

國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所  
碩士學位論文

領隊的工作表現與旅客滿意度之研究  
A STUDY ON TOUR LEADER PERFORMANCE AND TRAVELER  
SATISFACTION



研究生：林翠瑛 撰  
指導教授：沈易利 教授  
協同指導：王桂圓 博士

中華民國一百零一年六月

論文名稱：領隊的工作表現與旅客滿意度之研究

總頁數：79

院校所組別：國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：一百學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：林翠瑛

指導教授：沈易利

協同指導：王桂圓

### 摘要

本研究旨在探討國外旅行團領隊的工作表現對旅客滿意度的影響，透過自編工具「旅客對領隊工作表現的滿意度問卷」，針對有國外參團經驗的人，以叢集便利抽樣進行問卷，並以描述性統計、t 檢定、單因子變異數及皮爾森相關進行分析。結果發現，旅客在選擇旅遊產品時，最重要的考量因素是產品內容，領隊工作表現之滿意度會影響旅客再購意願，且在不同群族之間有顯著差異。結論建議旅行業者對領隊人員加強危機處理與專業能力之培訓，在產品包裝上能依不同群族之旅客提供更貼切的服務品質。

**關鍵字：**再購意願、危機處理、專業能力

Tsuey, Ing-Lin(2012). A Study on Tour Leader Performance and Traveler Satisfaction. Unpublish Master Thesis, National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

#### Abstract

The purpose of this study was to explore the effect on traveler satisfaction with international tour leader performance. Adopting a cluster and convenience sampling method, the study was conducted through the self-designed questionnaire, “Questionnaire of Traveler Satisfaction with Tour Leader Performance”, among subjects who had the group tour experience of traveling abroad. The survey data were analyzed via descriptive statistics, t-test, one way analysis of variance (ANOVA), and Pearson correlation analysis. The questionnaire findings indicate that the primary factor for tourists to consider is the product contents in choosing travel products. Satisfaction with tour leader performance will affect customer repurchase intention. Meanwhile, there is a significant difference between different user groups. Based upon the investigation results, the recommendation the study proposes is that tourism marketers should strengthen training programs for tour leaders on crisis management and professional ability. In addition, more appropriate service quality should be offered for different user groups according to their needs in the context of product packaging.

***Keywords: repurchase, crisis management, professional ability***

## 謝 誌

於 2003 年當 SARS 肆虐全球時，旅遊產業幾乎全面停擺，衝擊之大前所未有，而在這段期間正好讓自己有重新思考未來的機會。此時，「重返校園、充實自我」的聲音，就一直迴盪在耳際，但卻一直未能付諸行動；直到 2009 年在王桂圓老師的鼓勵與催促下，終於在 2010 年 9 月如願回到學校。

在這二年的學習過程中，除了謝謝師長的教誨，同學、學弟妹的協助之外，最要感謝的是行健旅行社張榮源總經理的鼎力支持，也要謝謝行健旅行社台中分公司的同事們，在我學習上課期間的包容與幫忙，最後更要謝謝多位國際領隊朋友及參與填寫問卷的所有旅客，沒有你們的鼓勵、協助及參與，靠一個人的力量是無法完成論文的，再次衷心的感謝大家!!

翠瑛 謹誌

中華民國 101 年 6 月

## 目 錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
謝 誌.....	III
目 錄.....	IV
表 目 錄.....	VI
圖 目 錄.....	VII
第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究問題.....	3
第四節 研究假設.....	4
第五節 研究範圍與限制.....	4
第六節 名詞解釋.....	4
第貳章 文獻探討.....	6
第一節 領隊的意涵與職責.....	6
第二節 旅客消費行為與期待.....	14
第三節 旅行業經營概況與旅遊糾紛案例分析.....	23
第四節 服務品質、滿意度與再購意願相關研究.....	34
第參章 研究方法與步驟.....	36
第一節 研究架構.....	36
第二節 研究流程.....	37
第三節 研究對象與取樣.....	39
第四節 研究工具.....	39
第五節 資料分析.....	44

第肆章 結果與討論.....	46
第一節 描述性統計分析.....	46
第二節 旅客之滿意度與再購意願之分析.....	52
第三節 不同人口變項旅客滿意度之差異分析.....	57
第四節 綜合討論.....	62
第伍章 結論與建議.....	66
第一節 結論.....	66
第二節 研究建議.....	68
參考文獻.....	70
附錄一 旅客對領隊工作表現之滿意度問卷.....	76
附錄二 專家效度.....	79

## 表 目 錄

表1 領隊之作業流程.....	13
表2 一般消費者選擇旅行社因素之相關文獻整理.....	18
表3 滿意之決定過程.....	23
表4 旅客對領隊工作表現滿意度之因素分析.....	42
表5-1 旅客基本資料之描述性統計.....	47
表5-2 旅客對領隊工作表現滿意度敘述統計量表.....	49
表5-3 旅客選擇旅遊產品之重要性分析.....	52
表5-4 旅客滿意度與再購意願之描述性統計分析.....	54
表5-5 旅客滿意度與再購意願之相關分析.....	55
表5-6 旅遊行程中各構面影響滿意度之相關分析.....	56
表5-7 旅客性別與滿意度因素之差異.....	58
表5-8 不同年齡旅客與滿意度因素之差異.....	59
表5-9 旅客的教育程度與滿意度因素之差異.....	60
表5-10 旅客的職業與滿意度因素之差異.....	61
表5-11 旅客出國經驗與滿意度因素之差異.....	62

## 圖 目 錄

圖1 旅遊產品品質拼圖.....	15
圖2 馬斯洛需求理論.....	17
圖3 研究架構.....	37
圖4 研究流程.....	38

## 第一章 緒論

根據品保協會(2011)的統計，在旅遊糾紛的案件中，可歸咎於領隊工作表現的比率佔 11.91%，而領隊之表現攸關整體旅遊之成敗。本研究以曾參加國外旅行團經驗之本國人為研究對象，以叢集便利方式抽樣，希望能從研究結果中獲得更多提昇專業能力與服務品質的訊息。

本章共分為六節：第一節研究背景與動機，第二節研究目的第三節研究問題，第四節研究假設，第五節研究範圍與限制，第六節名詞解釋，領隊、工作表現、滿意度及再購意願，茲分述如下：

### 第一節 研究背景與動機

依據交通部觀光局(2011)統計，政府自開放國人出國觀光以來，出國人數從最初 1988 年的 1,601,992 人次，發展至 2010 年的 9,415,074 人次(交通部觀光局，2011)，出國旅遊人口快速增加，足見國人對出國旅遊之觀念趨於成熟。然而，隨著旅行團的增加旅遊糾紛之案件也隨之攀升；因此，中華民國品質保障協會(品保協會)1989 年因應而生，成立的宗旨是提高旅遊品質，保障旅遊消費者權益，以協助解決旅遊業者和旅客二者之間所產生的旅遊糾紛。根據品保協會(2011)的統計，有關旅遊糾紛的案例從 1990 年的 73 個案件累計至 2010 年已達 10928 案件中，平均每年發生 54604 次，亦即平

均每天會有 1.5 件旅遊糾紛產生，因此更值得旅遊業者注意，經整理歸納後發現，在這些旅遊糾紛的案件中，可歸咎於領隊工作表現的比率佔 11.91%，因此領隊工作表現更值得旅遊業者的重視。

現今旅行社所主辦的旅遊，從參加型態而言可以分為團體旅遊與個人旅遊二大主要類別。目前國人出國旅遊中團體全備旅遊仍佔有相當之比例(林燈燦，2003)，而旅遊團體之一切活動則需透過領隊來實現。再則，旅行業是一種服務業，也可視為一種商品，而這個商品並具備與有形產品不同的特質，從實質面而言旅遊服務需由人來完成，更是無法用機械或雲端科技來替代，因此旅遊業在市場上要獲得成功，服務水準要傑出，服務品質顯得更為重要(林燈燦，2010)。陳玫妤(2001)指出：旅行社在設計旅遊產品時需考慮三大因素，其中最重要的因素為「人的服務」，包含領隊、導遊、業務人員的專業能力及服務態度，其次是食衣住行的品質，第三是主觀的感受。由於旅遊活動具有生產與消費同時性的特點，因此旅遊服務的提供方式，須隨時隨地因人而異，不能標準化生產(彭意維、葉怡矜，2006)。

在團體旅遊中，領隊人員需維護客人權益，以確保旅遊行程之順暢與安全，同時因工作之特性必須與旅客長時間相處(林冠志，2006；引自李守翊，2009)，且要確實執行旅行社付予的職責，因此領隊可視為旅遊目的地與旅客之間主要介面，亦是影響旅客整體印象與旅程服務滿意度之第一線員工，因此領隊之表現攸關整體旅遊之成敗(Quiroga,1990；Wang et.al.,2002)，更顯示出領隊人員所具有的重要性。由於研究者投入旅行業已超過 20 年，期間經歷了旅遊型態與概

念的多次更迭，為進一步了解與分析，以作為提昇旅遊品質並提供領隊作為帶團之參考，激發本研究進行的動機，更期能從研究結果中獲得更多提昇專業能力與服務品質的訊息。

## 第二節 研究目的

本研究主要目的：

- 一、分析了解旅客對領隊工作表現的滿意度概況。
- 二、分析旅客對領隊工作表現之滿意度是否影響其選擇旅遊產品之重要因素。
- 三、分析旅客對領隊工作表現之滿意度對再購意願的影響。
- 四、分析不同人口變項的旅客在領隊工作表現滿意度上的差異。

## 第三節 研究問題

基於以上的研究目的，本研究所要探討的研究問題歸納為以下四點：

- 一、旅客對領隊工作表現滿意度的概況為何？
- 二、領隊的工作表現對旅客選擇旅遊產品是否為重要因素？
- 三、旅客對領隊工作表現之滿意度是否影響再購意願？
- 四、不同人口變項的旅客，對領隊的工作表現滿意度上的差異為何？

#### 第四節 研究假設

本研究依據以上的研究問題，提出了四個假設如下：

- 一、旅客對領隊的工作表現滿意度均持高度肯定。
- 二、領隊的工作表現對旅客選擇旅遊產品無顯著影響。
- 三、旅客對領隊工作表現之滿意度會影響再購意願。
- 四、不同人口變項的旅客，對領隊工作表現的滿意度有顯著差異。

#### 第五節 研究範圍與限制

本研究在研究範圍界定是以曾參加國外旅行團經驗之本國人為研究對象，資料蒐集期間自 2011 年 12 月~2012 年 4 月，以叢集便利抽樣方式進行。由領隊人員於國外帶團旅遊期間請旅客填答。在研究限制上，問卷係於旅遊期間請旅客填答並以叢集便利方式抽樣，研究結果不宜推論到其他不同型態與團體之旅客。

#### 第六節 名詞解釋

- 一、領隊：

依交通部觀光局之發展觀光條例第 2 條第 13 款：領隊人員指執行引導出國觀光旅客旅遊業務而收取報酬之服務人員。本研究所稱之領隊即指依本款所規範之內，包含依領隊管理規則之專任領隊及特約領隊，專任領隊是指受雇於旅行

社並執行領隊業務的人員，其執業證的請領是由任職旅行社代為向觀光局或其委託的團體辦理；而特約領隊是指臨時受雇於旅行業的領隊，其執業證的請領由領隊自己向觀光局或其委託的團體辦理。

## 二、 工作表現：

本研究在工作表現之操作性定義依據旅行業管理規則第36條、領隊人員管理規則第23條及基本任務與要件，於旅遊過程中其領隊能力及服務態度所展現之服務內容，給予所帶領之旅遊團體的服務，包含出發前、機上及飯店內、旅遊進行中、購物與自費行程以及危機處理等之表現。

## 三、 滿意度

本研究係指旅客於領隊在出發前、機上及飯店內、旅遊進行中、購物與自費行程及危機處理等，依其事前期待與實際旅遊過程中給予領隊工作表現的評價。

## 四、 購買意願

購買意願(purchase intention)在行銷研究中被歸於一種意向的類型，多數學者均將其視為消費者的未來意願(Garbarino & Johnson,1999)。本研究係指購買旅遊套裝產品的意向。

## 第二章 文獻探討

本研究文獻探討將分以下四節分述：第一節領隊的意涵與職責，第二節，旅客消費行為與期待，第三節旅行業經營概況與旅遊糾紛案例分析，第四節領隊服務品質、滿意度及再購意願之相關研究探討。

### 第一節 領隊的意涵與職責

#### 一、領隊的意涵

對領隊的定義，國內學者依據不同的研究目的和分析角度，提出了各自的見解，例如容繼業(2000)指出：領隊之定義為旅行業組團出國時之隨團人員，負責處理團體安排之事宜，以保障團員權益。劉志正(2001)提出：領隊是具備有旅行知識、旅行技術及了解如何照顧旅客的人；領隊是除了知識、技術外，更要具備關照旅客的觀念。領隊是旅行社與旅客之間溝通、傳遞服務的主要橋樑(陳麗玲，2004)，根據旅遊契約，由旅行社派遣之隨團工作人員，帶領旅客遊覽、沿途照顧旅客安全、維持團體旅遊品質、適時處理緊急事件、並且具有教導旅客之功能(鍾佳勳，2003)。而劉純(2002)的看法是領隊、導遊的服務不僅僅是在引導參觀遊覽，而且以溝通為主要工作方式。它肩負著傳播文化科學知識、促進民間交流、國際交流、增進友誼的重任；為旅客提供生活、交通的方便；溝通語言的交流；滿足旅客在旅遊活動中的各

種生理和心理的需要(p491)。林燈燦(2010)則認為：

領隊人員為旅行社組團出國旅遊時之隨團服務人員，以處理團體安排之事宜，保障團員之權益。諸如機位、巴士、旅館、餐食、遊樂區的再確認工作，緊急事件的處理工作等(p188)。

綜合上述文獻得知，領隊是帶領旅客前往旅遊目的地的主要帶領者，也是旅行團的領航者、旅遊品質的監督、執行者，知識的傳遞者，旅客的心理輔導師兼祿母，是個多重角色的扮演者。

## 二、領隊的特質

對領隊特質之相關研究指出，領隊人員的五大人格特質程度越高，其內、外在及整體工作滿意度也越高(彭意維、葉怡矜，2006)，領隊的人格特質會正向影響顧客導向(繆敏志、羅文君，2006)，領隊善用人際影響技巧能提高團員對領隊評價及整體旅遊滿意度(楊君琦、蘇哲仁、楊瑾行，2009)。劉志正(2001)則認為，

一般歸納為人格特質、學養及技術三層面。若將這些指標項目當成實際取才的標準，在運用上實非易事。主因是，人格特質是表現形外，與人類基因及成長環境有關，而學養是知識經驗的累積與歷練時間長短有關，技術是對旅行事物熟悉程度與學習意願有關，因此以領隊特質的取材標準，難以成為客觀判斷的依據，領隊的個性應像旅客一樣具有各種類型，以應付多樣的旅客需要，依照個性而展現不同風格，是領隊無定格論的基本要素(p42)。劉志正(2001)進一步指出：領隊具有旅行的知識與領團技

