

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

遊客於導覽解說滿意度對重願之影響

—以美濃客家文物館為研究主體

The Study of The Tourists Satisfaction Towards The
Interpretation and Revisiting Intention--The Illustration of
Meinong Hakka Cultural Museum

邱惠琴

Huei-Cin Ciou

指導教授：張偉雄 博士

Advisor: Wei-Hsiung Chang, Ph.D.

中華民國 108 年 6 月

June 2019

南 華 大 學

旅 遊 管 理 學 系 旅 遊 管 理 碩 士 班

碩 士 學 位 論 文

遊 客 於 導 覽 解 說 滿 意 度 對 重 遊 意 願 之 影 響

— 以 美 濃 客 家 文 物 館 為 研 究 主 體

The Study of The Tourists Satisfaction Towards The Interpretation and

Revisiting Intention--The Illustration of Meinong Hakka Cultural

Museum

研 究 生 : 石 曉 榮

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員 : 李 彥 洲

丁 誌 敏

張 偉 雄

指 導 教 授 : 張 偉 雄

系 主 任 (所 長) : 丁 誌 敏

口 試 日 期 : 中 華 民 國 108 年 6 月 13 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
一〇七學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：遊客於導覽解說滿意度對重遊意願之影響-以美濃客家文物
館為研究主體

研究生：邱惠琴

指導教授：張偉雄 博士

論文摘要內容

本研究以美濃客家文物館團體遊客為主要研究對象，研究目的旨在探討導覽解說滿意度對重遊意願之影響，分析不同人口背景對人員導覽、導覽設施及重遊意願是否有所差異性。同時輔以便利抽樣發放 267 份問卷，回收問卷 255 份，扣除無效問卷 8 份，實際回收有效問卷 247 份，其有效回收率 96.8%。

研究結果發現，遊客導覽解說滿意度對重遊意願有顯著正向影響，其中以導覽設施內涵呈現構面影響程度最高，其次為導覽技巧構面，此外不同同伴及停留時間均在導覽解說滿意度上具顯著差異。因此，本研究建議經營者加強訓練導覽人員之反應能力；並維護更新導覽設施，推廣遊客參加館內 DIY 活動、定期調查遊客於導覽解說之需求反應，以便調整導覽服務項目，有效的提升及保持遊客滿意度及重遊意願。

關鍵詞：導覽解說、遊客滿意度、重遊意願、客家文物館

Title of Thesis: The study of the Tourists Satisfaction towards the Interpretation and Revisiting Intention--The Illustration of Meinong Hakka Cultural Museum

Name of Institute: Master program of Tourism management,
Department of Tourism Management, Nan Hua
University

Graduate Date: July 2019

Degree Conferred: M.S

Name of Student: CIOU HUEI CIN

Advisor: CHANG WEI HSIUNG Ph.D.

ABSTRACT

This study focuses on group inclusive tour satisfaction of interpretation towards revisiting intention of Meinong Hakka museum. Many studies point out that tourists can get a better understanding of local heritage, interesting culture and custom stories through interpretation.

Therefore, this study investigates the influence between satisfaction of interpretation service and revisiting intention. And analyze whether the difference in different demographic variable can impact interpretation satisfaction and revisiting intention or not, there are 247 effective valid responded questionnaires were collected.

The results showed that tourists satisfaction of interpretation has a significant positive impact on revisiting, and the most important construct is the guiding facilities, the second one is the interpretation skills of the guide. On top of that different companions and staying time are significantly different in tourist satisfaction of interpretation.

As the result of this study , the researcher suggests the operator accentuation training the react spontaneously of guide, and regular maintenance, update the exhibit, promote DIY activities to tourists and administer survey on tourists satisfaction service, in order to adjust the contents of interpretation service , to maintain and promote the satisfaction and revisiting intention of tourists.

Keywords: Interpretation, Tourists Satisfaction, Revisiting intention, Cultural Museum

目錄

論文摘要內容.....	i
ABSTRACT.....	ii
目錄.....	iii
圖目錄.....	v
表目錄.....	vi
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與研究動機.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究動機.....	2
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1 導覽解說定義.....	6
2.1.1 導覽解說的目標與功能.....	7
2.1.2 導覽人員定義.....	12
2.1.3 導覽設施定義.....	12
2.1.4 導覽人員、設施滿意度相關研究.....	13
2.1.5 本節結語.....	14
2.2 遊客滿意度定義.....	15
2.2.1 遊客滿意度之理論.....	16
2.2.2 遊客滿意度相關研究.....	17
2.2.3 本節結語.....	18
2.3 重遊意願之定義.....	19
2.3.1 重遊意願之衡量構面.....	19
2.3.2 重遊意願之相關研究.....	20
2.3.3 本節結語.....	21
2.4 導覽解說滿意度與重遊意願之相關性.....	22
2.5 研究範圍現況.....	24
第三章 研究方法.....	27
3.1 研究架構.....	27
3.2 研究假設.....	28
3.3 問卷設計.....	30
3.4 研究對象.....	34
3.5 資料分析法.....	34
第四章 研究結果.....	36
4.1 問卷分析結果.....	36

4.1.1 信效度分析.....	36
4.2 美濃客家文物館遊客背景特性分析.....	39
4.3 不同背景遊客在導覽解說滿意度及重遊意願之描述統計.....	43
4.3.1 導覽解說題項分析表.....	43
4.3.2 重遊意願題項分析表.....	45
4.4 不同背景遊客在導覽解說滿意度及重遊意願之差異檢定.....	46
4.4.1 獨立樣本 t 檢定.....	47
4.4.2 單因子變異數.....	48
4.4.3 獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析結論小結.....	57
4.5 皮爾森積差相關分析.....	58
4.6 逐步迴歸分析.....	60
4.6.1 人員導覽滿意度對重遊意願之預測力分析.....	60
4.6.2 迴歸分析小結.....	66
第五章 結論與建議.....	67
5.1 結論與建議.....	67
5.1.1 遊客的背景特質描述.....	68
5.1.2 人員導覽對重遊意願之影響.....	68
5.1.3 建議.....	70
參考文獻.....	73
一、 中文文獻.....	73
二、 英文文獻.....	78
附件.....	80
預試問卷.....	80
正式問卷.....	83

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	5
圖 2.1 Orams 的觀光旅遊模式.....	11
圖 2.2 滿意度-忠誠度模式.....	16
圖 2.3 美濃客家文物館交通平面圖.....	24
圖 2.4 美濃客家文物館 1F 平面圖.....	25
圖 2.5 美濃客家文物館 2F 平面圖.....	25
圖 3.1 研究架構.....	27



表目錄

表 3.1 導覽人員內容變項出處	31
表 3.2 人員導覽內容變項出處	32
表 3.3 導覽設施內容變項出處	33
表 3.4 重遊意願內容變項出處	33
表 3.5 導覽人員要素量表因素分析.....	37
表 3.6 導覽設施要素量表因素分析.....	38
表 3.7 重遊意願要素量表因素分析.....	39
表 4.1 樣本特性分析表.....	42
表 4.2 導覽人員題項分析表	44
表 4.3 導覽設施題項分析表	45
表 4.4 重遊意願題項分析表	46
表 4.5 不同背景遊客在人員導覽滿意度之差異分析表.....	47
表 4.6 不同背景遊客在導覽設施滿意度之差異分析表.....	47
表 4.7 不同背景遊客在重遊意願滿意度之差異分析表.....	48
表 4.8 不同背景遊客在導覽人員滿意度之差異分析表.....	51
表 4.9 不同背景遊客在導覽設施滿意度之差異分析表.....	54
表 4.10 不同背景遊客在重遊意願滿意度之差異分析表.....	55
表 4.11 人員導覽、導覽設施與重遊意願之皮爾森相關係數	60
表 4.12 導覽技巧與重遊意願的預測力	61
表 4.13 服務態度與重遊意願的預測力	62
表 4.14 專業知識與重遊意願的預測力	63
表 4.15 外觀呈現與重遊意願的預測力	64
表 4.16 內涵呈現與重遊意願的預測力	65

第一章 緒論

1.1 研究背景與研究動機

1.1.1 研究背景

文化觀光已逐漸發展成為全球觀光核心型態，根據世界觀光旅遊委員會（WTTC，2014）指出，未來十年全球觀光旅遊業成長率將持續超過全球經濟成長率，對整體經濟的貢獻可望由2013年的9.5%增至2024年的 10.3%；主要驅動力來自新興市場，尤其是亞洲地區的需求及觀光旅遊業消費支出上升。美濃曾獲得天下雜誌及台灣交通部觀光局等單位舉辦「微笑之鄉」的調查，它以深厚的客家文化、農村景致與淳樸的居民，獲得的分數最高（鐘菊珍，2016）。

文化旅遊隨著環境與定位的發展，延伸出觀光休閒的需求，博物館在一個國家或地區，往往是展現當地觀光資源精華的場所，對旅客具有強大的吸引力，以博物館為核心的文化觀光是世界潮流，能帶動周邊經濟文化產業發展，甚至能造就城市復興，成就文化觀光與博物館互利共榮的機會（黃英哲，2014）。而隨著觀光活動與觀光人數的成長，遊客在面臨各式各樣不同性質、型態的遊憩活動時，文化觀光的內容與創新更顯其重要性。

早期博物館發展較著重於典藏、展示、教育、研究等層面，近期實務的發展趨勢漸漸將重點由物轉移到人（林淑蓉，2003）。透過導覽解

說提供不同語言及面對面的講解，能提供遊客更豐富的展品資訊且能提供即時性的解答，更能使遊客清楚展品的意義與內涵。

1.1.2 研究動機

美國博物館界著名文集《新世紀的博物館》(Museums for a New Century) (CMNC, 1984) 提醒大家重視博物館教育的重要性：「若說典藏品是博物館的心臟，教育是博物館的靈魂」。能將教育直接的傳達給遊客的靈魂人物便是導覽人員；能完整傳達典藏品意義的便是導覽設施。所以如何將靜態的典藏品，以多種形式的導覽，立即且確實的傳達教育與傳承歷史為博物館的主要核心。現今的觀光型態逐漸導向由遊客為出發點，文物館經營者需要重新思考遊客出遊的需求與型態，讓遊客能在眾多的資訊中，接收到經營者所傳達的訊息。因此本研究探討遊客對其旅遊資訊的來源為動機之一。

博物館能提供多樣化的導覽解說方式，能減少遊客對典藏品的不熟悉，提升遊客對博物館的滿意程度。導覽解說能透過導覽人員與導覽設施，來滿足遊客探索客家文化及歷史文物的需求。其文化教育的貢獻更為博物館參觀遊客所肯定的，而導覽解說則是扮演著觀光地與遊客之間的重要媒介，因此培訓好的導覽人員與使用內容豐富的導覽設施，以增加遊客對博物館的認同與展品的認識，且能提高遊客再次重遊的意願。研究指出一個導覽人員陳述的清晰與否、表達技巧的好壞，將會影響到

遊客對展品的瞭解程度，以及對博物館的觀感（黃光男，1999）。因此，本研究欲探討遊客來美濃客家文物館實際參觀後的滿意度對其重遊意願之影響，為研究動機之二。

在台灣社會進行產業轉型過程中，美濃成為改變最少、保存客家文化、歷史與傳統最完整的地區。最具代表性的觀光景點「美濃客家文物館」，正坐落於此，歷經長達 14 年的黃金歲月，不僅展示了美濃的歷史、產業與文化上的多元性，也促進了地方觀光產業的實質發展效益（鐘菊珍，2016）。隨著政府對客家傳統文化的重視、客家文化推廣之下，大家對客家傳統文化的認識與重視程度日漸加深，體認到其文化傳承的重要性。本研究將透過問卷發放的方式，來了解美濃客家文物館導覽解說功能的滿意程度。遊客是否能透過導覽解說達到瞭解及探索客家傳統歷史文物及文化的需求，並透過滿意度調查來探討遊客對於導覽人員、導覽設施的滿意度，是否會影響遊客對美濃客家文物館重遊意願。

1.2 研究目的

基於上述背景與動機，隨著觀光產業發展興盛，競爭壓力強烈增長下，各地方觀光產業應有因應策略及方法留住與吸引遊客。本研究希望能瞭解美濃客家文物館提供之導覽服務，影響遊客推薦或帶自己朋友再次來此參觀導覽之意願情形。探討導覽解說是否會影響旅客重遊意願。

本研究目的如下：

1. 了解美濃客家文物館之遊客人口屬性。
2. 探討不同背景變項遊客對人員導覽滿意度差異情形。
3. 探討不同背景變項遊客對導覽設施滿意度差異情形。
4. 分析遊客導覽解說滿意度對重遊意願之影響。
5. 根據研究結果，提供美濃客家文物館具體改善建議。

1.3 研究流程

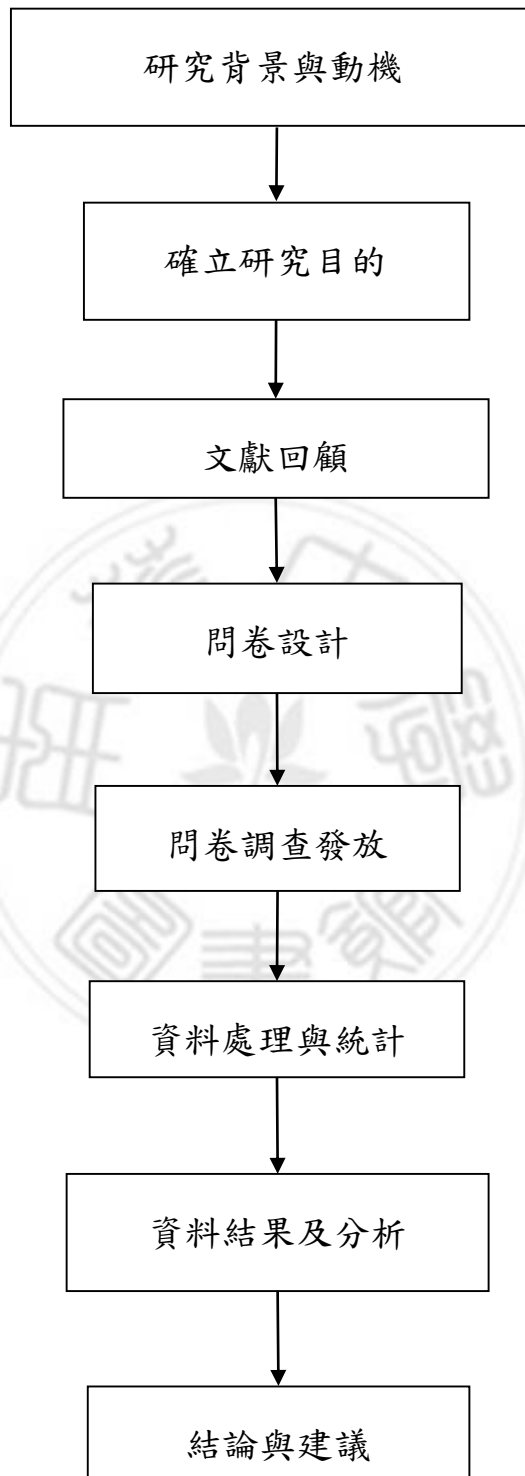


圖 1.1 研究流程圖
資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

2.1 導覽解說定義

博物館包含蒐集、保存、研究、展示、教育、傳播、資訊和遊憩休閒等功能，其重點隨著時間而異，現代的博物館已漸漸由過去的蒐集、保存、純粹展示等的內部功能，轉而重視休閒、教育、娛樂的外部功能 (Falk & Dierking, 1992; Kotler & Kotler, 2000)。

博物館各種功能中以文化教育的功能較為博物館之參觀者所肯定 (Davies, 1994; Hooper-Greenhill, 1994; Anderson, 1999)，學習與休閒又是促使旅客前來博物館參觀的主要原因 (Combs, 1999; Lin, 2006)，而導覽解說扮演著博物館與遊客之間的媒介，成功的導覽解說是達到高品質服務的必要條件之一，同時也是提供文化遺產有效的經營管理與保存的核心，而且能創造永續觀光的前景 (Moscardo, 1996; 王淮真, 2001)。

