

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

越南遊樂園的服務品質與遊憩吸引力之研究—以越南芽莊的
Vinpearl Land 為例

The Study on the Service Quality and Attractive Elements for
Visitors of Vietnam Amusement Park--Vinpearl Land in Nha
Trang, Vietnam as an Example

武金妝

Vo Kim Trang

指導教授：莊鎧溫 博士

Advisor: Kai-Wayne Chuang, Ph.D.

中華民國 111 年 1 月

January 2022

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

越南遊樂園的服務品質與遊憩吸引力之研究-以越南芽
莊的 Vinpearl Land 為例

The Study On The Service Quality And Attractive
Elements For Visitors Of Vietnam Amusement Park -
Vinpearl Land in Nha Trang, Vietnam as an example

研究生：武金妝

經考試合格特此證明

口試委員：莊鎧溫

林健男

于健

指導教授：莊鎧溫

系主任(所長)：

許澤宇

口試日期：中華民國110年6月22日

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

110 學年度第一學期碩士學位論文摘要

論文題目：越南遊樂園的服務品質與遊憩吸引力之研究—以越南芽莊的 Vinpearl Land 為例

研究生：武金妝

指導教授：莊鎧溫 博士

論文摘要內容：

隨著旅遊業的蓬勃發展、越南芽莊的 Vinpearl Land 是很成功的新旅遊模型、就是遊樂園與避暑勝地的合并模型、讓年輕人可以玩開心而大人可以放鬆精神滿足遊客的旅遊目的。本研究之主要是探討越南芽莊的 Vinpearl Land 景區體驗旅程之遊客、感受觀光旅程後對於芽莊的 Vinpearl Land 當地所提供各項設施與服務之期待與表現之落差情形及影響因素分析，以了解遊客對各項服務品質是否需要再做進一步的改善、以遊客的角度來看，對於服務品質期待及表現看法與服務品質間的變數關係及影響。

本研究問卷以芽莊的 Vinpearl Land 服務品質與遊憩吸引力為主構面，採便利抽樣問卷調查方式由發放問卷380份回收有效問卷350份。資料分析採用敘述性統計及重要度-表現分析法。(Importance -Performance Analysis, 簡稱IPA) 本研究結果發現要加強改善的是「芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取」、「遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂」、以提供國內的觀光相關產業參考。

關鍵詞：越南遊樂園、服務品質、遊憩吸引力



Title of Thesis: The Study on the Service Quality and Attractive Elements for Visitors of Vietnam Amusement Park--Vinpearl Land in Nha Trang, Vietnam as an Example

Name of Institute: Master Program in Tourism Management, Department of Tourism Management, Nanhua University

Graduate Date: January 2022 **Degree Conferred: M. S.**

Name of Student: VO KIM TRANG

Advisor: Kai-Wayne Chuang, Ph.D.

ABSTRACT

With the rapid development of the Tourism, Vietnam Amusement Park - Vinpearl Land is a very successful in new tourism model, which is a combined of amusement park and resort. The main purpose of this research is to explore the experience of tourists in the Vinpearl Land, the analysis of the drop in the expectations and performance of the various facilities and services provided by the Vinpearl Land in Nha Trang and the influencing factors after experiencing the sightseeing journey. To understand whether tourists need to further improve the quality of various services, from the perspective of tourists, the variable relationship and influence between service quality expectations and performance views.

As the main aspect of this thesis, customer service and Attractive Elements for Visitors of Vinpearl Land are considered. The total number of questionnaires was 380 and valid questionnaires were 350. The data analysis method used is narrative statistics and the Importance-Performance Analysis (IPA). As a result, we conclude that “Tourist information and promotional materials at the Vinpearl Land Service Center in Nha Trang are easy to obtain” and “The guide manual of the amusement park service center is sufficient and clear and easy to understand” are several items that need improvement. It can be used by the tourism industry as a reference.

Keyword: Vietnam Amusement Park, Service Quality, Attractive Elements for Visitors, Vinpearl Land, IPA



目錄

論文摘要內容.....	i
ABSTRACT.....	iii
目錄.....	v
圖目錄.....	viii
表目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究對象與範圍.....	3
1.4 研究流程.....	3
第二章 文獻探討.....	4
2.1 介紹芽莊 Vinpearl Land.....	4
2.2 服務品質與遊憩吸引力之相關文獻探討.....	9
2.2.1 服務品質之定義.....	9
2.2.2 遊憩吸引力之定義.....	10
2.3 重要度－表現度分析法.....	12

第三章 研究方法.....	14
3.1 研究架構.....	14
3.2 研究假設.....	14
3.3 研究設計與問卷設計.....	14
3.4 資料處理與分析方法.....	17
3.5 預試結果.....	18
第四章 資料分析與結果.....	19
4.1 信度分析.....	19
4.2 敘述性分析.....	25
4.2.1. 人口統計變項結果分析.....	25
4.2.2 獨立樣本 t 檢定.....	28
4.2.3 單因子變異數分析.....	30
4.2.4. 構面及各題問項結果分析.....	44
4.3. IPA 分析.....	49
第五章 結論與建議.....	55
5.1 結論.....	55

5.2 建議.....	58
參考文獻.....	59
附件一：正式問卷（中文版）.....	62
附件二：正式問卷（越南版）.....	66



圖目錄

圖 1：芽莊的環境	2
圖 2：聖誕老人樂園（1946）	4
圖 3：迪士尼樂園（1955）	5
圖 4：遊樂園的地圖	6
圖 5：芽莊 Vinpearl Land 的景點	7
圖 6：IPA (Importance-Performance Analysis)	13
圖 7：芽莊 Vinpearl Land 服務品質 IPA	50
圖 8：芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力 IPA	53

表目錄

表 2.1：Vinpearl Land 的纜車門票.....	8
表 3.1：Vinpearl Land 的服務品質設計量表	15
表 3.2： Vinpearl Land 的遊憩吸引力設計量表.....	16
表 3.3 克隆巴赫係數值代表意義	17
表 3.4 問卷服務品質信度的預試版.....	18
表 4.1 Vinpearl Land 服務品質構面 Cronbach's α 係數表.....	19
表 4.2 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面 Cronbach's α 係數表.....	21
表 4.3 Vinpearl Land 服務品質驗證性因素分析表.....	22
表 4.4 Vinpearl Land 遊憩吸引力驗證性因素分析表.....	23
表 4.5 Vinpearl Land 服務品質構面區別效度表.....	24
表 4.6 Vinpearl Land 遊憩吸引力區別效度表.....	25
表 4.7 Vinpearl Land 人口統計變數分析表.....	26
表 4.8 性別對 Vinpearl Land 服務品質構面差異分析.....	28
表 4.9 性別對 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面差異分析.....	28
表 4.10 婚姻狀況對 Vinpearl Land 服務品質構面差異分析.....	29

表 4.11 婚姻狀況對 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面差異分析.....	30
表 4.12 人口統計變項對服務品質及遊憩吸引力構面變異數同質性檢定...	30
表 4.13 年齡對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析.....	31
表 4.14 年齡對服務品質 LSD 法事後檢定表	32
表 4.15 教育程度對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析.....	33
表 4.16 教育程度對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定表	34
表 4.17 職業對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析.....	36
表 4.18 職業對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定表	38
表 4.19 平均月收入（越幣）對服務品質遊憩吸引力之變異數分析	40
表 4.20 平均月收入（越幣）對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定 表	41
表 4.21. 服務品質構面及問項敘述統計分析表（灰底代表重要度量值）	44
表 4.22. 遊憩吸引力構面及問項敘述統計分析表（灰底代表重要度量值）..	47
表 4.23. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面題項對照表	50
表 4.24. 芽莊 Vinpearl Land 服務品質之問項落點歸納	51
表 4.25. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面題項對照表	53
表 4.26. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力之問項落點歸納	54

第一章 緒論

1.1 研究動機

越南是有54民族所以有文化多元，美食豐富，還加上地理位置優越，是與柬埔寨，泰國，老撾，中國等靠近所以很適合國內旅遊發展。根據越南國家旅遊局的數據，2020年，越南的旅遊業將吸引11-12百萬國際遊客和40-45國內遊客，總收入為18-20百萬美元。特別是芽莊又有地理位置優越，又有許多很美的風景是很吸引遊客。

慶和省芽莊市是越南其中之一的最美的海邊城市，氣候溫和，景點眾多，加上獨特的節日和友善的人們。芽莊市也是越南很重要的旅遊中心，老天給它整潔的沙灘和常年溫和的海水。在城市和沿海島嶼上，有多個度假勝地，例如是 Vinpearl Land，Diamond Bay 和 Ana Mandara 以及娛樂和水上公園。芽莊可能最美麗的街道是沿着海邊的陳福街，有時也被稱為越南的太平洋海岸公路。芽莊是在香港開始的年度遊艇比賽的中途停留地。近年來，這座城市迎來了許多五星級海上航行。除帆船比賽外，芽莊還為遊客提供多種旅遊活動。客人可以參加跳島遊，潛水，水上運動和其他體育活動。所以這裏的旅遊也很發展、他也是一個很紅的景點吸引了很多遊客。（芽莊2020）



圖 1：芽莊的環境

(https://en.wikipedia.org/wiki/Nha_Trang)

旅遊業越來越發展的模型越來越多，不單純只是看看風情，享受當地的美食，而對於遊樂園與避暑勝地的合并模型是在越南很成功的旅遊模型其中之一。於 Vinpearl Land 的個案，Vingroup 集團的“Vinpearl Land”項目為這種旅遊模型創造了極高的聲譽。Vinpearl Land 的項目廣泛分佈在越南旅遊區比如是富國，芽莊，芹苴。。。可是芽莊 Vinpearl Land 是最受歡迎，因為它是很早進行這種旅遊模型的其中之一，並他在獨立一個島，位置很特別。所以這本研究的目的是想知道遊客對芽莊 Vinpearl Land 體驗旅遊過程中對當地服務品質的期待與表現的落差程度。遊客來風景區當地所提供資訊服務、食宿購物、設施與便利性服務、從遊客旅遊過的角度來看，對於服務品質期待及表現看法，那些遊客滿意還是不滿意，而可以及时进行修复。因此本研究希望可以確認出了芽莊 Vinpearl Land 未來之發展方向、以供觀光相關產業參考，並提供業者與設計者參考。

1.2 研究目的

- 一、描述遊客對 Vinpearl Land 風景區的服務質量與結果的差異。
- 二、描述遊客對 Vinpearl Land 風景區的遊憩吸引力與結果的差異。
- 三、分析結果出來後本研究希望可以確認出了芽莊 Vinpearl Land 未來之發展方向、以供觀光相關產業參考，並提供業者與設計者參考。

