

投稿類別：商業類

篇名：

動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

作者：

涂芷瑄。私立高英工商。高三2班

李庸聖。私立高英工商。高三2班

高欣儀。私立高英工商。高三2班

指導老師：

黃蘭瑛老師

## 壹●前言

### 一、研究動機：

動物園是除了戶外教學到園區裡參觀動物，讓孩子了解動物的生態習性之外，也是情侶與父母帶孩子出去遊玩的好去處。可是在現代父母工作忙碌、經濟又不景氣的情況下，這個在過去的熱門景點，如今也逐漸衰退，到動物園參觀的人日漸減少。

人潮帶來錢潮，但相較於北部的木柵動物園的門庭若市，高雄的壽山動物園就顯得乏人間津。然而，令人好奇的是，南部人到了北部遊玩總不會忘記去木柵動物園參觀；北部人來到高雄卻不會想要去壽山動物園看動物。而身為高雄人的我們也很少會去參觀自己家鄉的動物園，如此的強烈對比，難免會令人感到好奇，自己家鄉的民眾為什麼不願意捧場，那麼外地人士來旅遊時又怎麼會知道有這個地方可以參觀遊玩呢？

到底是什麼原因造成壽山動物園的生意不如以往的理想？又爲了什麼寧可大老遠跑到北部也不願意到附近的動物園參觀？在這個經濟不景氣的社會，動物園如何吸引遊客入園？又有什麼可以讓已經去過的遊客再次來到壽山動物園？這些問題引起了本組成員的注意，進而想深入去探討相關問題。

### 二、研究目的：

- (一) 分析壽山動物園所帶動的商機。
- (二) 了解壽山動物園顧客滿意度。
- (三) 提出具體有效的建議，以供動物園業者經營參考。

### 三、研究方法：

根據以上的研究目的，先蒐集文獻集相關資料，閱讀整理後再以「問卷調查法」進行研究。

### 四、研究範圍與限制：

此研究因爲人力、地區、時間、經費等資源有限，以致於本組研究範圍僅針對高雄地區民眾以及來到壽山動物園的觀光客來進行探討。

## 五、研究步驟與架構：

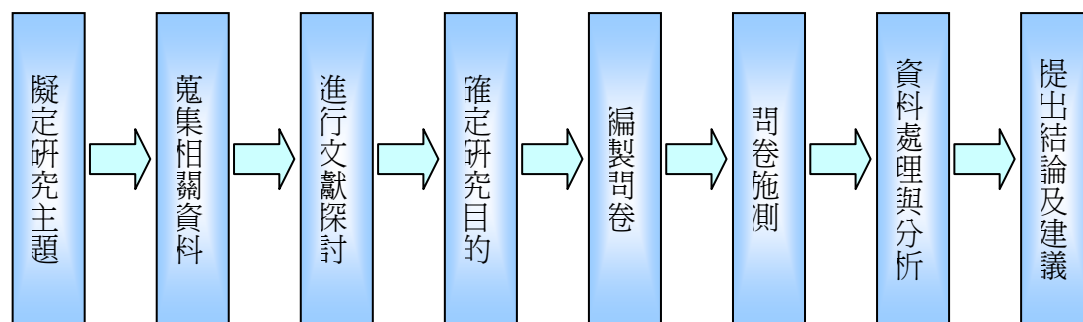


圖 1 研究流程

## 貳●正文

### 一、壽山動物園的起源

西元 1978 年 7 月 1 日，高雄市壽山動物園落成，一開始因為動物園位置設立於壽山西子灣，故名為「西子灣動物園」，此時的西子灣動物園，隸屬於高雄市西子灣風景特定區管理所管轄之區域。西元 1986 年時，搬移至壽山東南麓，改隸屬於市政府建設局公園管理處所管理，同年更名為「壽山動物園」，並於 6 月 15 日開始開放民眾入園參觀。西元 2009 年壽山動物園併入市政府觀光局，由動物園管理中心負責動物園管理及營運等相關工作。在併入觀光局的同年度，封園進行動物園內部的大幅度整修，使得動物園更加自然化，並建設兒童牧場以及增加、改善部份的照明設備，占地約 12.89 公頃。(維基百科，2012)