Freeman Tilden (1977) 將解說定義為「透過原物的利用、直接體驗及輔助說明的媒介，以啟示其深遠意涵與關聯性為目的之教育活動，而不是僅傳遞確實的訊息而已」。張明洵、林玥秀 (1992) 研究指出「解說是運用各種媒體傳達溝通的一種教育性活動，藉由許多的媒介使訊息的傳遞者與接受者有所互動，其目的再透過實際的物品，第一手的經驗和說解的媒體來顯示出其間的意義和關係」。

導覽解說，是一種訊息傳遞的服務，藉由告知及取悅遊客的解說方

式，以不偏離主題的方式提供相關資訊來滿足遊客的需求與好奇，並激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱忱（吳忠宏，1997）。林佩蒨（2008），提出「導覽解說定義：導覽解說是一種展示品詮釋的過程，是一種輔助遊客參觀的方式，是遊客與展示品之間，透過第三者之引導或傳達，使得遊客在欣賞、認知及參與上獲得更豐富的訊息，產生對展示物品的瞭解，達到博物館之教育目的」。而解說亦是人與其環境之間的溝通橋樑，透過教育人對環境的知識與了解，並啟發人對環境的保護以了解其在環境中所扮演的角色（Mahaffey，1969）。

綜合上述，解說是藉由不同媒介傳達展品的意義與歷史，富有教育性、傳達正確訊息、交流討論，產生雙向溝通的過程。本研究透過瞭解遊客的屬性去調整及規劃其導覽內容，更能使其導覽引發遊客對展品的好奇心，運用解說、媒體設施及讓遊客親身體驗的，引導遊客融入且更能瞭解展品欲傳達的訊息，並傳達其在環境中的角色與教育保護環境之理念。

2.1.1 導覽解說的目標與功能

博物館一直以來以「物」為中心，直到十九世紀後半才開始注意到使用者「人」的定位。以往靜態的觀賞或是教科書的詮釋方式都只限於知能的記憶，對一般大眾來說較無切身的關聯性，故較難使參觀者融入

其中（耿鳳英，2006）。邱明嬌（2003），指出傳統的藝文展示型態從過去以「展覽品」為中心的藝術精品展示，至今已經演變為以「遊客」為中心的型態。

王淮真（2001），提出「導覽解說」主要共有五個目的：

1. 幫助遊客對其所參觀展示品發展出一種敏銳的認識、判斷與瞭解
2. 協助遊客獲得心靈上的啟發，或紓解身心壓力
3. 給予遊客傳達正確的訊息，瞭解其在參觀中應所扮演的正確角色
4. 透過解說將經營管理者的目標訊息傳遞給遊客
5. 揭示遊客所看到或經歷的事物，與其生活相結合。

美國解說之父 Tilden（1977），指出解說是一種教育性活動，目的在經由原始事實的使用，以揭示其意義與關聯，並強調親身體驗及運用說明性之方法或媒體，而非僅傳播事實的知識。現今因應科技的快速進步，博物館也透過其創造舒適的空間以及提供內容齊全且先進的導覽設施，提高了博物館展示的多樣性，使遊客能快速地瀏覽自己喜歡的典藏品，能拉近博物館及遊客之間的距離。

蕭德仁（2000）新科技發展下，導覽方式產生莫大影響與變革，遊客對於資訊不再限於文字的傳遞，而是期望能有更多資訊和雙向溝通的見面資料。如沈義訓與梁朝雲（2000）所言，未來博物館參觀方式將由目前以「靜態」為主的型態，改變成為「重感官集合」的運用，利用和

遊客接觸所產生的互動行為，使遊客產生深刻的遊憩體驗，加深對展品的記憶，進一步提升休閒功能。

蕭喬茹（2006）、林佩蓓（2008）引述 Grinder and McCooy（1985）主張導覽解說應具有六大功能：

1. 資訊功能（Information）：解說可以提供遊客正確的旅遊資訊、對於民眾的參與體驗有正向的幫助。
2. 引導功能（Guiding）：解說可以引導遊客更了解當地的文化環境，減少遊客對於陌生環境的不安全，並介紹歷史文物給予遊客認識，引導遊客對當地文化、環境更加一層的認識，並進而保護環境。
3. 教育功能（Education）：經由解說可以使來自各地的遊客產生互動，互相吸取各種不同層次的知識，引發遊客吸取新知的慾望，並灌輸遊客文化的歷史，以達到教育的功能。
4. 娛樂功能（Entertainment）：好的解說功力可以提供遊客愉快的旅遊經驗，美好的參觀體驗，達到寓教於樂的目的。
5. 宣導功能（Propaganda）：藉由解說可以改善公部門與民眾間的關係，增加民眾對於公部門的信任，達到良好的宣傳效果。
6. 鼓舞人心功能（Inspirational）：解說可以啟發遊客對於陌生事物的熱衷，增加遊客的想像力與好奇心。

陳安琪，（2016）提出解說的功能可分為遊客、環境資源、環境經營者及當地影響三方面：

1. 對遊客的功能

教育功能：協助遊客了解、欣賞各種資源。

娛樂功能：提供遊客獲得豐富且高品質的遊憩體驗。

環保功能：培養遊客積極參與環境資源保育工作。

2. 對環境資源的功能

避免破壞：環境倫理是解說工作的基石，可減少環境遭受不必要的破壞。

環境轉移：將遊客由較脆弱的生態環境中轉移至承载力較強的區域。

環境保育：喚起遊客對自然環境的關心，促使遊客以合理的方式、行動來保護環境。

3. 對環境經營者及當地影響的功能

改善公共形象：喚起當地居民以自然或文化遺產為榮自尊與感受。

促進觀光：提升當地的知名度，增加當地的經濟效益。

由此可知，導覽解說可以祛除遊客畏懼的心理，提供關於展示之基本的、重要的資訊，可以協助遊客與展示產生互動，並且滿足遊客學習的需求，可透過文獻了解導覽解說富涵資訊、教育、娛樂、環境宣導、

鼓舞人心等多項功能。導覽解說的目的不在於灌輸遊客多少的知識，而是在於遊客是否能專心從其導覽內容中得到啟示、自我吸收、進而行動，最後將理念傳播給第三人（沈麗滿，2005）。

Orams（1997）提出一個觀光旅遊模式，在遊程過程中，導覽解說活動的涉入，可以使遊客的愉悅感有所改變，因為遊客的愉悅感改變，遊客對於此地方的環境態度也會跟著改變。

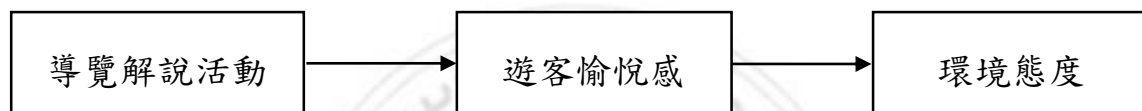


圖 2.1 Orams 的觀光旅遊模式

資料來源：引自王美智

李岱穎（2008）指出古蹟、歷史建築暨文化景觀背後的歷史與人文，就是這個國家或城市發源的縮影。若要瞭解古蹟歷史與城市發源，唯有透過有系統之解說內容。唐學斌（1994）提出解說能透過導覽人員和導覽設施，引導遊客對所見所聞產生好奇心，產生尋找、發問並激勵遊客的思考能力和靈感，並非單純的傳播知識，而能使他們更能了解和領悟其導覽內容。且成功的導覽解說能有效經營與保存文化遺產的核心行動，亦可提高民眾對文化古蹟的認識與保護，並創造永續觀光的前景（Moscardo，1996）。

2.1.2 導覽人員定義

導覽解說的環境主要是由兩大要素構成，一個是有形的導覽設施，另一個即是人員導覽服務（Ryan and Dewar，1995）。

可分為一般性導覽、展覽室講解、專家或藝術家導覽、諮詢服務、導覽人員導覽。如下所述：

1. 一般性導覽：通常分為固定導覽及安排導覽兩種方式。前者每天固定時段提供服務，其餘需事先預約。
2. 展覽式講解：有一主題或講題由研究人員和資深導覽人員針對特定作品進行深入講解。
3. 專家或藝術家導覽：為使遊客深入瞭解展品，館方會邀請專家和藝術家到場解說。
4. 諮詢服務：一般入口之詢問、遊客中心之接待櫃檯。
5. 導覽人員：帶領團體遊客從起點到終點，按原先計畫好之路線，就其參觀據點加以解說。

2.1.3 導覽設施定義

非以人員的引導與說明將資訊傳達給遊客，相對的由一些解說系統來取代解說員，這些系統包括展示說明資料版、展示簡介、導覽手冊、語音導覽、多媒體型態等，如下所述：

1. 展示說明資料版：以文字將展示品的訊息呈現出來，式基本的導覽

- 方式。包括牆面、展示櫃上的標籤、展示板、說明牌等。
2. 展示簡介、導覽手冊：以書面形式呈現，對展覽作簡要說明。一般放置於展覽場入口，供遊客自行取用。
 3. 語音導覽(audio guide)：以耳機接聽錄音機傳送來的訊息，遊客可以一面觀看展品，一面聆聽解說。遊客自主性強，依個人需求省略和重複收聽解說，且不干擾其他遊客。
 4. 多媒體型態：包括視聽媒體和電腦多媒體。博物館會配合展覽，定時定點播放與展品相關的錄影帶、影片。以補足靜態展示無法表達之動態過程。電腦多媒體，提供雙向溝通、立即回饋的功能，解決導覽人員不足的情況，並滿足遊客自我探索的樂趣。

2.1.4 導覽人員、設施滿意度相關研究

李青峰（1987），在解說服務效果評估研究中，使用圖素測量法針對台北圓山動物園、墾丁國家公園的遊客做測試，表示人員導覽是媒體中最受歡迎也最能引起遊客興趣、吸引遊客注意。

劉天課（1992），透過遊客意見調查針對台北市立美術館測試，提出國內多數遊客，期望遊覽地區增設導覽解說服務和張貼說明性標籤。

李幸蓉（2003），以花蓮港賞鯨活動為研究主體，透過問卷發放及實地觀察進行資料收集，研究指出解說員應根據不同的遊客特性及需求來規劃設計解說的主題及方式，並依據遊客的教育程度、是否參與社團

來做為解說的參考依據。解說員不僅應考量遊客的屬性、需求，也需要隨時注意遊客對導覽解說的回應。

郭石玲、王明元、劉修祥（2007），以左營萬年季導覽解說對遊客參觀活動為研究主體，透過問卷發放資料收集，研究發現大部分遊客都認為參與導覽活動可「增長知識」、「了解在地文化」、「充實教育知識」、「了解萬年季的由來」等，其研究顯示遊客對活動品質滿意度高且導覽人員的解說服務對參觀經驗而言，是有正面幫助的。

江繼五（2018）研究發現遊客在接受團體導覽解說時反應熱烈，以及遊客倚賴導覽解說加強資訊吸收，其結果顯示導覽解說與滿意度高低呈正相關。

沈義訓、梁朝雲（2000）趨勢研究指出，未來博物館的參考方式將由目前以靜態為主的型態，改變成為重感官集合運用，以事件或行動為主的參觀方式，遊客動手的展示會大幅增加。這種多感官的互動，是一種包含聽覺、視覺、觸覺、嗅覺及記憶性感覺之多感官性的虛擬呈現。他利用虛擬環境的聲光及和遊客接觸所產生的互動行為，使遊客產生更深刻的體驗，不但可加深對展示的記憶，更進而提升教育功效。

2.1.5 本節結語

綜觀以上各學者們的導覽解說之研究，本研究參考相關學者之理論，將導覽解說服務分為導覽人員與導覽設施來探討。導覽人員在分為導覽

技巧、服務態度和專業知識等構面題項；導覽設施將分為外觀呈現和內涵呈現等構面題項，去了解遊客對導覽解說各構面的滿意程度與重遊意願之影響程度。

2.2 遊客滿意度定義

滿意度向來是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質或各項服務品質等方面之看法的工具，是一項相當有用的衡量行為指標（侯錦雄，2000）。Zeithaml&Bitner（2000）表示滿意度會受到服務及產品品質、價格與情境還有個人因素的影響。Fornell（1992）提出滿意度為可直接評估的整體感覺，消費者將服務與其理想標準做比較，進而形成滿意或不滿意的感覺。Baker and Crompton（2000）認為旅遊滿意度是遊客個人經歷活動後的真實反應。

遊客滿意度為消費者在消費產品或服務後，在情感上獲得的滿意程度（Oliver，1997）。方世榮（1998）指出滿意度是個人所感覺到愉悅或失望的程度，係源自其對產品功能特性（和結果）之決策與個人對產品的期望，兩者比較後所形成的。遊客滿意度是遊客根據過去的經驗進行產品與勞務之衡量，以及對遊客消費經驗之整體性評價（Joewono & Kubota，2007）。林欣玫（2005）將滿意度視為測量遊客對產品、工作、生活品質、服務品質或戶外遊憩品質等看法的工具，依其研究目的、旅遊特性、旅遊時間與空間背景等差異，作為測量滿意度之依據。

Olsen (2002) 提出品質為對產品或服務在信念上的評估，而滿意度為衡量個人對其的情感感受狀態，並認為品質對於忠誠度並無直接的影響，而是透過滿意度的呈現而有中介的影響效果。(引自陳清松，2013) 其模式如圖 2.1 所示。

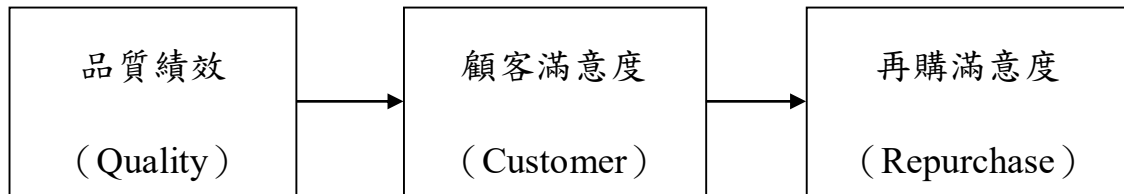


圖 2.2 滿意度-忠誠度模式

資料來源：引自陳清松

2.2.1 遊客滿意度之理論

胡俊煌提出遊客滿意度理論中具有代表性的有：比較水準理論 (comparison level theory)、期望－失驗理論 (expectancy disconfirmation theory)、滿意理論 (satisfaction theory) 及顧客期望理論 (customer expectation theory)。

1. 比較水準理論 (comparison level theory)：

將遊客滿意視為是產品或服務客觀屬性的表現，與消費者比較水準的函數；而比較水準是根據消費者的過去經驗、口碑宣傳及業者的外部構通資訊所產生，當商品表現高於比較水準時，消費者會感到滿意；當商品表現低於比較水準時，消費者則會感到不滿意。

2. 期望－失驗理論 (expectancy disconfirmation theory) :

遊客滿意與否，乃是由遊客的期望與知覺績效比較後所作的評價；失驗理論認為遊客滿意度是與遊客期待不一致的大小及方向有關。遊客在交易完成後，會將實際感受到的產品或服務與先前的購買期望相比，二者間之差異若期望與實際的知覺相同，則產生一致；若實際知覺比期望差，則產生負面不一致，即稱為失驗，並導致不滿意；若實際知覺比期望好，則產生正面不一致，遊客滿意將會形成。

3. 滿意理論 (satisfaction theory) :

認為遊客能確認隱含的產品屬性，並對每一個屬性形成期望，成果與期望比較的結果可能是負面的或正面的。對產品或服務的每一屬性皆有重要性判斷的權重，而這些判斷將形成態度。

4. 顧客期望理論 (customer expectation theory) :

遊客期望的本質及決定性因素，亦闡述了遊客滿意度的形成邏輯，其中提到實際感受到的服務與預期服務兩者間差距決定了遊客滿意度。

2.2.2 遊客滿意度相關研究

何冠達(2002)研究結果得到旅遊特性中前來光臨次數、夜間前來、最常時段、停留時間、同伴性質、交通工具的差異，在對旅遊環境特性的體驗滿意度因子上有明顯之差異。

張秋玉（2012）研究採用訪談法和問卷調查法，針對竹田驛園之遊客為研究對象，結果其滿意度以環境景觀最高，而遊客的婚姻狀況、居住地均在滿意度上有顯著差異性。

白宗易、王嘉淳、陳克舟（2015）針對南部某觀光工廠之遊客為研究對象，以問卷調查法，研究結果發現導覽人員的專業知識與遊客之性別、年齡、學歷的遊客的滿意度均呈顯著差異。

