

國立屏東海洋生態博物館遊客滿意度與重遊意願之研究

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

國立屏東海洋生態博物館遊客滿意度與重遊意願之研究

作者

葛馥慈・私立樹德家商。三年23班

呂佩霖・私立樹德家商。三年23班

陳悅慈・私立樹德家商。三年23班

指導老師：

劉天策老師

## 壹●前言

### 一、研究背景

位於屏東的國立海洋生物博物館(以下簡稱海生館)，民國 89 年成立之時，政府即引進民間人力及資金，將該館「台灣水域展示館」、「珊瑚王國展示館」透過公開競標將經營權予民間企業單位海景公司經營，並取得民間資金，興建三館「世界水域館」(方力行、許美雲，2003)。

國立海生館以台灣海域的海洋生物為主要館藏，以海洋研究為基礎，藉文化觀光及休憩之營運策略，吸引觀眾參與以達成推動環境與海洋生態保育之任務(方力行，2002)，為一涵蓋保育、教育、研究、娛樂等多功能的社教機構，自難以絕對利潤導向為經營方向。

### 二、研究動機

海生館每年吸引百餘萬民眾入館參觀，根據許多現有對於海生館的觀眾或遊客參觀行為研究資料來看(劉慶宗，2000、陳鈞坤，2001、吳振銘，2003)，入館參觀民眾對於海生館均有不錯的印象與滿意度。而博物館因應與公眾的接觸日益頻繁。

### 三、研究目的

基於前述研究背景與動機，本研究針對屏東海洋生態博物館之遊客滿意度與重遊意願作探討，研究目的如下：

- 一、瞭解遊客對於屏東海洋生態博物館的滿意度。
- 二、探討遊客對重遊意願間之影響。

## 貳●正文

### 一、屏東海洋生態博物館背景介紹

國立海洋生物博物館位於屏東縣車城鄉，西臨蔚藍的台灣海峽，東傍 72 公尺高的龜山，全區規劃面積合計為 96.81 公頃，其中博物館區規劃興建 35.81 公頃，而週邊綠地與服務設施區（如停車場、遊客服務中心）則佔地 60 餘公頃。建築配置可區分為：博物館（台灣水域、珊瑚王國、世界水域三大主題展示館、行政與教學中心，由一共同大廳串連而成）、水族實驗中心、服務設施、研究大樓、維護設施、國際會議中心以及學研中心等數個主要建築區。

在館務多功能性的思考下，除了教育、學術、保育層面的提昇外，「國立海洋生物博物館」亦朝向社區性、娛樂性、國際性全方位的領域拓展；同年七月，館中之水族館部門，在甄選後委由「海景世界企業股份有限公司」負責專業經營管理。此舉，不僅開創國立社教單位首宗委外經營的案例，更徹底落實專業分工的合作理念。

### 二、遊客滿意度

滿意度的探討源自 Cardozo(1965)，他將顧客滿意的概念首次引進行銷學的範疇。但由於每個人有其不同的個人特質、社經背景，對同一事物可能會產生多樣的態度、偏好及動機，加上各種產業的特性差異，導致顧客滿意度至今仍有多方面探討。

Lawler(1973)提出的期望理論指出，人們對於其所能達成之不同成果具有不同之偏好。且對於從事行動所獲致的表現，其可能存有某些預期心理，因此，在任何情況下，個人採取何種行動係取自預期心理，因此，期望與偏好，並以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅與對事件努力、表現及成果的期望、與期價值有關。

由於研究議題與角度的不同，對於顧客滿意度之定義也會有不同的看法。而消費者滿意度(Customer Satisfaction)為消費者接受有形或無形產品整體特質或服務處理過程後，在可知覺性結果與期望值間滿足之感覺，若消費者對產品本身不滿意，將會產生消失或遺忘過程；反之，消費者將會進入習慣或忠誠度歷程（黃明蕙譯，2006）。滿意度的體驗會因個人偏好、期望、知覺、動機等不同而有所差異（Dorfman1979），經常是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等看法、認知、行為表現的工具，是一項非常有用的衡量指標（林晏州、陳惠美、顏家芝，1998）。若從行為學角度來看，人們參與活動是依其行為目標導向的，則遊客從事遊憩活動是為達其遊憩目標，以及其所要求能夠獲得的滿意水準。

