

國立臺灣師範大學  
運動與休閒管理研究所  
碩士學位論文

觀光工廠解說效益評估之研究—  
以新港板陶窯交趾陶剪黏園區為例

研究生：林美婷

指導教授：程紹同

中華民國 101 年 6 月

中華民國臺北市

# 國立臺灣師範大學碩士論文通過簽名表

系所別：運動與休閒管理研究所

姓名：林美婷


學號：697310084

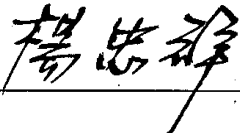
論文題目：觀光工廠解說效益評估之研究—以新港板陶窯交趾陶  
剪黏園區為例

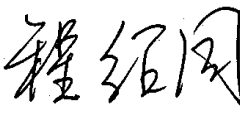
A Study on Benefit Evaluation of Interpretation in  
Bantaoyao Tourism Factory


經審查合格，特予證明

論文口試委員

 錢紀明 委員  
國立臺灣師範大學體育學系兼任副教授

 楊忠祥 委員  
國立臺北教育大學體育學系教授

 程紹同 委員  
國立臺灣師範大學體育學系教授  
論文指導教授

系主任（所長）簽章：

中華民國 101 年 06 月

# 觀光工廠解說效益評估之研究— 以新港板陶窯交趾陶剪黏園區為例

2012 年 6 月  
研究生：林美婷  
指導教授：程紹同

## 中文摘要

本研究主要之目的，在於探討遊客對於觀光工廠解說服務構面之重要程度及滿意程度，以及與遊客屬性之間的關係。

本研究以新港板陶窯交趾陶剪黏園區為實證研究之基地，並以問卷調查方式，了解遊客之屬性、以及遊客對觀光工廠解說服務構面之重要程度及滿意程度，且利用重要-表現程度分析法（IPA）了解新港板陶窯交趾陶剪黏園區本身之優、缺點，以提供經營者進行檢討改進的建議。獲得有效樣本數總共 436 份。經由資料分析獲得的結果如下：

- 一、新港板陶窯交趾陶剪黏園區遊客類型以 20~49 歲的中、壯齡人口為主，旅遊次數以第一次最多，教育程度最多者為大專院校，參觀園區的遊客中以學生占多數，居住地以南部地區者最多，資訊來源主要來自家人以及朋友。
- 二、解說服務重要程度與解說服務滿意程度之間有顯著差異，且重要程度皆高於滿意程度，顯示解說服務仍有其改善的空間。
- 三、利用重要-表現程度分析法（IPA）分析可知新港板陶窯交趾陶剪黏園區需要改進的部分在應繼續保持之解說項目共 15 項，應加強改善之解說項目共有 5 項，包括解說資訊提供及諮詢服務構面之「解說人員具專業解說技巧及知識」及「解說摺頁容易取得」；展示空間構面中的「能介紹所在地之自然環境特徵」、「展示空間內解說看板字體大小得宜」、「參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題」；改善優先順序較低之解說項目共 15 項，供給過度之解說服務共 4 項。
- 四、六大解說服務構面中以展示空間對於整體滿意度有較高的解釋力。

**關鍵詞：**觀光工廠、解說評估、重要性-表現程度分析法、新港板陶窯交趾陶剪黏園區、展示空間構面

# **A Study on Benefit Evaluation of Interpretation Services in Xingang Bantaoyao Tourism Factory**

June, 2012

Student : Mei-Ting, Lin

Advisor : Shao-Tung, Cheng

## **Abstract**

The purpose of this research is to understand the differences between the importance and the satisfaction of the Xingang Bantaoyao tourism factory.

The evaluation of interpretation service was measured by visitors' characteristics, visitor importance and satisfaction toward the service of interpretation, and the facts relative to the above aspects. A questionnaire survey was conducted in this study.

The total number of valid samples in Xingang Bantaoyao tourism factory was 436. According to the analysis, some conclusions were made:

1. In terms of the demographic attributes, the major tourists who visited the Xingang Bantaoyao tourism factory were teenager and prime. The sources of traveling information were mainly from family and friends.
2. There was a significant difference between the importance and satisfaction of interpretation service. The despondences agreed that the "importance" is greater than the "satisfaction" on each of the six components.
3. The results of IPA analysis in Xingang Bantaoyao tourism factory which needed to improve were 15 variables located in "Quadrant I-Keep Up the Good Work", and 5 variables located in Quadrant II-Concentrate Here", and 15 variables located in "Quadrant III-Low Priority", and the 4 variable located in "Quadrant IV-Possible Overkill".
4. According to multiple regression analysis, exhibits area was positively correlated with overall satisfaction.

**Keywords :** Tourism factory, evaluation of interpretation, Importance-Performance Analysis (IPA), Xingang Bantaoyao tourism factory, attribute of exhibits area.

## 謝 誌

回首在師大運休所的研究生生涯，一路上起伏不斷，壓力與挑戰總是不間斷地接踵而至，今日能夠順利完成這個研究與論文，真的要感謝一路上許許多多師長、同學與親友們的鼓勵與協助，這是一段相當充實、溫馨與感恩的學習歷程，在此，滿懷謙卑與感恩的心，感謝所有曾經幫助過我的人。

首先，謝謝我的指導教授程紹同 博士，感謝您在學生研究所期間的教導與關心，除了讓我獲得很多實務學習的機會，亦在學生的論文指導方面，給予多方的指正與建議。有幸能夠進入程門這個大家族，體驗到了您「一日為師，終生為父」的慈父情懷，讓我在學術研究各方面都能更加茁壯，感謝您給予我的教導與關懷，我最敬愛的師父！

其次，我要感謝楊忠祥 博士與錢紀明 博士兩位口試委員，在學生的碩士論文計畫口試和學位口試時，皆提供非常寶貴的意見，使得本論文不論架構的嚴謹性或文字的流暢性，都更臻完善，在此由衷地感謝，並致上最高的敬意。

同時，感謝臺師大運動與休閒管理研究所所有師長們的教導與鼓勵，尤其感謝風趣幽默的前所長少熙老師、可愛親切的李晶老師、隨性健談的伯修老師、自信熱情的文增老師，謝謝您們在此期間的教導與關懷。也感謝所辦的博雅助教、渝涵助教一直以來在學業上的協助與關心。

感謝一同奮鬥的佩怡、玟婷、呈文、嘉齡等位程門同窗好友及信淵學長、智明學長、錦樹學長、學弟手機及偉盛、子郁學姐、知原學姐，很開心與妳(你)們一起共度一起讀書、作報告、韓國論文發表、研討會籌備、國科會研究田調的日子，過程中或許艱辛、或許甜美，這段深刻且難忘的特別回憶，我將珍藏在腦海中，留待日後細細回味。

感謝身邊的摯友們，好想念中興大學的盈純、江小蛙、薰小逸、有揚哥、育津姐、瓊云、彩娥姐，謝謝妳(你)們的支持及鼓勵；謝謝宿舍的好友們：小麗阿姨、傻妹、黑貓、婉玉、慧玉、雅茹、瑩甄、華真，研究生的苦悶生活裡因為有妳們的陪伴，讓我擁有許多歡樂且溫馨的住宿回憶。感謝小霈甄還有「林小美」美伶、小蔣、淑怡、芳妤、佳琪，謝謝妳們的陪伴與肯定！最最感謝~妳，「IRIS 老大」！

謝謝妳一路走來陪我度過每個奮鬥、歡笑、感傷與無助的日子，還總是對我信心滿滿，有妳真好！

最後，我要感謝我的家人及家族中所有親友們，尤其是奶奶、裘比妹與妹夫、愛嘮叨的大弟、已成家的小弟與弟妹美如、林傻妹及瀚哥、狗兒子林肚臍，這幾年因為有妳(你)們的陪伴與默默的支持，不斷為我加油打氣，才讓我有繼續完成論文的勇氣！最重要的，要感謝我親愛的老爸、老媽，謝謝妳(你)們從小到大對我的愛與關懷，千言萬語，最想跟您們說：「我真的好愛您們！」。

即將邁入人生另一個階段的我，期許自己為了夢想，勇敢展翅飛翔，追逐吧！  
畢業了~耶！

林美婷 謹誌於  
國立臺灣師範大學  
運動與休閒管理研究所  
中華民國 101 年 6 月

# 目次

口試委員與所長簽字証書.....	i
中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
謝誌.....	iv
目次.....	vi
表次.....	viii
圖次.....	x
<b>第壹章 緒論.....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究目的.....	4
第三節 研究問題.....	4
第四節 研究範圍與限制.....	5
第五節 研究之重要性.....	5
第六節 名詞操作型定義.....	6
<b>第貳章 文獻探討.....</b>	<b>8</b>
第一節 解說理論之介紹.....	8
第二節 解說評估.....	17
第三節 解說評估國內外研究.....	26
第四節 重要-表現程度分析法.....	29
第五節 觀光工廠與研究基地「新港板陶窯交趾剪黏園區」介紹.....	34
第六節 總結.....	46
<b>第參章 研究方法.....</b>	<b>47</b>
第一節 研究架構.....	47
第二節 研究流程.....	48
第三節 研究對象.....	49
第四節 研究工具.....	49
第五節 研究實施程序.....	54
第六節 資料處理方法.....	55
<b>第肆章 結果與討論.....</b>	<b>58</b>
第一節 問卷信度分析.....	58
第二節 遊客屬性統計分析.....	61
第三節 解說服務重要程度與滿意程度分析.....	69
第四節 重要-表現程度分析法 (IPA).....	78
第五節 遊客屬性對整體解說服務滿意度分析.....	90
第六節 多元迴歸分析.....	97

<b>第五章 結論與建議</b> .....	<b>99</b>
第一節 結論.....	99
第二節 建議.....	100
<b>參考文獻</b> .....	<b>102</b>
中文部分 .....	102
英文部分 .....	107
<b>附    錄</b> .....	<b>112</b>
正式問卷 .....	112
Mengak, Dottavio,與 O'Leary 研究中之原文量表.....	116

## 表 次

表 2-1-1	解說定義整理表.....	9
表 2-2-1	13 種解說評估方法之特性表.....	21
表 2-3-1	Mengak, Dottavio,與 O'Leary 提出之解說評估構面表.....	28
表 2-5-1	國內觀光工廠相關期刊、論文.....	36
表 3-4-1	六大評估構面表.....	51
表 3-4-2	遊客旅遊特性問項對照表.....	52
表 3-4-3	遊客基本資料問項對照表.....	53
表 3-4-4	學者專家組合表.....	54
表 4-1-1	新港板陶窯交趾剪黏園區之重視程度信度檢測.....	58
表 4-1-2	新港板陶窯交趾剪黏園區之滿意程度信度檢測.....	60
表 4-2-1	新港板陶窯交趾剪黏園區旅遊特性資料分析.....	64
表 4-2-2	新港板陶窯交趾剪黏園區遊客基本資料分析.....	67
表 4-3-1	遊客之六大解說服務評估構面重要程度與滿意程度分析.....	69
表 4-3-2	遊客對於39個問項之重要程度與滿意程度分析.....	73
表 4-3-3	六大解說服務評估構面之重要程度與滿意程度差異性分析....	75
表 4-3-4	39個問項之重要程度與滿意程度差異性分析.....	76
表 4-4-1	新港板陶窯交趾剪黏園區重視程度、滿意程度t檢定.....	80
表 4-4-2	整體IPA分析項目表.....	88
表 4-5-1	參觀次數對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	90
表 4-5-2	參觀時機對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	91
表 4-5-3	交通工具對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	91
表 4-5-4	停留時間對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	92
表 4-5-5	參觀夥伴對整體整體解說服務滿意度的ANOVA檢定表.....	92
表 4-5-6	資訊管道對整體整體解說服務滿意度的的ANOVA檢定表.....	93
表 4-5-7	性別對對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	93
表 4-5-8	年齡對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	94
表 4-5-9	教育程度對整體解說服務滿意度的t檢定表.....	94
表 4-5-10	職業對對整體解說服務滿意度分析的t檢定表.....	95
表 4-5-11	收入對對整體解說服務滿意度分析的t檢定表.....	95
表 4-5-12	婚姻狀況對整體解說服務滿意度分析的t檢定表.....	96
表 4-5-13	居住地對整體解說服務滿意度分析的t檢定表.....	96

表 4-6-1	新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式摘要表.....	97
表 4-6-2	新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式變異數分析.....	97
表 4-6-3	新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式分析表.....	98

## 圖 次

圖 2-4-1	重要-表現程度模式.....	30
圖 2-4-2	重要-表現程度分析模式.....	32
圖 2-5-1	板陶窯交趾剪黏工藝園區位置圖.....	45
圖 3-1-1	研究架構圖.....	47
圖 3-2-1	研究流程圖.....	48
圖 4-1-1	解說服務及週邊環境之IPA分析圖.....	82
圖 4-1-2	廁所設備之IPA分析圖.....	83
圖 4-1-3	解說資訊提供及諮詢服務之IPA分析圖.....	84
圖 4-1-4	販售區之IPA分析圖.....	85
圖 4-1-5	展示空間之IPA分析圖.....	86
圖 4-1-6	主題塑造及遊客體驗之IPA分析圖.....	87

## 第壹章 緒論

本章共有六節，分別為：第一節研究背景；第二節研究目的；第三節研究問題；第四節研究範圍與限制；第五節研究重要性；第六節名詞操作型定義。

### 第一節 研究背景

由於社會經濟結構的改變與全球流行文化之興起，使得國人以及來臺旅客旅遊型態之轉變，遊客開始重視以地域文化的「獨特性」、「多樣性」等特質之旅遊。依據「挑戰 2008—國家發展重點計畫」之規劃，政府提出「創意生活產業發展計畫」，目的為協助傳統產業轉型、改善結構性失業人口及提升國民生活品質，透過結合我國既有產業之製造基礎融入創意科技與人文，來提升經濟活動之附加價值，拓展內需市場，「觀光工廠」即為結合產業與觀光之創意生活產業表現之一。由傳統產業所轉型之觀光工廠，不僅兼具寓教於樂與增廣見聞之效果，若能將製造業兼具歷史文化的閒置資產和觀光休閒結合，更能提供具有豐富性和深度性之旅遊型態，並帶給傳統產業生存與發展的新契機，以承傳延續產業文化的精神所在（張正錫，2005）。

自民國 92 年開始經濟部工業局推動觀光工廠計畫以來，截至 2011 年為止國內已有 165 家觀光工廠，其中多成為著名旅遊景點，在金融海嘯衝擊的不景氣時期下，竟合計有 110 萬人次遊客參訪紀錄，並創造出逾新臺幣 3 億元的觀光產值營收（經濟部工業局，2011）。不僅如此，觀光工廠的營運重點，依舊以「生產」做為主軸，藉由觀光服務來刺激工廠的運作，也因工廠觀光化之影響，無形中建立了自我品牌、形象與知名度，可說是一舉數得。以國外發展的經驗，積極協助國內具有獨特、產業歷史文化，並且有意願轉型升級之工廠，透過整體再發展的設計規劃，展現傳統工廠新的魅力與創意，讓工廠的經濟效益，轉化為地方觀光收入的邊際收益，更可滿足多元化觀光旅遊的市場需求（經濟部工業局，2006）。

就國內外案例而言，於工業區使用型態的轉變策略方面，大多朝向空間方面的保存、生態的永續以及藝文元素的導入，較著重於休閒觀光產業的轉型再利用。此外，先進國家亦均認為，在未來的二十一世紀，不論從社會需求與市場商機來說，觀光旅遊產業是除資訊網路業高科技產業之外，最具潛力的明星產業。而我國在觀

光政策中之「觀光客倍增計畫」亦提到，觀光產業是世界各國普遍重視的無煙囪工業，且在創造就業機會及賺取外匯的功能上具有明顯效益。

觀光工廠為經濟部工業局管理之工業區內工廠兼營發展觀光服務，其工廠本身須為廠地完整，且仍繼續從事登記產品製造加工者，並具觀光、歷史文化、教育價值等，其中，工廠兼營發展觀光服務係指將其可供參觀之部分廠地、廠房、機器設備等設施提供給遊客做為觀光、休憩服務之用（經濟部工業局，2006）。而觀光產業隨著休閒旅遊風氣之盛行，也發展出多元的類型。同時，為了強調深度體驗的遊憩方式，國內目前許多具有教育性質的遊憩地點（例如，國家公園、森林遊樂區、博物館、動植物園等），皆有完善的解說服務系統與設備，透過解說導覽的方式，使得遊客對於目的地的遊憩體驗更為深入。

Hall 與 Mcarthur (1993)主張兩個主要的解說目標：提升遊客的體驗和成果，以確認大眾支持該地的保護；透過教育鼓勵遊客在適當的地方有適當的舉止。解說服務具有娛樂和教育兩種面向，其中娛樂角色的扮演，透過解說服務是為了引導遊客，最後達到教育的目的(Ryan & Devar, 1995)。陳墀吉（2003）認為休閒觀光中，必須包含體驗與解說的功能，才稱得上是觀光產業。楊勝評（2003）也指出觀光工廠的服務品質，解說佔很大一部分，因此解說系統的建立，對於觀光工廠的參觀品質影響深遠。解說對於遊客具有提供資訊、引導、教育、娛樂、宣導、鼓舞等功能 (Grinder & McCoy, 1985)；解說亦可以做為管理機構、遊客與環境間的溝通橋樑（吳忠宏，2001），使得遊客能夠了解經營者的目標與作法、並進而增進經營者的形象與知名度。經由解說成效之評估，可以讓管理單位或解說執行者瞭解目前的解說是否符合遊客需求，並能有效調整解說的內容及實施方式。

由上述學者提出之見解發現，觀光工廠透過工廠參觀、實作體驗、教育解說的方式，提供遊客深刻認識工廠之文化與產業特性，其中都須透過人員解說，以及指示牌、多媒體等非人員解說媒體來達到觀光工廠遊憩體驗之目的，為了提升觀光工廠之遊憩品質與功能，有其了解當中解說服務之效果以及遊客滿意度之必要性。

本研究之研究基地「新港板陶窯交趾剪黏園區」成立於2005年，是嘉義縣第一座設置之觀光工廠。創辦人陳忠正、謝秋緞夫婦秉持對傳統工藝的熱忱，有鑑於廟宇剪粘交趾陶人才的逐漸流失，及因時代轉變而令學藝者漸漸產生斷層，為了延

續這門傳統工藝而成立此觀光工廠；園區內主要生產臺灣廟宇裝飾材料，剪黏及交趾陶，是臺灣傳統廟宇文化之精華。園區佔地 2,000 坪，設置有交趾陶剪黏工藝館、體驗工坊及板陶屋餐廳、工藝產品販售區、戶外庭園區、遊客休憩設施及停車場等觀光遊憩設施，結合附近嘉南平原的田野風光，打造成今日交趾剪黏的工藝園區。

過去關於解說之相關論文中，以國家公園及博物館、美術館之研究次數最多，而休閒產業相關景點之研究則較為缺乏，許多地區雖具備解說資源，但大多未深入探究，包括休閒農場、觀光果園、茶園、主題樂園區等，皆可以做為後續研究的對象（吳忠宏，2002）。目前針對觀光工廠在解說服務方面之探討亦十分缺乏，本研究基於以上背景，欲針對觀光工廠進行解說服務評估之研究。

IPA Analysis（重要—表現程度分析）顧名思義是一種藉由「重要」和「表現」來做分析；即對消費者的重要性和消費者認為表現情形的測度，將特定服務的相關屬性優先排序的技術(Sampson & Showalter, 1999)。Sethna (1982)發現 IPA 在修正需要改善服務品質的部分是一項有效的技術。本研究擬運用重要—表現分析法來分析「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務與遊客之間，解說服務重視度與滿意度二者間之認知是否存在差異。

「新港板陶窯交趾剪黏園區」如何以其自身觀光工廠之特色提供適宜之解說服務，使遊客達到較高之滿意度，亦為本研究重要之課題，期望本研究之結果與發現將可以提供後續管理單位做為在經營管理上的借鏡，強化環境管理，提供資源適切利用，提升遊客遊憩體驗，增加遊客對於「新港板陶窯交趾剪黏園區」之期待、提供管理者於「新港板陶窯交趾剪黏園區」經營管理之措施與規劃上的參考，以迎合現今觀光工廠經營之未來發展趨勢，完成多元化目標與使命。

## 第二節 研究目的

本研究欲探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客屬性，與園區中解說服務之關係，以做為未來相關從業人員調整或設計規劃解說系統時之方向與建議，本研究目的為：

- 一、瞭解「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客屬性，包含遊客基本資料以及旅遊特性兩方面。
- 二、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客對於該園區內解說服務重視度與滿意度之差異。
- 三、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客屬性與解說服務重視度之關聯性。
- 四、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客屬性與解說服務滿意度之關聯性。
- 五、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客解說服務滿意度與整體滿意度之關係。

## 第三節 研究問題

依據上列之研究目的，本研究之研究問題分為：

- 一、瞭解「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客屬性為何？
- 二、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客對於該園區內解說服務重視度與滿意度之差異為何？
- 三、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客屬性與解說服務重視度之關聯性為何？
- 四、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客屬性與解說服務滿意度之關聯性為何？
- 五、探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客解說服務滿意度與整體滿意度之關係為何？

## 第四節 研究範圍與限制

本研究旨在探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客屬性，與園區中解說服務之關係，研究範圍與限制分列如下：

### 一、研究範圍

本研究預定以嘉義縣第一座觀光工廠「新港板陶窯交趾剪黏園區」內所提供之解說服務範圍為研究主題，研究方法為問卷調查法，並以便利抽樣來選取樣本，研究範圍分為研究地點、研究對象及時間來說明：

- (一) 研究地點：本研究以「新港板陶窯交趾剪黏園區」為問卷抽樣施測地點。
- (二) 研究對象及時間：研究對象為 18 歲以上之「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客，研究期程為 2011 年 9 月至 2012 年 3 月止。

### 二、研究限制

- (一) 研究對象上，由於僅針對「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客進行問卷發放，各地區遊客在遊客基本資料與遊客旅遊特性均可能會有所不同，因而造成其對於「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務滿意度與重視度上的差異，故本研究結果無法完全類推至其他縣市之觀光工廠。
- (二) 本研究以觀光工廠為主，其他如休閒農場、觀光果園等觀光休閒園區由於遊客旅遊特性方面皆有所不同，故參考時需謹慎。

## 第五節 研究重要性

本研究之結果與發現將可以提供後續管理單位做為在經營管理上的參考，強化環境管理能力，提供解說服務資源適切利用，提升遊客遊憩體驗，增加遊客對「新港板陶窯交趾剪黏園區」之期待、提供管理者於觀光工廠之經營管理的相關措施與規劃，以迎合現今觀光工廠經營之未來發展趨勢，完成多元化之目標與使命。

## 第六節 名詞操作型定義

本研究使用之特定名詞，共有「觀光工廠」、「遊客屬性」、「解說服務重視度」、「解說服務滿意度」、「整體滿意度」，其定義分述如下：

### 一、 觀光工廠

依照經濟部工業局於 2008 年修定的「觀光工廠計畫輔導作業要點」，觀光工廠指的是具觀光教育或產業文化價值，實際從事製造加工之工廠，將其產品、製程或廠地廠房供遊客參觀者。凡設立於中華民國境內，領有營利事業登記證及工廠登記證，符合觀光工廠計畫定義之工廠，均可提出申請輔導。申請的工廠經資格審查、書陟審查、二段式複審後，入選的廠商依依觀光工廠指標項目完成之多寡，選擇輔導種類，輔導之種類區分為「初階輔導」及「進階輔導」與「進階輔導評鑑作業」三類，最後通過進階輔導評鑑作業將獲頒觀光工廠輔導標章乙式，得使用本輔導計畫之「觀光工廠」名稱進行媒體傳播與廣宣活動。因此本研究所稱的觀光工廠指的是通過經濟部工業局審核並進入輔導階段或獲得輔導標章的工廠。

### 二、 遊客屬性

本研究中的遊客屬性包括遊客旅遊特性與遊客基本資料。遊客旅遊特性：包含參觀次數、參觀時機、交通工具、停留時間、同行者、資訊管道等六項；遊客基本資料：包含性別、年齡、教育程度、職業、收入、婚姻狀況、居住地等七項。

### 三、 解說服務重視度

本研究根據文獻整理之自編問卷，調查遊客在「新港板陶窯交趾剪黏園區」參觀後對於園區中哪些解說服務為滿意或不滿意。對於解說服務之重視程度，包括解說服務及週邊環境、廁所設備、資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間及主題營造與遊客體驗等六大構面進行操作測量。

### 四、 解說服務滿意度

本研究根據文獻整理之自編問卷，調查遊客在「新港板陶窯交趾剪黏園區」參

觀後對於園區中哪些解說服務為滿意或不滿意。本研究針對滿意度與上述重視度項目相同，包括解說服務及週邊環境、廁所設備、資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間及主題營造與遊客體驗等六大構面進行操作測量。

## 五、 整體滿意度

本研究之整體滿意度乃是指遊客在「新港板陶窯交趾剪黏園區」體驗後，對於解說服務之整體滿意度而言，透過單一問項瞭解遊客之意見。

## 第貳章 文獻探討

本章針對相關理論與文獻進行分析探討，瞭解相關理論基礎，並作為研究設計的依據。全章共計六節，包含第一節解說理論之介紹；第二節解說評估；第三節解說評估國內外研究；第四節重要-表現程度分析法；第五節觀光工廠與研究基地「新港板陶窯交趾剪黏園區」介紹；第六節總結。

### 第一節 解說理論之介紹

#### 一、解說之定義

解說之父 Freeman Tilden (1977)在「解說我們的遺產(interpreting our heritage)」中提到「解說是一種藉由原始物件的使用、第一手經驗與說明媒體，來揭發意義和關聯的教育活動；而不只是單純的傳達真實資訊。」

世界各主要的環境保育組織對於解說有不同的界定，分述如下（引自楊明賢，1999）：

- （一）「解說是一種教育活動，將天然景觀、歷史活動、手工藝品等藉由媒體向大眾揭發資產的意義與環境的關係(Parks of Canada, 1988)」。
- （二）「解說是一教育性活動，目的在經由原始事物的使用，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(Tilden, 1977)」。
- （三）「解說是溝通人與其環境之間概念的過程或活動，用以啟發人對環境之知識與瞭解，以及其於環境中所扮演之角色(Mahaffey, 1992)」。

解說(interpretation)是一種溝通的工作，解說可對過去或現在的自然及人為景觀、歷史及文化事件賦予意義（張明洵、林玥秀，1992）。吳忠宏（1999）指出：「解說旨在溝通，而非說教；重在體驗，而非介紹；貴在分享，而非灌輸；期在啟發，而非教導；難在行動，而非感動；強調過程，而非結果」。解說是遊客、資源與管理者三方聯繫的橋樑（吳忠宏，2001）。有關於解說之相關定義，本研究乃根據學者吳忠宏（2002）所整理之解說的定義說法，再加以整理，如表 2-1-1：

表 2-1-1 解說定義整理表

學者	年代	定義內容
Edwards	1965	解說是許多方面的綜合體，至少包含了資訊、導遊、教育、遊樂、宣導、靈感啟發等六種性質服務的綜合，目的在給遊客獲得新的瞭解、新的見識、產生新的熱誠與興趣，引導遊客進入一個他過去未曾領略的、新的、令人興奮的領域裡。
Brown	1971	環境解說是一種溝通環境知識之意識交流、手段與設施之綜合體，目的在引起對環境問題之思量、討論及產生環境改造行動。
Aldridge	1972	解釋人類在其生活環境中所佔之地位，增加遊客大眾對人與環境此兩者關係的重要性之認識，喚起公眾的願望，使其對環境維護能有所貢獻。
Mahaffey	1972	是一種溝通人與環境概念之過程或活動，以啟發人對環境之認知及人在環境中所扮演之角色。
Tilden	1977	解說是一種教育性活動，目的在經由原始事物之使用，以揭示其意義與關聯，並強調親身之經驗即運用說明性之方法或媒體，而非僅是傳達一些事實。
Peart	1978	是一種教育活動，藉由第一手的連結，將天然景觀、歷史活動、與手工藝品等，向大眾揭櫫資產的意義與環境的關係。
Sharpe	1982	解說是公園、森林及類似的遊樂區之一種遊客服務，許多來到這些地區的遊客除了放鬆心靈之外，也希望能學習有關這個地區的自然與人文資源。因此解說可視為對遊客產生激勵作用、解釋現象與達到娛樂效果的溝通橋樑。
陳昭明	1983	將複雜的遊樂環境，尤其是將其重要的特性傳達給遊客的工作，以激起聽眾對環境的「注意」、「瞭解」，除獲得新的感受及新的愉快經驗之外，並由此產生對環境維護的熱誠，並獻身於該項工作。
蔡惠民	1985	解說是一種公園管理的方法，溝通公園管理機關、公園資源與公園遊客三者之間的媒介。
王鑫	1985	將某特定區域內的自然與人文環境特性經由各種媒體或活動方式，傳達給某些特定對象之工作。目的在引起這些特定對象對當地環境的關注與瞭解。經由欣賞與知性的瞭解，提升較高品質的生活體驗，並經由新的感受與愉快的經驗產生對環境保育的關懷，進而培養積極參與保育工作。
林文鎮	1987	協助民眾或遊客（消費者）瞭解所見景象的各種服務行為，目的在給民眾獲得新的瞭解，新的見識，啟發新的興趣、關注與愛心。