### 二、壽山動物園的展示區以及知名動物

展示區分為大型動物展示區和鳥類展示區，而大型動物展示區又細分為一台灣原生動物區、亞洲區、美洲區、非洲區、靈長動物區、還有親子最愛的兒童牧場。在大型動物展示區裡擁有極高知名度非常受歡迎的動物，其中包括一兩頭母非洲象（阿里、安妮）、兩隻非洲獅（小辛、小巴）、三隻台灣黑熊—分別為公熊（大頭）、母熊（寶貝）以及小熊（黑皮）、三隻孟加拉虎—一公（彬彬）兩母（安安、可可）、兩隻母白老虎（昭海、歡樂）、兩匹迷你馬（法拉、貝拉）、小熊貓（球球）以及紅毛猩猩（阿宏、咪咪）。鳥類展示區相較於大型動物展示區少了點，只分為一紅鶴園、大鳥園、鸚鵡園三個園區，知名動物為紅鶴園區裡的紅鶴。(維基百科，2012)

### 三、動物園園區內相關服務設施與商店

壽山動物園定期舉辦各種教育推廣活動，配合國中、國小學生的校外參觀，提供面積約 60 坪的教育中心，外圍有近百種的珍稀野生動物標本，內部也分三

個區域－圖說區、標本區、視聽區，不但有詳細的解說資料，還有使用播放影片的方式來做解說，展示動物的生態與習性，讓小朋友對動物的印象更加深刻。不小心跌倒受了傷也不用擔心，園區內設有遊客服務中心，裡面有緊急簡易護理，孩子還處於哺乳期的媽媽也不用煩惱，服務中心也為您想好了，裡面除了設立哺乳室外，嬰兒的尿布檯，讓媽媽們稍作休息的沙發座椅一樣不缺。除此之外，動物園區內也有點心坊、美食餐廳、咖啡車，不論您想吃小點心、簡餐或是喝杯飲料都可以盡情選擇。到了回去的時候，想買東西留作紀念，禮品店裡有各種可愛的大小動物禮品可以讓遊客帶回家當做此行的紀念品，以上種種都是為了讓遊客在遊園的同時可以享受到便利的服務。（壽山動物園，2012）

#### 四、4P 分析

##### （一）產品（Product）

- 1.館內增設小吃、冷飲、無線 WiFi 等等，並邀請相關業者駐館開店，不僅增加館內收入也提升業者業績，達成雙贏之局面。
- 2.設立兒童牧場，讓遊客可以近距離接觸動物。
- 3.園內有精品店販賣紀念品，讓想留作紀念的遊客可以購買。（國立空中大學/黃深勳等編著 - 中華民國 87 年 8 月出版）

##### （二）價格（Price）

以低廉平價的方式打入動物園市場，應付經濟不景氣之問題。

##### （三）通路（Place）

他們是分為各個年齡層和觀光客來做為通路。各個年齡層，因為要讓民眾多一個休閒的好去處，會不定時舉辦多元化的活動，好吸引更多的人潮，同時也把時間增長並且增加親子設施，在交通方面提供完善的大眾運輸工具，以達到交通便利。為了吸引觀光客他們有解說員和一些外語的文字，讓國人增強語言。（信樺商業研究室-民國 87 年 9 月）

##### （四）促銷（Promotion）

配合高雄市政府、高雄市教育局，舉辦一些不定期的活動。另外配合中小學的戶外教學，讓小孩子認識壽山動物園。以藉由一些大小型活動跟中小學戶外教學活動打響知名度，推廣自己。