1.3 研究對象與範圍

本研究確認研究動機與目的後，開始收集和研究與研究目的中所述的與旅遊服務質及旅遊和遊憩吸引力有關的文獻資料，根據研究主題，目的和框架設計問卷並進行實證研究，包括問卷調查。研究調查對象以來芽莊 Vinpearl Land 進行旅遊活動的遊客之為主。

1.4 研究流程

本研究流程分為五章和五個部分依序進行，該流程總結如下：

1. 探討了研究主題，動機與目的。
2. 根據研究主題，確定研究對象，範圍與方式及流程。
3. 把相關文獻探討回顧資料，研究主題及目的了解相關的變項定義及問卷設計的量表。然後依據文獻探討、歸納及分析合適研究目的量表設計問卷然後正式問卷的發放與回收。
4. 將問卷結果加以整理、利用 SPSS 分析進行資料得到調查的結果。
5. 結果和改進建議。

第二章 文獻探討

2.1 介紹芽莊 Vinpearl Land

遊樂園是各種遊樂設施各種景點為特色的公園，例如遊樂設施和遊戲，以及旨在娛樂遊客的活動。遊樂園與臨時和移動遊樂場和嘉年華不同，遊樂園是固定的，專為長期運營而建造。它們比城市公園和遊樂場更精緻，適合各種年齡的景點。遊樂園由歐洲的集市、遊樂園、大型野餐區演變而來，是為人們休閒娛樂而創造的。世界博覽會和其他類型的國際博覽會也影響了遊樂園行業的興起。康彭斯湖於 1846 年開放，被認為是北美最古老、持續運營的遊樂園。第一個主題公園出現在 20 世紀中葉，分別是 1946 年聖誕老人樂園、1949 年聖誕老人工作室和 1955 年迪士尼樂園的開放。



圖 2：聖誕老人樂園（1946）

(https://en.wikipedia.org/wiki/Amusement_park#cite_note-Adams-2)



圖 3：迪士尼樂園（1955）

(https://en.wikipedia.org/wiki/Amusement_park#cite_note-Adams-2)

越南的旅遊業越來越發展，所以遊樂園的模型也是在越南很受歡迎、加上芽莊是越南最發張的旅遊業所以Vingroup集團決定要發張一個遊樂園與避暑勝地的合并模型。他們看到芽莊的優點就是有很多小島，所以選了一個很特別很美的玉島是竹島之2006年成立了 Vinpearl Land、是越南豪華避暑勝地其中之一。於新的旅遊模型就是遊樂園與避暑勝地的合并模型是在越南很成功的。

遊樂園的總面積 20 萬平方米、分為5個遊樂區域：戶外遊樂設施，室內遊戲區，水上樂園，水族館，音樂表演區。遊樂園的設施很豐富得到任何年齡的客戶要求、從小朋友的遊戲到驚險遊戲都讓客人很開心的玩。至於避暑勝地的方面、自然的美景加上人造風景、Vinpearl Land 變成一個很美麗又現代又古典的地方。這裏的酒店算是越南很好的其中之

一。客戶服務很不錯、只要在這裏訂房就可全力使用這裏的服務包裹遊樂園的機票。



圖 4：遊樂園的地圖

(https://nhatrangbooking.com.vn/ve-vinpearl-nha-trang-p_3)



圖 5：芽莊 Vinpearl Land 的景點

(<https://www.chudu24.com/thongtindulich/2018/04/02/den-vinpearl-nha-trang-check-vinpearl-land-khu-giai-tri-chiem-tron-hon-dao-hot-nhat-nha-trang/>)

因為芽莊 Vinpearl Land 有特別的位置，所以 Vingroup 集團給客人也是滿多的選著如下：

- 第一個方法是受很多人家的歡迎就是做纜車。為了客戶得到最好的服務、Vingroup 集團做了跨海缆车路线。這裏的纜車是越南最長的纜車路線于 2006 年4月开始建设，并于2007年3月 10 日开放。纜車全長 3.32 km、最高點為 54 m、平均高度是海拔45m。於47個8座座艙確保了運輸的平穩性，可將減少時間至9分鐘20秒、並且可以在7級風力條件下運行，所以至

於安全的問題遊客可以百分之一相信（Vinpearl Land 2020）。所以我覺得客人做這個攔著客人不會吃虧以為一趟（來回）的纜車已經包裹門票。

表 2.1：Vinpearl Land 的纜車門票

門票	>1,4m	1m-1,4m	<1m
遊樂園跟一趟 （來回）的纜 車	\$1,100 NT	\$1,000 NT	免費
遊樂園跟一趟 （來或回）的 纜車	\$1,000 NT	\$900 NT	免費

資料來源：本研究整理

- 第二個方法就是做船。每一半個小時會有一班、一只船可以做30個人、要做10-12分鐘才可以到如果你喜歡海邊的風景可以考慮做這個船。價格大概：\$1,400NT一個人。
- 第三個方法就是做快艇。這個方法適合家庭或者朋友要私空間，因為快艇只能做5個人左右而要做7-10分鐘也是滿快的。價格大概1,400 NT左右。

Vinpearl Land 為您提供多種選擇，例如美食廣場，快餐連鎖店，餐館，咖啡館和酒吧。在這裏的餐廳，您可以輕鬆找到許多美味的越南菜餚。如果您不喜歡越南菜，那麼風和海餐廳（Wind & Sea）專營海鮮美食；BBQ Express 餐廳擅長烹製來自俄羅斯和德國餐廳的傳統燒烤菜餚。根據您的風格，您甚至可以選擇豪

華的餐廳，或者在露天庭院露台上浪漫的海灘上放鬆身心，您可以悠閒地享用由專業廚師準備的美味佳餚。

在芽莊 Vinpearl Land 度過一個夜晚，為什麼不呢？芽莊 Vinpearl Land 酒店不僅擁有遊樂園，還擁有五星級的度假勝地，擁有豐富的現代化設施。度假村與遊樂園相連，在您預訂住宿時會更加方便。Vingroup 集團在竹島上建造了不同種類的度假村，具體取決於位置，參考對象和規模，價格會有所不同。您可以預訂 Vinpearl Land Nha Trang 酒店系統的客房，例如 Vinpearl Nha Trang Bay Resort and Spa，Vinpearl Nha Trang 度假村，Vinpearl Golf Land Nha Trang，長灘 Vinpearl Resort and Spa。在 Vinpearl Land 享受豪華住宿和頂級服務，這是您永遠不會忘記的難忘發現！

2.2 服務品質與遊憩吸引力之相關文獻探討

本章節主要的討論是對服務品質、及遊憩吸引力等兩大構面之相關理論，應當對相關文獻內容進行回顧，並作為本研究的理論基礎進行整合，對維度的定義和相關文獻進行討論。

2.2.1 服務品質之定義

服務質量是一種抽象的概念、一個相當複雜的主題、服務是服務業的物質產品包括服務和有形服務兩部分組成。Oliver (1981) 有提出的態度 (attitude) 為相對持久的情感指導。從 Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) 提出「服務質量」概念 (簡稱服務質量概念概念)，到 1988 年發展完成「服務品質」量表-SERVQUAL，經過大量歷經多年的驗證及

Parasuraman et al (1991) 的修正，讓 SERVQUAL 量表「服務質量」的重要工具就是分為 5 個構面：可靠性、回應性、確實性、關懷性與有形性。

Mitre (1993) 付與服務質量有本質就是服務人員的性格、服務相同的名字、即時、服務環境之、一起的感覺為「顧客是服務質量的」顧客的觀點提供的服務才能滿足顧客的需求。本研究提供了不同的理論提出的服務質量定義的摘要。到 1984 年 Gronroos 提出了服務

質量分為技術質量，功能質量和形象形象。Kotler (1999) 學者有通過提供給個人或個人的任何發表活動或任何利益就是來提供服務。服務是一種理論的、它是能夠的，不能被擁有，特別需要與物理相關聯、優質的服務對象公司滿足客戶需求的條件。Brady&Cronin Jr. (2001) 在服務過程中，客戶能夠評估服務提供商的多級性能。在 2002 年遊宗仁學者又提出消費者在接受服務之前的期望與實際接受的服務之間的差異決定了服務質量的水平。吳政謀 (2005) 服務質量是一種非客觀的判斷方法，其中大部分是由客戶確定的，並且基於客戶需求與實際收到的東西之間的關係。李坤哲 (2006) 根據客戶的主觀意識，客戶對服務質量的感知會轉化為對服務提供商的態度響應。最後是於 2008 年潘沛彤學者有提供消費者對服務質量的主觀和長期積累比任何客觀評估都更為重要，這是企業吸引消費者並與他們保持長期關係的重要因素。

本研究主題為遊客對芽莊珍珠園的服務質量之研究其服務質量之構成要素與根據歷史文獻相關資料並以相關理論基礎概念發酵整理修改以採用芽莊珍珠園風景區遊客對區內服務品質體驗測。

2.2.2 遊憩吸引力之定義

范江群勳（2003）在一項研究中發現、引誘是當主體向客體發送某種類型的信息時，它可以使該主體主動行動並採取使自己滿意的行動。旅遊目的地擁有獨特的旅遊和休閒資源，使遊客從事觀光和休閒活動。自於自然事物及人類創造之事物被認為是吸引力的來源、根據 Getz（1991）的說法，吸引力是衡量吸引力的相對強度的量度、除了有形和無形的方面，在身體和心理方面，還有誘惑，人們去接近的吸引力。於 1998 年在一項研究、劉修祥提出認為旅遊的誘因可以分為 1.生理的、2 文化的、3.人際的、4.地位與威望等誘因。

本研究總結了不同學者給出的吸引力的定義比如是 Lew（1987）對於遊客吸引力的景點是由景觀(Landscape)，參與(Participate)，回記(Remember)以及能夠使遊客滿意的服務和設施組成。Gunn（1988）為了增加吸引力，人們必須能夠吸引人們去觀光或為他們提供觀光活動的機會（活動）。於吸引力的事物分成 1.自然吸引物 (natural attractions)是自然環境、2.文化吸引物 (cultural attractions)為人文活動、3. 特殊吸引物 (special types of attractions)是人造的產物（Inskeep，1991）。於 1993 年、胡和里奇可以通過大眾對特殊假期的感覺，觀點和對各個目的地的興趣以及他們對各個目的地的興趣來吸引遊客的興趣。高玉娟（1995）吸引力使遊客對目的地產生了興趣，並以無形的力量吸引了遊客。Gun and Va（2002）觀光以景點為中心、除了吸引遊客的旅遊市場外，吸引力也