(續下頁)

表 2-1-1 解說定義整理表（續）

學者	年代	定義內容
張明洵 林玥秀	1992	運用各種媒體傳達溝通的一種教育性活動，他藉由許多媒介使訊息傳遞者與接受者有所互動。
Risk	1994	把介紹環境所用的術語及較複雜的語文轉換為非術語形式，但仍不失其真，以激發聽眾的感受、知覺、瞭解、欣賞及承諾。
Wu	1997	一種訊息傳遞的服務，目的在於告知與取悅遊客，並闡釋現象背後所代表之含意，藉著提供相關的資訊來滿足每一個人的需求與好奇，同時又不偏離中心主題，期能激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱忱。
Moscardo	1998	解說不只是陳列表面的根據或事實，解說也是一種引導與啟發，他強調聽者吸收、消化多少資訊，而不著重於解說者說了多少。
Ham & Weiler	2002	是一種對非受制（Non-captive）聽眾的溝通方式。能使一般人易於去瞭解隱含在自然事物中的科學語彙。
Luck	2003	海洋環境教育和解說，是海洋生態野生哺乳類動物旅遊中的組成份子；研究顯示教育是解說的實現。
Tubb	2003	在 Dart Moor National Park 的永續經營進行解說影響評估，其結果發現解說服務有助於增加遊客的知識與提升其對環境的覺察。

資料來源：本研究自行整理。

歸納上述學者對於解說之解讀，可以發現解說是多方面的綜合體，既是傳達管道（陳昭明，1983；王鑫，1986；張明洵、林玥秀，1992；吳忠宏，1999）、教育活動（張明洵、林玥秀，1992；Luck, 2003），也是一種服務（Sharpe, 1982），解說不僅是人、環境與管理者三者聯繫的橋樑（蔡惠民，1985；吳忠宏，2001），也啟發人們對於環境或資源的興趣、關注或行動（Brown, 1971；陳昭明，1983；王鑫，1985）。

綜合上述，本研究對解說的定義為「解說」為一教育活動，亦為觀光工廠經營者和遊客之間的溝通工具，藉由傳遞觀光環境的自然與人文等相關知識訊息及帶領遊客親身體驗，使遊客與園區有所接觸及了解，同時引發遊客對環境的欣賞與愛護意識，提高遊客對環境的敏感度，藉由這樣的解說服務，使遊客更能認同管理者的經營方針。

## 二、解說之功能

Sharpe (1982)認為，解說可作為遊憩區管理的方式之一，它具有增進遊憩效益、保護資源、保護遊客、以及執行法令四種功能：

### (一) 增進遊憩效益

完善的解說方案能夠同時增進遊憩效益以及減少遊憩資源管理的花費。藉由解說將遊憩區當地的服務與資源介紹給遊客，可以對遊憩作最經濟的使用，並滿足遊客的需求。

### (二) 保護資源

保護資源是解說工作的一部份，透過解說可以避免遊客在遊憩區進行非法採集、不當用火、駕駛、塗鴉、喧嘩、寵物活動等不當行為，更進一步積極地讓遊客明瞭管理者在伐木、用火、以及其他措施上的策略或主張。

### (三) 保護遊客

任何階段的管理者和解說員都必須盡力減少遊客傷亡事件，解說工作必須適時警告遊客附近可能發生的危險，例如野生動物、有毒生物、急流湍瀑等等。

### (四) 執行法令

解說人員及設施必須告訴遊客為什麼法令規定不能摘花、採集岩石或動物、踐踏草地、隨意用火等行為，並且讓遊客知道違反法令的後果。這不但可以減少遊客的無心之過，同時也是推行法令最有效的方法。

Grinder 與 McCoy (1985)也指出解說的功能可分為六類：

### (一) 提供資訊的功能

解說可提供民眾有關展示主題正確、有趣的訊息，對於充實民眾的體驗有直接的影響。

### (二) 引導的功能

透過解說服務系統引導民眾，減少他們初到陌生環境的不安全感，並對所參觀地點的歷史沿革、環境設施及參觀的遊程有完整的認識。

### （三）教育的功能

透過解說可讓來自不同背景、不同年齡層的民眾與展品間發生互動，產生催化作用，除了讓民眾得到正確的資訊外，還能引發其求知的興趣，引導彼等後續的學習。

### （四）娛樂的功能

良好的解說可幫助民眾得到一個愉快的、輕鬆的、美好的參觀經驗，達到寓教於樂之目的。

### （五）宣導的功能

解說是改善公共形象和建立大眾支持的一種方式，並可增進民眾與機關間的相互瞭解。

### （六）鼓舞人心的功能

解說能夠幫助民眾對事務有新的瞭解、認知，並激發心中的熱誠及好奇心。

楊明賢（1999）提出解說之功能，可分為對遊客、對環境、對經營者或當地三方面的功能：

（一）對遊客的功能：解說能充實遊客的體驗和見聞，並增進遊客對環境及經營者的了解。解說對遊客的功能可分述為下列四項：

1. 解說對於充實遊客的體驗有直接的貢獻。
2. 解說可以使遊客在對於自然環境利用時，作出明智的選擇。
3. 解說可以使遊客瞭解到人類在環境中所扮演的角色，進而尊敬自然。
4. 解說可以增廣遊客的見聞，使之超出眼睛所看到的一切，對於資源有更進一步的認識。

（二）對環境的功能：解說具有保護環境、合理利用的功能，分述為下列四點：

1. 解說可以減少環境遭受不必要的破壞。
2. 解說可以將遊客由較脆弱的生態環境中轉移至承载力較強的區域。

3.解說可以喚起民眾對於自然的關心，有效地保存具有重大意義的歷史遺跡或自然環境。

4.解說能促使大眾以合理的方式採取行動保護環境。

(三) 對經營者或當地的功能：解說對經營者或當地具有幫助管理和提昇資源效用的功能，分述為下列三點：

1.解說是改善公共形象和建立大眾支持的一種方式。

2.解說可喚起當地民眾以自然或文化遺產引以為榮的自尊與感受。

3.解說可以促進當地觀光資源作合理的利用，提昇當地的知名度並增加當地的經濟效益。

張明洵與林玥秀（2002）概述解說之功能有以下十點：

(一) 充實遊客的遊憩體驗。

(二) 使遊客對於環境的複雜性有更深的瞭解。

(三) 增廣遊客的眼界，對整個資源有更深的瞭解。

(四) 使民眾在面對自然環境的利用與保育課題時，做出更明智的決定。

(五) 減少環境不必要的破壞。

(六) 促使大眾以合理的方式，採取行動保護他們的環境。

(七) 改善公共形象和建立大眾支持的一種方式。

(八) 灌輸遊客一種以他們國家或地區的文化和天賦財產為榮的感覺。

(九) 促銷觀光資源提昇該地區、名聲和經濟效益。

(十) 使民眾有效地保存具有重大意義的歷史遺跡或自然區域。

### 三、解說媒體之分類

解說媒體指的是將解說訊息、主題，傳達給遊客的方法(methods)、設備(devices)及工具(instruments) (Sharpe, 1982)，主要可分為人員解說以及非人員解說二部分 (Sharpe, 1982；楊明賢，1999；張明洵、林玥秀，2002)。

## (一) 人員解說

藉由解說員直接向觀眾或遊客解說有關的資訊內容，人員解說服務因為具有親和力和適應性，所以被認為是最好的解說媒體。常設的解說人員可讓遊客感覺受到歡迎，並具有雙向溝通的優點，此外人員解說也能夠掌控解說範圍以外的狀況，如：急救(Sharpe, 1982)。人員解說包括資訊服務、帶隊解說、定點解說講演、活動現場解說與文化表演。

### 1. 資訊服務(information duty)

將解說人員安排於某些特殊或明顯的地點，提供遊客資訊與尋求支援。資訊服務設置地點大都在入口處、遊客服務中心或遊客經常聚集的地方，以便遊客諮詢或求助(Sharpe, 1982)。其目的最主要是對遊客表達歡迎之意，並給予遊客該地區的相關資訊、希望遊客遵守的事項說明等；資訊服務通常是遊客和管理單位的第一次接觸，對於管理單位的形象非常重要(張明洵、林玥秀, 2002)。

### 2. 帶隊解說(conducted activities)

由解說員帶領著遊客沿事先規劃好的路線與有興趣的地點一一參觀造訪。藉著解說人員的豐富知識與經驗和遊客問答、互動，讓遊客擁有愉快的參觀經驗，並了解該地區的自然人文或歷史文化。解說人員可依據不同情境和對象而改變解說內容，並在某些特殊情況下注意遊客的安全或必要時得限制其行動(Sharpe, 1982)。可分為特別預約式引導解說與固定出發式引導解說，前者為針對某些特殊性質的參觀團體的特殊活動需求，以預約方式安排活動，後者為針對某些景觀或步道安排一項整體的解說導遊，在每天或固定時間、某些集合地點，接受遊客自由加入的引導服務(楊明賢, 1999)。

### 3. 定點解說講演(talks to groups)

在公佈的時間和地點所作的發表，例如：在露天劇場、營火場地或是演講廳。營火場地通常針對較少的遊客，並具有雙向、親近的遊客與解說員關係。但此類場地通常缺乏電力設施，故解說員必須靠個人解說技巧或才能來引領遊客。露天劇場和演講廳則較正式可以容納較多遊客以及擁有完善的電力設施以放

映幻燈片等。演講的重點應該將地區的自然、人文故事串聯起來，而這類的地點同時提供遊客更了解和欣賞當地的景觀(Sharpe, 1982)。解說講演並非每天或固定時間舉辦，這類解說服務通常是管理單位針對某些節慶、特別事件或舉辦訓練營、講習會，而邀請相關學者或推派具專業素養的解說人員擔任講座（楊明賢，1999）。

#### 4. 活現解說與文化表演(living interpretation and cultural demonstrations)

由解說員介紹當地的文化遺產，並包含特殊的歷史活動如：淘金等。解說人員要能是個天生的說故事好手，善於敘述本土、拓荒手工藝或是樂器等不同的題材。活動進行方式以生活場景、真正的服裝、語言、歷史文物和建築呈現。這類解說方式同樣允許遊客互動問答，也可能兼賣手工藝品(Sharpe, 1982)。

Garrison(1982)將活現解說又詳細分為第一人稱式、表演式、手工技藝式、文化節慶式等四種。無論何種都需要考慮場地條件、表演者的表演技巧、表演內容資料的真實性等，如此才能使演出達到良好效果。

#### (二) 非人員解說

在遊客參觀過程中，並不一定有機會接觸到人員解說服務，大部分的解說服務可能被其他解說設施所代替；但這些設備並非人員解說的替代品，而是人員解說的擴展與延伸(Sharpe, 1982)。非人員解說包含視聽多媒體、書面資料、自導式活動、展示設施、遊客中心、非現地解說（引自張明洵、林玥秀，2002；Sharpe, 1982）。

##### 1. 視聽多媒體

可藉由固定播放的錄音帶、閉路電視或汽車廣播傳達訊息，通常聯合了許多種媒體進行，例如：電影、幻燈機、電視、展示品或自導式步道。而隨著科技的進步，現代化的視聽媒體日新月異，許多新產品包括：互動式多媒體、觸控式電腦、光碟雷射科技等，已經被各相關單位廣泛使用，成為常見的解說媒體之

##### 2. 書面材料

包含解說標誌、解說牌與解說出版品。此類媒體可重複提醒說明並且無聲，尤其是在一些有聲媒體並不適合設置的時間與地點。解說標誌能將資訊最快速的呈現，並簡單易懂；因其通常設於戶外，故需考慮耐用的材質。解說標誌的費用相較於其他媒體是較為低廉的。解說牌的準則和解說標誌相同。解說出版品則包括所有自導式步道的傳單、摺頁、介紹動植物、各式主題的書籍等。這類媒體在參觀完後則成為有價值的紀念品；其主要的優點是敘述詳細以及回家後可再使用。解說出版品包含了有聲出版和無聲出版品。

### 3. 自導式活動

包含自導式步道與自導式汽車旅遊。前者適用於家庭式的參訪方式，讓遊客們能與自然資源直接的接觸，並且可以自由行進。在管理單位設計規劃好的、專供徒步的步道上，遊客可以參考傳單、沿線設置的解說牌誌或視聽設施，在沒有解說員的引導下，自行參觀與體驗當地資源特色。後者和自導式步道相近，因大多數遊客是以自行開車的方式來到遊憩區，自導式汽車旅遊通常成為其唯一的解說體驗。自導式汽車旅遊最大的特色是鼓勵家庭參與。

### 4. 展示設施

通常指位於室內的解說媒體而言，遊客在瀏覽之後便能很快的獲得整體的解說概念但常見的展示錯誤，就是將太多的展示品放在同一個空間裡，使得展示品彼此競爭而遊客無法獲得重要訊息。適當展示的使用是最有效的解說方式；透過文字、圖片或物件的良好規劃，展示設施可以激起遊客的興趣和好奇心。展示設施要考慮到設置地點明顯、交通方便、有特色且具有良好的引導性，假如展覽內容太繁雜冗長，就不是好的解說媒體。

### 5. 遊客中心

遊客中心通常是當地所設的解說管理處，為主要的解說場所。遊客中心服務的對象包括遊客與員工；遊客的區域有大廳、展示室和演講廳。員工的區域包含辦公室、工作區、圖書館、蒐藏室和儲藏空間。休息室和餐飲部門對於遊客和員工來說都很需要，而且通常是吸引遊客的誘因之一。遊客中心也運用許多視

聽媒體向遊客作概略性的介紹，並且在氣候不佳的情況下做為解說最佳場所。

#### 6. 非現地解說

這類型的解說並不在遊憩區當地進行，通常在旅遊淡季。解說員排定廣播或電視節目行程表、向學校或其他機構演講或與學校老師合作進行環境研究課程等。解說員也使用許多非人員解說方式，如：視訊節目和展示品；並且為報紙和雜誌撰寫文章。

## 第二節 解說評估

### 一、解說評估之意義

解說評估是為了收集與分析解說相關的訊息。為說明並實際了解解說計畫及計畫中各個方案實施的效果，必須對解說工作的實施情形進行評估。而所獲得的正確評估結果，則可以讓管理單位了解目前所使用的解說內容、方式是否適當，提供經營管理單位一個具體性的改善依據。同時，可根據遊客的實際反應行為來判斷是否達到解說計畫原來設定的解說目標，有效的利用經營管理者之經費，給予遊客最完善的解說服務（王鑫，1991）。

解說評估的項目包括解說內容訊息、解說員之表現以及遊客所反應之行為，分別細述如下：

#### （一）解說內容

解說牌誌、解說出版印刷品、各種展示物品及解說多媒體播映之內容，都必須確保正確性，資訊務必簡短且安排適宜，能夠吸引、維持遊客的注意力等，確保解說內容能夠被遊客所接受。

#### （二）解說員表現

解說員的表現則必須從解說員本身的組織能力、對待遊客的態度、說話之技巧以及解說者本身的儀表來評估專業解說員之能力。適時的吸引遊客目光，生動活潑並且清楚的傳遞遊客相關知識訊息是身為一個專業解說員必備的條件。

### (三) 遊客之行為

觀光工廠解說服務的對象是進入「新港板陶窯交趾剪黏園區」範圍內之遊客，因此觀察遊客實際反應的行為及接納遊客的相關意見也是改進解說服務的方法。

蔡淑惠(2000)整理出相關解說評估的定義，茲將其分述如下：

- (一) Ham (1986)：解說評估是資訊收集與分析的過程，活動之聽眾、或其對聽眾的影響，其目的是為了增進服務聽眾的能力。
- (二) Scriven (1991)：評估某事物，意味著確定它的價值、檢視它及評斷它、並確認它的優點。
- (三) Medlin 與 Ham (1992)：解說評估即確認解說品質的方法、辨識優缺點，並且瞭解成效之高低，其目的都是為了增進解說活動。
- (四) 美國解說協會(NAI, 1990)：解說評估是一個確定解說品質的多面性的過程，且屬於解說的一部份。此過程包括投入與回饋，並衡量人類、機構、環境與科技間的關係。評估涵蓋許多定量及定性的技巧。

Tubb (2003)在 Dartmoor National Park 的永續經營進行解說影響評估，其結果發現解說服務有助於增加遊客的知識與提升其對環境的覺察。李世寶(2003)對於東勢林場賞螢活動的研究發現到，由於解說人員所提供的解說內容能與遊客有所互動，隨著遊客需求作調整，所以解說活動能有效地增加遊客對於解說主題的相關知識。綜合上述，解說服務會影響解說效益之評估，換言之，所提供的解說服務不同，使得遊客所體驗的解說效益也隨之不同。

## 二、解說評估的需要性

王鑫(1989)認為解說計畫與各個解說方案需要評估的理由有以下四點：

- (一) 說明解說服務的必要性：解說服務的績效在於直接提高遊客的遊憩體評估，將遊客對解說服務的需求以及滿意的程度具體化，就可以讓納稅大眾和上級機關認識解說服務所收到的成果，進而瞭解解說服務的必要性。

- (二) 確實瞭解所設定的解說目標是否仍然適當：隨著時間的移轉，遊客和公園的管理單位對於資源的認識以及公園的管理策略，都可能發生變化。因此解說單位應當定期進行評估，以檢討各項解說目標是否達成、以及是否仍具時效。
- (三) 瞭解解說目標是否在合理的投資下有效的完成：解說服務的附帶目標之一，是使接受解說服務的遊客在欣賞能力、認識程度、環境態度以及行為方面等獲得改善。解說單位必須進行評估，才能夠瞭解遊客的行為是否改善、改善的原因、改善的程度、以及做到某種改善所需使用的經費等，從而獲知整個解說計劃的投資效益及執行效率。
- (四) 瞭解解說計畫是否有效地執行：解說服務的主要目的是對遊客提供有趣的、愉快的體驗，以及無形的教育。除了使遊客獲得感性的滿足外，也獲得知性的心得。因此對解說員的表現、解說的內容訊息、遊客的特性等，都需要進行評估，藉以確實瞭解解說計畫的效率。

Hood, Short, 與 Adams (1992)總結評估的主要理由如下：可以探究現有及潛在遊客之動機、意見、價值觀、興趣、態度、行為、期待、滿意度，以得之遊客何以願意或不願意前來，以及哪些節目或體驗可以吸引那些不願參與之遊客。

### 三、解說評估的內涵

Knudson, Cable, 與 Beck (1995)皆認為解說評估可以分為四個種類，使解說人員進行軟硬體方面的評估：

- (一) 評估遊客的行為、回應，判定是否適當地撰寫與設計展示，並達成我們的學習目標。
- (二) 透過瞭解遊客之偏好，評估解說者的表現，以改善其解說方法、作為未來改善之用。
- (三) 評估非人員解說設施是否達成其解說目標，以加以修正來使其更有效果與合時。
- (四) 評估整體節目與設備的生產力，以判定是否所付出的金錢與努力有其效果，作為尋求贊助時的有利依據。

解說評估之內涵從對於解說媒體的使用表現以及遊客的反應，可看出其重視經營者面向的評估以及整體解說之品質及生產力之評估，亦即對於整體面向的評估。

#### 四、解說評估的方法

解說評估的方式有很多種，這些考評技術由 Wagar (1976)、Veverka (2000)及 Poneleit (1979)等人發明運用，在有關資源經理機構的解說計畫考評中經證明極具參考價值（引自蔡惠民，1985）。經由蔡惠民（1985）翻譯後，將解說評估的方法分為 13 種形式：(1) 由同仁考評 (2) 專家評審 (3) 局外人之評審 (4) 觀察遊客之注意力 (5) 觀察遊客聆聽或目視時間長短 (6) 定時紀錄照相 (7) 遊客解說偏好之行為測度 (8) 行為觀察法 (9) 行跡觀察法 (10) 遊客自我測量 (11) 問卷調查 (12) 正式訪問 (13) 非正式訪問。王鑫（1989）將這 13 種方法的特性整理如表 2-2-1，其中△表示評估方法的此項特性是略具該項優點，需要進行更多的研究來了解與確認。

表 2-2-1 13 種解說評估方法之特性表

	由 同 仁 考 評	專 家 評 審	局 外 人 之 評 審	觀 察 遊 客 之 注 意 力	觀 察 遊 客 聆 聽 及 目 視 時 間 長 短	定 時 紀 錄 照 相	遊 客 解 說 偏 好 之 行 為 測 度	行 為 觀 察 法	行 跡 觀 察 法	遊 客 自 我 測 量	問 卷 調 查	正 式 訪 問	非 正 式 訪 問
可 評 估 項 目	遊客滿意程度			△	V					V	V	V	V
	遊客偏好				V	V	V				V	V	V
	遊客行為			V	V	V		V	V		V	V	V
	遊客瞭解程度									V	V	V	V
	遊客態度及意見										V	V	V
	解說內容、媒體、解說員表現	V	V	V									
所 需 資 源	成本、費用低	V		V	V	V	V						
	工作人員負擔小		V	V			V			V			
	工作人員不須具備高度專業才能	V	V	V	△	△	V	V	△	V	V	△	△
時 效 性	回饋速率快	V	V	V	V		V						
	在計畫發展早期即可運用	V	V	V									
	解說員可隨機調整解說行為				V								
	省時	V	V	V			V	V		V	V		
對 遊 客 的 干 擾	遊客的低負擔	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
	不侵犯遊客隱私權	V	V	V	V	V	V		V	V	V	V	

註：V 表該評估方法具有該項優點；△表該評估方法略具該項優點

(續下頁)

表 2-2-1 13 種解說評估方法之特性表 (續)

	由 同 仁 考 評	專 家 評 審	局 外 人 之 評 審	觀 察 遊 客 之 注 意 力	觀 察 遊 客 聆 聽 及 目 視 時 間 長 短	定 時 紀 錄 照 相	遊 客 解 說 偏 好 之 行 為 測 度	行 為 觀 察 法	行 跡 觀 察 法	遊 客 自 我 測 量	問 卷 調 查	正 式 訪 問	非 正 式 訪 問
對統計偏差防 範高					V	V		V			V	V	
所得的資料準 確性高				△	△	V	V	V	△	V	V	V	V
可處理較複雜 的問題												V	V
可收集較敏感 的資料													V
可將長時間的 遊客行為抽樣 縮短						V							
可提供外來的 看法		V	V								V	V	V

註：V表該評估方法具有該項優點；△表該評估方法略具該項優點

資料來源：太魯閣國家公園解說系統規劃研究報告，王鑫，1989，頁 181-182。

另外，學者 Knudson, Cable, 與 Beck (1995)提出五種解說評估的類型。

(一) 人員評估(individual performance evaluation)

由管理者、同儕之間、專家、或遊客提出的建言，有以下四種分類。

1. 管理者回饋(supervisory feedback)：由管理單位的人員對於解說人員及解說內容進行定期性且頻繁的評估，協助解說人員改善其負責之解說工作。
2. 同儕性評估(peer evaluation)：請數位解說人員對於解說內容進行評估。

3. 自我評估(self-evaluation)：解說人員在解說活動結束之後，藉由一個評量表，評估自我的表現。
4. 觀眾評估(audience evaluation)：藉由觀察觀眾的反應，得知解說內容之安排是否合宜，有效傳達其解說目的。可以透過觀察紀錄以下觀眾之反應，包括正面之回應如專注、眼神交流、笑容、鼓掌、參與活動、發問、給予讚美、對於解說內容感到有興趣、再次參與、告知其他人們、寫信致意，以及負面之回應像是沒耐心、缺乏注意力、不跟隨解說人員或解說流程移動、與同伴進行無關展覽之對話、離開展覽之空間或只短暫停留、對經營單位或其他遊客抱怨。

## (二) 特殊計畫評估(specific program evaluation)

定期對於所展出之內容進行評估調整，而不是一成不變。計畫之成本效果評估(cost effectiveness for program evaluation)：在對於已存在之解說計畫進行評估時，可以每小時與每一遊客互動所需負擔花費為單位來評估，以比較各個不同計畫其產生效益之高低。譬如 A 計畫需花費新臺幣 100 元進行規劃及佈置，而在一個小時內共有 50 位遊客參加，其每小時與每一遊客互動需花費新臺幣 2 元之成本；B 計畫一樣花費新臺幣 300 元進行規劃佈置，而有 150 位遊客只參觀了 45 分鐘，則每一小時與每一遊客互動需負擔成本提高到新臺幣 2.67 元。透過長期的觀察與比較，經營者可以了解每個計畫之效益為何，進而對於計畫安排作最有利的安排與調整。

## (三) 整體表現評估(total program analysis)

每個單位都應該對其所管轄之解說計畫進行年度之評估，瞭解每一年度其計畫組成情形（種類及數量），以及參觀人數的狀況，有三種類型。

1. 博物館評估計畫(museum assessment program, MAP)：為了幫助其會員進行評估，美國博物館協會(AAM)發展出兼具結構性與彈性之博物館評估計畫(MAP)。透過專家提出建言或對其博物館重新評估，找出其優勢與劣勢及必需改進之項目。其評估是由大眾角度出發，瞭解大眾對於博物館之看法、體驗等，至 1995 年止已幫助過 2,000 多個博物館進行評估。
2. 組織之自我評估(self-evaluation of the organization)：當經營之規模到達一定範圍時，要能利用更有效率的方法來進行評估，善用統計數據即是一項有

效幫助經營者釐清問題的好方法，統計數據能將模糊之資訊轉換成有系統之檔案，並成為經營者決策時之依據。

3. 自我問題之發想(self-analysis questions)：經營單位透過內部自身之問題發想，對於問題之解決方法及深度加以探討，使其提供之解說更為完善，但在進行問題發想過程中，必需多方面考量，避免結論是來自過於主觀的想法。

#### (四) 參觀者的反應(visitor reaction)

使用者對於解說提供經濟上的支持，包含直接來源的門票、捐贈，或是間接的透過繳稅，所以他們的意見應該被評估。在量化的研究方面可以使用重要表現分析法來進行，質化的研究則可以透過像是焦點團體法來獲得其意見。這兩種研究取向皆已被使用來進行解說計畫的分析。

1. 焦點團體(focus groups)：由約十人左右的遊客形成一討論團體，對於解說服務或其他主題進行討論，遊客之回應是以開放式的形式被詳實紀錄。由這種方式所得到之回應通常是易於被實行的。
2. 參觀者印象(the silent evaluation-visitor's impressions)：同事間、上層管理者、或組織性的團體遊客可以提出有效、有建設性的意見作為改善之依據。然而，有些遊客並不願意直接面對經營者提出其意見。因此解說人員是要透過那些匿名性的評估及意見，來了解參觀者對其解說表現的印象。
3. 角色的轉換(the interpreter as visitor/evaluator)：解說人員相對於其他地點而言，也是一名遊客，若能以遊客的角度來觀察別人之解說務，察覺自身仍需改進之地方，將使自己有更多進步空間。
4. 重要表現分析(importance-performance analysis)：重要表現分析是源自於行銷的範疇，它不必使用複雜的統計分析就可以得到實際的使用策略，其研究內容在評估參觀者對於設備與節目的觀感及順序，以下是使用此分析的四個步驟。
  - (1) 整理與研究主體相關的特質因素成量表，其表中的特質是隨著研究主體的不同而可以被修改。
  - (2) 將量表發展成可以詢問參觀者意見的問卷，利用李克特五點量表，先詢問參觀者對於其重要度的意見，然後再詢問其對於實際參觀的滿意度。

