

致理技術學院
休閒遊憩管理系
畢業專題

溫泉產業經濟效益及服務品質之研究

專 題 學 生：19723105 吳佩蓉

19723120 簡薇庭

19723124 蔡癸媛

撰

指 導 教 授：張國謙 博士

中 華 民 國 1 0 1 年 4 月



目錄

摘要	2
目錄	3
表次	5
圖次	
第一章 序論	
第一節 研究背景與動機	9
第二節 研究目的	10
第三節 研究範圍	12
一、次級資料面—政府、學術單位角度	
二、實證面—消費者角度	
第四節 流程	13
第二章 文獻探討	
第一節 台灣地區溫泉分部與利用	14
第二節 年度溫泉開發相關政策之經費編列與類型	18
一、2-2-1 六大類型概觀比較	28
二、2-2-2 天災與溫泉開發事件之影響	
三、消費者對觀光溫泉之施政滿意度與服務品質	
第三章 研究方法	
第一節 研究方法概述	30
第二節 研究對象及抽樣方法	
第三節 問卷設計	30
第四節 問卷發放過程	31
第五節 小結	32

第四章 問卷分析	
第一節 三大溫泉地區各題之百分比-----	64
第二節 重視度、滿意度與基本資料交叉分析佔四大類比率-----	67
第三節 綜合比較平均-----	79
第五章 研究結論與建議	
第一節 研究結論-----	82
一、次級資料面-政府、學術單位角度	
二、實證面-消費者角度-----	84
三、次級資料面及實證面之分析-----	85
第二節 小結-----	85
第三節 建議-----	86
附錄-----	87
參考文獻-----	89

表次

表 2-1-1	-----	15
表 2-1-2	-----	18

圖次

圖 1-4 流程圖	-----	13
圖 2-1-1 溫泉分區圖	-----	15
圖 2-1-2 台灣溫泉分佈及溫泉旅館家數統計	-----	17
圖 2-1-3 台灣溫泉分佈及溫泉溫度示意圖		
圖 2-2-1 建設工程類 12 年經費預算分區比率	-----	19
圖 2-2-2 探勘鑿井類 12 年經費預算分區比率	-----	20
圖 2-2-3 規劃開發類 12 年經費預算分區比率	-----	22
圖 2-2-4 溫泉區災害復救類 12 年經費預算分區比率	-----	23
圖 2-2-5 溫泉資訊類 12 年經費預算分區比率	-----	24
圖 2-2-6 溫泉活動與推廣類 12 年經費預算分區比率	-----	27
圖 2-2-7 六大類型 12 年經費預算分區比率及相關事件 綜合比較	-----	29
圖 4-1-1 基本資料-性別	-----	34
圖 4-1-2 基本資料-年齡		
圖 4-1-3 基本資料-教育程度	-----	35
圖 4-1-4 基本資料-職業		
圖 4-1-5 基本資料-個人月收入所得	-----	36
圖 4-1-6 基本資料-受訪者居住地		
圖 4-1-7 基本資料-一起前往的人	-----	37
圖 4-1-8 基本資料-前往此區的主要活動		
圖 4-1-9 基本資料-交通工具	-----	38
圖 4-1-10 第二部分(重視度)-多樣化的溫泉池區	-----	39

圖 4-1-11 第二部分(重視度)-優良的溫泉水質	
圖 4-1-12 第二部分(重視度)-房間設施-----	40
圖 4-1-13 第二部分(重視度)-餐飲美食	
圖 4-1-14 第二部分(重視度)-便利的大眾運輸系統-----	41
圖 4-1-15 第二部分(重視度)-足夠的停車空間	
圖 4-1-16 第二部分(重視度)-周邊具有自然景色-----	42
圖 4-1-17 第二部分(重視度)-環境有完善的規劃	
圖 4-1-18 第二部分(重視度)-整體的安全性-----	43
圖 4-1-19 第二部分(重視度)-具有獨特的風格	
圖 4-1-20 第二部分(重視度)-具有清楚的價目-----	44
圖 4-1-21 第二部分(重視度)-額外收費會先行告知	
圖 4-1-22 第二部分(重視度)-排隊等候時的因應措施-----	45
圖 4-1-23 第二部分(重視度)-提供顧客意見反應的管道	
圖 4-1-24 第二部分(重視度)-員工的服務態度-----	46
圖 4-1-25 第二部分(重視度)-員工的服務效率	
圖 4-1-26 第二部分(重視度)-網站提供清楚的資訊-----	47
圖 4-1-27 第二部分(重視度)-網站容易搜尋	
圖 4-1-28 第二部分(重視度)-能產生身心健康上的聯想-----	48
圖 4-1-29 第二部分(重視度)-能產生情感交流上的聯想	
圖 4-1-30 第二部分(重視度)-能產生娛樂上的聯想-----	49
圖 4-1-31 第二部分(重視度)-能產生休閒與觀光上的聯想	
圖 4-1-32 第二部分(重視度)-能產生人文風俗上的聯想-----	50
圖 4-1-33 第二部分(重視度)-能產生歷史與文化上的聯想	
圖 4-1-34 第二部分(滿意度)-多樣化的溫泉池區-----	51
圖 4-1-35 第二部分(滿意度)-優良的溫泉水質	
圖 4-1-36 第二部分(滿意度)-房間設施-----	52

