

# 有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之研究

吳智淵、陳信泰

E-mail: 342123@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究旨在探討有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之間的關係，採用問卷調查法進行研究，以苗栗縣苑裡鎮有機稻場遊客為研究對象發放問卷，總計回收有效樣本330份，有效樣本回收率為94%。本研究受測對象，其性別的分布情形為女性多於男性；年齡的分布以31至40歲遊客最多；教育程度以大學/專科遊客為最多；職業分布情形以工商業遊客為最多；婚姻狀況以已婚有子女遊客為最多；個人平均月收入分布情形以收入40001~60000元遊客為最多。本研究主要發現如下：遊客對有機稻場之解說服務各構面滿意度由高至低為：「解說技巧滿意度」、「解說能力滿意度」、「解說環境滿意度」、「解說同理心滿意度」、「解說設備滿意度」。不同性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀態、個人平均月收入之遊客對解說服務滿意度皆有顯著差異。不同職業、婚姻狀態之遊客對解說服務滿意度皆有顯著差異。有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願呈現顯著正相關。在預測效果上，遊客對「解說能力」、「解說技巧」、「解說同理心」的滿意度對重遊意願有顯著的正向預測效果。

關鍵詞：有機稻場、解說服務滿意度、重遊意願

## 目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iv
誌謝辭	vi	內容目錄	vii
目錄	ix	圖目錄	xi
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
	5	第二節 研究目的	5
	6	第三節 研究問題	6
	6	第四節 研究範圍與對象	6
	7	第五節 研究限制	7
	7	第六節 重要名詞解釋	7
第二章 文獻探討	9	第一節 解說服務滿意度之定義與相關研究	9
	22	第二節 重遊意願之定義與相關研究	22
	25	第三節 解說服務滿意度與重遊意願之關係	25
第三章 研究方法	30	第一節 研究架構	30
	31	第二節 研究假設	31
	31	第三節 問卷設計與操作性定義	31
	35	第四節 研究對象與抽樣方法	35
	36	第五節 樣本的收集	36
	42	第六節 資料處理與分析	42
第四章 結果與討論	45	viii 第一節 苗栗苑裡有機稻場解說服務概述	45
	49	第二節 樣本背景變項描述分析	49
	53	第三節 有機稻場遊客解說服務滿意度及重遊意願之現況分析	53
	58	第四節 有機稻場遊客解說服務滿意度及重遊意願之差異分析	58
	71	第五節 有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之相關分析	71
	73	第六節 有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之預測分析	73
第五章 結論與建議	76	第一節 結論	76
	81	第二節 建議	81
參考文獻	84	附錄一 有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之研究問卷(預試)	93
	95	附錄二 有機稻場遊客解說服務滿意度與重遊意願之研究問卷(正式)	95
	ix	表目錄	ix
	11	表 2-1 國內學者對解說服務之定義整理	11
	33	表 3-1 解說服務滿意度量表	33
	34	表 3-2 重遊意願量表	34
	38	表 3-3 解說服務滿意度量表因素分析結果摘要表	38
	39	表 3-4 解說服務滿意度正式問卷各層面及題項表	39
	40	表 3-5 重遊意願量表因素分析與信度分析摘要表	40
	41	表 3-6 解說服務滿意度正式量表之信度分析表	41
	41	表 3-7 重遊意願正式量表之信度分析表	41
	41	表 4-1 樣本背景資料百分比	41
	52	表 4-2 有機稻場遊客解說服務滿意度平均數與標準差	52
	53	表 4-3 有機稻場遊客解說能力滿意度平均數與標準差	53
	54	表 4-4 有機稻場遊客解說技巧滿意度平均數與標準差	54
	55	表 4-5 有機稻場遊客解說同理心滿意度平均數與標準差	55
	56	表 4-6 有機稻場遊客解說環境滿意度平均數與標準差	56
	56	表 4-7 有機稻場遊客解說設備滿意度平均數與標準差	56
	57	表 4-8 有機稻場遊客重遊意願平均數與標準差	57
	59	表 4-9 遊客性別對解說服務滿意度之t檢定	59
	60	表 4-10 遊客年齡對解說服務滿意度ANOVA分析	60
	62	表 4-11 遊客教育程度對解說服務滿意度ANOVA分析	62
	64	表 4-12 遊客職業對解說服務滿意度ANOVA分析	64
	65	表 4-13 遊客婚姻狀態對解說服務滿意度ANOVA分析	65
	65	表 4-14 遊客個人平均月收入對解說服務滿意度ANOVA分析	65