(3) 整理所獲得之參觀者對於各個特質的平均重要度與滿意度。

(4) 將每一個特質的數值描繪在各象限中對應的位置，根據象限中特質分布的情形來得到管理與改善上的方向。

#### (五) 生產效能及品質(productivity and quality)

評估解說人員之服務及品質與經營績效是否成正比（如遊客人數增加）。

評估解說人員之生產效能時，雖然統計數據是一個評量的依據（如當月遊客人數），但全然用數據來評量解說人員之表現是過於偏頗的，應加以考慮解說人員本身之表現、解說媒體之內容、外在因素（如天候、地點等），所造成之影響，才不致作出錯誤之評估結果。

以上所列舉之評估方法略有差異，且評估執行之難易度與結果之可信度亦有所不同。本研究乃針對「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客對於園區內提供之解說服務重視程度及滿意度來進行解說效益的評估。經過比較後選取其中之「問卷調查」法，在研究執行上，可以直接了解遊客的重視程度、滿意程度、旅遊特性等，更可提高蒐集資料的準確性，有效取得相關資料進行分析，以了解「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務之成效。

### 第三節 解說評估國內外研究

#### 一、國內解說評估研究

目前國內針對解說評估之研究，大多以國家公園、風景特定區、博物館、森林遊樂區、動物園等為研究對象。本研究將有關解說服務相關評估的研究，分述如下：

吳鳳珠（1994）以玉山國家公園塔塔加遊客中心多媒體解說進行解說效果評估，發現遊客接受解說服務的比例大幅高出未接受解說服務者甚多，其中最受歡迎的解說媒體為多媒體、解說人員等較具動態的解說。並以玉山國公園塔塔加遊客中心為研究對象，比較遊客中心在室內展示及多媒體解說的實施成效，其結果發現，遊客對室內展示的解說媒體參與率較高。

曾意婷（2001）以溪頭森林遊樂區為調查對象，顯示遊客常接受的是「非人員導覽」，例如解說牌、解說印刷品、自導式步道等解說服務，但其中以「人員解說」的效果最好。當地遊客對解說服務方的整體滿意度依序為自導式步道、人解說、解說品牌、解說印刷品、遊客中心。

王淮真（2001）以針對國立故宮博物院導覽解說滿意度，研究發現，導覽解說服務使用會因旅客的背景不同而有差異，例如年齡以 20~39 歲的青年居多，遊客大多擁有大學至研究所的學歷。在人員導覽部份，遊客行前期望的重視度與實際體驗的滿意度間，呈現高度重視、高度滿意的情形，但在解說設施部份，則呈現滿意度顯著低於重視度的情形。

江宜貞（2002）運用 IPA，探討觀眾對科學工藝博物館人員解說服務的滿意程度發現，遊客認為解說人員的「解說態度親切」是最要的，而實際體驗後則對「解說員儀表整潔」的滿意度最高。

綜觀上述文獻與研究，不難發現解說效果評估以問卷調查方式進行較多，研究的過程也較有效率。惟相關研究中發現針對觀光工廠旅遊之解說效果評估案例不多，故研究者認為「新港板陶窯交趾剪黏園區」內，具有相當豐富的人文、自然等歷史價值意義，其使用情形與解說服務之效果值得深入研究，以利於日後觀光工廠在發展觀光旅遊解說服務之參考。

## 二、國外解說評估研究

本研究將國外有關解說服務相關評估的研究，分述如下：

Derwin 與 Pipery (1998)在評估聖地牙哥動物園，青少年使用互動式解說的比例較高，而成年人使用解說牌的比例較高，顯示遊客會因興趣、能力、技巧與學習方式不同，對解說設施吸引力也會有所不同。

Mengak, Dottavio, 與 O'Leary (1986)對於 Great Smoky 山岳國家公園遊客中心之參觀者進行調查，由環境及區位規劃、廁所設備、資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間、主題塑造及遊客體驗六大構面，共 34 個因子進行解說評估，並發展成量表，且以重要表現分析法進行分析，作為遊客中心改善之依據(Knudson, Cable, & Beck, 1995)。本研究翻譯量表如表 2-3-1(量表原文請參照附錄二)。

表 2-3-1 Mengak, Dottavio, 與 O'Leary 提出之解說評估構面表

構面類型	問 項
一、環境及區位規劃	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 設置地點恰當</li> <li>2. 建築主體與週遭環境融合</li> <li>3. 傳達歡迎遊客之意</li> <li>4. 有足夠的停車空間</li> <li>5. 提供無障礙空間</li> </ol>
二、廁所設備	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 乾淨、氣味清新</li> <li>2. 使用備品齊全（衛生紙、洗手乳等）</li> <li>3. 寬敞舒適的空間</li> </ol>
三、資訊提供及諮詢服務	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 人員友善且款待參觀者</li> <li>2. 人員熟知館內最新活動與節目之訊息</li> <li>3. 詳細列出營地的位置與使用狀況（已出租或無）</li> <li>4. 館內特別之節目或活動主題的宣傳</li> <li>5. 易於取得介紹的折頁</li> <li>6. 可以由網路獲得資訊</li> <li>7. 主動告知參觀時應注意事項</li> <li>8. 館方規定的告知</li> </ol>
四、販售區	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 販售產品品質優良穩定</li> <li>2. 有系統的展示各項產品</li> <li>3. 產品價格合理</li> <li>4. 可以清楚知道哪些是館方自行生產的產品</li> </ol>
五、展示空間	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能吸引你的吸引力</li> <li>2. 呈現出明確的主題</li> <li>3. 描述了館中的自然環境特徵</li> <li>4. 描述了館中的人文歷史</li> <li>5. 突顯館中重要以及獨特的資訊與館藏</li> <li>6. 展覽內容是可以滿足各年齡層的需求</li> <li>7. 引起遊客熱烈討論</li> <li>8. 展示空間設計令人眼睛為之一亮</li> <li>9. 參觀動線能清楚引導至各展示主題</li> <li>10. 使用多元化的方式進行解說介紹</li> <li>11. 展示整體是易於觀賞與理解的</li> </ol>
六、主題塑造及遊客體驗	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 會激起參觀者探索的動機</li> <li>2. 塑造本館被重視的地位</li> <li>3. 協助參觀者欣賞體驗館內的展示內容</li> </ol>

資料來源：Knudson, D. M., Cable, T. T., & Beck, L. (1995). *Interpretation of cultural and natural resource*, State College, PA: Venture Press.

## 第四節 重要-表現程度分析法

### 一、重要—表現程度分析法簡介

重要—表現程度分析(importance- performance analysis; IPA)是探討遊客對於各項設施或者服務的重視程度以及實際的績效程度(即體驗後的滿意程度),探討兩者間的落差,並利用重視程度以及滿意程度將各項設施或者服務劃分至四個象限中,分別代表其在消費者心中的實際績效(Martilla & James, 1977)。由於適用範圍廣泛(不受實體商品或者服務的限制),因此在各個領域中經常被使用。此法包含雙重機制,分析的結果可以讓經營者知道使用者或消費者的要求以及本身服務品質的現況評價,做為日後繼續發展或中斷的參考;對於經營者來說是一項非常有用的資訊(引自江宜珍,2000)。

重要—表現程度分析(importance- performance analysis; IPA)始於 1970 年代,最早是 1977 年由 Martilla 與 James 在分析機車工業產品的屬性研究中,提出 IPA 的簡單架構,並將重要性與表現情形的平均得分製圖於一個二維矩陣中;在矩陣裡軸的尺度和象限的位置可以任意訂定,重點是矩陣中各不同點的相關位置(Martilla & James, 1977)。此研究並採用典型的消費者樣本問卷調查進行。IPA 潛在的假定即是消費者對屬性的滿意程度,來自於他對產品或服務的表現情形之期望與評價(引自江宜珍,2000)。

而在眾多研究的應用之後,重要—表現程度分析(importance- performance analysis; IPA)已經成為廣泛使用於不同企業中品牌、產品、服務和建立銷售點的優劣勢修正分析的普遍管理工具(Chapman, 1993; Cheron, McTavish 與 Perrien, 1989)。Choi (1999)認為在日漸競爭的環境下,對於服務或品質重要性與表現情形優劣分析的決定,似乎很明顯是機構團體能否成功的要素之一(引自江宜珍,2000)。

重要—表現程度分析(importance- performance analysis; IPA)模式,以行前期望(重要程度)為縱軸(Y軸),實際體驗(表現程度)為橫軸(X軸),再各依其總平均值割成 A、B、C、D 四個象限,其代表意義如下:

- (1) A 象限表受訪者對於落於此區的變項行前期望高且滿意度也高,落在此象限的變項應該「繼續保持」(concentrate here)。

- (2) B 象限表受訪者對於落於此區的變項行前期望高，但滿意度低，是需「改善焦點」(keep up the good work)。
- (3) C 象限表受訪者對於落於此區的變項行前期望低且滿意度也低，落在此象限的變項表示「優先順序較低」(low priority)。
- (4) D 象限表受訪者對於落於此區的變項行前期望低但滿意度高，落在此象限的變項已能滿足受訪者的需求，不用太過強調，屬「供給過度」(possible overkill) (黃宗成等，2000；Martilla & James, 1977)。如圖 2-4-1 所示。

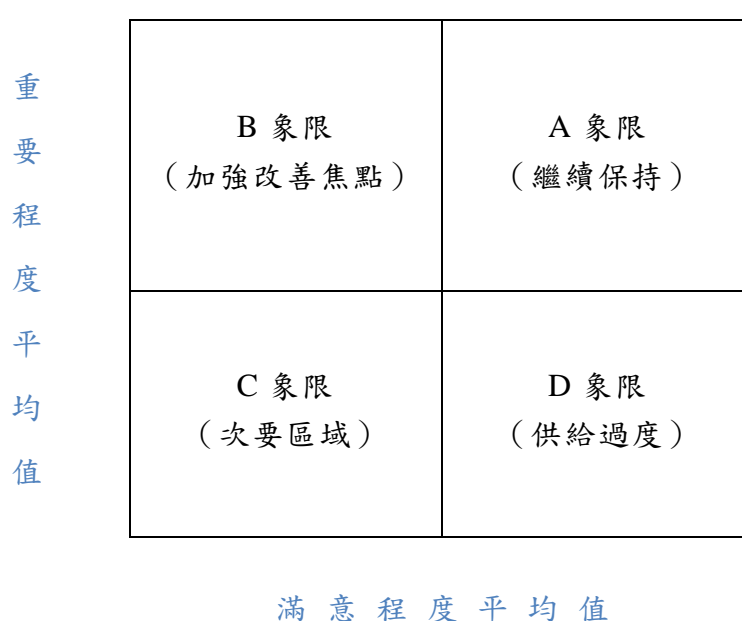


圖 2-4-1 重要-表現程度模式

資料來源：“休閒農場遊客遊憩體驗之研究”，黃宗成、吳忠宏、高崇倫，2000，*戶外遊憩研究*，13(4)，1-25。

重要—表現程度分析(importance-performance analysis; IPA)有三項假設(Sampson & Showalter, 1999)：

- (一) 重要性和表現情形有相關。
- (二) 一般而言，所知覺的重要性與所知覺的表現情形是相反關係；也就是當表現情形已經足夠時，其重要性便降低。在馬斯洛的需求理論中也指出

當需求被滿足時就不再成為動機之一。

(三) 重要性是表現情形的導因函數；也就是表現程度的改變會導致重要性的改變。

重要—表現程度分析(importance-performance analysis; IPA)的分析方法一般分為四個步驟：(引自黃章展、李素馨、侯錦雄，1999)

- (一) 列出休閒活動或服務的各項屬性，並發展成為問卷的問項形式。
- (二) 請使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度二方面評定等級。前者是使用者對產品或服務等屬性的偏好、重視程度；後者是該項產品或服務的提供者在這些方面的表現情形。
- (三) 以重要程度為縱軸，表現程度為橫軸，並以各屬性的評定等級為座標，將各項屬性標示在二維空間中。
- (四) 以等級中點為分隔點，將空間分為四個象限。

IPA 座標圖中是以等級中點做為分隔點，Hollenhorst, Olson 與 Fortney (1992) 認為若以重要(I)—表現(P)程度各自的總平均值(overall mean)為分隔點，比使用等級中點(middle point)的模式更具有判斷力(引自江宜珍，2000)。故在本研究中使用總平均值做為 X-Y 軸的分隔點。

第一象限(I)表示重要程度與表現程度的評價皆高，落在此象限中的屬性應該繼續保持(keep up the good work)；第二象限(II)表示重要程度高但是表現程度不佳，此象限中的屬性是供給服務者應該加強改善的重點(concentrate here)；第三象限(III)則是兩者皆差，此象限中的屬性表示改善的優先順序較低(low-priority)；第四象限(IV)表示重要程度低但是表現良好，此象限的屬性可能是供給過度(possible overkill) (見圖 2-4-2)。

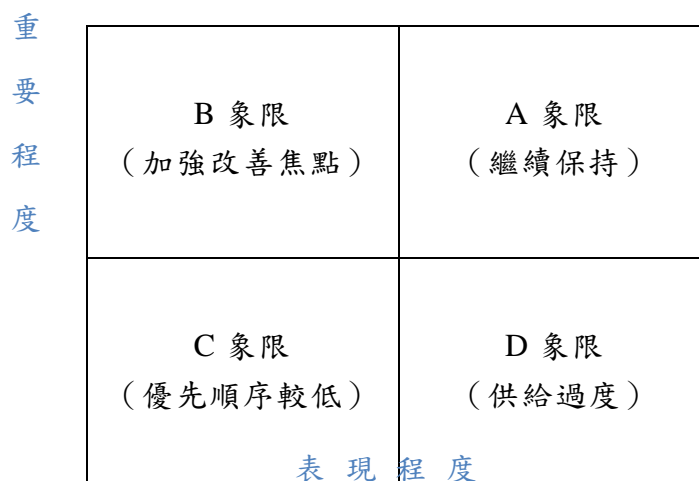


圖 2-4-2 重要-表現程度分析模式

資料來源：運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究(頁 66-71)，江宜珍，2002，未出版碩士論文，國立臺中師範學院，臺中市。

而有些研究中將座標的縱軸與橫軸定義互換，也就是重要程度為橫軸、表現程度為縱軸；那麼分析結果時，在第二和第四象限的意義也必須互換。

## 二、運用 IPA 分析法之相關研究

在國外的研究，國外眾多研究的應用之後，重要—表現程度分析(importance-performance analysis; IPA)已經成為廣泛使用於不同企業的管理工具，特別是應用在品牌、產品、服務和建立銷售點的優劣勢修正分析以被廣泛的使用，有許多研究企業都透過顧客對產品屬性的重視度(important)與表現情形(performance)來分析顧客的滿意度(satisfaction) (Lilien, Kotler 與 Moorthy, 1993)。產品相關屬性的重視度乃決定於顧客，而產品的表現情形則依顧客對產品相關屬性的表現知覺來決定。測量遊客對飯店的滿意度(Lewis & Chambers, 1989)等。

重要—表現程度分析(importance- performance analysis; IPA)在國內的應用有：林子琴(1997)以 IPA 分析探討臺灣遊客對郵輪產品的認知與滿意度間的關聯；葉碧華(1998)以 IPA 分析遊客對大型觀光節慶—燈會活動展出的效益認知，事後體驗的整體滿意度情形；吳正雄(1997)以 IPA 分析探討國際來華旅客對於中華餐飲消

費的重視屬性與體驗結果；江盈如（1998）使用 IPA 分析探討健康俱樂部顧客滿意度及滿意度構面重視度的情形，結果指出健康俱樂部各滿意度構面之重要性與滿意度認知差異，以及滿意度與忠誠度間的關係，會受健康俱樂部經營型態之影響；黃章展、李素馨與侯錦雄（1999）曾應用 IPA 探討青少年觀光遊憩活動的需求特性；余幸娟（2000）使用 IPA 探討宗教觀光客的旅遊動機、期望與其滿意度的差異；王淮真（2007）以 IPA 分析國立歷史博物館中何種解說服務是遊客重視而急需改進的部分；江宜貞（2002）運用 IPA 分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效及解說媒體滿意度之研究。

綜觀上述文獻，學者們通常將遊客對服務的認知視為其對品質屬性重要的評價，面對服務實際體驗後之滿意度，視為服務之表現程度。許多研究也分析遊客的滿意度是透過顧客對品質屬性的重視程度與實際體驗後的表現程度之差異情形來評估。

## 第五節 觀光工廠與研究基地「新港板陶窯交趾剪黏園區」介紹

### 一、觀光工廠之定義與相關研究

#### (一) 觀光工廠之定義與類型

臺灣近年來因為產業結構的變化，許多傳統製造業逐漸退下光環，基於地方產業文化傳承、塑造企業形象、熱愛鄉土敦親睦鄰及增加收益等，透過政府政策推動製造業發展休閒生活產業，讓原本就有相當多有特色的工廠具有產業歷史價值、或具有觀光教育價值，依據地方特色、人文采風、產業獨特的特質來協助轉型輔導成為「觀光工廠」及「觀光工場」的型態，可使得一般民眾有了一窺全貌的機會，除加深對產業技術與在地文化的認識外，也是最佳的產業觀光與學習教育題材（經濟部工業局，2003）。

觀光工廠是由前經濟部施顏祥次長於 2002 年提出之創新理念，期許以製造業兼營觀光服務模式開啟產業變革的新思維，讓工廠經由觀光化，以整合具有地方文化、產業文化的特色，凝聚成觀光休閒之附加價值，展現出工業新風貌，同時，也開創出工業觀光新資源。外國工業觀光的旅遊型態早就存在已久，特別是製造業結合觀光經營工廠觀光化的模式，往往出現在旅遊路線，所以，國外製造業兼營觀光服務行之有年，可以說是觀光工廠的先驅（李崇清，2003）。

目前在觀光工廠計畫的推動之下，廠商性質可分為兩個部份，一個是成熟產業，隨著產業沒落和結構的改變，加入了一些新的因素，這因素就是觀光工廠，第二個就是產業文化的聚集，也就是透過觀光化將原本的產業文化發揚出來（楊勝評，2003）。

而依據經濟部在 2003 年公布之「工廠兼營觀光服務作業要點」，觀光工廠乃位於經濟部工業局管理之工業區內，且兼營觀光服務之工廠，其工廠本身具有觀光、歷史文化、教育價值等，廠地完整仍繼續從事登記產品製造加工者，且以非屬危險性工業為原則。所稱之工廠兼營觀光服務，係指從事製造加工並領有工廠登記證之工廠，將其可供參觀之部分廠地、廠房、機器設備等設施提供遊客觀光、休憩服務；其使用型態分為下列三類（經濟部工業局，2003）：

1. 第一類：工廠利用部分廠地（生產事業用地）、未申請立體混合使用建築

物兼營與登記產品有關之觀光服務業務者。

2. 第二類：工廠利用部分廠地（生產事業用地）及立體混合使用建築物兼營觀光服務業務者。

3. 第三類：工廠利用部分生產事業用地申請變更為相關產業用地兼營觀光服務業務者。

其中，第一類工廠得設置實作體驗區及遊客休憩區。實作體驗區乃作為工廠參觀、實作體驗、教育解說之用；遊客休憩區則作為休憩、產品展示及販售等相關用途之用。為達上述之機能，工廠得設置實作及解說設施、景觀設施、產品展示（售）設施、安全防護設施、遊客休憩設施及停車場等。

第二類工廠除得設置上述之設施外，其立體混合使用建築物部分樓層內並得設置餐飲、文化、休閒服務設施。但相關產業所占樓地板面積不得超過該建築物總樓地板面積百分之三十。第三類工廠之生產事業用地內除可設置同第一類工廠中之設施，相關產業用地內亦得設置餐飲、文化休閒、零售等設施。

經濟部工業局與中部辦公室更在 2007 年的「地方群聚產業輔導計畫」中納入觀光工廠輔導內容，訂定「觀光工廠計畫輔導作業要點」，使觀光工廠輔導作業能更縝密，及讓有轉型需求之廠商有所遵循。

在此作業要點中定義觀光工廠為「具觀光教育或產業文化價值，實際從事製造加工之工廠，將其產品、製程或廠地廠房供遊客參觀者。凡設立於中華民國境內，領有營利事業登記證及工廠登記證，符合觀光工廠計畫定義之工廠，均可提出申請輔導」（經濟部工業局，2008）與 2003 年「工廠兼營觀光服務作業要點」所指稱的觀光工廠並無太大的不同。但為因應越來越多廠商想加入觀光工廠的行列，此輔導作業要點即是一套更加完善的審核標準，以求公正公平公開之遴選作業，以期讓遊客能進入充滿產業知識、趣味體驗、教育娛樂特質與安全舒適的觀光工廠。

依照經濟部工業局於 2008 年修定的「觀光工廠計畫輔導作業要點」，觀光工廠指的是具觀光教育或產業文化價值，實際從事製造加工之工廠，將其產品、製程或廠地廠房供遊客參觀者。本研究之研究範圍「新港板陶窯交趾剪黏園區」符合經濟部工業局所定義之觀光工廠型態中的第一類，該園區中設置有實作體驗區及解說設

施、景觀設施、產品展示（售）設施、安全防護設施、遊客休憩設施及停車場等各項服務設施。本研究所稱的觀光工廠指的是通過經濟部工業局審核並進入輔導階段或獲得輔導標章的工廠。

## （二）觀光工廠之相關研究

目前國內研究觀光工廠的碩博士論文有 16 篇，其中有八篇以工廠供給者的角度來探討轉型為觀光工廠的發展及經營策略（張正鋁，2005；林銘鴻，2005；蕭呈章，2006；歐陽皓，2006；李慧貞，2007；林融聖，2007；李玟儀，2008；陳儀甄，2011）。而另外的八篇則以遊客需求者的角度來看工廠提供的行銷策略、服務品質是否讓遊客喜愛、滿意（陳瑩盈，2004；陳蓉瑩，2004；黃君郁，2006；陳俞伶，2007；潘季珍，2007；江俞慧，2008；李孟純，2010；蔡家嫻，2010）。茲將國內研究觀光工廠論文的研究內容列於下表 2-5-1：

表 2-5-1 國內觀光工廠相關期刊、論文

作者	年代	論文名稱	研究內容
陳蓉瑩	2004	以消費體驗觀點探討劇場元素對體驗品質、品牌態度、忠誠意圖影響之研究-以觀光工廠為例	以山水米及先麥食品二家觀光工廠的遊客為研究對象，從劇場觀點探討對體驗品質要素（學習、參與、沈浸、趣味性）、品牌態度和忠誠意圖的影響。
陳瑩盈	2004	產業轉型之策略探討—觀光工廠之解說服務評估	評估觀光工廠之解說服務，探討遊客對於環境及區位規劃、廁所設備、資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間、主題塑造及遊客體驗六大解說服務構殊，之重要程度及滿意程度，以及與遊客屬性之間的關係，以先麥芋頭觀光工廠為研究基地。
張正鋁	2005	我國傳統製造業轉型觀光工廠之經營策略探索性研究	針對業者所在地的縣市政府的資源投入因素、產業的特色及業者的轉型動機及企圖心，選定泉順食品、金良興窯業、奇聖石業及聖祖食品進行深度訪談，探討核心製造本業之轉型條件、轉型為觀光工廠之事業層級策略及轉型績效評估等。
林銘鴻	2005	離島地區傳統製造業轉型觀光工廠發展策略研究—以金門地區為例	建立金門觀光工廠發展類型及環境構殊，並對金門地區遊客及廠家做問卷調查，以瞭解遊客參訪金門觀光工廠之行為特性與環境需求，以及廠家從事觀光行為之基本背景、改善期望、未來發展目標。

續下頁

表 2-5-1 國內觀光工廠相關期刊、論文(續)

作者	年代	論文名稱	研究內容
黃君郁	2006	保健食品產業觀光發展策略之研究--以食益補白蘭氏雞精為例	以保健食品為出發點，探討其在推動產業觀光策略上與一般食品業之差異，主要以消費者參觀白蘭式健康博物館後的問卷調查做探討，分析消費者的行為特性與保健食品工廠實際推動產業觀光的 SWOT 分析，探討保健食。
蕭呈章	2006	製造業經營者轉型觀光工廠的認知與意願之研究—以南投縣傳統產業為例	藉由南投縣傳統製造業經營者的特色、轉型觀光工廠之意願、認知，及經營者的觀光服務認知與轉型意願的關係，來探討製造業經營者轉型觀光工廠的認知與意願。
歐陽皓	2006	以清潔生產先期盤查看石材廠轉型之永續經營	了解奇聖轉型成觀光工廠之因素與改變，並依據「科技專案清潔生產評估作業手冊」，進行系統化的「盤查」分析，以瞭解其生產製造如何朝向永續經營。
林融聖	2007	閒置資產再利用發展策略之研究—以觀光工廠為例	本研究採用深度訪談的方式，並以產官學者的角度，來窺視觀光工廠的發展策略，是否能夠作為活化閒置資產再利用的方式，並建立出兩者之關鍵因素與關連性。
李惠貞	2007	臺灣傳統產業轉行為創意活產業觀光工廠之策略研究-以桃園縣 A 公司女性內衣工廠為例	以桃園縣政府對縣內相關工業區所發展的觀光工廠政策為依據，從文化創意產業中「創意生活產業」的創意角度來探討已經式微的傳統產業如何轉型為現下最具競爭力的觀光工廠。從體驗經濟的四大要素，以及四種表演劇場的展示手法，轉換成展示空間的構成元素與設計。
潘季珍	2007	遊客對產業觀光認知與遊憩體驗偏好關係之研究—以金良興磚窯文化觀光工廠為例	瞭解不同遊客對於產業觀光認知之差異及其於參與產業觀光各種遊憩體驗（心理、實質環境）後的偏好情形，進而探討遊客對產業觀光的認知與遊憩體驗偏好之關係。
李玟儀	2008	以模糊德爾菲法建構觀光工廠外部資源指標之研究	對已輔導的 24 家觀光工廠之條件進行分析，蒐集各項觀光工廠外部資源重要因子，分析出「觀光資源」、「交通運輸資源」、「組織資源」、「公共設施資源」等四項資源構架，十項準則和二十三項次準則的架構，並對產、官、研、學界等 14 位專家來進行模糊德爾菲法，評估觀光工廠外部資源重要因子。

續下頁

表 2-5-1 國內觀光工廠相關期刊、論文(續)

作者	年代	論文名稱	研究內容
江俞慧	2008	體驗行銷對顧客滿意度及忠誠度之研究-牛軋糖觀光工廠為例	以「體驗行銷」、「顧客滿意度」與「顧客忠誠度」等三部分的問卷做為研究工具，分析、研究體驗行銷構殊對顧客滿意度及忠誠度間的關係，進而提供業者推行以體驗為訴求的行銷活動參考。
李君如 陳俞伶	2009	觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度之研究~以白蘭氏觀光工廠為例	以歐洲顧客滿意度模式為基礎，依產業特性作題項設計與調整。研究目的在探討觀光工廠的觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度，並分析不同的遊客屬性在各變數的感受是否有顯著差異；進一步建立觀光工廠滿意度之結構方程模式，探討各變數間之關係。
李孟純	2010	觀光工廠體驗行銷、滿意度及忠誠度關係之探討-以白木屋品牌文化館為例	觀察消費者對於觀光工廠所提供的體驗項目之看法，提供觀光工廠經營者建構貼近消費者之體驗環境，以及提昇滿意度及忠誠度之參考；了解消費者對於白木屋品牌文化館體驗行銷、滿意度及忠誠度之資料；透過對偶重要度相關圖分析之概念探討體驗行銷項目的二維特性，並以結構方程模式驗證體驗行銷、滿意度及忠誠度之關係。
陳儀甄	2011	中興穀堡觀光工廠導覽解說功能之企業經營診斷分析	藉由稻米觀光工廠的導覽解說系統讓遊客瞭解稻米產業文化，不僅影響遊客觀光活動的效益，亦影響業者企業行銷的效果。透過對個案之導覽解說系統以企業經營診斷方式進行分析，藉由次級資料、田野觀察、深度訪談及遊客問卷進行資料之收集，分析業者的經營理念、行銷效果以及遊客之觀光功能。
蔡家嫻	2012	產業觀光工廠服務流程與顧客滿意度關係之研究	就產業觀光工廠的服務流程與顧客滿意度關係之探討，以位於彰濱工業區的白蘭氏健康博物館為對象。

