

投稿類別：餐旅類

篇名：

遊客對義大世界造鎮認知及重遊意願
之調查

作者：

朱雅筠。私立樹德家商。高三24班

李洋瑄。私立樹德家商。高三24班

沈珮均。私立樹德家商。高三24班

指導老師：

邱雅莉老師

壹、前言

一、研究背景

「義聯集團董事長林義守經過 25 年的規劃，耗資 500 億資金，成功造鎮。資金充足、計劃周詳是二大主因，也為國內大型土地開發案立下新的里程碑。」（黃啓菱、林政鋒，2011）

「義大世界匯聚購物、娛樂、休閒渡假、人文藝術，及住宅區，是非常完整的國際渡假休閒造鎮計畫。全區包含義大皇冠假日飯店、義大天悅飯店、義大世界購物廣場、義大遊樂世界、義大世界伯爵特區、義守大學、義大國際中小學。」（義大世界網站）

「林義守（2001）認為華人對於旅遊歐洲充滿憧憬，因此義大世界規劃設計就是完全走歐洲風格。義大世界充分利用室內空間來滿足休閒需求，從 Outlet Mall 可連接遊樂世界中的「聖托里尼山城」，再搭乘「城堡列車」到「特洛伊城堡」體驗室內遊樂設施，遊客完全不會被日曬或雨淋。」

二、研究動機

義大世界 2010 年開始執行造鎮計畫，是全球唯一國際綜合開發特區。座落於高雄觀音山風景特定區，開發內容涵蓋飯店、遊憩、購物、休閒、藝術…等。山區開發除了國家申請困難，還受到環保團體的批判與監督。「義大世界伯爵特區」是近期知名度最高、總投資額最大。但是許多人只知道義大遊樂世界並不知道他們也有住宅區跟其他設施，想藉由此次研究了解遊客對義大世界認知有多少，因此促成研究動機之一。

「根據石滋宜（1994）研究認為顧客滿意度的定義，消費者滿意度是指消費者所購買的有形商品與無形服務的滿意程度。」台灣遊樂園眾多，義大世界的遊樂園最近才逐漸興起，也是高雄唯一的遊樂園，吸引相當多外地遊客，加上義大世界相當多元化。對於義大世界的規劃，無論是遊樂設施還是 Shopping Mall，服務人員的態度是否滿意、廁所的環境是否乾淨整潔、地下美食街出菜速度是否快速、公共區域的環境整潔、消防設施是否周全、逃生路線指示是否正確清楚…等，都變得相當重要。在交通方面是選擇搭乘接駁公車，還是願意自行開車、騎車前往，以及遊客們對於義大世界另外新開發的道路，認為的便利性與安全性。想藉由此次調查了解遊客對義大世界整體的規劃和滿意度，因此促成研究動機之二。

遊客可能對於遊憩體驗感到滿意，而產生下次重遊的意願。自從義大世界開

幕後，相關報導不斷，有正面也有負面，使得想前往的遊客們對遊樂設施的安全性十分擔心，進而打消前往義大世界的念頭。「黃淑君、何宗隆（2001）在研究中指出：許多學者的研究證實當遊客對於其遊憩經驗不滿意時，則不再造訪該遊憩點，而另外選擇其它的遊憩環境。」之前颱風過境，通往義大世界的義大二路，發生地層下陷，造成許多遊客沒辦法前往，義大世界也損失許多遊客人潮。這些事對義大世界來說無非是一個重大打擊，深深重創義大世界的形象。而且也有很多遊客在玩樂之後發現其結果不如預期。想藉由此次調查了解遊客對義大世界重遊意願，因此促成研究動機之三。