67 表 4- 15 遊客性別對重遊意願之t檢定 68 表 4- 16 遊客年齡對重遊意願ANOVA分析 68 x 表 4- 17 遊客教育程度對重遊意願之t檢定 69 表 4- 18 遊客職業對重遊意願ANOVA分析 70 表 4- 19 遊客婚姻狀態對重遊意願ANOVA分析 70 表 4- 20 遊客個人平均月收入對重遊意願ANOVA分析 71 表 4- 21 遊客解說服務滿意度與重遊意願相關分析 72 表 4- 22 遊客解說服務滿意度與重遊意願之迴歸分析 75 表 5- 1 研究假設驗證結果整理表 80 xi 圖目錄 圖 3-1 研究架構圖 30 圖 4-1 有機稻場解說服務空間圖 46

## 參考文獻

- 一、中文部分 100%玩米主義-有機稻場(2010), [線上資料], 來源: <http://www.kskk.org.tw/OrganicFarm/index.htm>[2010, Sep-tember 19]
- Beck L. and Cable T. (2000), 21世紀的解說趨勢-解說自然與文化的15項指導原則(吳忠宏譯), 台北:品度股份有限公司, 2-21, (原文於1998年出版)。
- Griffin J. (1996), 忠誠顧客(王秀華譯), 台北:朝陽堂文化, 42-46, (原文於1995年出版)。
- Tilden F. (2006), 解說我們的製產(許士璋, 高思明譯), 台北:五南圖書出版股份有限公司, 13-52, (原文於1977年出版)。
- 中華民國交通部觀光局行政資訊系統(2010), [線上資料], 來源: [http://admin.taiwan.net.tw/info/info\\_his.aspx?no=86](http://admin.taiwan.net.tw/info/info_his.aspx?no=86) [2010, November 26]
- 王淮真(2001), 旅客對導覽解說滿意度之研究以國立故宮博物院為例, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。
- 85 - 王志全(2008), 休閒農場服務品質、消費者決策型態與重遊意願之研究-以松田崗創意生活農莊為例, 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所未出版之碩士論文。
- 江榮吉(1997), 農業經營與行銷管理, 自然農法, 15, 15-18。
- 江進富(2008), 建構一個與產業緊密結合的環境學習中心100%玩米主義-有機稻場, 行政院農業委員會林務局編, 2008林務局自然教育中心發展國際研討會。(pp.135-143), 台北:行政院農業委員會林務局。
- 有機農業全球資訊網(2010), [線上資料], 來源: <http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/home.phtml> 行政院農業委員會全球資訊網(2010), [線上資料], 來源: [http://www.coa.gov.tw/show\\_index.php](http://www.coa.gov.tw/show_index.php)[2010, September 01]
- 吳麗玲(2000), 博物館導覽與觀眾涉入之研究-以達文西特展為例, 台北市立師範學院視覺藝術研究所未出版之碩士論文。
- 吳忠宏(2001), 解說在自然保育的重要性, 社教雜誌, 245, 1-6。
- 吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(2004), 玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究, 國家公園學報, 14(2), 23-40。
- 86 - 吳明隆(2007), SPSS統計應用學習實務-問卷分析與應用統計, 台北:知城數位科技。
- 吳佳穎(2008), 遊客對桃園縣風景區步道的滿意度與重遊意願之調查研究-以虎頭山與拉拉山風景區為例, 國立新竹教育大學應用科學系碩士班未出版之碩士論文。
- 李幸蓉(2002), 從遊客的角度探討花蓮賞鯨活動之解說服務, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。
- 李雅鳳(2007), 賞鯨遊客之旅遊動機、解說服務滿意度、賞鯨活動忠誠度關係之研究, 國立台中教育大學環境教育研究所未出版之碩士論文。
- 李宜曄、林詠能(2008), 十三行博物館導覽服務滿意度與重遊意願研究, 博物館學季刊, 22(1), 93-105。
- 余聿萱(2008), 利用有機農業發展保健旅遊之願付價格探討, 國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版之碩士論文。
- 林銘洲(2001), 輔導有機米產銷經營, 農政與農情, 108, 37-42。
- 林銘洲(2004), 台灣有機米消費者行為之研究, 國立嘉義大學農學研究所未出版之碩士論文。
- 87 - 林若慧、陳永賓(2004), 博物館服務品質對觀眾忠誠度之影響研究:以鶯歌陶瓷博物館為例, 博物館學季刊, 18(1), 81-92。
- 邱皓政(2006), 量化研究與統計分析-SPSS中文視窗版資料分析範例解析, 台北:五南圖書出版股份有限公司。
- 林佩蓓(2008), 遊客對文化觀光的認知、導覽解說服務滿意度與重遊意願關係之研究-以鹿港地區為例, 靜宜大學管理碩士在職專班未出版之碩士論文。
- 林銘洲(2010), 98年度有機農業推動成果, 農政與農情, 211, 72-76。
- 范啟敏(2008), 休閒農場遊客活動涉入及場所依戀與再遊意願研究, 國立嘉義大學管理學院碩士在職專班未出版之碩士論文。
- 張明洵、林珮秀(2002), 解說概論, 台北:揚智文化。
- 陳慧如(2003), 台灣地區國家公園遊客特性與解說服務滿意度之關係, 銘傳大學管理科學研究所博士班博士論文。
- 張勝雄(2004), 森林遊樂區生態旅遊解說服務滿意度之研究-以大雪山及八以山遊樂區為例, 國立嘉義大學農學院林業研究所未出版之碩士論文。
- 88 - 陳水源(1988), 擁擠與戶外遊憩體驗之研究-社會心理層面之探討, 國立台灣大學森林研究所博士論文。
- 陳勁甫、陳威亞(2005), 大學生遊學產品意象、知覺價值、滿意度及購後行為意圖關係之研究, 戶外遊憩研究, 18(1), 23-46。
- 陳宗玄、林靜芳(2006), 清境地區民宿遊客滿意度與再宿意願之研究, 旅遊管理研究, 6(1), 21-44。
- 陳玉釧(2007), 遊客對玉山國家公園塔塔加遊客中心解說媒體滿意度之研究, 國立台中教育大學環境教育研究所未出版之碩士論文。
- 陳世雄的有機生活(2010), [線上資料], 來源: <http://tw.myblog.yahoo.com/organic-farmer/>[2010, Sep-tember 01]
- 黃山內、林傳琦(2002), 台灣地區有機農業之發展現況與展望, 發表於亞熱帶農作物產業之研究與發展研討會專刊, 屏東:農委會高雄農改場。
- 楊明賢(1999), 解說教育, 台北:揚智文化。
- 劉凱翔(2007), 有機農業法規及政策之研究, 國立台灣大學生物資源暨農學院農藝學系未出版之碩士論文。
- 89 - 蔡精強(2009), 台灣有機農業發展概況與前景, 行政院農委會。
- 蔡旻熹(2009), 自行車道遊憩環境屬性級遊客休閒滿意度影響重遊意願之研究-以旗津環島踩風自行車道為例, 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所未出版之碩士論文。
- 鍾瑞貞(2003), 台灣有機農業發展的趨勢, 國立台灣大學農業經濟學研究所未出版之碩士論文。
- 蘇雲華(1996), 服務品質衡量方法之比較研究, 國立中山大學企業管理研究所博士論文。
- 二、英文部分 Bolton, R. N. & Drew, J. H. (1991). A Multistage Model of Customer Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research* 17, March, 375-384.
- Baker, D. A. & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), August, 244-249.
- 90 - Churchill, G. A. & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58, Jan, 125-131.
- Chen Huei-Ju, Hwang Shih-Nan., &