劉季貞、杜先惠、陳惠嫻、張明正、張偉雄（2009）針對高雄新光碼頭遊客為研究對象，探討遊憩體驗對滿意度與重遊意願的影響，其研究結果發現遊客在行前期望與體驗後感受落差不大，顯示遊客對旅遊活動內容有一定的了解，才選擇前往，相關分析中顯示遊客整體滿意度會影響遊客再次光臨與建議親友的意願。

吳忠宏、江宜珍（2004）以科學工藝博物館之遊客為研究對象，透過問卷調查法探討解說媒體滿意度之研究，研究結果顯示解說媒體偏好、重遊意願對各項解說媒體滿意度，皆有顯著的正向影響，而教育程度對解說牌、視聽多媒體；月收入、居住地對參觀指引；訊息管道對視聽多媒體的滿意度均為負向影響。

2.2.3 本節結語

綜觀以上各學者們的滿意度理論中可得知，本研究遊客滿意度理論基礎是建立在遊客選擇購買、體驗後對其產品或服務的感受結果，本研

究將滿意度定義為遊客參與導覽解說所感受到的滿意程度。

2.3 重遊意願之定義

Kozak (2001) 重遊行為是指遊客願意再次到同一目的地或到同一國家的其他景點旅遊，將受到遊客之前的旅遊經驗和次數、目的地運輸、娛樂活動、當地物價水準、民眾親切程度等經濟或政治因素，以及遊客對旅遊產品或服務的滿意程度，而影響遊客對旅遊目的地或國家的重遊意願。魏弘發 (1996) 遊客對各項資源屬性滿意度愈高時，其對遊憩的總滿意度則愈高，而總滿意度又會影響遊客的重遊意願，當總滿意度愈低時，其重遊意願也會降低，顯示滿意度是影響遊客重遊意願的重要因素。

薛月蓮 (2015) 重遊意願是遊客在結束旅遊之後，給予目的地正向的評價，並與他人推薦分享，以及產生忠誠度並且願意在未來重遊一次或多次相同的觀光旅遊景點。馮祥勇 (2012) 指出重遊意願是指再次旅遊某一目的地或同一景點的行為，若能據此意象與意願而推薦親友前往，則能更顯示其重遊意願的強度。

2.3.1 重遊意願之衡量構面

鄭峰茂(2010) 研究遊憩動機、持續性涉入及遊後行為關係，其衡量構面包含再度參與、下次旅遊之第一選擇、推薦他人、正向口碑、優先選擇及支付更高金錢與時間等七項構面。

方聖心（2014）研究古蹟旅遊動機、滿意度、重遊意願關係，其衡量構面包含樂意推薦親朋好友參觀、向他人介紹優點、門票提高，不會影響我的重遊意願及願意考慮再來參觀等四項構面。

蔡佳樺（2018）研究以 KANO 模式探討旅遊目的地二維服務品質要素及重遊意願，其衡量構面包含樂意推薦親朋好友參觀、向他人介紹優點、門票提高，不會影響我的重遊意願及願意考慮再來參觀等四項構面。

吳忠宏、黃宗成、邱延亮（2004）研究玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究，其衡量構面包含再度重遊、建議親友旅遊及未來旅遊優先考量等三項構面。

2.3.2 重遊意願之相關研究

方聖心（2014）針對台南市赤崁樓遊客以問卷進行古蹟旅遊動機、滿意度、重遊意願關係之研究，其研究結果顯示滿意度構面中對於推薦介紹、再次光臨有顯著正向影響重遊意願。

江依芳（2004）研究指出遊客在旅遊中如感受到遊憩的設施對環境衝擊較低、遊憩景點吸引力強以及有良好服務態度與景觀，則相對的會提高滿意度，增加重遊次數或推薦他人前往旅遊的意願。

張孝銘、李豪（2008）針對苗栗大湖鄉的遊客以問卷調查，進行觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之研究，其研究結果顯示

遊憩滿意度對重遊意願影響力最高，包含產品服務、餐旅服務、人員服務以及環境景觀等構面。

周秀蓉（2008）針對六福村主體樂園的遊客，探討遊憩吸引力和遊憩體驗對滿意度及重遊意願之影響，研究結果發現主題樂園之遊憩吸引力對顧客滿意度與重遊意願的直接效果皆達顯著水準，而遊憩體驗不會直接影響重遊意願，須透過遊客滿意度的中介效果才達顯著水準，研究顯示遊客滿意度是最直接影響重遊意願的主要因素。

賴旭堂（2018）針對台中國家歌劇院為研究主體，透過問卷調查法探討旅遊動機、滿意度對重遊意願的影響，研究結果顯示遊客的旅遊動機、滿意度均對重遊意願有顯著正向影響，其中以自我充實、身心放鬆、服務人員和實體設備等構面對重遊均有顯著影響。研究結果表示遊客對其旅遊動機與滿意度越高，則對重遊意願影響程度越高。

2.3.3 本節結語

綜觀以上各學者理論建議，本研究將重遊意願定義為，遊客願意再次到訪美濃客家文物館、推薦親朋友好前往參觀的意願、願意帶朋友旅遊參觀、向親朋好友宣傳優點、願意將資訊推薦給親朋好友、票價合理，我願意再次前來和旅遊行程中我會優先前來等題項。

2.4 導覽解說滿意度與重遊意願之相關性

陳俞君、白宗易、吳濟民、黃宗誠（2003）透過問卷調查，針對前往台南市古蹟使用解說系統的遊客，探討出解說技巧、專業知識、服務態度、外觀呈現、內涵呈現與重遊意願之相關性皆呈現顯著正相關，顯示遊客對解說系統服務滿意度越高，其重遊意願亦越高。

簡婉莉（2007）研究導覽人員特性差異對解說服務與解說效益影響，指出導覽人員的解說語調越適切，解說態度越良好，導覽人員與遊客互動越頻繁，其所帶領的遊客就越能提升興趣。

林佩蓓（2008）透過多元逐步迴歸分析，發現「導覽導覽人員服務滿意度」是重遊意願的唯一的最佳預測力，亦即遊客對導覽導覽人員服務的滿意度越高者，其重遊意願亦越高，因此提昇導覽人員的服務素質，將有助於提高該地的重遊率。

黃英雅（2012）透過問卷調查分析，前五項滿意度選項分別為「態度認真、親切有禮」，「服裝儀容整齊乾淨」，「具熱忱」，「能耐心解答遊客問題」，「導覽內容有助於個人瞭解台灣歷史」；結果顯示整體導覽解說滿意度為非常滿意，其顯示遊客對於導覽人員需求程度極大，對於導覽解說服務付費意願為肯定。

陳筠佩（2017）針對霧峰林家宮保第園區的遊客進行問卷調查，透過迴歸分析瞭解遊客導覽解說滿意度各構面對重遊意願構面的影響，結

果顯示導覽人員的解說技巧、專業知識、服務態度各構面對，對重遊意願有顯著影響，其中以導覽設施滿意度構面的影響程度最高。

沈進成、葉修延(2004)針對松田崗創意生活農莊遊客進行吸引力、滿意度與重遊意願影響關係之研究，其結果顯示影響整體滿意度的主要因素為服務設施滿意度，顯示完善的整體環境規劃、人員服務態度及解說服務，能為遊客帶來較高的滿意度及重遊意願。

石立岳(2015)針對濕地賞鳥之導覽解說影響生態旅遊行為為研究主體，其研究結果顯示遊客生態旅遊行為滿意度差異分析中，以行程導覽解說和定點導覽解說之滿意度均會優於無解說之滿意度；在重遊意願差異分析中，以定點導覽解說優於行程導覽解說優於無解說，若要提高遊客重遊意願，需提高其實際體驗與滿意度。

由以上學者調查結果可得知，導覽解說對重遊意願有高度的影響力。在人員導覽中以語調越適切，解說態度越良好，導覽人員與遊客互動越頻繁，其導覽滿意度越高對重遊意願影響就越高，而導覽設施的功能也是不容小覷，在相關調查當中，發現以導覽設施滿意度構面對重遊意願影響程度最高，其顯示不論導覽解說方式為何，其滿意程度均會影響遊客重遊觀光遊憩地的主要原因之一。

2.5 研究範圍現況

美濃客家文物館，位於美濃著名景點中正湖旁，觀光遊客常以團體旅遊、校外教學、親子旅遊等遊程方式前往參觀。遊客可透過遊覽車、美濃觀光車、自行開車、車站租借單車、散步等交通方式前往，中正湖新建設環湖步道，步道沿途經美濃客家文物館，使遊客可以以輕鬆且方便的方式抵達參觀。文物館導覽志工隊成立時間於2002年，募集方式以填寫申請表，由志工長親自面試，了解面試者對客家文化的理解程度、面試者對導覽解說的看法與態度。培訓需完成基礎訓練12小時，專業訓練12小時課程，需取得內政部志願服務紀錄冊。導覽志工隊三不政策：不談政治、不談宗教、不有營利行為。以確保導覽人員與遊客之間能保持僅傳達客家傳統文化與歷史，避免產生紛爭。



圖2.3美濃客家文物館交通平面圖

引用自：美濃客家文物館全球資訊網。

美濃客家文物館，舍建築外觀結合早期的菸樓造型和客家民族特有的三合院夥房樣式，兼具傳統和現代美感的特色建築，讓人對於整體空間動線的配置有「親近文物」的管道和機會，並規劃多元化空間作為研究、教學等用途來運用；在建材上採用清水模工法打造，沉穩的淺灰色調樸實無華，十分符合客家民族勤儉刻苦的傳統美德（鐘菊珍，2016）。

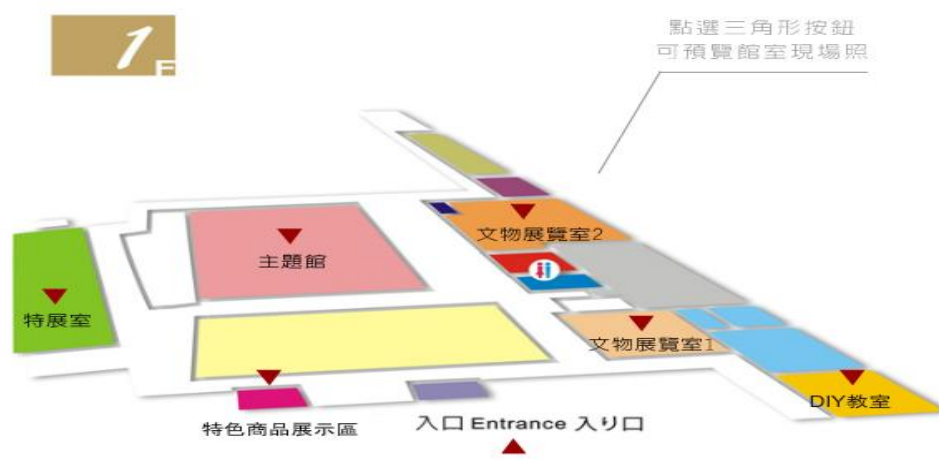


圖2.4 美濃客家文物館1F平面圖

引用自：美濃客家文物館全球資訊網。

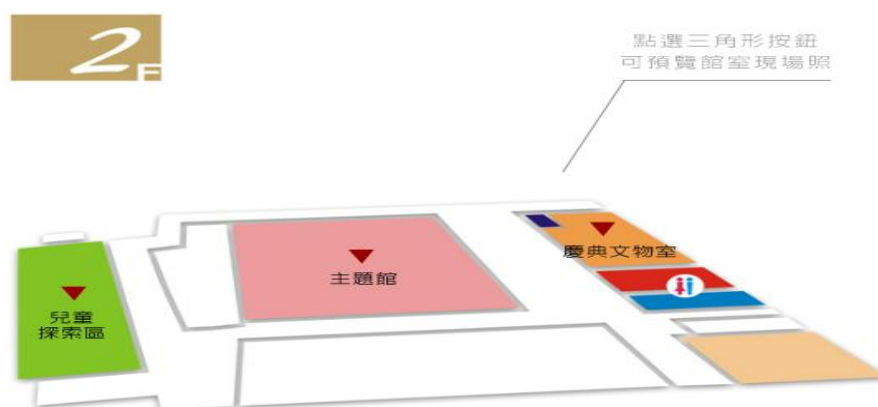


圖2.5 美濃客家文物館2F平面圖

引用自：美濃客家文物館全球資訊網。

常設展廳美濃當地客家民族的生活軌跡為展示主題，包括六堆文化歷史、客家腔調分布區域、美濃地區的古蹟，並展出日常使用的農具和生活器具等文物，另外也規劃了客家紙傘、藍衫等工藝創作和郊外著名自然景點黃蝶翠谷的生態介紹，特展區則是全年開放相關單位申請場地。

館內並規劃多種互動課程、讓小朋友遊戲中學習的「兒童探索區」，展示婚嫁祭典時所用文物的「慶典古物區」。除了照片、文獻等平面資料，實物呈現、立體模型、影片播放等多元資訊，透過不同方式讓到訪民眾深入了解客家民族的傳統與文化之美。「美濃客家文物館」的營運係以門票收費為基礎，為吸引更多人潮及不同族群參訪交流，積極配合各級學校辦理戶外教學，透過導覽文物讓學生實際認識客家文化，並不定期規劃展覽及設置手作DIY 紙傘體驗區及文創商品展售區，提升客家文化歷史的能見度（鐘菊珍，2016）。

第三章 研究方法

3.1 研究架構

藉由第二章相關文獻的整理與探討，擬定本研究主要目的為遊客在參觀文物館的過程中，探討遊客的背景資料、導覽解說服務的滿意度、重遊意願等研究變項的差異情形；不同背景之遊客對導覽解說服務的滿意度之間的關係，遊客對導覽解說服務滿意度與重遊意願之間的關係，綜上所述，本研究之研究觀念架構如圖所示：

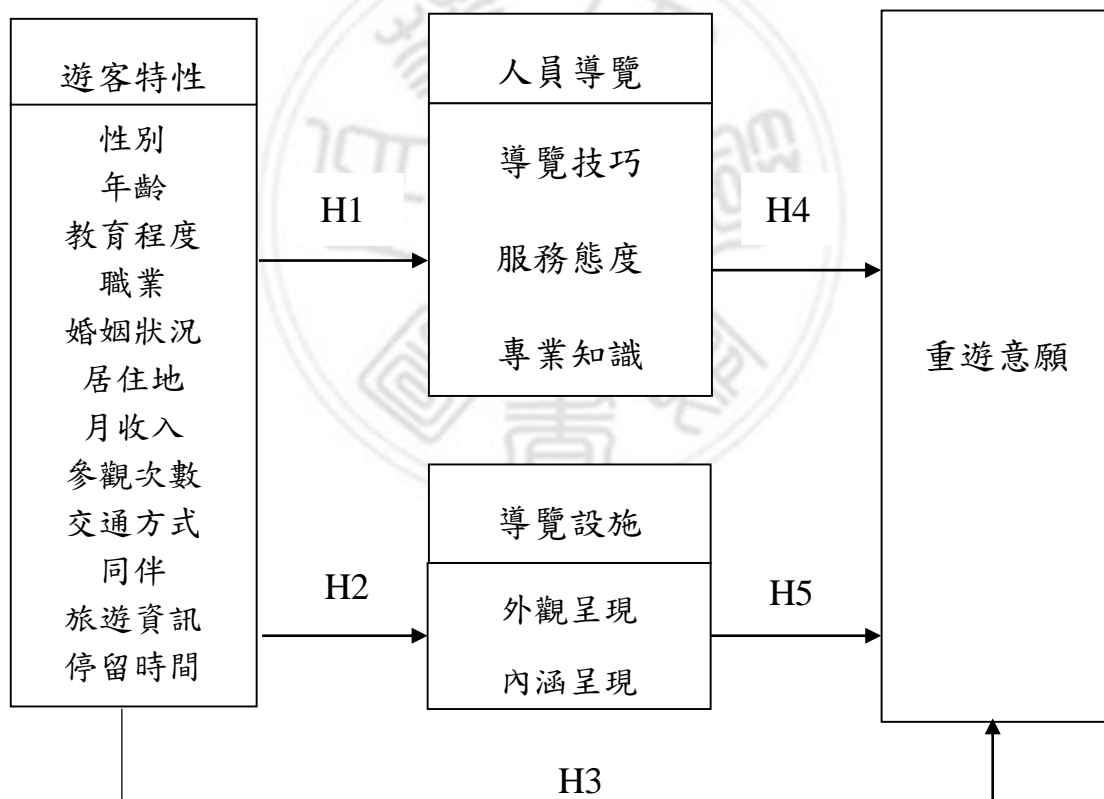


圖 3.1 研究架構

資料來源：本研究繪製

3.2 研究假設

H1：遊客特性在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.1：不同性別在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.2：不同年齡在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.3：不同教育程度在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.4：不同職業在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.5：不同婚姻狀況在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.6：不同居住地在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.7：不同月收入在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.8：不同參觀次數在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.9：不同交通方式在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.10：不同同伴在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.11：不同旅遊資訊在人員導覽滿意度有顯著差異。