Westbrook (1981)是消費者將實際從產品中所獲得的與先前產品表現的期望做一比較的認知過程評價。顧客滿意的情感性定義，代表消費者主觀覺得好，則產生滿意。Ostrom and Iacobucci(1995) 「滿意/不滿意」是一項相對的判斷，它同時考慮一位顧客經由購買所獲得的品質和利益，及為達此次購買所負擔的成本和努力。

Kolter (1997) 認為顧客在購買商品或服務後，心理會有某種程度上的滿意或不滿意之感受，若顧客感到滿意程度愈高，將會有較高的再惠顧意願。

宋秉明（1983）提出影響遊客滿意度之五大因子：

(一)遊客內在的心理性因子：包括遊憩動機、遊憩目的、遊憩需求、心中期待、過去經驗、興趣、偏好、感受、敏感度、價值判斷、年齡、性別、教育程度及家庭、文化、經濟等背景。

(二)遊憩區社會環境因子：遇見之遊客人數多寡、次數與其遊客行為、遊客團體之大小與均質度、遊客的空間及時間分佈。

(三)遊憩區自然環境因子：環境的特殊性、環境景緻、面積大小、環境之易被破壞性、隱蔽性、環境的限制、環境的整潔與衛生。噪音、遊憩設施的數量、方便度、形式及外觀和位置、交通狀況。

(四)遊憩活動因子：遊憩活動的種類與數量、活動期間的衝突程度、設備與基本條件質量的適合度、活動進行中所受限制、遊憩所需的費用、時間與活動之安全性。

(五)其他因子：氣候、意外事件的發生、不明原因。

經由上述文獻探討可發現滿意度可以說是個人經過體驗後的心理與情感狀況，受到社會因素與心理狀況所影響，或是受到當時氣氛以及群體互動等外在因素之影響，形成的一種態度或意向。

### 三、重遊意願

Kozak (2001) 認為，重遊行爲是遊客願意再次到某一目的地或到同一國家的其他景點旅遊；並指出，遊客先前的「旅遊經驗」、「次數」、「目的地運輸」、「娛樂活動」等便利性、「當地物價水準」、「當地好客程度」等「經濟」或「政治因素」，以及遊客對「遊憩產品」或「服務的滿意程度」，都會影響遊客對旅遊目的地或國家的重遊意願。

王秀華譯 (1996) 研究顧客忠誠度結果指出忠誠顧客應具備下列四點：

- 1.經常性重複購買。
- 2.惠顧公司提供的各項產品或服務。
- 3.建立口碑。
- 4.對其他同業的促銷具有免疫性。

侯錦雄在1990年研究遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之結果，找出影響遊客重遊意願的因素包含遊憩者特性、遊憩團體影響力與市場結構三大主要因素 Day(1977) 與Ortinau(1979)在探討消費者購買行爲及購買後評估模式中，獲知消費者滿意度與重遊意願呈正相關。

Gronholdt, Martensen, 與 Kristensen,(2000)認為構成顧客忠誠度的構面：1.顧客再購意願、2.向他人推薦的意願、3.價格容忍度、4.顧客交叉購買的意願 (購買同一公司其他產品)。

國內學者中徐同劍 (1995)、魏弘發 (1995) 以遊樂區服務品質與遊客重遊

意願之關連性研究時發現遊客之性別、年齡與教育程度對遊憩的重遊意願均有顯著差異，同時發現遊客的年齡、教育程度與再遊意願的確具有相關，資源屬性的滿意度愈高，其遊憩的總滿意度愈高，相對會影響重遊意願。

從以上學者的研究獲知遊客參與消費活動有一定的總滿意度水準之外，其重遊意願是參與者對產品購買後，使用結果的一種心理與行為上之反映，可是研究者常因研究不同產業的消費行為而有不同的用詞與解釋，（如再遊意願、再購意願、重複購意願、再次消費、再度選擇就醫、重遊意願或忠誠度等）其實主要目的在探討消費者對同一事（物）使用後的感受，而對下一次是否再有購買或重遊意願之行為而言。

