

遊客對金門國家公園展示館 解說服務重視度與滿意度之研究

張軒瑄^{1,2}，陳淑靈³

¹銘傳大學觀光學院休閒事業管理學系；²通訊作者(changtzu@mcu.edu.tw)；³金門國家公園管理處保育研究課，銘傳大學觀光在職專班研究所

[摘要] 國家公園之展示館的設立有助於滿足遊客遊憩需求，而透過解說服務的宣導更可彰顯當地資源之珍貴性及提昇遊客之欣賞與維護資源的層次。金門國家公園管理處設計了八個不同主題之解說展示館，以作為經營者對遊客傳遞資訊的主要媒介，因此本研究目的在於以金門國家公園展示館的解說服務作為遊客滿意度與重視度的探討變項，探討遊客對於展示館之期望體驗的重視度及實際體驗的滿意度之間差距是否存在者顯著性差異，並利用重要與表現程度分析法(Importance and Performance Analysis)分析金門國家公園對於展示館之解說服務在未來所需要強化的項目。研究結果顯示，遊客對於「人員解說服務」、「非人員解說服務」與「解說功能」三者都感到相當的滿意，且滿意程度高過於遊客行前的期望與重視程度，但認為金門國家公園中現場解說人員的專業性與資訊提供的正確性必須要加強，同時也在解說摺頁的外觀吸引力也需要強化。

關鍵詞：展示館，解說服務，重要-表現程度分析法

The Study of Visitors' Attitudes and Opinions towards the Interpretation Service of the Exhibition Centers in Kinmen National Park, Taiwan

Hsuan Hsuan Chang^{1,2} and Shu Lin Chen³

¹Ming Chuan University; ²Corresponding author (changtzu@mcu.edu.tw); ³Kinmen National Park and Ming Chuan University

ABSTRACT An exhibition center is established in a national park for the purpose of facilitating visitor entertainment, disseminating knowledge in local resources, and enhancing visitor appreciation and understanding in conservation. For this reason, the Kinmen National Park installed eight exhibition centers under different themes as the primary way to impart information to visitors. This study is thus an attempt to assess the guide service provided by the Kinmen National Park exhibition centers in terms of visitor appreciation and satisfaction. Also investigated is whether there was a shortfall between expectation and satisfaction before and after visiting the centers. An Importance and Performance Analysis was further used to identify weaknesses in the guide services provided. Findings show that visitors were highly satisfied with the service provided by staffed guided tours, non-staffed guides, and the function of exhibition centers. The level of satisfaction significantly exceeded that of expectation. However, visitors also

suggested that the comprehensive knowledge of staff guides and accuracy should be improved, as well as the overall design of brochures introducing the national park.

KeyWords: Exhibition Center, Interpretation Service, Importance-Performance Analysis

前言

國家公園的設立包括數項重要功能：保育、研究、教育、遊憩，在這樣的經營理念下，該區域的重要史蹟、建築、文物及自然環境將能依國家公園計畫予以有效保存，而透過國家公園所提供的解說教育，運用展示、視聽媒體、解說牌及人員解說等方式，將使來此參觀的遊客藉由「認知→瞭解→欣賞→保護」的過程，更能夠了解到可貴的自然及文化資產（蔡慧敏，1992）。而國人的旅遊目的也從過去單純的希望放鬆心情、欣賞風景外，亦期望能從旅遊中學習該地區的自然和人文資源的知識。為了滿足遊客參與知性活動的需求，各式的解說服務儼然成為目前國內風景特定區、博物館的發展重點（楊婷婷，1996）。

金門地區以「觀光立縣、文化金門」為縣政主軸，近年來更因觀光產業，驅使大量的遊客湧入國家公園，為使遊客能更了解金門當地的各項資源特色及滿足遊客參與知性活動之需求，金門國家公園自民國 86 年開始著手規劃，至民國 88 年成立金門第一座的展示館-中山林遊客中心，提供遊客作為遊憩使用與當地學生環境教育之場所，藉由展示館(金門國家公園共有八個展示館及遊客中心，包括水頭地區之僑鄉文化、金水學校展示館，主要展示金門僑鄉的變遷過程及對金門的影響；古寧頭之雙鯉溼地自然中心及古寧頭戰史館，主要展示古寧頭豐富的自然生態及古寧頭戰役的經過，並藉由媒體的播放使遊客能深入其境；位於中山林之中山林遊客中心及乳山遊客中心，主要展示國家公園內的主要資源特色、地理位置及金門之自然生態；而小金門之烈嶼遊客中心，主要為展示小金門主要景點及地質特色；於榕園旁的八二三戰史館，自軍方移撥

後，為因應觀光的需求，更新展示內容，主要展示八二三戰役經過及該場戰役對金門的影響。)的規劃使參訪者或遊客能了解展示館所欲傳達之訊息。金門國家公園的八所展示館則分別運用人員與非人員解說服務與設施來傳達不同的主題，解說是運用各種媒體傳達溝通的一種教育性活動，藉由許多的媒介使訊息的傳遞者與接受者能有所互動（張明洵、林玥秀，1992）。

解說服務經常應用在自然資源保育區與文化資產保存地，許多學者對解說有不同的描述和定義，解說之父Tilden（1957）認為：「解說是一種教育性的活動，目的在經由原始事物之使用，以揭示其意義與關連，並強調親身之經驗及運用說明性之方法與媒體，而非僅是傳達一些事實或知識」。解說是指提供遊客到一地區旅遊的所有過程，在旅遊的過程中提供適時的或強制性的資訊（Ham，1992），Mahaffey（1972）則認為解說乃溝通人與其環境間之概念過程或活動，用以啟發人對環境與自然界之知識與了解。在國內，解說被廣泛運用在各種觀光產業或休閒遊憩上，王鑫（1986、1991）提出解說是將某特定區域內的自然和人文環境特性，經由各種媒體或活動方式傳達給某些特定的對象，而不論透過哪種的媒介，雙向溝通的媒介才能讓接收者對於自然資源與人文資產的欣賞與認識能進一步地瞭解，以達到環境保護的目的（張明洵、林玥秀，1992），解說服務所傳遞的訊息除了要能滿足每一位遊客的需求與好奇心，並希望能藉此激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱誠（吳宗宏，1999）。

Sharpe（1982）認為，解說有三個目的，包括協助遊客對旅遊地區敏銳的覺察、鑑賞與了解，使他們的旅遊是豐富且有趣的經驗；並

促使遊客對遊憩資源的使用保有省思的態度，以將各種對自然資源的人為衝擊減至最低；並傳達管理單位的信息，引導遊客欣賞並關注環境特色，增加對環境的認知與體認，進而積極的對環境保育產生行動。Grinder and McCoy (1985) 則提出展示具有提供資訊的功能、引導的功能、教育的功能、娛樂的功能、宣導的功能與鼓舞人心的功能。解說可以分成兩大類，即人員解說與非人員解說 (Sharpe, 1982; 張明洵、林玥秀, 1992; 楊明賢, 1999)，人員解說又稱伴隨解說，包括資訊服務、活動引導、團體演講、生活劇場，解說人員是觀眾與展示品之間的重要橋樑 (Grinder & McCoy, 1985)，其專業知能的有無，更是影響導覽解說品質的關鍵因素；非人員解說，又稱非伴隨解說，包括視聽器材的使用、解說標誌和標籤、解說出版品、自導式活動、室內外展示、遊客中心等。

以室內展示而言，參觀者可以自行決定花費的時間和參觀的形式，而這些主觀的意識與規劃者的期待可能會存在些許落差 (Ham, 1992)，而這些落差可能會造成無法滿足遊客的遊憩需要，影響遊客的滿意度。然而藉由人員的解說服務與遊客互動過程中，適時傳遞規劃者理念，則會有助於減少落差的產生，當遊客的需求超越其期望，可獲得遊客滿意與其忠誠，有助於提升遊客的再回遊率。

「國家公園」，是指具有國家代表性之自然區域或人文史蹟，但環顧台灣地區的七座國家公園，多數是因為其具有特殊地質、地形、動植物資源、海洋等等自然資源所設立的，而金國國家公園因為所處地理位置的特殊性與過去八二三炮戰的歷史背景，造就了金門國家公園豐富的人文特色，包含閩南古厝、傳統聚落與戰役史蹟，這樣的人文歷史必非像自然資源可以透過身心去感受去體驗，而是需要透過專業的解說服務才能讓遊客了解其中的來龍去脈。因此，本研究選擇金門國家公園展示館的解說服務作為遊客之重視度與滿意度的探討對象，探討不同特性的遊客，來