H1.12：不同停留時間在人員導覽滿意度有顯著差異。

H2：遊客特性在導覽設施之滿意度有顯著差異。

H2.1：不同性別在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.2：不同年齡在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.3：不同教育程度在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.4：不同職業在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.5：不同婚姻狀況在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.6：不同居住地在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.7：不同月收入在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.8：不同參觀次數在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.9：不同交通方式在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.10：不同同伴在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.11：不同旅遊資訊在導覽設施滿意度有顯著差異。

H2.12：不同停留時間在導覽設施滿意度有顯著差異。

H3：遊客特性在重遊意願有顯著差異。

H3.1：不同性別在重遊意願有顯著差異。

H3.2：不同年齡在重遊意願有顯著差異。

H3.3：不同教育程度在重遊意願有顯著差異。

H3.4：不同職業在重遊意願有顯著差異。

H3.5：不同婚姻狀況在重遊意願有顯著差異。

H3.6：不同居住地在重遊意願有顯著差異。

H3.7：不同月收入在重遊意願有顯著差異。

H3.8：不同參觀次數在重遊意願有顯著差異。

H3.9：不同交通方式在重遊意願有顯著差異。

H3.10：不同同伴在重遊意願有顯著差異。

H3.11：不同旅遊資訊在重遊意願有顯著差異。

H3.12：不同停留時間在重遊意願有顯著差異。

H4：人員導覽滿意度對重遊意願有顯著預測力。

H4.1：導覽技巧之滿意度對重遊意願有顯著影響。

H4.2：服務態度之滿意度對重遊意願有顯著影響。

H4.3：專業知識之滿意度對重遊意願有顯著影響。

H5 導覽設施滿意度對重遊意願有顯著預測力。

H5.1 外觀呈現之滿意度對重遊意願有顯著影響。

H5.2 內涵呈現之滿意度對重遊意願有顯著影響。

3.3 問卷設計

本研究問卷內容設計分為四大部分：「遊客個人基本資料」、「人員導覽」、「導覽設施」、「重遊意願」，表列出問卷內容變項的出處及信度分析。構面問卷內容設計說明如下：

一、 遊客背景資料之構面量表

第一部分為遊客個人基本資料，以勾選單選題答案方式填寫。遊客背景資料分別為「性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、居住地、月收入」共七題項，其次是了解遊客旅遊特性分別為「參訪次數、交通方式、參觀同伴、旅遊資訊、停留時間」共五項，如表 3.1 所示。

表 3.1 導覽人員內容變項出處

構面	題項	答項	測量尺度
個人背景	一、性別	(1)男；(2)女	類別尺度
	二、年齡	(1)15 歲以下；(2)16-20 歲；(3)21-30 歲； (4)31-40 歲；(5)51-60 歲；(5)61 歲以上	次序尺度
	三、教育程度	(1)國小；(2)國中(初中)；(3)高中(職)； (4)專科；(5)大學；(6)研究所(含以上)	類別尺度
	四、職業	(1)學生；(2)工商業；(3)服務業；(4)軍 公教；(5)農林漁牧；(6)家管；(7)退休； (8) 其他(_____)	類別尺度
	五、婚姻狀況	(1) 未婚；(2)已婚	類別尺度
	六、居住地	(1)北部；(2)中部；(3)南部；(4)東部；(5) 澎湖；(6)其他(_____)	類別尺度
	七、月收入	(1)20,000 以下；(2)20,001-30,000； (3)30,001-40,000；(4)40,001-50,000； (5)50,001-60,000；(6)60,001 以上	次序尺度
	八、參觀文物館次數	(1)首次參觀；(2)2-3 次；(3)4-5 次；(4)6 次以上	次序尺度
	九、前往文物館交通 方式	(1)騎車；(2)開車；(3)大眾交通工具；(4) 遊覽車；(5) 其他(_____)	類別尺度
	十、參觀同伴	(1)家人、親戚；(2)朋友、同事；(3)學校 團體；(4)社區團體；(5)旅行社團體；(6) 公司團體；(7) 其他(_____)	類別尺度
	十一、旅遊資訊	(1)親朋好友推薦；(2)參與活動得知；(3) 網路推廣或介紹；(4)透過搜尋引擎；(5) 其他(_____)	類別尺度
	十二、停留時間	(1) 一小時；(2)二小時；(3)三小時； (4)半天；(5)一天；(6)一天以上	次序尺度

資料來源：本研究整理

二、 針對遊客對導覽人員之「導覽技巧」、「服務態度」、「專業知識」的實際體驗滿意度。參考李青鋒(1987)、Ryan,Dewar(1995)、王淮真(2001)所整理出的構面進行問卷設計。「解說技巧」包含語調溫和、

口語表達流暢和遊客互動等 7 題，「服務態度」包含對導覽解說的熱忱、耐心解答和儀容整齊等 5 題，「專業知識」包含了解展品的背景、對客家文物有更多的認識和整體滿意度等 3 題，總題項共 15 題。構面變項如表 3.2：

表 3.2 人員導覽內容變項出處

構面	選項	尺度
導覽技巧	1. 導覽人員解說技巧	以「滿意」、「非常滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」等五種來表示(順序量尺)
	2. 導覽人員語調溫和，速度和音量適切	
	3. 導覽人員口語表達流暢	
	4. 導覽人員與遊客互動良好	
	5. 導覽人員懂得運用肢體語言來強化解說內容	
	6. 導覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧	
	7. 導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容	
服務態度	8. 導覽人員對解說工作具有熱忱	
	9. 導覽人員表現出對我們的尊重與耐心解答我們的問題	
	10. 導覽人員能夠迅速提供遊客所需的服務	
專業知識	11. 導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切	
	12. 解說能幫助我了解展品的背景資料及原始用途	
	13. 解說能幫助我對客家文物有更多的認識	
	14. 導覽解說能讓我們有一個難忘的參觀經驗	

資料來源：本研究整理

三、 為遊客對導覽設施之「外觀呈現」、「內涵呈現」的實際體驗滿意度。參考李青鋒(1987)、王淮真(2001) 所整理出的構面進行問卷設計。「外觀呈現」包含字體大小、圖像輔助說明和背景顏色等 5 題；「內涵呈現」包含清楚表達概念、

內容生動有趣和更了解展品等 4 題，總題項共 9 題。構面變

項如表 3.3：

表 3.3 導覽設施內容變項出處

構面	選項	尺度
外觀 呈現	1. 解說牌上的字體大小很容易看清楚	以「滿意」、「非常滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」等五種來表示(順序量尺)
	2. 解說牌上的文字與背景顏色的搭配恰到好處	
	3. 解說牌容易吸引我的注意而前去觀看	
	4. 解說牌圖像有輔助文字說明	
內涵 呈現	5. 解說牌能清楚表達展品的概念	
	6. 解說牌圖文的解說內容讀來生動有趣	
	7. 解說牌內容符合我的理解程度	
	8. 解說牌內容能使我更了解展品	

資料來源：本研究整理

四、為遊客對美濃客家文物館重遊意願程度之衡量分類，主要參考方聖心（2014），蔡佳樺（2018）等研究所整理出的構面進行問卷設計。包含重遊意願、推薦意願和口碑宣傳等 7 題。構面變項如表 3.4：

表 3.4 重遊意願內容變項出處

構面	選項	尺度
重遊 意願	1. 我願意再次來美濃客家文物館	以「願意」、「非常願意」、「普通」、「不願意」、「非常不願意」等五種來表示(順序量尺)
	2. 我會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀	
	3. 我會願意帶朋友到美濃客家文物館旅遊參觀	
	4. 我會向親朋好友宣傳美濃客家文物館的優點	
	5. 我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友	
	6. 美濃客家文物館票價合理，我願意再次前來	
	7. 到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館	

資料來源：本研究整理

3.4 研究對象

本研究採便利抽樣，研究對象為美濃客家文物館導覽服務預約遊客，依據遊客預約導覽服務日期進行問卷發放及回收，於民國 108 年 1 月 15 日起至 1 月 22 日總共發放 76 份預試問卷，扣除 6 份無效問卷，實際有效回收 70 份，有效回收率 92.1%。正式問卷於民國 108 年 1 月 26 日至 3 月 26 日總共發放 267 份，回收問卷 255 份，扣除 8 份遺漏填答、一致性填答、複選，實際有效回收 247 份問卷，有效回收率 96.8%。

3.5 資料分析法

本研究問卷回收後，透過人工方式檢查，將資料以編碼方式登錄，以統計套裝軟體 SPSS18 版（PASW Statistics 18）進行資料分析

- 一、 信效度分析（Reliability Analysis）：信效度為問卷填答結果之可信度，為了分析導覽解說滿意度、重遊意願各構面題項的一致性與穩定性，並刪除信度較低之題項。
- 二、 敘述性統計（Descriptive Statistics）：將有效問卷運用平均值、標準差、次數分配與百分率比等統計方法，分析遊客的基本資料、呈現導覽解說滿意度、重遊意願構面的分佈比例及特性。
- 三、 獨立樣本 t 檢定（Independent-Sample T Test）：可比較一組樣本的平均值與某一定值間之差異，或是兩組樣本的平均值間是否存在差異，其樣本間必定有獨立的特性，本研究用來分析遊客性別、婚

姻狀況在導覽解說滿意度、重遊意願之差異情形。

四、 單因子變異數分析 (Analysis of Variance, ANOVA)：分析多組的平均數有否顯著差異的統計方法，是用來將總變異量分解為多個成分的變異量，以分析某些因素對實驗結果是否有顯著影響。本研究用來分析遊客人口屬性分別在導覽解說滿意度與重遊意願之差異情形。

五、 皮爾森積差相關分析 (Pearson Correlation Analysis)：本研究採用皮爾森積差相關分析以瞭解兩個變數之間的關聯程度，此相關係數為標準化係數，介於正負 1 之間，當數值越接近 1 時，則表示兩個變數間的關聯性程度越高。本研究主要用此來分析探討遊客背景變項、導覽解說滿意度與重遊意願之關係。

六、 逐步迴歸分析 (Stepwise Regression Analysis)：利用一個或多個自變數，經過某特定形式的函數關係，描述或預測某個依變數的一種分析方法。本研究用來分析人口統計變數與導覽解說滿意度對重遊意願是否有正向顯著影響，並比較其影響程度。

第四章 研究結果

本章主要針對回收之有效問卷 247 份資料進行分析，內容共分為三節。第一節為美濃客家文物館遊客背景特性分析；第二節為基本資料對遊客導覽解說滿意度、重遊意願關係之差異性檢定；第三節為遊客導覽解說滿意度對重遊意願關係之關聯分析。

4.1 問卷分析結果

4.1.1 信效度分析

本研究以Cronbach's α 值來檢驗的內部一致性與穩定性，Cronbach's α 係數通常都介於0到1之間，Cronbach's α 值越大表信度越高，若小於0.35表示低信度，若大於0.70則為高信度。

(1) 導覽人員

導覽解說滿意度問卷信度分析與因素分析結果，如表3.5所示。「導覽技巧」滿意度轉軸後特徵值為4.538，解釋變異量為64.826%，且每項題目的因素負荷量均大於0.4；「服務態度」滿意度轉軸後特徵值為2.749，解釋變異量為68.730%；「專業知識」滿意度轉軸後特徵值為2.490，解釋變異量為83.002%，且每項題目的因素負荷量均大於0.4。

信度部分，「導覽技巧」、「服務態度」、「專業知識」等三個構面量表分析檢驗，「導覽技巧」構面信度為0.909；「服務態度」構面信度為0.848；「專業知識」構面信度為0.896。由上述資料可得知，導覽

解說各構面信度在0.848~0.909之間，符合0.7以上的標準，顯示人員導覽滿意度量表具有相當良好的信度。

表 3.5 導覽人員要素量表因素分析

因素項目	題目	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量		構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量(%)	
導覽技巧	1. 導覽技巧	0.696	0.834	4.538	64.826	0.909
	2. 語調音量	0.684	0.827			
	3. 口語流暢	0.710	0.843			
	4. 互動良好	0.633	0.796			
	5. 強化肢體動作	0.614	0.784			
	6. 反應調整	0.602	0.776			
	7. 時間調配	0.599	0.774			
服務態度	8. 有熱忱	0.667	0.817	2.749	68.730	0.848
	9. 尊重耐心解答	0.726	0.852			
	10. 迅速提供回覆	0.691	0.831			
	11. 儀容整齊服務認真	0.665	0.815			
專業知識	12. 了解背景	0.852	0.923	2.490	83.002	0.896
	13. 更多認識	0.869	0.932			
	14. 難忘參觀經驗	0.769	0.877			

資料來源：本研究整理

(2) 導覽設施

導覽解說滿意度問卷信度分析與因素分析結果，如表3.6所示，「外觀呈現」滿意度轉軸後特徵值為2.705，解釋變異量為67.614%，且每項題目的因素負荷量均大於0.4；「內涵呈現」滿意度轉軸後特徵值為2.992，解釋變異量為74.795%，且每項題目的因素負荷量均大於0.4。

「外觀呈現」、「內涵呈現」等構面量表分析檢驗，「外觀呈現」構面信度為0.838；「內涵呈現」構面信度為0.887。由上述資料可得知，

導覽解說各構面信度在 0.838~0.887 之間，符合 0.7 以上的標準，顯示導覽設施滿意度量表具有相當良好的信度。

表 3.6 導覽設施要素量表因素分析

因素項目	題目	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量		構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量 (%)	
外觀呈現	1. 字體清楚	0.687	0.829	2.705	67.614	0.838
	2. 文字背景搭配	0.790	0.889			
	3. 吸引注意	0.635	0.797			
	4. 圖像有輔助說明	0.593	0.770			
內涵呈現	5. 表達概念	0.773	0.879	2.992	74.795	0.887
	6. 了解展品	0.810	0.900			
	7. 內容生動有趣	0.708	0.842			
	8. 理解程度	0.701	0.837			

資料來源：本研究整理

(3) 重遊意願

重遊意願問卷信度分析與因素分析結果，如表 3.7 所示。因素分析部分，「重遊意願」轉軸後特徵值為 5.049，解釋變異量為 72.132%，且每項題目的因素負荷量均大於 0.4。

「重遊意願」構面量表分析檢驗，「重遊意願」構面信度為 0.932。符合 0.7 以上的標準，顯示導覽設施滿意度量表具有相當良好的信度。

表 3.7 重遊意願要素量表因素分析

因素項目	題目	同質性檢驗		轉軸後平方負荷量		構面信度 Cronbach's α 值
		共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量(%)	
重遊意願	1. 願意再次來美濃客家文物館	0.767	0.876	5.049	72.132	0.932
	2. 會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀	0.812	0.901			
	3. 會願意帶朋友到美濃客家文物館旅遊參觀	0.753	0.868			
	4. 會向親朋好友宣傳美濃客家文物館的優點	0.672	0.820			
	5. 願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友	0.753	0.868			
	6. 美濃客家文物館票價合理，我願意再次前來	0.648	0.805			
	7. 到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館	0.644	0.803			