已成為主要因素。於 2008 年、高玉娟（1995）吸引力使遊客對目的地產生了興趣，並以無形的力量吸引了遊客。Gun and Va（2002）觀光以景點為中心、除了吸引遊客的旅遊市場外，吸引力也已成爲主要因素。

從上述國內外資料來看，吸引遊客到目的地的因素是不同的，但是學者們認爲吸引遊客的主要因素是目的地的自然，文化和建築特徵。本研究的遊憩吸引力的定義是：去旅遊目的地體驗自然，人力資源和人造設施，使身體，思想和靈魂融爲一體。

2.3 重要度—表現度分析法

重要度—表現度分析法（Importance-Performance Analysis – IPA 分析）第一人提出是由 Martilla and James (1977) 在使用分析機車產業品屬性的研究中出來的。對產品或服務各屬性所認定出來的重要度和品質績效表現度之優先排序的測量方法。採用二維矩陣區分不同問項變數的平均數相對位置，分析其關聯性，進一步提出實用性建議與特定品質屬性的策略應用，主要的作法是將重要程度與表現水準的平均分數分成水平軸與垂直軸，繪製成二維矩陣圖（廖時興，2018）。Hollenhorst et al. (1992) 認爲以 IPA 的重視程度與表現水準之總平均 (Overall Mean) 作爲 IPA 二維矩陣座標軸的分隔點(即原點)，品質屬性的分佈情況將更具判斷力(許庭瑄，2019)。因此，本研究將採用修正過後的 IPA、以重視程度與表現水準之總平均值及各問項平均得分標準化後、畫出二維矩陣區的垂直軸與水平軸，區分爲四個象限：(1)象限 I：即「繼續保持區」，此象限代表遊客高度重視且表現水準良好的區域，應繼續加以維持 (Keep up the Good Work)，是值得推廣宣傳的優勢區。(2)象限 II：即「加強改善焦點區」，此象限是遊客重視但表現水準未達到預期，落於此象限的題項屬性具備未來發展的決定性關鍵因素，故需投入較多資源全力優先改

善(Concentrate Here)，提升遊客認同滿意度。(3)象限III：即「次要改善區」，此象限是遊客不重視且表現不佳，在資源有限下，先改善象限II後再改善 (Low Priority) 此區域的缺失。(4)象限IV：即「供給過度區」，此象限是遊客不重視但卻有極佳的表現，對網站資訊現狀的重要性不大，不需過份強調 (Possible Overkill) 資源的投入、稱為「品質過剩區」。分出四種項象限後將各種芬因子標出點圖，視其所坐落的象限可得到各種資源分配的優先次序與選擇，優點是選擇方案視覺化更容易做出判斷。



圖 6：IPA (Importance-Performance Analysis)

資料來源：本研究整理

第三章 研究方法

3.1 研究架構

這研究設計的研究對象為有完成旅遊過芽莊 Vinpearl Land 的遊客為填寫問卷對象、針對「服務品質」三個構面是：資訊服務、設施與便利性、食宿購物與針對「遊憩吸引力」兩個構面是：附加價值、之我成長來設計問卷問題，調查每題問項的期待值與表現值，分析人口統計變數了解遊客型態對服務品質的影響。以IPA重要度與表現度水準分析法了解遊客對芽莊 Vinpearl Land 期待值與表現水準之落差程度，並加以討論。

3.2 研究假設

本研究根據文獻探討、芽莊 Vinpearl Land 于服務品質及遊憩吸引力相關之研究進相關研究假設，整理如下：

H1：人口統計變項對於 Vinpearl Land 風景區的服務質量的差異

H2：人口統計變項對於 Vinpearl Land 風景區遊憩吸引力的差異

3.3 研究設計與問卷設計

本研究採用便利抽樣方式實施問卷發放，問卷編製則依據「芽莊 Vinpearl Land 服務品質量測 e-SERVQUAL 觀點」並以相應理論為基礎概念加以整理修正以採用符合芽莊 Vinpearl Land 風景區遊客對區內服務品質體驗測試面對的情況，修改問項用詞符合芽莊 Vinpearl Land 服務品質使用狀況，並捨棄不合用的題項，故此問卷具文獻效度。

本研究預試問卷設計採用李克特量表五點尺度 (Likert scale) 五點量表為衡量芽莊 Vinpearl Land 景區受測遊客對服務品質之重要度與表現度。從1分(很不重要)到5分(非常重要)或1分(很不認同)到5分(很認同)

共區分5點尺度。請根據個人的感受填寫最合適的答案。將 Vinpearl Land 的服務品質及遊憩吸引力設計量表題項整理如表3.1與表3.2。

表 3.1：Vinpearl Land 的服務品質設計量表

構面	問項內容	參考文獻來源	
資訊服務	1.芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的 旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取	李坤鴻(2007)、吳秉榮 (2009)、許哲瑋(2013)	
	2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且 清楚易懂		
	3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表 合適		
	4.遊樂園服務中心服務人員態度親切 且能樂意協助遊客		
	5.遊樂園的人員很熱情，服務態度很 好		
設施與 便利性	6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站 滿足要求		
	7. 遊樂園的環境設施乾淨整潔		
	8.遊樂園的機器質量很好，讓旅遊客 有安全感		
	9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方 便與數量足遊樂園的環境設施乾淨 整潔		
	10.遊樂園的交通方式很方便		

食宿購物	11.遊樂園的門票價格合理（已含纜車或船票）與飯店的價格也是合理	
	12.飯店的服務很好，滿足客戶的要求	
	13.遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適	
	14.遊樂園與飯店很常一起做活動給客人折扣	

資料來源：本研究整理

表 3.2: Vinpearl Land 的遊憩吸引力設計量表

構面	問項內容	參考文獻來源
附加價值	15.遊樂園適合家庭和親朋好友	李坤鴻(2007)、吳秉榮(2009)、許哲瑋(2013)
	16.遊樂園讓人感覺寧靜與舒適	
	17.遊樂園的纜車是越南最長纜車路線	
	18.遊樂園獨特的地理景觀	
	19.有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）	
自我成長	20. 遊樂園景觀設計很吸引我	
	21. 遊樂園攤位多元且豐富	
	22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好	
	23. 遊樂園景觀設施多樣化	

資料來源：本研究整理

預計回收有效問卷100份以上，再做信度分析抽掉信度極低的問卷後，再計算所需正式問卷樣本數。問卷施測收回後再使用SPSS v22.0統計軟體進行分析，分析內容為信度分析、敘述性統計分析、IPA分析。

3.4 資料處理與分析方法

本研究採用SPSS v22.0套裝軟體進行資料處理，以下列統計方法分析問卷：

- 信度分析：是測量問卷題項是否受到信賴的指標，能評估量表的可靠程度，亦即在檢定問卷量表的一致性及穩定性。為了瞭解問卷的可靠性及有效性通常需要信度分析。一個量表的信度越高代表量表的穩定性高。

表 3.3 克隆巴赫係數值代表意義

克隆巴赫係數	內部一致性
Cronbach's $\alpha \geq 0.9$	極好
$0.9 > \text{Cronbach's } \alpha \geq 0.8$	好
$0.8 > \text{Cronbach's } \alpha \geq 0.7$	可接受
$0.7 > \text{Cronbach's } \alpha \geq 0.6$	可疑
$0.6 > \text{Cronbach's } \alpha \geq 0.5$	差
$0.5 > \text{Cronbach's } \alpha$	不可接受

資料來源：George,D.,& Mallery, p. (2003)

敘述性分析：分析出問卷的平均數、標準差、最大值、最小值，了解問卷在各個變項中的分布情形，藉以了解樣本資料的結構。本研究針對旅

遊過芽莊 Vinpearl Land 的人口統計變數問項，進行敘述性統計分析整理，內容包含次數分配與百分比表。

- IPA分析：主要針對芽莊 Vinpearl Land 遊客對常用的旅遊之各服務品質構面問項的重要度與表現度進行分析。將這些題項的平均數及總平均數標準化後標示在，以表現度為橫軸，重要度為縱軸的二維空間中。

3.5 預試結果

本研究之預式問卷採便利抽樣方式進行，自 2020/07/10 至 2020/09/01 止共回收 70 份問卷，扣除未Vinpearl Land旅遊的及每題填答相同的無效問卷，有效問卷有 60份，經過信度分析 Cronbach's α 係數為 $0.854 > 0.6$ ，故此預式問卷具信度。預試問卷問項平均變異數約 0.8，需取得問卷樣本數在 400 份以上，故本研究正式問卷以便利抽樣方式共蒐集了 380 份問卷，扣除未去芽莊的Vinpearl Land旅遊的及過分答題問卷後，共得有效問卷 350 份。問卷服務品質信度的預試版如表 3.4。

表 3.4 問卷服務品質信度的預試版

構面	Cronbach's α		整體信度
	重視度	表現度	
服務品質	0,897	0,911	0,854
遊憩吸引力	0,869	0,811	

資料來源：本研究整理

第四章 資料分析與結果

本研究之預試問卷採便利抽樣方式進行，自2020/09/07至2020/12/01止共380份問，扣除未去過芽莊 Vinpearl Land 無效問卷，有效問卷有350份，經過信度分析 Cronbach's α 係數為 >0.6 ，故此預試問卷具信度、以下為預試問卷之資料分析與結果。

4.1 信度分析

本研究整理本研究在進行網站服務品質模式分析前，為檢驗問卷量表信度，使用 Cronbach's α 係數指標衡量問卷是否符合內部的一致性程度。本研究預測問卷服務品質構面的衡量變項的 Cronbach's α 值均超過 0.7，並介於 0.7 至 0.906 間，顯示問卷各變項具備高度的一致性信度。

表 4.1 Vinpearl Land 服務品質構面 Cronbach's α 係數表

	問項內容	Cronbach's α	
		重要度	表現度
資訊服務	1.芽莊的Vinpearl Land服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取	0.836	0.700
	2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂		
	3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適		
	4.遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客		
	5.遊樂園的人員很熱情，服務態度		

	很好		
設施與 便利性	6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息 站滿足要求	0.906	0.812
	7.遊樂園的環境設施乾淨整潔		
	8.遊樂園的機器質量很好，讓旅遊 客有安全感		
	9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用 方便與數量足遊樂園的環境設施乾 淨整潔		
	10.遊樂園的交通方式很方便		
食宿購物	11.遊樂園的門票價格合理（已含 纜車或船票）與飯店的價格也是合 理	0.881	0.881
	12.飯店的服務很好，滿足客戶的 要求		
	13.遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒 適		
	14.遊樂園與飯店很常一起做活動 給客人折扣		