Lee Chuan (2006). Visitors' characteristics of guided interpretation tours. *Journal of Business Research*, 59, 1167-1181. Gronholdt L., Martensen A., & Kristensen K. (2000). The relationship between Customer Satisfaction and Loyalty: Cross-Industry differences. *Total Quality Management*, 11, July, 509-516. Howard, J. A. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*, New York: John Wiley and sons. - 91 - Hempel, D. J. (1977). *Consumer satisfaction with the home buying process: Conceptualization and measurement*. Cambridge, Massachusetts: Marketing Science Institute. IFOAM 官方網站(2010) , [線上資料] , 來源: [http://www.ifoam.org/about\\_ifoam/principles/index.html](http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html)[2010, September 01] Kozak M. (2001). Repeaters' Behavior at Two Distinct Destinations, *Annals of Tourism Research* 28(3), 784-807. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting, *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral Perspective on the Consumer*, New York: Irwin/McGraw-Hill. Parasurman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing* 49(4), 41-50. Parasurman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing* 64, 12-40. - 92 - Schreyer, R.S. & Roggenbuck J.W. (1978). The influence of experience expectation on crowding perceptions and social-psychological carrying capacities, *Leisure Sciences* 1(4), 373-394. Sharpe, G. W. (1982). *Interpreting the environment*. New York: John Wiley and Sons. Tellis, Gerard J. (1988). Advertising Exposure, Loyalty, and Brand Purchase: A Two-Stage Model of Choice, *Journal of Marketing Research*, 25(May), 134-144.