資料來源：本研究整理

4.2 美濃客家文物館遊客背景特性分析

本研究基本資料包含性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、居住地、月收入、參訪次數、交通方式、同伴、旅遊資訊、停留時間等問項進行敘述性統計分析，整理如表 4.1，分別說明如下。

1. 性別方面：性別部分「女性」有 136 位佔總樣本的 56.2%，「男性」有 106 位佔總樣本 43.8%；受訪者以女性居多。
2. 年齡層：年齡層以「21-30 歲」最多有 78 位佔總樣本數的 32.2%，其次為「41-50 歲」有 73 位佔樣本數的 30.2%，「51-60 歲」有 29 位

佔 12.0%，「31-40 歲」有 25 位佔 10.3%，「61 歲以上」有 21 位佔 8.7%，「16-20 歲」有 10 位佔 4.1%，「15 歲以下」有 6 位佔 2.5%；研究結果顯示受訪者以「21-30 歲」為較高，而「15 歲以下」年齡層較低。

3. 教育程度：以「大學」最多有 88 位佔 36.4%，其次是「高中職」有 62 位佔總樣本數的 25.6%，「專科」有 49 位佔 20.2%，「國中」有 20 位佔 8.3%，「研究所」有 19 位佔 7.9%，「國小」有 4 位佔 1.7%；研究結果顯示受訪者以「大學」程度 88 位佔 36.4% 最多。
4. 職業方面：以「服務業」最多有 65 位佔 26.9%，其次是「學生」有 64 位佔總樣本數的 26.4%，「軍公教」有 28 位佔 11.6%，「農林漁牧」有 27 位佔 11.2%，「家管」有 24 位佔 9.9%，「工商業」有 23 位佔 9.5%，「退休」有 11 位佔 4.5%；研究結果顯示受訪者以「服務業」65 位最多，其次為「學生」有 64 位。
5. 婚姻狀況方面：以「已婚」最多有 128 位佔總樣本數的 52.9%，「未婚」有 114 位佔總樣本數的 47.1%，結果顯示受訪者「已婚」佔最高。
6. 居住地方面：以「南部」最多有 132 位佔總樣本數的 54.5%，其次為「中部」有 55 位佔總樣本數的 22.7%，「北部」有 53 位佔總樣本數的 21.9%，「東部」有 2 位佔總樣本數的 0.8%。

7. 個人平均月收入方面，以「20000 以下」最多有 82 位佔總樣本數的 33.9%，其次為「20001-30000」有 61 位佔總樣本數的 25.2%，「30001-40000」有 43 位佔總樣本數的 17.8%，「40001-50000」有 30 位佔總樣本數的 12.4%，「50001-60000」有 15 位佔總樣本數的 6.2%，「60001 以上」有 11 位最少佔總樣本數的 4.5%。
8. 參觀次數方面：以「首次參觀」最多有 167 位佔總樣本數的 69.0%，其次為「2-3 次」有 52 位佔總樣本數的 21.5%，「4-5 次」有 15 位佔總樣本數的 6.2%，「6 次以上」有 8 位最少佔總樣本數的 3.3%。
9. 交通方式方面：以「遊覽車」最多有 145 位佔總樣本數的 59.9%，其次為「騎車」有 44 位佔總樣本數的 18.2%，「開車」有 42 位佔總樣本數的 17.4%，「大眾交通工具」有 8 位佔總樣本數的 3.3%，「走路」有 3 位佔總樣本數的 1.2%。
10. 同伴方面：以「旅行社團體」最多有 64 位佔總樣本數的 26.4%，其次為「朋友同事」有 62 位佔總樣本數的 25.6%，「家人親戚」有 59 位佔總樣本數的 24.4%，「學校團體」有 46 位佔總樣本數的 19.0%，「社區團體」有 11 位佔總樣本數的 4.5%。
11. 旅遊資訊：以「參與活動得知」最多有 134 位佔總樣本數的 55.4%，其次為「親朋好友推薦」有 60 位佔總樣本數的 24.8%，「網路推廣或介紹」有 40 位佔總樣本數的 16.5%，「透過搜尋引擎」有 8 位佔

總樣本數的 3.3%。

12. 停留時間：以「二小時」最多有 117 位佔總樣本數的 48.3%，其次為「一小時」有 113 位佔總樣本數的 46.7%，「三小時」有 12 位佔總樣本數的 5.0%。

表 4.1 樣本特性分析表

項目	變項	樣本數	百分比
性別	男性	106	43.8
	女性	136	56.2
年齡	15 歲以下	6	2.5
	16-20 歲	10	4.1
	21-30 歲	78	32.2
	31-40 歲	25	10.3
	41-50 歲	73	30.2
	51-60 歲	29	12.0
	61 歲以上	21	8.7
教育	國小	4	1.7
	國中	20	8.3
	高中職	62	25.6
	專科	49	20.2
	大學	88	36.4
	研究所	19	7.9
職業	學生	64	26.4
	工商業	23	9.5
	服務業	65	26.9
	軍公教	28	11.6
	農林漁牧	27	11.2
	家管	24	9.9
	退休	11	4.5
婚姻	未婚	114	47.1
	已婚	128	52.9
居住地	北部	53	21.9
	中部	55	22.7
	南部	132	54.5
	東部	2	0.8
收入	20000 以下	82	33.9
	20001-30000	61	25.2
	30001-40000	43	17.8

	40001-50000	30	12.4
	50001-60000	15	6.2
	60001 以上	11	4.5
參訪次數	首次參觀	167	69.0
	2-3 次	52	21.5
	4-5 次	15	6.2
	6 次以上	8	3.3
交通方式	走路	3	1.2
	騎車	44	18.2
	開車	42	17.4
	大眾交通工具	8	3.3
	遊覽車	145	59.9
同伴	家人親戚	59	24.4
	朋友同事	62	25.6
	學校團體	46	19.0
	社區團體	11	4.5
	旅行社團體	64	26.4
旅遊資訊	親朋好友推薦	60	24.8
	參與活動得知	134	55.4
	網路推廣或介紹	40	16.5
	透過搜尋引擎	8	3.3
停留時間	一小時	113	46.7
	二小時	117	48.3
	三小時	12	5.0

資料來源：本研究整理

4.3 不同背景遊客在導覽解說滿意度及重遊意願之描述統計

4.3.1 導覽解說題項分析表

(1) 導覽人員結果分析

導覽解說滿意度整理如表 4.2，美濃客家文物館人員導覽滿意度最高的構面是「專業知識」(平均數為 4.5055)，其次為「服務態度」(平均數為 4.3750)，最後是「導覽技巧」(平均數為 4.3135)。專業知識構面中，以「解說能幫助我對客家文物有更多的認識」的滿意度最高(平均數為

4.52)；服務態度構面中，以「導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切」的滿意度最高（平均數為 4.46）；導覽技巧構面中，以「導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容」的滿意度最高（平均數為 4.43）。

表 4.2 導覽人員題項分析表

變項	構面	題項	平均數	標準差
人員 導覽	導覽 技巧	1. 導覽人員解說技巧	4.30	0.634
		2. 導覽人員語調溫和，速度和音量適切	4.33	0.643
		3. 導覽人員口語表達流暢	4.31	0.676
		4. 導覽人員與遊客互動良好	4.29	0.688
		5. 導覽人員懂得運用肢體語言來強化解說內容	4.28	0.671
		6. 導覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧	4.25	0.709
		7. 導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容	4.43	0.692
	服務 態度	8. 導覽人員對解說工作具有熱忱	4.35	0.696
		9. 導覽人員表現出對我們的尊重與耐心解答我們的問題	4.39	0.649
		10. 導覽人員能夠迅速提供遊客所需的服務	4.30	0.660
		11. 導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切	4.46	0.645
	專業 知識	12. 解說能幫助我了解展品的背景資料及原始用途	4.50	0.613
		13. 解說能幫助我對客家文物有更多的認識	4.52	0.632
		14. 導覽解說能讓我們有一個難忘的參觀經驗	4.50	0.665

資料來源：本研究整理

(2) 導覽設施結果分析

如表 4.3，美濃客家文物館導覽設施滿意度最高的構面是「內涵呈現」（平均數為 4.2903），其次為「外觀呈現」（平均數為 4.1322）。內涵呈現構面中，以「解說牌內容符合我的理解程度」的滿意度最高（平均數為 4.39）；外觀呈現構面中，以「解說牌圖像有輔助文字說明」的滿意度最高（平均數為 4.36）。

表 4.3 導覽設施題項分析表

變項	構面	題項	平均數	標準差
導覽設施	外觀呈現	1. 解說牌上的字體大小很容易看清楚	4.00	0.759
		2. 解說牌上的文字與背景顏色的搭配恰到好處	4.14	0.747
		3. 解說牌容易吸引我的注意而前去觀看	4.03	0.812
		4. 解說牌圖像有輔助文字說明	4.36	0.687
	內涵呈現	5. 解說牌能清楚表達展品的概念	4.24	0.696
		6. 解說牌圖文的解說內容讀來生動有趣	4.21	0.695
		7. 解說牌內容符合我的理解程度	4.39	0.680
		8. 解說牌內容能使我更了解展品	4.32	0.665

資料來源：本研究整理

4.3.2 重遊意願題項分析表

重遊意願整理如表 4.4，重遊意願構面中，以「我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友」的程度最高（平均數為 4.18）；其次為「我會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀」（平均數為 4.17）；重遊程度最低為「到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館」（平均數為 3.89）。

表 4.4 重遊意願題項分析表

變項	構面	題項	平均數	標準差
重遊意願		1. 我願意再次來美濃客家文物館	4.10	0.649
		2. 我會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀	4.17	0.655
		3. 我會願意帶朋友到美濃客家文物館旅遊參觀	4.05	0.750
		4. 我會向親朋好友宣傳美濃客家文物館的優點	4.08	0.739
		5. 我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友	4.18	0.717
		6. 美濃客家文物館票價合理，我願意再次前來	4.14	0.760
		7. 到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館	3.89	0.881

資料來源：本研究整理

由表 4.2、4.3、4.4 可得知，遊客對美濃客家文物館的導覽解說主要以「解說能幫助我對客家文物有更多的認識」、「導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切」、「導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容」、「解說牌內容符合我的理解程度」、「解說牌圖像有輔助文字說明」等滿意度最高；且重遊意願中「我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友」的程度最高，由此可知遊客對其導覽人員時間安排、內容及資訊是遊客相當重視的部分。

4.4 不同背景遊客在導覽解說滿意度及重遊意願之差異檢定

本研究探討受試者不同背景變項在人員導覽、導覽設施及重遊意願之影響，當背景變項為兩個選項時，本研究採用獨立 t 檢定進行平均數差異性之比較。若背景變項為三個或三個以上，則採用單因子變異數分析，當變異數分析達到顯著差異水準時，本研究將進一步以 scheffe' 事後比較進行分析。

4.4.1 獨立樣本 t 檢定

(1) 不同性別、婚姻的遊客對人員導覽平均得分之差異情形

分析結果由表 4.5 得知，「人員導覽」構面中，不同性別、婚姻狀態之遊客均未產生顯著差異，表示性別、婚姻狀態對人員導覽不具有顯著影響。

表 4.5 不同背景遊客在人員導覽滿意度之差異分析表

構面	題項	答項	平均數	標準差	t 值	p 值	差異比較
人員 導覽	性別	男	4.0701	0.63895	-0.367	0.714	無顯著差異
		女	4.0998	0.61213			
	婚姻	未婚	4.0451	0.61623	-0.982	0.327	無顯著差異
		已婚	4.1239	0.62883			

資料來源：本研究整理

(2) 不同性別、婚姻狀態的遊客對導覽設施平均得分之差異情形

分析結果由表 4.6 顯示，「導覽設施」構面中，不同性別、婚姻狀態之遊客均未達顯著差異，表示性別婚姻狀態對導覽設施不具有顯著影響。

表 4.6 不同背景遊客在導覽設施滿意度之差異分析表

構面	題項	答項	平均數	標準差	t 值	p 值	差異比較
導覽 設施	性別	男	4.3814	0.55319	0.246	0.806	無顯著差異
		女	4.3650	0.48161			
	婚姻	未婚	4.3346	0.54715	-1.068	0.287	無顯著差異
		已婚	4.4057	0.48053			

資料來源：本研究整理

(3) 不同性別、婚姻狀態的遊客對重遊意願平均得分之差異情形

分析結果由表 4.7 顯示，「重遊意願」構面中，不同性別、婚姻狀態之遊客均未達顯著差異，表示性別、婚姻狀態對重遊意願不具有顯著影響。

表 4.7 不同背景遊客在重遊意願滿意度之差異分析表

構面	題項	答項	平均數	標準差	t 值	p 值	差異比較
重遊意願	性別	男	4.2005	0.61448	-0.257	0.797	無顯著差異
		女	4.2197	0.54486			
	婚姻	未婚	4.2445	0.60107	0.848	0.397	無顯著差異
		已婚	4.1816	0.55190			

資料來源：本研究整理

4.4.2 單因子變異數

(1) 不同年齡的遊客在「人員導覽」之差異情形

本研究進行變異數同質性檢定(Levene/p 值)與 ANOVA(F 值/p 值)單因子變異數分析，由表 4.8 得知，年齡在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe'事後比較分析得知，年齡中以「51-60 歲」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「41-50 歲」之遊客。本研究發現年齡在人員導覽中以「51-60 歲」最高，其次是「61 歲以上」，其顯示年齡層低的遊客對人員導覽解說之要求較高。

(2) 不同教育程度的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，教育程度在人員導覽未達顯著差異，表示在人員導

覽中，不同教育程度之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(3) 不同職業的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，職業在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，職業中以「軍公教」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「工商業」之遊客；且「家管」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「工商業」之遊客。本研究發現工商業遊客的滿意度在人員導覽中最低，推測工商業之遊客在導覽時間安排與導覽內容之要求較高。

(4) 不同居住地的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，居住地在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，居住地中以居住在「中部」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於居住在「北部」以及「南部」之遊客。研究發現中部遊客大多以學生參與學校活動居多，而北部及南部大多以旅行社或家庭旅遊的遊客占多數，其顯示學生學校活動對人員導覽的接受度與滿意度較高。

(5) 不同收入的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，收入在人員導覽未達顯著差異，表示在人員導覽中，不同收入之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(6) 不同參觀次數的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，參觀次數在人員導覽未達顯著差異，表示在人員導覽中，不同參觀次數之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(7) 不同交通方式的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，交通方式經由 scheffe' 事後比較分析得知，交通方式中以「遊覽車」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「騎車」之遊客。

(8) 不同同伴的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，同伴在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，同伴中以「學校團體」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「朋友同事」之遊客。

(9) 不同旅遊資訊的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，旅遊資訊在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，旅遊資訊中以「參與活動得知」、「網路推廣或介紹」、「透過搜尋引擎」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分均顯著高於「親朋好友推薦」之遊客。本研究推測三種透過自行蒐集資料、準備行程和參與旅行社活動的遊客對文物館已有事前預知的概念，事前事後比較差異較小，對其滿意度相比之一下較高。

(10) 不同停留時間的遊客在「人員導覽」之差異情形

由表 4.8 得知，停留時間在人員導覽達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，停留時間中以「一小時」的遊客，其人員導覽滿意度之平均得分顯著高於「二小時」之遊客。本研究觀察發現文物館人員導覽時間大多以一小時為主，故推測遊客於導覽解說結束後在館內無後續活動，而對其導覽滿意度有影響。