#### 五、SWOT 分析

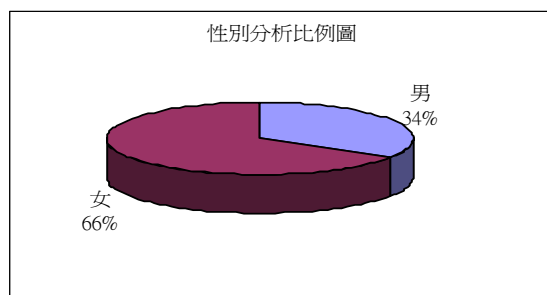
表 1 SWOT 分析表

優勢	劣勢
1.在高雄地區只有壽山動物園，沒有其他的競爭者。 2.園內路線規劃簡單，較不會使遊客迷路。 3.門票價格較為低廉。	1.爲了飼養珍貴稀少的動物，要花費大量的金錢。 2.與台北木柵動物園相比，動物數量少，佔地也小。 3.動物的糞便沒有即時清理，造成空氣惡臭。
機會	威脅
1.環境污染日漸嚴重，動物園可以保存棲息地遭破壞的動物 2.當景氣不好時，相較於其他遊樂場所，價格低廉的動物園，遊客人數相對增加。	1.台北木柵動物園比壽山動物園更吸引遊客。 2.部分遊樂園內也設有野生動物園區。 3.高雄某飛機咖啡裡也設有親子牧場。

## 六、問卷分析與說明

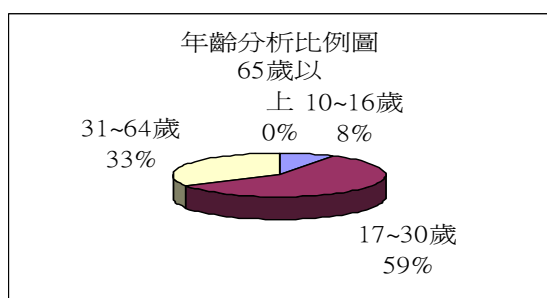
### (一) 研究方法與對象

本次共發出 121 份問卷，訪問對象爲高雄壽山動物園之旅客。問卷設計共 18 個問題，基本資料爲 6 題，價格滿意度爲 3 題，園區滿意度爲 5 題，服務滿意度爲 2 題，其他部分爲 2 題。