三、研究目的

我們所要探討的是遊客對義大世界造鎮之認知與重遊意願，以遊客為對象。本研究有下列三項研究目的：

1. 探討旅客對於義大世界造鎮之認知。
2. 探討旅客對於義大世界的滿意度。
3. 探討旅客對於義大世界之重遊意願。

貳、正文

一、造鎮的定義

「所謂「造鎮」，通常至少有上萬坪的基地，除了蓋房子以外，也會蓋游泳池、籃球場、網球場、道路、公園等公共設施，因為基地大、戶數多、引進的人口數也多，所以形同打造出一個小鎮。」(Taiwan News, 2010)要在上萬坪的土地開發要先經過內政部營建署（2001）“國土綜合發展計畫法草案，是一個很重要的環節。這個計劃通過了，才能實施造鎮計畫。「曾宇良、曾慈慧（2005）研究提出“日本新型態造鎮計畫「產業觀光」。」造鎮的型態交通便利、優美安靜的地方，附近能滿足我們的生活所需，結合我們休閒遊憩的地方。交通部觀光局（1992）認為“台灣地區觀光遊憩系統開發計畫，造鎮計畫不要只在於房子，也要看附近開發的觀光景點。

二、重遊意願

對國際觀光旅館而言，遊客忠誠度最直接的表現就是有「重遊意願」，因此能找出影響忠誠遊客重遊意願的因素，則能提供適當的行銷活動以維持忠誠遊客。

本小組認為重遊意願是指遊客的整體感受，每一個小細節，例如：服務品質、

交通、遊樂設施安全...等，是否符合期望，達到他們的標準，以及對此次旅遊的滿意度，都會影響遊客再次前往的意願。

三、研究範圍及對象

本小組針對義大世界做為研究範圍，採用問卷調查法，隨機抽樣。針對遊客進行造鎮認知、滿意度、重遊意願之調查。

四、問卷設計

本問卷內容分成造鎮認知、滿意度、重遊意願。

五、問卷分析

(一) 遊客對義大世界造鎮認知分析

1. 遊客對義大世界執行的造鎮計畫之了解程度分析

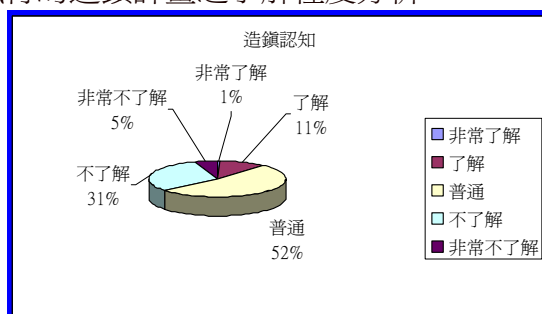


圖 2-1 遊客對義大世界執行的造鎮計畫之了解程度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對於造鎮計畫非常了解的遊客佔 1%，了解佔 11%，普通居多佔 52%，其次為不了解佔 31%，非常了解佔 5%。

2. 遊客對義大世界造鎮計畫內容之了解程度分析

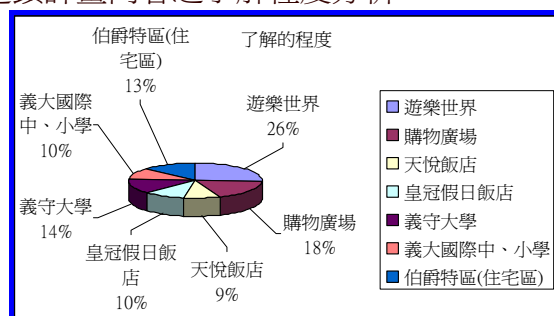


圖 2-2 遊客對義大世界造鎮計畫內容之了解程度分析圖

根據問卷調查結果顯示，了解遊樂世界的遊客居多佔 26%，其次是購物廣場佔 18%，天悅飯店佔 9%，皇冠假日飯店佔 10%，義守大學佔 14%，義大國際中、小學佔 10%，伯爵特區(住宅區) 佔 13%。