資料來源：研究者整理。

## 二、國外觀光工廠介紹

以製造為主的工廠系統於十九世紀即已存在了，因應時代潮流的演變，以服務為主的產業觀光，成為二十一世紀一項新興的休閒產業。因此，製造產業走向觀光

化，可以說是一股經濟時代的趨勢，荷蘭、德國、英國、日本等與民生消費相關的工廠觀光化已行之有年，以下將探究國外幾個觀光工廠的模式及其策略，以作為國內觀光工廠發展之參考與比較：(以下內容引自經濟部工業局，2004；陳瑩盈，2004)

### (一) 荷蘭部分

#### 1.海尼根(Heineken experience)啤酒博物館

距離阿姆斯特丹中央車站約 2 公里的海尼根舊廠建於 1863 年，已有 142 年歷史，今日已改建為啤酒博物館。館中將啤酒的製作過程與海尼根歷史故事呈現給大眾，運用科技、情境設計讓人融入海尼根體驗。其入場參觀門票為 10 歐元，觀眾可以在館內酒吧暢飲免費三杯海尼根啤酒、啤酒 show、其門票票根可兌換紀念品海尼根啤酒杯一個。

#### 2.瑪利亞(Clara Maria)農場

提供荷蘭地方特色產業體驗，農場中有 130 頭乳牛，員工只有 7 人，一天只能生產 189 個起司，其風味獨特產量少價格高，所以通路有限，主要是當地生產、當地銷售。農場中的本業為乳酪加工生產、導覽解說，但為了引進觀光客源增加商機，農場男主人想到利用木鞋吸引觀光客，與車公司、觀光飯店、導遊合作，提供參觀資訊。雙重的特色複合後，對其業績有顯著的提昇效果，一天中約有 200 人次的參觀。

#### 3.臺夫特(Royal Delft)瓷器博物館

臺夫特早期所製造之瓷器為皇族結婚使用，至今已有 350 年歷史，自 1919 年改名冠上皇家，約 1990 至 1993 年公司營運低迷、生產成本高、赤字虧損，故由原本只做瓷器、瓷磚及建材，慢慢轉型觀光開放參觀，增加其業務項目，如增加 DIY 彩繪與教學、規劃套裝行程提供給旅行社或觀光團體等、收門票與增加服務項目、成立瓷器技術中心、吸引藝術家人才加入等。博物館內提供臺夫特歷史文化導覽解說、瓷器展示、瓷器製作過程介紹等體驗。目前公司的營運製造生產與觀光各佔 40%與 60%，臺夫特觀光部經理道出，轉型之後太依賴觀光，只要觀光客減少公司營業額也減少，故其公司發展能持續

調整與升級，其目標朝向成為荷蘭觀光文化重點代表、針對國內市場潛力開發特殊產品、增加公司寄珍品市場訂單、成立製作瓷器技術中心努力著。

#### 4. 寇斯特(Coster)鑽石工廠

提供訪客入內參觀且不收門票，解說員視來訪對象提供國語、廣東話及其他多達 21 種的語言進行服務，逐一解說技術人員其專業切割、磨光鑽石之過程，以及介紹鑽石等級 4C 基本知識，之後解說員會帶領遊客進入展示室參觀，解釋鑽石的等級及價格，並提供貨真價實的鑽石珠寶選購服務。其觀光服務很完善，強調顧客才是主角，所以會設身處地為顧客規劃，在其開放式的空間裡，顧客可以對於各項展示櫃、展覽文物、陳列商品，以及告示資訊等內容一覽無遺，通常在一旁切割、磨光鑽石的技術人員也會應顧客要求合照留念，甚至施展絕活取悅顧客，此外，寇斯特鑽石工廠亦提供免費的停車與接送、茶水咖啡等服務，無論觀光客購買與否，仍有親切的服務品質。

### (二) 德國觀光工廠

#### 1. 哈格明斯徹(Hagemeister GmbH)磚廠

其工廠已有 120 年歷史，其主要生產產品有地磚 100 種、牆磚 60 多種，並研發不同顏色的磚用於各式建築、視顧客需求訂作。磚廠內有戶外及室內的展示空間呈現介紹其產品，目前預約團體可以參觀，但並不對一般遊客開放，仍以本業研發與技術升級為主。

#### 2. 斐樂伊&柏克(Villeroy & Boch)瓷器工廠

位於梅特拉賀(Mattlach)小鎮，其工廠已有 250 多年歷史，遊客到此參訪首先欣賞 15 分鐘的短片，以了解 Villeroy and Boch 的品牌由來，而在廠中提供導覽解說服務，由專人介紹工廠與瓷器之發展歷程，並展出 250 年來的瓷器珍品，而其購物中心特別設在小鎮街上，將觀光人潮引導至鎮上以繁榮地方，其每日參觀人數有 800 多人。

### (三) 英國觀光工廠之發展

觀光工廠是近年英國成長最快速的一種觀光吸引力，目前英國有 1,000 家工廠開

放參觀，提供消費空間（零售部門），以鞋業、玻璃業、陶瓷業、食品業、紡織業等消費性商品最成功（張馨文，2005）。

英國多年來發展觀光工廠的經驗，是以產業觀光為主體的產品銷售空間，是觀光遊憩與購物結合的成功型態，其政府輔導產業觀光的立場，短期目標為提升受輔導廠商的經營績效、環境品質及文化內涵，長期目標不只增加單一廠商的營業額，並希望透過產業文化的強化及宣導，活化傳統產業及提升整體競爭力，促進同業良性競爭，帶動地方經濟發展，所輔導的觀光工廠，小至單一產業之單一工廠，大至以地方特色產業為主的工業城或是傳統聚落。

在英國觀光工廠的實際作法方面可由下列幾點來說明。

#### 1. 觀光工廠有什麼好處：

投入產業觀光的公司（工廠），對於可提供訪客愉快且真實的體驗感到光榮，且同時可獲取利潤，其有兩種類型，分別是有形與無形的效益，有形的效益即為實際的收入機會，包括了門票、直接販售產品、紀念品販售、書籍著作販售、餐飲、休閒設施、教育解說，無形的效益包含了獲得公眾較高評價、輸出高品質的印象、有機會展現產品設計和製造的技術、提振員工的士氣、產品品質與工作的安全、展示好的工作環境、刺激潛在客戶的興趣、增加品牌忠誠度、提供VIP客人更多設施、吸引外國觀光客的機會等。

#### 2. 觀光工廠的目標：

產業觀光產生的最大影響在工廠大門外，每一位心滿意足離開的遊客，都將是本工廠免費的大使。

#### 3. 如何開始：

可分為幾個方面說明，第一，檢視自己的產品，是屬於實體的商品或是服務、是否適合直接銷售、顧客會持續使用與否、有沒有特別的設備等。第二，界定追求的目標，包括利潤、公共關係、產品行銷、社區服務等。第三，確定目標客人，是屬於團體客或散客，其使用者為中盤商或一般大眾。第四，請教專業、有經驗的前輩。第五，擦亮自己的產品（包括生產線）。第六，尋

求各方協助，如公部門、專家顧問、財務支援等。

#### 4.創造訪客體驗：

在此方面要考慮到發揮自己所擁有的一切（資源、特色）、創造好的體驗（把事情做好）、遊客的到達與接待、事先集合簡報說明、行程安全、路線規劃、自導式路線、解說方式、休閒設施、販售區等。

#### 5.接待訪客的員工編制：

每一位員工都是訪客的接觸點，所以負責導覽與接待的員工必需是親切愉快的、能耐心回答十來個相同問題、對公司的背景與產品如數家珍、能回答技術性的問題、懂得如何清楚簡明的解說、了解緊急狀況與急救訓練的原則，另外，可以邀請已退休之員工回來講解公司的歷史。而員工的培訓方面，要注重實地訓練，並可委託專業者培訓，但要瞭解並不是瞞個人都能同時工作與說話、能清楚解釋工作內容，且願意被訪客參觀，可先挑選有意願並享受被參訪的員工負責接待，當大部分員工與訪客互動良好時，是可以激發員工的榮譽感與熱情的。

#### 6. 參訪的健康與安全：

訪客與員工有同樣的權利，應提供必要的防護措施、並事先說明，且要有嚴謹的管制，並能保護產品。

#### 7. 如何吸引遊客：

瞭解、或設定自身的目標訪客，透過各種媒體行銷宣傳（如口耳相傳、摺頁、網路、廣告、出版品等），並監督各項行銷管道的效益。

而受訪的英國觀光工廠中有 98%認為值得做，原因是觀光工廠擁有有形與無形的效益，且這是時代的潮流與國家的發展方向，目前半數以上的觀光工廠是需要收門票的，但如果公司目標是要培養好的公共關係，則需免費再加上紀念品，如收門票更應限制參觀人數，以增加訪客體驗的價值感，且能讓訪客感到物超所值，否則會造成負面效果。

英國的觀光工廠考慮到很多的面向，尤其能考慮到遊客的安全及接待員工的

態度及訓練，是足以讓國內的觀光工廠學習的。英國的觀光局網站也列出一百多間的觀光工廠資訊供旅客查詢，讓觀光工廠邁向國際化，吸引國外遊客參觀。

#### (四) 日本的觀光工廠

以日本北海道為例，明星商品「白色戀人」巧克力系列食品，幾乎是到札幌的觀光客必購伴手禮，其札幌市石屋製菓設有一處由廠房改裝建成的旅遊景點，內有公園、博物館及工廠，介紹「白色戀人」的歷史及製造方法，也珍藏了各國的歷史茶具及關於巧克力的海報，亦有自製「白色戀人」的體驗；而於每日的整點時間，還有大型表演。同樣位於札幌的雪印乳業史料館也開放工廠使用過的機械類，以及現在工廠情況活動的模型，讓觀光客能參觀牛奶及乳製品的製造過程。參觀後，可以免費品嚐牛奶及特製冰淇淋。

觀光工廠的範圍可以小至單一產業之單一工廠，大至以地方特色產業為主的工業城或是傳統聚落，諸如：荷蘭、德國、日本、美國對於觀光工廠的型態甚至可以完全轉型成為以產業歷史及文化觀光為主體的「觀光產業」，甚至成為一個「觀光景點」，為企業說故事、造歷史，將商品變成紀念品。於此，臺灣要發展觀光工廠，在實施據點選擇上，乃須選具有歷史、文化特色及觀光、教育價值的「工廠」輔導轉型。

至 2011 年已累計輔導 165 家觀光工廠（經濟部工業局，2011），產業範圍涵蓋食品、陶瓷、床墊、製酒、鋼刀及精油等不同產業。除此，經濟資源較為豐厚的產業也藉此順水推舟的推行產業觀光化，例如：白蘭氏健康博物館、臺灣玻璃館、衛浴文化觀光工廠等等，都意識到此番的轉型風潮。由此可知，目前有意願轉型為觀光工廠的產業是逐年增加，更凸顯出產業觀光創造新生機的機緣（陳俞伶，2008）。

回顧上述有關觀光工廠的文獻資料，本研究定義觀光工廠為：具有獨特產業歷史文化的傳統生產工廠，透過觀光的包裝、行銷、體驗、解說等服務化方式讓遊客達到休閒的目的，也從中充分瞭解產業的內涵與相關知識，欣賞產業之美；而廠商也藉由轉型為觀光工廠，提高產值收入、提昇品牌知名度並達到產業文化傳承的目的。

的。本研究所探究的觀光工廠是指目前通過經濟部工業局「工廠兼營觀光服務作業要點」、「觀光工廠計畫輔導作業要點」審核，進入輔導階段或獲得輔導標章的觀光工廠。

### 三、「新港板陶窯交趾剪黏園區」之背景介紹

臺灣交趾陶為泛指在臺灣地區製作使用之裝飾性為主的交趾陶，最出發源地可以追溯到中國的泉州（今屬福建省）與潮州（今屬廣東省），經低溫燒成的彩釉軟陶作品（簡聰榮、鄭昭儀，2001；陳秀珠，2002；徐天福、黃秀珍，2000）。交趾陶定義與名稱，早期匠師界多數以「尪仔」、「廟尪仔」、「湍塘尪仔」、「細仙尪仔」、「淋塘仔」、「交趾尪仔」等等，而「交趾燒」的稱呼是日據末期的事（謝東哲，2002；簡聰榮、鄭昭儀，2001）。

交趾陶原本是依附在建築裝飾的需求上而產生，對臺灣早期的常民生活來說，民間信仰及宗教活動是一般人民生活上的要事，各地均有寺廟的興築，而在當時多延請唐山師傅渡海來臺從事寺廟營造，因此交趾陶的應用源自寺廟的建築裝飾，塑造題材則以花鳥、人物、走獸為主，並常見於「水車堵」、「山牆」、屋頂的「燕尾脊」與「規帶排頭」等部位。多彩的釉塑陶製戲文人物，搭配著山水背景或花果圖案與五彩的玻璃剪黏相映成趣，成為臺灣傳統寺廟建築裝飾文化中不可缺少的一環。

隨著臺灣寺廟建築方式與使用材料的改變，由木結構轉變鋼筋水泥，許多新建的寺廟以水泥做模塑，取代了費工、費時的石雕及木雕的手工藝，交趾陶的壁面部位則改用磁磚彩繪貼於牆面上，屋頂則大量應用玻璃剪黏。因此，交趾陶的工藝產業在近三十年間，面對市場的轉型，不得不另尋出路。（徐天福、黃秀珍，2000）。

依據新港文教基金會會訊（2003）所述，觀究交趾陶的創作與經營，多還是以手工藝型態的工作坊、或者以個人名聲的方式為交趾陶的創作經營。以新港為例，嘉義縣新港所製作的交趾陶佔全臺寺廟重建與修護的百分之七十強，而新港地區的交趾陶匠師都是以個人工作室做為經營單位，有機械化生產的僅陳忠正先生於2005年成立所設立之「板陶窯交趾剪黏工藝園區」一家，且雖生產機械化，但是在研發設計部分還是僅有陳忠正老師一人。

「板陶窯交趾剪黏工藝園區」，位於嘉義縣新港鄉板頭村，乃是從觀光工廠發想而來，且符合經濟部工業局所定義之觀光工廠型態中的第一類，將舊有廠房重新打造為一個新休閒園區，園區中目前設置有交趾陶剪黏工藝館、體驗工坊及板陶屋餐廳、工藝產品販售區、戶外庭園區、遊客休憩設施及停車場等各項服務設施（如圖 2-5-1）。其中，「交趾陶剪黏工藝館」內包括入口意象大廳、多媒體區、館主作品個展室、交趾陶剪黏工序法等展示區；亦提供各式各樣剪黏體驗 DIY 課程，讓遊客在笑談聲中，實現無限創意。透過以剪黏、交趾陶為主的林園，結合附近嘉南平原的田野風光，打造交趾陶的工藝殿堂，開放大眾、社區民眾及學校學生參觀學習及體驗，進而認識傳統藝術之美。

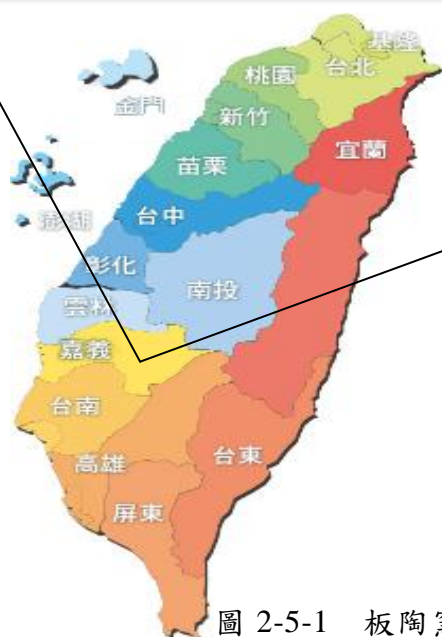
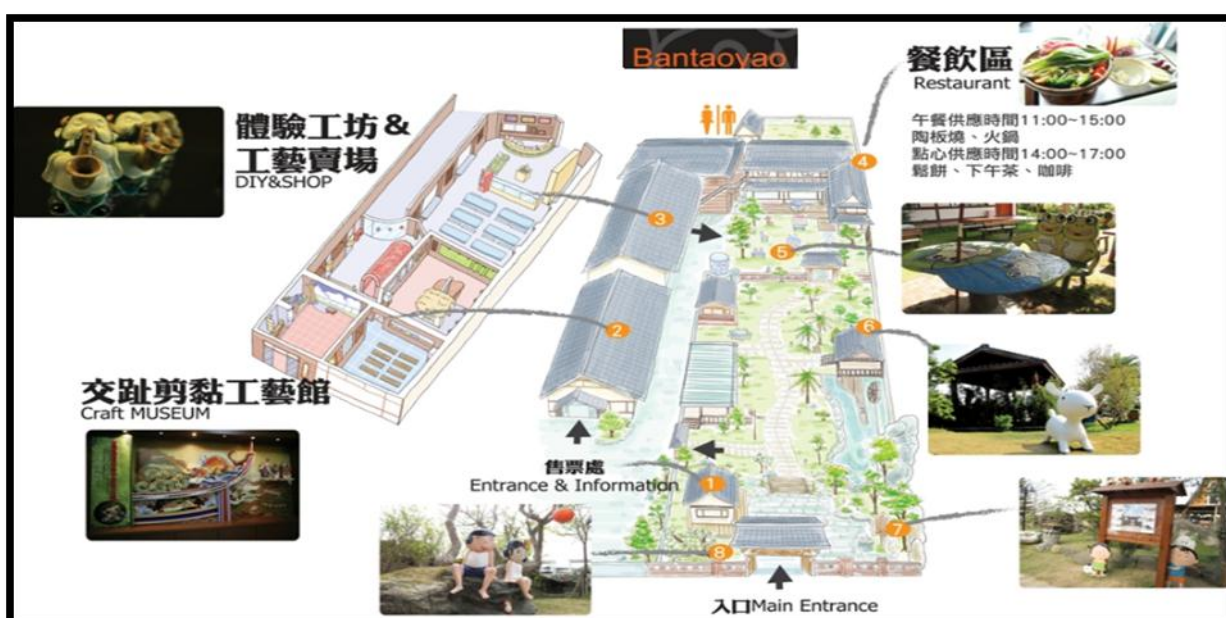


圖 2-5-1 板陶窯交趾剪黏工藝園區位置圖

## 第六節 總結

- 一、本研究對解說的定義為「解說」為一教育活動，亦為觀光工廠經營者和遊客之間的溝通工具，藉由傳遞觀光環境的自然與人文等相關知識訊息及帶領遊客親身體驗，使遊客與園區有所接觸及了解，同時引發遊客對環境的欣賞與愛護意識，提高遊客對環境的敏感度，藉由這樣的解說服務，使遊客更能認同管理者的經營方針。
- 二、本研究乃針對「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客對於園區內提供之解說服務重視程度及滿意度來進行解說效益的評估。經過比較後選取其中之「問卷調查」法，在研究執行上，可以直接了解遊客的重視程度、滿意程度、旅遊特性等，更可提高蒐集資料的準確性，有效取得相關資料進行分析，以了解「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務之成效。
- 三、本研究採用 Mengak, Dottavio, 與 O'Leary (1986)對於 Great Smoky 山岳國家公園遊客中心之參觀者進行調查，發展出六大構面共 34 個因子之量表表進行解說評估。相關研究中發現針對觀光工廠旅遊之解說效果評估案例不多，故研究者認為「新港板陶窯交趾剪黏園區」內，具有相當豐富的人文、自然等歷史價值意義，其使用情形與解說服務之效果值得深入研究，以利於日後觀光工廠在發展觀光旅遊解說服務之參考。
- 四、本研究透過重要—表現程度分析法(importance- performanceanalysis; IPA)，探討遊客對於各項設施或者服務的重視程度以及實際的績效程度（即體驗後的滿意程度），並利用重視程度以及滿意程度將各項設施或者服務劃分至四個象限中，分別代表其在消費者心中的實際績效。
- 五、本研究之研究範圍「新港板陶窯交趾剪黏園區」符合經濟部工業局所定義之觀光工廠型態中的第一類，該園區中設置有實作體驗區及解說設施、景觀設施、產品展示（售）設施、安全防護設施、遊客休憩設施及停車場等各項服務設施。本研究所稱的觀光工廠指的是通過經濟部工業局審核並進入輔導階段或獲得輔導標章的工廠。

## 第參章 研究方法

本章之目的在於說明研究的設計與實施，共分為六小節：第一節研究架構；第二節研究流程；第三節研究對象；第四節研究工具；第五節研究實施程序；第六節資料處理方法。

### 第一節 研究架構

依據本研究之研究目的與文獻探討，發展出本研究之架構如下（圖 3-1-1），步驟依序為先選擇適當評估方法，並且考量所欲探討之資料性質、資源以及時效性，本研究將使用問卷調查進行解說服務評估。

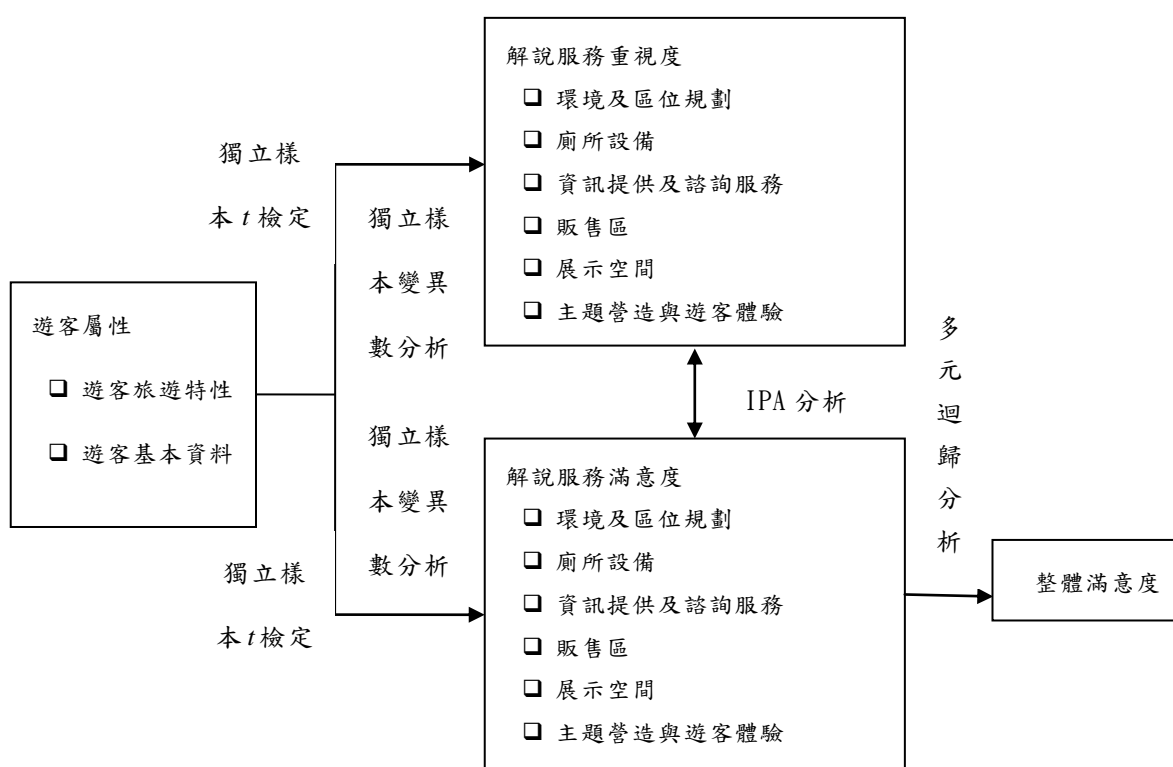


圖 3-1-1 研究架構圖

## 第二節 研究流程

本研究於確定研究動機與研究目的後，即著手蒐集相關文獻，根據過去之文獻，進行相關文獻之整理及深入探討，進而建立研究架構圖（圖 3-2-1）。接著，根據研究問題設計問卷以進行調查。研究流程圖如下：

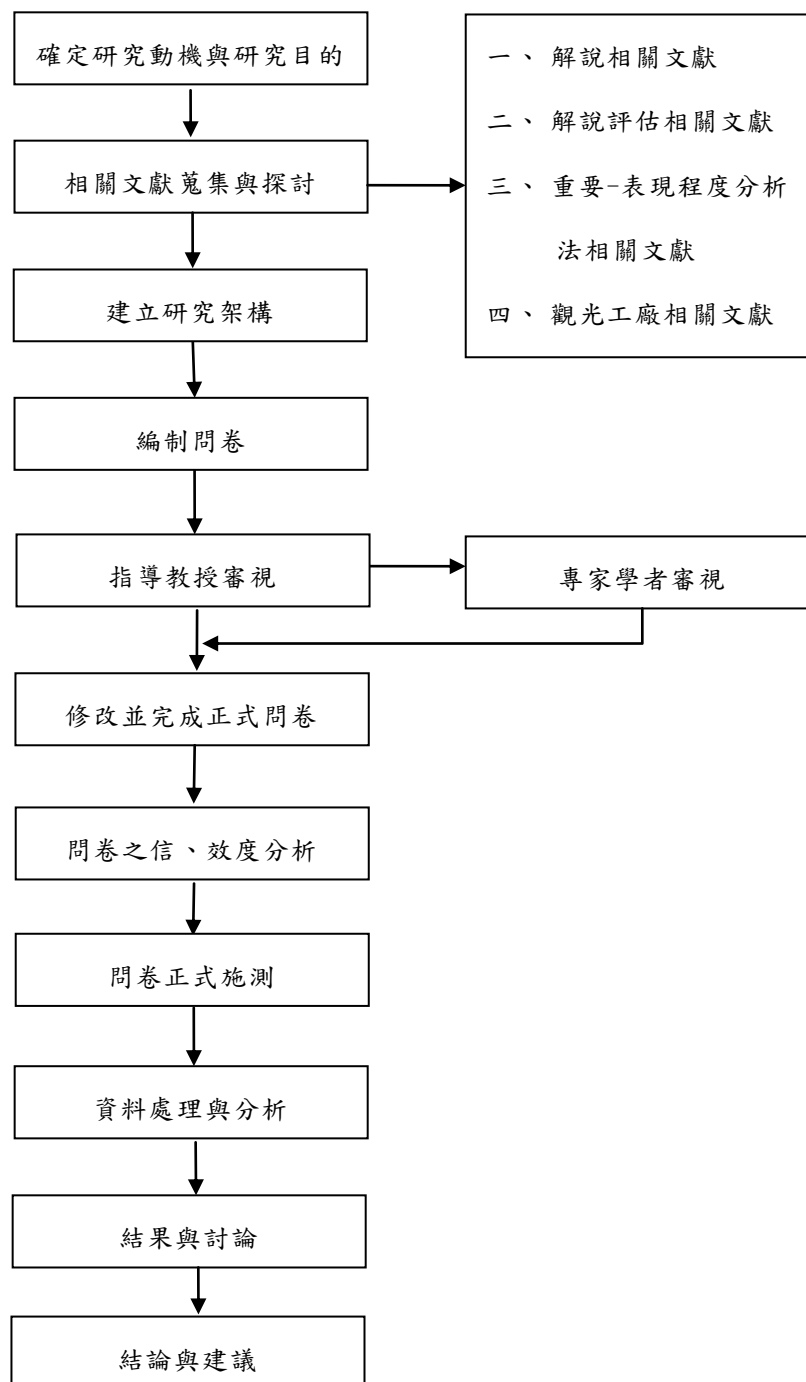


圖 3-2-1 研究流程圖

### 第三節 研究對象

本研究於「新港板陶窯交趾剪黏園區」內進行，調查對象為「新港板陶窯交趾剪黏園區」18歲以上之遊客。以便利抽樣方式進行問卷調查，並根據統計的比率方式來估計母群體樣本數之大小（方世榮，1999）。依下方公式計算出應抽取 385 份樣本方為有效樣本，但在考量問卷回收率及無效問卷下，本研究抽取 500 份樣本。

公式為： $n = p(1-p) z^{\alpha/2} / e^2$

n：樣本數

p：母體比例

$z^{\alpha/2}$ ：臨界值

e：容忍度

信賴水準：以 95% 做為信賴水準

本研究經查表後獲得信賴水準在 95% 時，臨界值為  $z^{\alpha/2}=1.96$ ，而所期望估計誤差設為  $e=0.05$ ，由於  $p(1-p)$  最大值為  $1/4$ （此時  $p$  值為  $1/2$ ），故母體比例  $p$  值則取為  $.5$ ，而有效樣本數運算結果如下：

$$n = 0.5(1-0.5) * 1.962 / 0.052 = 384.16 \approx 385$$

### 第四節 研究工具

本節分為兩部分，分別描述問卷編製及信、效度分析。

#### 一、問卷編製

本研究以問卷調查法進行，本研究問卷根據文獻回顧與「新港板陶窯交趾剪黏園區」內實地解說服務之情形，進一步發展本研究的問卷內容。問卷內容包括三大部分，分別為遊客對於解說服務各個構面中每一項目之重視程度與滿意程度、遊客屬性、整體滿意度，資將問卷內容編製過程說明如下：

