

# 樂齡族生態旅遊決策服務接觸點研究

\*陳威鴻 李傳房

國立雲林科技大學工業設計學系

## 1. 研究背景與目的

近年來科技與醫療的進步，高齡化已成全球趨勢；經建會估計，2018年我國65歲以上的人口，將達到14%，台灣將邁入高齡社會（經建會，2012）。隨著高齡人口的成長，高齡者對於旅遊的需求也有所增加（松原，2010）。適當的戶外活動能減緩老化且有益身心健康，進而提升高齡者的生活品質。尤其以自然生態體驗的旅遊，能促進遊客的五感體驗，加深遊客的印象；同時，也有助於讓旅遊者彼此之間產生共鳴與互動，以達成社交活動的目的（清水，2010）。然而近年來高齡者旅遊目的也有明顯的改變，從過去的戶外、購物等行程，轉移至文化、生態等深度體驗內容，旅遊模式也從傳統的休閒式旅遊，轉變為具教育學習與知性的「體驗旅遊」（Hsu et al., 2007）。

旅遊服務設計應考量不同遊客的需求，提供協助遊客決策的服務，進而滿足遊客對於旅遊的期望。本研究目的為透過服務設計的觀點與工具洞察樂齡遊客的旅遊決策行為，以顧客服務旅程呈現服務接觸點，探討遊客如何進行旅遊決策，以及決策背後的考量因素（蕭淑玲等，2012），並且提出旅遊決策的服務缺口與建議，以供未來台灣生態旅遊服務設計之參考。

## 2. 研究方法

本研究首先以專家訪談（5位解說員、2位管理人員）了解生態旅遊樂齡遊客的現況，再透過親和圖法分析資料，以旅遊目的歸納三種代表遊客類型：(1)生態專業型；(2)親近自然型；(3)觀光聯誼型。接著舉辦參與式體驗工作坊，邀請各類型2位，共6位50歲以上的受測者參與（2位男性，4位女性，平均年齡55歲）。工作坊前一週內，透過訪談了解受測者的行前規劃與對旅遊的期望。工作坊於南投縣杉林溪森林生態渡假園區舉辦，執行流程分兩階段，第一階段為生態旅遊體驗決策洞察，體驗中請受測者填寫文化探針紀錄手冊（如圖1所示），並且安排研究者從旁記錄、觀察行為與服務接觸點。第二階段為參與式訪談，以分組和團體的形式進行，共同討論旅程體驗決策時的接觸點，以及釐清決策當下的情境，建構完整的顧客旅程地圖（如圖2所示），最後則請受測者以故事分享的方式，發表旅遊服務的需求與感想，並提供決策服務的建議。工作坊結束後一週內，進行回溯式訪談，了解受測者事後的行為與服務接觸點，以及下次旅遊的規劃。將資料回收後分析，可統整出受測者的顧客旅程地圖，以及決策接觸點的服務缺口。



圖 1. 文化探針體驗紀錄手冊



圖 2. 分組訪談

### 3. 結果與討論

研究結果發現遊客的旅遊決策分為三階段：(1)出發前；(2)體驗中；(3)結束後，如圖 3 所示，將此三階段的服務接觸點、服務缺口與需求和建議呈現。出發前，遊客大多透過園區網站了解近期活動資訊與導覽地圖，此外也會透過非官方服務收集資訊，如氣象新聞了解當地天氣。在體驗中，遊客決策接觸點分為(1)路線指引：尋找想去的景點，透過地圖、指標或導覽員等；(2)活動資訊：了解舉辦的體驗活動，透過資訊看板和解說員告知；(3)生態體驗：深度體驗與知識學習，透過導覽解說與解說牌等；(4)園內交通：乘坐遊園車所接觸的賣票處、服務人員與司機等。旅遊結束後，遊客會透過地圖、季刊等回憶旅程，並再次透過網站、地圖與個人經驗規劃下次的旅遊。然而不同類型的遊客也有所差異，「生態專業型」遊客因為經驗豐富，通常會行前瀏覽網站資訊，便於提前規劃路線，也會有參加導覽解說的意願。「親近自然型」遊客注重觀賞當季花種，因此會透過地圖、指標尋找賞花地點，也十分在意解說牌品質。「觀光聯誼型」遊客較隨性，主要透過地圖和詢問服務人員規劃路線，因體能條件較差，會利用遊園車的服務，也希望選擇較輕鬆的步道和景點。透過各類型遊客的行為與需求，可歸納三項主要的服務建議：(1)即時資訊更新：因生態場域受季節與天氣影響，遊客需要依據園區的即時訊息，決策旅遊的體驗安排；(2)景點預覽：經常發生遊客在體驗中途，發現體能無法負荷或景觀不如預期，因此需要預覽環境，包含步道環境、景觀或難易度，以提供遊客選擇需要的步道；(3)資訊整合：各平台資訊一致，包含網站、地圖、指標看板等，避免遊客產生誤解，並且在住宿地點與服務中心設置資訊看板，減少遊客對活動資訊的遺漏。本研究僅針對樂齡遊客的決策接觸點做初步探討，未來研究將建構更完整的前後端服務藍圖，以期將成果應用於實際服務的改善。

	出發前	體驗中			結束後		
服務接觸點	網站 Facebook粉絲專頁 報紙雜誌 部落格 Google地圖 氣象新聞	路線指引 地圖 方向指標 導覽看板 服務人員 其他遊客	活動資訊 飯店活動資訊板 服務人員 導覽解說告知 同伴告知	生態體驗 生態解說牌 導覽活動 星空導覽	園內交通 地圖 服務人員 販票處 遊園車 司機	旅遊回憶 季刊 地圖 泡菜 照片	下次規劃 網站 地圖 Facebook粉絲專頁 此次經驗 網路遊記
服務缺口	1. 缺乏活動資訊提供 2. 網站地圖與紙本地圖不一 3. 缺乏即時訊息	1. 地圖資訊過多 2. 指標與環境有落差 3. 無法預覽步道狀況	1. 資訊分布過少	1. 解說牌老舊 2. 星空導覽可更精簡	1. 販票資訊不明 2. 無車次時間 3. 無限制人數，過於擁擠	1. 無欲購買的紀念品 2. 季刊可多介紹當季特色	1. 網站介紹可更詳細 2. 網友分享較真實
需求 & 建議	1. 網站與紙本地圖整合 2. 利用社群平台傳達資訊	1. 地圖簡單化 2. 指標需修繕與更新	1. 在各住宿處設置活動看板	1. 運用App介紹花種 2. 隨季節更新解說牌	1. 以電動車代替 2. 人車分道 3. 必要資訊整合於網站和地圖	1. 推出特色商品 2. 提供即時資訊，掌握當地資訊	1. 網站手機板 2. 官方和遊客分享結合

圖 3. 旅遊決策服務接觸點

#### 參考文獻

- Hsu, C. H., Cai, L. A., & Wong, K. K. (2007). A model of senior tourism motivations-Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*, 28(5), 1262-1273.
- 松原悟朗(2010)。觀光交通的特性與課題(日文)，〈觀光的通用設計〉，秋山哲男等五人(合著)，學藝出版社，東京，30-41。
- 清水政司(2010)。大自然的感動(日文)，〈觀光的通用設計〉，秋山哲男等五人(合著)，學藝出版社，東京，116-119。
- 蕭淑玲、盧臆媽、李昱辰、張呈瑋、鄭兆策、陳以玲(2012)。服務設計，跟著做—從洞察顧客到設計服務體驗，台北：財團法人資訊工業策進會。
- 行政院經濟建設委員會(2012)。中華民國 2012 年至 2060 年人口推計。