

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

遊客對三和瓦窯 DIY 體驗之滿意度

作者：

郭哲佑。私立樹德家商。觀光事業科高三25班

林佳樺。私立樹德家商。觀光事業科高三25班

涂俐萱。私立樹德家商。觀光事業科高三25班

指導老師：

曾香梅 老師

壹●前言

現今的經濟型態已從農業、工業、服務業到現在最熱門的體驗經濟時代，而石化產業、科技產業的興起，以及大量工廠的外移，導致傳統產業逐漸沒落，政府意識到傳統產業的重要與發展性，於是提倡產業轉型，即推動了「創意生活產業」，使傳統產業能夠再次復甦。

一、研究動機

台灣目前有許多傳統工廠蛻變為觀光工廠，其中三和瓦窯為成功的案例之一，加入了許多新體驗活動，與過去的傳統窯場大有不同。有園區專業解說人員的導覽和現場師父的陶藝教學，轉型為讓遊客親手捏造屬於自己的藝術品，創造出新的創意體驗，將傳統文化導入體驗的概念，也是現今社會中被大眾喜愛的遊覽方式，既有休閒娛樂也有教育之意。而三和瓦窯為全台灣目前僅存一家製瓦窯廠，並且被核定為三級古蹟，因此引發本組欲探討遊客對三和瓦窯的DIY 體驗滿意度之情形為何。

二、研究目的

- (一)了解前往三和瓦窯遊客的特性與個人背景
- (二)了解遊客對三和瓦窯的體驗活動參與情況
- (三)探討遊客對DIY 商品的滿意度

貳●正文

一、參考文獻

(一)三和瓦窯(San-He Tile Kiln)

南台灣僅存最永久最古老最完整的窯廠，呈現歷史燒製一個世紀燃燒他創新的希望與代代相傳的信念古樸的三合院、典雅的紅瓦厝，一直是台灣居民建築的重要象徵，民國六十年代以後，瓦窯業開始在建材市場上節節敗退！在一片倒閉、收窯的浪潮中，三和瓦窯一支獨秀，硬是撐過大局。三和瓦窯正積極轉型朝向結合「休閒、產業、文化、教育」的多元化型態發展，希望能再創瓦窯產業的新生命。

(二)體驗(to experience firsthand)

體驗中的體驗行銷最後會影響到遊客的忠誠度，其中會藉由體驗品質、體驗情緒、體驗價值、體驗滿意度到最後的忠誠度，而忠誠度又包含了重遊意願和推薦他人，因此多種的體驗變數在這裡佔據相當的重要性，產品是可加工的，商品是有實體的，服務是無形的，而體驗是難忘的。體驗經濟時代，所追求的正是逃避價格戰的紅海策略，提供民眾親身參與，擴大民眾的想像空間，努力追求的正是讓民眾「記得些什麼」。遊憩體驗分為心理體驗與實質環境體驗兩類：

1、心理體驗：即為遊憩活動所獲得的感受與經驗。

2、實質環境體驗：了解遊客對於體驗活動參與情況。(張宛綺，2005)

(三)滿意度(Degree of satisfaction)

遊客有特定期望去特定的目的地，旅遊完所得到的感受比較行前期望與實際體驗的差異程度，體驗服務水準和期待水準能一致時，參觀者便感到滿意；反之，負向的時候，遊客會感到不滿意。也就是說滿意度是取決於遊客所預期服務的實際況「預期」和「實際」結果的一致程度(黃世明、林育璋，2003)。一般來說，滿意度是以產品、服務是否能符合顧客需求與期望之觀點來闡述其念。遊客遊憩屬性的滿意程度，乃是參與遊憩活動後對行程中之心理體驗、環境景觀、遊憩活動、遊程安排的感受程度。(1996，王彬如)

二、研究方法

本專題所採用之研究方法為問卷調查法。本小組利用假日或平時閒暇時間至三和瓦窯，對參與 DIY 體驗的遊客實施發放問卷以及提供問卷於三和瓦窯內，供前往的遊客方便拿取填寫，問卷發放時間於 100.10.30~100.12.30 進行，預計發放 100 份問卷。

三、問卷分析

(一)遊客個人基本資料

經由整理發現，受訪的遊客，以女性居多；在年齡層方面，是以 16-25 歲佔大多數，佔 82%；在職業方面，以學生佔大多數，佔 92%；在居住地方面，以高雄市佔大多數，佔 93%；在停留時間方面，以 2-4 小時佔大多數，

