

探討遊客對左營舊城文化公車一日遊體驗滿意度調查

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

探討遊客對左營舊城文化公車一日遊體驗滿意度調查

作者：

曾靜芳。私立樹德家商。高三 47 班
陸韋茹。私立樹德家商。高三 47 班
林芷卉。私立樹德家商。高三 47 班

指導老師：

王繡鈴老師

壹●前言

一、研究動機

在 2010 年的台灣地區主要的觀光遊憩區，遊客人數已達到一千零六十四萬人次，觀光活動可以為一個地區帶來短暫停留的人潮，當該地區環境中有人居住則這些外來人潮會與當地居住者便有機會接觸與交流。

所以觀光活動對於各種人的影響，可以尋求人在己身內在的意識認知下對外界環境、訊息的解讀，這樣的認知是可以透過多種方式被表現在外在行為上，並且因為這些行為而衝擊影響週遭的人、事、物上，接下來就讓我們來向你們介紹這個具有歷史風味的左營，帶你體驗左營舊城之美。

高雄市目前已開闢 7 條文化公車，有鳳山、左營舊城、哈瑪星、大樹、內門、美濃線和紅毛港文化公車，在現在自由行盛行的旅遊風氣下，遊客的自主權越來越高，對於喜歡的點想要停留久一些，對於不想停留的點就想早早離開，所以一般的旅行團模式已經不為大眾所喜歡。

高雄市對於目前正在強力主攻的文化旅遊部份，推出文化公車以因應這樣的旅遊模式，但是，是否每一位來搭乘觀光公車的遊客對於整趟的旅遊過程都是滿意的呢？如果不是的話，那麼遊客不滿意卻又極在乎的點又是哪裡呢？這是本組想要去了解的地方。

二、研究目的

對於針對以上述研究動機，本研究將朝以下之研究目的進行研究：

1. 探討左營舊城的變遷與都市發展
2. 探討觀光客對左營舊城線文化公車導覽的解說品質
3. 探討觀光客對左營舊城線文化公車所推薦之景點的滿意度
4. 探討觀光客搭乘左營舊城線文化公車的整體滿意度

三、研究背景

在明朝末年，鄭成功以臺灣作為反清復明基地，但是因為軍隊人數太多，已

經開發可以耕種的土地卻又不夠，如果收成不好，常常沒有糧食可以吃，可是鄭成功又不願意向百姓徵收糧食，所以就命令士兵在平常操練之後下田墾荒耕地，化兵為農，希望能夠自力更生。

舊城外的左營莊是由宣毅左衝鎮左營這支部隊所開墾，所以左營這個地名便從這兒產生。另外由於指部隊的營區是駐守在舊城左邊才得名，1945 年之後政府考量左營的歷史背景，於是正式改名成為高雄市左營區。

為了讓更多的人瞭解各個地方的文化及歷史，所以政府開始規劃環狀式文公車，讓更多的遊客瞭解當地的歷史與文化。

近年來，不論國內或國外幾乎都在努力發展觀光休閒事業，許多建築物的改建，以自然景觀、文物古蹟、歷史文化、民俗風情、水族館之類的地區特色為號召，吸引各個觀光客對這些景點有了相當的滿意度，進而吸引更多的人。

因此，本研究將藉由具有歷史記憶的左營舊城之都市，探討都市觀光發展，檢討都市觀光發展對左營舊城歷史保存的影響；文化公車與觀光景點的結合，作為本次的研究主題以高雄市文化公車-左營舊城線為主軸。

貳●正文

一、遊客定義 (Tourist)

Hardy 在 2008 年提出遊客的定義為取樂訪問地方的的一個人並且使感興趣，特別是當時他們度假，Phelps 在 1986 年提出遊客對某地的知覺或印象，而高明瑞、王國均在 1989 年提出遊客特性是指旅遊的時間、旅遊的同伴人數、停留時間、使用的交通工具、從事的旅遊活動。

高明瑞、王國君在 1989 年提出遊客特性包括旅客個人基本資料，如性別、年齡等，以及遊憩特徵。

統整以上學者對，「遊客」的定義，本小組認為遊客的定義是：遊客到訪某一個地方並且對此地方感到有趣，特別是當他們度假的時候。

二、體驗的定義 (to experience firsthand)

詹姆斯·吉爾摩、約瑟夫·派恩在 2008 年提出能吸引個別顧客親身參與並且難以忘懷的活動。在經濟性的大環境下，企業必須瞭解，他們所販售的是回憶，而非商品本身。

Dann在1977年提出推-拉之動機架構，指出推力因素會對遊客的旅遊行為產生激勵，而拉力因素是為遊客被目的地本身的獨特性所吸引的影響。

Joy and Sherry在2003年提出體驗所指的為個人對某活動產生領悟，或者是心理產生之特殊情緒，這些感覺主要來自於個人親身參與經歷。

Clawson and Knersc 在 1966 年提出體驗的本質是具多階段性的，並且根據時間的先後順序，把體驗分為「預期、去程、現場體驗、回程階段及回憶五種階段。

Schmitt 在 1999 年提出在遊憩的過程裡，藉著外在環境和活動，或是其他因素的影響，讓旅客在行為、觀感去接收不同於以往的資訊，進而從中產生不同心裡面的感受和經驗。