### (一) 解說服務在遊客心目中之重視程度與滿意程度

本研究之目的為評估「新港板陶窯交趾剪黏園區」之解說服務，透過探討遊客屬性及其認為之解說服務重要性與滿意度與兩者之間的關係，以達成上述之研究目的。由於「新港板陶窯交趾剪黏園區」在原有工廠腹地內，發展複合式之觀光服務，在一定場域中利用視聽多媒體、解說牌、人員導覽解說、DIY 體驗教育等不同形態的解說媒體提供解說服務，如同一座博物館，亦像遊客中心，故本研究乃參考 Mengak, Dottavio, 與 O'Leary (1986) 使用之遊客中心評估量表所提出之六大評估構面共 34 項評估項目，及 Fallon 與 Kriwoken (2003) 研究結果中遊客認為重要之遊客中心設計面向要素，刪除與「新港板陶窯交趾剪黏園區」性質無關之項目，發展成為符合評估「新港板陶窯交趾剪黏園區」觀光工廠之量表。

整理後之「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務評估量表包含六大評估構面，分別為環境及區域規劃、廁所設備、資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間、主題營造及遊客體驗，共 39 項評估因子（見表 3-4-1）。本量表評分將採用 Likert 五點量表尺度，選項從「非常重要（非常滿意）」、「重要（滿意）」、「普通」、「不重要（不滿意）」、「非常不重要（非常不滿意）」共分為五個等級，依序給予 5-1 分。

表 3-4-1 六大評估構面表

構面	問項
解說服務及週邊環境	解說設施之設置地點恰當 解說設計主體與周遭環境融合 解說服務之整體環境具特色 解說服務之環境寬敞舒適 停車空間足夠 有提供無障礙空間設施
廁所設備	廁所乾淨、氣味清新 備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等） 具寬敞舒適的盥洗空間
解說資訊提供及諮詢服務	解說人員待客友善熱誠，親切有禮 解說人員主動提供園方最新資訊 解說人員與遊客互動良好 解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項 解說人員具專業解說技巧及知識 解說人員講解幽默風趣且具啟發性 解說人員口語表達流暢且音量適中 解說內容符合遊客個人的興趣 解說摺頁容易取得 解說服務資訊可由網路獲得
販售區	能有系統的展示園方各項產品 所販售的產品價格合理 所販售的產品標示清楚
展示空間	展示空間內的設計能呈現明確主題 展示內容能夠滿足各年齡層之需求 能介紹所在地之自然環境特徵 能介紹所在地之人文歷史發展 展示空間內之解說看板字體大小得宜 展示空間內的環境舒適 展示空間內的設計能引人注目 展示空間中展示用的機器操作容易 參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題

(續下頁)

表 3-4-1 六大評估構面表（續）

構面	問項
主題塑造及遊客體驗	展示空間使用多元化的方式進行解說介紹
	展示內容整體易於觀賞與理解
	展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏
	參觀流程之安排不會令人感到疲累
	解說過程中會激起探索動機
	解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽
	展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位
所提供之解說服務令人印象深刻	
整體滿意度	

(二) 遊客屬性：本研究之遊客屬性共包含遊客旅遊特性與遊客基本資料二部分。

(1) 遊客旅遊特性：本研究之遊客旅遊特性，包含參觀次數、參觀時機、交通工具、停留時間、同行者、資訊管道等六項。(見表 3-4-2)

表 3-4-2 遊客旅遊特性問項對照表

問卷項目	變項名稱	問卷內容
遊客旅遊特性	參觀次數	第一次、第二次、第三次、第四次、第五次以上
	參觀時機	非假日、假日（含國定假日）
	交通工具	遊覽車、計程車、機車、腳踏車、自用車、其他
	停留時間	一小時內、二小時、三小時、四小時、五小時以上
	同行者	獨自一人、家人、朋友、旅遊團體、學校團體
	資訊管道	親友告知、報章雜誌、電視廣播、網路、其他

(2) 遊客基本資料：本研究之遊客基本資料，包含性別、年齡、教育程度、職業、收入、婚姻狀況、居住地等七項（見表 3-4-3）。

表 3-4-3 遊客基本資料問項對照表

問卷項目	變項名稱	問卷內容
遊客基本資料	性別	男、女
	年齡	19歲以下、20-29歲、30-39歲、40-49歲、50-59歲、60~69歲、70歲及以上
	教育程度	國小含以下、國中、高中職、專科、大學、研究所及以上
	職業	學生、軍公教、工、商、自由業、家管、農林漁牧、服務業、無（含退休）、其他
	收入	20,000元及以下、20,001~40,000元、40,001~60,000元、60,001~80,000元、80,001~100,000元、100,001元及以上
	婚姻狀況	未婚、已婚
	居住地	北部地區：基隆縣市、臺北市、臺北縣、桃園縣市、新竹縣市、苗栗縣市 中部地區：臺中縣市、彰化縣市、雲林縣、嘉義縣市 南部地區：臺南縣市、高雄縣市、屏東縣市 東部地區：宜蘭縣市、花蓮縣市、臺東縣市 離島地區：澎湖、金門、馬祖、綠島、蘭嶼 其他

### （三）整體滿意度

以單一問項「解說服務整體滿意度」評量遊客意見，採用 Likert 五點量表尺度，選項從「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」共分為五個等級，依序給予 5-1 分。

## 二、信度分析

本研究根據文獻及實地調查以前往「新港板陶窯交趾剪黏園區」的遊客為研究對象，為了確保問卷是否能夠真實的量測出研究欲獲得之資訊。因此需要檢測問卷之信度以及效度。

在評估信度的方法上，一般常見有 3 種方法，分別是重複測量法(retest method)、折半法(splithalves method)以及內部一致性法(internal consistency method) (Malhotra,

2004)。由於本研究受到經費及時間之限制，因此採用較簡便的內部一致性法來檢驗問卷之信度，此種方法是利用統計方法檢測之。內部一致性主要採用 Cronbach'α 係數判定，係數主要透過每一問項其變異數總和在量表總分的變異數所佔之比例，0.35 至 0.7 表尚可接受，0.7 以上表可接受（張樑治、蔡志堅，2005）。因此，Cronbach α 係數愈高，表示各題項之間一致性愈高，可信度愈高。

### 三、效度分析

本研究所使用之問項多彙整自前人相關研究，且研究問卷初稿編製完成後，為確保問卷之效度，請相關專家學者進行檢視，並根據專家學者針對問卷內容及語意進行修正，並對有爭議之題項進行刪減或修改，故問卷之問項應具有一定之效度。學者專家組合如表 3-4-4。

表 3-4-4 學者專家組合表

姓名	職稱	專長
程紹同	國立臺灣師範大學體育學系系主任	運動行銷
楊忠祥	國立臺北教育大學進修推廣處處長	體育統計
錢紀明	國立臺灣師範大學體育學系副教授	運動管理

註：姓名按姓氏筆劃順序排列。

## 第五節 研究實施程序

本研究採用問卷調查法進行研究，研究施行之程序分述如下。

### 一、問卷施測時間

本研究問卷施測時間為2011年4月1日至4月31日，共計一個月進行調查。問卷發放時間分為平日與假日，平日時段每周至少兩天進行問卷發放；假日時段則每周固定進行問卷發放。每天問卷發放時間為上午10時至下午5時，每日至少應發放30份問卷。

由研究者親至「新港板陶窯交趾剪黏園區」發放問卷，並安排3至5位助理協助

問卷發放工作之進行。

## 二、施測方式

發放時機主要為遊客完成整個解說流程後，於遊客參觀結束時，於「新港板陶窯交趾剪黏園區」出（入）口處為主要問卷發放地點。請求協助填答問卷。

## 三、施測對象

本研究將針對「新港板陶窯交趾剪黏園區」18歲以上之遊客進行問卷調查，以瞭解其遊客之屬性及其解說服務重視程度與滿意程度情形。

# 第六節 資料處理方法

本研究之資料處理將以社會科學套裝統計軟體（SPSS/Windows 18.0 中文版）為工具進行相關資料分析與驗證，在  $\alpha = .05$  顯著水準下進行統計考驗，根據研究目的與研究問題，主要採用的分析方法有信度分析、描述性統計、推論性統計（包含獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及多元迴歸分析），另外以重要—表現程度分析法(importance- performance analysis; IPA)對「新港板陶窯交趾剪黏園區」當地解說服務的重視度與滿意度情形的平均得分製成一個二維矩陣圖，判斷其不同點的相關位置和意義。本研究所應用的統計方法如下：

### 一、信度分析

在社會科學研究當中，問卷調查是最普遍且最有效率的研究工具之一。為了確保問卷是否能夠真實的量測出研究欲獲得之資訊。因此需要檢測問卷之信度以及效度。效度指的是研究者企圖利用問卷獲得其所要之資訊的程度，在統計上而言，可以用相關係數的大小，作為判斷的依據。相關分析係計算各項與總分的簡單積差相關係數，一般的要求在 0.3 以上（邱皓政，2001）。但由於效度的評量並不僅如此簡單，因此問卷的效度大多仰賴於專家檢驗。

本研究所使用之問項多彙整自前人相關研究，且研究問卷初稿編製完成後，為

確保問卷之效度，請相關專家學者進行檢視，並根據專家學者針對問卷內容及語意進行修正，並對有爭議之題項進行刪減或修改，故問卷之問項應具有一定之效度。而在評估信度的方法上，一般常見有 3 種方法，分別是重複測量法 (retest method)、折半法 (splithalves method) 以及內部一致性法 (internal consistency method) (Malhotra, 2004)。由於本研究受到經費及時間之限制，因此採用較簡便的內部一致性法來檢驗問卷之信度，此種方法是利用統計方法檢測之。內部一致性主要採用 Cronbach's  $\alpha$  係數判定，係數主要透過每一問項其變異數總和在量表總分的變異數所佔之比例，0.35 至 0.7 表尚可接受，0.7 以上表可接受 (張樑治、蔡志堅，2005)。

## 二、 描述統計

數值性資料的分析主要包括次數、平均值、有效百分比；類別性資料的分析主要包括人數、有效百分比，藉以了解各個類別變項中樣本分布的情形，簡化資料的複雜性，並且對於遊客屬性、遊客對解說服務之重視程度、滿意程度之各變項進行初步分析。

## 三、 推論統計

### (一) 獨立樣本 $t$ 檢定

檢定兩組不同樣本在某一等距以上變項 (依變項) 測量直得平均數是否有顯著差異，以瞭解樣本在依變項的平均數高低是否會因自變項不同而有所差異。本研究用以檢定解說服務重視度與解說滿意度之間是否有顯著差異。

### (二) 獨立樣本變異數分析

用以檢定新港板陶窯交趾剪黏園區之遊客屬性是否會影響解說服務的重視度，以及新港板陶窯交趾剪黏園區之遊客屬性是否會影響其解說服務的滿意度。若  $F$  值出現顯著，則使用費雪事後比較法或 LSD 方法加以檢測。

### (三) 多元迴歸分析

多元迴歸分析是用來分析一個或一個以上自變數或依變數之間的數量關係，以瞭解當自變數為某一水準或數量時，依變數反應的數量和水準 (林惠玲、陳正

倉，2005)。因此本研究將透過多元迴歸分析，用以檢定新港板陶窯交趾剪黏園區解說服務各分項滿意度對整體滿意度間是否有顯著的影響。

#### **四、重要—表現程度分析法(importance- performance analysis; IPA)**

以重視度與表現程度的總平均為分隔點，在以 X、Y 軸將空間切成 I、II、III、IV 等四個象限，以重要程度為縱軸，表現程度為橫軸，來探討遊客對「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務的重視度，並將遊客的滿意度視為表現程度，瞭解遊客對解說服務重視度與實際體驗後之差異情形，藉以了解園區所提供的各個服務項目屬於應繼續保持、改善重點、優先順序較低或者供給過度的情況。

## 第肆章 結果與討論

本章內容共分為六節，包括第一節問卷信度分析；第二節遊客屬性統計分析；第三節解說服務重要程度與滿意程度分析；第四節重要—表現程度分析法（IPA）；第五節遊客屬性對整體解說服務滿意度分析；第六節多元迴歸分析。

### 第一節 問卷信度分析

為了解本研究所設計問卷是否具有可真實量測研究所欲獲得之資訊，故進行問卷的信度分析，分析結果如下所示。

#### 一、新港板陶窯交趾剪黏園區之重視程度

新港板陶窯交趾剪黏園區之重視程度，如表 4-1-1 所示，六個構面中，整體 Cronbach'  $\alpha$  均達 0.73 以上，且問項與量表總分整體問項之相關程度均達 0.3 以上，顯示問卷第一部份之重視程度具有內在一致性。

表 4-1-1 新港板陶窯交趾剪黏園區之重視程度信度檢測

問 項	問項與量表 總分相關	刪除問項後的 Cronbach's $\alpha$ 值
1 解說設施之設置地點恰當	0.339	0.783
2 解說設計主體與周遭環境融合	0.619	0.636
3 解說服務之整體環境具特色	0.641	0.693
4 解說服務之整體環境寬敞舒適	0.566	0.634
5 停車空間足夠	0.643	0.713
6 有提供無障礙空間設施	0.528	0.695
Cronbach' $\alpha$ =0.743		
7 洗手間乾淨、氣味清新	0.557	0.836
8 備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等）	0.758	0.816
9 具寬敞舒適的盥洗空間	0.766	0.834
Cronbach' $\alpha$ =0.862		

（續下頁）

表 4-1-1 新港板陶窯交趾剪黏園區之重視程度信度檢測 (續)

問 項	問項與量表 總分相關	刪除問項後的 Cronbach's $\alpha$ 值
10 解說人員待客友善熱誠，親切有禮	0.319	0.783
11 解說人員主動提供園方最新資訊	0.499	0.636
12 解說人員與遊客互動良好	0.541	0.933
13 解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項	0.566	0.694
14 解說人員具專業解說技巧及知識	0.473	0.633
15 解說人員講解幽默風趣且具啟發性	0.518	0.684
16 解說人員口語表達流暢且音量適中	0.462	0.620
17 解說內容符合遊客個人的興趣	0.518	0.631
18 解說摺頁容易取得	0.662	0.630
19 解說服務資訊可由網路獲得	0.588	0.667
Cronbach' $\alpha$ =0.752		
20 能有系統的展示園方各項產品	0.657	0.936
21 所販售的產品價格合理	0.790	0.933
22 所販售的產品標示清楚	0.755	0.934
Cronbach' $\alpha$ =0.762		
23 展示空間內的設計能呈現明確主題	0.313	0.745
24 展示內容能夠滿足各年齡層之需求	0.503	0.676
25 能介紹所在地之自然環境特徵	0.516	0.671
26 能介紹所在地之人文歷史發展	0.499	0.676
27 展示空間內之解說看板字體大小得宜	0.346	0.784
28 展示空間內的環境舒適	0.616	0.663
29 展示空間內的設計能引人注目	0.551	0.697
30 展示空間中展示用的機器操作容易	0.604	0.696
31 參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題	0.542	0.667
32 展示空間使用多元化的方式進行解說介紹	0.351	0.785
33 展示內容整體易於觀賞與理解	0.458	0.701
34 展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	0.502	0.661
Cronbach' $\alpha$ =0.768		
35 參觀流程之安排不會令人感到疲累	0.560	0.859
36 解說過程中會激起探索動機	0.685	0.842
37 解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽	0.582	0.858
38 展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本 園區在觀光工廠的地位	0.682	0.855
39 所提供之解說服務令人印象深刻	0.629	0.856
Cronbach' $\alpha$ =0.876		

## 二、 新港板陶窯交趾剪黏園區之滿意程度

新港板陶窯交趾剪黏園區之滿意程度，如表 4-1-2 所示，六個構面中，整體 Cronbach'  $\alpha$  均達 0.78 以上，且問項與量表總分整體問項之相關程度均達 0.3 以上，顯示問卷第二部份之重視程度具有內在一致性。

表 4-1-2 新港板陶窯交趾剪黏園區之滿意程度信度檢測

問 項	問項與量表 總分相關	刪除問項後的 Cronbach's $\alpha$ 值
1 解說設施之設置地點恰當	0.569	0.779
2 解說設計主體與周遭環境融合	0.679	0.736
3 解說服務之整體環境具特色	0.635	0.783
4 解說服務之整體環境寬敞舒適	0.566	0.747
5 停車空間足夠	0.603	0.813
6 有提供無障礙空間設施	0.658	0.817
Cronbach' $\alpha$ =0.802		
7 洗手間乾淨、氣味清新	0.634	0.836
8 備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等）	0.640	0.833
9 具寬敞舒適的盥洗空間	0.655	0.834
Cronbach' $\alpha$ =0.852		
10 解說人員待客友善熱誠，親切有禮	0.662	0.717
11 解說人員主動提供園方最新資訊	0.579	0.736
12 解說人員與遊客互動良好	0.571	0.733
13 解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項	0.766	0.934
14 解說人員具專業解說技巧及知識	0.673	0.933
15 解說人員講解幽默風趣且具啟發性	0.558	0.937
16 解說人員口語表達流暢且音量適中	0.560	0.893
17 解說內容符合遊客個人的興趣	0.718	0.837
18 解說摺頁容易取得	0.616	0.855
19 解說服務資訊可由網路獲得	0.685	0.843
Cronbach' $\alpha$ =0.866		
20 能有系統的展示園方各項產品	0.657	0.836
21 所販售的產品價格合理	0.790	0.733
22 所販售的產品標示清楚	0.755	0.834
Cronbach' $\alpha$ =0.762		

（續下頁）

表 4-1-2 新港板陶窯交趾剪黏園區之滿意程度信度檢測 (續)

問 項	問項與量表 總分相關	刪除問項後的 Cronbach's $\alpha$ 值
23 展示空間內的設計能呈現明確主題	0.615	0.853
24 展示內容能夠滿足各年齡層之需求	0.729	0.847
25 能介紹所在地之自然環境特徵	0.705	0.873
26 能介紹所在地之人文歷史發展	0.718	0.847
27 展示空間內之解說看板字體大小得宜	0.742	0.865
28 展示空間內的環境舒適	0.645	0.863
29 展示空間內的設計能引人注意	0.625	0.967
30 展示空間中展示用的機器操作容易	0.727	0.853
31 參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題	0.629	0.870
32 展示空間使用多元化的方式進行解說介紹	0.605	0.855
33 展示內容整體易於觀賞與理解	0.645	0.863
34 展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	0.785	0.876
Cronbach' $\alpha$ = 0.862		
35 參觀流程之安排不會令人感到疲累	0.755	0.893
36 解說過程中會激起探索動機	0.755	0.837
37 解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽	0.755	0.855
38 展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本 園區在觀光工廠的地位	0.755	0.843
39 所提供之解說服務令人印象深刻	0.755	0.937
Cronbach' $\alpha$ = 0.871		

利用內在一致性檢測法來檢驗本研究所使用之問卷，可以得知此份問卷具有一定之信度，即表示此份問卷具有測量出研究欲獲得之資訊的功能。

## 第二節 遊客屬性統計分析

本研究問卷施測時間為 2011 年 4 月 1 日至 4 月 31 日，共計一個月進行調查，在新港板陶窯交趾剪黏園區現場進行問卷發放，共計發出 500 份，有效樣本 436 份，有效問卷率 87.2%。

本節主要探討新港板陶窯交趾剪黏園區遊客特性統計分析，包括：旅遊特性、基本資料等面向，採以敘述性統計方式進行分析，結果整理說明如下。

## 一、旅遊特性分析

旅遊特性方面包括：參觀次數、參觀時機、交通工具、停留時間、參觀夥伴、資訊管道等六項；如表 4-2-1 所述。

### （一）參觀次數

分析之結果資料顯示，「四次」及「五次」以上到訪參觀者各占10.6%與5.7%；「三次」到訪參觀者占13.3%；「二次」到訪參觀者占23.9%居次；僅參觀「一次（含本次）」的遊客則占46.6%。顯示遊客大多為第一次參觀本研究基地，可見到當地旅遊的遊客實際重遊的情形較不普遍。配合遊客目前居住地差異的比較可知，新港板陶窯交趾剪黏園區位於南部地區，遊客居住地主要以南部地區最多，其花費的成本以及時間較少，相對也會間接影響遊客前往的意願，此與李君如（2009）、陳瑩盈（2005）的研究結果相似。

### （二）參觀時機

在參觀時機方面，遊客參觀時間以「假日（含國定假日）」人數最多，共有278人，占63.8%；於「非假日」時間進行參觀者共為158人，占36.2%。推估其原因，問卷調查期間正逢當地一年一度的大型傳統媽祖遶境活動，遊客多利用假日時間前往參觀。研究結果皆與陳瑩盈（2005）、陳俞伶（2009）及郭冠彰（2009）等學者之研究結果相似。可見遊客多半利用假日的時間進行戶外休閒遊憩活動。

### （三）交通工具

大多數遊客為「自行開車」前往，共有153人（35.1%）；其次為騎乘「機車」前往者占第二位，共有126人（28.9%）；搭乘「遊覽車」前往參觀者居第三，共有92人（21.1%），交通工具為「腳踏車」者為最少共有65人（15.0%）。推究其原因或許是遊客多利用假日時間與家人或朋友開車前往參觀（張正鋁，2005；陳俞伶，2009；李孟純，2010）。

### （四）停留時間

在停留時間方面，遊客參觀園區停留「一小時內」者有195人，占44.7%；停留「二小時」有112人（25.7%）；而參觀園區停留「五小時以上」者僅35人（8.2%），此研究結果與李孟純（2010）、江俞慧（2008）與李惠貞（2007）

之研究結果相似。顯示遊客停留時間以一至二小時居多，推論其原因在於遊客們參觀停留時間多數僅進行短暫的解說導覽及休憩，一般遊客多以走馬看花的心態，且停留時間較短，看過後較少深刻印象及認知，未來若增加與遊客互動模式的解說活動，並能使遊客能更深一層了解觀光工廠的各項解說資源，期以使更生動解說吸引停留時間，增加更多解說教育之機會，應能增加遊客對於園區的認識，進而提昇遊客對於觀光工廠的整體滿意度。

#### (五) 參觀夥伴

參觀園區之遊客多與「家人」一同前往，共有201人(46.1%)；其次為與「朋友」一同前往參觀，共有135人(31.0%)；而以「獨自一人」占最少數，僅有8人(1.8%)。相似的研究結果亦出現於李君如(2009)、李孟純(2010)、陳儀甄(2011)的研究中，顯示遊客多與「家人」及「朋友」一同前往，其原因可能是因為遊客們多利用假日出遊，促進與家人朋友培養感情之機會。

#### (六) 資訊管道

在資訊管道方面，以「親朋好友」最多，共有217人(49.8%)；其次為「網路」，占34.9%參照以往的研究結果也呈現類似的情況(潘季珍，2007；江俞慧，2008；李君如，2009)，分析其原因，新港板陶窯交趾剪黏園區除了有架設網站提供一般訊息供民眾參考外，其在各個觀光遊憩導覽網站中亦有相關資訊可供查詢，且因為遊客多與家人朋友一同前往參觀，可能是因為聽取此族群之推薦而前往參觀消費，可見口碑宣傳及網路訊息是吸引遊客前往參觀的主要因素。

表 4-2-1 新港板陶窯交趾剪黏園區旅遊特性資料分析 (N=436)

屬性	選項	新港板陶窯交趾剪黏園區	
		人數	有效百分比 (%)
參觀次數	一次	203	46.6
	二次	104	23.9
	三次	58	13.3
	四次	46	10.6
	五次以上	25	5.7
參觀時機	非假日	158	36.2
	假日 (含國定假日)	278	63.8
交通工具	遊覽車	92	21.1
	計程車	0	0
	機車	126	28.9
	腳踏車	65	15.0
	自用車	153	35.1
	遺漏值	-	-
停留時間	一小時內	195	44.7
	二小時	112	25.7
	三小時	53	12.2
	四小時	41	9.4
	五小時以上	35	8.2
參觀夥伴	獨自一人	8	1.8
	家人	201	46.1
	朋友	135	31.0
	旅遊團體	64	14.7
	學校團體	28	6.4
	遺漏值	-	-
資訊管道	廣播電視	0	0
	報章雜誌	9	2.1
	網路	152	34.9
	傳單海報	43	9.9
	親朋好友	217	49.8
	戶外廣告	13	3.0
	遺漏值	2	-

註:有效百分比總和非 100%，為四捨五入之結果。

## 二、遊客基本資料分析

遊客基本資料，即包括：性別、年齡、教育、職業、收入、婚姻、居住地等七項；有關遊客基本資料各項目之分析，詳如表 4-2-2 所述。

### (一) 性別

分析之結果資料顯示，在性別方面，「女性」遊客為 247 人（56.7%），「男性」遊客為 189 人（43.3%），「女性」略多於「男性」。研究結果與江宜珍（2002）針對參觀高雄科學工藝博物館之遊客之研究結果相同，遊客亦多是未婚，且女性多於男性，居住地以高雄縣市為主，亦具有地緣關係；黃君郁（2005）研究結果顯示參訪白蘭氏觀光工廠之遊客亦是女性多於男性。推估其原因，可能為女性消費者對於文化觀光產業等相關議題的接受度較男性高，因此吸引較多女性族群前往參觀。

### (二) 年齡

在年齡方面，以「30~39 歲」最多，占 28.2%，其次為「20~29 歲」（26.9%），可以得知到新港板陶窯交趾剪黏園區遊玩的民眾年齡多介於「20~49 歲」，高達遊客總數 71.5%，顯示中壯齡人口為新港板陶窯交趾剪黏園區主要參與社群。與江宜珍(2002)及李君如(2007)的研究結果差異不大，遊客大多屬於中壯年齡層。針對不同的遊客類型，應設法滿足不同遊客的需求，如可以增設一些較具有挑戰性的體驗遊程或者遊憩設施。

### (三) 教育

在教育程度方面，以「大專院校」最多高達 50.9%，其次為「高中職」（17.3%）。顯示教育程度為「大專院校」消費者為新港板陶窯交趾剪黏園區主要參與社群。研究結果與多數學者之研究結果相似（王淮真，2001；江宜珍，2002；黃君郁，2005；潘季珍，2007；江俞慧，2008；郭冠彰，2009）；且顏建賢（2009）在探討大黑松小倆口牛軋糖博物館品牌知名度、購買意願關係之研究中指出教育程度越高者，則越重視觀光工廠解說服務的態度。

### (四) 職業

在遊客職業類型的部份，以「學生」（27.8%）與「商業」（18.7%）為主，以從事「自由業」或「其他」者為最少僅 7 人，由分析結果可發現遊客之職

業分布範圍廣泛。依研究者現場的觀察，遊客大多是帶孩子來參觀的親子客群，亦不排除可能是因為此族群的工作時間與休閒時間較為固定。

#### (五) 收入

在收入方面，以「20,000 元及以下」占最多，達 34.7%；其次為「20,001~40,000」占 25.6%。研究結果顯示，從本研究受訪樣本基本特性結構分析結果得知遊客中以學生族群占最多數，因而在收入方面的結果以「20,000 元及以下」占最多，顯示新港板陶窯交趾剪黏園區在中高收入的族群較少，應可進一步規劃吸引此客群的行銷策略，增加園區的營運收入。

#### (六) 婚姻

在婚姻狀況方面，以「未婚」略多，共有 240 人，占 53.3%。相似的研究結果亦出現於陳瑩盈（2005）的研究中，顯示未婚族群消費者為新港板陶窯交趾剪黏園區主要參與社群。推估其原因在新港板陶窯交趾剪黏園區遊客年齡多介於 20~49 歲，其中以學生族群占最多數，因此呈現絕大部分遊客為未婚。顯示問卷調查期間為當地媽祖遶境等大型傳統祭典活動，進而帶動鄰近地區之觀光旅遊，故學生族群相當多的關係。