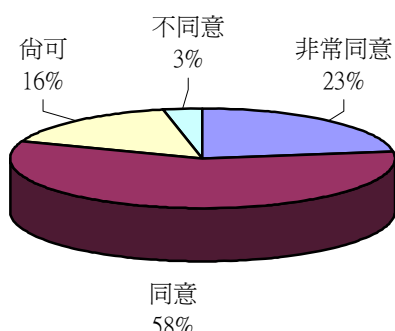
佔 51%。

(二)旅遊特性

經由整理發現，第一次前往三和瓦窯的為 79%居大多數；來的目的以好友相約為 58%；同時會參與 DIY 體驗活動為 76%居多，也會推薦給親朋好友為 98%佔大多數。

(三)體驗

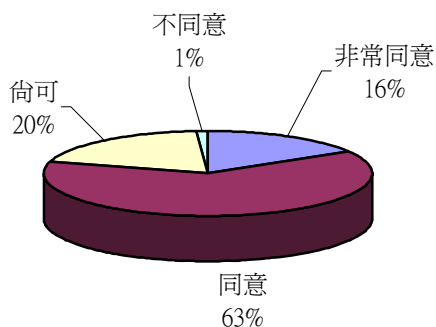
1. 參與此次 DIY 活動可以使我從中獲得成就感



根據圖 2-1，80%的遊客同意參與此活動可以從中獲得成就感，可能是因為遊客親手製作的情況下，滿意度往往會增加，及大多數的人對成品的期望度多於或等於，因此使遊客認為可以從中得到成就。

圖 2-1 是否從中獲得成就感

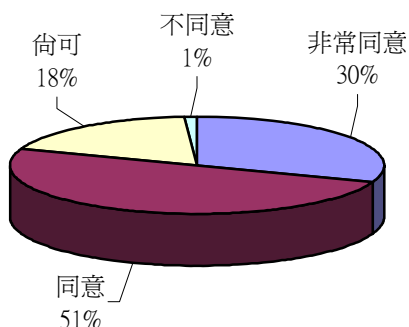
2. 參與此次 DIY 活動可以使我增添生活中的樂趣



根據圖 2-2，79%的遊客同意參與此活動可以增添生活中的樂趣，可能是體驗與原本生活不同的事物，既新鮮又有趣的活動，因此便產生了遊客正面的效應。

圖 2-2 是否可增添生活中的樂趣

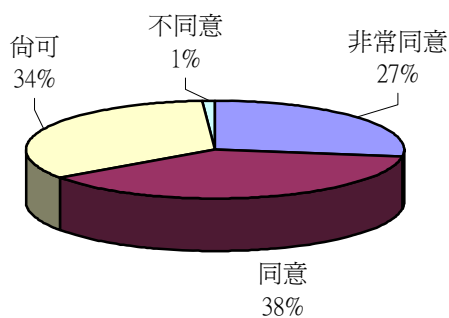
3. 參與此次 DIY 活動後我願意向其他人推薦到三和瓦窯



根據圖 2-2，81%的遊客參與此活動後願意向其他人推薦到三和瓦窯，可能是從整體的外觀到服務品質以及體驗的價值性等，讓遊客感到滿意，因此參與過後還會向他人推薦至三和瓦窯。

圖 2-3 願意向其他人推薦

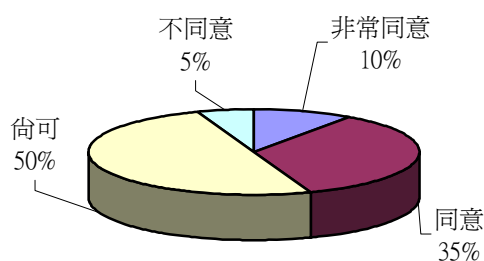
4.對於三和瓦窯 DIY 體驗活動內容



根據圖 2-4，65%的遊客滿意三和瓦窯 DIY 體驗活動內容，可能是因為在解說人員的導覽下，把 DIY 的磚瓦變的很活躍，從古板的瓦窯歷史結合創意 DIY，使遊客感到生動有趣。