資料來源：本研究整理

本研究預測問卷遊憩吸引力構面的衡量變項的 Cronbach's α 值均超過 0.6，並介於 0.622 至 0.894 間，顯示問卷各變項具備高度的一致性信度。

表 4.2 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面 Cronbach's α 係數表

構面	問項內容	Cronbach's α	
		重要度	表現度
附加價值	15.遊樂園適合家庭和親朋好友	0.622	0.758
	16.遊樂園讓人感覺寧靜與舒適		
	17.遊樂園的纜車是越南最長纜車 路線		
	18.遊樂園獨特的地理景觀		
	19.有多種娛樂形式（遊樂設施， 遊樂划水，水宮，...）		
自我成長	20.遊樂園景觀設計很吸引我	0.894	0.624
	21. 遊樂園攤位多元且豐富		
	22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好		
	23.遊樂園景觀設施多樣化		

資料來源：本研究整理

在以驗證因素性分析(CFA)來檢驗問卷建構性度。建構性效度的檢驗標準為各問項的因素負荷量大於0.5，且各個子構面的解釋變異高於50%，代表問卷子構面具有良好的收效度。檢驗如表4.5及表4.6所示，本研究的問項其因素負荷量節大於0.5以上，除了第一個問題是0.443而已，且個子構面的解釋變異術也高於50%以上，表示本問卷問項具有良好的收斂效度，且各個子構面的問項對該構面的解釋力良好

表 4.3 Vinpearl Land 服務品質驗證性因素分析表

構面	問項內容	因素	解釋
		負荷量	變異數量%
資訊服務	1.芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取	0,443	50.891
	2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂	0,530	
	3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適	0,785	
	4.遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客	0,856	
	5.遊樂園的人員很熱情，服務態度很好	0,847	
設施與便利性	6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求	0,818	63.653
	7. 遊樂園的環境設施乾淨整潔	0,845	
	8.遊樂園的機器質量很好，讓旅客有安全感	0,871	
	9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方便與數量足遊樂園的環境設施乾淨整潔	0,850	
	10.遊樂園的交通方式很方便	0,565	

食宿購物	11.遊樂園的門票價格合理（已含纜車或船票）與飯店的價格也是合理	0,842	73.972
	12.飯店的服務很好，滿足客戶的要求	0,864	
	13.遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適	0,861	
	14.遊樂園與飯店很常一起做活動給客人折扣	0,873	

表 4.4 Vinpearl Land 遊憩吸引力驗證性因素分析表

構面	問項內容	因素	解釋
		負荷量	變異數量%
附加價值	15.遊樂園適合家庭和親朋好友	0,772	66.560
	16. 遊樂園讓人感覺寧靜與舒適	0,779	
	17.遊樂園的纜車是越南最長纜車路線	0,821	
	18.遊樂園獨特的地理景觀	0,848	
	19.有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）	0,856	
自我成長	20.遊樂園景觀設計很吸引我	0,867	70.775
	21. 遊樂園攤位多元且豐富	0,849	
	22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好	0,815	

	23.遊樂園景觀設施多樣化	0,834	
--	---------------	-------	--

資料來源：本研究整理

一個測試的區別效度是指兩個方面的測量，進行相關分析結果，若其當相關性非常低，該特徵表示相關分析後兩個不同方面之間的區分效度（吳萬益、林清河，2002）。本研究參考 Hair et al. (1998) 按照上述的描述並，不同方面之間的相關係數應小於平均解釋變異 (AVE) 之平方根。

由表 4.5 可以看出來本研究 Vinpearl Land 服務品質所有的構面之平均解釋變異量的平方根值皆介於 0.713~0.866，均大於各構面間的相關係數，因此顯示本量表具有區別效度。

表 4.5 Vinpearl Land 服務品質構面區別效度表

	資訊服務	食宿購物	設施與便利性
資訊服務	0.713		
食宿購物	0.680	0.796	
設施與便利性	0.593	0.775	0.860

註 1:灰底之質為此前在變數之平均解釋變異量之平方根 (AVE)

註 2:白底之質為兩個不同變數間之 Pearson。

資料來源:本研究整理

按著上述之描述，表 4.6 Vinpearl Land 遊憩吸引力各構面之平均解釋變異量之平方根(AVE)介於 0.815~0.841，均大於各構面間的相關係數，表示本量表具有區別效度。

表 4.6 Vinpearl Land 遊憩吸引力區別效度表

	附加價值	自我成長
附加價值	0.815	
自我成長	0.812	0.841

註 1: 灰底之質為此前在變數之平均解釋變異量之平方根 (AVE)

註 2: 白底之質為兩個不同變數間之 Pearson。

資料來源:本研究整理

4.2 敘述性分析

4.2.1. 人口統計變項結果分析

本研究收集總共有380份問卷、350份是有效涵蓋、之人口統計變項計有「性別」、「年齡」、「教育程度」、「結婚情況」、「職業」、「月均收入（越幣）」等6項。本研究樣本基本屬性分析結果是如表4.7所示：

- 「性別」在350份問卷中男性有142位佔40.6%，女性有208佔59.4%，顯示女生比男生多

- 「年齡」旅遊芽莊 Vinpearl Land 集中的群組在21~30歲有174位佔49.7%、其次是31-40歲的群組有73個人佔20.9%，再來是41-50歲40位佔11.5%有但20歲一下與51歲以上是最少的順序是36位佔10.2%與27人以7.7%。
- 「教育程度」教育程度以大學/學院是最多的有202人佔57.8%、其次是研究所以上有96位佔27.5%、再來是國中，高中的群組48個人佔13.8%，而國小一下是最少的4人佔1.1%。
- 「結婚情況」結婚情況以未婚最多是191人佔54.6%、而已婚是159人佔45.4%
- 職業以學生的群組是最多的122人佔34.9%、其次是服務業有70個人佔20%、然後再來是商業有59個人佔16.9%、公教人員是49位佔14%、退休的群組跟其他的是差不多順序是20位佔5.7%與19位佔5.4%、最少的是工業11人佔3.1%，
- 「月均收入（越幣）」月均收入以5.000.001-7白萬90人佔25.9%最多，其次是7.000.001-1千萬的群組有85位佔24.5%、繼續是10.000.001-1千5白萬有61位佔17.6%、再來15.000.001以上是37位佔10.6%、最少是4.000.001-500萬有20人佔5.8%。

表 4.7. Vinpearl Land 人口統計變數分析表

基本資料		數料	比例 (%)	基本資料		數料	比例 (%)
性別	男	142	40.6%	職業	學生	122	34.9%
	女	208	59.4%		工業	11	3.1%
年齡	20歲 一下	36	10.2%		服務業	70	20%

	21-30 歲	174	49.7%		公教人員	49	14%
	31-40 歲	73	20.9%		商業	59	16.9%
	41- 50歲	40	11.5%		退休	20	5.7%
	51歲 以上	27	7.7%		其他	19	5.4%
教育程 度	國小 一下	4	1.1%	平 月 收 入 (越 幣)	4百萬一下	54	15.6%
	高中 (職)	48	13.8%		4.000.001- 500萬	20	5.8%
	大學\ 學院	202	57.6%		5.000.001-7 白萬	90	25.9%
	研究 所(含) 以上	96	27.5%		7.000.001-1 千萬	85	24.5%
結婚境 況	未婚	191	54.6%		10.000.001-1 千5白萬	61	17.6%
	已婚	159	45.4%		15.000.001以 上	37	10.6%

資料來源：本研究整理

4.2.2 獨立樣本 t 檢定

以獨立樣本 t 檢定探討性別對於 Vinpearl Land 服務品質各構面是否有顯著差異，其檢定結果如表 4.8。F 檢定結果「設施與便利性」達顯著差異、採用「假設變異數相等」之 t 檢定；依 t 檢定結果發現也是「設施與便利」構面皆達顯著差異。

表 4.8 性別對 Vinpearl Land 服務品質構面差異分析

	Levene 檢定		t 檢定	
	F	顯著性	T	顯著性
資訊服務	2.869	0.091	1.528	0.127
食宿購物	3.243	0.073	1.436	0.152
設施與便利性	4.947	0.027*	1.985	0.048*

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001 資料來源:本研究整

以獨立樣本 t 檢定探討性別對於 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面是否有顯著差異，其檢定結果如表 4.9。F 檢定結果「附加價值」與「自我成長」都有達顯著差異，採用「不假設變異數相等」之 t 檢定, 結果「附加價值」與「自我成長」構面也有顯著差異。

表 4.9 性別對 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面差異分析

	Levene 檢定	t 檢定

	F	顯著性	T	顯著性
附加價值	6.677	0.010*	2.157	0.032*
自我成長	11.710	0.001**	2.409	0.017*

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整

以獨立樣本 t 檢定探討婚姻狀況對於 Vinpearl Land 服務品質構面是否有顯著差異，其檢定結果如表 4.10。F 檢定結果「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利」三子構面皆達顯著差異，則採用「假設變異數相等」之 t 檢定，結果「資訊服務」無顯著差異、而「食宿購物」、「設施與便利」兩子構面皆達有顯著差異

表 4.10 婚姻狀況對 Vinpearl Land 服務品質構面差異分析

	Levene 檢定		t 檢定	
	F	顯著性	T	顯著性
資訊服務	16.258	0.000***	-0.828	0.408
食宿購物	10.522	0.001**	-2.674	0.008**
設施與便利性	8.623	0.004**	-2.484	0.013*

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整

以獨立樣本 t 檢定探討婚姻狀況對於 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面是否有顯著差異，其檢定結果如表 4.11。F 檢定結果與採用「不假設變異

數相等」之 t 檢定的結果發現「附加價值」與「自我成長」構面都有顯著差異。

表 4.11 婚姻狀況對 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面差異分析

	Levene 檢定		t 檢定	
	F	顯著性	T	顯著性
附加價值	13.428	0.000***	-2.301	0.022*
自我成長	14.564	0.000***	-2.973	0.003**

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001 資料來源:本研究整理。

4.2.3 單因子變異數分析

本研究的分析探討基於單因子變異數分、把年齡、職業、教育程度、平均月收入等對 Vinpearl Land 服務品質、憩吸引力兩構面是否有顯著差異，首先透過變異數同質性檢定，分析子構面順序：年齡、職業、教育程度、平均月收入（越幣）對各構面是否達顯著差異，再接著進行單因子變異數分析（One-Way ANOVA），其中未達顯著差異，表示變異數相等再以 LSD 法進行事後檢定。表 4.12 為經 SPSS 進行變異數同質性檢定結果。