## 參●結論

### 一、基本資料

1.	性別	男生佔 29% 女生佔 72%
由此可知女性多於男性。		
2.	年齡	20 歲以下 93% 21~30 歲 6% 31~40 歲 0% 41~50 歲 0% 51 歲以上 1%
由此可知 20 歲以下的遊客居多。		
3.	教育程度	國小及以下 2% 國中 0% 高中職 94% 大學 2% 研究所以上 1%
由此可知學歷高中職的遊客居多。		
4.	職業	學生 89% 軍公教人員 3% 服務業 2% 自由業 4% 農林漁牧 2%
由此可知職業為學生的遊客居多。		
5.	婚姻狀況	未婚 96% 已婚 2%
由此可知未婚多於已婚。		
6.	居住地	高雄市(縣)91% 外縣市 9% 國外 0%
由此可知居住高雄市（縣）的遊客居多。		
7.	資訊來源	電視廣播 20% 親友告知 53% 報章雜誌 5% 宣傳摺頁 0% 電腦網路 15% 旅行社提供 3% 其他 4%

由此可知由親友告知佔居多。		
8.	旅遊同伴	自己一人 4% 朋友或同事 50% 家人親戚 37% 旅行團 3% 情侶 6%
由此可知旅遊同伴為朋友或同事佔居多。		
9.	同行人數	1 人 3% 2 人 14% 3 人以上 83%
由此可知同行人數 3 人以上佔居多。		
10.	交通工具	自用汽車 55% 摩托車 12% 自行車 5% 遊覽車 13 大眾運輸工具 14% 其他 1%
由此可知選擇自用汽車為交通工具者佔居多。		
11.	你來過海生館幾次?	第一次 20% 第二次 33% 第三次 45%
由此可知來過第三次的遊客佔居多。		
12.	你選擇在什麼時候至海 生館遊玩?	週一至週五 11% 週末或例假日 89%
由此可知遊客通常都選擇在假日到海生館參觀。		
13.	請問您最喜愛哪個主題 館?	臺灣水域館 20% 珊瑚王國館 21% 世界水域館 59%
由此可知喜愛世界水域館的遊客佔居多。		
14.	月收入	10000 以下 82% 10001-20000 元 12% 20001-30000 元 3% 30001-40000 元 0% 40000 元以上 3%
由此可知月收入為 10000 元以下的遊客佔居多。		

## 二、遊客滿意度及重遊意願

1	海生館具有良好的聲譽	非常不滿意 7% 不滿意 3% 普通 26% 滿意 43% 非常滿意 21%
	由以上得知屏東海洋生態博物館具有良好的聲譽。	
2	海生館服務人員會主動對 顧客做個別關懷與服務	非常不滿意 2% 不滿意 12% 普通 43% 滿意 28% 非常滿意 15%
	海生館對顧客主動關懷滿意度佔 28%，普通佔 43%，由此可得知大部分遊客對於海生館的服務都大可接受。	
3	對於導覽服務人員的專業 與能力滿意度	非常不滿意 6% 不滿意 2% 普通 31% 滿意 41% 非常滿意 20%
	由此問卷調查可得知滿意度為 41%，非常滿意為 20%，大多遊客任為海生館 導覽服務人員專業能力是足夠的。	
4	海生館是否有達到您的休 閒目的	非常不滿意 3% 不滿意 8% 普通 25% 滿意 46% 非常滿意 18%