3.遊客前往義大世界之原因分析

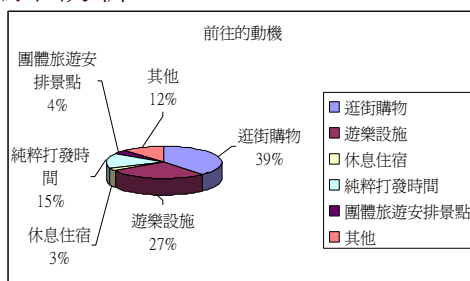


圖 2-3 遊客前往義大世界之原因分析圖

根據問卷調查結果顯示，逛街購物的遊客居多佔 39%，其次是遊樂設施佔 27%，住宿的遊客佔 3%，打發時間的遊客佔 15%，團體旅遊佔 4%，其他佔 12%。

4.遊客對於義大世界之舉辦活動了解程度分析

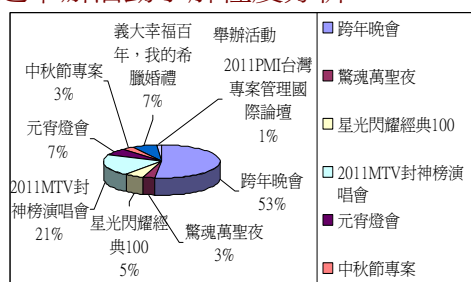


圖 2-4 遊客對於義大世界之舉辦活動了解程度分析圖

根據問卷調查結果顯示，知道跨年晚會活動的遊客居多佔 52%，其次是 2011MTV 封神榜演唱會佔 21%，驚魂萬聖夜佔 4%，星光閃耀經典 100 佔 5%，元宵燈會佔 7%，中秋節專案佔 3%，義大幸福百年，我的希臘婚禮佔 7%，2011PMI 台灣專案管理國際論壇佔 1%。

(二) 遊客對於義大世界整體滿意度分析

1.遊客對於義大世界之滿意部份分析

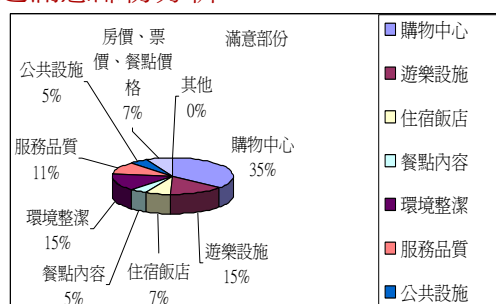


圖 2-5 遊客對於義大世界之滿意部份分析圖

根據問卷調查結果顯示，遊客最滿意購物中心佔 36%，其次是環境整潔佔 15%，遊樂設施佔 14%，住宿飯店佔 7%，餐點內容佔 5%，服務品質佔 11%，公共設施佔 5%，房價、票價、餐點價格佔 7%，其他佔 0%。

2. 遊客對於義大世界之不滿意部份分析

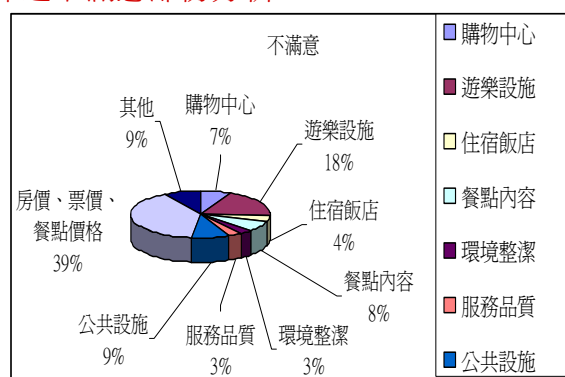


圖 2-6 遊客對於義大世界之不滿意部份分析圖

根據問卷調查結果顯示，遊客最不滿意房價、票價、餐點價格佔 39%，其次是遊樂設施佔 18%，購物中心佔 7%，住宿飯店佔 4%，餐點內容佔 8%，環境整潔佔 3%，服務品質佔 3%，公共設施佔 9%，其他佔 9%。

3. 遊客對於義大世界整體外觀之滿意度分析

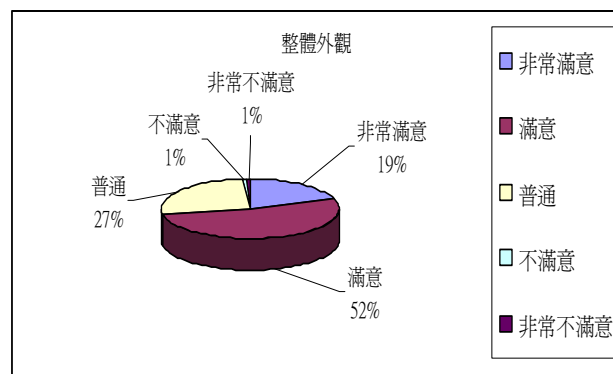


圖 2-7 遊客對於義大世界整體外觀之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對整體外觀非常滿意的遊客佔 19%，滿意遊客居多佔 52%，普通佔 27%，不滿意佔 1%，非常不滿意佔 1%。