表 4.12 人口統計變項對服務品質及遊憩吸引力構面變異數同質性檢定

主構面	子構面	變異數同質性檢定 P 值			
		年齡	教育程度	職業	平均月收入 (越幣)

服務品質	資訊服務	0.000***	0.052	0.026*	0.053
	食宿購物	0.000***	0.169	0.374	0.002**
	設施與便利性	0.000***	0.154	0.578	0.217
遊憩吸引力	附加價值	0.000***	0.014*	0.283	0.009**
	自我成長	0.000***	0.184	0.123	0.052

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

A. 年齡對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

依據表 4.12,年齡對服務品質及遊憩吸引力之變異數同質性檢定分析結果中,服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」都有顯著差異,而進行單因子變異數分析中只有「食宿購物」有顯著差異如表 4.13 所示。

表 4.13 年齡對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

主構面	子構面	變異數同質性檢定		單因子變異數	
		Levene 統計量	顯著性	F 檢定	顯著性
服務品質	資訊服務	8.562	0.000***		

	食宿購物	7.079	0.000***	2.458	0.045*
	設施與便利性	6.635	0.000***		
遊憩吸引力	附加價值	8.369	0.000***		
	自我成長	10.570	0.000***		

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

本研究進行單因子變異數分析中，結果發現年齡對於「服務品質」的子構面「食宿購物」有顯著差異，再以「食宿購物」子構面進行 LSD 法事後比較，其結果有顯著差異如期表 4.14 所示。討論結果表示 20 歲以下與 31-40 歲大於 21-30 歲，顯示未成年人與中年人對於食宿購物是比較會有所考慮、而且可能是成年人對食宿購物要就比較高。

表 4.14 年齡對服務品質 LSD 法事後檢定表

構面	因素	年齡	F 檢定	顯著性	事後比較
服務品質	食宿購物	(1) 20 歲以下	2.458	0.045*	1, 3>2
		(2) 21-30 歲			
		(3) 31-40 歲			
		(4) 41-50 歲			
		(5) 51 歲以上			

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

B. 教育程度對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

依據表 4.12、教育程度對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析結果中,只有遊憩吸引力構面中「附加價值」子構面出來了顯著差異,而進行單因子變異數分析中發現服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」都有顯著差異 4.15 所示。

表 4.15 教育程度對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

主構面	子構面	變異數同質性檢定		單因子變異數	
		Levene 統計量	顯著性	F 檢定	顯著性
服務品質	資訊服務	2.604	0.052	16.364	0.000***
	食宿購物	1.689	0.169	20.755	0.000***
	設施與便利性	1.764	0.154	17.714	0.000***
遊憩吸引力	附加價值	3.582	0.014*	21.798	0.000***
	自我成長	1.620	0.184	19.104	0.000***

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

本研究進行單因子變異數分析中，結果發現教育程度對於服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」有顯著差異，再以「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」、「附加價值」、「自我成長」子構面進行 LSD 法事後比較，其結果有顯著差異如期表 4.16 所示。結果顯示高中(職)與大學/學院的群組大於研究所(含)以上的，可能是高中(職)與大學/學院的群組大部分是念經人所以對所有的構面是比較會有所考慮。

表 4.16 教育程度對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定表

構面	因素	教育程度	F 檢定	顯著性	事後比較
服務品質	資訊服務	(1) 國中以下	16.364	0.000***	2,3>4
		(2) 高中(職)			
		(3) 大學/學院			
		(4) 研究所(含)以上			
服務品質	食宿購物	(1) 國中以下	20.755	0.000***	2,3>4
		(2) 高中(職)			
		(3) 大學/學院			
		(4) 研究所(含)以			

		上			
服務 品質	設施與便 利性	(1) 國中以下	17.714	0.000***	2,3>4
		(2) 高中(職)			
		(3) 大學/學院			
		(4) 研究所(含)以 上			
遊憩 吸引 力	附加價值	(1) 國中以下	21.798	0.000***	2,3>4
		(2) 高中(職)			
		(3) 大學/學院			
		(4) 研究所(含)以 上			
遊憩 吸引 力	自我成長	(1) 國中以下	19.104	0.000***	2,3>4
		(2) 高中(職)			
		(3) 大學/學院			
		(4) 研究所(含)以 上			

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

C. 職業對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

依據表 4.12、職業對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析結果中,只有服務品質構面中「資訊服務」子構面出來了顯著差異,而進行單因子變異數分析中發現服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」都有顯著差異 4.17 所示。

表 4.17 職業對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

主構面	子構面	變異數同質性檢定		單因子變異數	
		Levene 統計量	顯著性	F 檢定	顯著性
服務品質	資訊服務	2.430	0.026*	6.248	0.000***
	食宿購物	1.080	0.374	8.843	0.000***
	設施與便利性	0.791	0.578	10.882	0.000***
遊憩吸引力	附加價值	1.244	0.283	9.914	0.000***
	自我成長	1.686	0.123	8.8570	0.000***

註:* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$, *** $P < 0.001$

資料來源:本研究整理。

本研究進行單因子變異數分析中,結果發現職業對於服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」有顯著差異,再以「資訊服務」、

「食宿購物」、「設施與便利性」、「附加價值」、「自我成長」子構面進行 LSD 法事後比較，其結果有顯著差異如期表 4.18 所示。結果發現如下：

- 對於服務品質的子構面「資訊服務」顯示服務業的群組是大於學生、工業、公教人員、退休、其他的是因為服務業的職務是服務別人所以他們會同感服務的職業而比較會有所考慮。
- 對於服務品質的子構面「食宿購物」顯示服務業、公教人員與商業大於學生的群組是因為服務業、公教人員與商業大部分都是成熟對生活都有經驗所以食宿購物的構面比較會有所考慮。
- 對於服務品質的子構面「設施與便利性」顯示服務業、公教人員與商業大於學生與工業的群組是因為服務業、公教人員與商業大部分重視成熟對生活都有經驗所以設施與便利性的構面比較會有所考慮。
- 對於遊憩吸引力的子構面「附加價值」顯示顯示服務業、公教人員與商業大於學生的群組是因為服務業、公教人員與商業的群組大部分都是工作壓力才找到旅遊放鬆的所以會對附加價值的構面比較會有所考慮。
- 對於遊憩吸引力的子構面「自我成長」顯示顯示顯示服務業、公教人員、商業、退休與其他的群組大於學生群組大部分都是工作

壓力還是老人家找一個地方去放鬆的所以會對自我成長的構面比較會。

表 4.18 職業對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定表

構面	因素	職業	F 檢定	顯著性	事後比較
服務品質	資訊服務	(1) 學生	6.248	0.000***	3>1,2,4,6,7
		(2) 工業			
		(3) 服務業			
		(4) 公教人員			
		(5) 商業			
		(6) 退休			
		(7) 其他			
服務品質	食宿購物	(1) 學生	8.843	0.000***	3,4,5>1
		(2) 工業			
		(3) 服務業			
		(4) 公教人員			
		(5) 商業			
		(6) 退休			
		(7) 其他			
服務	設施與	(1) 學生	10.882	0.000***	3,4,5>1,2

品質	便利性	(2) 工業			
		(3) 服務業			
		(4) 公教人員			
		(5) 商業			
		(6) 退休			
		(7) 其他			
遊憩 吸引 力	附加價 值	(1) 學生	9.914	0.000***	3,4,5>1
		(2) 工業			
		(3) 服務業			
		(4) 公教人員			
		(5) 商業			
		(6) 退休			
		(7) 其他			
遊憩 吸引 力	自我成 長	(1) 學生	8.8570	0.000***	3,4,5,6,7>1
		(2) 工業			
		(3) 服務業			
		(4) 公教人員			
		(5) 商業			
		(6) 退休			

		(7) 其他			
--	--	--------	--	--	--

註:*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

資料來源:本研究整理。

D. 平均月收入（越幣）對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析

依據表 4.12、平均月收入（越幣）對服務品質及遊憩吸引力之變異數分析結果中,只有服務品質構面中「食宿購物」子構面與遊憩吸引力構面中「附加價值」子構面出來了顯著差異,而進行單因子變異數分析中發現服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」都有顯著差異 4.19 所示。

表 4.19 平均月收入（越幣）對服務品質遊憩吸引力之變異數分析

主構面	子構面	變異數同質性檢定及遊憩吸引		單因子變異數	
		Levene 統計量	顯著性	F 檢定	顯著性
服務品質	資訊服務	2.211	0.053	10.091	0.000***
	食宿購物	3.775	0.002**	11.083	0.000***
	設施與便利性	1.420	0.217	7.918	0.000***
遊憩吸引	附加價值	3.106	0.009**	13.307	0.000***

力	自我成長	2.218	0.052	15.411	0.000***
---	------	-------	-------	--------	----------

註:*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

資料來源:本研究整理。

本研究進行單因子變異數分析中，結果發現平均月收入（越幣）對於服務品質的子構面是「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」與遊憩吸引力的子構面是「附加價值」、「自我成長」有顯著差異，再以「資訊服務」、「食宿購物」、「設施與便利性」、「附加價值」、「自我成長」子構面進行 LSD 法事後比較，其結果有顯著差異如期表 4.20 所示。結果發現所有的群組都大於 5000001-700 萬而 5000001-700 萬的群組大部分都是學生或者工業群組所以按照上面的理論可以理解為什麼這樣。

表 4.20 平均月收入（越幣）對服務品質及遊憩吸引力 LSD 法事後檢定表

構面	因素	平均月收入（越幣）	F 檢定	顯著性	事後比較
服務品質	資訊服務	(1) 400 萬以下	10.091	0.000***	1,2,4,5,6>3
		(2) 4000001 - 500 萬			
		(3) 5000001-700			

		萬			
		(4) 7000001- 1 千 萬			
		(5) 10000001 – 1 千 500 萬			
		(6) 15000001 以 上			
服務 品質	食宿購 物	(1) 400 萬以下	11.083	0.000***	1,2,4,5,6>3
		(2) 4000001 – 500 萬			
		(3) 5000001–700 萬			
		(4) 7000001- 1 千 萬			
		(5) 10000001 – 1 千 500 萬			
		(6) 15000001 以 上			
服務 品質	設施與 便利性	(1) 400 萬以下	10.091	0.000***	1,4,5,6>3
		(2) 4000001 – 500 萬			
		(3) 5000001–700			