表 4.8 不同背景遊客在導覽人員滿意度之差異分析表

題項	答項	平均數	標準差	同質性檢定 (Levene/P 值)	ANOVA (F 值/P 值)	事後 比較
年齡	15 歲以下	4.4048	0.47524	6.630/0.000	2.289/0.036	51-60 歲 > 41-50 歲
	16-20 歲	4.2286	0.35920			
	21-30 歲	4.3370	0.55923			
	31-40 歲	4.4971	0.46405			
	41-50 歲	4.2544	0.57563			
	51-60 歲	4.5665	0.28246			
	61 歲以上	4.5544	0.34100			
教育程度	國小	4.6071	0.36187	2.587/0.027	1.020/0.406	-
	國中	4.3250	0.57540			
	高中職	4.2880	0.59998			
	專科	4.4475	0.41285			
	大學	4.3604	0.50192			
	研究所	4.5075	0.43311			
職業	學生	4.4297	0.48101	4.369/0.000	2.297/0.036	軍公 教、家管 > 工商 業
	工商業	4.0963	0.46968			
	服務業	4.3055	0.55393			
	軍公教	4.5281	0.38310			
	農林漁牧	4.3254	0.69319			
	家管	4.5179	0.35009			
	退休	4.4091	0.40037			
居住地	北部	4.1563	0.61030	8.213/0.000	9.172/0.000	中部 > 北部、南 部
	中部	4.6364	0.36168			
	南部	4.3550	0.48217			
	東部	4.0952	0.33756			
收入	20,000 以下	4.4181	0.45386	1.099/0.362	0.562/0.729	-
	20,001-30,000	4.3314	0.54274			
	30,001-40,000	4.2874	0.60458			
	40,001-50,000	4.3929	0.50984			

	50,001-60,000	4.4095	0.46563			
	60,001 以上	4.4805	0.49290			
參觀次數	首次參觀	4.3781	0.53992	1.690/0.170	0.200/0.896	-
	2-3 次	4.3269	0.47745			
	4-5 次	4.4571	0.38918			
	6 次以上	4.3839	0.39667			
交通方式	走路	4.3571	0.35714	0.661/0.620	3.845/0.005	遊覽車 > 騎車
	騎車	4.1867	0.48597			
	開車	4.2211	0.52579			
	大眾交通工具	4.5000	0.42516			
	遊覽車	4.4655	0.50403			
同伴	家人親戚	4.3717	0.45905	1.089/0.363	4.438/0.002	學校團體 > 朋友同事
	朋友同事	4.2235	0.50549			
	學校團體	4.6258	0.46124			
	社區團體	4.3052	0.56523			
	旅行社團體	4.3460	0.54133			
旅遊資訊	親朋好友推薦	4.1512	0.46218	4.527/0.004	5.800/0.001	參與活動得知、網路推廣或介紹、透過搜尋引擎 > 親朋好友推薦
	參與活動得知	4.4195	0.54655			
	網路推廣介紹	4.4964	0.40145			
	透過搜尋引擎	4.6161	0.27249			
停留時間	一小時	4.4829	0.47132	6.690/0.001	7.628/0.001	一小時 > 二小時
	二小時	4.2442	0.54149			
	三小時	4.5774	0.26281			

資料來源：本研究整理

(1) 不同年齡的遊客在「導覽設施」之差異情形

本研究進行變異數同質性檢定(Levene/p 值)與 ANOVA(F 值/p 值)單因子變異數分析，由表 4.9 得知，年齡在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同年齡之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(2) 不同教育程度的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，教育程度在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同教育程度之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(3) 不同職業的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，職業在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同職業之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(4) 不同居住地的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，居住地在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同居住地之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(5) 不同收入的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，收入在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同收入之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(6) 不同參觀次數的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，參觀次數在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同參觀次數之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(7) 不同交通方式的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，交通方式在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同交通方式之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(8) 不同同伴的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，同伴在導覽設施達到顯著差異，經由 scheffe' 事後比較分析得知，同伴中以「學校團體」的遊客，其導覽設施滿意度之平均分顯著高於「朋友同事」及「旅行社團體」之遊客。研究推測圖像及

一比一實物展示較能吸引年輕族群的注意且感到新奇，其滿意度相對較高。

(9) 不同旅遊資訊的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，旅遊資訊在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同旅遊資訊之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

(10) 不同停留時間的遊客在「導覽設施」之差異情形

由表 4.9 得知，停留時間在導覽設施未達顯著差異，表示在導覽設施中，不同停留時間之遊客對其滿意度是一致性的傾向。

表 4.9 不同背景遊客在導覽設施滿意度之差異分析表

題項	答項	平均數	標準差	同質性檢定 (Levene/P 值)	ANOVA (F 值/P 值)	事後比較
年齡	15 歲以下	4.2083	0.57373	0.537/0.780	1.032/0.405	-
	16-20 歲	4.0125	0.55418			
	21-30 歲	4.3237	0.57031			
	31-40 歲	4.1700	0.62799			
	41-50 歲	4.1216	0.60523			
	51-60 歲	4.2457	0.46828			
	61 歲以上	4.2024	0.55968			
教育程度	國小	4.4375	0.50518	2.124/0.063	1.198/0.311	-
	國中	4.0188	0.72692			
	高中職	4.1431	0.58405			
	專科	4.2423	0.46799			
	大學	4.2358	0.59856			
	研究所	4.3947	0.49872			
職業	學生	4.3340	0.57651	1.858/0.089	1.622/0.142	-
	工商業	4.0054	0.43051			
	服務業	4.1615	0.56455			
	軍公教	4.3170	0.58776			
	農林漁牧	4.0648	0.71081			
	家管	4.2865	0.52838			
	退休	4.1477	0.47703			
居住地	北部	4.0802	0.70502	不適用		
	中部	4.3636	0.49258			
	南部	4.2004	0.54347			
	東部	4.2083	0.31458			
收入	20,000 以下	4.2713	0.55688	0.836/0.525	0.649/0.662	-
	20,001-30,000	4.1844	0.64088			
	30,001-40,000	4.1105	0.53814			

	40,001-50,000	4.2792	0.51349			
	50,001-60,000	4.2333	0.52794			
	60,001 以上	4.0909	0.72044			
參觀次數	首次參觀	4.2260	0.57625	0.498/0.684	0.200/0.896	-
	2-3 次	4.1563	0.55455			
	4-5 次	4.2250	0.68823			
	6 次以上	4.2344	0.54869			
交通方式	走路	4.2083	0.47324	2.358/0.054	0.470/0.758	-
	騎車	4.1676	0.47993			
	開車	4.1369	0.71982			
	大眾交通工具	4.3750	0.46771			
	遊覽車	4.2371	0.56514			
同伴	家人親戚	4.1928	0.62471	1.187/0.317	4.045/0.003	學校團體 > 朋友同事、旅行社團體
	朋友同事	4.0786	0.56776			
	學校團體	4.4973	0.47543			
	社區團體	4.2045	0.44467			
	旅行社團體	4.1523	0.56628			
旅遊資訊	親朋好友推薦	4.1604	0.56472	不適用		
	參與活動得知	4.2444	0.61884			
	網路推廣介紹	4.1219	0.45068			
	透過搜尋引擎	4.4844	0.34998			
停留時間	一小時	4.2246	0.52001	6.384/0.002	2.004/0.137	-
	二小時	4.1677	0.63551			
	三小時	4.5104	0.34319			

資料來源：本研究整理

(1) 不同背景變項的遊客對重遊意願之差異情形

本研究進行變異數同質性檢定(Levene/p 值)與 ANOVA(F 值/p 值)單因子變異數分析，由表 4.10 得知。本研究發現在重遊意願達到顯著差異，經由 scheffe'事後比較分析得知，年齡、教育程度、職業、居住地、收入、參觀次數、交通方式、同伴、旅遊資訊、停留時間均未達顯著差異，表示在重遊意願不具有顯著影響。

表 4.10 不同背景遊客在重遊意願滿意度之差異分析表

題項	答項	平均數	標準差	同質性檢定 (Levene/P 值)	ANOVA (F 值/P 值)
年齡	15 歲以下	4.3333	0.55451	0.327/0.922	1.346/0.238
	16-20 歲	4.0857	0.54378		
	21-30 歲	4.0128	0.65493		
	31-40 歲	4.1314	0.49645		

	41-50 歲	4.0039	0.66708		
	51-60 歲	4.3005	0.55110		
	61 歲以上	4.2313	0.57937		
教育程度	國小	4.3929	0.95030	1.326/0.254	0.600/0.700
	國中	4.0571	0.70505		
	高中職	4.0507	0.66911		
	專科	4.1691	0.60796		
	大學	4.0390	0.57704		
	研究所	4.1805	0.58485		
職業	學生	4.1629	0.56737	1.312/0.252	0.756/0.605
	工商業	3.9130	0.66274		
	服務業	4.0330	0.63224		
	軍公教	4.0867	0.52068		
	農林漁牧	4.2063	0.80942		
	家管	4.0298	0.63885		
	退休	4.1558	0.49674		
居住地	北部	4.0027	0.76187	不適用	
	中部	4.1948	0.48043		
	南部	4.0720	0.61646		
	東部	4.2381	0.41239		
收入	20,000 以下	4.1098	0.54029	0.845/0.519	0.618/0.686
	20,001-30,000	4.0445	0.66677		
	30,001-40,000	3.9801	0.67553		
	40,001-50,000	4.2000	0.70646		
	50,001-60,000	4.1238	0.58620		
	60,001 以上	4.2078	0.59372		
參觀次數	首次參觀	4.0428	0.61645	0.609/0.610	0.929/0.428
	2-3 次	4.1758	0.67873		
	4-5 次	4.1810	0.52757		
	6 次以上	4.2500	0.52766		
交通方式	走路	4.5238	0.59476	0.388/0.817	0.572/0.683
	騎車	4.0292	0.64669		
	開車	4.0374	0.67010		
	大眾交通工具	4.1250	0.42815		
	遊覽車	4.1074	0.61365		
同伴	家人親戚	4.1768	0.63575	0.924/0.451	1.072/0.371
	朋友同事	3.9931	0.61237		
	學校團體	4.1832	0.57116		
	社區團體	4.0130	0.81929		
	旅行社團體	4.0379	0.61891		
旅遊資訊	親朋好友推薦	4.0929	0.60485	0.864/0.460	0.463/0.709
	參與活動得知	4.0629	0.66327		
	網路推廣介紹	4.1107	0.55327		
	透過搜尋引擎	4.3214	0.36422		
停留時間	一小時	4.1024	0.57697	1.693/0.186	1.823/0.164
	二小時	4.0403	0.67028		
	三小時	4.3929	0.49534		

資料來源：本研究整理

4.4.3 獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析結論小結

(1) 導覽人員方面：

透過獨立樣本t檢定及單因子變異數分析結果顯示出：在年齡方面「51-60歲」對人員導覽滿意度顯著高於「41-50歲」之遊客；在職業方面「軍公教」及「家管」對人員導覽滿意度顯著均高於「工商業」之遊客；在居住地方面「中部」對人員導覽滿意度顯著高於居住在「北部」以及「南部」之遊客；在同伴方面「學校團體」對人員導覽滿意度顯著高於「朋友同事」之遊客；在旅遊資訊方面「參與活動得知」、「網路推廣或介紹」、「透過搜尋引擎」對人員導覽滿意度顯著均高於「親朋好友推薦」之遊客；在停留時間「一小時」對人員導覽滿意度顯著均高於「二小時」之遊客。本研究之研究假設H1.2、H1.4、H1.6、H1.10、H1.11、H1.12成立，而H1.1、H1.3、H1.5、H1.7、H1.8、H1.9不成立，故研究假設H1部分成立。

(2) 導覽設施方面：

在同伴方面「學校團體」對導覽設施滿意度顯著高於「朋友同事」及「旅行社團體」之遊客。本研究之研究假設H2.10成立，其餘皆不成立，故研究假設H2部分成立。

(3) 重遊意願方面：

不論性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、居住地、月收入、

參觀次數、交通方式、同伴、旅遊資訊及停留時間十二項背景特質在重遊意願上均無顯著差異，故本研究之研究假設H3不成立。

4.5 皮爾森積差相關分析

本研究以 Pearson 相關係數來探討各構面之間是否具有關聯性的存在。相關係數的強度大小與意義如下：相關係數範圍 1.00 為完全相關，0.7 至 0.99 為高度相關，0.4 至 0.69 為中度相關，0.1 至 0.39 為低度相關，0.1 以下為微弱或無相關，並用驗證其顯著性。

本研究將人員導覽、導覽設施與重遊意願等六個構面進行皮爾森相關分析，分析結果如表 4.11 所示。

- (1) 導覽技巧與服務態度 ($r=0.826, p<0.01$) 呈高度正相關，由本分析驗證，導覽技巧與服務態度有顯著相關性。
- (2) 導覽技巧與專業知識 ($r=0.736, p<0.01$) 呈高度正相關，由本分析驗證，導覽技巧與專業知識有顯著相關性。
- (3) 導覽技巧與外觀呈現 ($r=0.573, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，導覽技巧與外觀呈現有顯著相關性。
- (4) 導覽技巧與內涵呈現 ($r=0.615, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，導覽技巧內涵呈現有顯著相關性。
- (5) 導覽技巧與重遊意願 ($r=0.580, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，導覽技巧與重遊意願有顯著相關性。

- (6) 服務態度與專業知識 ($r=0.779, p<0.01$) 呈高度正相關，由本分析驗證，服務態度與專業知識有顯著相關性。
- (7) 服務態度與外觀呈現 ($r=0.580, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，服務態度與外觀呈現有顯著相關性。
- (8) 服務態度與內涵呈現 ($r=0.625, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，服務態度與內涵呈現有顯著相關性。
- (9) 服務態度與重遊意願 ($r=0.577, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，服務態度與重遊意願有顯著相關性。
- (10) 專業知識與外觀呈現 ($r=0.536, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，專業知識與外觀呈現有顯著相關性。
- (11) 專業知識與內涵呈現 ($r=0.600, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，專業知識與內涵呈現有顯著相關性。
- (12) 專業知識與重遊意願 ($r=0.513, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，專業知識與重遊意願有顯著相關性。
- (13) 外觀呈現與內涵呈現 ($r=0.813, p<0.01$) 呈高度正相關，由本分析驗證，外觀呈現與內涵呈現有顯著相關性。
- (14) 外觀呈現與重遊意願 ($r=0.534, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，外觀呈現與重遊意願有顯著相關性。

(15) 內涵呈現與重遊意願 ($r=0.571, p<0.01$) 呈中度正相關，由本分析驗證，內涵呈現與重遊意願有顯著相關性。其分析結果可提供假設一個初步的驗證瞭解各變數間的關係。

表 4.11 人員導覽、導覽設施與重遊意願之皮爾森相關係數

變數	A	B	C	D	E	F
A 導覽技巧	1.00					
B 服務態度	0.826**	1.00				
C 專業知識	0.736**	0.779**	1.00			
D 外觀呈現	0.573**	0.580**	0.536**	1.00		
E 內涵呈現	0.615**	0.625**	0.600**	0.813**	1.00	
F 重遊意願	0.580**	0.577**	0.513**	0.534**	0.571**	1.00

** $P<0.01$

資料來源：本研究整理

4.6 逐步迴歸分析

本節旨在探討美濃客家文物館遊客人員導覽各構面（導覽技巧、服務態度、專業知識）與導覽設施各構面（外觀呈現、內涵呈現）對重遊意願的預測分析，並加以驗證 H4、H5 假設。

4.6.1 人員導覽滿意度對重遊意願之預測力分析

(1) 「導覽技巧」與「重遊意願」

表 4.12 為人員導覽中以「導覽技巧」各題項為自變數，「重遊意願」為依變數進行逐步迴歸分析，根據表 4.12 可得知迴歸分析的模型解釋力調整後 R^2 為 0.332，表示可以解釋重遊意願 33.2% 的總變異量，F 值為

40.879，P 值為 0.000，表示模型有足夠的解釋力。「導覽人員解說技巧」
 ($\beta=0.267, p=0.000$)、「導覽人員口語表達流暢」($\beta=0.206, p=0.003$)及「導
 覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧」($\beta=0.161, p=0.007$) 三個預
 測變數對重遊意願皆具有顯著正向的影響力，說明當經營者能夠提升導
 覽技巧中的解說技巧、口語流暢及反應調整滿意度越高時，其重遊意願
 就越高。因此，最後得到標準化迴歸方程式如下：