術，並會關照旅客人性化層面的需求，領隊的能力不能自我詮釋，應由公司與旅客來認定。領隊的能力來自於認知與學習，依此論點，似乎與傳統流行的天賦才能、天生領隊命格說詞鮮少關聯；若概略瀏覽旅行業中各具性格背景的領隊們，就會應證領隊無定格的說詞。反觀，古典流行論點仍普遍存在業中強調的人之所以成為領隊是緣於天性適合，然而，這見解有違經驗法則，且排除個人後天學習領悟的能力，環視領隊眾生相，可察覺領隊天成的說法，是有待思量的(pp40-42)。

綜合上述可知，與生俱來的人格特質，對從事領隊工作有加分效果之優勢，但未必是具有直接關係；後天的認知學習、經驗的累積及一顆熱忱的心，更是為領隊必須具備的條件、經驗和本質。

### 三、領隊的職責

依據旅行社管理規則第36條：綜合旅行業、甲種旅行業經營旅客出國觀光團體旅遊業務，於團體成行前，應以書面向旅客作旅遊安全及其他必要之狀況說明或舉辦說明會。成行時每團均應派遣領隊全程隨團服務。交通部觀光局於領隊管理規範中提到，領隊被旅行社派遣執行職務時，代表公司為出國觀光團體旅客服務，除了代表旅行社履行與旅客所簽訂之旅遊文件中各項約定事項外，並須注意旅客安全、適切處理意外事件、維護公司信譽和形象。林燈燦(2010)提出

歐美國家稱領隊人員為 Tour Conductor、Tour Leader 或 Tour Manager，即一個團體出國旅遊，領隊就是遊程的管理者，如何使遊程圓滿完成為其首先應盡

的職責。而領隊代表公司，提供與旅客所約定內容的現場責任者，要設法使遊程按照預定進行。更應盡對運輸機關預定行程與時間的再確認，團體每天行動周密的計劃並與當地導遊密切合作，旅行條件品質的確保；天災人禍意外事故最完善的處理之職責(p194)。

簡言之，順利完成既定的行程、監督既定的品質、意外事件預防處理及安全維護(劉志正，2001)，是為領隊應盡之職責。

領隊工作須具備之要件有 1. 豐富的旅遊專業知識、良好的外語表達能力。2. 服務時扮演各種不同的角色。3. 強健的體魄、端莊的儀容與穿著。4. 良好的操守、誠懇的態度。5. 吸收新知、掌握局勢、隨機應變(觀光局，2011)。另外，觀光法規(2011)第 23 條中說明：領隊人員執行業務時，應遵守旅遊地相關法令規定，維護國家榮譽，並不得有 1. 遇有旅客患病，未予妥為照料，或於旅遊途中未注意旅客安全之維護。2. 誘導旅客採購物品或為其他服務收受回扣、向旅客額外需索、向旅客兜售或收購物品、收取旅客財物或委由旅客攜帶物品圖利。3. 將執業證借供他人使用、無正當理由延誤執業時間、擅自委託他人代為執業、停止執行領隊業務期間擅自執業、擅自經營旅行業務或為非旅行業執行領隊業務。4. 擅離團體或擅自將旅客解散、擅自變更使用非法交通工具、遊樂及住宿設施。5. 非經旅客請求無正當理由保管旅客證照，或經旅客請求保管而遺失旅客委託保管之證照、機票等重要文件。6. 執行領隊業務時，言行不當。

領隊的基本任務，依劉志正(2001)所提就是要使旅遊行程進行順暢，將旅客和良好經驗的事項連結起來，監督配合當地的業者，協力合作夥伴按照既定合約載明的事項一一進行(p73)。善盡告知的責任，提示旅客注意以防止問題的發生，善意告知，讓旅客有所警覺，是領隊不可忽視的工作(p78)。領隊服務為滿足旅客心理層次的需求，除了應有旅行知識與領團技術外，就是要洞悉旅客藉由旅行之名，而展現的本性與慾望，是領團的精髓(p93)。

有鑒於國外旅行團意外事故時有發生，為確保國人的旅遊安全，觀光局爰請品保協會編撰緊急事故應變手冊，作為帶團領隊處理突發事件之標準作業程序(賴瑟珍，2007)。林燈燦(2003)認為事故包含有：

1. 突發性事故：諸如猝死、車禍等，處理較困難也較急迫，又如氣候不順導致飛機停航、延誤、落地變更、罷工、機件故障、疾病、團員之間的糾紛等，必須提高警覺，事先做好一切防範與應變措施，才不會臨時發生狀況而措手不及，一旦不幸發生，需沉著機警、迅速處理，才不影響整個旅程與遊興。
2. 技術性事故：多屬旅行社有關部門工作失誤造成，誤機、誤車、餐廳、飯店等聯繫有誤。

江東銘(2009)則提出：

- 旅行團緊急事件發生時之處理準則有：
1. 面對事實及大小問題、不可推諉塞責，應盡快處理旅遊中發生的意外事件，在處理上通常比一般行程棘手，領隊不可因小事而推諉或推遲不立即處理，因而導致團員的不滿及團員權益受損。
  2. 領隊在國外即代表

公司，要把握權能職責，當機立斷有些領隊於意外事件發生時，不敢作主，解決事件時遲遲無法下決定，結果造成公司及團員的重大損失。3. 利用快速資訊設備，盡速聯絡公司報告事件原由，協助作出正確的處理對策。遇到重大的事件，領隊自己一時也無法確定而猶豫不決時，應馬上聯絡公司請求協助，於最短時間內作出決定，才不致造成團員及公司之利益損失。4. 穩定團員的激動情緒，並請求團員諒解及合作，每當發生意外事件時，一般團員的反應敏銳，不安之餘難掩激動情緒，此時領隊更要秉持不形於色、不動於容的鎮靜態度，從容不迫地詳細說明事件的發生過程，列出處理方法，以爭取團員的合作及諒解，才能平息團員不安的情緒。5. 確保團員及公司雙方的權益，領隊帶團爭取公司利潤乃無可厚非，但同時也要保護團員的權益，尤其是意外事件發生時。6. 意外發生時，確保證據意外發生時，領隊應向有關機構據理力爭，取得意外事件發生經過及責任歸屬的證明文件。該證明文件屬旅行社訴求對方因錯誤過失，爭取團員權益的唯一根據，極為重要，領隊千萬不可遺忘。7. 竭盡全力、徹底完成國外發生事件的處理，避免殘留帶回國，產生不良的後遺症連鎖反應。8. 業者與團員簽訂的旅遊協議書的內容，有關旅行社之法律責任及賠償之責任問題，及旅行社的道義責任，領隊宜加以分析了解。9. 有關航空公司、遊覽車、輪船等運輸機構及飯店、餐廳免責條例內容之掌握釀成旅遊

意外事件的原因只要不是屬於旅行業方面的錯誤，其法律責任應該屬於相關之運輸機構及飯店、餐廳等之責任，但旅行業基於人道立場，必須善盡道義的安撫及應有的道義責任之服務，應盡量爭取旅客的權益(pp488-494)。

綜觀上述，領隊的職責涵蓋執行一切既定之旅行內容，依契約之規範完成，關照旅客於旅遊期間之食、衣、住、行的需求，進而滿足旅客的心理期待；遇有突發狀況或緊急事故發生時，能冷靜面對、妥善處理，且能保護旅客權益之同時，也會考量到業者應有之權利義務。

針對領隊的工作內容，劉志正(2001)提出其內容有：出入境通關，與導遊、司機的互動，座位輪替，旅程時間的安排，住宿、膳食的安排，解說介紹，行李清點，言語溝通，購物事件處理，突發狀況處理。意外事件既不可避免，但卻有可能降低其發生率及傷害性，領隊存在的重要價值，即在於能即時地預防及處理這些狀況。而林燈燦(2010)提出了領隊之作業流程如下(表 1)：

表 1	領隊之作業流程
接團準備作業	1. 研究團況、了解旅客背景 2. 充實旅遊資料
行前說明會	1. 準備事項 2. 說明大綱(食衣住行育樂...) 3. 特殊餐食調查，向 OP 回報
出國前交接	1. 核對證件 2. 核對 Working Itinerary 3. 請款(攜帶出國的團費)
出國前置作業	1. 電訪未參加說明會者 2. 整理相關資料 3. 詳研路程及訂餐方式
入出境作業	1. 國內出境程序 2. 中途轉機概況 3. 國外入境及出境程序
隨團服務任務之執行	1. 旅遊景點與移動 2. 旅館、餐飲、交通工具 3. 緊急事件處理
返 國	返國入境程序
報告與結帳	1. 工作報告 2. 結帳
結 團	1. 旅客後續服務 2. 旅行資料之整理建檔

資料來源：整理自林燈燦，2010(p209)領隊作業流程

## 第二節 旅客消費行為與期待

### 一、旅遊品質之特性

旅遊產品的概念與社會上的一般產品的概念不盡相同。旅遊產品是指旅遊者從離家開始旅行到結束旅行回家的整個過程中所包括的全部內容。即旅遊市場學中統稱的旅遊產品或旅遊產品組合(林燈燦, 2003)。然而, 服務業所謂的品質不是一個絕對性事實或實體, 而是消費者的心理認知(謝智謀、王怡婷譯, 2006)。換句話說, 旅遊品質是要親身感受的, 並由消費者去認定的, 尤其當產品是無形的旅遊產品時, 旅客(消費者)的主觀意識是完全決定品質優劣的評判者。

旅遊產品同時具有無形性、不可分離性、異質性及不可儲存性等四項特質(沈冠亞, 2006)。林燈燦(2003)認為旅行業有其服務業的特質: 1. 服務不可觸摸性: 服務是無形的, 沒有一定規格, 品質很難獲得保證。2. 無法儲存性: 勞務的提供, 依附於提供者個人身上, 是即時即地、隨時隨地向有需要的特定對象提供。3. 可變性。4. 不可分割性。5. 勞力密集性。6. 重複性。7. 同質性(pp51-52)。

由於觀光本質的複雜性, 讓我們可將產品品質視為一個由許多同樣重要而又大小不一的拼圖組合而成, 所有的拼圖必須完整密合才能滿足旅客(謝智謀、王怡婷譯, 2006)。詳如圖一:

旅行社 提供之 建議	班機時 間及啟 程機場 之地點	機場之 各項設 施和服 務	飛機準 時與延 誤	機上服 務、座位 及餐時	價格、折 扣
保險政 策：價 格、例外 條款	目的地： 位置，風 景，安全 設施和 吸引力	當地交 通工具	旅館之 各項設 施地點 服務及 餐食	旅遊公 司的態 度，知 識，可信 度	旅遊文 件和機 票：準確 性、效率
導遊、領 隊的專 業及能 力	餐廳：多 樣性、價 格、氣氛 及水準	渡假村 內交通 系統：可 信度、安 全、價格	同伴： 國籍、 年齡、 態度與 行為	遊覽節 目之價 值和多 樣性	假期的 天候狀 況
遊客數 量、海水 溫度、設 施、清潔	當地居 民對旅 客之態 度與行 為	專家型 兒童活 動：種 類、安 全、費用	購物機 會：精 品店、 傳統市 集	旅館房 間：清潔 度、舒適 度、空調 設施	紀念品 的種類 及價格

資料來源(圖一)：John Swarbrooke & Susan Horner

(引自謝智謀、王怡婷譯，2006)

綜言之，旅遊產品之組成內容包含了旅程中之食、衣、住、行、交通及相關服務人員，其產品特性同時涵蓋無形性，無法儲存，沒有一定規格，更無法用機器來生產的特質。

## 二、旅客之態度與行為

大部分的研究者都同意態度(Attitude)是由三個要素所構成：情感(Affect)、行為(Behavior)、認知(Cognition)。情感是指消費者對於一個特定主體的感覺；行為是指消費者是否有想要購買某一產品的意願(有意願不一定會產生行為)；認知則是指消費者對於某項產品的信念，它是由個人對客觀事物的信念與知識所組成(張魁峰、林靈宏，2009)。劉翠華、李銘輝(2008)提出：

人類在旅遊情境中所表現出來的行為，與其他人類活動中的行為大致一樣。人類休閒活動中和工作、政治、宗教、勞務消費、人際關係等活動都有關係，亦都是人類之心智活動，所以觀光客行為也是人類行為的一環(p19)。

李銘輝、郭建興(2004)則認為：

在傳統的遊客特性之調查中，較偏重於一般意見或態度之表達，經營者就常以調查之結果作為未來經營規劃之參考；而不知遊客之口頭意見與實際參與行為，是不一定相同的。相同一件事情，不同的人會有不同的看法，而看法差異的原因很多，例如因年齡、教育等等背景之不同，或個人過去的生活經驗等是造成差異之主要原因(P158)。

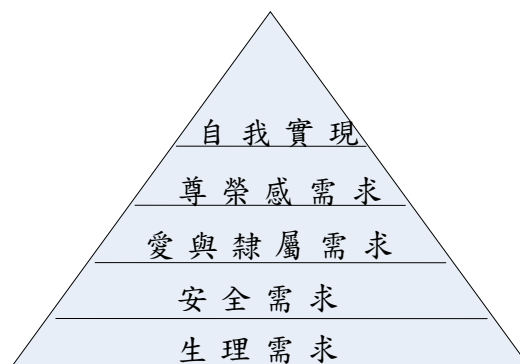
簡言之，旅客之態度為對某一旅遊產品的主觀想法，及其對該項產品之認識與信任，進而產生購買與否的行為。

## 三、影響消費者行為之因素

心理學家馬斯洛(Maslow)強調：人類所有的行為皆因需求而引起的。而根據需求給予每個人的感受不同，還可分高、

中、低三個層次。每個低層次一旦獲取了滿足，自然而然會追求高一層次，高層次需求也在此時應運而生(沈冠亞，2006)。蔡進祥、徐世杰和賴子敬(2009)提到影響消費者行為之因素有：1.文化因素：所處環境文化的影響。2.社會因素：朋友、社會影響。3.個人因素：個人主觀對事物的判斷。4.生活型態：日常生活對事物的興趣與意見的表達。5.過去的經驗：過去購買經驗。6.家庭因素：親戚、家人等對購買物品之看法與意見(p109)。

蕭新浴(2002)依據馬斯洛需求理論提出旅遊動機：生理需求：暫時逃避社會、紓解精神上壓力。安全需求：保持健康。社會需求：與家人在一起，增加與人交往機會，建立友誼。自尊需求：尋求社會肯定，追求名望。自我實現需求：肯定發現自我內心慾望的滿足。



資料來源：本研究整理，引自蕭新浴，2002, pp1-6(圖二)。

#### 四、旅客選擇旅行社之因素

影響消費者行為的心理因素包括了：動機、知覺、記憶、學習和涉入程度等(張魁峰、林靈宏，2009)。黃榮鵬、蔡憲唐(2002)研究銀髮族旅遊消費行為中提出，銀髮族旅遊參考

資訊的重要性分別為：旅行社小冊子、廣告，航空公司介紹，旅遊專業雜誌，電視、廣播報導，親友介紹，自己過去旅遊經驗。Kotler(1993)研究旅行社顧客之消費行為，提出顧客選擇旅行社的五個程序：1.問題認知。2.資料蒐集。3.可行方案評估。4.選擇。5.售後服務(引自黃榮鵬、蔡憲唐，2002)。