Otto and Ritchie 在 1996 年提出體驗可以被視為參與者主觀的心理狀態，並在此中提出分服務品質與服務體驗之方式。

統整以上學者對，「體驗」的定義，本小組認為體驗的定義是：體驗不僅僅是單純簡單的感覺，而是對一種行為解釋性的意識，為一種活動當下時間與空間互相聯繫的過程。

三、滿意度的定義 (Degree of satisfaction)

Oliver 在 1997 年提出滿意或不滿意是消費者事前期望與實際購買結果的比較，並將滿意度定義為「是一種消費者在獲得滿足後的反應，是消費者在消費過程中，感受到產品之本身或其屬性所提供之愉悅程度的一種判斷與認知」。

Moutinho 在 2000 年提出是一種需求或是驅動個體活動，使活動朝目標進行的一種內在過程，並且該過程可能帶來滿意度，莊雅筑、陳斌、陳奕任在 2010 年提出旅客體驗過程中所提供的服務及產品後，所感覺內心愉悅或失望之程度。


Crompton 在 2000 年提出滿意度所指人們自己真實體驗，於目的地互動之後，所以一種真實的心理感受。

Gandolfo and Rosa 在 2010 年提出滿意度是一種建立在顧客忠誠度基礎下所產生的長期性合作關係，而顧客的忠誠度則是用來推測量顧客的使用行為及其態度上的變化程度。

統整以上學者對「滿意度」的定義，本小組認為滿意度的定義是：滿意度是由顧客主觀認為的服務期望，與實際服務品質二者比較而來，最真實的感受。

表 2-1 文化公車及觀光公車的介紹

<p>台灣文化公車介紹：文化公車是台北市過去存在過的一種公車類型，1985 年當時的市長許水德希望方便外國觀光客遊覽台北市、便利市民假日休閒、推廣市內文化設施，因此創辦文化公車。</p>	 <p>圖 2-1 台北文化公車</p>
<p>哈瑪星與舊城兩條文化公車於 2011 年 7 月上路。車上配有導覽員，解說城市故事。</p>	 <p>圖 2-2 哈瑪星、舊城文化公車介紹</p>
<p>鳳山假日文化公車介紹：高雄市政府文化局繼「哈瑪星」及「舊城」2 線文化公車受到廣大民眾熱烈迴響之後，持續推出以鳳山新城為核心的「鳳山假日文化公車」，並於 6 月 23 日正式上路。這條路線，即日起每逢周六日及國定假日，上午 10 時至下午 6 時，每 30 分鐘一班，票價一律 50 元。</p>	 <p>圖 2-3 鳳山文化公車介紹</p>
<p>文化公車- 4 月 17 日-全新改版上路：高雄市政府文化局自去（100）年 7 月 9 日推出「哈瑪星・舊城」2 線文化公車以來，佳評如潮，經過 8 個月來的營運，文化局通盤檢討，為回應廣大的支持者，將調整哈瑪星與舊城文化公車現行行駛方式，推出更為精華濃縮的路線，並於哈瑪星線導入「公車動態資訊系統」，而舊城線則改為假日文化公車，自 100 年 4 月 17 日起全新改版上路。</p>	 <p>圖 2-4 高雄舊城文化公車介紹</p>
<p>假日觀光公車-旗美國道快捷車：為了提升大高雄交通便利性，包括旗美國道快捷公車、旗山美濃及旗山內門觀光公車，民眾可在民國 101 年 2 月 6 日前免費搭乘。</p>	 <p>圖 2-5 旗美文化公車介紹</p>

<p>大樹區假日觀光公車，為促進大樹地區觀光熱度以及提升週邊公車系統便利性，高雄市政府交通局特別規劃了『大樹區假日觀光公車』，自 5 月通車，而規劃採一日券 50 元方式營運，每 20 分一班車。</p>	 <p>圖 4-6 大樹文化公車介紹</p>
--	---

參●結論

針對研究統計的結果遊客普遍對於文化公車的導覽體驗及車體的舒適度均感到滿意，但在週邊的設施上應再作加強

故本小組建議：高雄市政府文化局應再更有效的宣傳文化公車，讓本地的居民及各個地區到此來遊玩的旅客，可以利用文化公車來認識當地文化。

而對於各個景點建議應該增加垃圾桶的設立，並且應派人定期定時的打掃清理，並維護環境的衛生與整潔。

肆●引註資料

林忠賢(2005)。休閒農場遊客滿意度之研究。國立中正大學行銷管理研究所：碩士論文。

林忠賢(2005)。休閒農場遊客滿意度之研究。國立中正大學行銷管理研究所：碩士論文。

莊博州(2010)。服務品質、顧客滿意度與行為意圖之探討－以觀光旅館餐飲部門為例。實踐大學企業管理研究所：碩士論文。

吳育東（1999）。多變量統計方法應用於行動電話消費者購買行為與滿意度之研究。成功大學統計學研究所：碩士論文。

陳秋蓁（1995）。航空客運服務品質滿意度之研究。淡江大學國際企業研究所：碩士論文。