重遊意願=0.267 人員解說技巧+0.206 人員口語流暢+0.161 人員反應調整

表 4.12 導覽技巧與重遊意願的預測力

ANOVA							
模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性		
迴歸	31.796	3	10.599	40.879	0.000		
殘差	61.708	238	0.259				
總數	93.504	241					
係數							
	未標準化係數		標準化 係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之 估計值	標準 誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.371	0.248		5.537	0.000		
解說技巧	0.267	0.072	0.271	3.690	0.000	0.513	1.951
口語流暢	0.206	0.069	0.223	2.961	0.003	0.489	2.047
反應調整	0.161	0.059	0.183	2.718	0.007	0.613	1.631
自變數：導覽技巧；依變數：重遊意願；調整後 R^2 ：0.332							

資料來源：本研究整理

(2)「服務態度」與「重遊意願」

表 4.13 為人員導覽中以「服務態度」各題項為自變數，「重遊意願」為依變數進行逐步回歸分析，根據表 4.13 可得知迴歸分析的模型解釋力調整後 R^2 為 0.318，F 值為 38.464，P 值為 0.000，表示模型有足夠的解釋力。「導覽人員能夠迅速提供遊客所需的服務」($\beta=0.230, p=0.000$)、「導覽人員對解說工作具有熱忱」($\beta=0.212, p=0.001$)及「導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切」($\beta=0.192, p=0.006$)三個預測變數對重遊意願皆具有顯著正向的影響力，說明經營者加強服務態度、快速的提供服務與讓遊客感受到其導覽熱忱，重遊意願就越高。因此，最後得到標準化迴歸方程式如下：

重遊意願=0.230 人員迅速提供服務+0.212 人員具有熱忱+0.192 人員儀容整齊服務認真

表 4.13 服務態度與重遊意願的預測力

ANOVA							
模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性		
迴歸	30.532	3	10.177	38.464	0.000		
殘差	62.972	238	0.265				
總數	93.504	241					
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.317	0.261		5.044	0.000		
迅速提供服務	0.230	0.065	0.244	3.563	0.000	0.605	1.653
具有熱忱	0.212	0.060	0.237	3.509	0.001	0.619	1.616
儀容整齊服務認真	0.192	0.069	0.199	2.789	0.006	0.556	1,798
自變數：服務態度；依變數：重遊意願；調整後 R^2 ：0.318							

資料來源：本研究整理

(3) 「專業知識」對「重遊意願」

表 4.14 為人員導覽中以「專業知識」各題項為自變數，「重遊意願」為依變數進行逐步回歸分析，根據表 4.14 可得知迴歸分析的模型解釋力調整後 R^2 為 0.262，F 值為 43.810，P 值為 0.000，表示模型有足夠的解釋力。「導覽解說能讓我們有一個難忘參觀經驗」($\beta=0.288, p=0.000$)及「解說能幫助我了解背景資料及原始用途」($\beta=0.260, p=0.001$)兩個預測變數對重遊意願皆具有顯著正向的影響力，說明導覽人員能夠使遊客對其導覽解說產生難忘的參觀經驗，並能透過導覽解說了解背景資料，其重遊意願就越高。因此，最後得到標準化迴歸方程式如下：
重遊意願=0.288 難忘參觀經驗+0.260 了解背景資料

表 4.14 專業知識與重遊意願的預測力

ANOVA							
模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性		
迴歸	25.084	2	12.542	43.810	0.000		
殘差	68.420	239	0.286				
總數	93.504	241					
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.624	0.268		6.068	0.000		
難忘參觀經驗	0.288	0.072	0.307	4.002	0.000	0.520	1.922
了解背景資料	0.260	0.078	0.256	3.331	0.001	0.520	1.922
自變數：專業知識；依變數：重遊意願；調整後 R^2 ：0.262							

資料來源：本研究整理

(4)「外觀呈現」與「重遊意願」

表 4.15 為導覽設施中以「外觀呈現」各題項為自變數，「重遊意願」為依變數進行逐步回歸分析，根據表 4.15 可得知迴歸分析的模型解釋力調整後 R^2 為 0.314，F 值為 37.705，P 值為 0.000，表示模型有足夠的解釋力。「解說牌圖像有輔助文字說明」($\beta=0.343, p=0.000$)、「解說牌上的字體大小很容易看清楚」($\beta=0.131, p=0.013$)及「解說牌容易吸引我的注意而前去觀看」($\beta=0.105, p=0.042$)三個預測變數對重遊意願皆具有顯著正向的影響力，說明當導覽設施的圖像能輔助文字說明、字體大小能清楚看見及設施的擺設和圖像能吸引遊客注意力時，其重遊意願更高。因此，最後得到標準化迴歸方程式如下：

重遊意願=0.343 圖像輔助說明+0.131 字體清楚+0.105 吸引注意

表 4.15 外觀呈現與重遊意願的預測力

ANOVA							
模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性		
迴歸	30.123	3	10.041	37.705	0.000		
殘差	63.381	238	0.266				
總數	93.504	241					
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.643	0.233		7.060	0.000		
圖像輔助說明	0.343	0.060	0.378	5.723	0.000	0.651	1.535
字體清楚	0.131	0.052	0.160	2.499	0.013	0.697	1.435
吸引注意	0.105	0.051	0.137	2.047	0.042	0.638	1.568
自變數：外觀呈現；依變數：重遊意願；調整後 R^2 ：0.314							

資料來源：本研究整理

(5)「內涵呈現」與「重遊意願」

表 4.16 為導覽設施中以「內涵呈現」各題項為自變數，「重遊意願」為依變數進行逐步回歸分析，根據表 4.16 可得知迴歸分析的模型解釋力調整後 R^2 為 0.333，F 值為 41.136，P 值為 0.000，表示模型有足夠的解釋力。「解說牌內容符合我的理解程度」($\beta=0.312, p=0.000$)、「解說牌內容能使我更了解展品」($\beta=0.154, p=0.034$)及「解說牌圖文的解說內容讀來生動有趣」($\beta=0.141, p=0.041$)三個預測變數對重遊意願皆具有顯著正向的影響力，當遊客對其設施的理解程度越高、能讓遊客更能了解展品及閱讀起來生動有趣，其重遊意願會更高。因此，最後得到標準化迴歸方程式如下：

$$\text{重遊意願} = 0.312 \text{ 符合理解程度} + 0.154 \text{ 更了解展品} + 0.141 \text{ 內容生動有趣}$$

表 4.16 內涵呈現與重遊意願的預測力

ANOVA							
模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性		
迴歸	31.929	3	10.643	41.136	0.000		
殘差	61.576	238	0.259				
總數	93.504	241					
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.461	0.240		6.075	0.000		
符合理解程度	0.312	0.067	0.340	4.671	0.000	0.522	1.917
更了解展品	0.154	0.072	0.164	2.132	0.034	0.468	2.137
內容生動有趣	0.141	0.069	0.158	2.051	0.041	0.468	2.138
自變數：內涵呈現；依變數：重遊意願；調整後 R^2 ：0.333							

資料來源：本研究整理

4.6.2 迴歸分析小結

解說技巧構面，可解釋的總變異量為0.332，遊客對導覽人員技巧構面滿意度能影響到其重遊意願，本研究之研究假設H4.1部分成立。

服務態度構面，可解釋的總變異量為0.318，遊客對導覽人員服務態度構面滿意度能影響到其重遊意願，本研究之研究假設H4.2部分成立。

專業知識構面，可解釋的總變異量為0.262，遊客對導覽人員專業知識構面滿意度能影響到其重遊意願，本研究之研究假設H4.3部分成立，故本研究假設H4成立。

外觀呈現構面，遊客對導覽設施外觀呈現構面滿意度能影響到其重遊意願，本研究之研究假設H5.1部分成立。

內涵呈現，遊客對導覽設施外觀呈現構面滿意度能影響到其重遊意願，本研究之研究假設H5.2部分成立，故本研究假設H5成立。

第五章 結論與建議

本研究依據研究動機為發展基礎，以預約導覽解說服務之美濃客家文物館的遊客為調查對象，經描述性統計、信效度分析、相關分析、迴歸分析等研究分析實證導覽解說滿意度及重遊意願之關係，透過第四章的實證結果分析，歸納出本研究之結論。本章共分為三節，第一節為本研究的各項結論；第二節將依據研究結果提出相關建議給經營單位參考；第三節為對於後續研究者提出一些建議。

5.1 結論與建議

本研究依據研究架構提出五項假設，經由統計分析後，分析結果整理如表 5.1 所示。

表 5.1 研究假設內容與驗證結果

研究假說內容	驗證結果
H1：遊客特性在人員導覽滿意度有顯著差異。	部分成立
H2：遊客特性在導覽設施之滿意度有顯著差異。	部分成立
H3：遊客特性在重遊意願有顯著差異。	不成立
H4：人員導覽滿意度對重遊意願有顯著預測力。	成立
H5 導覽設施滿意度對重遊意願有顯著預測力。	成立

資料來源：本研究整理

5.1.1 遊客的背景特質描述

遊客樣本特性分析結果顯示：受訪遊客以女性（56.2%）大於男性（43.8%）；遊客年齡大多落在 21-30 歲（32.2%），教育程度以大學（36.4%）居多，職業以服務業（26.9%）為主，婚姻狀況以已婚遊客（52.9%）為主，居住地以南部地區（54.5%）占多數，遊客月收入主要以 20000 以下（33.9%），參觀次數以首次參觀（69.0%）為主，交通方式以遊覽車（59.9%）居多，遊客同伴以旅行社團體（26.4%）為主，旅遊資訊以參與活動得知（55.4%）占多數，停留時間大多為二小時（48.3%）。

5.1.2 人員導覽對重遊意願之影響

(1) 遊客特性在人員導覽之關係

根據林小雯（2013）牛埔泥岩水土保持教學園區解說員特質與遊客滿意度及忠誠度之相關研究。經研究顯示，不同遊客特性在人員導覽滿意度具有顯著差異。與本研究結果顯示相同，不同遊客特性在人員導覽滿意度具有正向顯著影響，即 H1 假設部分成立，其顯示人員導覽滿意度中，遊客之年齡、職業、居住地、同伴、旅遊資訊和停留時間的不同對其滿意度有顯著影響，從上述可得知，導覽人員需因應不同遊客背景特性來準備不同的解說內容，並提供對應的解說方式，其人員導覽滿意度自然會提高。

(2) 遊客特性在導覽設施之關係

根據王淮真（2001）旅客對導覽解說滿意度之研究：以國立故宮博物院為例。經研究結果顯示，遊客年齡對導覽設施滿意度有顯著差異。本研究結果顯示，不同遊客特性在導覽設施滿意度具有正向顯著影響，即 H2 假設部分成立，其顯示導覽設施滿意度中，遊客之同伴的不同對其滿意度有顯著影響，由上述得知，館內導覽設施若提供更完善且生動有趣的導覽設施，其滿意度也會越高。

(3) 遊客特性在重遊意願之關係

根據陳筠佩（2017）遊客導覽解說滿意度對重遊意願影響之研究-以霧峰林家保第園區為例。經研究分析後發現，不同遊客特性對其重遊意願無顯著影響。與本研究結果顯示相似，故研究假設 H3 不成立，不論性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、居住地、月收入、參觀次數、交通方式、同伴、旅遊資訊及停留時間在重遊意願上均無顯著差異，由此可知，美濃客家文物館的重遊意願具有一致性。

(4) 人員導覽對重遊意願之關係

根據林佩蓓（2008）遊客對文化觀光的認知、導覽解說服務滿意度與重遊意願關係之研究-以鹿港地區為例。研究結果顯示，導覽人員服務滿意度是重遊意願最佳的預測力，遊客對人員導覽滿意度越高，其重遊意願亦越高。以本研究結果顯示相似，解說技巧、服務態度、專業知識

對重遊意願具有正向顯著影響，即研究假設 H4 成立，亦即遊客對導覽人員的解說技巧、服務態度、專業知識的滿意度高低會影響重遊意願的程度。因此，館內對其導覽人員的訓練顯得更為重要，若能提高導覽人員的素質與解說職能對其重遊意願也會越良好。

(5) 導覽設施對重遊意願之關係

根據陳俞君、白宗易、吳濟民、黃宗誠（2013）台南市古蹟解說系統滿意度與重遊意願之關係，研究結果顯示，解說技巧、服務態度與內涵呈現在重遊意願上有顯著性，顯示導覽解說服務滿意度會影響到重遊之意願性。與本研究結果顯示相似，外觀、內涵呈現對重遊意願具有正向顯著影響，即研究假設 H5 成立，亦即遊客體驗導覽設施後的滿意度高低會影響其重遊意願的程度。因此，館內設施的維護與更新是相當重要的，若能多以圖像輔助文字解說、清楚的字體和生動有趣的導覽設施，能提高其重遊意願。

5.1.3 建議

經由以上各項分析，本研究針對經營者提供建議如下：

(1) 針對政府相關單位建議

本研究證實遊客的導覽解說滿意度與重遊意願具有正向的影響，在導覽人員題項中以「解說能幫助我對客家文物有更多的認識」和「解說能幫助我了解展品的背景資料及原始用途」平均滿意度高，因此提高導

覽解說的專業知識與服務態度有其重要性，建議政府相關單位，編列預算並針對當地的文化特色與歷史，建立認證制度與培訓計畫，培訓專業的導覽人員，應可提升導覽人員的服務素質與確保導覽內容的一致性。而在實地觀察美濃客家文物館與研究結果發現，其旅遊資訊的來源以「參與活動得知」居多，而「網路推廣或介紹」和「透過搜尋引擎」等來源較少，因此如何有效地推廣美濃客家文物館的觀光行銷，將是政府重要議題之一，研究建議客家委員會與鄉鎮公所須針對美濃地區的文化特色來規劃觀光遊程與路線推廣，來提高旅遊的便利性與能見度。

(2) 針對館內經營者

導覽設施中以「解說牌上的字體大小很容易看清楚」平均滿意度較低，由於團體遊客年齡綜合以中老年人居多，會建議改善及加強牆面文字敘述的字體大小，使遊客能清楚的瀏覽；「解說牌容易吸引我的注意而前去觀看」平均滿意度第二低，由於團體遊客又以學生族群占大數，而「解說牌圖像有輔助文字說明」平均滿意度高，在預測力中以導覽設施的外觀呈現和內涵呈現均為遊客重遊的重要因子，研究建議館內定期更新展覽品題，並優先以圖像和影像等方式呈現展品，這樣可以吸引遊客的觀看好奇心並增加設施瀏覽次數。

人員導覽中以「導覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧」、「導覽人員懂得運用肢體語言來強化解說內容」、「導覽人員與遊客互動良好」

平均滿意度較低，而在預測力中以導覽人員的導覽技巧為遊客重遊的重要因子，因此建議經營者加強訓練導覽人員之反應能力、加強訓練導覽人員的肢體語言之表現力。在單因子變異數檢定結果發現，以二小時的滿意度相較低，敘述性統計中又以二小時、一小時的遊客占大數，因此建議經營者以安排提供更充實且完整的導覽解說內容，並推廣遊客參加館內 DIY 活動和推薦館外美食景點，應更可提升遊客的滿意度及重遊意願。

(3) 後續研究建議

本研究以接受導覽解說服務後的遊客為研究對象，未來建議可針對遊客接受導覽服務前、後經驗都納入滿意度研究範圍，例如導覽解說預約的方式、導覽設施品質、導覽內容，以探討遊客接受導覽服務前後的整體滿意度之評估。

參考文獻

一、中文文獻

1. 方世榮，1998 以網路觀點探討行銷通路之運行。國科會專題研究計畫報告 NSC87-2416-H-224-002。
2. 王淮真，2001 旅客對導覽解說滿意度之研究：以國立故宮博物院為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
3. 王美智，2013 導覽解說對學童生態保育態度、行為之研究。南華大學旅遊管理碩士班碩士論文。
4. 方聖心，2014 古蹟旅遊動機、滿意度、重遊意願關係之研究-以台南市赤崁樓遊客為例。南臺科技大學休閒事業管理系碩士學位論文。
5. 世界觀光旅遊委員會，2014 「2014 年全球觀光旅遊經濟評估報告」
6. 石立岳，2015 導覽解說影響生態旅遊行為？-濕地賞鳥的實證分析。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
7. 白宗易、王嘉淳、陳克舟，2015 觀光工廠解說導覽人員滿意度之探討。中原體育學報第七期頁 32-44。
8. 江依芳，2004 生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究-以日月潭步道生態之旅為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，臺中市。
9. 江繼五，2018 賽德克眉溪部落旅遊滿意度與重遊意願之研究。環球