由圖 2 數據得知，此次問卷發放對象女性佔了 66%，男性佔了 34%。

圖 2 性別分析比例圖



由圖 3 數據得知，17~30 歲的青年與青少年佔遊園比例居多有 59%，而 65 歲以上之老年族群極少。

圖 3 年齡分析比例圖

### 動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

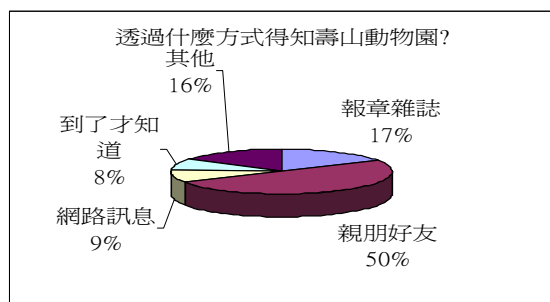


圖 4 資訊來源分析圖

由圖 4 數據得知，大多數的資訊來源都是由親朋好友口耳相傳的方式得知，此方式佔了 50%，而有少部分族群是到了才知道只佔了 8%。

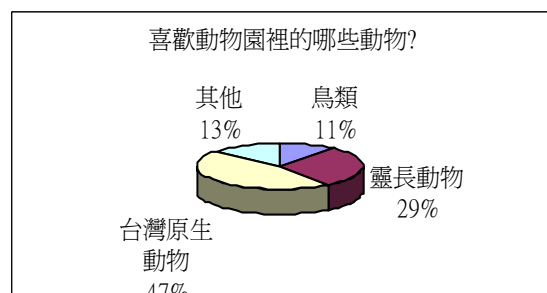


圖 5 動物受歡迎比例分析圖

由圖 5 數據得知，台灣原生動物較受遊客喜愛，佔了 47%，相對於台灣原生動物，鳥類只佔了 11%，顯得較為稀少。

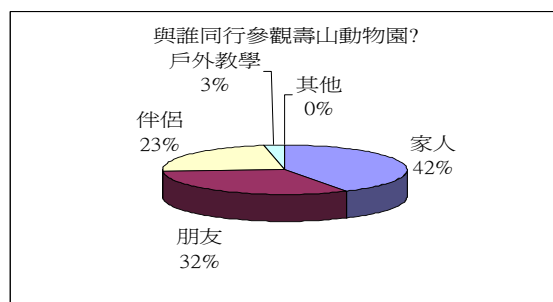


圖 6 與誰同行參觀分析圖

由圖 6 數據得知，壽山動物園比較吸引大小家庭一同相約遊玩，家人佔了 42%，戶外教學只佔了 3%。

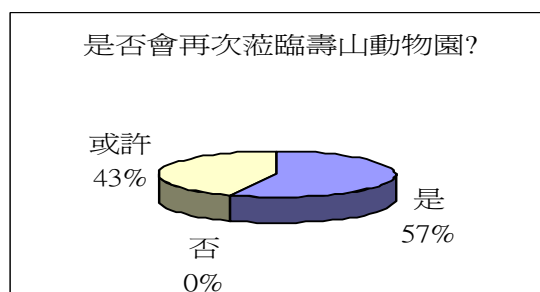


圖 7 是否會再次蒞臨分析圖

由圖 7 數據得知，高達 57%的遊客願意再次光臨壽山動物園，而不願意者為 0%。

動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

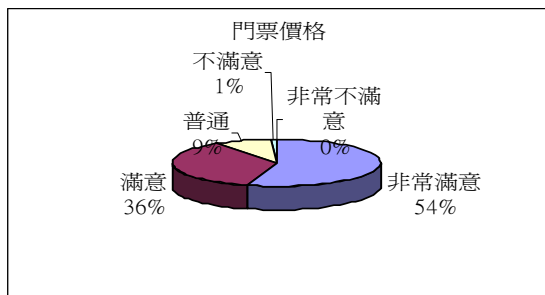


圖 8 門票價格滿意度分析圖

由圖 8 數據得知，對 54%的遊客來說，門票價格處於非常能夠接受之範圍，而少數的 1%則為不滿意。

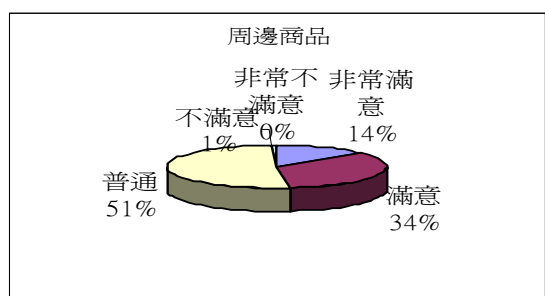