4. 遊客對於義大世界所舉辦活動之滿意度分析

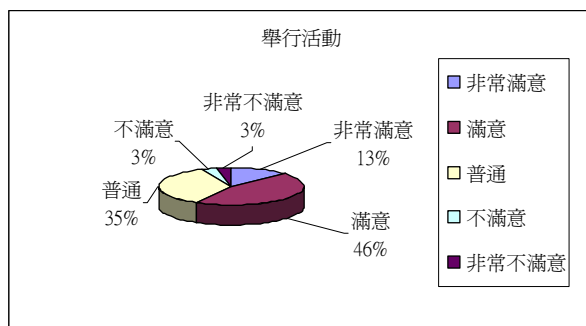


圖 2-8 遊客對於義大世界所舉辦活動之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對義大世界所舉辦過的活動非常滿意的遊客佔 13%，滿意佔 45%，普通佔 36%，不滿意佔 3%，非常不滿意佔 3%。

5. 遊客對於義大世界整體清潔之滿意度分析

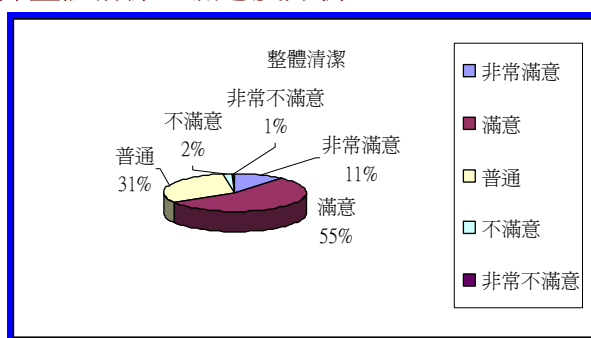


圖 2-9 遊客對於義大世界整體清潔之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對整體清潔非常滿意的遊客佔 11%，滿意遊客居多佔 55%，普通佔 31%，不滿意佔 2%，非常不滿意佔 1%。

6. 遊客對於義大世界遊園動線之滿意度分析

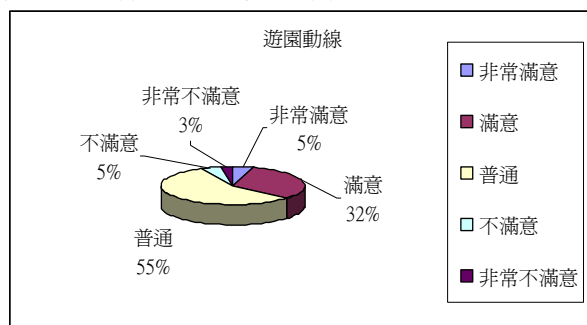


圖 2-10 遊客對於義大世界遊園動線之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對遊園動線非常滿意的遊客佔 5%，滿意遊客居多佔 32%，普通佔 56%，不滿意佔 5%，非常不滿意佔 2%。

7.遊客對於義大世界聯外交通滿意度分析

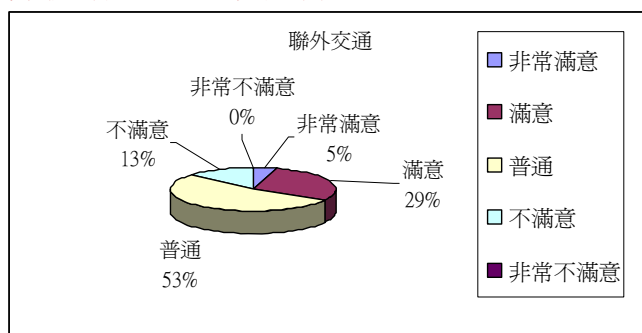


圖 2-11 遊客對於義大世界聯外交通滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對聯外交通非常滿意的遊客佔 5%，滿意佔 29%，普通居多佔 53%，不滿意佔 13%，非常不滿意佔 0%。

