. B. (1979) *Quality is free : the art of making quality certain*. New York: New American Library.
- Floyd, M. F. (1998) Getting beyond marginality and ethnicity: The challenge for race and ethnic studies in leisure research. *Journal of Leisure Research* 30(1): 3-22.
- Garvin, D. A. (1983) Quality on the line. *Harvard Business Review* 6(1): 65-73.
- Graefe, A. R., J. D. Absher and R. C. Burns (2001). Monitoring visitor satisfaction: A comparison of comment cards and more in-depth surveys. In Kyle, G. (Ed.), *Proceedings of the 2000 Northeastern Recreation Research Symposium* p265-269.
- Hamilton, J. A., J. L. Crompton and T. A. More (1991) Identifying the dimensions of service quality in a park context. *Journal of Environmental Management* 32(3): 211-220.
- Hendon, D. W., R. A. Hendon and P. Herbig (1999) *Cross-cultural business negotiations*. Westport, C. T.: Praeger. p17.
- LeBlanc, G. (1992) Factor Affecting Customer Evaluation of Service Quality In Travel Agencies: An Investigation Of Customer Perception. *Journal of Travel Research* 30(4): 10-17.
- Li, C. (2009) Why do people travel to nature based tourism destinations? In *Proceedings of the 40th Travel and Tourism Research Association Annual Conference*. Honolulu, Hawaii, U.S.A..
- Li, C. (2010) Is leisure studies "ethnocentric"? A view from Taichung, Taiwan. *World Leisure Journal* 52(3): 196-199.
- Li, C., G. Chick, H. Wu and T. Yen (2010) Examining the dimensionality of values for culturally diverse customers in parks and recreation. *World Leisure Journal* 52(2): 80-93.
- Li, C., J. D. Absher, A. R. Graefe and Y. C. Hsu (2008) Research reflections - Services for culturally diverse customers in parks and recreation. *Leisure Sciences*30(1): 87-92.
- Li, C., J. D. Absher, H. C. Zinn, A. R. Graefe and G. E. Chick (2009) A multi-ethnic comparison of perceptions of forest recreation service quality. *Journal of Tourism and Leisure Studies*. 15(3): 213-238.
- Li, C., P. C. Lai, G. E. Chick, H. C. Zinn and A. R. Graefe (2007) Cross-cultural models of customer service : the case of Hong Kong Country Park recreation. *Journal of Park and Recreation Administration* 25(3): 41-66.
- MacKay, K. L. and J. L. Crompton (1988) A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies* 7:41-49.

- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49(4): 41-50.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry (1988) SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 64(1): 12-14.
- Reisinger Y. (2009) *International tourism cultures and behavior*. Elsevier Ltd. p237-238.
- Reisinger, Y. and L. W. Turner (2003) *Cross-cultural behaviour in tourism : Concepts and analysis*. Burlington, M. A.: Butterworth-Heinemann.
- Simester, D. I., J. R. Hauser, B. Wernerfelt and R. T. Rust (2000) Implementing quality improvement programs designed to enhance customer satisfaction: quasi-experiments in the United States and Spain. *Journal Marketing Reserch*. 37(1): 102-136.
- Spreng, R. A., S. B. MacKenzie and R. W. Olshavky (1996) A re-examination of the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing* 60(3): 15-32.
- Taylor, C. R and G. E. Miracle (1996) Foreign elements in Korean and US television advertising. *Advances in International Marketing* 7: 175-195.
- Ueltschy, L. C., M. Laroche, R. D. Tamilya and P. Yannopoulos (2004) Cross-cultural invariance of measures of satisfaction and service quality. *Journal of Business Research* 57: 901-912.
- Walker, G. J. (2009) Culture, self-construal, and leisure motivations. *Leisure Sciences* 31: 347-363.
- Wright, B.A., N. Duray and T. L. Goodale (1992) Assessing perceptions of recreation center service quality: An application of recent advancements in service quality research. *Journal of Park and Recreation Administration*. 10(3): 33-47.