科技大學觀光與生態旅遊系環境資源管理碩士班碩士論文。

10. 邱明嬌, 2001 展示設計與觀眾互動之探討-以小喇嘛西藏遊展為例, 臺灣美術期刊, 48 頁 70-83。
11. 沈義訓與梁朝雲, 2000 網路虛擬實境博物館之互動展示設計研究。教育資料與圖書館學; 37 卷 3 期, 頁 275-298。
12. 沈進成、葉修延, 2004 松田崗創意生活農莊遊客吸引力、滿意度與重遊意願影響關係之研究。生物與休閒事業研究; 2 卷 2 期, 頁 1-12。
13. 沈麗滿, 2005 生態導覽解說重視因素之研究-國立屏東科技大學後山生態濕地個案。國立屏東科技大學農企業管理系碩士學位論文。
14. 何冠達, 2002 台中都會公園遊客特性與遊憩環境體驗之研究。未出版碩士論文, 逢甲大學土地管理學系, 臺中市。
15. 吳忠宏、江宜珍, 2004 遊客對解說媒體滿意度之研究: 以科學工藝博物館為例。臺中師院學報 18 (1) 頁 159-183。
16. 吳忠宏, 1997 解說專業之建立, 台灣林業, 25(6): 第 41-47 頁。
17. 吳忠宏、黃宗成、邱延亮, 2004 玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究。國家公園學報, 14(2), 頁 23-41。
18. 李岱穎, 2008 台灣古蹟、歷史建築暨文化景觀解說員制度與知識建構之探討。成功大學建築學系學位論文。
19. 周秀蓉, 2008 遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影

- 響-以六福村主體樂園為例。明新學報 34 (2) 頁 267-288。
20. 林淑蓉，2003 志工管理-以高雄市立美術館為例。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
 21. 林欣玫，2005 遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究。朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
 22. 林佩蓓，2008 遊客對文化觀光的認知、導覽解說服務滿意度與重遊意願關係之研究—以鹿港地區為例。靜宜大學管理碩士班論文。
 23. 侯錦雄，1990 遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究，國立台灣大學園藝學研究所博士論文。
 24. 胡俊煌，2005 台北市全聯福利中心服務品質之顧客滿意度研究。台北市，國立臺灣師範大學工業教育研究所碩士論文。
 25. 唐學斌，1994 觀光學概論。台北：豪峰出版社。
 26. 耿鳳英，2006「虛與實：新世紀的博物館展示趨勢」博物館學季刊 20 (1) 頁 81-96。
 27. 郭石玲、王明元、劉修祥，2007 導覽解說員對遊客參觀活動之影響-以左營萬年季導覽解說為例。商業現代化學刊，4(2)，頁 131-141。
 28. 陳安琪、馬崇淵、黃明霞、陳筱茹、楊惠萍、吳妮芳，2016 絕對考上導遊+領隊—實務—+觀光資源概要六版(頁 4-2~4-3)。台北市，馬跡庫比有限公司。

29. 陳俞君 1 白宗易 2 吳濟民 2 黃宗誠 2，2013，「台南市古蹟解說系統滿意度與重遊意願之關係」嘉南學報第三十九期，第 369~379 頁。
30. 陳清松，2013 代言人可信度、品牌形象、服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度關係之研究-以台灣菸酒直營店為例。南華大學企業管理系管理科學碩博士班碩士論文。
31. 陳筠佩，2017 遊客導覽解說滿意度對重遊意願影響之研究-以霧峰林家宮保第園區為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
32. 張明洵、林玥秀，1992 解說概論。太魯閣國家公園管理處。
33. 張孝銘、李豪，2008 觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究-以苗栗縣大湖鄉為實證。休閒產業管理學刊 1(2)頁：57-69。
34. 黃光男，1999 博物館與終生學習，博物館新視覺，臺北：正中書局。
35. 黃英雅，2012 觀眾對導覽解說服務滿意度、人員需求與付費意願之研究：以國立台灣歷史博物館。國立台灣歷史博物館館勘第四期頁：69-101。
36. 黃英哲，2014 文化觀光脈絡下的博物館發展趨勢，國立歷史博物館學報第 50 期，頁 106-124。
37. 馮祥勇，2012 遊客特質與遺產意象對歷史建築場館重遊意願之影響。

- 鄉村旅遊研究；頁 15-27。
38. 鄭峰茂，2010 遊憩動機、持續性涉入及遊後行為關係之研究-以高山登山者為例。休閒運動健康評論，1 (2)，頁 100-110。
39. 劉季貞、杜先惠、陳惠嫻、張明正、張偉雄 2009，遊憩體驗對遊客滿意度與重遊意願的影響-以高雄新光碼頭為例。運動健康與休閒學刊第十三期頁 109-120。
40. 蔡佳樺，2018 以 KANO 模式探討旅遊目的地二維服務品質要素及重遊意願之研究—以國立傳藝中心為例。南華大學旅遊管理碩士班論文。
41. 蕭德仁，2000 科技在博物館導覽媒體及教育環境之應用。科技博物；4 卷 2 期，頁 31-46。
42. 蕭喬茹，2006「國立歷史博物館 PDA 行動數位導覽解說效果之研究」。靜宜大學觀光事業學系研究所碩士論文。
43. 薛月蓮，2015 澎湖生態觀光吸引力、體驗價值與重遊意願關係之研究，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
44. 賴旭堂，2018 遊客旅遊動機、滿意度對重遊意願之研究-以台中國家歌劇院為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
45. 魏弘發，1996 遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究-以台灣民俗村為例，逢甲大學都市計畫研究所碩士論文。

46. 簡婉莉，2007 解說人員特性差異對解說服務與解說效益影響之研究。

銘傳大學觀光研究所碩士論文。

47. 鐘菊珍，2016105 年度統計分析美濃客家文物館營運概況分析。

二、英文文獻

1. Anderson, D. 1999. *A Common Wealth: Museums in the Learning Age*. London: DCMS.
2. Combs, A. A. 1999. Why do they come? Listening to visitors at a decorative arts museum. *Curator*, 42(3): 186-197.
3. Davies, S. 1994. *By Popular Demand: A Strategic Analysis of the Market Potential for Museums and Art Galleries in the UK*. Lincolnshire: Museums & Galleries Commission.
4. Falk, J. H. & Dierking, L. D. 1992. *The Museum Experience*. Washington: Whalesback Books .
5. Fornell, c.(1992),A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, Vol.56,no.1,pp.6-22.
6. Grinder ,A.L,& McCooy, E.S. (1985) ,*The good guide –a source book for interpreters, docents and tours guides*. Arizona: Ironwood Press.
7. Hooper-Greenhill, E. 1994. *Museums and Galleries Education*. London: Routledge.
8. Joewono, T.B.&Kubota,H.(2007),User Satisfaction with Paratransit in Competition with Motorization in Indonesia: Anticipation of Future Implications,*Transportation*,Vol.33,No.3,pp.337-355.
9. Kotler, N. & Kotler, P. 2000. Can museums be all things to all people? Missions, goals, and marketing, s role. *Museum Management and*

- Curatorship, 18(3): 271-287.
10. Kozak, M. (2001), Repeaters Behavior at Two Distinct Destination, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28 (3), pp. 784-807.
 11. Lin, Y. N. 2006. Leisure: A function of museums? The Taiwan perspective. *Museum Management and Curatorship*, 21(4): 302-316.
 12. Mahaffey, B. D. (1969). Nature interpretation and the machine age. *Nature Study*, 23(2): 1.
 13. Moscardo, G. 1996. Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 376-397.
 14. Oliver, R. L.(1981)What is Customer Satisfaction,Wharton Magazine,Vol.5,pp.36-41.
 15. Olsen,J.P. (2002) ,The Many Faces of Europeanization, *Journal of Common Market Studies*, Vol.40,Issue.5,pp.921-952.
 16. Ryan and Dewar,1995 Evaluating the communication process between Interpreter and visitor. *Tourism Management* , 16 (4) , 295-330.
 17. Tilden,F.(1977)Interpreting our heritage.Chapel Hill:The University of North Carolina Press.
 18. Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J.(2000). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (2rd. ed). London :McGraw-Hill

附件

預試問卷

您好：

此份為碩士學術性論文之問卷調查，主要目的在探討遊客對於美濃客家文物館之導覽解說滿意度與重遊意願的各項看法及意見。您的參與將是提升美濃客家文物館服務品質的重要意見，本問卷僅提供研究調查分析使用，請您依照自己的感受放心填寫，由衷感謝您的付出與支持！

南華大學旅遊管理研究所
指導教授：張偉雄博士
研究學生：邱惠琴學生
中華民國 108 年

第一部分：基本資料

請於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

1. 性別：男 女
2. 年齡：15歲以下 16-20歲 21-30歲 31-40歲
41-50歲 51-60歲 61歲以上
3. 教育程度：國小（含以下） 國中（初中） 高中（職）
專科 大學 研究所（含以上）
4. 職業：學生 工商業 服務業 軍公教 農林漁牧 家管 退休 其他_____
5. 婚姻狀況：未婚 已婚
6. 居住地：北部（臺北、新北、基隆、桃園、新竹、苗栗）
中部（臺中、南投、彰化、雲林）
南部（嘉義、臺南、高雄、屏東）
東部（宜蘭、花蓮、臺東）
澎湖、金門、馬祖
其他：_____
7. 您的個人平均月收入：
20,000 以下 20,001-30,000 30,001-40,000
40,001-50,000 50,001-60,000 60,001 以上
8. 您第幾次到美濃客家文物館參觀：
首次參觀 2-3次 4-5次 6次以上
9. 您是如何來到美濃客家文化館：
走路 騎車 開車 大眾交通工具 遊覽車 其他_____
10. 本次參觀美濃客家文物館的同伴是：
家人、親戚 朋友、同事 學校團體
社區團體 旅行社團體 公司團體 其他_____
11. 請問您如何得知美濃客家文物館旅遊資訊？
媒體報導與廣告媒體 親朋好友推薦 參與活動得知 網路推廣或介紹
透過搜尋引擎 其他_____
12. 請問您到美濃客家文物館通常預定停留時間為多久？
一小時 二小時 三小時 半天 一天 一天以上

第二部分：對於美濃客家文物館的「導覽解說」滿意度

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 導覽人員解說技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 導覽人員語調溫和，速度和音量適切-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 導覽人員口語表達流暢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 導覽人員與遊客互動良好-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 導覽人員懂得運用肢體語言來強化解說內容-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 導覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 導覽人員對解說工作具有熱忱-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 導覽人員表現出對我們的尊重與耐心解答我們的問題-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 導覽人員能夠迅速提供遊客所需的服務-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 解說能幫助我了解展品的背景資料及原始用途-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 解說能幫助我對客家文物有更多的認識-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 導覽解說能讓我們有一個難忘的參觀經驗-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 導覽解說整體滿意度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份：對於美濃客家文物館的「導覽設施」滿意度

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 導覽手冊容易閱讀-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 解說牌上的字體大小很容易看清楚-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 解說牌上的文字與背景顏色的搭配恰到好處-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 解說牌光線柔和且明亮度恰到好處-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 解說牌容易吸引我的注意而前去觀看-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 解說牌能清楚表達展品的概念-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 解說牌內容能使我更了解展品-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 解說牌圖文的解說內容讀來生動有趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 解說牌圖像有輔助文字說明-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 解說牌內容符合我的理解程度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 解說牌設施整體滿意度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：對於美濃客家文物館的「重遊意願」

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常願意	願意	普通	不願意	非常不願意
1. 我願意再次來美濃客家文物館旅遊參觀-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我會願意帶朋友到美濃客家文物館旅遊參觀-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我會向親朋好友宣傳美濃客家文物館的優點-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 美濃客家文物館票價合理，我願意再次前來-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館-----□	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此全部結束，再次感謝您的協助



正式問卷

遊客對導覽解說滿意度對於重遊意願之影響-以美濃客家文物

館為研究主體

您好：

此份為碩士學術性論文之問卷調查，主要目的在探討遊客對於美濃客家文物館之導覽解說滿意度與重遊意願的各項看法及意見。您的參與將是提升美濃客家文物館服務的重要意見，本問卷僅提供研究調查分析使用，請您依照自己的感受放心填寫，由衷感謝您的付出與支持！

南華大學旅遊管理研究所
指導教授：張偉雄博士
研究學生：邱惠琴學生
中華民國 108 年

第一部分：基本資料

請於符合您想法的內打“√”，每題皆單選

1. 性別：男 女
2. 年齡：15歲以下 16-20歲 21-30歲 31-40歲
41-50歲 51-60歲 61歲以上
3. 教育程度：國小（含以下） 國中（初中） 高中（職）
專科 大學 研究所（含以上）
4. 職業：學生 工商業 服務業 軍公教 農林漁牧 家管 退休 其他_____
5. 婚姻狀況：未婚 已婚
6. 居住地：北部（臺北、新北、基隆、桃園、新竹、苗栗）
中部（臺中、南投、彰化、雲林）
南部（嘉義、臺南、高雄、屏東）
東部（宜蘭、花蓮、臺東）
澎湖、金門、馬祖
其他：_____
7. 您的個人平均月收入：
20,000 以下 20,001-30,000 30,001-40,000
40,001-50,000 50,001-60,000 60,001 以上
8. 您第幾次到美濃客家文物館參觀：
首次參觀 2-3次 4-5次 6次以上
9. 您是如何來到美濃客家文化館：
走路 騎車 開車 大眾交通工具 遊覽車 其他_____
10. 本次參觀美濃客家文物館的同伴是：
家人、親戚 朋友、同事 學校團體
社區團體 旅行社團體 公司團體 其他_____
11. 請問您如何得知美濃客家文物館旅遊資訊？
媒體報導與廣告媒體 親朋好友推薦 參與活動得知 網路推廣或介紹
透過搜尋引擎 其他_____
12. 請問您到美濃客家文物館通常預定停留時間為多久？
一小時 二小時 三小時 半天 一天 一天以上

第二部分：對於美濃客家文物館的「導覽解說」滿意度

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 導覽人員解說技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 導覽人員語調溫和，速度和音量適切-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 導覽人員口語表達流暢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 導覽人員與遊客互動良好-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 導覽人員懂得運用肢體語言來強化解說內容-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 導覽人員能察覺遊客的反應來調整解說技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 導覽人員能配合遊客的時間來調配解說內容-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 導覽人員對解說工作具有熱忱-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 導覽人員表現出對我們的尊重與耐心解答我們的問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 導覽人員能夠迅速提供遊客所需的服務-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 導覽人員的儀容整齊乾淨並且服務態度認真、親切--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 解說能幫助我了解展品的背景資料及原始用途-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 解說能幫助我對客家文物有更多的認識-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 導覽解說能讓我們有一個難忘的參觀經驗-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 導覽解說整體滿意度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份：對於美濃客家文物館的「導覽設施」滿意度

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 解說牌上的字體大小很容易看清楚-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 解說牌上的文字與背景顏色的搭配恰到好處-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 解說牌容易吸引我的注意而前去觀看-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 解說牌能清楚表達展品的概念-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 解說牌內容能使我更了解展品-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 解說牌圖文的解說內容讀來生動有趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 解說牌圖像有輔助文字說明-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 解說牌內容符合我的理解程度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 解說牌設施整體滿意度-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：對於美濃客家文物館的「重遊意願」

請您依照實際參觀經驗，於符合您想法的□內打“√”，每題皆單選

	非常願意	願意	普通	不願意	非常不願意
1. 我願意再次來美濃客家文物館旅遊參觀-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會推薦親朋好友來美濃客家文物館旅遊參觀----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我會願意帶朋友到美濃客家文物館旅遊參觀-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我會向親朋好友宣傳美濃客家文物館的優點-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我願意將美濃客家文物館的資訊推薦給親朋好友--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 美濃客家文物館票價合理，我願意再次前來-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 到美濃旅遊行程中我會優先來美濃客家文物館----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此全部結束，再次感謝您的協助