#### (七) 居住地

在居住地方面，以住在「南部地區」者最多共有 161 人，達 35.8%；其次為「中部地區」共有 122 人，占 27.1%。研究結果與江宜珍（2002）針對參觀高雄科學工藝博物館之遊客之研究結果相同，遊客居住地以高雄縣市為主，具有地緣關係，推估基於交通易達性與便利性之考量，遊客多以鄰近之休閒遊憩景點為假日參觀的首選；研究結果發現，並沒有其他外國旅客的參訪，推估其原因可能是由於新港板陶窯交趾剪黏園區位於南部較為偏遠郊區，對外國旅客來說交通並不便利，知名度也還不夠響亮，未來或許可以跟接待外國旅客的旅行社合作，解決交通及知名度的問題以吸引更多外國觀光客。

表 4-2-2 新港板陶窯交趾剪黏園區遊客基本資料分析 (N=436)

屬性	選項	新港板陶窯交趾剪黏園區	
		人數	有效百分比 (%)
性別	男	189	43.3
	女	247	56.7
年齡	19歲以下	62	13.8
	20~29歲	121	26.9
	30~39歲	127	28.2
	40~49歲	74	16.4
	50~59歲	23	5.1
	60~69歲	20	4.4
	70歲及以上	9	2.0
教育	國小及以下	32	7.1
	國中	45	10.0
	高中(職)	78	17.3
	大專院校	229	50.9
	研究所及以上	52	11.6
	遺漏值	-	-
職業	學生	125	27.8
	軍公教	56	12.4
	工	53	11.8
	商	84	18.7
	自由業或其他	7	1.6
	家管	29	6.4
	農林漁牧	12	2.7
	服務業	38	8.4
	無(含退休)	32	7.1
	遺漏值	-	-
收入	20,000元及以下	156	34.7
	20,001~40,000	115	25.6
	40,001~60,000	113	25.1
	60,001~80,000	43	9.6
	80,001~100,000	3	0.7
	100,001元及以上	6	1.3
	遺漏值	1	-

註:有效百分比總和非 100%，為四捨五入之結果。

(續下頁)

表 4-2-2 新港板陶窯交趾剪黏園區遊客基本資料分析 (n=436) (續)

屬性	選項	新港板陶窯交趾剪黏園區	
		人數	有效百分比 (%)
婚姻	未婚	240	53.3
	已婚	196	43.6
居住地	北部地區	116	25.8
	中部地區	122	27.1
	南部地區	161	35.8
	東部地區	21	4.7
	離島地區或其他	16	3.5
	遺漏值	-	-

註:有效百分比總和非 100%，為四捨五入之結果。

### 第三節 解說服務重要程度與滿意程度分析

本節分為六大解說服務評估構面以及 39 個問項評估因子二方面，探討遊客認為之重要程度與滿意程度。

#### 一、 六大解說服務評估構面之重要程度與滿意程度分析

結果發現，在六大解說服務評估構面中，遊客認為「販售區」之服務最為重要，平均值為 4.51，其次為「展示空間」(4.50)，而「廁所設備」之服務重要度最低，平均值為 4.23；在滿意程度方面，遊客對於「展示空間」之解說服務最為滿意，平均值為 4.36，其次為「販售區」(4.31)，而滿意度最低為「解說服務及週邊環境」之服務，平均值為 3.86。(見表 4-3-1)

本研究結果呼應陳瑩盈(2005)對先麥芋頭文化觀光工廠所進行的研究，在六大解說服務評估構面中，遊客皆認為「販售區」之服務最為重要；但本研究結果顯示之遊客認為「廁所設備」之服務重要度最低，與陳瑩盈(2005)則有差異。在滿意程度方面，本研究結果顯示遊客對於「展示空間」之解說服務最為滿意，而滿意度最低為「解說服務及週邊環境」之服務，此與王淮真(2001)以針對國立故宮博物院導覽解說滿意度研究發現相似，認為導覽解說服務使用會因旅客的背景不同而有差異，本研究亦認為因各觀光景點的遊憩解說服務設施、遊客背景皆不同，影響的結果亦會有所差異。

表 4-3-1 遊客之六大解說服務評估構面重要程度與滿意程度分析

解說服務評估構面	新港板陶窯交趾剪黏園區					
	重要程度			滿意程度		
	平均數	標準差	排序	平均數	標準差	排序
展示空間	4.50	0.55	2	4.36	0.61	1
販售區	4.51	0.52	1	4.31	0.53	2
解說資訊提供及諮詢服務	4.39	0.51	3	4.25	0.52	3
廁所設備	4.23	0.53	6	4.22	0.54	4
主題塑造及遊客體驗	4.42	0.50	5	4.17	0.51	5
解說服務及週邊環境	4.38	0.49	4	3.86	0.60	6

## 二、 解說服務評估構面 39 個問項之重要程度與滿意程度分析

研究中以解說服務及週邊環境、廁所設備、解說資訊提供及諮詢服務、販售區、展示空間、主題塑造與遊客體驗等六大解說評估構面中的 39 個問項進行解說服務之評估（見表 4-3-2），並探討遊客對於新港板陶窯交趾剪黏園區之解說服務重要程度與滿意程度。

### （一）「解說服務及週邊環境」構面重要程度與滿意程度分析

本構面共包含 6 項評估因子，在重要程度方面，遊客認為「解說服務之環境寬敞舒適」最為重要（4.33），其次為「解說設施之設置地點恰當」（4.26），而「解說服務之整體環境具特色」重要度最低（4.04）；滿意程度中，對於「解說服務之環境寬敞舒適」最為滿意（4.18），其次為「停車空間足夠」（3.96），但對於「提供無障礙空間」滿意度最低（3.69）。

此部分之研究結果與江宜貞（2002）之研究結果相似，而與陳瑩盈（2005）研究結果有差異，其研究中顯示遊客認為有詳細正確的標示指引前往觀光工廠最為重要，對於工廠建築傳達歡迎遊客之意最為滿意。

而研究結果顯示，遊客對於「提供無障礙空間」滿意度最低，此與顏建賢（2009）大黑松小倆口牛軋糖博物館品牌知名度、購買意願關係之研究結果顯示遊客對「觀光與基本設施」屬性認同程度較低，顯示觀光工廠之觀光基本設施可能不足或指標設置不夠清楚，讓遊客基本需求無法滿足。

### （二）「廁所設備」構面重要程度與滿意程度分析

此構面共有 3 個評估因子，重要程度的分析中，以「乾淨、氣味清新」最重要（4.58），而「使用備品齊全（衛生紙、洗手乳等）」重要度最低（4.45）；滿意程度的結果顯示，遊客對於「乾淨、氣味清新」之滿意度最高（4.38），滿意度最低之因子為「使用備品齊全（衛生紙、洗手乳等）」（4.34）。

分析本研究結果與陳瑩盈（2005）研究結果相似，遊客在「廁所設備」構面中皆認為「乾淨、氣味清新」最重要，而陳瑩盈（2005）研究結果對於「寬敞舒適的空間」之滿意度最高。

### （三）「解說資訊提供及諮詢服務」構面重要程度與滿意程度分析

本構面中由 10 個評估因子所組成，結果顯示，遊客認為「解說人員待客

友善熱誠」最為重要（4.74）也感到最為滿意（4.57），其次重要（4.66）與滿意（4.41）因子均為「解說人員主動提供園方最新資訊」；而重要度最低者為「解說摺頁容易取得」（4.21），滿意度最低者為「解說內容符合遊客個人的興趣」（4.11）。

研究結果與江宜貞（2002）之研究結果相似，其運用 IPA 探討觀眾對科學工藝博物館人員解說服務的滿意程度發現遊客認為解說人員的「解說態度親切」是最要的，實際體驗後則對「解說員儀表整潔」的滿意度最高。

#### （四）「販售區」構面重要程度與滿意程度分析

構面中共包含 3 項評估因子，分析結果顯示，遊客認為「能有系統的展示園方各項產品」最為重要（4.51）亦最為滿意（4.35），其次重要（4.47）及滿意（4.33）者均為「所販售的產品標示清楚」；而重要度（4.42）與滿意度（4.15）最低者均為「產品價格合理」。

此構面之研究結果分析中，重要度與滿意度最低者均為「產品價格合理」，與陳瑩盈（2005）研究結果相同，顯示多數遊客認為園區內所販售之產品價格較不合理，推估其原因可能是因為園區內所販售之產品多為手工製作，且交趾陶藝品之原料成本較高，因此在價格定位屬於中高價位，一般遊客普遍較無法接受。

#### （五）「展示空間」構面重要程度與滿意程度分析

此構面共有 12 項評估因子，重要程度分析方面，以「能介紹所在地之人文歷史發展」最為重要（4.53），其次為「展示空間內的設計能呈現明確主題」（4.51），而重要度最低者為「能介紹所在地之自然環境特徵」（4.24）；滿意程度中，遊客對於「能介紹所在地之人文歷史發展」最為滿意（4.29），其次為「參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題」（4.28），而滿意度最低者為「展示空間中展示用的機器操作容易」（4.02）。

此構面之研究結果分析與吳鳳珠（1994）以玉山國家公園塔塔加遊客中心多媒體解說進行解說效果評估之研究結果相似，其比較遊客中心在室內展示及多媒體解說的實施成效，其結果發現，遊客對室內展示的解說媒體參與率較高。而遊客對於「能介紹所在地之人文歷史發展」最為滿意，與陳瑩盈（2005）研究結果相同，研究結果顯示遊客在展示空間中對於觀光工廠「能介紹所在地

之人文歷史發展」滿意度皆較高。推估可能是由於嘉義縣新港鄉傳統廟宇文化相當盛行，遊客對於園區內在「能介紹所在地之人文歷史發展」所提供之解說服務項目中的滿意度較高，顯示板陶窯交趾剪黏工藝園區在此一部分的設計極為用心，符合遊客的需求。

#### (六)「主題塑造與遊客體驗」構面重要程度與滿意程度分析

本構面包含了5項評估因子，結果顯示「所提供之解說服務令人印象深刻」為遊客認為最為重要(4.58)亦最為滿意(4.33)之因子，其次重要(4.51)與滿意(4.31)者均為「展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位」；而重要度最低者為「參觀流程之安排不會令人感到疲累」(4.36)；而滿意度最低者為「解說過程中會激起探索動機」(4.16)。

本研究結果分析與陳瑩盈(2004)、張馨文(2005)、張正錫(2005)及歐陽皓(2006)等學者之研究結果相似，認為觀光工廠的主題塑造對於遊客參觀滿意度表現呈顯著結果，皆認為提供遊客印象深刻的體驗是最重要的。

表 4-3-2 遊客對於 39 個問項之重要程度與滿意程度分析

構面	問項	新港板陶窯交趾剪黏園區					
		重要程度		排 序	滿意程度		排 序
		平均數	標準差		平均數	標準差	
解說 服務 及 週邊 環境	解說服務之環境寬敞舒適	4.33	0.78	1	4.18	0.73	1
	解說設施之設置地點恰當	4.26	0.74	2	3.91	0.76	3
	解說設計主體與周遭環境融合	4.17	0.72	5	3.87	0.77	3
	解說服務之整體環境具特色	4.03	0.71	6	3.85	0.75	5
	停車空間足夠	4.21	0.77	3	3.96	0.74	2
	有提供無障礙空間設施	4.18	0.66	4	3.69	0.82	6
廁所 設備	廁所乾淨、氣味清新	4.58	0.64	1	4.38	0.69	1
	備品齊全(如：衛生紙、洗手乳等)	4.45	0.63	3	4.34	0.67	3
	具寬敞舒適的盥洗空間	4.49	0.68	2	4.36	0.69	2
解說 資訊 提供 及 諮詢 服務	解說人員待客友善熱誠，親切有禮	4.74	0.56	1	4.57	0.72	1
	解說人員主動提供園方最新資訊	4.66	0.62	2	4.41	0.75	2
	解說人員與遊客互動良好	4.52	0.60	3	4.38	0.71	3
	解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項	4.33	0.72	9	4.26	0.72	8
	解說人員具專業解說技巧及知識	4.31	0.75	8	4.35	0.75	6
	解說人員講解幽默風趣且具啟發性	4.46	0.74	5	4.31	0.74	5
	解說人員口語表達流暢且音量適中	4.38	0.68	7	4.21	0.63	9
	解說內容符合遊客個人的興趣	4.49	0.63	4	4.11	0.69	10
	解說摺頁容易取得	4.21	0.69	10	4.39	0.56	4
解說服務資訊可由網路獲得	4.43	0.71	6	4.23	0.63	7	
販售 區	能有系統的展示園方各項產品	4.51	0.59	1	4.35	0.63	1
	所販售的產品價格合理	4.42	0.68	3	4.15	0.71	3
	所販售的產品標示清楚	4.47	0.67	2	4.33	0.63	2
展示 空間	能介紹所在地之人文歷史發展	4.53	0.64	1	4.29	0.65	1
	展示空間內的設計能呈現明確主題	4.51	0.61	2	4.20	0.64	6
	展示內容能夠滿足各年齡層之需求	4.46	0.63	3	4.21	0.61	5
	能介紹所在地之自然環境特徵	4.24	0.69	12	4.22	0.71	3
	展示空間內解說看板字體大小得宜	4.32	0.70	9	4.23	0.70	4
	展示空間內的環境舒適	4.38	0.67	6	4.08	0.69	11
	展示空間內的設計能引人注意	4.25	0.79	11	4.09	0.74	10
	展示空間中展示用的機器操作容易	4.26	0.75	10	4.02	0.71	12
參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題	4.37	0.66	7	4.28	0.70	2	

(續下頁)

表 4-3-2 遊客對於 39 個問項之重要程度與滿意程度分析 (續)

構面	問項	新港板陶窯交趾剪黏園區					
		重要程度		排 序	滿意程度		排 序
		平均數	標準差		平均數	標準差	
	展示空間使用多元化的方式進行解說介紹	4.39	0.63	5	4.13	0.76	8
	展示內容整體易於觀賞與理解	4.37	0.65	7	4.11	0.72	9
	展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	4.44	0.61	4	4.20	0.68	6
	所提供之解說服務令人印象深刻	4.58	0.58	1	4.33	0.68	1
主題	參觀流程之安排不會令人感到疲累	4.36	0.76	5	4.21	0.70	4
塑造	解說過程中會激起探索動機	4.38	0.69	4	4.16	0.72	5
及	解說服務能協助欣賞及瞭解展示空	4.43	0.62	3	4.25	0.71	3
遊客	間之展覽						
體驗	展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位	4.51	0.61	2	4.31	0.70	2

### 三、 解說服務之重要程度與滿意程度差異性分析

此部分以成對樣本 T 檢定進行統計分析，比較解說服務評估六大構面及其中 39 個問項其重要程度與其滿意程度之間是否所有差異，以下將分為六大構面與 39 個問項二方面加以說明。

#### (一) 六大解說服務評估構面之重要程度與滿意程度差異性分析

結果顯示，六大解說服務評估構面之重要程度與滿意程度之間是有顯著差異的，其  $p$  值皆小於 0.01，而由其平均數可發現，重要程度皆高於滿意程度 (見表 4-3-3)。

本研究結果與江嘉慧 (2007) 之研究結果相同，各題項的平均值差異並不會太大，表示遊客對於各解說服務構面的評價是趨於正向與肯定的。遊客之「重視度」與「滿意度」，三十九個問項中，皆為重視度大於滿意度之情形。

表 4-3-3 六大解說服務評估構面之重要程度與滿意程度差異性分析

解說服務評估構面	新港板陶窯交趾剪黏園區		
	重要程度平均數	滿意程度平均數	t-value
解說服務及週邊環境	4.38	3.86	5.48
廁所設備	4.23	4.22	4.53
解說資訊提供及諮詢服務	4.39	4.25	5.70
販售區	4.51	4.31	4.99
展示空間	4.50	4.36	5.72
主題塑造及遊客體驗	4.42	4.17	4.45

## (二) 39 個問項之重要程度與滿意程度差異性分析

由分析發現，未達到顯著差異之問項包括了「解說資訊提供及諮詢服務」構面中之「宣傳摺頁容易取得」，以及「展示空間」構面中「能介紹所在地之自然環境特徵」因子，其他 37 個問項之重要程度與滿意程度皆呈現顯著差異，由平均數發現重要程度皆高於滿意程度（見表 4-3-4）。

本研究之研究結果中「宣傳摺頁容易取得」以及「能介紹所在地之自然環境特徵」皆未達到顯著差異，與陳瑩盈（2004）、江嘉慧（2007）之研究結果相似，推估其原因，可能跟新港板陶窯交趾剪黏園區之宣傳摺頁放置地點僅有園區入口處及展示區，遊客在宣傳摺頁的取得上較不便利，因此整體表現未能達到顯著差異。此外，推測「能介紹所在地之自然環境特徵」未達到顯著差異的原因，可能是因為遊客對於新港板陶窯交趾剪黏園區在人文歷史發展等主題型態的塑造滿意度較高，而在自然環境特徵方面的解說服務較不吸引遊客注意。

表 4-3-4 39 個問項之重要程度與滿意程度差異性分析

構面	問 項	新港板陶窯交趾剪黏園區		
		重要程度 平均數	滿意程度 平均數	t-value
解說服務 及 週邊環境	解說設施之設置地點恰當	4.26	3.91	5.45
	解說設計主體與周遭環境融合	4.17	3.87	5.22
	解說服務之整體環境具特色	4.03	3.85	2.84
	解說服務之環境寬敞舒適	4.33	4.18	3.15
	停車空間足夠	4.21	3.96	8.13
	有提供無障礙空間設施	4.18	3.69	7.82
廁所設備	廁所乾淨、氣味清新	4.58	4.38	4.17
	備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等）	4.45	4.34	2.86
	具寬敞舒適的盥洗空間	4.49	4.36	2.31
解說資訊 提供及 諮詢服務	解說人員待客友善熱誠，親切有禮	4.74	4.57	3.93
	解說人員主動提供園方最新資訊	4.66	4.41	4.78
	解說人員與遊客互動良好	4.52	4.38	4.76
	解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項	4.33	4.26	3.98
	解說人員具專業解說技巧及知識	4.31	4.35	3.09
	解說人員講解幽默風趣且具啟發性	4.46	4.31	4.68
	解說人員口語表達流暢且音量適中	4.38	4.21	3.07
	解說內容符合遊客個人的興趣	4.49	4.11	5.28
	解說摺頁容易取得	4.21	4.39	0.23
解說服務資訊可由網路獲得	4.43	4.23	3.84	
販售區	能有系統的展示園方各項產品	4.51	4.35	3.50
	所販售的產品價格合理	4.42	4.15	5.08
	所販售的產品標示清楚	4.47	4.33	3.13
展示空間	展示空間內的設計能呈現明確主題	4.51	4.20	5.75
	展示內容能夠滿足各年齡層之需求	4.46	4.21	5.50
	能介紹所在地之自然環境特徵	4.24	4.22	0.83
	能介紹所在地之人文歷史發展	4.53	4.29	5.78
	展示空間內解說看板字體大小得宜	4.32	4.23	2.86
	展示空間內的環境舒適	4.38	4.08	5.56
	展示空間內的設計能引人注意	4.25	4.09	2.74
	展示空間中展示用的機器操作容易	4.26	4.02	3.44
參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題	4.37	4.28	2.95	

(續下頁)

表 4-3-4 39 個問項之重要程度與滿意程度差異性分析 (續)

構面	問 項	新港板陶窯交趾剪黏園區		t-value
		重要程度 平均數	滿意程度 平均數	
	展示空間使用多元化的方式進行解說介紹	4.39	4.13	5.58
	展示內容整體易於觀賞與理解	4.37	4.11	5.27
	展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	4.44	4.20	5.00
	參觀流程之安排不會令人感到疲累	4.36	4.21	3.07
主題塑造 及 遊客體驗	解說過程中會激起探索動機	4.38	4.16	4.71
	解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽	4.43	4.25	4.12
	展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視	4.51	4.31	4.49
	本園區在觀光工廠的地位	4.51	4.31	4.49
	所提供之解說服務令人印象深刻	4.58	4.33	5.41

## 第四節 重要—表現程度分析法 (IPA)

由於重要—表現程度分析法(importance- performance analysis; IPA)只將各個項目區分成四區，並未區分其程度，因此本研究針對「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客重視程度與滿意程度進行成對 t 檢定，藉以區分各項目之間的差異。

### 一、遊客重視程度與滿意程度差異性分析

為了更進一步的探討「新港板陶窯交趾剪黏園區」遊客重視度以及滿意度之間的差異，利用統計方法中的成對 t-test，檢測兩者之間的差異是否顯著，以彌補 IPA 分析的不足。

「新港板陶窯交趾剪黏園區」t 檢定分析結果如表 4-4-1 所示。由表 4-4-1 可知四個構面的所有項目其重視程度以及滿意程度均有顯著的差異性，即表示，所有項目的滿意度均未達到遊客的目標。

以各個構面而言，在「解說服務及週邊環境」構面中，滿意程度與重視程度差異最大為「有提供無障礙空間設施」，其次為「解說設施之設置地點恰當」；在「廁所設備」構面中，差異最大為「廁所乾淨、氣味清新」，其次為「具寬敞舒適的盥洗空間」；在「解說資訊提供及諮詢服務」構面中，差異最大為「解說內容符合遊客個人的興趣」，其次為「解說人員主動提供園方最新資訊」；在「販售區」構面中，差異最大為「所販售的產品價格合理」，其次為「能有系統的展示園方各項產品」；在「展示空間」構面中，差異最大為「能介紹所在地之人文歷史發展」，其次為「展示空間內的設計能呈現明確主題」；在「主題塑造及遊客體驗」構面中，差異最大為「所提供之解說服務令人印象深刻」，其次為「展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位」。

整體而言，滿意程度與重視程度差異最大的前 5 項分別是，「停車空間足夠」(解說服務及週邊環境構面)、「有提供無障礙空間設施」(解說服務及週邊環境構面)、「能介紹所在地之人文歷史發展」(展示空間構面)、「展示空間內的設計能呈現明確主題」(展示空間構面)、「展示空間使用多元化的方式進行解說介紹」(主題塑造及遊客體驗構面)。

綜觀上述分析結果大致與王淮真(2001)以 IPA 分析國立歷史博物館中何種解說服務是遊客重視而急需改進的部分、江宜珍(2002)運用 IPA 分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效及解說媒體滿意度之研究、Zhang & Chow (2004)保持良好的則要繼續保持，表現較差的則需要加強等研究發現結果是一致的，本研究顯示：重視度普遍高於滿意度。

所以，經營者需要更了解遊客需求，更重視解說服務，提昇服務品質，以達到遊客更高的滿意度。在許多期望重視度與表現滿意度研究中，滿意度通常低於重視度。但事實上是否真表示營運管理單位做的不夠好呢？期望高則滿意度較低，期望與滿意度是一種相互的關係，管理單位須朝向遊客滿意的目標前進，以達遊客與管理雙贏的結果。

表 4-4-1 新港板陶窯交趾剪黏園區重視程度、滿意程度 t 檢定

構面	問 項	新港板陶窯交趾剪黏園區				排序	
		重要程度 平均數	滿意程度 平均數	t-value	p-value	組內	全體
解說 服務 及週 邊環 境	解說設施之設置地點恰當	4.26	3.91	5.45	0.00	3	8
	解說設計主體與周遭環境融合	4.17	3.87	5.22	0.00*	4	12
	解說服務之整體環境具特色	4.03	3.85	2.84	0.00*	6	34
	解說服務之環境寬敞舒適	4.33	4.18	3.15	0.00	5	26
	停車空間足夠	4.21	3.96	8.13	0.00	1	1
	有提供無障礙空間設施	4.18	3.69	7.82	0.00	2	2
廁所 設備	廁所乾淨、氣味清新	4.58	4.38	4.17	0.00	1	19
	備品齊全(如:衛生紙、洗手乳等)	4.45	4.34	2.86	0.00	2	33
	具寬敞舒適的盥洗空間	4.49	4.36	2.31	0.00	3	36
解說 資訊 提供 及諮 詢服 務	解說人員待客友善熱誠,親切有禮	4.74	4.57	3.93	0.00	6	22
	解說人員主動提供園方最新資訊	4.66	4.41	4.78	0.00	2	14
	解說人員與遊客互動良好	4.52	4.38	4.76	0.00	3	15
	解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項	4.33	4.26	3.98	0.00	5	21
	解說人員具專業解說技巧及知識	4.31	4.35	3.09	0.00	7	28
	解說人員講解幽默風趣且具啟發性	4.46	4.31	4.68	0.00	4	17
	解說人員口語表達流暢且音量適中	4.38	4.21	3.07	0.00	8	29
	解說內容符合遊客個人的興趣	4.49	4.11	5.28	0.00	1	10
	解說摺頁容易取得	4.21	4.39	0.23	0.00	9	39
	解說服務資訊可由網路獲得	4.43	4.23	3.84	0.00	7	23
販售 區	能有系統的展示園方各項產品	4.51	4.35	3.50	0.00	2	24
	所販售的產品價格合理	4.42	4.15	5.08	0.00	1	13
	所販售的產品標示清楚	4.47	4.33	3.13	0.00	3	27
展示 空間	展示空間內的設計能呈現明確主題	4.51	4.20	5.75	0.00	2	4
	展示內容能夠滿足各年齡層之需求	4.46	4.21	5.50	0.00	5	7
	能介紹所在地之自然環境特徵	4.24	4.22	0.83	0.00	12	38
	能介紹所在地之人文歷史發展	4.53	4.29	5.78	0.00	1	3
	展示空間內解說看板字體大小得宜	4.32	4.23	2.86	0.00	10	32
	展示空間內的環境舒適	4.38	4.08	5.56	0.00	4	6
	展示空間內的設計能引人注意	4.25	4.09	2.74	0.00	11	35
	展示空間中展示用的機器操作容易	4.26	4.02	3.44	0.00	8	25
	參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題	4.37	4.28	2.95	0.00	9	31

(續下頁)

表 4-4-1 新港板陶窯交趾剪黏園區重視程度、滿意程度 t 檢定 (續)

構面	問 項	新港板陶窯交趾剪黏園區				排序	
		重要程度 平均數	滿意程度 平均數	t-value	p-value	組內	組內
	展示空間使用多元化的方式進行解說介紹	4.39	4.13	5.58	0.00	3	5
	展示內容整體易於觀賞與理解	4.37	4.11	5.27	0.00	6	11
	展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	4.44	4.20	5.00	0.00	7	14
	參觀流程之安排不會令人感到疲累	4.36	4.21	3.07	0.00	3	29
主題	解說過程中會激起探索動機	4.38	4.16	4.71	0.00	5	16
塑造及遊	解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽	4.43	4.25	4.12	0.00	4	20
客體	展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位	4.51	4.31	4.49	0.00	2	18
驗	所提供之解說服務令人印象深刻	4.58	4.33	5.41	0.00	1	9

註：1. 重視度由「1」表相當不重要到「5」表非常重要，滿意度由「1」表相當不滿意到「5」表非常滿意

## 二、重要—表現程度分析法(IPA)

重要—表現程度分析法(IPA)乃先將 X 軸視為滿意程度，Y 軸視為重要程度。再利用各項目的滿意程度平均值以及重視程度平均值，將空間劃分為四個象限。第一象限表高重視程度與高滿意程度，為繼續保持區；第二象限表高重視程度與低滿意程度，為改善重點區；第三象限表低重視程度與低滿意程度，為優先順序較低；第四象限表低重視程度與高滿意程度，為供給過度區。

為了避免各個構面間不同屬性之間的差異而影響分析的結果。所以首先將「新港板陶窯交趾剪黏園區」所提供之各項服務與設施分成六個構面進行個別分析，六個構面包含「解說服務及週邊環境」、「廁所設備」、「解說資訊提供及諮詢服務」、「販售區」、「展示空間」、「主題塑造及遊客體驗」。

以「新港板陶窯交趾剪黏園區」的「解說服務及週邊環境」為例，將各項目的滿意度加總後計算其平均值，可知數值為 3.91，即為 X 軸的分隔線，再將各項目的重視度加總後計算其平均值，可以得知數值為 4.20，即為 Y 軸的分隔線，利用各項目的重視度及滿意度數值，即可以利用散佈圖畫出 IPA 分析圖。

### (一) 解說服務及週邊環境

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「解說設施之設置地點恰當」、「解說服務之環境寬敞舒適」、「停車空間足夠」；屬於優先順序較低的有「解說設計主體與周遭環境融合」、「解說服務之整體環境具特色」、「有提供無障礙空間設施」。