8.遊客對於義大世界整體規劃之滿意度分析

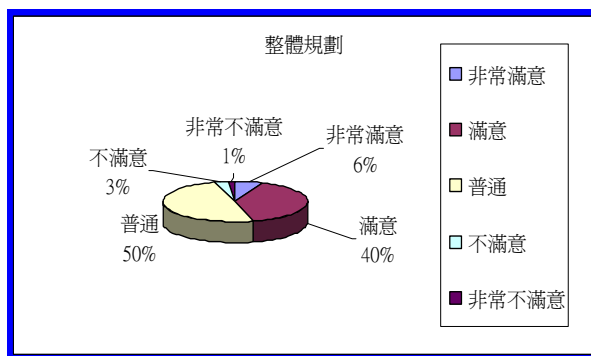


圖 2-12 遊客對於義大世界整體規劃之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對整體規劃非常滿意的遊客佔 6%，滿意佔 40%，普通佔一半 50%，不滿意佔 3%，非常不滿意佔 1%。

9.遊客對於義大世界開放時間之滿意度分析

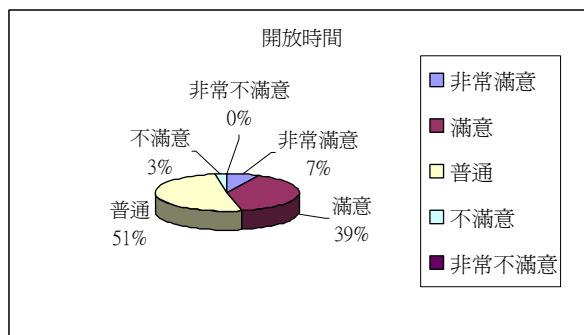


圖 2-13 遊客對於義大世界開放時間之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對開放時間非常滿意的遊客佔 7%，滿意佔 39%，

遊客對義大世界造鎮認知及重遊意願之調查

普通居多佔 51%，不滿意佔 3%，非常不滿意佔 0%。

10. 遊客對於義大世界指示圖之滿意度分析

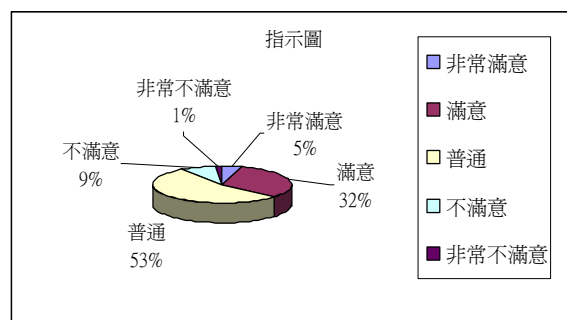


圖 2-14 遊客對於義大世界指示圖之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，對指示圖非常滿意的遊客佔 5%，滿意佔 32%，普通居多佔 53%，不滿意佔 9%，非常不滿意佔 1%。

11. 遊客對於義大世界停車之便利性滿意度分析

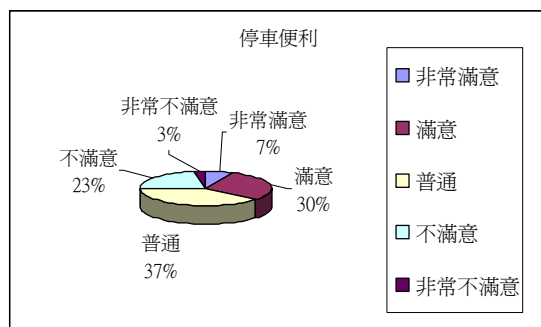


圖 2-15 遊客對於義大世界停車之便利性滿意度

根據問卷調查結果顯示，對停車便利性非常滿意的遊客佔 7%，滿意佔 30%，普通佔 38%，不滿意佔 23%，非常不滿意佔 2%。

(三) 遊客再次重遊意願調查分析

1. 遊客是否願意再次前往義大世界之滿意度分析

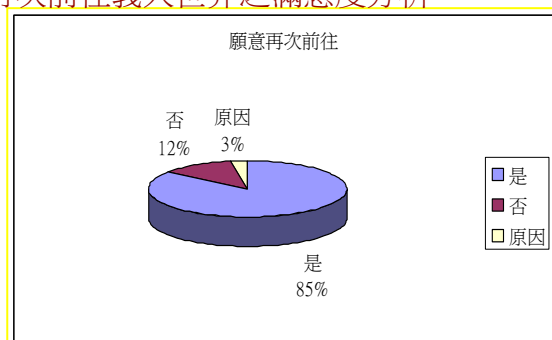


圖 2-6 遊客是否願意再次前往義大世界之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，願意再次前往的遊客居多佔 85%，不願意再次前往的遊客佔 12%，原因佔 3%。