本研究將選擇旅行社因素之相關文獻整理如表 2：

學者(年代)	選擇旅行社考量因素
Gitelson&Gropton (1983)	根據不同客群，提供適當旅行活動、地點及交通工具等產品資訊。
Heung&Chu (2000)	旅行社提供之品質、互動溝通、整體的便利性、價格、產品的特性、形象。
Kendall&Booms (1989)	旅遊資訊的提供、用餐品質、行程安排、接待人員主動招攬、當地交通安排、旅館品質、安排的旅遊目的地、公司整體形象及服務人員技巧。
段葉忠(2003)	個人旅遊所考量的因素是經營者的管理、財務性、保證與正確性、銷售促進、旅館品質、有形性、可靠性、便利性、顧客化程度及企業形象等因素。
陳文河(1990)	領隊、國外代理商及導遊等是決定旅遊

品質的重要因素，人際關係與公司信譽、領隊專業人員素質、價格、具吸引力的旅遊包裝。

---

陳俊男  
(1995)

領隊、當地工作人員的水準及服務態度、安排航空公司、契約內容、居住旅館的品質水準、旅行社聲譽及其他交通工具。

---

陳帝君  
(2004)

旅行社與顧客的互動品質、溝通管道、整體的便利性、價值促銷、產品形態及公司形象。

---

曹勝雄、張德義  
(1995)

專業服務、促銷推廣、費用低廉、財務結構、硬體設施、區位合宜、信譽口碑、公關形象、付款方式、資金運用。

---

鍾賜群  
(1993)

顧客購買決策因素：旅行社的促銷活動、專業素質、旅遊基本需求、口碑效應、可信賴、實體證據、反應能力及旅遊內容。

---

資料來源：本研究整理，引自許珍禎，2006。

## 五、旅客參團心理

蕭新浴(2002)指出以觀光學論消費者心理有：品質精緻化、價格大眾化、服務個人化。蔡進祥、徐世杰、賴子敬(2009)

進一步說明，1.消費價格大眾化，服務要求個人化：旅客要求以大眾化的價格，享受個人化的服務。2.旅遊內容豐富化、需求項目彈性化：旅遊內容能在有限時間及花費下享有團體的豐富化，但有要求享有隨個人喜好的不同而彈性變動。3.行程安排團體化，參觀時間自由化：景點和節目內容要求多樣且有效率，領隊、導遊解說豐富有深度，參觀時間長短期盼依個人所好自由化(p106)。

旅客參團的主要理由，參酌 Mancini(1996)的論述觀點(引自劉志正，2001)可分為五項：1.免於焦慮、恐懼與不當決定的困擾。2.可節省時間與金錢。3.可與同好共遊：不同品級的團費、不同的旅遊地區及不同活動種類來區隔市場所規劃的行程，自然會吸引有同樣興趣及社經水平相當的人來參團。4.參團有解說服務及知性學習的本質 5.參團是在沒有其他替代方式下選擇：在某些情況下(如包機，壟斷特定飯店)，參團成為旅客最適合且不得不的選擇(pp28-33)。

旅遊團體可帶給觀光成員的滿足有：(Mayo & Jarvis, 1981; 引自劉翠華、李銘輝，2008)1.在有限的時間做最大的利用：指有計劃和配套的行程，提供觀光客在最短的時間看到最多的東西。2.心理安全：計劃好的行程和安排，讓觀光客有安全感，如在哪用餐、住哪裡、用什麼交通工具、下一景點去哪裡等都免煩惱。3.經濟又方便：包裝旅遊產品的團費，通常是以大眾旅遊做本利計算，是較經濟的花費，通常比個人旅遊花費低。4.減少社會衝擊：在異鄉異國，人地生疏，有領隊導遊司機及旅行社代勞和協助，可免除社會性衝擊。5.人際互動：通常能同行同命是一種難得的緣分，在和諧的旅遊團體中分享友誼與人生。觀光客從旅遊團體可

獲得身體的、心理的、經濟的、社會等方面的滿足。旅遊團在 20 世紀成為觀光客參與旅遊的選擇，延續這種團體存在的原因，是因為它能滿足觀光客多方面需求的功能 (p207-208)。

針對遊程中旅客的心理，劉純 (2002) 提出三點：

1. 旅客初入境的心理：初到異國他鄉，想知道一切，興奮、好奇、驚訝、想探索新事物的迫切心情，但因人地生疏、語言不通而產生的茫然、苦惱和不安，甚至產生恐懼感。此時，旅客最急需解決的是如何消除陌生的心理狀態以適應新的環境。旅行社的服務人員若能了解旅客的心理狀態，並提供誠摯、熱情、友好的接待和周到細緻的關心和服務，定能使旅客倍感親切、一見如故、達到賓至如歸的良好服務效果。

2. 好奇的心理：旅客的好奇心理反應在旅遊過程中表現為求新、求知、求奇，而向服務人員提出各式各樣的問題及一些合理與不合理的要求和希望。

3. 審美的心理：自然景觀突出其形式美，旅客能直接感受到，但人文和社會景觀則重視內在的美，若不了解其歷史背景與神話傳說等典故，則難窺其深層的美。旅客在遊覽過程中，除滿足自然的審美之外，還會鮮明地感受和評價旅遊地區的社會美。包括社會的產品、社會的風尚、社會制度、社會生活、甚至人的相貌等方面，都可使旅客在遊覽中獲得社會的審美價值，以尋求一種心靈上的補償和感情的昇華 (pp485-489)。

## 六、旅客滿意度

滿意度是由旅客的期望與實際感受知覺間之差距來決定

(謝孟吟，2011)，在使用產品或服務後對其績效與購買前兩者間所作的評估及比較(鍾政偉，2008)，滿意與抱怨是旅客對該業者提供的各種設施及服務與期望中好與壞的認識。旅客認為比期望的好就會產生滿意，反之則會產生挫折感(蔡進祥、徐世杰、賴子敬，2009，p107)。而其服務的步驟應從歡迎顧客，到瞭解顧客的需求，進而滿足或超越顧客的需求，最後還要確認顧客是否滿意(唐受衡，2009)。將學者對滿意度所提出之見解整理如下：

(一)服務落差概念是針對服務業的不滿意而言，諸如觀光業指的是期待和認知結果兩者之間的差距。1985年

Parasuramam,Zeithaml,Berry指出可能的服務缺陷，包括以下五種(引自謝智謀、王怡婷譯，2001)：1.消費者期待與業者對消費者期待之認知的差距。2.業者對消費者期待之認知與服務品質內容(specifications)的差距。3.服務品質內容與提供之服務的差距。4.提供服務與傳遞之服務訊息的差距。5.消費者期待和對所獲服務品質之認知的差距。

(二)滿足觀光消費者之重要性有三：1.產品會經由口耳相傳，帶來新的顧客，如親戚、朋友。2.藉由滿足顧客使再次消費，而有穩定的收入來源，節省額外的行銷支出。3.處理顧客抱怨相當昂貴、費時有害於企業名聲，又因賠償造成支出增加(謝智謀、王怡婷譯，2001)。

(三)顧客滿意度

滿意是一個人對一產品的期望與知覺績效(或結果)間所產生的差異狀態。顧客有三種水準的滿意情況，績效不如期望時，顧客會不滿意。績效和期望剛好符合時，顧

客會滿意。若績效超過期望時，顧客會高度滿意（曹勝雄，2001，p186）。

(四) 旅客滿意與否的決定過程

觀光產品	滿意因素	結果
有形要素	旅客經驗的認知	旅客滿意
服務要素	旅客態度和期待	旅客部份滿意
中間機構的角色	不可控制因素， 如罷工	旅客不滿意

資料來源(表 3)：引自謝智謀、王怡婷譯，2001。

(五) 劉志正(2001)則認為：滿意 = 實際認知 - 預期

(Satisfaction = Perception - Expectation) 旅客想像只能得到這樣，而實際卻是比想像中獲得的更多時，則滿意；反之，預期大於實際，當然不滿意；實際行程內容與預期相同或差異不大，旅客會認為是他們應得的。

綜合上述可知，滿意度是指旅客對所購買之旅遊產品在旅程結束後，依據心理期待及旅遊中的感知與情感，所做的檢驗結果。若預期指數低於結果指數，則表示滿意度高；反之，預期指數高於結果指數，則表示不滿意。

### 第三節 旅行業經營概況與旅遊糾紛案例

#### 一、旅行業定義

依觀光發展條例第 10 條：旅行業指經中央主管機關核准，為旅客設計安排旅程、食宿、領隊人員、導遊人員、代購代售交通客票、代辦出國簽證手續等有關服務而收取報酬

之營利事業。

蘇芳基(1991)指出：旅行業有稱為旅行代理店或旅行社，英文稱之為 Travel Agent or Travel Service 係指為旅客代辦出國及簽證手續，或安排觀光客旅遊、食宿及提供有關服務而收取報酬之事業。旅行業是介於旅客與交通業、住宿業及旅行相關事業中間，安排或介紹提供旅行相關服務而收取報酬之事業(引自林燈燦，2003)。

## 二、旅行業的分類與營業範圍

(一)發展觀光條例(E)第 27 條 旅行業業務範圍如下：1. 接受委託代售海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買客票。2. 接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。3. 招攬或接待觀光旅客，並安排旅遊、食宿及交通。4. 設計旅程、安排導遊人員或領隊人員。5. 提供旅遊諮詢服務。6. 其他經中央主管機關核定與國內外觀光旅客旅遊有關之事項。

(二)旅行業管理規則第 3 條：旅行業區分為綜合旅行業、甲種旅行業及乙種旅行業三種。1. 綜合旅行業經營業務有：(1)接受委託代售國內外海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內外客票、託運行李。(2)接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。(3)招攬或接待國內外觀光旅客並安排旅遊、食宿及交通。(4)以包辦旅遊方式或自行組團，安排旅客國內外觀光旅遊、食宿、交通及提供有關服務。(5)委託甲種旅行業代為招攬前款業務。(6)委託乙種旅行業代為招攬第四款國內團體旅遊業務。(7)代理外國旅行業辦理聯絡、推廣、

報價等業務。(8)設計國內外旅程、安排導遊人員或領隊人員。(9)提供國內外旅遊諮詢服務。(10)其他經中央主管機關核定與國內外旅遊有關之事項。

2. 甲種旅行業經營業務有：(1)接受委託代售國內外海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內外客票、託運行李。(2)接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。(3)招攬或接待國內外觀光旅客並安排旅遊、食宿及交通。(4)自行組團安排旅客出國觀光旅遊、食宿、交通及提供有關服務。(5)代理綜合旅行業招攬前項第五款之業務。(6)代理外國旅行業辦理聯絡、推廣、報價等業務。(7)設計國內外旅程、安排導遊人員或領隊人員。(8)提供國內外旅遊諮詢服務。(9)其他經中央主管機關核定與國內外旅遊有關之事項。

3. 乙種旅行業經營業務有：(1)接受委託代售國內海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內客票、託運行李。(2)招攬或接待本國觀光旅客國內旅遊、食宿、交通及提供有關服務。(3)代理綜合旅行業招攬第二項第六款國內團體旅遊業務。(4)設計國內旅程。(5)提供國內旅遊諮詢服務。(6)其他經中央主管機關核定與國內旅遊有關之事項。

### 三、旅行業經營現況

觀光產業在二十一世紀已躍居全球產業之冠(陳屬庄，2009)，根據世界旅遊組織(World Tour Organization)資料顯示，2010年創下9.4億國際旅遊人次，與2009年比較成長了6.6%，全球觀光收入更締造919億美元，也比去年增加了

4.7%。旅遊業是現代社會中積極成長型的企業(唐偉展, 2012), 根據交通部觀光局的統計, 2010年國人出國人次已達9,415,074人, 相較於2009年成長了15.62%。由此可見, 從觀光需求的成長趨勢或就觀光產業的經營來看, 均驗證了觀光市場的無窮潛力。

#### (一) 旅行社的動態

目前旅行社之家數, 根據交通部觀光局2011年9月的統計, 綜合旅行社423家(分公司325家), 甲種旅行社2380家(分公司353家), 乙種旅行社189家(分公司9家), 總計共2992家。

#### (二) 旅行社發展史(江東銘, 2009)主要分為五個階段: 1.

旅行社初期(1947~1956): 1947台灣光復, 台灣交通處正式將日據時代的”東亞交通公社台灣支部”接管, 更名為”台灣旅行社”, 成立正式的旅行業, 經營相關旅行業務。台灣旅行社、中國旅行社、歐亞旅運社三家為最早期且具代表性的旅行社。2. 旅行業整合期

(1957~1969): 1956年政府大力倡導觀光事業。這期間旅行社增加為50多家, 但因同業之間惡性競爭, 旅行社的權益受到很大打擊。由觀光局出面邀請業者進行協調, 於1969.4.10成立台北市旅行商業同業公會, 當時會員旅行社有55家。3. 旅行業平穩成長期

(1970~1979): 這時期旅行社的家數平穩成長, 從1969年的97家(甲種48乙種49)到1979年的349家(甲種311乙種38)。隨著旅行業家數的大幅增加, 同業間競爭利潤亮起紅燈, 對旅客的服務品質也開始偏離軌道, 觀光局鑑於此斷然於1978年宣布停止旅行業設立申

請。4. 旅行業成長停滯調整期(1980~1987)：政府停止旅行業設立申請，對旅行業實質上具有正面的影響，同時對消費者也是一大福音。5. 旅行業之加速成長、劇烈競爭期(1988迄今)：1987年，政府重新解除停止旅行業申請執照達十年的禁令，同時頒布開放大陸探親。旅行業在這兩種開放政策的鼓舞下，燃起了申請旅行社執照之火燄。接著1988年為迎合新穎到來的旅遊市場，觀光局修正了旅行業管理規則，又增設了綜合旅行社，使旅行業之業務內容趨向明朗化。1989.10.17正式成立旅行品保協會(pp11-13)。

#### 四、旅遊糾紛與案例

近年來消費者保護主管機關之宣導，再加上媒體對旅遊消費新聞之關注及對旅遊品質之要求日益提高之下，消費者意識抬頭(唐受衡，2009)。隨著網際網路的普及，縮短了資訊傳遞的距離，科技更改變了傳統的思維。由於網路的發達，促使旅遊產品資訊逐漸趨於透明化；旅客自主性越來越高，市場導向從旅行社主導慢慢轉變為旅客主導(陳屬庄，2009)。

在國內領隊人員服務品質方面，領隊或導遊人員服務態度欠佳名列消基會旅遊糾紛申訴類型，導遊、領隊服務品質亦為品保協會列名之21種之一(張錫聰，2002)。旅遊糾紛的產生可歸納：1、行程的期待過程，產生落差感。2、行程本身(含領隊、導遊、司機的服務)有瑕疵。3、從業人員應對及處理方式讓旅客不滿(蕭新浴，2005)。本研究參考品保協會之旅遊糾紛案例分析，經整理後列舉說明如下：