國家公園從事旅遊活動時，對於各展示館之期望體驗的重視度及實際體驗的滿意度，是否具有顯著性差異，以作為國家公園管理單位在進行解說服務之設計與規劃上之參考，以創造更優質的遊憩環境，滿足遊客之不同層次的遊憩需求。

研究設計

根據研究目的與相關的文獻回顧，本研究採用量化研究的概念來探討不同基本屬性之遊客對於展示館人員解說服務、非人員解說服務、解說功能的行前重視度與事後之滿意度之間是否存在著顯著性的差異，並進一步利用 IPA (重要－表現程度分析法，Importance-Performance Analysis, 簡稱 IPA) 來討論遊客對於金門國家公園展示館之表現程度進行評估。重要－表現程度分析法是一種藉由「重要」－對消費者的重要性和「表現」－消費者認為表現情形的測度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術 (Sampson & Showalter, 1999)。經常被研究者用來檢視顧客對產品屬性的重視度 (Importance) 與表現情形 (Performance) 來分析顧客的滿意度要求，藉以讓經營者了解消費者對其產品或服務的評價，以作為修正分析之管理工具 (Martilla & James, 1977; Hawes, Kiser and Rao, 1982; Sethna, 1982; Hawes & Rao, 1985; Sampson & Showalter, 1999)。也被廣泛應用於品牌、產品、服務和建立銷售點的優劣勢修正分析 (Cheron, McTavish & Perrien, 1989)，如遊客中心、年長者公園遊憩節目評估 (Siegenthaler, 1994)、動物園遊客體驗評估 (Wagner, 1989) 等。

IPA 對於休閒產業或觀光產業亦極具價值，因為它提供一雙重機制，不僅評估使用者對產品、節目活動或服務等屬性的偏好，同時亦評估供給者在這些屬性上的表現程度應用，葉碧華 (1998) 則利用此法來分析遊客對大型觀光節慶---燈會活動展出的效益認知、事



圖 1. 重要－表現程度分析模式圖

後體驗的整體滿意度情形，王淮真（2001）以 IPA 分析國立歷史博物館中何種解說服務是遊客重視而急需改進的部分，吳忠宏與黃宗成（2001）應用此一分析方式於探討遊客的行前期望與實際體驗滿意度之差異，探討玉山國家公園的服務品質，江宜貞（2002）運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效及解說媒體滿意度之研究。

此法對於休閒產業或觀光產業亦極具價值，因為它提供一雙重機制，不僅評估使用者對產品、節目活動或服務等屬性的偏好，同時亦評估供給者在這些屬性上的表現程度，其分析方法一般而言可分成下列幾個步驟（Sullivan, 1991, 引述自黃章展，李素馨，侯錦雄，1999）：

1. 列出休閒活動、設施或服務項目之所有屬性，並發展成問卷。
2. 讓使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度兩方面評定等級，重要程度係指該項屬性對於參與者參與該活動的重視程度；表現程度則指供給者在該項屬性上表現成果。
3. 重要程度為橫軸，表現程度為縱軸，各屬性在重要與表現程度評定等級為座標，將各屬性標示在二維空間的座標中。
4. 以等級中點為分隔點，將空間分成四象限（見圖 1）。A 象限表示重要程度與表現程度皆高；B 象限表示重要程度低而表現程度高，

落在此象限內的屬性為供給過度；C 象限表示重要程度與表現程度皆低，落在此象限內的屬性優先順序較低；D 象限表示重要程度高但表現程度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善的重點。

本研究以重視度與表現程度之總平均值為分隔點，再以 X、Y 軸將空間切割成 A、B、C、D 等四個象限，以遊客參觀展示館前的期望程度視為「重要程度」，而將參觀後的滿意程度視為「表現程度」進行分析，以探討遊客對金門國家公園展示館之行前的重視度與實際體驗後滿意度的差異情形，「A」項目代表的意涵則為國家公園提供的解說服務對接受者（遊客）而言是很重要且符合遊客的需要與期待；「B」項目的意涵則為遊客認為此項解說服務很好，但並非其認為重要的項目；「C」項目的意涵則為遊客認為此項解說服務的表現並不好，同時對他而言重要度也不高；「D」項目的意涵則為遊客認為此項目解說服務很重要，但供給者的表現程度上仍有可以強化的空間。根據過去的相關研究之建議與發現（李青峰,1987；王淮真, 2001, 吳忠宏、黃宗成, 2001；劉瓊如、林若慧、蔡財興, 2002）與配合本研究之目的，希望透過下列二個假設來探究遊客對於解說服務的重視度與滿意度會受到哪些因素的影響。

假設一：遊客對於展示館解說服務之行前重視

度與體驗後之滿意度之間是否有顯著的差異性存在。

假設二：不同基本屬性之遊客對於展示館人員解說服務、非人員解說服務、解說功能的重視度與滿意度會顯著的差異性存在。

在相關變數之操作型定義上，根據過去的相關文獻與金門國家公園之展示館服務解說系統，共分成三面向來討論：展示館人員解說（張明洵、林玥秀，1992；楊明賢，1999）、展示館非人員解說（張明洵、林玥秀，1992；楊明賢，1999；）與展示管功能（Sharpe, 1982；Grinder & McCoy, 1985）。其中展示館人員解說分為解說技巧、專業知識、服務態度等三大構面，共有 15 題解說技巧方面包含口齒清晰發音正確、語調溫和速度音量適切、建立與遊客間的互動、懂得運用肢體語言來強化解說內容、能察覺遊客的反應來調整解說技巧、能配合遊客的時間來調配解說內容等 6 題；專業知識包含解說的內容能引發我的學習興趣、解說人員對於解說主題內容都很清楚瞭解、能幫助我對主題有更多的認識、對於解說工作具有專業性、提供正確資訊等 5 題；解說人員的服務態度方面包含儀容整齊乾淨、態度認真、親切、對解說工作具有熱忱、提供一個愉快的參觀經驗等 4 題。

展示館非人員解說分為解說牌示、展示內容、媒體影片、解說摺頁、電腦導覽系統等五大構面，共計 20 題。解說牌示方面包含解說牌上的字體大小很容易看清楚、解說牌設置地點能引起我注意、解說牌的材質樣式與環境配合等 3 題；展示內容方面包含展示內容的設計具吸引力、展示內容主題清楚、展示內容易於了解、展示館動線配置流暢、展示內容符合我想要的訊息等 5 題；媒體影片方面包含節目製作主題生動有趣、節目內容易於瞭解、節目播放時間長短適中等 3 題；解說摺頁部分包含解說摺頁外觀具吸引力、解說摺頁放置地點容易取得、解說摺頁攜帶方便、解說摺頁之文字大小適中、解說摺頁內容可以提供我足夠的旅遊資訊等 5 題；電腦導覽系統方面包含內容豐

富、內容有趣、內容易於瞭解、所提供資訊符合我的需要等 4 題。展示館解說功能主要參考 Sharpe (1982) 與 Grinder & McCoy (1985) 之研究，題目設計包含解說服務必須要具備傳遞資訊的功能、引導功能、解說教育功能，娛樂的功能、宣導功能、鼓舞人心的功能等六題。

根據上述之變數的操作型定義來加以設計出遊客對金門國家公園展示館解說服務重視度與滿意度之衡量量表，每一問項的衡量方式皆為李克特 (Likert) 五點尺度量表，讓受訪者依其感受之進行填答 (勾選)，同一問項必須要根據其重視程度與體驗後的滿意程度來作答，選項「1」代表「非常不重要」與「非常不滿意」；選項「2」代表「不重要」與「不滿意」；選項「3」代表「普通」與「普通」；選項「4」代表「重要」與「滿意」；選項「5」代表「非常重要」與「非常重要」，數字越高代表受訪者認為該問項是非常重要的元素，或是代表受訪者認為金門國家公園的解說服務在該變項表現良好。整份問卷內容可以分為四部份，第一部份為「遊客對展示館人員解說之重視度與滿意度」、第二部份為「遊客對展示館非人員解說之重視度與滿意度」、第三部份為「遊客對展示館解說功能之重視度與滿意度」、第四部份為「遊客基本資料」。在遊客基本資料部分則包括有其性別、年齡、婚姻狀況、居住地點、教育程度、收入、職業、參觀展示館的次數、旅遊模式、旅遊同伴類型、展示館的停留時間、最喜歡、最滿意、與最有幫助的展示館、參觀過的展示館與重遊意願。