2. 遊客是否推薦親友前往義大世界之滿意度分析

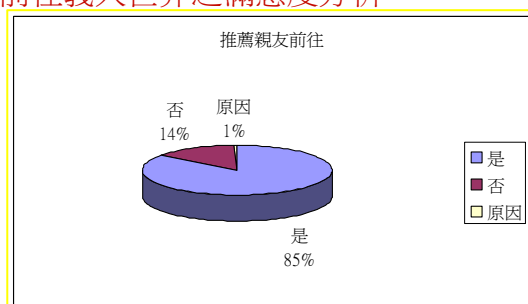


圖 2-7 遊客是否推薦親友前往義大世界之滿意度分析圖

根據問卷調查結果顯示，願意推薦親友的遊客居多佔 85%，不願意推薦親友前往的遊客佔 14%，原因佔 1%。

參、結論

一、結論

(一) 遊客對義大世界造鎮計畫之調查

本小組的研究結果發現，遊客對於義大世界的造鎮計畫大多數偏重於遊樂世界及購物廣場，可能是因為宣傳廣告及媒體報導，以及特別的建築風格和新穎的遊樂設施。對於新設立的飯店以及國際中小學，較不熟悉。

(二) 遊客對義大世界滿意度之調查

本小組的研究結果發現，遊客對於義大世界最滿意的部份是購物廣場，可能是因為義大世界擁有全台第一家大型複合式 outlet，義大世界設計皆是走歐洲風格；最不滿意的部份是房價票價及餐點價格，可能是因為價格偏高，消費客群大多數是學生及一般家庭，以至於遊客較不滿意。

(三) 遊客對義大世界重遊意願之調查

本小組的研究結果發現，去過的遊客皆願意再次前往，因為遊客對於義大世界整體皆為滿意，大多數也願意推薦親朋好友前往。

二、建議

(一) 增加義大世界內飯店之宣傳

由此研究結果可知遊客對於義大世界造鎮計畫大多僅此於遊樂世界及購物廣場，因為飯店剛興建完成，許多遊客對於飯店較不知道，因此建議義大世界對於飯店部分，多加以宣傳廣告及舉辦促銷活動，增加飯店知名度，吸引更多遊客前往。

(二) 改善設施及重新規劃動線之建議

由此研究結果可知遊客對於義大世界內的遊園動線、指示圖、聯外交通及停車便利性滿意度大多皆偏低，希望藉由改善設施及重新規劃動線等，以致提高整體規劃之滿意度。

(三) 購物廣場及遊樂世界促銷活動之建議

大多數前往消費的客群，皆為學生及小家庭，所以消費能力較低，建議多舉辦促銷活動，吸引學生及小家庭再度前往，以增加消費及重遊的意願。
例如：

1. 遊樂世界:門票買三送一、特殊節慶著特定裝扮票價優惠、揪團送餐券
- 2.購物廣場:消費滿額集點送、VIP 之夜、卡友回娘家

肆、引註資料

- 1.Taiwan News 國際財經•文化月刊，2010.05.20，第 397 期。
- 2.內政部營建署，2001，台北。
- 3.王彩芬、莊凱筑、蘇靚芝，2011.03，我愛林默娘，頁 2。
- 4.石滋宜，1994，邁向顧客滿意經營時代，台北：中國生產力，頁 2-4。
- 5.交通部觀光局，1992，台北。
- 6.張肇麟，旅奇週刊，2010.08.02，第 123 期，義挺台灣 大器擘畫 義聯集團創辦人林義守。
- 7.曾宇良、曾慈慧，農推文彙，2005，第五十期，頁 201~218。
- 8.許立群，遠東學報，2006.06，第 23 卷，第 2 期，遊客利益追求、服務品質對整體滿意度及重遊意願關聯之研究-以台灣地區國際觀光旅館為例。
- 9.黃啓菱、林政鋒，經濟日報，2011.06.29。
- 10.義大世界官方網站，www.edaworld.com.tw