##### (一) 案例分析：菜鳥領隊害旅客夜宿機場

事實經過：回台班機為晚上10點30分，領隊於晚上8

點 30 分集合團員，但上了遊覽車後領隊向團員宣布尚有他團 6 位旅客亦是搭同班機，所以載本團旅客前往該 6 名旅客集合地搭載他們，再前往機場（狀況一）。到了機場時間為晚上 9 點 15 分，待辦完登機手續已是晚上 10 點 15 分。飛機就要起飛了，於是大家趕快通關驗證，等到排到他們時，機場人員對他們說機場稅呢？團員中 1 人趕快跑去找領隊拿機場稅（因領隊不隨團回台），待拿回來發放時卻發現又少了 3 張，這時回頭找領隊已不見蹤影，甲旅客一家 5 口少了 3 張機場稅，只好儘速自購 3 張（狀況二）。通關驗證完畢之後，時間已是 10 點 20 分了，到了登機口已經是 10 點 25 分無法登機，空中小姐告知只能等到明天早上 7 點再補位。甲旅客一家 5 口就如籠中鳥一般被困在候機室。隔天清晨甲旅客一家就去等候補位，好不容易補上了機位，上了飛機後，竟遇上了領隊，她很疑惑地問甲旅客怎會在機上呢？甲旅客一一告訴領隊，領隊在聽完後只淡淡地說公司會處理就走了（狀況三）。到了桃園機場又碰到了領隊，甲旅客趕快問領隊，他們的行李呢因為領隊在香港機場託運完行李後，並沒有把行李牌發給旅客，這時領隊手指向行李轉盤處，就自顧自的走了。甲旅客本人從事軍職，因此次旅遊，延誤 1 天回台，被單位行政處分（狀況四）。分析：本件糾紛的主要原因是領隊經驗及敬業精神不夠，再因領隊不隨團回台（依旅行業管理規則第 32 條規定，旅行社於團體成行時，每團均應派遣領隊全程隨團服務，故領隊不隨團回台是違反該項規定），以致造成旅客的權益受損。

（二）案例分析：領隊未克職責，老翁受凍至天明

事實經過：甲旅客年紀達 80 歲之老翁，旅途中因領隊未

克盡職，致旅客二度迷失於異國，甚至一夜受凍至天明。俄羅斯觀賞芭蕾舞表演時，領隊把甲旅客單獨安排在一個與其他團員相隔甚遠的位置，並且未預先告知何時散場及集合地，甲旅客恐跟不上團，遂匆忙離開表演廳，卻四處尋不見其他團員與遊覽車，只好自費搭計程車回飯店(狀況一)。領隊於「上海餐廳」用畢晚餐，未清點人數，即帶隊離開，而忽略了因腸胃不適，在洗手間停留一些時間的甲旅客。在語言不通，夜色已暗之情況，經一番波折才孤伶伶地步行回飯店(狀況二)。於赫爾辛基旅館時，因另二位團員之房間嚴重漏水，臨時須更換房間，故甲旅客被安排一人房，然房內既無洗手間也沒毛毯，與服務生又語言不通，領隊未安排妥當就消失，害得甲旅客只好穿著毛衣凍至天明(狀況三)。分析：本件糾紛案突顯有責任感、熱忱的服務態度、耐心、愛心實屬一個優秀專業領隊不可缺少的要件，若能秉持老吾老，以及人之老之胸懷，實際以誠相待，相信旅客莫不以之回報，由於旅行業是一個先付費，再接受服務的高風險生意，所以口碑、形象更受人注意。

(三) 案例分析：領隊帶團服務品質決定團體成敗任重道遠

事實經過：隨團領隊外文能力不足，對導遊所介紹之當地風土民情及各旅遊點之景觀，無法充份翻譯解說，使旅客無法得到詳盡之旅遊資訊。分析：(旅遊契約第五條、第十條)並未對隨團領隊之服務內容，予以具體之規定，但當國外導遊使用之語言為外國語言時，領隊即有義務將其內容翻譯為我國語言並轉述於旅客，否則導遊將失其意義。因領隊經驗、專業知識均稍嫌不足，未能充份帶動全團氣氛，而予以旅客挑剔之口實。目前有部份地區導遊為外語導遊，建議初赴該

地之領隊，行前多向前輩請教，尤其某些特殊用語，應事先作好筆記，以免到時出糗，甚而使公司蒙受額外損失。

#### (四) 案例解析：領隊帶團要敬業

事實經過：領隊及導遊的品質也大有問題，除了在聖彼得堡三天半的時間裏導遊有執照外，先後在莫斯科的導遊皆是二十歲的小女孩子，導遊沒有執照只是魚目混珠，且多半和領隊在聊天，什麼也講不出來(狀況一)。無照導遊不僅不熟歷史地理，還有偷減行程內容之嫌。一路上小楊(領隊)讓團員下車拍照的時間都很短，卻常推說已有其他團員吵著要買東西了，結果進店的時間往往比參觀景點的時間還久。事實上，並沒有聽到有人想買東西，更何況買東西也不該侵佔到旅遊時間(狀況二)。領隊還以旅行團之名，行跑單幫之實，回程行李過磅時，小楊一人托運的行李就高達 75 公斤，全是他個人買的俄羅斯紀念品，準備回台銷售，請很多團員幫他分攤他的貨品重量，以達化整為零的目的(狀況三)。分析：在本案中 領隊所安排的購物時間過長影響到參觀景點的時間，本末倒置，明顯不妥。此外，領隊小楊還犯了帶團的大忌，竟讓團員幫他帶東西過關，以旅行團之名，行跑單幫之實。在旅遊契約第 32 條(國外購物)已明文規定為顧及旅客之購物方便，乙方如安排甲方購買禮品時，應於本契約第三條所列行程中預先載明，所購物品後一個月內請求乙方協助處理。乙方不得以任何理由或名義要求甲方代為攜帶物品返國，若不小心讓旅客帶到違禁品或是需易課稅金或罰金的東西，那糾紛更是沒完沒了。但在旅行業管理規則第 49 條規定台灣業者安排旅遊活動時不得違反旅遊當地法令，若俄羅斯當地對導遊有所任何規定，業者當然也要遵循才是。

(五) 案例分析：領隊大小眼旅客身心重創，回國求助精神科

事實經過：出發當天，甲旅客拿到登機證後發現自己的位子和九歲兒子的位子相差甚遠，不方便照顧，於是請領隊幫忙可否換位子，領隊回答：只有夫妻才能優先劃機位，就逕自走開。在求助領隊無結果後，甲旅客試著和別人換位子，但怎麼換就是無法換到兒子旁邊的機位，最後只好讓九歲的兒子在長達十幾個小時的飛行中，自己一個人坐。(狀況一)

甲旅客發現現金美金六百五十元不見了，剩下台幣和護照。將情況告知領隊，領隊隨即拿著甲旅客的小錢包向櫃台反應，只見櫃台人員一直搖頭。這時領隊對著甲旅客說：我說的話妳都沒注意聽，或是聽不懂我說的話，如果聽不懂，我可以再說一遍，往後還有十幾天行程，妳最好給我謹慎點，甲旅客莫名其妙，不解領隊為何對她發飆(狀況二)。往後的行程中，領隊就未曾主動和甲旅客打招呼，但眼看領隊熱心的對待其他團員，而對甲旅客卻視她為空氣人，視而不見，這點讓甲旅客非常不舒服(狀況三)。接下來讓甲旅客更生氣的是，小孩在車上表示尿急，要上廁所，甲旅客向領隊反應後，領隊沒答理，直到半小時後小孩受不了大叫：媽媽，我受不了，膀胱要爆炸，這時領隊才請司機停車，讓小孩下車尿尿(狀況四)。這趟旅行並沒有為甲旅客帶來一些愉快的回憶。相反地，因為領隊對她種種的差別待遇，讓她每天腦海不時浮現旅途中種種不合理的事，心中氣憤難平，另一方面也反覆檢討自己是否有言行失當之處，最後搞得自己夜夜失眠只好求助精神科醫師。分析：本件糾紛是甲旅客在意的領隊服務。領隊沿途對甲旅客有服務不周之處。例如機位位子的處理，機位航空公司是以旅客姓氏的英文字母順序來安排

座位，領隊應向旅客說明清楚，但領隊是不是有用心，旅客是可以感受出來的。這些事情不管領隊有心無心，卻讓旅客覺得不受領隊歡迎，為何領隊只對別人熱心，感覺有差別待遇。帶團時懷著待客如親的服務態度，相信領隊與旅客間一定會有良性的互動。

#### (六) 案例解析：遊輪上顧著喝酒打牌，領隊失職

事實經過：出發當天，甲旅客只見每團的領隊都已抵達集合地點在為團員做說明，卻不見這團的領隊，一直到距搭機約一個小時前，才見領隊悠哉悠哉的走過來，開玩笑的說：哇！你們真準時(狀況一)。團體上船遊三峽，甲旅客覺得領隊不盡責，明明知道用餐時間更改，卻不通知，難道團員得隨時注意廣播，萬一沒聽到怎麼辦？領隊一上船，就只顧和他的旅客喝酒打牌，完全不管她們(狀況二)。甲旅客疑似吃壞肚子，腹痛難忍，領隊在得知後，只說一句：大概是中午吃辣不習慣吧，之後就不曾關心過(狀況三)。分析：本件糾紛是領隊服務的問題。這團的領隊出發當天就遲到，沒給旅客留下好印象，光是這點，這犯了領隊的大忌。在遊輪上，團員的一切活動都有船公司安排，領隊沒事就可以躲到一邊涼快。殊不知縱使沒事，領隊也不可完全都不管團員，有時還是得出來露露臉，問候問候團員。船上有活動時，例如晚會或酒會時，應提醒旅客是否須著正式服裝，最重要當然不可缺席。本件中的領隊忘了除了他自己的旅客外，還有其他的團員，竟然與自己的旅客喝酒打牌，以致太累，沒出席酒會，這是領隊失職的部份。這個糾紛也再次提醒領隊，帶團時陪旅客喝點小酒，有時無可避免，但喝多了就容易誤事。

#### (七) 案例解析：領隊無精打采，旅遊失光彩

事實經過：該團的領隊，因剛從歐洲帶團回國，隨即又帶甲旅客這團，整個人時差仍未恢復，不僅體力不濟、神情恍惚，帶起團來毫無熱忱…。紐西蘭的行程以拉車為多，領隊一上車就打呼睡覺；或是人文地理只介紹二分鐘，就放音樂讓團員一同昏睡；到達落腳的飯店時就算天色猶亮，也不曾介紹周邊環境。到了飯店領隊沒交代其房號，發完鑰匙後一溜煙不見人影。房間內電話無按鍵必須透由總機轉接，晚上總機及櫃臺人員下班後，團員無法使用房內電話，房間也無法互相聯絡，更找不到領隊幫忙。甲旅客本想只在旅客意見調查表上吐吐苦水，未料領隊除強收小費外，在機場只給團員三分鐘填寫調查表，還施壓現場收回。分析：一個團體的滿意度，受到許多因素的影響，如交通、住宿、餐食、導覽等，而其中最關鍵的靈魂人物就是領隊。像本案中這樣兼導遊的領隊更是責任重大，不僅要做到旅遊契約書裏對領隊的規範：領隊應帶領甲方出國旅遊，並為甲方辦理出入國境手續、交通、食宿、遊覽及其他完成旅遊所須之往返全程隨團服務。同時還要對旅遊景點解說介紹，一人兼兩人掌控整個團體行程，甚至在歐洲地區還得自己訂餐找路。若沒有很好的體力及能力，一般人還無法擔任這個職務。本案中的領隊因時差仍未恢復，體力不濟，帶起團來毫無熱忱，一上車就打呼睡覺，人文地理只是應付交代，也不帶團康氣氛，就算有是滿腹學識及經驗，團員也無從受益。領隊連房號都忘了說，做到全程隨團卻沒有盡心服務，也難怪客人不情願給小費。

綜觀以上之案例得知，造成旅客對領隊客訴之原因，如違反規定未隨團返國、無責任感及服務熱忱、違法請旅客攜

帶物品、未能一視同仁、行為不檢、專業不夠或服務熱誠不足等，多來自於領隊本身的敬業與服務態度上的瑕疵，而影響整體之服務品質。

#### 第四節 服務品質、滿意度與再購意願之相關研究

本節檢閱過去國內對服務品質滿意度與再購意願之相關研究整理如下：

一、針對領隊人格特質、團員間互動與旅遊滿意度關係進行討論，其研究結果指出，在團體旅遊中，旅客間彼此的互動會影響到整體旅遊滿意度，而領隊對團員間互動有調節效果，進而增加旅遊滿意度(何燕婷，2010)。

二、以台北縣曾參加旅行團的消費者為對象，探討領隊服務特性、顧客滿意度與顧客滿意度三者間之關係。研究結果顯示，提供較佳的領隊服務將有助於顧客滿意度的提昇，而服務態度及價格方面之滿意度愈高，則顧客忠誠度就愈高(廖珮瑜，2003)。

三、吳德晃(2004)以旅行團的消費者為對象，了解其服務人員的專業表現及服務努力的認知與給付小費間的關係。研究結果顯示，服務努力及專業表現是影響消費者對旅遊整體滿意度的關鍵變數，加強服務人員的專業表現與服務努力是提昇消費者整體滿意度的有效工具。

四、根據鍾政偉(2008)研究整理，消費者的涉入程度會影響滿意度的高低。知覺價值會直接受服務品質所影響，進而對滿意度具有正向影響；消費者的滿意度對其再購意願具有影響力且滿意度與忠誠度兩者之間成正向相關。分析結果，涉

入程度與滿意度是呈負向影響，代表了旅客的涉入程度越高對於滿意度的知覺期望就越高，對服務提供者具有指標性的意義。

五、探討游泳俱樂部的服務品質、顧客滿意與忠誠度之關係，研究結果，服務品質與顧客滿意呈現正相關，因此服務品質的提升，能增加顧客整體滿意度。服務品質越好，顧客滿意度越高；顧客滿意度越高，顧客忠誠度就越高（莊惟臣，2011）。

六、以中華電信顧客為例，洪嘉蓉（2004）探討服務品質、滿意度與忠誠度之關係，研究實證結果指出：中華電信提供服務品質對於顧客滿意度產生正向的影響，而顧客滿意會正向影響顧客忠誠度。換言之，要提升顧客整體滿意度，必須先有效提升各項服務品質，才能增強顧客滿意度與忠誠度。

七、江明樺（2006）。以旅遊網站為例，研究旅行社從業人員涉入程度、滿意度與再購意願之關係，分析結果顯示涉入程度與滿意度間呈現正向關係，滿意度對再購意願間呈現正向影響關係，涉入程度與再購意願間則無顯著相關。

八、柯宜君（2000）以三種不同服務產業比較其消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度之影響，由研究結果得知，由單一產業來探討影響滿意度因素之結，加油站服務的知覺、服務品質對滿意度的影響大於知覺產品品質，而銀行服務之知覺與知覺價格之影響性相當，汽車修護服務則知覺產品品質、知覺服務品質與知覺價格對滿意度皆有影響。