		萬			
		(4) 7000001- 1 千 萬			
		(5) 10000001 – 1 千 500 萬			
		(6) 15000001 以 上			
遊憩 吸引 力	附加價 值	(1) 400 萬以下	13.307	0.000***	1,4,5,6>3
		(2) 4000001 – 500 萬			
		(3) 5000001–700 萬			
		(4) 7000001- 1 千 萬			
		(5) 10000001 – 1 千 500 萬			
		(6) 15000001 以 上			
遊憩 吸引 力	自我成 長	(1) 400 萬以下	15.411	0.000***	1,2,4,5,6>3
		(2) 4000001 – 500 萬			
		(3) 5000001–700			

		萬			
		(4) 7000001- 1 千 萬			
		(5) 10000001 – 1 千 500 萬			
		(6) 15000001 以 上			

註:*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

資料來源:本研究整理。

4.2.4. 構面及各題問項結果分析

在服務品質重要度之題項統計分析結果：「遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂」的平均數最大4.051 遊客認為這個問題是最重要，而「遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適」的平均數最小為3.803。(詳如表4.13)

在服務品質表現認同度方面，以「遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適」平均值3.821最令人滿意；表現最令人不滿意的是「芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取」平均數為2.7。(詳如表4.21)

表 4.21. 服務品質構面及問項敘述統計分析表 (灰底代表重要度量值)

構面	題號	問項	平均 差	標準 差	Z分數	最 大 值	最 小 值

資訊 服務	1	芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取	3.94	0.784	0.1343	5	2	
			3	6	2			
				2.70	1.286	2.0674	5	1
				0	4	0		
	2	遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂	4.05	0.762	1.9806	5	1	
			1	8	8			
				2.86	1.372	1.6642	5	1
				3	5	4		
	3	遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適	3.80	0.848	2.2590	5	1	
			3	7	9			
			3.69	0.860	0.3961	5	1	
			6	7	0			
4	遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客	3.93	0.819	0.0195	5	1		
		4	1	4				
			3.74	0.862	0.5049	5	1	
			0	0	2			
5	遊樂園的人員很熱情，服務態度很好	3.96	0.773	0.5788	5	1		
		9	2	2				
			3.71	0.844	0.4480	5	1	
			7	7	4			
設施 與 便 利 性	6	遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求	3.94	0.771	0.8304	5	2	
			0	5				
			3.77	0.818	0.5816	5	1	
			1	3	0			

	7	遊樂園的環境設施乾淨整潔	4.0	0.816	1.1087	5	1	
				5	9			
		8	遊樂園的機器質量很好，讓 旅遊客有安全感	3.81	0.820	0.6796	5	1
				4	5			
		9	遊樂園的公共廁所乾淨清潔 使用方便與數量足遊樂園的 環境設施乾淨整潔	3.97	0.848	0.6643	5	1
				4	9	0		
	10	遊樂園的交通方式很方便	3.79	0.842	0.6310	5	1	
			1	6	7			
	11	遊樂園的門票價格合理（已 含纜車或船票）與飯店的價 格也是合理	3.88	0.809	0.8914	5	1	
			3	8	3			
	12	飯店的服務很好，滿足客戶 的要求	3.72	0.828	0.4678	5	1	
			5	7	2			
食宿 購物	11	遊樂園的門票價格合理（已 含纜車或船票）與飯店的價 格也是合理	3.93	0.776	0.0708	5	2	
			1	4	3			
	12	飯店的服務很好，滿足客戶 的要求	2.83	1.398	1.7358	5	1	
			4	3	6			
	11	遊樂園的門票價格合理（已 含纜車或船票）與飯店的價 格也是合理	3.87	0.821	0.9940	5	1	
			7	8	0			
	12	飯店的服務很好，滿足客戶 的要求	3.61	0.900	0.1858	5	1	
			1	7	6			
	12	飯店的服務很好，滿足客戶 的要求	3.94	0.792	0.1685	5	1	
			5	5	2			
	12	飯店的服務很好，滿足客戶 的要求	3.71	0.821	0.4455	5	1	
			6	6	6			

	1 3	遊樂園地飯店乾淨、整潔、 舒適	3.92	0.778	0.1734	5	2
			5	0	0		
	1 4	遊樂園與飯店很常一起做活 動給客人折扣	3.82	0.791	0.7052	5	1
			1	8	7		
	1 4	遊樂園與飯店很常一起做活 動給客人折扣	3.91	0.782	0.3101	5	1
			7	7	7		
			3.70	0.858	0.4134	5	1
			3	3	1		

資料來源：本研究整理

在遊憩吸引力重要度之題項統計分析結果：「遊樂園景觀設計很吸引我」的平均數最大 3.926 遊客認為這個問題是最重要，而「遊樂園讓人感覺寧靜與舒適」的平均數最小為 2.171。(詳如表4.14)

在遊憩吸引力表現認同度方面，以「有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）」平均值 3.837 最令人滿意；表現最令人不滿意的是「遊樂園讓人感覺寧靜與舒適」平均數為 3.669。(詳如表4.22)

表4.22. 遊憩吸引力構面及問項敘述統計分析表 (灰底代表重要度量值)

構面	題號	問項	平均差	標準差	Z分數	最大值	最小值
附加價值	15	遊樂園適合家庭和親朋 好友	3.789	0,9551	0,28294	5	1
			3,780	0,8294	0.25734	5	1

自我成長	16	遊樂園讓人感覺寧靜與舒適	2.171	1,3347	- 0.247671	5	1	
			3,669	0,9140	0.210123	5	1	
	17	遊樂園的纜車是越南最長纜車路線	3,911	0,8087	0.49102	5	1	
			3,780	0,8189	0.25734	5	1	
	18	遊樂園獨特的地理景觀	3.240	1,2867	0.65343	5	1	
			3,774	0,7705	0.12985	5	1	
	19	有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）	3.917	0,7731	0.50126	5	1	
			3,837	0,7678	0.146850	5	1	
	自我成長	20	遊樂園景觀設計很吸引我	3.926	0,8154	0.51661	5	1
				3,766	,8677	-0.04014	5	1
		21	遊樂園攤位多元且豐富	3.909	0,8277	.48761	5	1
				3,754	,8512	-.29512	5	1

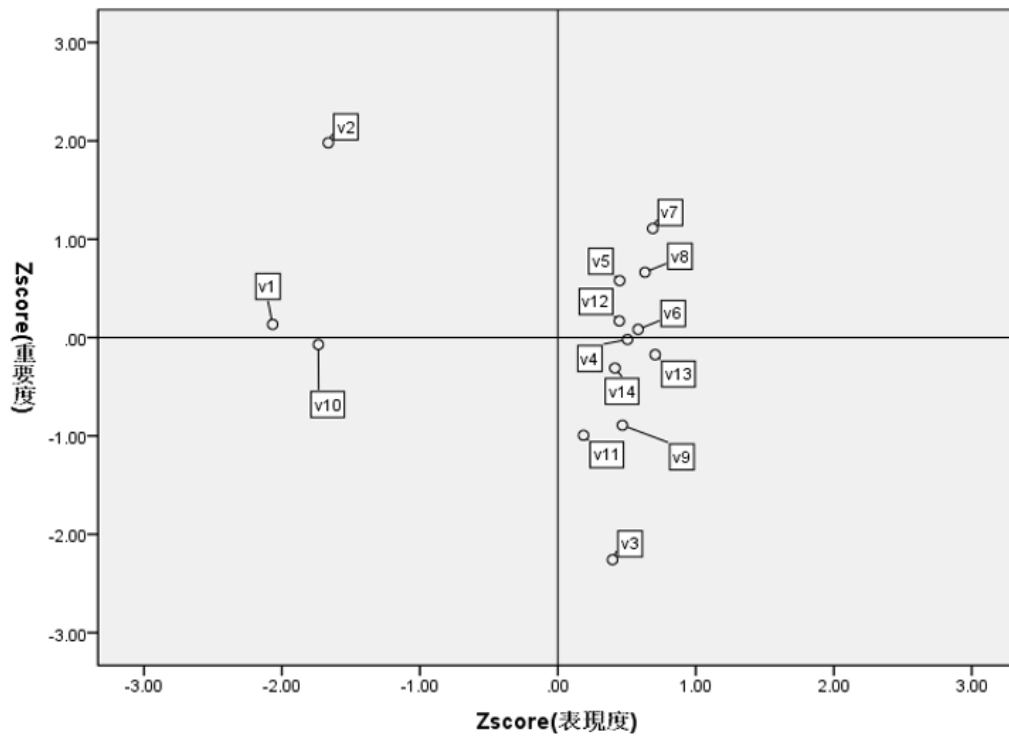
	22		3.871	0,7889	.42280	5	1
			3,811	,7524	.91604	5	1
	23	遊樂園景觀設施多樣化	3.874	0,7984	.42791	5	1
			3,740	,7964	-.59259	5	1

資料來源：本研究整理

4.3. IPA 分析

以重要度及表現度所有問卷問項觀察值的總平均為基準，將每一個問項的平均值標準化後，繪出以標準化平均數為 0 的表現認同度為水平軸的芽莊 Vinpearl Land 服務品質 IPA 二維矩陣圖(如圖1)，由圖上可以發現：落於第一象限繼續保持區 (Keep up the Good Work) 有 5 項。第二象限加強改善焦點區 (Concentrate Here) 有 2 項。而第三象限次要改善區 (Low Priority) 只有 1 項。第四象限供給過度區 (Possible Overkill) 有 6 項。

圖7： 芽莊 Vinpearl Land 服務品質 IPA



資料來源：本研究整理

表 4.23. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面題項對照表

V1	1.芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取
V2	2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂
V3	3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適
V4	4.遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客
V5	5.遊樂園的人員很熱情，服務態度很好
V6	6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求
V7	7. 遊樂園的環境設施乾淨整潔

V8	8.遊樂園的機器質量很好，讓旅遊客有安全感
V9	9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方便與數量足遊樂園的環境設施乾淨整潔
V10	10.遊樂園的交通方式很方便
V11	11.遊樂園的門票價格合理（已含纜車或船票）與飯店的價格也是合理
V12	12.飯店的服務很好，滿足客戶的要求
V13	13.遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適
V14	14.遊樂園與飯店很常一起做活動給客人折扣