本研究以參觀金門國家公園展示館遊客為研究母體，根據金門國家公園九十四年各館遊客統計資料，統計出母群體人數總共為 947916 人，其中中山林遊客中心為 47298 人；烈嶼遊客中心為 85848 人；乳山遊客中心為 100831；雙鯉濕地自然中心為 170698 人；八二三戰史館為 193377 人；古寧頭戰史館為 170542 人；僑鄉文化展示館為 67648 人；金水學校為 111674 人。

根據母體，採黃俊英（1984）在企業研究方法中估計比例時計算樣本大小之公式（如下所示），來計算本研究的樣本大小，其中 n 表示樣本大小、 z 表示信賴水準、 P 為母體的真正比例、 e 表示可容忍的誤差。因無法確知 P 值的大小，故設定 $P=0.5$ ，俾使 n 值為最大，故本研究將採信賴水準為 95%（ $z=1.96$ ），容許估計誤差為 4%（ $e=0.04$ ），隨機樣本比例為 1/2（ $p=0.5$ ），計算出樣本大小約為 $n=601$ ，但因考慮會有無效問卷或拒答之情況發生，將發放 631 份問卷。

本研究採用配額抽樣方法（Quota sample）來發放問卷，首先根據調查得知金門國家公園展示館數及各館參觀人數各佔母群體總人數 947916 人的百分比為多少，再用此百分比算出各展示館應發放之份數。為了預防無效問卷及資料不全之問卷過多，故於計算出各館應發放之問卷數有額外多加發一至二份，所以共計發放 631 份問卷，樣本抽樣方法如表 1 所示。為求問卷調查結果的客觀及公平性，自 2006 年元旦開始統一於各展示館服務台發放，並於二月下旬回收，為期八星期的時間。回卷回收後共計有 619 份有效問卷，總有效樣本回收率則為 98%，則依各展示館排序後，再逐一編碼，並且使用相關統計軟體進行分析，並針對研究假設進行分析與檢定，瞭解研究變項彼此之間的關係，所運用到的分析方法包括有敘述式統計（Descriptive analysis）、交叉分析（Cross tab）、T 檢定與單因子變異數分析（T-test and One-way ANOVA）與 I.P.A 分析法（重要－表現程度分析表）。

結果

一、樣本基本資料分析

在研究樣本群中，男性受訪者約佔 54%，年齡方面則以 20-29 歲為最多數（38%），其次為 30-39 歲佔 31%，19 歲以下及 60 歲以上均為極少數，顯示參訪金門國家公園展示館中填答問卷之遊客多屬青年族群。婚姻方面已婚約

佔 52%，居住地點方面北部為多數（佔 39%）、中部佔 21%、南部佔 18%、金門佔 16%，東部、離島、海外（非大陸籍旅客）佔極少數。在教育程度方面，最多者為大學（33.0%），其次為高中職佔 29%及專科佔 25%，國中以下及研究所以上低於 10%，顯示樣本教育程度偏高。職業方面軍公教所佔的比例為最高（29%），接著從商者佔 22%，學生佔 14%，自由業佔 12%，而農林漁牧、工、其他所佔比例均低於 10%。月收入方面，三萬到四萬元為最多，佔 31%，其次為二萬至三萬元佔 24%，二萬元以下及五萬元以上數值相當接近，皆為 15%，而收入所佔的比例與年齡相互呼應。

二、遊客旅遊行為分析

在遊客旅遊行為方面，由表 2 得知旅遊模式團體旅遊與自助旅遊之比率相當。參訪次數以第一次參訪為最多並接近六成，其次為第二次參訪佔 26%。旅遊同伴則以朋友為多數佔 35%，其次為家人親戚佔 32%，同事則佔 15%。在展示館的停留時間則以 31-60 分鐘為最多（50%），其次為 30 分鐘以內佔 38%，顯示遊客停留時間多以一小時以內（表 2）。金門國家公園共有八個展示館，對於遊客要在一天之內全部參觀完，對於體力與時間都是考驗，受訪者大約平均會參觀四至五個展示館，其中，超過七成的遊客都曾經參觀過古寧頭戰史館，其次為雙鯉溼地自然中心、中山林遊客中心、八二三戰史館均超過五成，各佔 55%、55%、54%。

最喜歡的解說服務中，超過五成的遊客最偏愛人員解說，其次為媒體影片佔 26%，展示內容及解說牌各佔 11%、10%；而最滿意的解說服務仍以人員解說最高（54%），其次為媒體影片佔 24%；最有幫助的解說服務人員解說為最高約近六成（58%），其次為媒體影片佔 22%。由此可見遊客對於人員解說服務不論在滿意度、喜好度或助益方面抱持高度肯定。針對遊客在金門國家公園旅遊的整體滿意度

表 1. 金門國家公園各展示館抽樣數

	2005 年遊客人數數	百分比 (%)	抽樣數
中山林遊客中心	47298	5	32
乳山遊客中心	100831	11	69
烈嶼遊客中心	85848	9	57
雙鯉溼地自然中心	205902	18	114
八二三戰史館	193377	20	126
古寧頭戰史館	170542	18	114
金水學校	111674	12	76
僑鄉文化館	67648	7	44
總計	947916	100	631

之分析顯示，有 87% 的受訪者針對在此地的整體旅遊體驗呈現高度且正面的滿意，受訪者對於金門國家公園的高度肯定也可以尤其「推薦意願」與「推薦給他人之意願」得到相互呼應的結果，有 87% 的遊客都非常願意再回到金門國家公園遊，90% 的遊客都願意將該展示館推薦給他人。

三、遊客對「人員解說服務」之重視度與滿意度間之差異分析

針對假設一，遊客對金門國家公園展示館人員解說服務重視度與滿意度之差異性分析 (Paired Sample T-test) 中可得知，遊客之事後滿意度相對於事前重視度大部份均呈現較高的情形，在人員解說服務重視度的 15 個變項中除「懂得運用肢體語言」外，其餘的平均值全部介於 4 (重視) 到 5 (非常重視) 之間；而在人員解說服務滿意度的 15 個變項中，平均值全部介於 4-5 之間。雖然平均數分結果顯示遊客對於展示館在行程已經相當高的期待存在，但結果也顯示其參觀完展示館之後的滿意程度更是有所提高，所有變項中滿意度均高於重視度，差距最大的項目為「解說人員懂得運用肢體語言」，進而以 t 檢定分析發現，15

個變項中重視度對於人員解說均呈現顯著差異情形 ($p < 0.05$) (見表 3)，顯示遊客對於金門國家公園的人員解說服務持正面的肯定。

在「人員解說服務」之重要一表現程度分析結果，整體重視度之總平均值為 4.07，實際體驗後之滿意度之總平均值為 4.30，以此兩點為中點將 X、Y 軸切割成四個象限，如圖 1 所示。

「與遊客互動良好」、「態度認真親切」、「對工作具有熱忱」、「提供遊客一個愉快的參觀經驗」等落在 A 象限，其乃為遊客感到評價不錯的項目，管理單位應繼續保持。「幫助遊客對主題有更多的了解」及「儀容整齊清潔」等二項落在 B 象限，上述二項表示管理單位目前已做的很好的項目，並能滿足遊客的需求，可視為未來發展優勢。「解說人員的口齒清晰」、「音量適切」、「運用肢體語言強化解說內容」、「察覺遊客反映」、「引發學習興趣」、「對主題內容更清楚」等六項落在 C 象限，則屬於「優先順序較低」的部分，是金門國家公園展示館目前的劣勢，表示這部份項目的服務品質不感到重視亦不感到滿意，但相關管理單位未來仍可針對此部份加以創新或修正，使遊客的滿意度提昇，將可轉劣勢為優勢。「解說人員工作具專業性」、「提供正確的資訊」二項落在