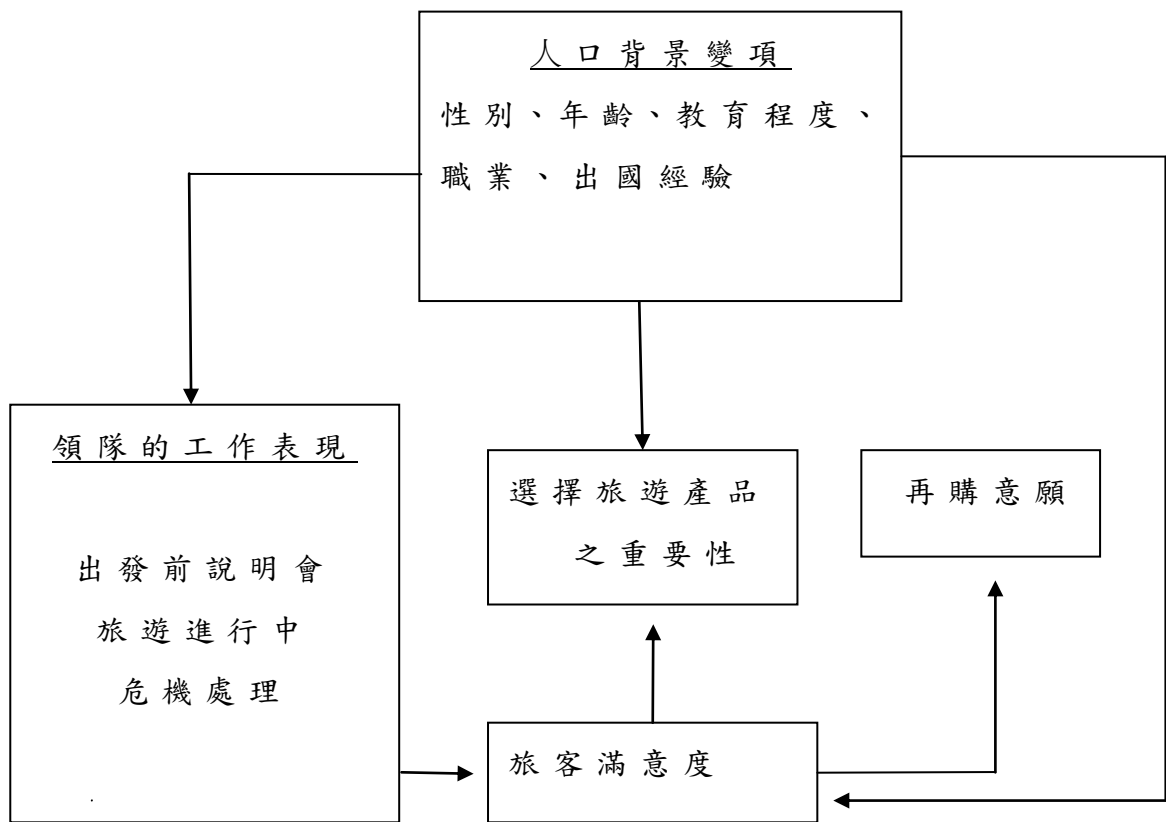
從相關研究結果可以發現，當服務品質越好，顧客滿意度就越高；而滿意度越高，再購意願就越高。

### 第三章 研究方法與步驟

本章主要針對研究的方法與研究步驟之內容分別敘述，共分為五節，第一節研究架構、第二節研究流程、第三節研究對象及取樣、第四節研究工具、第五節資料分析。

#### 第一節 研究架構

本研究根據研究目的與研究問題，經由相關文獻探討後，提出研究架構如下圖：

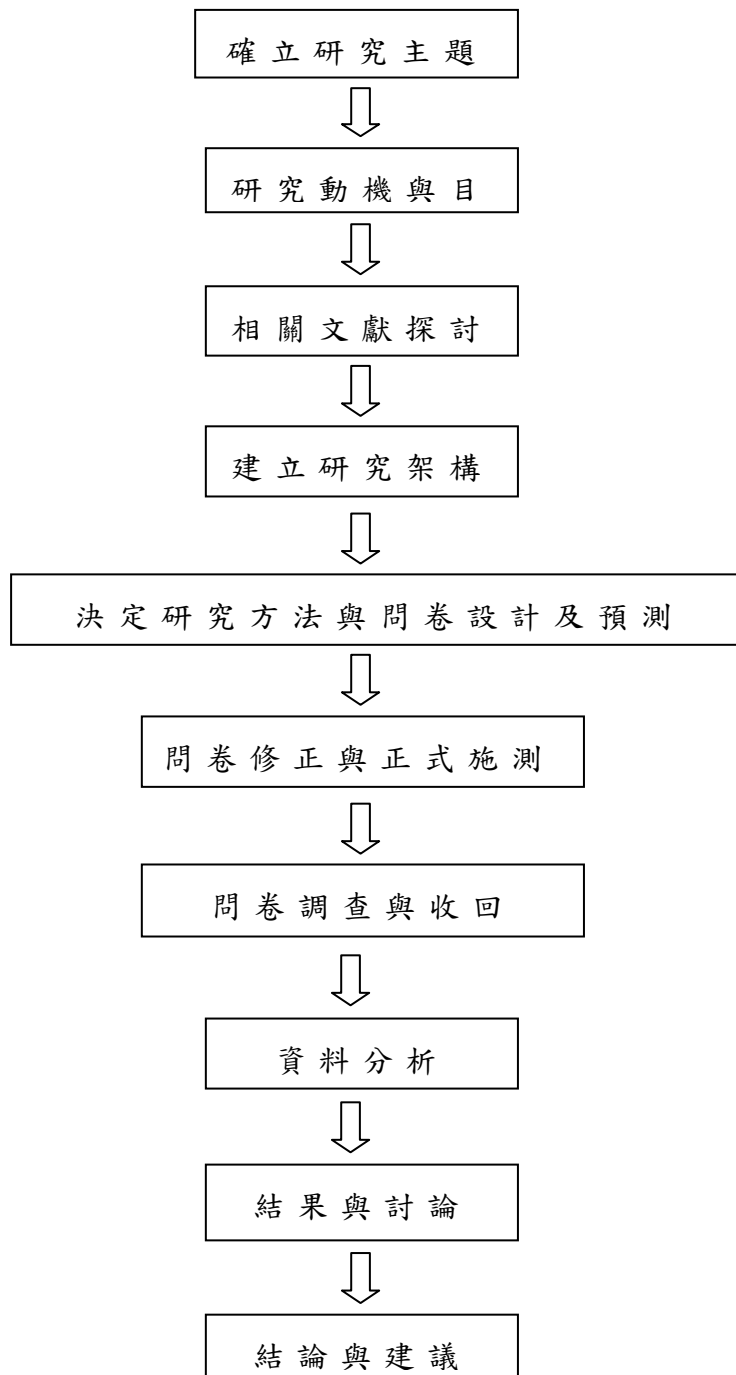


研究架構圖三

## 第二節 研究流程

本研究根據研究目的與相關文獻回顧並以相關的理論為基礎，對所研究的主題方向、研究目的、研究架構，而設計問卷進行問卷調查等實證性研究工作，並將所得資料進行整理與分析，依所得結果進行討論，再根據研究結果提出結論

與建議，本研究流程如圖四所示：



研究流程圖四

### 第三節 研究對象與取樣

本研究以曾參加國外旅行團經驗之本國人均為研究之對象，本研究係透過領隊於旅遊期間協助發放問卷。取樣方式採叢集便利抽樣方式進行，期間自 2011 年 12 月~2012 年 4 月，共 15 位領隊於 12 個旅遊團體中發放 300 份問卷回收有效問卷 256 份回收率 85%。協助發放問卷之領隊均經過研究者當面說明問卷之內容與填答方式，對實施方式與輔助說明均能清楚表達及協助受試者填答。

### 第四節 研究工具

本研究之工具是以林燈燦(2010)之領隊工作流程及 Wang et al.(2000)針對領隊服務特性衡量之 25 個項目為基準，並參考廖珮瑜(2003)所編列之問卷，再依據研究目的而修編的問卷作為調查所需工具，並將之定名為「旅客對領隊工作表現之滿意度」問卷，內容共區隔為四部份：旅客對領隊工作表現的滿意經驗，旅客對旅遊產品與領隊之認同，選擇旅行團之重要考量因素及個人基本資料(詳如附件錄一)。問卷制作過程與效度、信度分析敘述如下：

#### 一、專家效度考驗

預試問卷初稿完成後，即請數位旅行業同業、專業領隊及相關領域的教授、副教授等專家學者(如附件二)就問卷內容之適切性、重要性及代表性，進行審閱刪除、增列或建議，再修改為正式預試問卷。

## 二、信度考驗

將收回之預試問卷，以內部一致性進行信度分析，預試結果各構面之Cranach's $\alpha$ 值均大於.97，顯示問卷具有高度之信度。

## 三、因素分析

滿意度分析結果KMO值為0.95，經Bartlett球形檢定為5344.48，顯著性0.00，KMO值大於0.8以上，表示因素分析結果優良，Bartlett球形檢定之p值為0.00表示非常適合進行因素分析(邱皓政，2000)；而特徵值大於1者有3個因素，各因素的Cranach's $\alpha$ 依序為0.90、0.93、0.95，符合各因素內部一致性大於0.5表示可接受的要求(楊世瑩，2005；引自呂宜馨，2010)，萃取出3個主要的因素，並將其整理如表三，並根據其特性命名如下：

### 1. 因素一：出發前說明會

包含5個變項，依因素負荷量高低順序，構成因素一的變項分別為(1)對行程內之食衣住行育樂說明清楚、(2)對行程內之自費項目及費用說清楚、(3)有告知行程中之購物次數與內容、(4)會了解旅客有無特殊餐食習慣、(5)對未參加說明會者以電訪簡單說明。由於這些題項與出國前之說明會相關，因此將其命名為出發前說明會。因素解釋變異量為56.63%；此5個變項的平均值為4.12，在3個因素中排序第3，即旅客對此因素的滿意度較低。

### 2. 因素二：旅遊進行中

包含10個題項，依因素負荷量高低順序，構成因素二的變項分別為(1)分配房間時能清楚說明飯店的設施及使用方法、(2)於機場時協助安排旅客通關事宜、(3)在登機前是否

有針對需求為旅客重新安排機上座位、(4)能主動以電話方式或巡房，確認旅客房間沒問題、(5)是否有清楚說明機場對飛安檢查及行李托運之相關規定、(6)對特殊飲食者會協助安排、(7)在遊覽車上會主動協助旅客進行座位調換、(8)行程中會隨時注意清點人數，確實掌控旅客人數、(9)在到達旅遊景點時，能進行介紹解說、(10)在遊覽車上會針對當地人文風景進行解說。由於這些題項與機場、飛機上、旅程中及飯店相關，因此將其命名為旅遊進行中。因素解釋變異量為6.11%；此10個變項的平均值為4.21，在三個因素中排序第1，即旅客對此因素最為滿意。

### 3. 因素三：危機處理

包含10個題項，依因素負荷量高低順序，構成因素三的變項分別為(1)在未徵求旅客同意下，不會任意增加購物點、(2)說明自費內容、危險性及注意事項、(3)對每一位旅客一視同仁、(4)於購物時不會蓄意滯留或強迫購買、(5)遇旅客提出任何要求時，應有妥善處理的能力、(6)遇餐廳、飯店提供之品質有瑕疵時會要求改善、(7)遇當地導遊或司機不適任時，會即時溝通並要求改進、(8)具備有基本的醫療常識、(9)班機延誤或班機取消時，能爭取權益、(10)遇有旅客生病受傷時，會協助並給予最佳照顧。由於這些項目均為突發狀況與領隊的應變能力有關，因此將其命名為危機處理。因素解釋變異量為4.73%；此10個變項的平均值為4.16，在3個因素中排序第2。

表 4 旅客對領隊工作表現滿意度之因素分析

因素 構面	題 項	平均 數	因素負 荷量
一： 出 發 說 明 會	1. 食衣住行育樂說明清楚。	4.21	0.86
	2. 自費項目及費用說明清楚。	4.18	0.90
	3. 告知購物次數與內容。	3.98	0.80
	4. 有無特殊餐食習慣。	4.18	0.54
	5. 以電訪簡單說明。	4.05	0.60

特徵值：14.16%

解釋變異量：56.63%

因素負荷量平均：0.74

因素總平均排序3：4.12

二： 旅 旅 進 行 中	9. 清楚說明飯店的設施及使用方法。	4.11	0.58
	7. 協助安排旅客通關事宜。	4.30	0.91
	8. 為旅客重新安排機上座位。	4.11	0.52
	10. 主動以電話或巡房方式， 確認旅客房間沒問題。	4.16	0.86
	6. 清楚說明機場之相關規定。	4.28	0.68
	11. 對特殊餐食習慣者會協助安排。	4.27	0.44
	12. 掌控旅客人數。	4.36	0.77
	15. 會對當地人文風景進行解說。	4.27	0.58
	14. 對旅遊景點進行介紹解說。	4.20	0.70
	13. 協助旅客進行座位調換。	4.04	0.54

特徵值：1.53%

解釋變異量：6.11%

因素負荷量平均：0.66

因素總平均排序1： 4.21

---

三：	17. 不會任意增加購物點.	4.24	0.84
	19. 對旅客一視同仁.	4.23	0.69
	16. 不會蓄意滯留或強迫購買.	4.19	0.85
	22. 旅客提出任何要求時，應有 妥善處理的能力.	4.16	0.47
危	23. 品質有瑕疵時會要求改善.	4.12	0.64
機	24. 導遊或司機不適任時，會溝 通並要求改進.	4.15	0.80
處			
理	25. 旅客生病受傷，會協助並給 予時最佳照顧.	4.21	0.57
	18. 說明自費內容、危險性及 注意事項.	4.23	0.74
	20. 具備基本的醫療常識.	3.98	0.86
	21. 班機延誤或班機取 消時，能爭取權益.	4.10	0.71

---

特徵值：1.18%

解釋變異量：4.73%

因素負荷量平均：0.72

因素總平均排序2： 4.16

---

Kaiser-meyer-olkin 0.95

Bartlett 球形檢定 5344.48

顯著性 0.00

---

## 第五節 資料分析

本研究採用 SPSS for Windows 17.0 中文版套裝軟體針對樣本之信度考驗，以及問卷資料之分析驗證，進行相關資料處理。相關統計方法說明如下：

### 一、描述性統計分析

本研究針對旅客背景變項及量表各題項進行平均數、百分比、次數分配，以了解樣本特性及資料分佈的情形。

### 二、因素分析

因素分析是一種統計分析的技術，它包含了許多縮減空間的技術，主要目的是以較少的構面來表示原先資料的結構，而又能保持原有資料結構所提供大部份資訊。將旅客對領隊工作表現滿意度利用因素分析進行萃取成分，並透過取樣適切性量數(kaiser-meyer-olkin, KMO)及 Bartlett球形來檢定，取特徵值大於1為萃取成分的指標，透過主成分因素分析法(principal component analysis)，及最大變異轉軸法(varimax)進行轉軸，俾萃取出主要共同因素，將轉軸所得之因素負荷在0.4以上的變數作為歸類成份的依據(邱皓政，2000)。