圖 9 周邊商品價格滿意度分析圖

由圖 9 數據得知，周邊商品的價位普遍能被民眾接受普通佔了 51%，然而有極少部份民眾不太能夠接受不滿意佔了 1%。

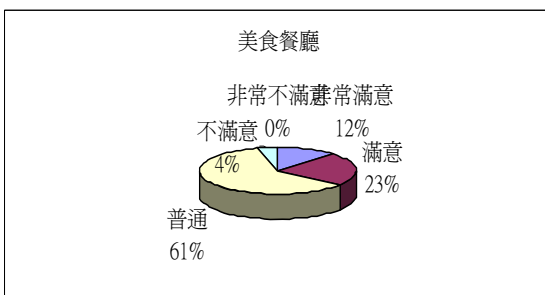


圖 10 美食餐廳價格滿意度分析圖

由圖 10 數據得知，美食餐廳價位與周邊商品價格同處於民眾普遍能夠接受的程度，遊客滿意度普通佔了 61%，不滿意則佔了 4%。

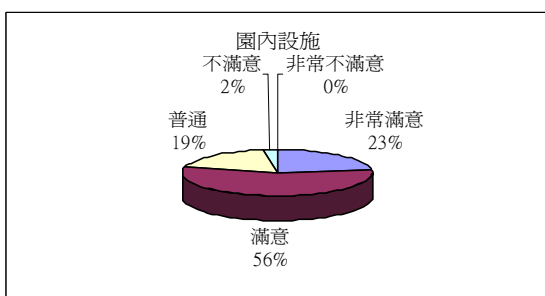


圖 11 園內設施滿意度分析圖

由圖 11 數據得知，有 56%的民眾對於園內設施感到滿意，而有 2%的民眾不滿意。

動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

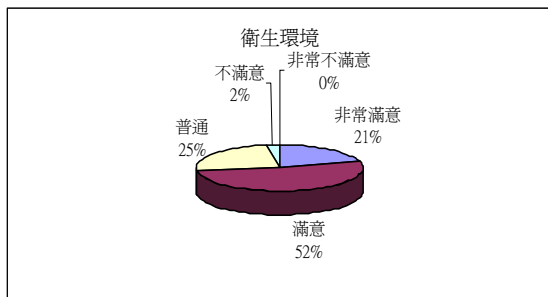


圖 12 衛生環境滿意度分析圖

由圖 12 數據得知，有 52%的遊客對於壽山動物園的衛生環境感到滿意，不滿意的遊客則佔了 2%。

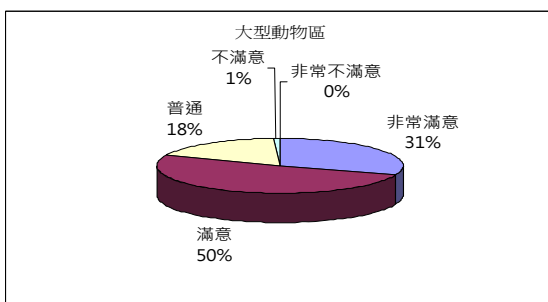


圖 13 大型動物區滿意度分析圖

由圖 13 數據得知，有 50%的遊客較喜歡大型動物，1%的遊客不太喜歡。

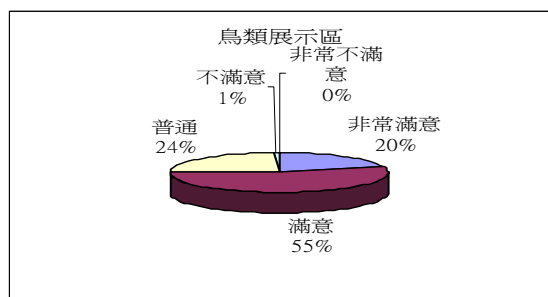


圖 14 鳥類展示區滿意度分析圖

由圖 14 數據得知，遊客對於鳥類展示區的滿意程度為 55%，不滿意則佔了 1%。

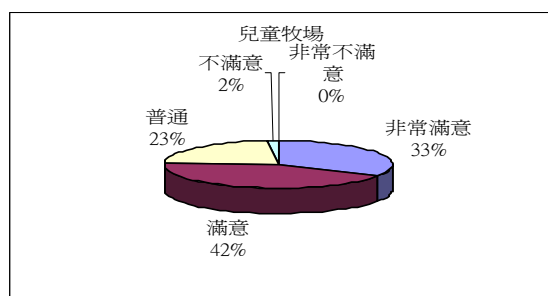


圖 15 兒童牧場滿意度分析圖

由圖 15 數據得知，42%的遊客對兒童牧場感到滿意，2%的遊客感到不滿意。



動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