D 象限，表示管理單位迫切需要改善的部分。

在「人員解說服務」之重要一表現程度分析結果，整體重視度之總平均值為 4.07，實際體驗後之滿意度之總平均值為 4.30，以此兩點為中點將 X、Y 軸切割成四個象限，如圖 1 所示。「與遊客互動良好」、「態度認真親切」、「對工作具有熱忱」、「提供遊客一個愉快的參觀經驗」等落在 A 象限，其乃為遊客感到評價不錯的項目，管理單位應繼續保持。「幫助遊客對主題有更多的了解」及「儀容整齊清潔」等二項落在 B 象限，上述二項表示管理單位目前已做的很好的項目，並能滿足遊客的需求，

可視為未來發展優勢。「解說人員的口齒清晰」、「音量適切」、「運用肢體語言強化解說內容」、「察覺遊客反映」、「引發學習興趣」、「對主題內容更清楚」等六項落在 C 象限，則屬於「優先順序較低」的部分，是金門國家公園展示館目前的劣勢，表示這部份項目的服務品質不感到重視亦不感到滿意，但相關管理單位未來仍可針對此部份加以創新或修正，使遊客的滿意度提昇，將可轉劣勢為優勢。「解說人員工作具專業性」、「提供正確的資訊」二項落在 D 象限，表示為管理單位迫切需要改善的部分。

表 2. 遊客之基本背景與其旅遊行為之統計表

變項內容	次數	%	變項內容	次數	%
參觀次數			旅遊同伴		
一次	360	58	單獨	52	8
二次	161	26	家人親戚	198	32
三次	45	7	同學	41	7
四次以上	53	9	朋友	216	35
旅遊模式			同事	92	15
自助旅遊	303	49	其他	20	3
團體旅遊	316	51	再次參觀意願		
停留時間			非常願意	244	39
30 分鐘(以內)	236	38	願意	292	47
31-60 分鐘	309	50	普通	53	9
61-90 分鐘	47	8	不願意	25	4
91-120 分鐘以上	27	4	非常不願意	5	1
最喜歡的解說服務			推薦意願		
人員解說	314	51	非常願意	270	44
解說牌示	63	10	願意	287	46
展示內容	67	11	普通	36	6
媒體影片	163	26	不願意	23	4
解說摺頁	6	1	非常不願意	3	1
電腦導覽系統	6	1			

表 2. 遊客之基本背景與其旅遊行為之統計表(續)

變項內容	次數	%	變項內容	次數	%
最滿意的解說服務			金門國家公園整體滿意度		
人員解說	336	54	非常滿意	237	38
解說牌示	56	9	滿意	302	49
展示內容	51	8	普通	56	9
媒體影片	151	24	不滿意	22	4
解說摺頁	12	2	非常不滿意	2	0.3
電腦導覽系統	13	2	參觀過的展示館		
最有幫助的解說服務			中山林遊客中心	340	55
人員解說	359	58	乳山遊客中心	257	42
解說牌示	56	9	烈嶼遊客中心	243	39
展示內容	40	7	僑鄉文化展示館	271	44
媒體影片	135	22	金水學校	256	41
解說摺頁	12	2	雙鯉溼地自然中心	341	55
電腦導覽系統	17	3	古寧頭戰史館	445	72
			八二三戰史館	331	54

表 3. 人員解說服務重視度與滿意度之成對樣本 T 檢定分析

變項	行前重視度 平均值(I)	事後滿意度 平均值(S)	差 (S-I)	T 值	顯著 水準
口齒清晰、發音正確	4.01	4.25	0.24	6.852	0.000*
語調溫和、速度音量適切	4.01	4.28	0.27	7.704	0.000*
與遊客間的互動良好	4.09	4.32	0.23	6.409	0.000*
懂得運用肢體語言	3.91	4.21	0.30	8.635	0.000*
能調整解說技巧	4.00	4.24	0.24	7.442	0.000*
能調配解說內容	4.07	4.26	0.19	5.342	0.000*
能引發我的學習興趣	4.06	4.22	0.16	4.742	0.000*
對於解說主題內容都很清楚瞭解	4.03	4.29	0.25	7.503	0.000*
能幫助我對主題有更多的認識	4.03	4.32	0.29	7.954	0.000*
儀容整齊乾淨	4.05	4.34	0.29	8.359	0.000*
態度認真、親切	4.16	4.42	0.26	7.475	0.000*
對解說工作具有熱忱	4.10	4.32	0.22	6.042	0.000*
對於解說工作具有專業性	4.13	4.29	0.15	4.367	0.000*
能提供正確的資訊	4.17	4.24	0.08	2.282	0.023*
能讓我有一個愉快的參觀經驗	4.18	4.38	0.20	5.947	0.000*

*p<0.05

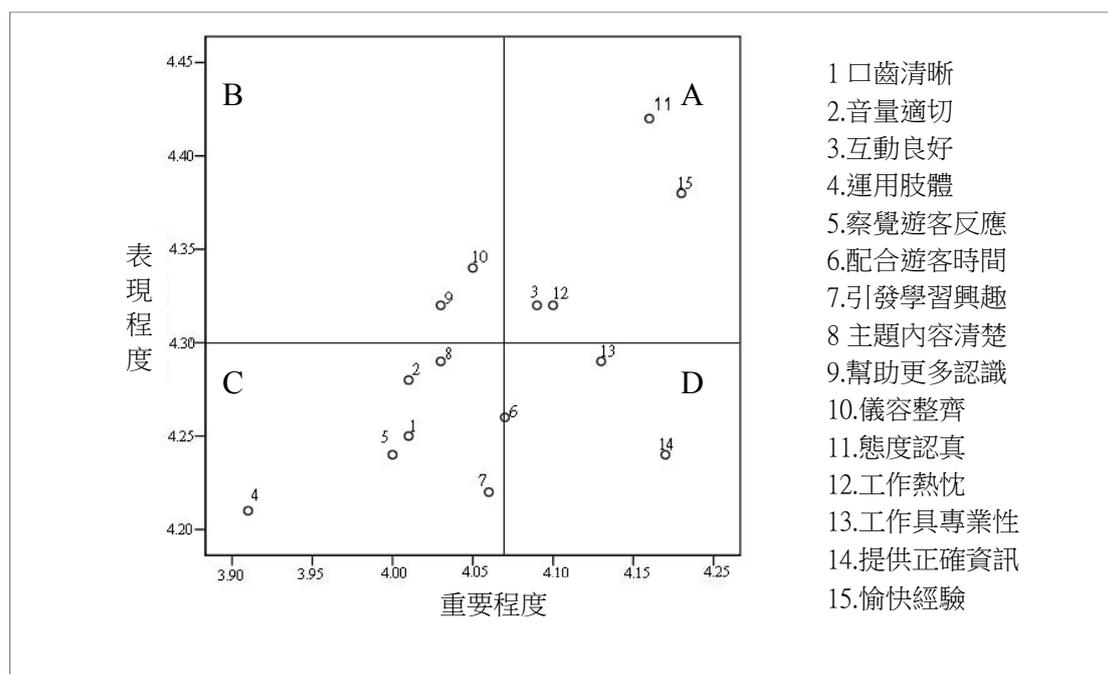


圖 1. 人員解說服務重要－表現程度分析

四、遊客對「非人員解說服務」之重視度與滿意度間之差異分析

遊客對金門國家公園展示館非人員解說服務重視度與滿意度中，依據表 3 得知行前重視度與體驗後的滿意度，大部份均呈現較高的情形，平均值全部介於 4-5 之間，而所有變項中體驗後的滿意度均高於事前的重視度，但其差距與人員解說服務相比則較低，顯示遊客對於金門國家公園的人員解說服務的滿意程度仍然略高於非人員解說的滿意度（見表 4）。但些許面項則沒有顯著性的差異存在，包括有「解說牌的字體的大小看的清楚」、「展示內容提供足夠的資訊」、「摺頁具有吸引力」與「摺頁攜帶方便」。

在「非人員解說服務」之重要－表現程度分析結果，整體重視度之總平均值為 4.09，實際體驗後之滿意度之總平均值為 4.17，以此兩點為中點將 X、Y 軸切割成四個象限，如圖 2。

「解說牌字體大小容易看清楚」、「展示內容主題清楚」、「展示內容易於了解」、「展示內容動線流暢」、「多媒體主題節目生動有趣」、「多

媒體主題節目提供足夠的資訊」、「電腦導覽系統內容豐富」、「電腦導覽系統內容易於了解」、「電腦導覽系統提供足夠的資訊」落在 A 象限，意味遊客感到評價不錯，管理單位應繼續保持。「解說牌的材質與環境配合」、「多媒體播放時間適中」二項落在 B 象限，表示管理單位的表現並能滿足遊客的需求，可視為發展優勢。