### 三、信度分析

信度即樣本的可靠度，本研究以 Cranach's  $\alpha$  係數做為判斷的依據來檢測衡量問卷題目間之一致性、穩定性程度。在 Cranach's  $\alpha$  係數之取捨標準上，若  $\alpha$  值高於 0.7 為信度高，低於 0.35 為低信度，介於其間為中信度。

### 四、相關分析

本研究以皮爾森積差相關分析，探討旅客對領隊工作表現之滿意度是否與再購意願有關。

#### 五、t 檢定與單因子變異數分析

本研究乃使用 t 檢定與單因子變異數分析，探討不同背景變項之旅客對領隊的工作表現是否有顯著差異。

## 第四章 結果與討論

本章根據研究假設將回收之效問卷，以適當的統計方法加以分析，將各統計分析之結果敘述如下，內容共分為四節：第一節描述性統計分析，第二節旅客之滿意度與再購意願之分析，第三節不同人口變項旅客滿意度之差異分析，第四節綜合討論。

### 第一節 描述性統計分析

本節將受訪樣本之基本資料包括性別、年齡、教育程度、職業、出國經驗等5個變項，旅客對領隊工作表現之滿意度及選擇旅遊產品之重要性，分別以描述性統計分析，結果如表5-1、5-2、5-3顯示出各變項之次數分配情形，分述如下：

#### 一、基本資料分析

在性別方面，女性受訪者有155人占60.5%，多於男性的101人39.5%。年齡以30-39歲為主有62人占24.2%，依次為50-59歲有52人占20.3%，60歲以上有50人占19.5%，40-49歲有49人占19.1%，20-29歲有31人占12.1%，20歲以下僅12人占受訪者的4.7%。在教育程度方面以專科、大學為主，共有127人占49.6%，其次為高中職62人占24.2%，再次碩博士共44人占17.2%。在職業方面，顯示現階段出國旅遊的旅客職業主要以服務業計有68人占26.6%居多，其次為工商業的66人占25.8%，公務員有26人占10.2%，中小學教師有24人占9.4%，

高中職教師有12人占4.7%，大專教師10人占3.9%。最後在出國經驗方面，出國參加旅行團達10次以上有95人占37.1%，依次為4-6次者67人占26.2%，1-3次及7-10次各有47人分別占18.4%。

表 5-1 旅客基本資料之描述性統計

	旅客屬性	次數	有效百分比(%)
性別	男性	101	39.5
	女性	155	60.5
年齡	20 歲以下	12	4.7
	20-29 歲	31	12.1
	30-39 歲	62	24.2
	40-49 歲	49	19.1
	50-59 歲	52	20.3
	60 歲以上	50	19.5
教育程度	國小(含以下)	8	3.1
	國中	14	5.5
	高中職	62	24.2
	專科、大學	127	49.6
	碩博士	44	17.2
職業	學生	14	5.5
	軍人	3	1.2
	公務員	26	10.2
	教師(中小學)	24	9.4
	教師(高中職)	12	4.7
	教師(大專院校)	10	3.9

	服務業	68	26.6
	工商業	66	25.8
	家管	22	8.6
	其他	11	4.3
出國經驗	1-3次	47	18.4
	4-6次	67	26.2
	7-10次	47	18.4
	10次以上	95	37.1

## 二、旅客對領隊工作表現滿意度分析

根據表 5-2 顯示，旅客對領隊工作表現之滿意度其得分大部份均在 4 分以上，介於同意到非常同意之間，前五名依序為清點人數，以確實掌控旅客人數、協助安排旅客通關事宜、說明機場之相關規定、對特殊飲食者會協助安排、對旅遊景點能進行介紹解說；而在具備有基本醫療常識與告知行程中之購物次數與內容，得分未達 4 分，介於普通到同意之間。

由此可知，旅客在旅行過程中，最在意的是因領隊的疏忽而使團員未能跟上團隊而被放鴿子，因此對人數的掌控均希望領隊能隨時注意、確實清點人數，而獲得旅客滿意。各國機場之規定及通關事宜略有不同，且因應國際局勢之變動而時有改變，旅客對領隊能了解最新相關資訊，且事先說清楚講明白，減除其內心不安之疑慮而感到滿意。隨著國人出國旅遊指定特殊餐食者日益增加，諸如素食者、蛋奶素食者、不吃牛（羊、豬）肉者、不吃海鮮者…等等，旅客對領隊能妥善依不同需求安排餐食，而感到滿意。國外旅行團在當地雖然大部份都有導遊介紹旅遊景點，但領隊能主動對景

點進行解說，因為語言或用詞的共同性，加對領隊的信賴，使旅客對景點的認知更深，領隊也可因此獲得旅客之肯定。

旅遊中，難免會遇到意外狀況，如感冒、中暑、腹瀉、燙傷、跌傷…等等，若領隊具有基本醫療常識，就能即時處理、降低傷害及危險；但本研究調查結果發現，旅客對此滿意度略低，顯示領隊的醫療常識有待加強。另外，旅客對於領隊在旅遊中安排購物景點的次數與內容，未能詳細說明的滿意度較低，由此可知，領隊應事先對行程中各購物景點詳盡了解，以避免有交待不清楚之虞，而影響滿意度。

表 5-2 旅客對領隊工作表現滿意度敘述統計量表

變項	平均數	標準差	排序
12. 清點人數，以確實掌控旅客人數	4.36	.65	1
7. 協助安排旅客通關事宜	4.30	.65	2
6. 說明機場之相關規定	4.28	.66	3
11. 對特殊飲食者會協助安排	4.27	.66	4
15. 對旅遊景點能進行介紹解說	4.27	.69	5
17. 未經同意不會任意增加購物點	4.24	.78	6
18. 說明自費內容、危險性及注意事項	4.24	.68	7
19. 對每位旅客一視同仁	4.23	.77	8
25. 旅客提出要求時有妥善處理的能力	4.21	.71	9
1. 行程之食衣住行育樂能說明清楚	4.21	.69	10
14. 對當地人文風景進行解說	4.20	.71	11
16. 不會蓄意滯留或強迫購買	4.19	.76	12
2. 行程內之自費項目及費用說清楚	4.18	.73	13
4. 了解旅客有無特殊餐食習慣	4.18	.77	14

10. 以電話(巡房)方式確認房間沒問題	4.16	.82	15
22. 旅客生病(受傷)時，會給予照顧	4.16	.70	16
24. 品質有瑕疵時，會要求立即改善	4.15	.72	17
23. 導遊或司機不適任時即時要求改進	4.12	.72	18
8. 針對需求為旅客安排機上座位	4.11	.77	19
9. 清楚說明飯店的設施及使用方式	4.11	.75	20
21. 班機延誤或班機取消時，能爭取權益	4.10	.71	21
5. 對未參加說明會者以電訪簡單說明	4.05	.90	22
13. 主動協助客人進行座位調換	4.04	.78	23
20. 具備有基本的醫療常識	3.98	.83	24
3. 告知行程中之購物次數與內容	3.98	.92	25

註：滿意度分數之範圍，1表示非常不同意，5表示非常同意

### 三、旅客選擇旅遊產品之重要性分析

本研究依據消費者選擇旅行社因素之相關文獻，將其整理為：企業品牌、產品內容、產品價格、領隊人員及親友推薦，做為選擇旅遊產品時之重要考量因素。經統計分析後如表5-3顯示，旅客在選擇旅遊產品時，考量因素之第一重要性依序為：產品內容、企業品牌、產品價格、領隊人員及親友推薦。第二重要性依序是：產品內容、產品價格、企業品牌、領隊人員及親友推薦。第三重要性依序是：企業品牌、親友推薦、領隊人員、產品價格、產品內容。第四重要性依序是：親友推薦、產品價格、企業品牌、領隊人員、產品內容。第五重要性依序是：親友推薦、領隊人員、產品價格、企業品牌、產品內容。調查結果顯示，旅客在選擇旅遊產品時，有50.8%的受訪者最重視的考量因素為產品內容，其次是企業品

牌佔有17.2%，而產品價格佔13.3%。在第二重要性因素方面，產品內容仍排第一佔25.4%，產品價格24.2%排第二，企業品牌22.3%則列入第三。

由此可知，旅客對行程內容的規劃，餐食、住宿、交通的安排，旅行社的財務狀況、信譽名聲以及價格的合理性，是選擇旅遊產品時最為重要的考量因素。而領隊人員對旅客在選擇產品時其影響並不大，親友推薦則被列在最不重要之因素。此結果與鄭紹成、陳鈺達、黃仁俊(2006)之研究相同，有服務保證且低價格與高企業可信度之情況下，消費者之購買意願最高。亦與林聖偉，李君如(2006)在品牌形象、知覺價值、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究結果有相同之處。但與黃榮鵬、蔡憲唐(2002)針對銀髮族旅遊消費行為之研究，銀髮族出國選擇旅團最主要參考資訊來自親友介紹與自己的旅遊經驗之結果有所不同，分析其差異來源為本研究樣本為60歲以上僅佔19.5%，因此產生差異的原因在於樣本結構差異所造成。

表 5-3 旅客選擇旅遊產品之重要性排序分析

題 項	重要 1	重要 2	重要 3	重要 4	重要 5
2. 產品內容	50.8%	25.4%	11.7%	7.4%	4.7%
1. 企業品牌	17.2%	22.3%	25.4%	19.5%	15.6%
5. 產品價格	13.3%	24.2%	17.6%	25.8%	18.8%
4. 領隊人員	11.3%	17.6%	22.3%	19.1%	29.7%
3. 親友推薦	7.4%	10.5%	23.0%	28.1%	31.3%
總 和	100%	100%	100%	100%	100%

## 第二節 旅客之滿意度與再購意願之分析

一、描述性統計分析如表 5-4 顯示，對產品滿意但領隊表現不佳時會影響再購意願，同意有 134 人占 52.3%，非常同意有 92 人 35.9%，表示領隊在服務、專業的表現讓旅客感到不滿意時，會因領隊的問題而影響再次選擇該旅行社之意願。對產品不滿意但對領隊表現很好時仍會考慮再次購買，同意者有 129 人占 50.4%，非常同意有 52 人 20.3%，此結果表示旅客雖然旅遊產品未能如預期讓旅客滿意，但因領隊整體表現相當得宜，令旅客滿意進而影響考慮再次購買的意願。對產品滿意與領隊都滿意時一定會再購買，同意及非常同意各有 102 人 39.8%、107 人 49.6%，合計有 89.4% 的旅客是持肯定的態度結果，無庸至疑地顯示出，當產品和領隊都讓旅客滿意時，一定會再選擇該旅行社的意願相當高。對產品與領隊表現都不佳時仍會考慮再購買，非常不同意 70 人 27.3%、不同意 62 人 24.2%、普通 45 位 17.6%、同意 46 人 18%、非常同意 33 人

12.9%，當旅遊產品與領隊都無法達到滿意程度時，有51.5%(27.3%+24.2%)的受訪者是不會考慮再選擇該旅行社，可是卻也有30.9%(18%+12.9%)的受訪者願意給機會考慮再購買。相關研究指出價格對消費者購買意願有顯著之影響，研究發現價格對購買意願具有直接之正面效果(Monroe and Krishnan, 1985; 引自鄭紹成、陳鈺達、黃仁俊, 2006)。針對團體套裝旅遊業之服務保證、價格與企業可信度對消費者購買意願之研究結果發現：企業可信度與消費者購買意願呈正相關(鄭紹成、陳鈺達、黃仁俊, 2006)。江明樺(2006)及鍾政偉(2008)研究結果提出，消費者的滿意度對再購意願具有影響力，滿意度與忠誠度兩者之間呈正相關，此結果與本研究分析結果是相似的。探其原因，研究者曾於帶團期間，從與旅客交談過程中得知，旅客對於旅遊產品與領隊表現均未能如預期令人滿意時，由於旅行社的品牌、信譽良好，再加上時有促銷活動，提供更優惠的價格，仍會再考慮購買該旅行社之產品的意願。

表 5-4 旅客滿意度與再購意願之描述性統計分析

滿意分數	1	2	3	4	5
	次數	次數	次數	次數	次數
	%	%	%	%	%
對產品感到滿意， 領隊表現不佳時 會影響再購意願	0	11	19	134	92
	0	4.3%	7.3%	52.3%	35.9%
對產品感到不滿意 領隊表現很滿意時 考慮再次購買	2	34	39	129	52
	0.8%	13.3%	15.2%	50.4%	20.3%
對產品及領隊表現 都感到滿意時， 一定會再購買	0	1	26	102	107
	0	0.4%	10.2%	39.8%	49.6%
對產品及領隊表現 都感到不滿意時 仍會考量	70	62	45	46	33
	27.3%	24.2%	17.6%	18.0%	12.9%

註：滿意度分數之範圍 1 表示非常不同意到 5 非常同意

二、經統計分析後由表 5-5 可知，當旅客對產品感到滿意而領隊表現不佳時與再購意願呈現負相關，從考驗結果發現，危機處理的能力不足時，對旅客再購意願具有較大的影響力。對旅遊產品感到不滿意但對領隊表現很滿意與再購意願呈現低相關，從考驗結果得知，在出發前說明會及旅遊進中，領隊表現令旅客感到滿意，對再購意願的影響力較大。當對旅遊產品及領隊表現都感到滿意與再購意願呈現低相關，從考驗結果發現，旅遊進行中的表現極佳時再購意願將提高。對

旅遊產品及領隊表現都感到不滿意與再購意願呈現低相關，考驗結果顯示，領隊在危機處理方面之能力對再購意願有較高的影響力，此亦為旅行社應特別留意與加強的重要事項。

表 5-5 旅客滿意度與再購意願之相關分析

再購意願	出發前 說明會	旅遊進 行中	危機 處理
對旅遊產品感到滿意， 但領隊表現不佳時， 會影響再次選擇意願。	r=-.061 p=.333	r=-.074 p=.236	r=-.018 p=.774
危機處理 > 出發前 > 旅遊進行中			
對旅遊產品感到不滿意， 但對領隊表現很滿意 時，會因領隊而考慮 再次選擇的意願。	r=.333** p=.000	r=.332** p=.000	r=.320** p=.000
出發前 > 旅遊進行中 > 危機處理			
對旅遊產品及領隊表現 都感到滿意時，一定會再 選擇該旅行社。	r=.258** p=.000	r=.320** p=.000	r=.225** p=.000
旅遊進行中 > 出發前 > 危機處理			
對旅遊產品及領隊表現 都感到不滿意時，仍會 再考慮。	r=.190** p=.000	r=.173** p=.000	r=.236** p=.000
危機處理 > 出發前 > 旅遊進行中			

註：\*\*. 在顯著水準為 0.01 時(雙尾)，相關顯著。

三、經由相關分析發現，出發前說明會對於旅客在行程中產生滿意度提高方面，r 值達 .826 顯示旅客在辦理行程說明會中，對旅遊行程中的各項情境與應該準備的各項事務都已清楚，並能順利參與旅遊；相對的，對於行程內容也有具體了解而避免與期待行程間產生落差，使得行程說明會與旅遊進行中的滿意度間呈現高度相關，說明了旅遊前辦理一場內容貼切且具高度關懷的行程說明會，對提昇旅客滿意度並進而影響其產生再購意願是極為重要的，對危機處理的滿意度也會相對提昇。在旅遊行程中當危機發生時的處理，相較於行前說明會在 r 值上略高，均同屬於高相關，顯見危機處理能力無論在行前說明會或旅遊進行中，都呈現與旅客滿意度高相關。由此分析結果，更強調辦理行前說明會與提昇領隊危機處理的能力的重要性。