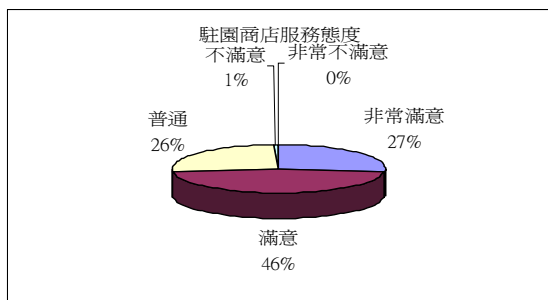


圖 16 駐園商店服務態度滿意度分析圖

由圖 16 數據得知，46%的遊客對於駐園商店服務感到滿意，不滿意則佔了1%。

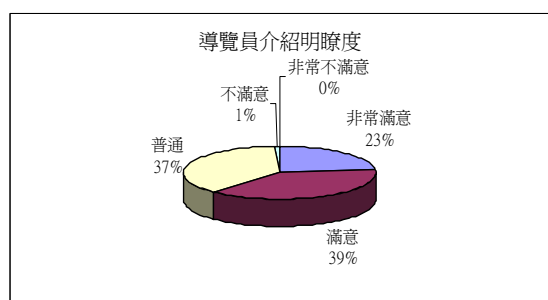


圖 17 導覽員介紹明瞭度滿意度分析圖

由圖 17 數據得知，39%的遊客對於導覽員介紹明瞭度感到滿意，不滿意佔了1%。

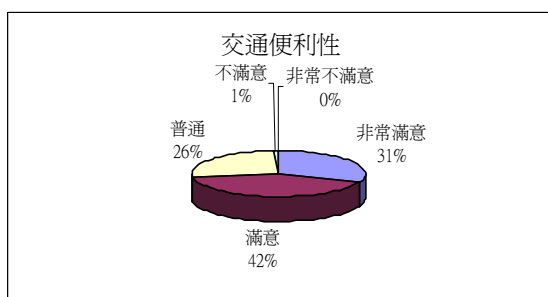


圖 18 交通便利性滿意度分析圖

由圖 18 數據得知，有 42%的遊客對交通便利感到滿意，1%感到不滿意。

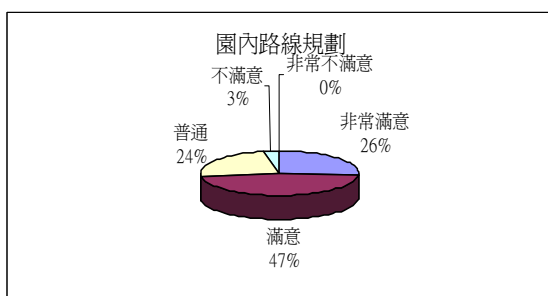


圖 19 園內路線規劃滿意度分析圖

由圖 19 數據得知，47%的遊客對於路線規劃感到滿意，3%的遊客感到不滿意。

動物園顧客滿意度之調查-以高雄壽山動物園為例

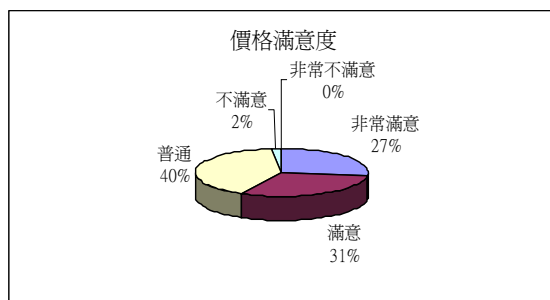


圖 20 價格滿意度分析圖

由圖 20 數據得知，40%的遊客對於價格的滿意程度為普通，不滿意佔了 2%。

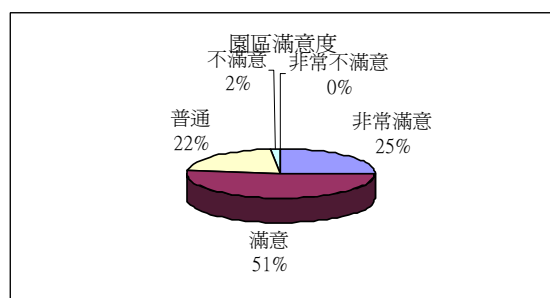


圖 21 園區滿意度分析圖

由圖 21 數據得知，51%的遊客對於園區內部感到滿意，2%的遊客感到不滿意。

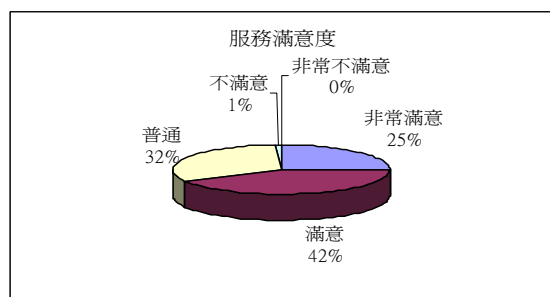


圖 22 服務滿意度分析圖

由圖 22 數據得知，有 42%的遊客對於服務滿意程度為滿意，不滿意則佔了 1%。

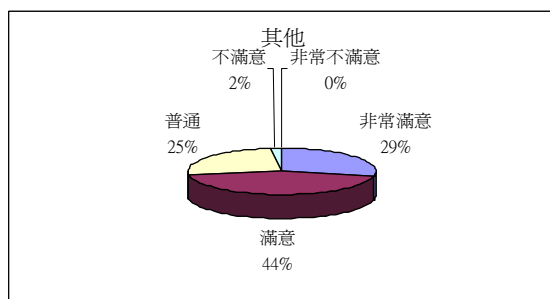


圖 23 其他分析圖

由圖 23 數據得知，44%的遊客對於其他方面感到滿意，不滿意佔了 2%。

參●結論