「解說牌的放置地點引起注意」、「展示內容具吸引力」、「解說摺頁放置地點容易取得」、「解說摺頁攜帶方便」、「解說摺頁文字大小適中」、「解說摺頁提供足夠資訊」等落在 C 象限，在改善的進程上屬於相對而言「優先順序較低」的部分，是金門國家公園展示館目前的劣勢，表示這部份項目的服務品質不感到重視亦不感到滿意，但相關管理單位未來仍可針對此部份加以創新或修正，使遊客的滿意度提昇，將可轉劣勢為優勢。「展示內容提供足夠的資訊」、「解說摺頁外觀具吸引力」二項落在 D 象限，表示為管理單位迫切需要改善的部分。

五、遊客對「解說功能」之重視度與滿意度間之差異分析

遊客對金門國家公園展示館之解說服務功能重視度與滿意度中，依據表4得知行前重視度與滿意度，大部份均呈現較高的情形，在解說服務必須具備功能的6個變項中的平均值全部介於4-5之間，意指遊客對於解說服務功能的重視度均為非常重視與重視之間；而對解說服務功能之滿意度，平均值全部介於4-5之間，意指遊客對於人員解說服務的滿意度均為非常滿意與滿意之間。而所有變項中滿意度均高於重視度，顯示遊客對於金門國家公園的人員解說服務功能持正面的肯定（見表5）。

在「解說服務功能」之重要一表現程度分析結果，整體重視度之總平均值為4.15，實際體驗後之滿意度之總平均值為4.27，以此兩點

為中點將X、Y 軸切割成四個象限，如圖3所示。

「得到一個愉快的參觀經驗」、「增進對國家公園的認識」落在A象限，其乃為遊客感到評價不錯的項目，管理單位應繼續保持。「對當地資源更認識」及「提高求取知識的興趣」、「激發對當地的好奇心」落在B象限，上述項目表示管理單位目前已做的很好的項目，並能滿足遊客的需求，可視為未來發展優勢。「傳遞有趣的訊息」落在C象限，在改善的進程上屬於相對而言「優先順序較低」的部分，是金門國家公園展示館目前的劣勢，表示遊客對這部份項目的服務品質不感到重視亦不感到滿意，但相關管理單位未來仍可針對此部份加以創新或修正，使遊客的滿意度提昇，將可轉劣勢為優勢。

表 4. 非人員解說服務重視度與滿意度之成對樣本 T 檢定分析

變項	行前重視度 平均值 (I)	事後滿意度 平均值 (S)	差 (S-I)	T 值	顯著 水準
解說牌設置地點能引起我注意	4.06	4.15	0.09	2.953	0.003*
解說牌材質樣式與環境配合	4.03	4.19	0.16	4.867	0.000*
展示內容設計具吸引力	4.06	4.14	0.08	2.545	0.011*
展示內容主題清楚	4.13	4.20	0.07	2.277	0.023*
展示內容易於了解	4.01	4.18	0.10	2.886	0.004*
展示內容動線配置流暢	4.11	4.19	0.08	2.584	0.010*
多媒體節目主題生動有趣	4.11	4.23	0.12	3.612	0.000*
多媒體節目內容易於瞭解	4.08	4.23	0.15	4.701	0.000*
多媒體節目播放時間長短適中	4.03	4.18	0.15	4.269	0.000*
多媒體節目提供足夠的資訊	4.09	4.18	0.09	2.747	0.006*
解說摺頁放置地點容易取得	4.00	4.08	0.08	2.207	0.028*
解說摺頁文字大小適中	4.02	4.09	0.06	2.846	0.005*
解說摺頁提供足夠的資訊	4.02	4.11	0.09	2.897	0.004*
電腦導覽系統內容豐富、有趣	4.42	4.49	0.07	2.340	0.020*
電腦導覽系統內容易於瞭解	4.14	4.23	0.10	2.811	0.005*
電腦導覽系統提供足夠的資訊	4.14	4.23	0.09	3.139	0.002*

*p < 0.05

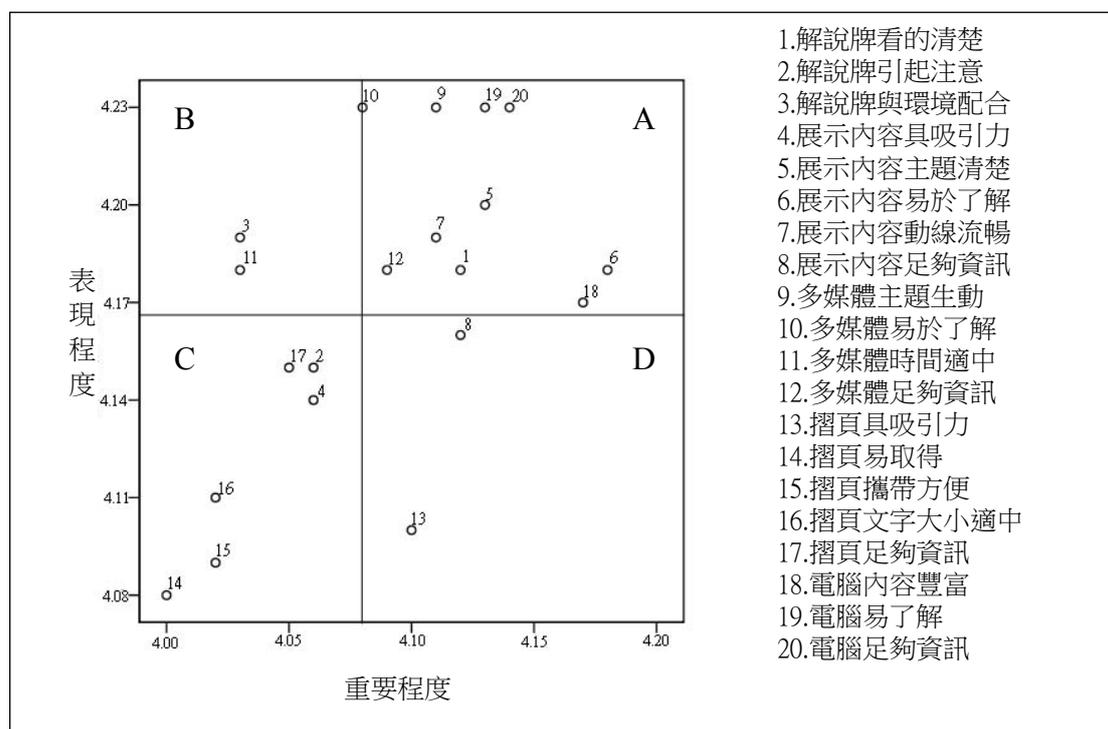


圖 2. 非人員解說服務重要－表現程度分析

表 5. 遊客對解說功能行前重視度與實際體驗滿意度之成對樣本 T 檢定分析

變項	行前重視度平 均值 (I)	事後滿意度 平均值 (S)	差 (S-I)	T 值	顯著 水準
傳遞有趣的訊息並提供正確的主題	4.12	4.17	0.05	1.446	0.1490
引導遊客對當地資源有進一步的認識	4.13	4.28	0.15	4.388	0.000*
提高遊客求取知識的興趣	4.10	4.29	0.19	5.929	0.000*
幫助遊客得到一個愉快的參觀經驗	4.19	4.32	0.13	4.168	0.000*
增進遊客對國家公園的認識與了解	4.19	4.28	0.09	2.760	0.006*
激發遊客對當地的熱誠及好奇心	4.14	4.30	0.16	4.843	0.000*