表 5-6 旅遊行程中各構面影響滿意度相關分析

	出發前說明會	旅遊進行中	危機處理
出發前說明會	1	.826**	.700**
旅遊進行中		1	.746**
危機處理			1

### 第三節 不同人口變項旅客滿意度之差異分析

主要探討不同人口變項之旅客與滿意度之差異，將因素分析萃取出的三個滿意度因素與不同人口變項進行 t 檢定或單因子變異量分析，並以 Scheffe 法事後檢定其差異情形。分述如下：

#### 一、性別

在受訪者性別與滿意度方面，由表 5-7 可得知，三個構面之男與女的平均數分別為：出發前說明會：男 4.158、女 4.162，旅遊進行中：男 4.215、女 4.207，危機處理：男 4.123、女 4.112，經 Levene 檢定未達顯著 ( $F=2.169、1.78、0.78$ ； $P=.960、.907、.903>.05$ )，表示男性與女性在滿意度上並無明顯差別，而在 t 值與顯著性上，發現考驗結果未達顯著，表示男、女性在出發前說明會、旅遊進行中、危機處理三個構面滿意度上並無顯著差異。簡言之，旅客對領隊工作表現的滿意度，不會因性別之不同而有所差異。

表 5-7 旅客性別與滿意度因素之差異

	男 平均數	標準差	女 平均數	標準差	t 值	p 值
出發 前說明會	4.158	.564	4.162	.637	.050	.960
旅遊 進行中	4.215	.541	4.207	.574	.117	.907
危機 處理	4.123	.671	4.112	.680	.112	.903

## 二、年齡

在受訪者年齡與滿意度因素方面，由表 5-8 結果顯示，Levene 的變異數同性質檢定並未達顯著，表示此三個構面的並無明顯差別。考驗結果，不同年齡與出發前說明會及旅遊進行中呈現顯著差異。經事後比較的結果指出，年齡在 30-39、50-59 歲旅客對出發前說明會之滿意度高於其他年齡；在旅遊進行中的滿意度方面，年齡在 20-29 歲與 30-39 歲的旅客呈現較高滿意度；而在危機處理的滿意度方面，年齡在 20-29 歲、50-59 歲之旅客有較高的滿意度。由此可知，旅客對領隊工作表現在各項之滿意度上，會因不同年齡層的關係而有所差異。

表 5-8 不同年齡旅客與滿意度因素之差異

	出發前說明會	旅遊進行中	危機處理
	平均數	平均數	平均數
1. 20 歲以下	4.75	4.82	4.67
2. 20-29 歲	4.13	4.12	4.03
3. 30-39 歲	4.01	4.07	4.05
4. 40-49 歲	4.15	4.20	4.09
5. 50-59 歲	4.08	4.13	4.05
6. 60 歲以上	4.32	4.38	4.22
F 值	4.164	5.357	2.238
p 值	.001***	.000***	.051

考驗結果： 1>6>4>2>5>3

1>6>4>5>2>3

註：\*表  $p \leq 0.05$ ，\*\*表  $p \leq 0.01$ ，\*\*\*表  $p \leq 0.001$

### 三、教育程度

由表 5-9 顯示，教育程度與滿意度因素方面，分析結果：出發前說明會 ( $F=2.825$ ， $p<.026$ )，危機處理 ( $F=3.499$ ， $p<.008$ )，旅遊進行中 ( $F=2.497$ ， $p<.042$ ) 均達顯著差異。旅客希望在出發前獲得相關旅遊資訊之前提下，會因教育程度的不同，而有明顯的差異。在旅遊進行中，旅客對領隊的滿意程度，會因教育程度的不同而有所影響。經事後比較的結果指出，在危機處理中，教育程度在高中職、碩博士之滿意度較其他程度高。突發狀況之發生，在旅遊中是難免的，而危機處理的過程與結果，會因教育程度之差異，對領隊表現滿意度上呈現不同的結果。

表 5-9 旅客的教育程度與滿意度因素之差異

	出發前說明會	旅遊進行中	危機處理
	平均數	平均數	平均數
1. 國小(含以下)	4.46	4.47	4.52
2. 國中	4.45	4.43	4.28
3. 高中(職)	4.27	4.31	4.25
4. 專科或大學	4.11	4.16	4.10
5. 碩博士	4.00	4.06	3.84
F 值	2.825	2.497	3.499
p 值	.026*	.042*	.008*
考驗結果：	1>2>3>4>5	1>2>3>4>5	1>2>3>4>5

註：\*表  $p \leq 0.05$ ，\*\*表  $p \leq 0.01$ ，\*\*\*表  $p \leq 0.001$

#### 四、職業

經統計分析後由表 5-10 顯示，滿意度與職業因素方面，分析結果：出發前說明會 ( $F=3.075$ ,  $p<.002$ )，旅遊進行中 ( $F=2.298$ ,  $p>.017$ ) 達顯著差異，說明了旅客的社經背景的差別，對領隊的表現持有不同的看法。危機處理 ( $F=1.665$ ,  $p<.101$ ) 則無差異，表示在危機處理上，對領隊的要求，在想法上是比較一致的。換言之，旅客的社會經驗背景不同，會影響對領隊在出發前說明會與旅遊進行中的滿意度，而對領隊在危機處理的能力上，並未因職業的差異而有所不同。

表 5-10

旅客之職業與滿意度因素之差異

	出發前說明會	旅遊進行中	危機處理
	平均數	平均數	平均數
1. 學生	4.76	4.77	4.67
2. 軍人	4.66	4.56	4.00
3. 公務員	3.99	4.18	3.94
4. 教師(中小學)	4.22	4.21	4.11
5. 教師(高中職)	3.92	3.98	4.26
6. 教師(大專院校)	4.44	4.34	4.30
7. 服務業	4.10	4.18	4.07
8. 工商業	4.17	4.16	4.06
9. 家管	4.13	4.19	4.21
10. 其他	3.84	4.00	3.94
F 值	3.075	2.298	1.665
p 值	.002*	.017*	.101
考驗結果：	1>2>6>4>8>		
	9>7>3>5>10		
	1>2>6>4>9>		
	7>3>8>10>5		

註：\*表  $p \leq 0.05$ ，\*\*表  $p \leq 0.01$ ，\*\*\*表  $p \leq 0.001$

#### 五、出國經驗

由表 5-11 顯示，出國經驗與滿意度方面的分析結果，出發前說明會 ( $F=.018$ ， $p>.997$ )，旅遊進行中 ( $F=.164$ ， $p>.920$ )，危機處理 ( $F=.908$ ， $p>.438$ ) 均無顯著差異。因此，出國經驗的差別不會對領隊工作表現的滿意度造成影響，意即，旅客

對領隊滿意度並不會因出國經驗不同而有所差異。進一步了解，依據觀光局(2012)的統計，2011年國人出國人次已達到9,583,873人次，顯見國人出國旅遊的經驗亦隨之增加。然而，藉由親友旅遊經驗之分享，或是經由媒體、旅遊節目、國際旅展、旅遊達人部落格、旅遊交流網站…等等，旅遊相關的資訊現在都可以輕易取得，因此出國次數之多寡，不會影響對領隊工作表現的看法。

表 5-11 旅客出國經驗與滿意度因素之差異

	出發前說明會	旅遊進行中	危機處理
	平均數	平均數	平均數
1. 1-3 次	4.17	4.25	4.11
2. 4-6 次	4.15	4.20	4.17
3. 7-10 次	4.15	4.22	4.20
4. 10 次以上	4.16	4.18	4.03
F 值	.018	.164	.908
p 值	.997	.920	.438

#### 第四節 綜合討論

本研究之受訪者女性多於男性受訪者。於年齡方面以30-39歲為主，其次為50-59歲。在教育程度方面，以專科、大學為主。在職業方面，主要以服務業居多，其次為工商業。

而出國經驗方面，出國參加旅行團達10次以上最多，次之是4-6次。由上述資料顯示可知，國人參加國外旅行團以女性居多，教育程度高，依背景分析與觀察結果，本研究所取得之樣本大部份正值工作經濟穩定與事業有成之年齡，且多數從事服務業，出國旅遊之經驗相當豐富。

旅客對領隊工作表現之滿意度其得分大部份均在4分以上，介於同意到非常同意之間，只有在具備有基本醫療常識與告知行程中之購物次數與內容，得分未達4分，介於普通到同意之間。整體來看，旅客對領隊工作之表現均達滿意程度，顯示領隊在服務質量與專業素養方面，普遍獲得旅客認同，但在基本醫療常識及對當地購物情況方面之知識，較為欠缺，有待領隊人員日後加強改善（假設一，成立）。

旅客在選擇旅行社考量因素方面，調查結果顯示，旅客在選擇旅遊產品時，有50.8%的受訪者最重視的考量因素為產品內容，其次是企業品牌佔有17.2%，而產品價格占13.3%。在第二重要性因素方面，產品內容仍排第一占25.4%，產品價格24.2%排第二，企業品牌22.3%則列入第三。顯見，旅客對行程內容的規劃，餐食、住宿、交通的安排，旅行社的財務狀況、信譽名聲以及價格的合理性，是選擇旅遊產品時最為重要的考量因素。而領隊人員對旅客在選擇產品時影響並不大，探其因旅行社在團體確定成行後才能派遣領隊，以致於旅客無法在購買旅遊產品時，即能選擇領隊所致，而親友推薦則被列在最不重要之因素則是本調查結果的重大發現（假設二，成立）。

滿意度與再購意願之分析結果，對旅遊產品滿意，但領隊在服務、專業的表現讓旅客感到不滿意時，旅客會因領隊

的問題而影響再次選擇該旅行社之意願，其中又以危機處理的能力不足，最具影響力。若旅遊產品不佳，但領隊整體表現相當得宜，會令旅客因為滿意進而影響考慮再次購買的意願，影響較大的是出發前說明會。而當產品和領隊都讓旅客滿意時，一定會再選擇該旅行社的意願相當高，對旅遊進行中的滿意度影響最高。可是，當旅遊產品與領隊都無法達到滿意程度時，有51.5%的受訪者是不會考慮再選擇該旅行社，可是卻也有30.9%的受訪者願意給機會考慮再購買，其中之原因亦受產品的價格、企業的品牌因素所影響（假設三，部份成立）。

旅客在對領隊工作表現的滿意度上，分析後發現沒有性別的區分，也不會因出國次數的多寡而不同，但會因不同年齡的關係而有所差異。年齡在30-39歲與50-59歲的旅客，對於領隊在出發前，將當地該注意的事項及需要準備的物品，於說明會中交待清楚而感到滿意。20-29歲及30-39歲的旅客，對領隊在旅遊進行中的表現有較高的滿意度，而20歲以下及60歲以上的旅客，對領隊在旅遊中的表現較不滿意，歸咎其因，年紀較輕與年長者，比其他年齡的旅客需要更多的照顧跟關愛，領隊未能注意所造成；然而對領隊的要求，在出發前說明會、旅遊進行中及危機處理上的滿意度，會因教育程度的差別、職業的上不同而有所差異。旅客希望在出發前獲得相關旅遊資訊之前提下，會因教育程度的不同，社會經驗背景的差異，在滿意度上有明顯的差別。另外，突發狀況之發生，在旅遊中是難免的，而危機處理的過程與結果，對領隊表現滿意度，會因教育程度之差異呈現不同的結果（假設四，成立）。

綜言之，年齡、教育程度及職業的不同，會影響旅客對領隊的滿意度。其結果與General Household Surveys(1977)研究指出，觀光遊憩需求，主要是受年齡、性別、婚姻狀況、教育程度、經濟地位、工作團體、工作時間、收入、有無自用車、家庭人數及其生命週期、以及其他因素所影響(引自李銘輝、郭建興，2004)，有部分相同。

## 第五章 結論與建議

本章之第一節將第四章中所呈現的研究結果與相關文獻探討，作為結論之依據，並加以討論說明之。而在第二節中，以研究分析所得之結論，分別對旅行社業者、領隊及後續研究者提出建議。

### 第一節 結論

#### 一、領隊之服務表現與專業素養普遍得到旅客認同

了解旅客對領隊工作表現的滿意度概況，顯示領隊在服務質量與專業素養方面，普遍獲得旅客認同，但在基本醫療常識及對當地購物情況方面之知識，較為欠缺，有待領隊人員日後加強改善。

#### 二、領隊表現並非影響旅客選擇旅遊產品的重要因素

旅客在選擇旅遊產品時，受訪者最重視的考量因素首要是產品內容，其次是企業品牌，再次為產品價格。在第二重要性因素方面，產品內容仍排第一，產品價格排第二，企業品牌則列入第三。由此可知，旅客對行程內容的規劃，餐食、住宿、交通的安排，旅行社的財務狀況、信譽名聲以及價格的合理性，是選擇旅遊產品時最為重要的考量因素。而領隊人員對旅客在選擇產品時其影響並不大，親友推薦則被列在最不重要之因素。而領隊人員對旅客在選擇產品時影響並不大，探其原因，旅行社通常是在團體確定成行後才會派遣領

隊，以致於旅客無法事先在購買產品時，即能得知或選擇領隊所致，故領隊人員對旅客在選擇旅遊產品時，並非重要的考量因素。由於受訪者以30-60歲者居多，此年齡層屬於自主性較強的族群，對於選擇旅遊產品的看法自有主張，因此認為親友推薦的因素，是最不重要之考量。

### 三、領隊工作表現對旅客再購意願具正向影響

滿意度與再購意願之分析結果，對旅遊產品滿意，但領隊在服務、專業的表現讓旅客感到不滿意，會因領隊的問題而影響再次選擇該旅行社之意願。若旅遊產品不佳，但領隊整體表現相當得宜，令旅客滿意進而影響考慮再次購買的意願。而當產品和領隊都讓旅客滿意時，一定會再選擇該旅行社的意願相當高。可是，當旅遊產品與領隊都無法達到滿意程度時，有51.5%的受訪者是不會考慮再選擇該旅行社，可是卻也有30.9%的受訪者願意給機會考慮再購買，其中之原因亦受產品的價格、企業的品牌因素所影響。

進一步就旅遊行程中各構面影響滿意度相關分析，發現旅客於行前說明會中，對行程內容有具體了解且對旅遊進行中的各項情境與該準備的各項事務都清楚，而避免與期待行程與事實產生落差，對提昇旅客滿意度並進而影響其產生再購意願極為重要。危機處理能力無論在行前說明會或旅遊進行中，都呈現與旅客滿意度高相關。由此更強調提昇領隊危機處理的能力的重要性。

### 四、年齡為影響旅客對領隊表現的重要影響因素

不同人口變項的旅客對領隊工作表現的滿意度，是沒有性別的區分，也不會因出國次數的多寡而不同，但會因不同年齡的關係而有所差異。年紀較輕與年長者，比其他年齡者

需要更多的照顧跟關愛，在出發前說明會、旅遊進行中及危機處理上的滿意度，會因教育程度的差別、職業的不同而有所差異。旅客希望在出發前獲得相關旅遊資訊之前提下，會因教育程度的不同，社會經驗背景的差異，在滿意度上有明顯的差別。簡言之，年齡、教育程度及職業的不同，會影響旅客對領隊的滿意度。