圖 2-4 DIY 體驗活動內容

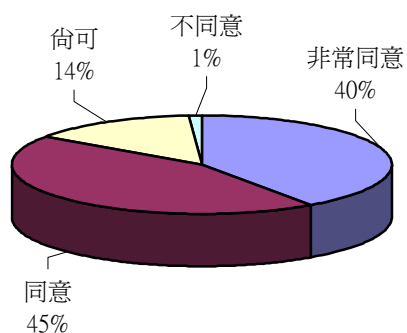
5.對於三和瓦窯 DIY 體驗的價格



根據圖 2-5，45%的遊客滿意三和瓦窯 DIY 體驗的價格，在磚賣店的成品與遊客 DIY 商品的，小而美又精緻化的價格，使遊客感到滿意。

圖 2-5 DIY 體驗的價格

6.對於三和瓦窯 DIY 體驗所研發工藝品具有獨特性



根據圖 2-5，85%的遊客認為三和瓦窯 DIY 體驗所研發工藝品具有獨特性，可能是因為瓦窯內的工藝品都是手工製造、過程複雜又艱辛，所以更突顯工藝品的獨特性。

圖 2-6 研發工藝品具有獨特性

參●結論

一、結論

本研究之研究對象為前往高雄市大樹區三和瓦窯，參與 DIY 的遊客。旨在瞭解不同遊客對參與三和瓦窯 DIY 體驗後的偏好情形，進而探討遊客

對體驗 DIY 之滿意度。在第一節中，針對研究假設與研究結果彙整出結論；第二節則根據結論引申出具體建議，以供業者對於體驗 DIY 的參考與建議。進行統計各項假設與結果分析茲詳述如下：

(一)個人背景資料

由遊客個人背景得知：前往高雄市大樹區三和瓦窯以女生稍為多於男性；年齡層以 16-25 歲居多；職業以學生居多；居住地方以高雄市居多，停留時間以 2-4 小時居多，顯示了來到三和瓦窯的遊客以南台灣為主，以學生為主要來源。

(二)旅遊特性

來到三和瓦窯的遊客以第一次到訪較為居多，而大多來訪的遊客都有參加 DIY 體驗活動。地方環境的優美及 DIY 體驗活動的滿意度使遊客願意推薦親朋好友前往三和瓦窯，因為遊客大多數是以好友相約體驗模式較多所以旅遊同伴為同學居多。

(三)遊憩體驗

根據問卷的分析，本組認為三和瓦窯的體驗活動在遊客心理的層面餘味回窮，絕大部分的遊客對於DIY遊憩體驗相當滿意。體驗偏好重視程度之前三名依序為「對於三和瓦窯DIY體驗所研發工藝品有獨特性」、「參與此次DIY活動後會願意向其他人推薦到三和瓦窯」、「參與此次DIY活動可從中獲得成就感」相對的，「三和瓦窯磚賣店的成品，小而美又精緻化的價格，使遊客感到滿意」此部分百分比較低，可能須再成品的價格再做調試。藉由DIY體驗和現成商品使遊客加深三和瓦窯的印象，此體驗活動可以幫助遊客更加了解該產業的特色與體驗DIY的樂趣。

(四)三和瓦窯 SWOT 分析

1.優勢(strengths)

- (1)全台唯一僅存使用傳統的製造方法製作磚瓦的窯廠。
- (2)有新的經營模式方向和創意商品。

- (3)與當地文化團體合作增加解說提升參與的附加價值。
- (4)結合體驗、產業文化的多元化形態發展，再創瓦窯的生命力延續傳統、代代相傳的經營理念。

2.劣勢(weaknesses)

- (1)對一般遊客而言交通較不方便。
- (2)三和瓦窯附近環境較缺少休閒設備。
- (3)宣傳度的能見度不夠。
- (4)對一般遊客而言附近能提供餐食服務的地方較缺乏。

3.機會(opportunities)

- (1)和青輔合作多元就業方案讓更多年輕朋友認識三和瓦窯。
- (2)多元化的經營文化創意...等提升知名度。
- (3)與相關藝術團體合作設立固定販賣藝術商品 例:華山藝文特區、林家花園等。

4.威脅(threats)

- (1)社會變遷下傳統產業的沒落。
- (2)瓦片的需求量減少。
- (3)現代機械化的供給量增加所以威脅到傳統產業的生產。
- (4)時代變遷人們對於傳統產業文化的重視度下降。
- (5)政府政策複雜很難申請相關補助。