*p < 0.05

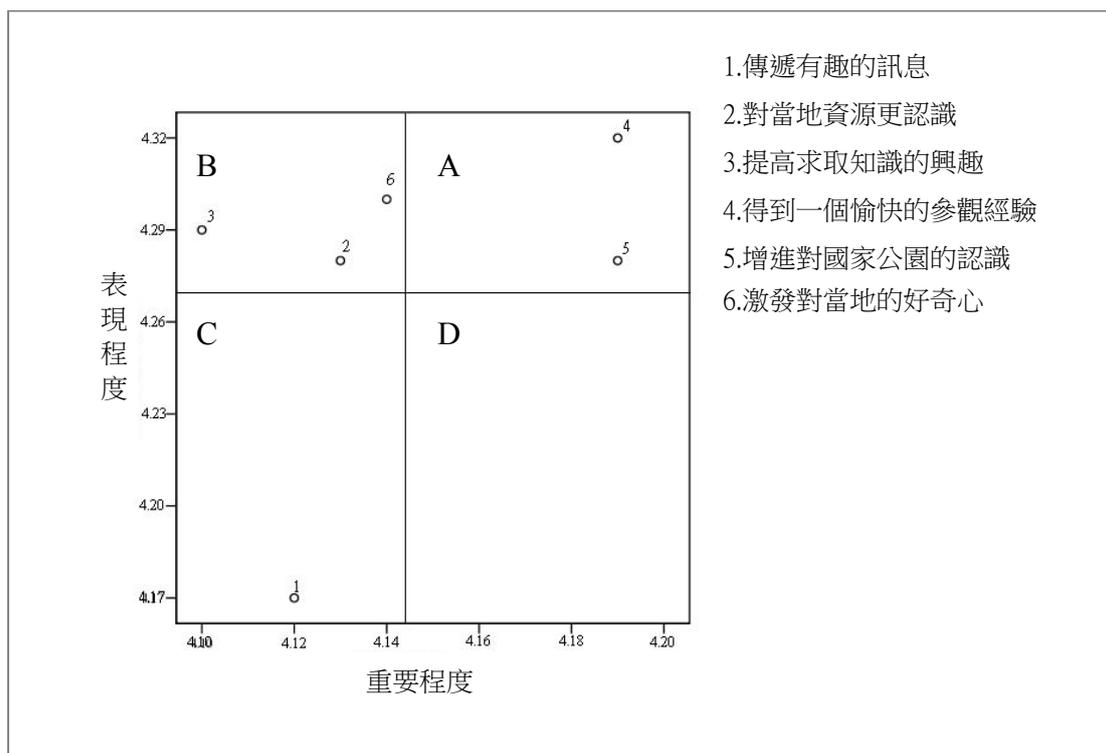


圖 3. 解說功能重要－表現程度分析

六、遊客特性對解說服務重要性與滿意度的影響分析

在進行了整體遊客對於人員解說服務、非人員解說服務與解說功能之重要性與滿意度的差異性顯著性後，則針對假設二進行分析檢定，假設二的主要目的在於探究遊客的特性是否會顯著性的影響其對於解說服務有不同的重視程度與滿意程度，藉由此差異性分析的結果讓金門國家公園在提供解說服務設計上可以根據不同屬性的遊客給予不同類型的解說服務。根據T檢定的結果可以得知「婚姻」會顯著性影響對於解說服務重視度與體驗滿意度的高低，已婚者對於解說服務的重視度與滿意程度都是顯著性的高於未婚者，除了在「媒體影片」與「電腦導覽系統」上，兩群組的觀點呈現一致性，但在「整體解說功能」之面項上，較多已婚者認為解說服務確實具有激發遊客的求知慾望、參與熱忱、認識主體等等功

能，但其接受過解說服務之後，卻不能認為金門國家公園的解說服務系統能夠達成上述的目的，相反的，未婚者在事前並較不認為解說服務需要具有功能性。

在年齡的部份，年紀越大的遊客對於「解說技巧」、「專業知識」、「服務態度」、「展示內容」、「媒體影片」的重視程度顯著性的高於年紀較小的遊客，但同樣的面項在體驗後的滿意度上，年齡並不會造成差異，但對於「解說摺頁」的解說服務之使用後的滿意度，年紀越大的遊客其滿意度也顯著性的高於年紀小的遊客。在學歷的部份，其呈現的結果為學歷較低的遊客對於「解說人員的解說技巧」、「解說態度」、「展示內容」、「媒體影片」與「解說摺頁」之面項都有較高的重視度，顯示出學歷較低的遊客仍會擔心自身對於解說內容的了解能力。在職業特性上，從事商業金融產業的遊客在體驗過解說服務後，對於「解說人員

的服務態度」的滿意程度高過於其他職業的遊客，而其對於「電腦導覽系統的事前重視度與體驗後的滿意度」也都顯著性的高於從事他種職業之遊客，而金融從業人員也隸屬於服務業，對於服務品質的要求會高於其他產業，在此研究中金門國家公園的解說人員之態度與專業性也能獲得商業人士的肯定，實屬不易。

在收入的部份，收入越高的遊客對於「解說技巧」、「解說人員之服務態度」與「解說摺頁」的事前重視度顯著性的高於收入較低的遊客；收入較高的遊客對於金門國家公園之解說人員的「解說技巧」感到非常滿意，也顯著性的高於收入較低的遊客。隨著遊客參訪金門國家公園次數的差別，首次參訪的遊客對於「解說功能」的重視度顯著性的高於回遊的旅客，推論有可能首次造訪的旅客較希望透過解說服務增加對於當地的了解與認識。而停留時間的長短也會對於「解說牌示」與「展示內容」的重視度與滿意度產生顯著性的差異，停留時間越長的遊客對於上述兩變項的重視度與滿意度相對於停留時間短的遊客來說較高，因為停留時間越長越有機會針對解說牌示的內容與深度進行了解，因此重視度也較高。

接著，更進一步探究遊客的特性是否會顯著性的其對於解說服務的重視度與滿意度之觀感的差距性，根據表6可得知，男性遊客對於解說人員之儀容與態度認真部分兩項目之滿意度與重視度之差異程度顯著性的高於女性遊客，而女性遊客則在「解說人員與遊客之間的互動」上之滿意度與重視度之間的差距顯著性的大於男性遊客。

在婚姻方面，在許多解說服務的面項上都有顯著性的影響，已婚遊客在諸多變項之滿意度與重視度的差距都呈現顯著性的高於未婚遊客，尤其是在解說服務人員的解說品質層面，包括在服裝儀容、表達能力、音量等等小細節等等。針對遊客之學歷程度對於滿意度與重視度差異之比較分析得知，學歷在高中以下之遊客在部份項目中之滿意度與重視度之差距有顯著性的大於其他群組，可推論學歷較低

者對於解說服務的重視度較低，同時其事後體驗滿意度反而較高，學歷越高者，則剛好相反。

在職業部分，從事軍公教相關職業之遊客則在滿意度與重視度之差距則顯著性的小於其他職業群組之遊客。從事軍公教工作的人對於解說服務上的重視程度相對於其他職業的群組較高，而其事後體驗滿意度與事前的重視度的差異則是顯著性的小於其他種職業的人。在年齡部分，大於40歲之遊客在五種項目上之滿意度與重視度的差距都顯著性的高於其他年齡之群組；而年紀位於30到40歲之間的遊客則在「解說內容應該具有吸引力」與「電腦導覽系統具有足夠資訊」兩項目的滿意度與重視度之間的差距顯著性的高於其他年齡層的遊客（見表7）。

結論

根據此研究也發現金門地區的旅遊人口之特性發展趨勢也在變動，在過去，金門的離島旅遊之活動多以靜態為主、交通便利性較差，因此到訪旅客多為團體旅遊，且旅客之年齡層也偏高齡化。而研究的結果則說明了金門地區的旅遊人團體與自助旅遊人數比例相當，而有為數不少的遊客皆為重遊旅客，則會採用自助旅遊的方式，根據交叉檢定（Cross Tab）（由於篇幅上的限制，交叉分析的結果僅以文字來顯示，圖表並未在內文中呈現。）的結果顯示已婚的多為自助旅遊。而第一次來訪（58%）的旅客，對於離島各項交通或其他旅遊資訊不熟悉，而金門相對於台北本島來說，交通的便利性確實不高，離島的大眾運輸工具的普便性與區域涵蓋性範圍較低，因此首度參訪的遊客會選擇團體旅遊，利用團進團出之旅遊專車解決交通的問題。另外一方面，遊客年齡層也有逐漸年輕化趨勢，尤其是年齡 20-29 的學生族群在此次的抽樣受訪者中佔最多數，而體力與經濟能力都兼備的 30-39 的族群也並不少。