## 第二節 研究建議

### 一、對旅行業者之建議

本研究結果發現，旅客在選擇旅遊產品時，最重視產品內容，其次是企業品牌及產品價格價格。故建議業者在產品包裝上，能從旅客的角度去著手規劃，且考量不同族群的差異需求。對於旅遊景點的豐富性、可看性、獨特性方面應多著重；在餐食的安排，除當地特色佳餚外，更應注重乾淨衛生問題；住宿飯店的選擇，設備齊全、舒適整潔、安全性最重要；交通工具的選擇，遊覽車性能、司機的合格性、安全等考量。雖然領隊工作表現的滿意度對旅客再購意願之相關性不高，但領隊在出發前說明會與旅遊進行中的滿意與否，對旅客再購意願仍具有影響力，因此對領隊人員的慎選、專業知識的加強，特別是醫療常識與危機處理的能力，應適時安排領隊人員的在職教育訓練，以提昇整體的旅遊品質。

### 二、對領隊的建議

對旅遊具備豐富知識及與生活相關資訊是導遊、領隊所

必備的專業知識，對於天文、地理、世界史地、政經歷史與現況、文化藝術和民俗族特色、建築、宗教、美學、民俗風情、法律與醫藥衛生等，這些可能在旅行中會因為旅客所見或興起提出的問題，導遊、領隊都應加以準備和學習，並自我要求能達到可以立即回答旅客的程度，才能滿足旅客獲最大的精神享受(劉純，2002)。本研究發現領隊無論在旅遊前或旅遊中都會帶給旅客不同的觀感，而領隊的危機處理能力也是影響旅客再購意願的影響因子。基於此，領隊人員更應提昇自我的專業素養以及危機處理的能力，以因應多變的旅遊市場。

### 三、對後續研究之建議

本研究運用問卷，以參加國外旅行團的本國旅客，由領隊人員於帶團期間請旅客填答。此問卷係由研究者親自交付認識之領隊，由領隊於旅遊期間請旅客填答，因此較容易因情感因素介入，或受國外情境氣氛感染情緒，進而影響填答的真實性。再則，本研究只針對國外旅行團旅客對領隊工作表現滿意度之調查，並未依旅遊目的地、有無當地導遊做區隔，以進一步了解其間之差異。建議未來研究可以增加這些部分的探討。

本研究未針對不同居住地、收入做分析研究探討，建議未來研究可加入此二項進行差異性探討。

## 參考文獻

### 中文部份：

- 李銘輝、郭建興(2004)。觀光遊憩資源規劃。揚智文化事業股份有限公司。
- 李守翊(2009)。探討工作壓力對觀光領隊人員休閒參與、休閒滿意以休閒阻礙之影響。台北市立體育學院休閒運動管理學系碩士論文。台北，未出版。
- 江東銘(2009)三版。旅行業管理與經濟。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 江明樺(2006)。旅行社從業人員涉入程度、滿意度與再購意願關係之研究-以旅遊網站為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班碩士論文。台中市，未出版。
- 吳德晃(2004)。專業表現、服務努力、滿意度與小費之關係。旅遊管理研究，第4卷第1期，39-52。
- 何嫻婷(2010)。領隊人格特質、團員間互動與旅遊滿意度關係之研究-階層線性模式之運用。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。花蓮縣，未出版。
- 邱皓致(2000)。量化研究與統計分析。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 呂宜馨(2010)。大陸遊客來台旅遊動機及滿意度關係之研究-以阿里山國家森林遊樂區為例。國立嘉義大學農學研究所碩士論文。嘉義市，未出版。
- 林燈燦(2003)。旅行社經營管理-理論與實務。台北：五南圖書出版股份有限公司。

- 林燈燦(2010)八版。**觀光導遊與領隊理論與實務**。台北：五南圖書出版股份有限公司公司。
- 林若慧、翁振益、李佳恩(2010)。遊客知識與團體套裝旅遊購買意願之關係：兼論客製化的調節作用。**餐旅暨家政學刊**，第7卷第3期，209-233。
- 林聖偉、李君如(2006)。品牌形象，知覺價值，顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究-以旅行社海外團體套裝旅遊為例。**旅遊管理研究**，第6卷第1期，63-81。
- 洪嘉蓉(2004)。**服務品質、滿意度與忠誠度關係之研究-以中華電信公司 ADSL 顧客為例**。大葉大學資訊管理學系碩士班碩士論文。彰化，未出版。
- 柯宜君(2000)。**消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響-於三種有形性比重不同服務業之比較**。國立政治大學企業管理系碩士班碩士論文。台北，未出版。
- 張魁峰、林靈宏(2009)三版。**消費者行為學**。台北：五南圖書出版股份有限公司公司。
- 張錫聰(2002)。**影響我國旅遊糾紛暨有效申訴處理因素之探討**。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。高雄市，未出版。
- 陳玟妤(2001)。**旅行業領隊之平面廣告效果研究**。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。台北，未出版。
- 陳麗珍(2004)。**領隊人員尋路能力之探討**。靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。台中，未出版。
- 容繼業(2000)。**旅行業理論與實務**。台北市：智揚文化事業股份有限公司。

- 黃榮鵬、蔡憲唐(2002)銀髮族旅遊消費行為之研究-以北高老人活動中心為例。旅遊管理研究。第2卷第1期  
79-100。
- 莊惟臣(2011)。游泳俱樂部服務品質、顧客滿意度與忠誠度之研究-以台中市鄉村游泳俱樂部為例。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文。台中市，未出版。
- 許珍禎(2006)。商展廠商對商展旅行社選擇因素、商展績效及組織再購買意願關係之研究。銘傳大學觀光研究所碩士論文。台北市。未出版。
- 曹勝雄(2001)。觀光行銷學。台北市：揚智文化事業股份有限公司。
- 彭意維、葉怡矜(2006)。旅遊業領隊之人格特質與其工作滿意度關係之研究。提昇觀光餐旅休憩人力及行銷競爭力國際學術研討會。
- 楊君琦、蘇哲仁、楊謹行(2009)。領隊人格特質、印象管理策略與領隊品質、收入之研究：以團體套裝旅遊為例。觀光休閒學報，第15卷第1期，49-68。
- 劉志正(2001)。領隊觀念與實務。台北市：墨客出版股份有限公司。
- 劉純(2002)。旅遊心理學。台北市：揚智文化事業股份有限公司。
- 劉翠華、李銘輝(2008)。觀光心理學。台北市：揚智文化事業股份有限公司。
- 廖佩瑜(2003)。旅遊業領隊服務特性對顧客滿意度及忠誠度影響之研究。淡江大學企業管理學系碩士論文。台北，未出版。

- 鄭紹成、陳鈺達、黃仁俊(2006)。服務保證,價格與企業可信度對消費者購買意願之影響-以團體套裝旅遊業為例。 *旅遊管理研究*, 第6卷第1期, 83-100。
- 蔡進祥、徐世杰、賴子敬(2009)二版。 *領隊與導遊實務*。台北:前程文化事業有限公司。
- 蕭新浴(2005)。 *領隊與導遊理論與實務*。台北:全華科技圖書股份有限公司。
- 謝智謀、王怡婷譯(2001)。 *觀光消費行為理論與實務*。台北:桂魯有限公司。
- 鍾政偉(2008)。 *旅客涉入程度、知覺價值、滿意度與購後行為意圖關係之研究-以台灣觀光列車為例*。中華大學博士論文,未出版。
- 鍾佳勳(2003)。 *團體套裝旅遊領隊風險之探索性研究*。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。台北,未出版。
- 繆敏志、羅文君(2006)。領隊五大人格因素與工作自主性對顧客導向影響之研究。 *修平學報*, 13期, 45-62。

**英文部份:**

- Garbarino,E.,&Johnson,S.M.(1999).The different roles of satisfacation,trust,and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*,63(4),70-87
- Quiroga,I.(1990).Characteristics of package tours in Europe。 *Annals of Tourism Research*,17(2),185-207。
- Wang,K.C ,, Hsieh,A.T & Chen,W.Y (2002).Is the tour an effective endorser for group package tour brochures ? *Tourism Management*,23,489-498.

網路部份：

中華民國品質保障協會

<http://www.travel.org.tw/>

2011/10/16 19:22

世界旅遊組織(World Tourism Organization,UNWTO)

<http://unwto.org/> 2011/10/20 21:36

交通部觀光局 <http://admin.taiwan.net.tw/>

2011/10/16 20:41 2012/06/20 16:12

沈冠亞(2006)。旅程中安排購物行為之必要性及操作機制研究。中華民國旅遊經理人。旅行業文章。截取自：

[http://travelec.travel.net.tw/eWeb\\_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=55&TITLE=&UPD\\_EMP=](http://travelec.travel.net.tw/eWeb_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=55&TITLE=&UPD_EMP=) 2011/10/13 11:15

唐受衡(2009)。台灣旅行業經營現況分析。中華民國旅遊經理人。旅行業文章。截取自：

[http://travelec.travel.net.tw/eWeb\\_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=27&TITLE=&UPD\\_EMP=manager](http://travelec.travel.net.tw/eWeb_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=27&TITLE=&UPD_EMP=manager) 2011/10/13 11:28

唐偉展(2012)。TNN旅報TAIWAN。截取自：

<http://www.ttnmedia.com/index/index.jsp>

2012/06/20 16:34

陳屬庄(2009)。旅行社目前的經營趨勢。中華民國旅遊經理人。旅行業文章。截取自：

[http://travelec.travel.net.tw/eWeb\\_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=44&TITLE=旅行社目前的經營管理趨勢](http://travelec.travel.net.tw/eWeb_ctstudy/Travelec/pc2020v5/forum/TitleList1.asp?id=44&TITLE=旅行社目前的經營管理趨勢) 2011/10/13 10:16

賴瑟珍(2007)。給領隊的緊急事故處理原則手冊。

中華民國旅行業品質保障協會。

<http://www.travel.org.tw/news/緊急事故應變手冊.pdf> 2012/06/20 11:25

旅客對領隊滿意度調查問卷

親愛的小姐/先生您好：

感謝您撥出寶貴時間填寫此問卷，我是國立台灣體育運動大學休閒運動管理研究所的研究生，正在對國外旅行團進行一項研究，主要目的在了解您對領隊工作表現的期望及重要性，並想進一步探討您參加旅行團的經驗中的滿意度。您所填寫的資料僅供學術研究參考，敬請依您實際的情況及意見來填寫，您寶貴的經驗將使本研究得以順利完成，再次謝謝您熱心參與。

敬祝

身體健康 萬事如意

國立台灣體育運動大學 休閒運動管理研究所  
 指導老師：沈易利 教授  
 研究生：林翠瑛 敬上  
 E-MAIL: [tsueying@ms90.url.com.tw](mailto:tsueying@ms90.url.com.tw)

第一部份：請您依個人參加旅行團的經驗中，對領隊工作表現之認同，在適當的□內打勾。

	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
1. 領隊於說明會中，對行程內之食、衣、住、行、育樂，說明清楚。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 領隊於說明會中，對行程內之自費項目及費用說清楚。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 領隊於說明會中，有告知行程中之購物次數與內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 領隊於說明會中，會了解旅客有無特殊餐食習慣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 領隊於說明會後，會對未參加者以電話方式做簡單說明。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 領隊是否有清楚說明機場對飛安檢查，行李托運之相關規定。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 領隊於機場時，協助安排旅客通關事宜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 領隊在登機前，是否有針對需求為旅客重新安排機上座位。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 領隊在分配房間時，能清楚說明飯店的設施及使用方式。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 領隊能主動以電話方式(或巡房)，確認旅客房間沒問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 領隊於用餐時，對特殊飲食習慣者(如素食者)會協助安排。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 領隊於行程中會隨時注意清點人數，以確實掌控旅客人數。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 在遊覽車上，領隊會主動協助客人進行座位調換。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 在遊覽車上，領隊會針對當地人文風景進行解說。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 在到達旅遊景點時，領隊能進行介紹解說。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
16. 領隊於購物時，不會蓄意滯留或強迫購買。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 領隊在未徵求團員同意下，不會任意增加購物點。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 領隊會再次清楚說明自費行程之內容、危險性及注意事項。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 領隊對每位旅客一視同仁。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 領隊具備有基本的醫療常識。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 領隊遇到班機延誤或班機取消時，能為旅客爭取該有的權益。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 領隊遇有旅客生病(受傷)時，會協助並給予最佳的照顧。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 領隊遇當地導遊或司機不適任時，會即時溝通並要求改進。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 領隊發現餐廳，飯店提供之品質有瑕疵時，會要求立即改善。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 領隊遇旅客對他(她)提出任何要求時，應有妥善處理的能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部份：請您依個人參加旅行團的經驗後，對旅遊產品及領隊表現的認同，會影響您再次選擇該旅行社的意願，在適當的內打勾。

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 我對旅遊產品內容感到滿意，但領隊表現不佳時，會影響再次選擇該旅行社的意願。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我對旅遊產品內容感到不滿意，但對領隊表現很滿意時，會因領隊而考慮再次選擇該旅行社的意願。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我對旅遊產品內容及領隊表現都感到滿意時，一定會再選擇該旅行社。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我對旅遊產品內容及領隊表現都感到不滿意時，仍會再選擇該旅行社。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份：請您依個人認為，對於選擇旅行團時所應考量的因素，將其重要性依序排列(最重要的排第一，以此類推)，寫填在空格內。

(例：2, 1, 4, 5, 3)

- |           |            |
|-----------|------------|
| 1. 旅行社的品牌 | 2. 旅遊產品的內容 |
| 3. 親朋好友推薦 | 4. 領隊人員    |
| 5. 價格     |            |

第四部份：請教您的基本資料(以下回答的資料僅供本研究分析使用，絕不對外公  
開，請您放心作答)。

1. 您的年齡：

- 20歲以下     20歲~29歲     30~39歲     40~49歲  
 50~59歲     60歲以上

2. 您的性別：

- 男     女

3. 您的教育程度：

- 國小(含以下)     國中     高中(職)     專科或大學     碩博士

4. 您的職業：(如果您已退休，請依退休前職業勾選)

- 學生     軍人     公務員     教師(中小學)  
 教師(高中職)     教師(專科或大學)     服務業  
 工商業     家管     其它\_\_\_\_\_

5. 請問您有幾次參加旅行團出國的經驗：

- 1~3次     4~6次     7~10次     10次以上

本問卷結束，再次謝謝您撥空填答!!

附錄二

專家效度 審查委員

姓 名	職 稱	服 務 單 位
李 明 榮	教 授	亞 洲 大 學
王 桂 圓	副 教 授	台 灣 體 育 運 動 大 學
沈 易 利	教 授	台 灣 體 育 運 動 大 學
張 榮 源	總 經 理	行 健 旅 行 社
黎 維 文	負 責 人	遠 翔 旅 行 社
王 馨 業	國 際 領 隊	特 約
陳 珠 雯	國 際 領 隊	東 南 旅 行 社