如圖 4-1-1 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對  $t$  檢定相符合。

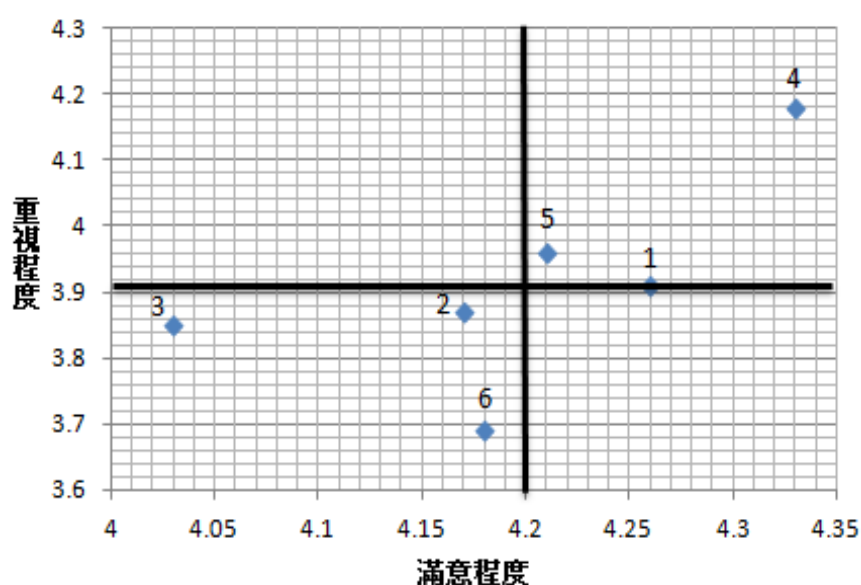


圖 4-1-1 解說服務及週邊環境之 IPA 分析圖

### (二) 廁所設備

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「廁所乾淨、氣味清新」；屬於優先順序較低的有「備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等）」、「具寬敞舒適的盥洗空間」。

如圖 4-1-2 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對  $t$  檢定相符合。

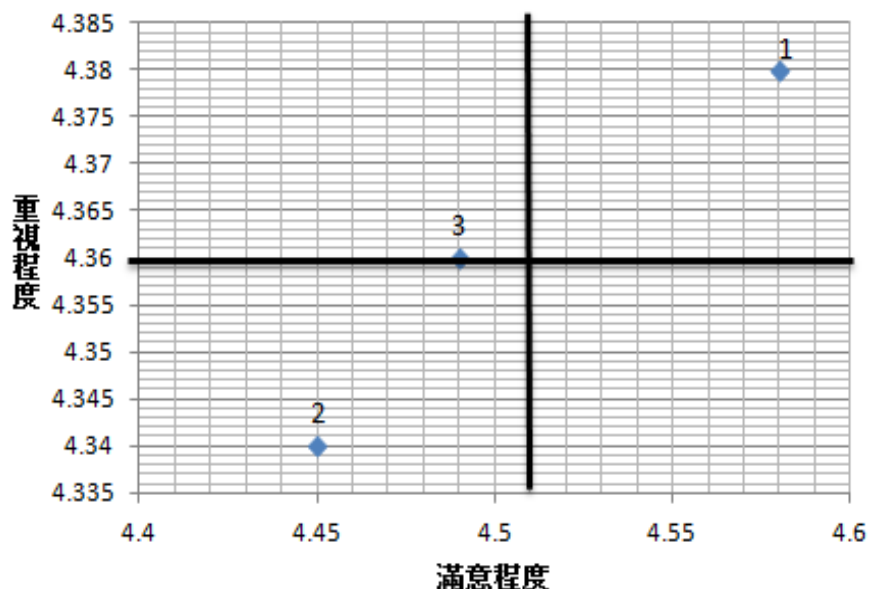


圖 4-1-2 廁所設備之 IPA 分析圖

### (三) 解說資訊提供及諮詢服務

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「解說人員待客友善熱誠，親切有禮」、「解說人員主動提供園方最新資訊」、「解說人員與遊客互動良好」；屬於改善重點區的有「解說人員具專業解說技巧及知識」、「解說摺頁容易取得」；屬於優先順序較低的有「解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項」、「解說人員口語表達流暢且音量適中」、「解說服務資訊可由網路獲得」；屬於供給過度區的有「解說人員講解幽默風趣且具啟發性」、「解說內容符合遊客個人的興趣」。如圖 4-1-3 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對 t 檢定相符合。

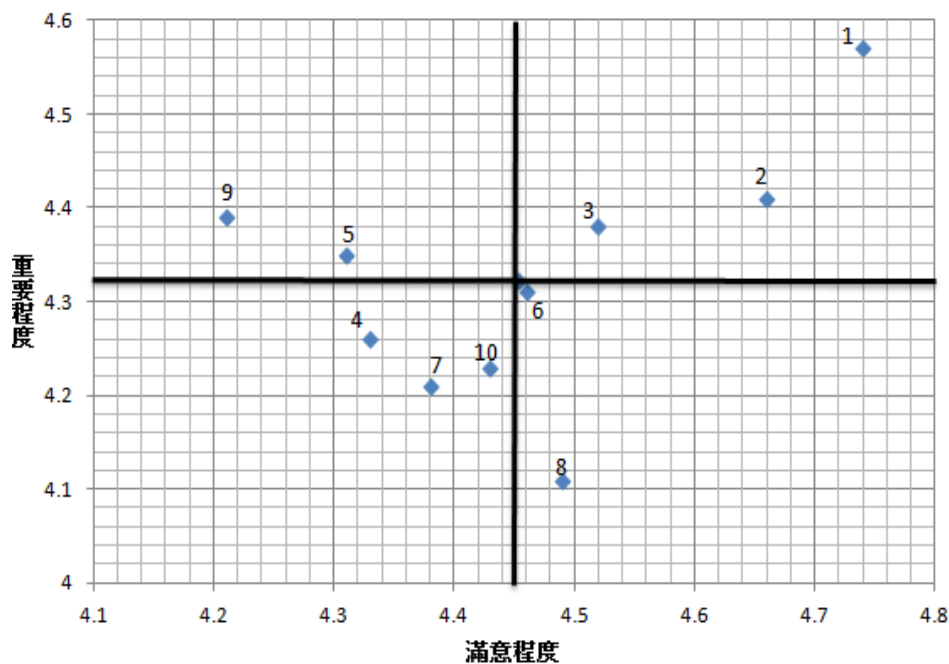


圖 4-1-3 解說資訊提供及諮詢服務之 IPA 分析圖

#### (四) 販售區

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「能有系統的展示園方各項產品」、  
「所販售的產品標示清楚」；屬於優先順序較低的有「所販售的產品價格合理」。如圖 4-1-4 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對 t 檢定相符合。

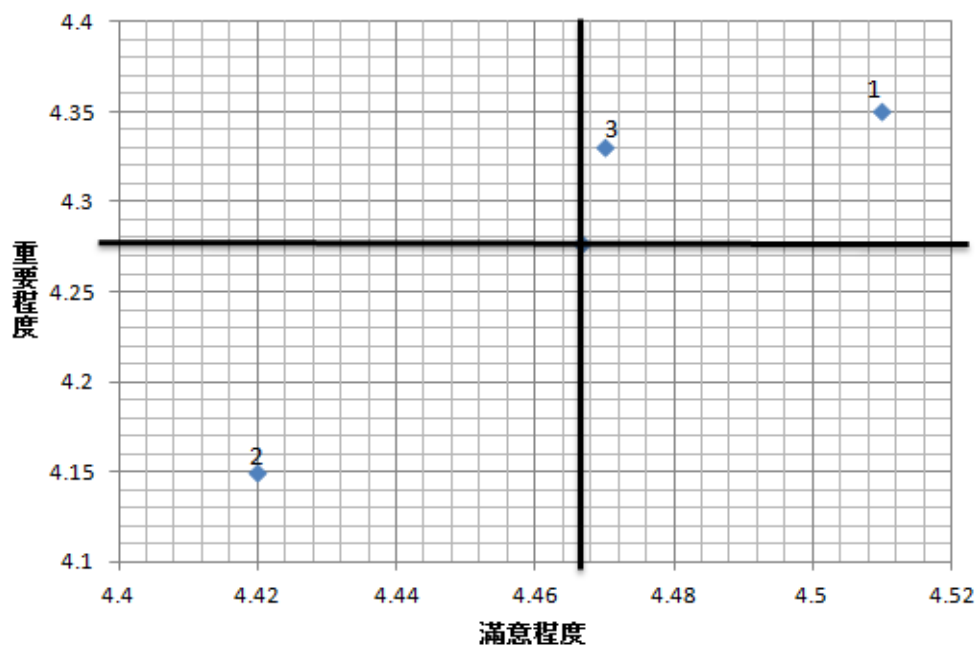


圖 4-1-4 販售區之 IPA 分析圖

#### (五) 展示空間

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「展示空間內的設計能呈現明確主題」、「展示內容能夠滿足各年齡層之需求」、「能介紹所在地之人文歷史發展」、「展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏」；屬於改善重點區的有「能介紹所在地之自然環境特徵」、「展示空間內解說看板字體大小得宜」、「參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題」；屬於優先順序較低的有「展示空間內的設計能引人注意」、「展示空間中展示用的機器操作容易」、「展示內容整體易於觀賞與理解」；屬於供給過度區的有「展示空間內的環境舒適」、「展示空間使用多元化的方式進行解說介紹」。如圖 4-1-5 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對 t 檢定相符合。

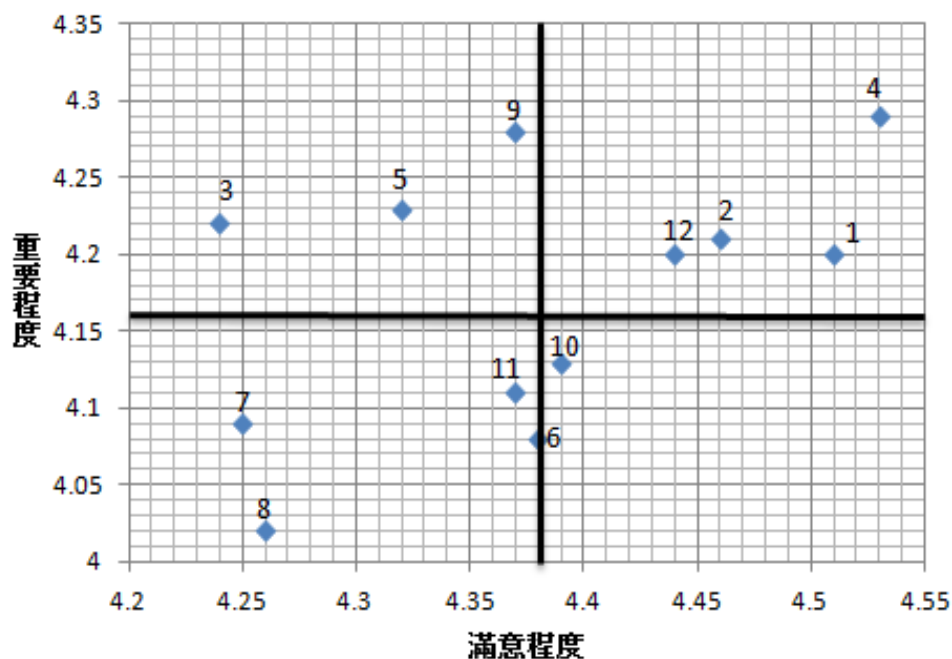


圖 4-1-5 展示空間之 IPA 分析圖

#### (六) 主題塑造及遊客體驗

由於各點分佈位置均在 Likert5 尺度的平均值 3 以上，因此若以絕對平均值的概念分析，可知各個項目應均屬於繼續保持區，但為了了解各項目可以改進的部份，因此採用相對平均值的概念分析。

此構面的分析結果屬於應該繼續保持的是「展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位」、「所提供之解說服務令人印象深刻」；屬於優先順序較低的有「參觀流程之安排不會令人感到疲累」、「解說過程中會激起探索動機」、「解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽」。如圖 4-1-6 所示。分析結果與重視程度及滿意程度成對 t 檢定相符合。

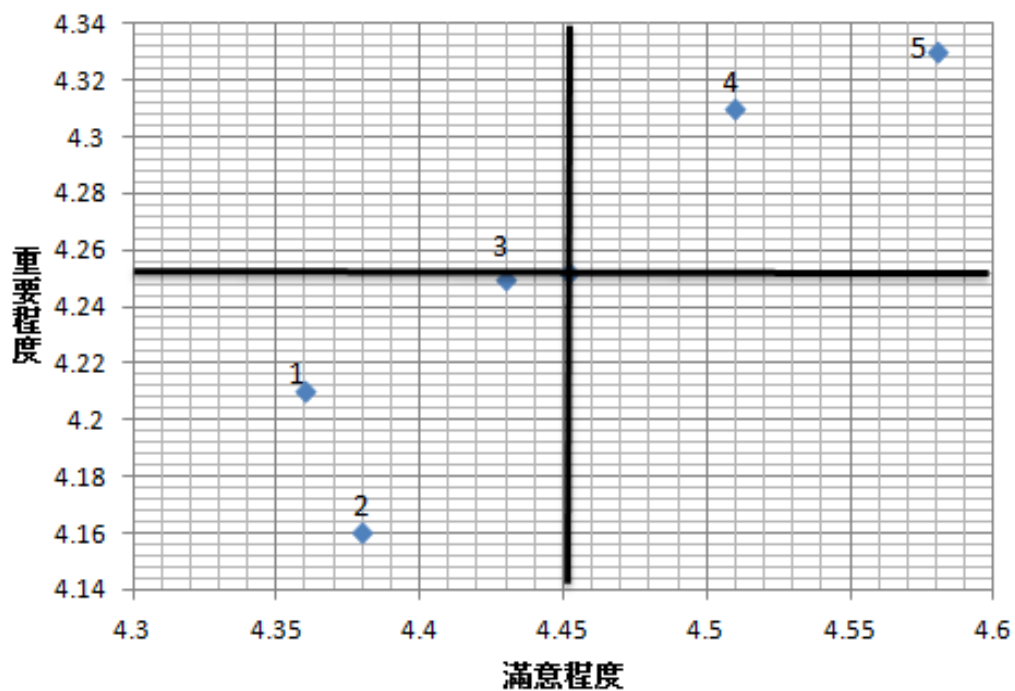


圖 4-1-6 主題塑造及遊客體驗之 IPA 分析圖

為了進一步了解「新港板陶窯交趾剪黏園區」六個解說服務構面間不同項目的差異性，本研究將六個構面之整體 IPA 分析項目彙整如表 4-4-2 所示。

表 4-4-2 整體 IPA 分析項目表

新港板陶窯交趾剪黏園區		
IPA 四象限	構面	分項
A. 繼續 保持	解說服務及週邊環境	解說設施之設置地點恰當
		解說服務之環境寬敞舒適 停車空間足夠
	廁所設備	廁所乾淨、氣味清新
	解說資訊提供及諮詢 服務	解說人員待客友善熱誠，親切有禮
		解說人員主動提供園方最新資訊 解說人員與遊客互動良好
	販售區	能有系統的展示園方各項產品 所販售的產品標示清楚
展示空間	展示空間內的設計能呈現明確主題 展示內容能夠滿足各年齡層之需求 能介紹所在地之人文歷史發展 展示內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	
	主題塑造及遊客體驗	展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區 在觀光工廠的地位 所提供之解說服務令人印象深刻
B. 改善 重點	解說服務及週邊環境	無
	廁所設備	無
	解說資訊提供及諮詢 服務	解說人員具專業解說技巧及知識
		解說摺頁容易取得
	販售區	無
	展示空間	能介紹所在地之自然環境特徵 展示空間內解說看板字體大小得宜 參觀動線能清楚引導遊客至各展示主題
主題塑造及遊客體驗		無
C. 優先 順序 低	解說服務及週邊環境	解說設計主體與周遭環境融合
		解說服務之整體環境具特色 有提供無障礙空間設施
	廁所設備	備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等） 具寬敞舒適的盥洗空間
	解說資訊提供及諮詢 服務	解說人員能主動告知遊客參觀時注意事項
		解說人員口語表達流暢且音量適中 解說服務資訊可由網路獲得
	販售區	所販售的產品價格合理
展示空間	展示空間內的設計能引人注意	
	展示空間中展示用的機器操作容易 展示內容整體易於觀賞與理解	

(續下頁)

表 4-4-2 整體 IPA 分析項目表 (續)

新港板陶窯交趾剪黏園區		
IPA 四象限	構 面	分 項
	主題塑造及遊客體驗	參觀流程之安排不會令人感到疲累 解說過程中會激起探索動機 解說服務能協助欣賞及瞭解展示空間之展覽
D. 供 給 過 度	解說服務及週邊環境	無
	廁所設備	無
	解說資訊提供及諮詢服務	解說人員講解幽默風趣且具啟發性 解說內容符合遊客個人的興趣
	販售區	無
	展示空間	展示空間內的環境舒適 展示空間使用多元化的方式進行解說介紹
	主題塑造及遊客體驗	無

## 第五節 遊客屬性對整體解說服務滿意度分析

遊客屬性包含遊客旅遊特性及遊客基本資料二部分，本小節將對於整體解說服務滿意度此一問項，進行分析，其結果如下。

### 一、遊客旅遊特性對整體解說服務滿意度分析

#### (一) 參觀次數對整體解說服務滿意度分析

分析結果顯示，參觀次數不同其對於整體解說服務滿意度沒有顯著差異（表 4-5-1）。

本研究之分析結果與陳瑩盈（2004）之研究結果有差異，其結果發現，參觀次數不同者認為之六大解說服務構面重要程度皆有顯著差異，第一次參觀者認為之重要程度顯著高於參觀次數為二次以上者，但由變項之同質性檢定發現，六個構面中就有五個其變項之同質性檢定呈顯著差異，而由第一次（187人）與二次以上（20人）之遊客分配情形，可知其比例懸殊，故此結果推論可能有偏離事實之可能性。

表 4-5-1 參觀次數對整體解說服務滿意度滿意度的 *t* 檢定表

名稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	第一次			二次以上			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	203	4.41	0.56	233	4.56	0.62	1.92

#### (二) 參觀時機對整體解說服務滿意度分析

參觀時機不同其對於整體解說服務滿意度沒有顯著差異（表 4-5-2）。本研究之分析結果與陳瑩盈（2004）、陳嘉慧（2007）之研究結果相同，遊客之參觀時機都以假日為主，且參觀時機對整體解說服務滿意度之結果亦都相同，推估其原因，可能是假日遊客多，園區經營者多會加強假日時段的各項解說服務設施，因此遊客在假日參觀時對於園區所提供之整體解說服務滿意度較高。

表 4-5-2 參觀時機對整體解說服務滿意度滿意度的  $t$  檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						$t$ -value
	假日 (含國定假日)			非假日			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	278	4.53	0.36	158	4.46	0.42	1.59

### (三) 交通工具對整體整體解說服務滿意度分析

研究結果得知，使用不同交通工具其對於解說服務之整體滿意度並無顯著差異（表 4-5-3）。

推估原因可能與遊客多為與家人、朋友一同參訪園區有關，因此遊客在交通工具對整體整體解說服務滿意度並無顯著差異，此研究結果與陳瑩盈（2004）、陳嘉慧（2007）之研究結果相似。

表 4-5-3 交通工具對整體解說服務滿意度滿意度的  $t$  檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						$t$ -value
	自用車			機車			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	153	4.41	0.53	126	4.26	0.52	1.56

### (四) 停留時間對整體整體解說服務滿意度分析

研究結果得知，停留時間不同其對於解說服務之整體滿意度是有顯著差異的（表 4-5-4）。

本研究結果分析，顯示停留時間及參與解說時間愈久的遊客，對解說服務的滿意度愈高，反之，停留時間及參與解說時間愈短的遊客，對解說服務的滿意度愈不滿意。

表 4-5-4 停留時間對整體解說服務滿意度滿意度的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	一小時內			二小時以上			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	195	4.43	0.57	241	4.26	0.42	3.16

## (五) 參觀夥伴對整體整體解說服務滿意度分析

參觀夥伴不同對於解說服務整體滿意度是有顯著差異的，由 LSD 法多重比較分析結果可知，參觀夥伴為家人之整體滿意度顯著高於朋友（見表 4-5-5）。

由分析結果可知遊客多與家人一同結伴參觀，此與許多相關研究之研究結果相同（陳瑩盈，2004；陳嘉慧，2007；潘季珍，2007；李君如，2009），顯示觀光休閒活動以家庭親子型態較為普遍。

表 4-5-5 參觀夥伴對整體整體解說服務滿意度的 ANOVA 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區									F 值	LSD
	家人 (1)			朋友 (2)			旅遊團體 (3)				
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差		
整體解說服務滿意度滿意度	201	4.53	0.58	135	4.21	0.44	64	4.31	0.56	4.54	

## (六) 資訊管道對整體整體解說服務滿意度分析

資訊管道不同對解說服務整體滿意度有顯著差異，由 LSD 法多重比較分析結果可知，消息來源為親朋好友的遊客之解說服務整體滿意度（4.51）顯著高於消息來源為網路（4.27）與傳單海報者（4.21）（見表 4-5-6）。

在張詩悌（1996）探討板橋林家花園的解說效果中，發現有無使用解說的遊客在「充實豐富」的體驗方面具有差異，有使用解說服務的遊客具有加強體驗的

效果。此外，Roy 與 Elizabeth (1998)針對不同的旅遊動機、活動喜好、興趣，需求、資訊說明方式及旅客期待的服務方式；針對不同族群分類做旅遊招攬是最具有效力與吸引力。本研究結果與上述之相關研究結果相似。

表 4-5-6 資訊管道對整體整體解說服務滿意度的 ANOVA 檢定表

名稱	新港板陶窯交趾剪黏園區									F 值	LSD
	親朋好友 (1)			網路 (2)			傳單海報 (3)				
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差		
整體解說服務滿意度	217	4.51	0.59	152	4.27	0.42	43	4.21	0.46	3.94	1>2 1>3

## 二、遊客基本資料對整體解說服務滿意度分析

### (一) 性別對整體解說服務滿意度分析

由檢定結果可知，不同性別對於解說服務整體滿意度沒有顯著差異（見表 4-5-7）。

本研究結果與過去許多相關研究相似，如陳嘉慧（2007）之研究分析結果為：遊客之性別、年齡、職業，在「解說技巧」、「專業知識」、「解說態度」、「解說內容」之滿意度構面上，在顯著水準為 0.05 時，皆無明顯差異。

表 4-5-7 性別對對整體解說服務滿意度滿意度的 t 檢定表

名稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						t-value
	男性			女性			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度	189	4.37	0.58	247	4.48	0.52	-1.26

## (二) 年齡對整體解說服務滿意度分析

兩項目之解說服務整體滿意度是有顯著差異的(見表 4-5-8)。

顯示各年齡族群之間的差異，有明顯的顯著差異，19 歲及以下遊客對於整體解說服務之滿意程度皆高於 20 歲及以上者。推估其原因可能與遊客中以學生族群占多數，所以影響年齡在整體解說服務滿意度分析的表現結果。

表 4-5-8 年齡對整體解說服務滿意度的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	19 歲以下			20 歲及以上			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	62	4.48	0.51	374	4.26	0.35	3.12

## (三) 教育程度對整體解說服務滿意度分析

大專院校之整體解說服務滿意度顯著高於其他者(見表 4-5-9)。

經由研究結果分析來看，教育程度為「大專院校」的遊客對於整體解說滿意度，顯著高於其他學歷，顯示學歷愈高對於解說的滿意度愈滿意，學歷族群之間的差異，有明顯的顯著差異。本研究結果與陳瑩盈(2004)、陳嘉慧(2007)之研究結果相似。

表 4-5-9 教育程度對整體解說服務滿意度的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	大專院校			其他			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	229	4.48	0.53	207	4.26	0.51	3.02

#### (四) 職業對對整體解說服務滿意度分析

不同職業者認為之解說服務整體滿意度沒有顯著差異(見表 4-5-10)。本研究結果與陳瑩盈(2004)、陳嘉慧(2007)、李孟純(2010)之研究分析結果相似。

不同職業對整體解說服務滿意度沒有顯著差異。

表 4-5-10 職業對對整體解說服務滿意度分析的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	學生			商業			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	125	4.44	0.58	84	4.27	0.45	1.78

#### (五) 收入對對整體解說服務滿意度分析

兩項目之對於解說服務整體滿意度是有顯著差異的(見表 4-5-11)。

收入為 20,000 元及以下的遊客族群對於整體解說服務之滿意程度皆高於 20,001 元以上者。可見收入越高，對於整體解說服務之滿意程度越低；反之，收入越高者，對於整體解說服務之滿意程度則會越高。

表 4-5-11 收入對對整體解說服務滿意度分析的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	20,000 元及以下			20,001 元以上			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	156	4.54	0.53	84	4.22	0.45	3.8

#### (六) 婚姻狀況對整體解說服務滿意度分析

婚姻狀況不同者其對於解說服務整體滿意度沒有顯著差異（見表 4-5-12）。本研究結果與陳瑩盈（2004）、李孟純（2010）之研究分析結果相似。由研究結果推估，遊客的婚姻狀況對於園區內所提供之整體解說服務滿意度沒有直接的影響，並不會因為結婚與否，而提高或降低對於解說服務的滿意情形。

表 4-5-12 婚姻狀況對整體解說服務滿意度分析的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	已婚			未婚			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	196	4.37	0.52	240	4.47	0.59	0.82

#### (七) 居住地對整體解說服務滿意度分析

居住地不同者其解說服務整體滿意度沒有顯著差異（見表 4-5-13）。

由研究結果推估，遊客對於園區內所提供之整體解說服務滿意度，並不會因居住地不同而有所影響，此分析結果與陳瑩盈（2004）、陳瑩盈（2004）之研究分析結果相似。

表 4-5-13 居住地對整體解說服務滿意度分析的 *t* 檢定表

名 稱	新港板陶窯交趾剪黏園區						<i>t</i> -value
	南部地區			中部地區			
	個數	平均數	標準差	個數	平均數	標準差	
整體解說服務滿意度滿意度	161	4.47	0.58	122	4.27	0.51	1.82

## 第六節 多元迴歸分析

本研究使用多元迴歸方程式推估「新港板陶窯交趾剪黏園區」之整體解說服務滿意度。利用「解說服務及週邊環境滿意度」、「廁所設備滿意度」、「解說資訊提供及諮詢服務滿意度」、「販售區滿意度」、「展示空間滿意度」、「主題塑造及遊客體驗滿意度」、「婚姻」、「旅遊次數」與「目前居住地」來推估遊客對於「新港板陶窯交趾剪黏園區」之整體解說服務滿意度。

「新港板陶窯交趾剪黏園區」之整體解說服務滿意度多元迴歸模式分析結果如表 4-6-1、4-6-2、4-6-3 所示。「新港板陶窯交趾剪黏園區」多元迴歸模式解釋力達 40.5%，可以視為有效之多元迴歸式。在此多元迴歸方程式中，自變項包括「解說服務及週邊環境滿意度」、「廁所設備滿意度」、「解說資訊提供及諮詢服務滿意度」、「販售區滿意度」、「展示空間滿意度」、「主題塑造及遊客體驗滿意度」、「婚姻」、「旅遊次數」與「目前居住地」，其中「展示空間滿意度」、「廁所設備滿意度」影響整體解說服務滿意度的程度達到顯著，由標準化迴歸係數 (Beta) 之正負值及大小得知，「廁所設備滿意度」及「展示空間滿意度」對整體滿意度有正向之影響，其中以「展示空間滿意度」對整體解說服務滿意度影響最大。

表 4-6-1 新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式摘要表

模式	R	R <sup>2</sup>	adjusted R <sup>2</sup>	估計的標準誤
1	0.623	0.405	0.382	2.179

B 觀測變數：解說服務及週邊環境滿意度、廁所設備滿意度、解說資訊提供及諮詢服務滿意度、販售區滿意度、展示空間滿意度、主題塑造及遊客體驗滿意度

A 依變數：整體解說服務滿意度

表 4-6-2 新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式變異數分析

模式	SS	df	MS	F-value	P-value
迴歸	1123.486	13	74.683	16.062	0.000
殘差	1425.262	316	4.785		
總和	2531.941	329			

B 觀測變數：解說服務及週邊環境滿意度、廁所設備滿意度、解說資訊提供及諮詢服務滿意度、販售區滿意度、展示空間滿意度、主題塑造及遊客體驗滿意度

A 依變數：整體解說服務滿意度

表 4-6-3 新港板陶窯交趾剪黏園區多元迴歸模式分析表

變數	未標準化迴歸係數 $\beta$	標準化迴歸係數 $\beta$ (Beta)	t-value
常數	1.486		4.132
展示空間	0.462	0.474	5.617
廁所設備	0.191	0.325	3.102
$R^2=0.405$			