表6. 遊客特性與其解說服務之重視度/滿意度之差異性分析

		婚姻	年齡	學歷	職業	收入	到訪次數	停留時間
解說技巧	重視度	✓*	✓	✓		✓		
	滿意度	✓				✓		
專業知識	重視度	✓	✓					
	滿意度	✓						
服務態度	重視度	✓	✓	✓		✓		
	滿意度	✓			✓			
解說牌示	重視度	✓						✓
	滿意度	✓						✓
展示內容	重視度	✓	✓	✓				✓
	滿意度	✓						✓
媒體影片	重視度		✓	✓				
	滿意度							
解說摺頁	重視度	✓		✓		✓		
	滿意度	✓	✓					
電腦導覽系統	重視度				✓			
	滿意度				✓			✓
解說功能	重視度	✓					✓	
	滿意度							

*「✓」代表有顯著性的差異存在，若為空白則沒有顯著的差異性存在

表7. 遊客特性對解說服務之重視度與實際體驗兩者差距之差異性分析

變項	T/F Value	Sig	事後比較平均值*1
性別 VS 解說服務			
解說人員與遊客間的互動良好	2.147	.032	女>男
解說人員儀容整齊	2.172	.030	男>女
解說人員態度認真	3.535	.000	男>女
婚姻 VS 解說服務			
解說人員口齒清晰	3.528	.000	已婚>未婚
解說人員音量適切	3.354	.001	已婚>未婚
解說人員懂得運用肢體	2.654	.008	已婚>未婚
解說人員儀容整齊	2.372	.018	已婚>未婚
展示內容主題清楚	2.136	.033	已婚>未婚

表 7. 遊客特性對解說服務之重視度與實際體驗兩者差距之差異性分析(續)

解說人員能讓我有一個愉快的參觀經驗	2.331	.020	已婚>未婚
解說可激發遊客對當地的熱誠及好奇心	2.973	.000	已婚>未婚
居住地 VS 解說服務			
解說人員音量適切	3.725	.011	中部>金門>東南部>北部
解說的內容能引發我的學習興趣	4.205	.006	中部>北部>金門>東南部
學歷 VS 解說服務			
解說人員口齒清晰	3.299	.038	高中以下>專科>大學以上
解說人員音量適切	4.946	.007	高中以下>專科>大學以上
透過解說人員能讓我有個愉快的參觀經驗	3.081	.047	高中以下>大學以上 >專科
展示內容主題清楚	3.510	.031	高中以下>大學以上 >專科
多媒體時間適中	6.332	.002	高中以下>大學以上 >專科
解說應該要可提高遊客求取知識的興趣	3.409	.034	高中以下>大學以上 >專科
職業 VS 解說服務			
口齒清晰	3.458	.016	其他職業>商>軍公教>學生
解說人員音量適切	2.915	.034	其他職業>學生>商>軍公教
解說人員察覺遊客反應以調整方式	3.948	.008	其他職業>商>學生>軍公教
解說人員能幫助我對主題有更多的認識	4.923	.002	其他職業>其他>商>軍公教
解說牌與環境配合	3.211	.023	其他職業>商>學生>軍公教
電腦導覽系統易了解	2.777	.041	其他職業>學生>軍公教>商
年齡 VS 解說服務			
解說人員音量適切	4.935	.007	41 歲以上>30-40 歲>29 以下
解說人員察覺遊客反應以調整方式	5.854	.003	41 歲以上>30-40 歲>29 以下
配合遊客時間來調解內容	3.915	.020	41 歲以上>29 以下>30-40 歲
解說人員對於解說工作具有專業性	3.117	.045	41 歲以上>30-40 歲>29 以下
展示內容具吸引力	4.634	.010	30-40 歲>41 歲以上>29 以下
展示內容主題清楚	4.109	.017	41 歲以上>30-40 歲>29 以下
電腦導覽系統具有足夠資訊	3.915	.020	30-40 歲>29 以下>41 歲以上

*此平均值為遊客對於展示管解說服務之事後滿意度與事前重視度間的差異，當差異越大，滿意度越大於其重視度。

過去的解說服務，都會針對團體旅客安排專人進行解說服務，由於自助旅客的人數較為分散，則會偏重在非人員解說設計的提供，但

根據本研究的結果發現不論團體遊客或是自助旅客對於在對於人員、非人員解說服務設施、服務與功能的要求與體驗並無顯著性的差

異，而遊客的社經背景與其旅遊特性則會影響其對於解說服務的重視程度與體驗滿意度，包括有婚姻狀態、年齡、學歷、職業、收入、在展示館停留的時間長短與曾經到國家公園的次數。其中已婚人士、銀髮族遊客、教育程度較低的遊客與停留時間較長的遊客對於解說服務設施、功能與內容之重視度相較於其他遊客都較高，其中已婚人士，在旅遊的都會有小孩隨行，也因此特別重視人員解說服務的解說技巧、專業知識，服務態度與解說牌的內容，對於年紀較小的孩童，解說內容的理解程度與文字的認識程度都有限，過於艱澀、制式化、時間過程的解說方式對於孩童還說並不適合，這也反映出已婚人士對於上述面項的重視程度。相對於孩童有限的理解程度，年紀較大的遊客則較為重視解說人員的音量大小、解說時程、內容的彈性程度，上了年紀的遊客在行動上、體力上、聽力上需要格外的關注；在「教育程度」部分，一般人之所以會需要某種程度的解說服務，不外乎是因為對於旅遊地點、內容、人文、歷史的認識程度有限或是增長知識，教育程度較低的遊客則會特別重視解說內容的難易程度，同時也都希望解說內容能夠跳脫枯燥艱澀的形式，但目前的解說內容幾乎都是相同的，因為解說人員接受到的訓練與講授內容時間，會受到許多的館方的限制，導致無法配合遊客的教育程度、年齡特性、反應程度來加以彈性調整。

整體而言，遊客對於展示館的人員解說服務、非人員解說服務、解說功能之滿意度還是顯著性的高於其事前重視度，其中遊客對於「能讓我有一個愉快的參觀經驗」的重視度及滿意度為最高，顯示遊客普遍認為有一個愉快的參觀經驗是很重要的。非人員解說服務中，遊客對於「電腦導覽系統的內容易於了解」的重視度及滿意度為最高，顯示遊客由於年輕化，善於利用館內的科技產品獲得其所需的資訊。在解說功能的 6 個變項中均通過 T 檢定，遊客對於「幫助遊客得到一個愉快的參觀經驗」的重視度及滿意度為最高，此點與人員解

說部分相呼應。根據遊客對於展示館內解說服務各項解說服務之表現程度分析結果，在展示館的人員解說方面，「解說人員工作具專業性」、「提供正確的資訊」是迫切需要加強改善的部分。探討推知，由於金門國家公園目前展示館的解說人員多為委外經營，因每年重新招標導致解說員流失現象，造成工作年資不長，累積經驗不足，因此容易造成遊客對其專業性及所提供的資訊產生質疑。非人員解說服務的「展示內容提供足夠的資訊」、「解說摺頁外觀具吸引力」兩項目雖然其滿意大於重視度，但從 IPA 分析來看，但遊客對於此兩面項的滿意度是低於整體的滿意度，但對此兩面項的重視度卻是高於全體面項重視度的平均值，因此也是迫切需要加強改善的部分。

探討推知，在展示內容方面，由於部分內容過於專業或許能滿足某些族群的需求，但對大多數遊客來說或許過於艱深不是遊客所期望獲得的資訊，因此造成遊客認為展示內容資訊不夠的錯覺；而在解說摺頁方面，由於係屬廠商贊助摺頁經費有限，以致無法有足夠的美編或創意可發揮，導致遊客認為外觀不夠具吸引力。

根據 IPA 分析，解說功能的部分雖然沒有落在「D」項限（需要強化的服務項目），但「傳遞有趣的訊息及提供正確的主題」是落在 C 象限（此服務項目的重要性不高），其餘均落在 A（重要度與滿意度皆高）與 B 象限（重要度 < 滿意度）。此變項在改善的進程上屬於相對而言「優先順序較低」的部分，是金門國家公園展示館目前的劣勢。

推論得知，由於金門國家公園係屬公部門，不論人員解說或是非人員解說部分，多顯中規中矩，以及上述人員解說由於工作年資不長，累積經驗不足，因此容易造成遊客對其專業性及所提供的資訊產生質疑及非人員解說；及展示內容過於專業對大多數遊客來說或許過於艱深或是不是遊客所期望獲得的資訊等影響，因此無法滿足遊客對於「傳遞有趣的訊息並提供正確的資訊」這項功能的需求。