## 一、結論

此問卷以高雄壽山動物園的遊客為對象，分析遊客對於價格、園區、服務以及其他方面的滿意度所提出的結論：

(一) 遊客消費族群主要為青少年以及青年，遊客會知道壽山動物園主要是親朋好友告知，相伴來壽山動物園的遊客，以家庭居多。對於是否再來壽山動物園，大多數的遊客都願意再次蒞臨。

(二) 門票價格較為低廉，其中在學學生以及 65 歲以上的民眾，可以購買半票，使得遊客願意一再蒞臨壽山動物園，但對於內部商店的價格方面，遊客的滿意程度就只有普通。

(三) 到壽山動物園的交通，除了遊客自行駕駛車輛外，也有接駁公車可以搭乘。內部的路線規劃有少數的民眾較為不滿意，故可以建議壽山動物園方面多增加幾條遊園路線。

## 二、建議

要使壽山動物園成為遊客喜愛的出遊地點，以下針對其結論分析並提出相關建議：

(一) 除了親朋好友告知外，可以不定期舉辦一些活動，吸引除了家庭以外的遊客來到壽山動物園。

(二) 由於大多數的遊客都是家庭出遊，故可以推出家庭紀念套票，使得大小家庭更愛來壽山動物園。

(三) 壽山動物園內的路線規劃，有少數的民眾感到不滿意，故建議可以多增加幾條新的遊園路線，由於柴山的台灣獼猴會跑到壽山動物園搶奪民眾的物品，除了增加新路線外，可以在台灣獼猴常出沒的地點增加巡邏人員，保護民眾的身家安全。

## 肆●引註資料

[1]行銷概論，國立空中大學/黃深勳等編著，中華民國 87 年 8 月出版

[2]行銷學，信樺商業研究室，信樺文化事業有限公司，87 年 9 月

[3]壽山動物園，2012，資料來源 <http://twup.org/khzoo/>

[4]維基百科，2012。2012 年 2 月 6 日，資料來源 <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%AB%98%E9%9B%84%E5%B8%82%E7%AB%8B%E5%A3%BD%E5%B1%B1%E5%8B%95%E7%89%A9%E5%9C%92>