資料來：本研究整理

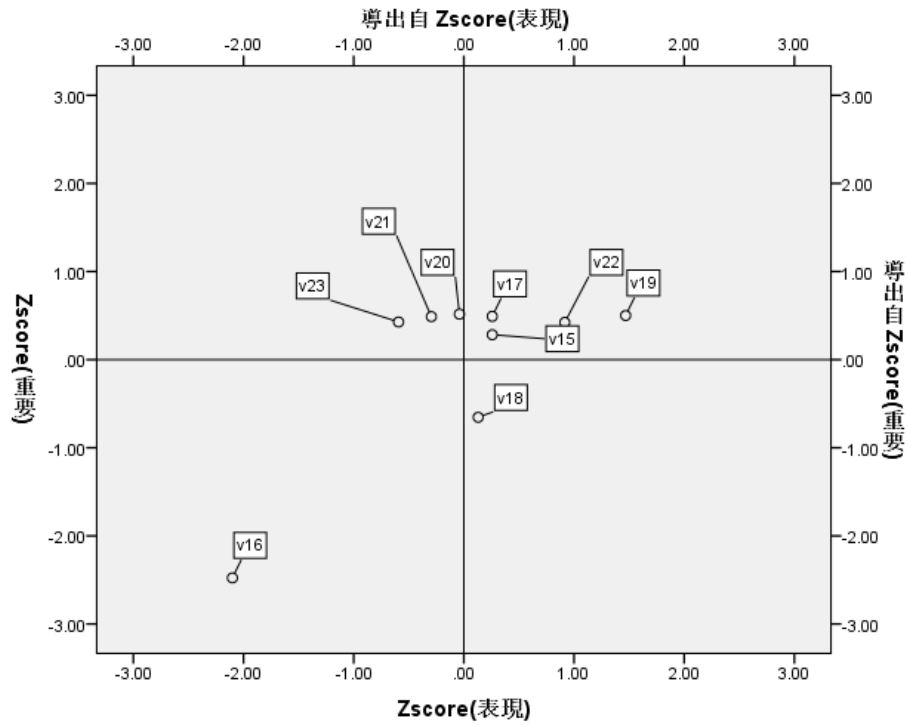
表 4.24. 芽莊 Vinpearl Land 服務品質之問項落點歸納。

第二象限:加強改善焦點區	第一象限:繼續保持區
1. 芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取 2. 遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂	5. 遊樂園的人員很熱情，服務態度很好 6. 遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求 7. 遊樂園的環境設施乾淨整潔 8. 遊樂園的機器質量很好，讓旅遊客有安全感 12. 飯店的服務很好，滿足客戶的要求

第三象限:次要改善區	第四象限:供給過度區
<p>10. 遊樂園的交通方式很方便</p>	<p>3. 遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適</p> <p>4. 遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客</p> <p>9. 遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方便與數量足遊樂園的環境設施乾淨整潔</p> <p>11. 遊樂園的門票價格合理（已含纜車或船票）與飯店的價格也是合理</p> <p>13. 遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適</p> <p>14. 遊樂園與飯店很常一起做活動給客人折扣</p>

資料來：本研究整理

圖 8：芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力 IPA



資料來源：本研究整理

表 4.25. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力構面題項對照表

V15.	遊樂園適合家庭和親朋好友
V16	遊樂園讓人感覺寧靜與舒適
V17	遊樂園的纜車是越南最長纜車路線
V18	遊樂園獨特的地理景觀
V19	有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）
V20	遊樂園景觀設計很吸引我
V21	遊樂園攤位多元且豐富

V22	遊樂園讓我結識遊
V23	遊樂園獨特的地理景觀遊樂園景觀設施多樣化

資料來源：本研究整理

表 4.26. 芽莊 Vinpearl Land 遊憩吸引力之問項落點歸納

<p>第二象限:加強改善焦點區</p> <p>20.遊樂園景觀設計很吸引我</p> <p>21. 遊樂園攤位多元且豐富</p> <p>23.遊樂園獨特的地理景觀遊樂園 景觀設施多樣化</p>	<p>第一象限:繼續保持區</p> <p>15.遊樂園適合家庭和親朋好友</p> <p>17.遊樂園的纜車是越南最長纜車路 綫</p> <p>19.有多種娛樂形式（遊樂設施，遊 樂划水，水宮，...）</p> <p>22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好</p>
<p>第三象限:次要改善區</p> <p>16. 遊樂園讓人感覺寧靜與舒適</p>	<p>第四象限:供給過度區</p> <p>18.遊樂園獨特的地理景觀</p>

資料來：本研究整理

第五章 結論與建議

5.1 結論

本研究之問卷設計以有去過芽莊 Vinpearl Land 的旅客為研究對象，問項回答是芽莊 Vinpearl Land 服務品質為主。本研究之人口統計變項計有「性別」、「年齡」、「教育程度」、「結婚情況」、「職業」、「月均收入」等 6 項，樣本基本屬性分析結果如表 2，總共有 350 份問卷有效涵蓋男性佔 40.6%，女性有 59.4%，年齡集中在 21~30 歲有 174 人佔 49.7%是最多的、但 51 歲以上只有 27 人以 7.7%是最少的，教育程度以大學/學院是最多的、有 202 人佔 57.8%、可國小一下是最少的 4 人佔 1.1%，結婚情況以未婚最多是 191 人佔 54.6%、而已婚是 159 人佔 45.4%，職業以學生最多 122 人佔 34.9%而最少的是工業 11 人佔 3.1%，月均收入以 7.000.001-1 千萬 85 人佔 24.5%最多，最少是 4.000.001-500 萬有 20 人佔 5.8%。（表 4.7）

因此，從基本資料結果可知：去過次數女性多於男性，21-30 歲最多，而教育程度以大學/學院比例最高，未婚的人比較多然後收入（越幣）在 5000001 元-700 萬元為主、可以證明這裏的遊客大部分是女士未婚的大學生、這可以理解因為現在的念經女士都很會享受生活、他們不是會玩而也很會花錢為了服務自己的生活所以他們對服務品質的想法是很開放很新鮮的也是很實際。

本研究所得結果在經過 IPA 分析後、結果推測遊客到芽莊 Vinpearl Land 景區旅遊、旅遊之服務品質問項落點歸納：

第一象限（繼續保持區）：透過 IPA 圖中可發現有四個項目落在第一項限，分別為：「5.遊樂園的人員很熱情，服務態度很好」、「6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求」、「7.遊樂園的環境設施乾淨

整潔」、「8.遊樂園的機器質量很好，讓旅遊客有安全感」、「12.飯店的服務很好，滿足客戶的要求」落於此象限之服務項目表示遊客認為極重要，且表現度也高於普通水準，芽莊 Vinpearl Land 景區在這些項目已達到遊客期望，也是未來芽莊 Vinpearl Land 景區應該繼續保持的地方。

第二象限（優先改善）：透過 IPA 圖中可發現兩個項目落在第二項限，分別為：「1.芽莊的 Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取」、「2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂」落於此象限之服務項目表示遊客對於這些服務項目極度重視，但卻對所提供的服務品質表現度感到不滿意，急需改善，深入探討癥結所在，以提升遊客滿意度以及其旅遊之意願。

第三象限（低優先順序）：透過 IPA 圖中可發現有三一個項目落在第三象限：「10.遊樂園的交通方式很方便」落於此象限之服務項目表示雖然遊客對這幾項覺得不是極度重要，表現程度也偏低，但若能在未來針對這些服務項目做改善，芽莊 Vinpearl Land 景區提供的服務品質更加完善，將有助於提升整體滿意度。

第四象限（過度重視）：透過 IPA 圖中可發現有五個項目落在第四項限，分別為：「3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適」、「4.遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客」、「9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方便與數量足遊樂園的環境設施乾淨整潔」、「11.遊樂園的門票價格合理（已含纜車或船票）與飯店的價格也是合理」、「13.遊樂園地飯店乾淨、整潔、舒適」、「14.遊樂園與飯店很常一起做活動給客人折扣」，落於此象限之服務項目表示遊客對這些服務項目評價很高，在市場競爭中為 Vinpearl Land 風景區已具備之優勢，但卻不是遊客極重視的服務項目，仍可以繼續保持為了讓遊客能更滿意芽莊

Vinpearl Land 景區服務品質項目，找出缺點改進也是當下管理者最需要的。

本研究所得結果在經過 IPA 分析後、結果推測遊客到芽莊 Vinpearl Land 景區旅遊、旅遊之遊憩吸引力問項落點歸納：

第一象限（繼續保持區）：透過 IPA 圖中可發現有五個項目落在第一象限，分別為：「15.遊樂園適合家庭和親朋好友」、「17.遊樂園的纜車是越南最長纜車路線」、「19.有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）」、「22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好」落於此象限之服務項目表示遊客認為極重要，且表現度也高於普通水準，芽莊 Vinpearl Land 景區在這些項目已達到遊客期望，也是未來芽莊 Vinpearl Land 景區應該繼續保持的地方。

第二象限（優先改善）：透過 IPA 圖中可發現三個項目落在第二象限，分別為：「20.遊樂園景觀設計很吸引我」、「21. 遊樂園攤位多元且豐富」、「23.遊樂園景觀設施多樣化」落於此象限之服務項目表示遊客對於這些服務項目極度重視，但卻對所提供的服務品質表現度感到不滿意，急需改善，深入探討癥結所在，以提升遊客滿意度以及其旅遊之意願。

第三象限（低優先順序）：透過 IPA 圖中可發現有個項目落在第三象限是「16. 遊樂園讓人感覺寧靜與舒適」落於此象限之服務項目表示雖然遊客對這幾項覺得不是極度重要，表現程度也偏低，但若能在未來針對這些服務項目做改善，芽莊 Vinpearl Land 景區提供的服務品質更加完善，將有助於提升整體滿意度。

第四象限（過度重視）：透過 IPA 圖中可發現有五個項目落在第四象限是「18.遊樂園獨特的地理景觀」、落於此象限之服務項目表示遊客對這些服務項目評價很高，在市場競爭中為 Vinpearl Land 風景區已具

備之優勢，但卻不是遊客極重視的服務項目，仍可以繼續保持為了讓遊客能更滿意芽莊 Vinpearl Land 景區服務品質項目，找出缺點改進也是當下管理者最需要做的。

5.2 建議

本研究在IPA分析的結果提出芽莊 Vinpearl Land 的服務品質構面有發現遊客對這兩個題目「1.芽莊的Vinpearl Land 服務中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取」與「2. 遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂」不滿意、可這兩問題都落在旅遊資訊的東西、此可說芽莊 Vinperl Land 還沒做他們自己的導覽手冊、讓客人覺得不方便。因為他們的面積很大、所以要有很清清楚楚的導覽手冊、不會浪費遊客的時間。

本研究在IPA分析的結果提出芽莊 Vinpearl Land 的吸引力構面有發現：「20.遊樂園景觀設計很吸引我」、「21. 遊樂園攤位多元且豐富」、「23.遊樂園景觀設施多樣化」這幾個題目都落在景觀設計與景觀設施的問題所以這裏要增強改進設計與設施滿足客人的要求。然後遊樂園跟酒店要多多配合、一起辦活動或者打折給客人讓客人覺得不會吃虧、快快樂樂的然後覺得很值得於來 Vinpearl Land。