二、建議

針對上述結論，本研究小組茲提出下列建議：

(一)瓦窯工廠

- 1.導覽解說中將瓦窯的歷史性、功能性以及重要性，融入其中。
- 2.三和瓦窯內外增加可以與親朋好友親手製作瓦窯的活動空間。
- 3.加派人員清潔以及維護當地和附近的安全衛生問題。
- 4.應與政府或者當地相關單位協調增加機能性較好的交通工具，例如：自行車。

(二)周遭環境

三和瓦窯的周圍是高屏溪舊鐵橋的濕地公園，目前在周圍只有溼地志工有個駐點，提供餐食，但是，選擇性與特色都不夠多，所以遊客停留的時間就不會太久，如果可以提供相關特色餐食，遊客的停留時間相對的就會拉長。

而在三和瓦窯的環境方面，公共設施的完整度較不足，在參觀過程中，都可以看到一些未完成，或是堆放在旁的雜物，造成的視覺景觀較為不良，建議可以增加人力於維護周遭環境衛生。

走進瓦窯內的 DIY 區，應規劃出內部動線及活動範圍，才能使遊客行走其間，不至於交錯而影響彼此空間。而交通方面建議以自行車代步，欣賞的角度且不破壞當地的環境整潔，使遊客更加了瞭解大樹區各個景點的美。

(三)體驗商品

發現眾多的遊客在體驗過程中感受是良好的，在於對商品有所期待，因此問卷結果中發現，大部分的遊客都希望 DIY 的價格能在便宜一些，但因人工燒窯不易，成本較高，如果無法降低價格，建議使商品增加實用性以及多樣性和融合在地的特色，再配合深入的導覽解說，會使商品更具有價值性。

(四)行銷

可以增加許多體驗活動，或是參與大型的創意展覽，讓三和瓦窯推展於高市之外，使瓦窯的歷史及重要性更受到大眾的關注，此外窯廠可以結合當地的文化特色，增添娛樂以及有趣的事物，來吸引更多廣泛。

肆●引註資料

楊侃璋(1999)。閒遊憩參與動機、設施滿意度與身心收穫之研究—以高雄市愛河為例。立臺灣體育大學：碩士論文。

盧建昇(2000)。服務品質、滿意度與忠誠度之相關性研究—以雲林古坑蜜蜂故事館為例：碩士論文。

張雅嬪(2000)。宗教觀光旅遊動機、目的地吸引力與滿意度之研究—以南鯤鯓代天府為例。陽科技大學：碩士論文。

張恕忠(2002)。遊客對休閒漁業活動之態度與體驗之研究。國立臺灣大學園藝學研究所：碩士論文。

方怡堯(2002)。泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投溫泉為例。立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所：碩士論文。

- 吳凡星(2007)。體驗行銷觀點探討消費情境因素與消費者體驗之關係以水里蛇窯為例。宜大學觀光事業學系暨研究所：碩士論文。
- 李佳凌(2008)。引力和遊憩體驗對滿意度與忠誠度影響之研究-以淡水老街為例。國立臺灣師範大學：碩士論文。
- 黃秀美(2009)。澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響。國立澎湖科技大學海洋創意產業研究所：碩士論文。
- 彭心妮(2009)。整合行銷傳播、旅遊體驗、旅遊意象與重遊意願關係之研究—以古坑柳丁節為例。南華大學傳播學研究所：碩士論文。
- 丁昭尤(2009)。體驗行銷、體驗價值、觀光意象、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以台東青山休閒農場為例。國立台東大學環境經濟資訊管理碩士在職專班：碩士論文。
- 王麗雅(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。國立屏東商業技術學院：碩士論文。
- 陳瑞翊(2010)。遊憩體驗之感官元素對體驗品質、工作壓力舒緩與工作投入提升影響之研究—以休閒農場為例。天主教輔仁大學管理學研究所在職專班：碩士論文。
- 陳美如(1998)。多元文化世界的差異與認同：後現代的兩難。人文及社會科學通訊。9(2)148-155。
- 莊淑姿(2001)。地區休閒產業發展趨勢與行銷策略。農業推廣文彙，46。
- 葉三銘、鄭家聲、陳美鳳、俞萍(2011)。高雄畫刊NO.3。5-36。