建議

根據研究的結果，本研究在金門國家公園之解說服務之經營管理與規劃上，從解說人員之養成訓練、解說內容之彈性化、市場區隔的解說服務機制等勉向給予下列具體的建議：

一、 解說人員的培訓

根據重視-滿意差異分析可發現解說人員工作具專業性、提供正確的資訊兩項目上，遊客的重視程度大於表現程度，為了配合近年來政府人力精簡計畫，解說人員多採委外經營模式，但解說員流失率高，解說年資不長累積經驗不足，造成遊客對其專業性及所提供的資訊產生質疑。建議在解說人員的配置應該分成專職與兼職的兩種，以因應淡旺季遊客多寡的彈性調整。兼職解說人員之招募應該考量以當地居民為主，利用兼職的方式，彈性調配人力，因為金門離島之地域性、特殊性與悠久的文化歷史，若非長期接觸當地之人士，是會需要相當時間的訓練與學習，若能夠利用當地的人力資源，當地居民對於金門的認識與了解是不容置疑的，只需要給予居民正確的解說技巧與表達能力的訓練，必定能將當地的居民訓練成業餘的專業解說人員。當然，全職的解說人員仍是有必要性的，但專業人員訓練不易，加上離島的特性，人力聘用與留任上的難度也較高，建議管理單位應該積極爭取解說員採取專業人員任用辦法，不受中央政策或是法令影響，以防止訓練有素專業人員流失，進而影響遊憩服務品質。

過去解說人員的解說內容與時程安排都是固定且制式化，許多解說人員的解說路線、解說文字用語、甚至笑話都是一成不變的，建議在解說內容、解說技巧、表達方式等等應該要隨著遊客的特性（家庭狀態、年齡、教育程度等等），有適度的調整與變動解說內容之難易，而展示內容部分亦可採多元、活潑的方式；隨時關注遊客的吸收程度與專注程度進行解說時程之調整，或許彈性化的解說內容與時

程會造成解說人員配置上的不便，但相信透過兼職解說人員的配合，必能分擔全職解說人員的負擔。

二、 非人員解說服務品質的提升

在非人員解說服務方面，金門國家公園之主要遊客多集中在 20-29 歲之間，但根據重要-程度表現方法發現「展示內容提供足夠的資訊」此變項落在 D 象限，由於各展示館是根據主題而規劃其展示內容，部分內容過於專業或許能滿足某些族群的需求，但對年輕族群的遊客來說或許過於艱深，以及過於靜態，並不是遊客所期望獲得的資訊，因此造成遊客認為展示內容資訊不夠的錯覺。建議管理單位未來在展示內容上，應針對不同屬性的遊客的觀點加以規劃，尤其金門國家公園之遊客年齡層有逐漸年輕化的趨勢，未來可增加操作式或互動式的展示設施，使展示內容更加活潑吸引年輕族群進而善用館內的科技產品獲得其所需的知識。研究結果亦發現遊客對於「解說摺頁外觀具吸引力」此項目的重視程度仍高於滿意程度，探討推知，在解說摺頁方面，由於係屬廠商贊助摺頁經費有限，以致無法有足夠的美編或創意可發揮，導致遊客認為外觀不夠具吸引力。建議管理單位未來可基於使用者付費原則，酌收工本費，除可增加摺頁製作成本，以加強美編設計外，並使遊客能更加珍惜管理單位提供之資源。

若能針對上述劣勢加以創新或修正，使遊客的滿意度提昇，將可轉劣勢為優勢。並可使展示館真正達到提供資訊、引導、教育、娛樂、宣導及鼓舞人心之六項功能。

參考文獻

- 江宜珍，2002。運用重要—表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究，國立台中師範學院環境教育研究所碩士論文。
- 王鑫，1991。陽明山國家公園解說與環境教育

- 系統規劃研究報告，內政部營建署。
- 王淮真，2000。旅客對導覽解說滿意度之研究—以國立故宮博物院為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 李青峰，1987。解說服務效果評估之研究，國立台灣大學森林研究所碩士論文。
- 林朝欽，1995。解說理念與實務，農委會林試所。
- 余慧玉，1999。博物館導覽員專業知能需求之研究—以國立歷史博物館為例，國立台灣師範大學社會教育學研究所碩士論文。
- 吳忠宏、黃宗成，2001。玉山國家公園管理處服務品質之研究：以遊客滿意度為例，國家公園學報，11（2）：117-135。
- 吳忠宏，1999。解說專業之建立，台灣林業，25（6）：41-47。
- 吳鳳珠，1994。遊客中心多媒體解說效果評估—以玉山國家公園塔塔加遊客中心為例，國立台灣大學園藝所碩士論文。
- 吳麗玲，2000。博物館導覽與觀眾涉入程度之研究—以達文西特展為例，台北師範學院視覺藝術研究所碩士論文。
- 黃章展、李素馨、侯錦雄，1999。應用重要—表現程度分析法探討青少年觀光遊憩活動需求特性。1999年休閒、遊憩、觀光研究成果研討會—遊憩需求與效益研究，中華民國戶外遊憩學會編著，台北：田園城市文化出版。
- 黃俊夫，1997。公共服務之第一線---本館導覽服務系統規劃，科技博物，1（2）：82-97。
- 楊明賢，1999。解說教育，楊智文化。
- 楊婷婷，1996。解說折頁解說效果之探討—以台北市立動物園大鳥籠為例，國立台灣大學園藝所碩士論文。
- 張明洵、林玥秀，1992。解說概論，花蓮太魯閣國家公園管理處。
- 蔡惠民，1985。國家公園解說系統規劃與經營管理之研究，內政部營建署。
- 蔡慧敏，1992。國家公園的中的博物館與其教育功能，博物館學季刊，6（3）：48-49。
- 劉瓊如，1994。東北角海岸風景特定區遊客解說需求之研究，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 劉瓊如、林若慧、蔡財興，2002。遊客遊憩體驗因果關係之研究--以東北角海岸風景特定區為例。地理研究報告，36，59-73。
- Bitgood, S. 1986. Exhibit design and visitor behavior empirical relationships. *Environment and Behavior* 20(4): 474-491.
- Cheron, E. J., R. McTavish and J. Perrien. 1989. Segmentation of bank commercial markets. *International Journal of Bank Marketing* 7 (6): 25-30.
- Grinder, A. L. and E. S. McCoy. 1985. *The good guide -A sourcebook for interpreters, docents and tour guides*. Arizona: Ironwood Press.
- Ham, S. H. 1992. *Environmental interpretation—A practical guide for people with big ideas and small budgets*. Colorado: North American Press.
- Hawes J. M, and C. P. Rao. 1985. Using importance-performance analysis to develop health care marketing strategies. *Journal of Health Care Marketing* 5(4): 19-25.
- Jarvis, P. 1983. *Professional Education*. London: Croom Helm.
- Loomis, R. T. 1993. *Planning for the visitors: the challenge of visitor studies, Museum visitor studies in the 90s*. London: Science Museum.
- Mahaffey. 1972. *A study of professional recommendations for curricular guidelines of environment interpreters*. Thesis of Texas A & M University, Texas (EUA).
- Martilla, J. A. and J. C. James. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing* 41(1): 77-79.
- Packard, J. R. 1983. *The handbook of interpretive planning*. Washington: National Park Service.
- Sampson, S. E. and M. J. Showalter. 1999. The performance-importance response function: Observations and implications. *The Service Industries Journal* 19(3): 1-25.
- Sethna, B. N. 1982. Extensions and testing of Importance-performance analysis. *Business Economics* 20: 28-31.

- Sharpe, G. W. 1982. An overview of interpretation. In G. W. Sharpe (ED.), *Interpreting the Environment*. (2nd ed., pp. 2-27). NY: John Wiley and Sons, Inc.
- Siegenthaler, K. L. 1994. Importance-Performance Analysis: Application to Senior Programs Evaluation. *Journal of Park and Recreation Administration* 12 (3): 57-70.
- Wagner, K. F. 1989. Maintaining a High Quality Visitor Experience. *Visitor Studies: Theory, Research, and Practice*. Alabama: Center for social design.