現在全世界疫情的境況很嚴重所以旅遊業被影響很多可是越南全部的旅遊業都被停跳、可是在越南Vingroup集團是很大的公司住了發展旅遊業他還在營業別的所以希望Vingroup集團可以借這段時間去改一改他不好的地方、上級Vinpearl Land讓Vinpearl Land 越來越好。因此本研究希望可以臨時確認出了芽莊Vinpearl Land未來之發展方向、以供的觀光相關產業參考，並提供業者與設計者參考。

參考文獻

一、越南的參考文獻

1. 南國家旅遊局

<https://www.chudu24.com/thongtindulich/2018/04/02/den-vinpearl-nha-trang-check-vinpearl-land-khu-giai-tri-chiem-tron-hon-dao-hot-nhat-nha-trang/>

2. 介紹越南芽莊

https://vi.wikipedia.org/wiki/Nha_Trang

3. Vinpearl Land (2020)

https://vi.wikipedia.org/wiki/Vinpearl_Land

4. 參考交通工區的部分

https://nhatrangbooking.com.vn/ve-vinpearl-nha-trang-p_3

5. 參考 Vinpearl Land 的照片 (2020)

https://nhatrangbooking.com.vn/ve-vinpearl-nha-trang-p_3

二、中文的參考文獻

1. 黃菽娟 (2019)、太平雲梯風景區遊客服務品質之研究-南華大學旅遊管理學系碩士論文。(26-30)

2. 旅樂園的概念。

https://en.wikipedia.org/wiki/Amusement_park

3.莊鎧溫、方臺生(2014)、旅遊意象、服務品質、體驗價值與滿意度之研究以阿里山風景—區為例，南華大學旅遊管理學系碩士論文。(14-69)。

4. PZB 的服務品質概念 (2013)。

<https://blog.xuite.net/lwklearn/blog/135962443>

5.吳萬益、林清河(2000)，企業研究方法，華泰文化，共 596 頁。

6.林晏洲(1986)，遊憩活動需求與特性之分析，都市與計畫，13：107-140。

7.許哲瑋(2013)，研究阿里山森林鐵路旅客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-以神木線與沼平線為例，嘉南藥理科技大學休閒保健管理系暨休閒事業管理研究所。

8.李坤哲(2006)，統一獅職棒球隊服務品質球迷覺知之研究。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。

9.吳秉榮(2009)，遊客參與石滬旅遊遊憩體驗、服務品質、滿意度與忠誠度之關係—以澎湖吉貝地區為例，國立澎湖科技大學觀光休閒管理研究所碩士論文。

三、英文的參考文獻

1.Martilla, A., and J.C. James (1977), "Importance-performance Analysis", Jouenal of Marketing, 41(1) PP.77-79.

2. Gunn, C. (1988). Vacations capes : Travel Research,33(3), pp.21-27.

3. Inskeep, E. (1991). Tourism planning-An integrated and sustainable development approach New York: van Nostrand Reinhold

4. Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34
5. Smith, E. R. (1996). What do connectionism and social psychology offer each other? 893-912



附件一：正式問卷（中文版）

個人資料

1. 性別: 男 女
2. 年齡: 20 歲以下 21 歲 – 30 歲 31 歲 – 40 歲 41 歲 – 50 歲 50 歲以上
3. 教育程度: 國中以下 高中(職) 大學/學院 研究所(含)以上
4. 婚姻情況: 未婚 已婚
5. 職業: 學生 工業 服務業 公教人員 商業 退休 其他
6. 個人收入 (越幣): 400 萬以下 4000001 – 500 萬 5000001 – 7 千萬 7000001 – 一 千萬 10000001 – 1 千 500 萬 15000001 以上

第一部份：服務品質

項 目		1.重要程度					2 表現程度				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5 分代表最高，1 分代表最低→		極 重 要	重 要	普 通	不 重 要	極 不 重 要	極 重 要	重 要	普 通	不 重 要	極 不 重 要
資訊服	1. 芽莊的 Vinpearl Land 服務										

務	中心的旅遊資訊文宣擺設方便旅客索取										
	2.遊樂園服務中心的導覽手冊充足且清楚易懂										
	3.遊樂園服務中心服務人員服裝儀表合適										
	4.遊樂園服務中心服務人員態度親切且能樂意協助遊客										
	5.遊樂園的人員很熱情，服務態度很好										
設施與便利性	6.遊樂園的遊樂設施很豐富與休息站滿足要求										
	7.遊樂園的環境設施乾淨整潔										
	8.遊樂園的機器質量很好，讓旅遊客有安全感										
	9.遊樂園的公共廁所乾淨清潔使用方便與數量足遊樂園的環境設施乾淨整潔										
	10.遊樂園的交通方式很方便										

食宿 購物	11.遊樂園的門票價格合理 (已含纜車或船票) 與飯店 的價格也是合理										
	12.飯店的服務很好，滿足 客戶的要求										
	13.遊樂園地飯店乾淨、整 潔、舒適										
	14.遊樂園與飯店很常一起 做活動給客人折扣										

第二部份：遊憩吸引力

項目		1.重要程度					2 表現程度				
5 分代表最高，1 分代表最低→		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
		極 重 要	重 要	普 通	不 重 要	極 不 重 要	極 重 要	重 要	普 通	不 重 要	極 不 重 要
附加價 值	15.遊樂園適合家庭和親朋 好友										

	16.遊樂園讓人感覺寧靜與舒適																		
	17.遊樂園的纜車是越南最長纜車路線																		
	18.遊樂園獨特的地理景觀																		
	19.有多種娛樂形式（遊樂設施，遊樂划水，水宮，...）																		
自我成長	20. 遊樂園景觀設計很吸引我																		
	21. 遊樂園攤位多元且豐富																		
	22. 遊樂園讓我結識遊玩的同好																		
	23.遊樂園景觀設施多樣化																		

附件二：正式問卷（越南版）

Xin chào!

Tôi là Võ Kim Trang, đang là nghiên cứu sinh tại trường Đại Học Nam Hoa Đài loan.

Cảm ơn bạn đã giúp điền bảng câu hỏi này, bảng câu hỏi nhằm tìm chất lượng phục vụ , ấn tượng của khách du lịch ở Việt Nam. Tất cả những số liệu này đều được sử dụng với mục đích nghiên cứu, xin bạn dựa theo những câu hỏi dưới đây điền đáp án. Ý kiến của bạn đối với nghiên cứu của tôi vô cùng quan trọng. Tất cả nội dung này đều được bảo mật, xin bạn yên tâm trả lời.

Cảm ơn bạn rất nhiều!!

Tư liệu cá nhân

1. Giới tính : Nam Nữ Khác

2. Tuổi: Dưới 20 Tuổi 21 Tuổi – 30 Tuổi 31 Tuổi – 40 Tuổi 41 Tuổi – 50 Tuổi Trên 50 Tuổi

3. Trình độ học vấn: Dưới tiểu học Trung học Đại học Thạc sỹ trở lên

4. Tình trạng hôn nhân: Độc thân Đã kết hôn

Nghề nghiệp: Sinh viên Công nhân Nhân viên phục vụ - văn phòng

Nhân viên nhà nước Kinh doanh Đã nghỉ hưu Khác

5. Thu nhập: dưới 3 triệu 3000001-5 triệu 5000001 – 10 triệu
10000001 – 15 triệu trên 15 triệu

Phần 1 : Chất lượng phục vụ của Vinpearl Land đối với du khách

Hạng mục		1.Mức độ quan trọng					2. Độ biểu hiện				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5 Điểm cao nhất , 1 Điểm thấp nhất→		Rất quan trọng	Quan trọng	Bình thường	Không quan trọng	Rất không quan trọng	Rất quan trọng	Quan trọng	Bình thường	Không quan trọng	Rất không quan trọng
Thông tin phục vụ	1.Các thông tin và chương trình quảng cáo của trung tâm phục vụ du khách ở Vinpearl Land thuận tiện cho du khách tham khảo										
	2.Hướng dẫn của trung tâm phục vụ du khách đầy đủ, rõ ràng										
	3.Đồng phục của nhân viên rất phù hợp										
	4.Nhân viên của										

	Vinpearl Land rất tốt, hỗ trợ khách hàng tuyệt đối									
	5.Thái độ phục vụ của nhân viên rất nhiệt tình									
Thi ết bị và tiện lợi	6.Trò chơi ở khu vui chơi rất phong phú và các khu nghỉ ngơi đáp ứng đủ số lượng khách đến									
	7.Khu vui chơi sạch sẽ									
	8.Thiết bị ở khu vui chơi có chất lượng tốt, làm cho du khách cảm thấy an toàn									
	9.Nhà vệ sinh sạch sẽ, đáp ứng đủ số lượng									
	10.Giao thông của khu vui chơi thuận tiện									

Ăn uống , nghĩ duỡng	11.Giá của khu trò chơi hợp lý (bao gồm cáp treo) và giá của các khách sạn cũng hợp lý										
	12.Phục vụ của các nhà hàng, khách sạn rất tốt, đáp ứng được nhu cầu của du khách										
	13.Nhà hàng, khách sạn sạch sẽ, tiện nghi										
	14.Khu vui chơi và khách sạn hay có hoạt động giảm giá cho khách hàng										

Phần 2: Sức hấp dẫn của khu vui chơi

Hạng mục	1. Mức độ quan trọng	2 Độ biểu hiện
----------	----------------------	----------------

		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
		Rất qua n trọ ng	Q ua n trọ ng	Bìn h thur òn g	K hồ ng qu an trọ ng	Rất kh ôn g qua n trọ ng	Rá t qu an trọ ng	Q ua n trọ ng	Bìn h thur òn g	K hồ ng qu an trọ ng	Rá t kh ôn g qua n trọ ng
Giá trị đi kèm	15.Khu vui chơi phù hợp với gia đình và bạn bè thân cùng đến chơi										
	16.Cáp Treo của khu vui chơi là một trong những cáp treo dài nhất Việt Nam										
	17.Khu vui chơi vừa giải trí vừa trí tuệ										
	18.Khu vui chơi có vị trí độc đáo										
	19.Có nhiều loại vui chơi giải trí (trò chơi cảm giác mạnh. Khu vui chơi nước, thủy cung,...)										

Cảm nhận của bản thân	20.Cảnh quan của khu vui chơi hấp dẫn tôi										
	21. Hoạt động của khu vui chơi hấp dẫn tôi										
	22.Các gian hàng của khu vui chơi thiết kế độc đáo										
	23. Khu vui chơi có nhiều cảnh đẹp										