圖 4-1-37 第二部分(滿意度)-餐飲美食	
圖 4-1-38 第二部分(滿意度)-便利的大眾運輸系統-----	53
圖 4-1-39 第二部分(滿意度)-足夠的停車空間	
圖 4-1-40 第二部分(滿意度)-周邊具有自然景色-----	54
圖 4-1-41 第二部分(滿意度)-環境有完善的規劃	
圖 4-1-42 第二部分(滿意度)-整體的安全性-----	55
圖 4-1-43 第二部分(滿意度)-具有獨特的風格	
圖 4-1-44 第二部分(滿意度)-具有清楚的價目-----	56
圖 4-1-45 第二部分(滿意度)-額外收費會先行告知	
圖 4-1-46 第二部分(滿意度)-排隊等候時的因應措施-----	57
圖 4-1-47 第二部分(滿意度)-提供顧客意見反應的管道	
圖 4-1-48 第二部分(滿意度)-員工的服務態度-----	58
圖 4-1-49 第二部分(滿意度)-員工的服務效率	
圖 4-1-50 第二部分(滿意度)-網站提供清楚的資訊-----	59
圖 4-1-51 第二部分(滿意度)-網站容易搜尋	
圖 4-1-52 第二部分(滿意度)-能產生身心健康上的聯想-----	60
圖 4-1-53 第二部分(滿意度)-能產生情感交流上的聯想	
圖 4-1-54 第二部分(滿意度)-能產生娛樂上的聯想-----	61
圖 4-1-55 第二部分(滿意度)-能產生休閒與觀光上的聯想	
圖 4-1-56 第二部分(滿意度)-能產生人文風俗上的聯想-----	62
圖 4-1-57 第二部分(滿意度)-能產生歷史與文化上的聯想	
圖 4-1-58 第二部分(滿意度)-整體滿意度-----	63
圖 4-1-59 問卷第二部份題目平均重視度與滿意度比較圖-----	64
圖 4-1-60 第三部分-消費者認知-----	65
圖 4-1-61 第三部分-消費者考量	
圖 4-1-62 第三部分-消費者重遊意願-----	66

圖 4-2-1 性別估四大類問題重視度的比較-----	69
圖 4-2-2 年齡估四大類問題重視度的比較	
圖 4-2-3 育程度估四大類問題重視度的比較-----	70
圖 4-2-4 職業估四大類問題重視度的比較	
圖 4-2-5 個人月收入所得估四大類問題重視度的比較-----	71
圖 4-2-6 受訪者居住地估四大類問題重視度的比較	
圖 4-2-7 和您一起前往此溫泉地區的人估四大類問題重視度的比較-----	72
圖 4-2-8 前往此溫泉地區的主要活動項目估四大類問題重視度的比較	
圖 4-2-9 前往此溫泉地區的交通工具估四大類問題重視度的比較-----	73
圖 4-2-10 性別估四大類問題滿意度的比較-----	74
圖 4-2-11 年齡估四大類問題滿意度的比較	
圖 4-2-12 教育程度估四大類問題滿意度的比較-----	75
圖 4-2-13 職業估四大類問題滿意度的比較	
圖 4-2-14 個人月收入所得估四大類問題滿意度的比較-----	76
圖 4-2-15 受訪者居住地估四大類問題滿意度的比較	
圖 4-2-16 和您一起前往此溫泉地區的人估四大類問題滿意度的比較-----	77
圖 4-2-17 前往此溫泉地區的主要活動項目估四大類問題滿意度的比較	
圖 4-2-18 前往此溫泉地區的交通工具估四大類問題滿意度的比較-----	78
圖 4-3-1 四大類綜合平均與消費者忠誠度、滿意度比較圖-----	81