## 第五章 結論與建議

本章旨在將本研究結果做一整體性之描述，並依研究結果提出具體之結論與建議。本章共分為兩節，第一節結論；第二節建議，茲分述如下。

### 第一節 結論

本節將依據本研究結果，並輔以前述討論，依序回答研究問題，進而形成本研究之結論。茲將各結論分述如下：

- 一、「新港板陶窯交趾剪黏園區」的遊客以南部地區之 19 歲以下女性大專校院學生為主要族群，平均收入在 2 萬元以下。遊客大多為首次參觀，停留時間在一小時以內且在假日、與家人或朋友自行開車前往參觀者占多數，並藉由親朋好友獲得園區之參觀資訊。
- 二、六大解說項目評估構面之重要程度與滿意程度之間有顯著差異，且重要程度皆高於滿意程度。
- 三、由 IPA 之結果得知，解說服務之項目多落在繼續保持及改善優先順序較低之象限，「新港板陶窯交趾剪黏園區」觀光工廠之解說服務大體來說符合遊客需求。
- 四、遊客屬性會影響解說服務的滿意度。
- 五、以六個構面中之各項滿意度之值與整體滿意度進行多元迴歸分析，發現僅有「廁所設備」、「展示空間」進入多元迴歸方程式中，且對於整體滿意度皆為正向之影響。

## 第二節 建議

本節依據研究結果與討論，提出對未來「新港板陶窯交趾剪黏園區」觀光工廠經營管理者在解說服務方面以及後續研究之建議：

### 一、對「新港板陶窯交趾剪黏園區」觀光工廠經營管理者之建議

- (一) 在「廁所設備」構面中的分析結果發現，優先順序較低的有「備品齊全（如：衛生紙、洗手乳等）」及「具寬敞舒適的盥洗空間」，由於「新港板陶窯交趾剪黏園區」之廁所設備僅設置在餐飲區的後方，且廁所的數量只有 5 間，對於遊客的使用而言明顯不足，建議可以再多增設廁所以滿足遊客需求，且建議應定時清理廁所、補充備品，以提供遊客們較舒適的感受。
- (二) 由於因參觀「新港板陶窯交趾剪黏園區」之遊客有年輕化的趨勢，以學生為主要族群，故在解說服務內容設計上，可以多以活潑有趣的解說方式，吸引更多年輕族群之觀眾。且同遊者多為家人，建議可以提供更多樣化的親子活動增加親子間的感情。
- (三) 由於當地遊客旅遊資訊來源多以親友居多，建議可以多增加宣傳的管道，例如網路、報紙或者廣播節目等。同時，對於園區內相關遊憩設備及活動資訊，建議可在解說摺頁上宣導，以提供民眾相關的參考資訊。
- (四) 建議可依遊客停留時間及參與解說時間不同，提供不同類型的解說服務內容，以滿足不同遊客的需求。解說方面可結合週邊的觀光遊憩景點進行互外實際解說，提供更豐富生動的解說服務說，將可增加與遊客的互動，並提昇遊客對「新港板陶窯交趾剪黏園區」之認知。
- (五) 「新港板陶窯交趾剪黏園區」若要提高其競爭力，應當要隨時加入新的創意和想法，建議經營者可以不定期因應當地的節慶特色，更新展示內容及特展，除了吸引人潮外，還能帶給參觀者深刻及新的感受，計劃性的調整解說

技巧、加強解說專業知識、親切的解說態度及充實豐富的解說內容，以期創造出全新的解說服務及新風貌。

## 二、 對後續研究之建議

- (一) 建議未來可做全年度大樣本問卷調查，以收集更完整且豐富的資料，以期更能充分反映全年遊客之意見與想法。
- (二) 建議採用質量並重的研究方法，除進行現場遊客的實地問卷調查外，更應對其進行深度訪談，以求現場遊客實際體驗的完整感受，並獲得更精確與周延的研究結果，且能夠在問卷設計上更適切於實際需求。
- (三) 建議於問卷量表編制時，增加「重遊意願衡量」之量表題項，以求提高量表信度，使研究問卷設計更臻完善。
- (四) 建議後續研究者可以在遊客整解說滿意度的推估部份，加入其他因素例如旅遊動機、旅遊意象、遊客涉入程度等等加以探討，以提高解釋力；或者可以嘗試使用線性結構模式加以分析，以得到更精確之結果。

## 參考文獻

### 中文部分

- 王鑫 (1986)。解說計劃規劃參考資料彙編。臺北市：國立臺灣大學。
- 王鑫 (1989)。太魯閣國家公園：地形、地質景觀資源。花蓮市：內政部營建署太魯閣國家公園管理處。
- 王鑫 (1991)。陽明山國家公園解說與環境教育系統規劃研究報告。臺北市：內政部營建署。
- 王淮真 (2007)。旅客對導覽解說滿意度之研究—以國立故宮博物院為例 (未出版碩士論文)。中國文化大學，臺北市。
- 江宜珍 (2002)。運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究 (未出版碩士論文)。國立臺中師範學院，臺中市。
- 江俞慧 (2007)。體驗行銷對顧客滿意度及忠誠度之研究-牛軋糖觀光工廠為例 (未出版碩士論文)。中國文化大學，臺北市。
- 江盈如 (1998)。大臺北市地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究 (未出版碩士論文)。國立交通大學，新竹市。
- 江嘉慧 (2007)。海洋生態環境解說之重要性與表現評估—以澎湖水族館為例 (未出版碩士論文)。中國文化大學，臺北市。
- 吳忠宏 (1999)。解說專業之建立。臺灣林業，25 (6)，41-47。
- 吳忠宏 (譯) (2000)。21 世紀的解說趨勢—解說自然與文化的 15 項指導原則。臺北市：品度。(Beck, L., & Cable, T.,1982)
- 吳忠宏 (2001)。解說在自然保育上的應用。自然保育季刊，36，6-13。

- 吳忠宏 (2002)。臺灣解說研究之回顧與展望。載於國立臺中師範學院環境教育研究所舉辦之「2002 中美澳三國環境解說與生態旅遊」國際學術研討會論文集(頁122-163)。
- 李世寶 (2003)。東勢林場賞螢活動解說員服務效果之研究 (未出版碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 李幸蓉 (2003)。從遊客的角度探討花蓮港賞鯨活動之解說服務 (未出版碩士論文)。國立東華大學，花蓮市。
- 李君如 (2007)。從工業經濟到體驗經濟~以觀光創造新欄海的傳統產業。靜宜大學、工業技術研究院主辦，服務創新與企業家精神。觀光工廠研討會，臺中市。
- 李君如、陳俞伶 (2009)。觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度之研究 ~以白蘭氏觀光工廠為例。顧客滿意學刊，(5) 1，93-119。
- 李崇清 (2003)。觀光工廠論壇：尋找永遠的玻璃鞋。取自 [觀光工廠自在遊](http://www.taiwanplace21.org/) 官網 <http://www.taiwanplace21.org/>。
- 李孟純(2010)。觀光工廠體驗行銷、滿意度及忠誠度關係之探討-以白木屋品牌文化館為例 (未出版碩士論文)。龍華科技大學，桃園縣。
- 李朝盛 (1986)。國家公園遊客解說需求之研究 (未出版碩士論文)。國立臺灣大學，臺北市。
- 李玟儀 (2007)。以模糊德爾菲法建構觀光工廠外部資源指標之研究 (未出版碩士論文)。開南大學，桃園縣。
- 李惠貞 (2007)。臺灣傳統產業轉行為創意活產業觀光工廠之策略研究-以桃園縣 A 公司女性內衣工廠為例 (未出版碩士論文)。中原大學，桃園縣。
- 林子琴 (1997)。國人對郵輪產品認知之研究 (未出版碩士論文)。中國文化大學，臺北市。

- 林文鎮 (1987)。木材及森林解說之概念與範例。林產工業, 6 (3), 105-111。
- 林朝欽 (1995)。解說理念與實務。臺灣林業試驗所叢刊, 3 (2), 23-41。
- 林銘鴻 (2004)。離島地區傳統製造業轉型觀光工廠發展策略研究—以金門地區為例。碩士論文, 私立中華大學, 新竹市。
- 林融聖 (2007)。閒置資產再利用發展策略之研究—以觀光工廠為例 (未出版碩士論文)。逢甲大學, 臺中市。
- 邱紹成 (2003)。觀光工廠論壇—尋找永遠的玻璃鞋。取自 [觀光工廠自在遊](http://www.taiwanplace21.org/page1_1.htm) 官網 [http://www.taiwanplace21.org/page1\\_1.htm](http://www.taiwanplace21.org/page1_1.htm)。
- 邱皓政 (2000)。社會與行為科學的量化研究及統計分析—SPSS 中文視窗版資料分析範例解析。臺北市: 五南圖書出版公司。
- 徐國士 (1997)。國家公園概論。臺北市: 明文。
- 徐天福、黃秀珍 (2000)。以手築夢—臺灣交趾陶藝術。臺北市: 國立歷史博物館。
- 涂淑薰 (2003)。植物展示規劃設計之探討 (未出版碩士論文)。東海大學, 臺中市。
- 張正錫 (2005)。我國傳統製造業轉型觀光工廠之經營策略探索性研究 (未出版碩士論文)。中原大學, 桃園縣。
- 張明洵、林玥秀 (1992)。解說概論。花蓮市: 太魯閣國家公園。
- 張馨文 (2005)。英國產業觀光之發展。載於經濟部工業局、經濟部中部辦公室主辦之「觀光工廠理論與實務」研討會大會手冊。
- 張樑治、蔡志堅 (2005)。SPSS for 生物統計-醫護人員專屬的工具書。新北市: 啓英文化事業有限公司。
- 陳秀珠 (2002)。臺灣交趾陶的發展與承傳脈絡。北縣文化, 73, 53-57。

- 陳素雲 (2003)。新港剪黏與交趾陶藝師的世系傳承。新港文教基金會會訊, 130, 6-11。
- 黃章展、李素馨、侯錦雄 (1999)。應用重要—表現程度分析法探討青少年觀光遊憩活動需求特性。載於中華民國戶外遊憩學會所舉辦之「1999 年休閒、遊憩、觀光研究成果研討會—遊憩需求與效益研究論文集」。
- 陳俞伶 (2008)。觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度之研究—以白蘭氏、大黑松小倆口觀光工廠為例 (未出版碩士論文)。靜宜大學, 臺中市。
- 陳蓉瑩 (2004)。以消費體驗觀點探討劇場元素對體驗品質、品牌態度、忠誠意圖影響之研究-以觀光工廠為例 (未出版碩士論文)。輔仁大學, 新北市。
- 黃宗成、吳忠宏、高崇倫 (2000)。休閒農場遊客遊憩體驗之研究。戶外遊憩研究, 13 (4), 1-25。
- 黃君郁 (2005)。保健食品產業觀光發展策略之研究--以食益補白蘭氏雞精為例(未出版碩士論文)。中華大學, 新竹市。
- 陳昭明 (1983)。臺灣森林遊樂需求—資源經營之調查與分析。國立臺灣大學, 臺北市。
- 陳墀吉 (2003)。人物專訪—在休閒觀光中掌握主要的元素「體驗與解說」。取自 [觀光工廠自在遊](http://www.taiwanplace21.org/page2_12.htm) 官網 [http://www.taiwanplace21.org/page2\\_12.htm](http://www.taiwanplace21.org/page2_12.htm)。
- 陳儀甄 (2011)。中興穀堡觀光工廠導覽解說功能之企業經營診斷分析 (未出版碩士論文)。嶺東科技大學, 臺北市。
- 曾意婷 (2001)。溪頭森林遊樂區解說服務之研究 (未出版碩士論文)。國立臺灣大學, 臺北市。
- 郭冠彰 (2009)。觀光工廠服務品質、體驗行銷、知覺價值與滿意度關係之研究 (未出版碩士論文)。國立屏東商業技術學院, 屏東縣。

- 楊明賢 (1999)。解說教育。臺北市：揚智。
- 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園 (1989)。社會及行為科學研究法。臺北市：東華書局。
- 楊勝評 (2003)。觀光工廠論壇—服務的品質及工廠觀光化的優勢。取自 [觀光工廠自在遊](http://www.taiwanplace21.org/page1_1.htm) 官網 [http://www.taiwanplace21.org/page1\\_1.htm](http://www.taiwanplace21.org/page1_1.htm)。
- 經濟部工業局 (2008)。觀光工廠計畫輔導作業要點。取自 [觀光工廠自在遊](http://proj.moeaidb.gov.tw/cluster/taiwanplace21/file/20081201_2a.doc) 官網 [http://proj.moeaidb.gov.tw/cluster/taiwanplace21/file/20081201\\_2a.doc](http://proj.moeaidb.gov.tw/cluster/taiwanplace21/file/20081201_2a.doc)。
- 經濟部工業局 (2003)。傳承地方特色，蛻變地方產業—2003 發現地方特色產。載於經濟部工業局「傳承地方特色」成果專輯。
- 經濟部工業局 (2004)。推動地方工業創新轉型發展計畫：觀光工廠觀摩學習營。載於經濟部工業局「推動地方工業創新轉型發展計畫」大會手冊。
- 經濟部工業局 (2011)。觀光工廠計畫-觀光工廠自在遊手冊，臺中市：工研院機械與系統研究所。
- 蔡惠民 (1985)。國家公園解說系統規劃與經營管理之研究。臺北市：內政部營建署。
- 蔡惠民 (1989)。解說服務系統之規劃與經營管理。臺中縣：省旅遊局風景區經營管理講義。
- 蔡淑惠 (2000)。國中生對國立自然科學博物館生命科學廳展示設施之解說效果研究 (未出版碩士論文)。東海大學，臺中市。
- 蔡家嫻 (2012)。產業觀光工廠服務流程與顧客滿意度關係之研究 (未出版碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化市。
- 歐陽皓 (2006)。以清潔生產先期盤查看石材廠轉型之永續經營 (未出版碩士論文)。國立東華大學，花蓮市。

- 潘季珍 (2007)。遊客對產業觀光認知與遊憩體驗偏好關係之研究—以金良興磚險文化觀光工廠為例 (未出版碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 顏建賢 (2009)。觀光工廠意象與品牌知名度、購買意願關係之研究-以大黑松小倆口牛軋糖博物館為例 (未出版碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 簡益章 (1994)。森林遊樂區自導式步道解說系統之研究 (未出版碩士論文)。國立中興大學，臺中市。
- 簡榮聰、鄭昭儀 (2001)。彩塑風華—臺灣交趾陶藝術專輯。南投市：臺灣省文獻委員會。
- 謝東哲 (2002)。寺廟建築中交趾陶的裝飾類型與意涵。北縣文化，73，45-52。
- 蕭呈章 (2005)。製造業經營者轉型觀光工廠的認知與意願之研究—以南投縣傳統產業為例 (未出版碩士論文)。大葉大學，彰化縣。
- 邊瑞芬 (2005，6月)。美國觀光工廠發展探討。載於經濟部工業局、經濟部中部辦公室主辦之「觀光工廠理論與實務」研討會大會手冊。

## 英文部分

- Armstrong, E. K., & Weiler, B. (2002). Getting the message across: An analysis of messages delivered by tour operators in protected areas. *Journal of Ecotourism*, 1(2), 104-121.
- Aldridge, D. (1972). Upgrading park interpretation and communication with the public, in Sir Elliott, H. *Second World Conference on National Parks*, pp. 300-311.
- Bitgood, S. (1994). *Designing effective exhibits: Criteria for success, exhibit design approaches, and research strategies*. *Visitor Behavior*, 9(4), 4-15.

- Brown, W. E. (1971). *Islands of hope*. Arlington, VA: National Recreation and Park Association.
- Chapman, R.G. (1993). Brand performance comparatives. *Journal of Products & Brand Management*, 2(1), 12-18.
- Cheron, E. J., McTavish, R., & Perrien, J. (1989). Segmentation of bank commercial markets. *International Journal of Bank Marketing*, 6(7), 25-30.
- Choi, T. (1999). An importance-performance analysis of hotel selection factors in Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers, *Tourism Management*, 21, 363-377.
- Derwin, C.W. & Pipery, J.B. (1998). The African rock exhibit evaluation and interpretive elements. *Environment and Behavior*, 11, 53-70.
- Edwards, R. W. (1965). Motivation and information needs of art museum visitors: A cluster analytic study. *ILVS Review*, 1(2), 20-35.
- Fallon, L. D., & Kriwoken, L.K. (2003). Community involvement in tourism infrastructure—The case of the Strahan visitor centre. Tasmania. *Tourism Management*, 24, 289-308.
- Garrison, I. L. (1982). Living interpretation. In G. W. Sharpe (ED.), *Interpreting the Environment*, 2, 214-235. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Griggs, S. A. (1992). *Evaluating exhibitions*. In Thompson, J. M. A. *Manual of Curatorship*. Oxon: Butterworth-Heinemann.
- Grinder, A. L., & McCoy, E. S. (1985). *The good guide—a source book for interpreters, docents and tour guides*. Phoenix, AZ: Ironwood Press.
- Ham, S., & Weiler, B. (2002). Toward a theory of quality in cruise-based nature guiding. *Journal of Interpretation Research*, 7(2), 29-49.

- Hollenhorst, S., Olson, D. & Fortney, R. (1992). Use of importance- performance analysis to evaluate state park cabins: The case of the West Virginia State Park System. *Journal of Park and Recreation Administration*, 1(10), 1-11.
- Hood, M. G., Short, E., & Adams, G. D. (1992). After 70 years of audience research, what have we learned? -Who comes to museums, who does not, and why? *Visitor Studies: Theory, Research and Practice*, 6(1), 6-17.
- Knudson, D. M., Cable, T. T., & Beck, L. (1995). *Interpretation of cultural and natural resource*. State College, PA: Venture Press.
- Lewis, R.C. and Chambers R. E. (1989), Marketing leadership in hospitality, New York, NY: Van Nostrand Reinhold. *Marketing (The Haworth Press, Inc.)*, 5(3), 207-223.
- Luck, M. (2003). Education on marine mammal tours as agent for conservation but do tourists want to be educated? *Ocean & Coastal Management*, 46(10), 943-956.
- Mahaffey, B. D. (1969). Nature interpretation and the machine age. *Nature Study*, 23(2), 17-23.
- Martilla, J. A., & James. J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Medlin, N., & Ham, S. (1992). A handbook for evaluating interpretive services. *Moscow, Idaho: Department of Resource Recreation and Tourism*. University of Idaho, ID: Venture Press.
- Mengak, K., Dottavio, M., & O'leary, L. (1986). Use of importance-performance analysis to evaluate a visitor center. *Journal of Interpretation*, 11(2), 1-11.

- Moscardo, G., Pearce, P. L., & Haxton, P. (1998). Understanding rainforest tourist expectations and experiences. 1998 Australian Tourism and Hospitality Research Conference, *Bureau of Tourism Research*, 295-308.
- National Association for Interpretation (1990). *Preparing for 21st century: Solving management problems through interpretation*. Fort Collins, CO: Ft. Collins.
- Peart, R. (1978). Definition of interpretation. *Interpretation Canada*, 5(2), 3-6.
- Risk, P. H. (1994). Interpretation-A road to creative enlightenment. *Cultural Resources*, 17(2), 40-41.
- Roy, B. (1995). Interpreters' conceptions of Australian aboriginal culture and heritage: Implications for interpretive practice. *Journal of Environmental Education*, 26(4), 11-17.
- Sampson, S. E., & Showalter, M. J. (1999). The performance-importance response function: observations and implications, *The Service Industries Journal*, 19(3), 1-25.
- Scriven, M. (1991). *Evaluation thesaurus*. (4<sup>th</sup> ed.). Newbury Park, CA:Sage Publications, Inc.
- Sethna, B. N. (1982). Extensions and testing of Importance-performance Analysis. *Business Economics*, 7(2), 28-31.
- Sharpe, G. W. (1982). *Interpreting the environment*. New York, NY : John Wiley and Sons.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting our heritage* (3<sup>rd</sup> ed.). Chapel Hill, NC: North Carolina Press.
- Tubb, K. N. (2003). An evaluation of the effectiveness of interpretation within Dartmoor National Park in reaching the goals of sustainable tourism development.

*Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 476-498.

Veverka, J.A. (2000). Why heritage sites need interpretation for their long term survival.

*Paper for the National Trust of Scotland Interpretation Seminar.*

Wagar, J. A., (1976). Evaluating the effectiveness of interpretation. *Journal of*

*Interpretation*, 1 (1), 1-8 .

Wu, H. C. (1997). *Evaluation of interpretation: Effectiveness of the interpretive exhibit centers in Taroko National Park, Taiwan.* (p.357) Unpublished doctoral dissertation, Stephen F. Austin State University, Nacogdoches, Texas.

Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

## 附錄、正式問卷

### 「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務調查問卷

各位親愛的遊客，您好！

本問卷為碩士論文研究，主要目的在於了解遊客對「新港板陶窯交趾剪黏園區」解說服務的重視程度，以及體驗「新港板陶窯交趾剪黏園區」後的滿意程度。

請針對以下各部分的問題，提供您的寶貴意見！相關資料，絕對保密。研究結果亦將僅作為學術研究之用，敬請安心作答，再次誠摯感謝您的協助！敬祝 旅途愉快！

國立臺灣師範大學 運動與休閒管理研究所

研究生 林美婷

指導教授 程紹同 博士敬上

中華民國 100 年 4 月

#### 第一部分：對解說服務的期望與實際滿意度

##### 參訪前的期望

##### 參訪後滿意度

說明：此部分包含六個面向，共計 39 題。針對本園區所提供之解說服務，請您在下列各面向之問項中，選出參訪前的期望(重要程度)與參訪後的滿意度(表現程度)，最為認同的選項，分別在□內打勾。

非	重	普	不	非	非	滿	普	不	非
常	要	通	重	常	常	意	通	滿	常
重	要	要	要	重	滿	意	意	意	滿
要	要	要	要	重	意	意	意	意	意

您覺得「新港板陶窯交趾剪黏園區」在六個面向中：

#### 一、解說服務及週邊環境

- |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 解說設施之設置地點恰當   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 解說設計主體與周遭環境融合 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 解說服務之整體環境具特色  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 解說服務之環境寬敞舒適   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 停車空間足夠        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 有提供無障礙空間設施    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

#### 二、廁所設備

- |                  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7 廁所乾淨、氣味清新      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 備品齊全(衛生紙、洗手乳等) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 具寬敞舒適的盥洗空間     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

#### 三、解說資訊提供及諮詢服務

- |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 10 解說人員待客友善熱誠，親切有禮 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11 解說人員主動提供園方最新資訊  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12 解說人員與遊客互動良好     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13 解說人員主動告知參觀注意事項  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14 解說人員具專業解說技巧及知識  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

(續下頁)

(續上頁)

	參訪前的期望					參訪後滿意度				
	非常 重要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
15 解說人員講解幽默風趣具啟發性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 解說人員口語表達流暢音量適中	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 解說內容符合遊客個人的興趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 解說摺頁容易取得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 解說服務資訊可由網路獲得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>四、販售區</b>										
20 能有系統的展示園方各項產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 所販售的產品價格合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 所販售的產品標示清楚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>五、展示空間</b>										
23 展示空間的設計能呈現明確主題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 展示內容能滿足各年齡層之需求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 能介紹所在地之自然環境特徵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 能介紹所在地之人文歷史發展	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 展示空間解說看板字體大小得宜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28 展示空間內的環境舒適	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29 展示空間內的設計能引人注意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 展示空間中展示的機器操作容易	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31 參觀動線能清楚引導至各展示主題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 展示空間用多元化方式進行解說	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 展示內容整體易於觀賞與理解	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 內容突顯園方重要及獨特資訊與收藏	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>六、主題塑造及遊客體驗</b>										
35 參觀流程安排不會令人感到疲累	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36 解說過程中會激起探索動機	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 解說服務能協助欣賞及瞭解展覽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

(續上頁)

	參訪前的期望					參訪後滿意度				
	非常 重要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
38 展示空間中主題之塑造能夠使人更為重視本園區在觀光工廠的地位	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39 所提供之解說服務令人印象深刻	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**第二部分：遊客旅遊特性**

說明：請您在適當的□欄位中勾選。

1 您曾參觀本園區的次數(含本次)：

1. 一次      2. 二次      3. 三次      4. 四次      5. 五次以上

2 您前來參觀本園區的時機：

1. 非假日      2. 假日(含國定假日)

3 您前來參觀本園區的交通工具：

1. 遊覽車      2. 計程車      3. 機車      4. 腳踏車      5. 自用車  
6. 其他\_\_\_\_\_ (請填入)

4 您停留本園區的時間：

1. 一小時內      2. 二小時      3. 三小時      4. 四小時      5. 五小時以上

5 您與誰一同前來參觀本園區：

1. 獨自一人      2. 家人      3. 朋友      4. 旅遊團體      5. 學校團體

6 您從何處得知本園區的訊息：

1. 廣播電視      2. 報章雜誌      3. 網路      4. 傳單海報      5. 親朋好友  
6. 戶外廣告      7. 其他\_\_\_\_\_ (請填入)

7 您對本園區的「解說服務整體滿意度」：

1. 非常滿意      2. 滿意      3. 普通      4. 不滿意      5. 非常不滿意

(續下頁)

(續上頁)

**第三部分：遊客基本資料**

說明：請您在適當的欄位中勾選。

- 1 性別 1. 男 2. 女
- 2 年齡 1. 19歲及以下 2. 20~29歲 3. 30~39歲 4. 40~49歲  
5. 50~59歲 6. 60~69歲 7. 70歲及以上
- 3 教育 1. 國小及以下 2. 國中 3. 高中(職) 4. 專科  
5. 大學 6. 研究所及以上
- 4 職業 1. 學生 2. 軍公教 3. 工 4. 商  
5. 自由業 6. 家管 7. 農林漁牧 8. 服務業  
9. 無(含退休) 10. 其他\_\_\_\_\_ (請填入)
- 5 收入 1. 20,000元及以下 2. 20,001~40,000 3. 40,001~60,000  
4. 60,001~80,000 5. 80,001~100,000 6. 100,001元及以上
- 6 婚姻 1. 未婚 2. 已婚
- 7 居住地  
1. 北部地區 2. 中部地區 3. 南部地區 4. 東部地區  
5. 離島地區 6. 其他\_\_\_\_\_ (請填入)

◎若您對於「新港板陶窯交趾剪黏園區」的解說服務有其他的建議，請您寫下來以作為本園區日後之參考。

---



---



---

~本問卷到此填寫完畢，請再次檢查是否有遺漏的部份，謝謝您的配合~

## 附錄、Mengak, Dottavio,與 O'Leary 研究中之原文量表

### Attribute for Evaluation of a Visitor Center

---

#### Setting of the Visitor Center

---

1. Conveniently located near park entrance.
  2. Appropriate building for the location.
  3. Relays a feeling of welcome to the visitor.
  4. Parking spaces adequate.
  5. Has easy access for handicapped persons.
- 

#### Restroom Facilities

---

6. Clean and fresh smelling.
  7. Necessary supplies present.
  8. Uncrowded.
- 

#### Information Service

---

9. Personnel friendly and receptive to visitors.
  10. Personnel knowledgeable of park events and activities.
  11. Campground locations and vacancies listed.
  12. Specific information on places of interest within the park available.
  13. Park maps readily available.
  14. Computer with visitor information available.
  15. Warns of potential dangers or problems within the park.
  16. Describes park rules and regulations.
- 

(續下頁)

(接上頁)

---

### Attribute for Evaluation of a Visitor Center

---

---

#### Literature Sales Area

---

17. Quality items available.
  18. Good sections of items.
  19. Items reasonably priced.
  20. Easy to tell which items are official park publication.
- 

---

#### Exhibits Area

---

21. Captures and holds the interest of the visitor.
  22. Follows a theme or logical series of ideas.
  23. Describes natural features of the park.
  24. Describes historical features of the park.
  25. Describes importance and unique characteristics of the park.
  26. Relays information to children through exhibits.
  27. Stimulates family/groups discussion.
  28. Visually appealing.
  29. Easy to figure out how to move through the area.
  30. Has a good variety of methods to present information about the park.
  31. Exhibits are easy to see and read.
- 

---

#### General Features of the Visitor Center

---

32. Encourage exploration of the park.
  33. Creates on awareness of the importance of the park.
  34. Helps develop an appreciation of the park.
-