國立屏東海洋生態博物館遊客滿意度與重遊意願之研究

	由以上可得知海生館讓人有達到休閒放鬆的目的。	
5	您對於海生館的參觀動線滿意度	非常不滿意 3% 不滿意 8% 普通 27% 滿意 45% 非常滿意 17%
	由此調查可得知遊客對於海生館規劃的參觀動線都很滿意。	
6	海生館地理位置洽當、交通便利	非常不滿意 7% 不滿意 12% 普通 39% 滿意 30% 非常滿意 12%
	上述調查海生館地理位置交通便利滿意度為 30%，而普通為 39%，由此可得知大多遊客認為海生館位置以及交通便利性都尚可以接受。	
7	化妝室裝置數量足夠，位置洽當	非常不滿意 4% 不滿意 5% 普通 47% 滿意 29% 非常滿意 15%
	由上述調查可得知普通為 47%，大多遊客對於化妝室數量是否足夠位置是否洽當都感到無意見。	
8	您對海生館的整體清潔環境	非常不滿意 4% 不滿意 3% 普通 28% 滿意 43% 非常滿意 22%
	由上述調查滿意度為 43%，非常滿意為 22%，由此可得知大部分的遊客對於海生館的整體清潔度都感到滿意。	
9	規劃完善適宜全家同遊，增進同伴親近的好地方。	非常不滿意 5% 不滿意 3% 普通 18% 滿意 45% 非常滿意 29%
	上述調查滿意度為 45%，非常滿意 29%，由此可得知海生館是個適合全家大小還有朋友一起同遊，且可以增進親子朋友之間感情的休閒好地方。	
10	對於台灣水域展示館的滿意度	非常不滿意 6% 不滿意 2% 普通 30% 滿意 42% 非常滿意 20%
11	對於珊瑚王國展示館的滿意度	非常不滿意 5% 不滿意 4% 普通 27% 滿意 41% 非常滿意 23%
12	對於世界水域展示館的滿意度	非常不滿意 3% 不滿意 3% 普通 28% 滿意 46% 非常滿意 20%
	由 10、11、12 題可得知，三館的滿意度分別為：世界水域展示館(滿意度 46%) > 台灣水域展示館(滿意度 42%) > 台灣水域展示館(滿意度 41%)。世界水域展示館深受大部分的遊客喜愛。	
13.	零售餐飲攤販產品種類與品質	非常不滿意 3% 不滿意 15% 普通 43% 滿意 29% 非常滿意 10%
	由此調查可得知遊客對於海生館販售的飲食種類及品質大多都尚可接受。	
14	服務人員會提供附近遊憩資源的相關資料與訊息	非常不滿意 6% 不滿意 7% 普通 37% 滿意 33% 非常滿意 17%
	由上述可知當遊客提出當地資源的相關需求時，館內人員會提供附近遊憩資源供遊客選擇。	
15	海生館能讓我充分了解關於海洋生態的知識	非常不滿意 5% 不滿意 3% 普通 24% 滿意 43% 非常滿意 25%

國立屏東海洋生態博物館遊客滿意度與重遊意願之研究

	由上述調查滿意度 43%非常滿意度 25%，由此可知海生館是可以讓很多前來參觀的遊客充分了解到海洋生態的好休閒遊憩區。
16	海生館提供的服務內容與文宣或網路內容一致 非常不滿意 3% 不滿意 6% 普通 37% 滿意 34% 非常滿意 20%
	由以上調查可得知大多人都沒意見。
17	參觀票價合理度 非常不滿意 4% 不滿意 10% 普通 45% 滿意 29% 非常滿意 12%
	由以上可得知遊客對於票價尚可接受。
18.	逃生路線清楚度比例 非常不滿意 4% 不滿意 4% 普通 39% 滿意 40% 非常滿意 13%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館的逃生路線是讓遊客感到清晰且明瞭的。
19.	沿途指標清楚度比例 非常不滿意 4% 不滿意 5% 普通 32% 滿意 39% 非常滿意 20%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館的沿途指標是清楚的，讓遊客確實掌握自己的動線。
20.	再次到海生館參觀及消費的意願 非常不滿意 6% 不滿意 7% 普通 35% 滿意 34% 非常滿意 18%
	由此可知遊客對於國立屏東海洋生態博物館的重遊意願感到普通為居多。
21.	推薦親朋好友來海生館的意願 非常不滿意 2% 不滿意 11% 普通 27% 滿意 40% 非常滿意 20%
	由此可知遊客逛完國立屏東海洋生態博物館的觀後感是正面且相當推薦。
22.	與他人分享參觀海生館之經驗的意願 非常不滿意 4% 不滿意 7% 普通 36% 滿意 36% 非常滿意 22%
	由此可知遊客對於參觀國立屏東海洋生態博物館之後的經驗都是感到滿意並且樂意與他人分享的。
23.	停車便利 非常不滿意 4% 不滿意 5% 普通 46% 滿意 36% 非常滿意 9%
	由此可知遊客對於國立屏東海洋生態博物館的停車方便度還有待加強。
24.	國立屏東海洋生態博物館的設施 非常不滿意 4% 不滿意 7% 普通 36% 滿意 33% 非常滿意 20%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館的設施使大多數遊客感到普通且沒有意見。
25.	國立屏東海洋生態博物館的設施完善程度 非常不滿意 4% 不滿意 7% 普通 36% 滿意 33% 非常滿意 20%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館的設施完善程度使大多數遊客都沒有意見。
26.	服務人員服務水準 非常不滿意 5% 不滿意 6% 普通 34% 滿意 40%

		非常滿意 15%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館服務人員的服務水準得以滿足遊客的需求，並且使遊客感到滿意。	
27.	服務人員很樂意且熱心協助	非常不滿意 6% 不滿意 7% 普通 34% 滿意 36% 非常滿意 17%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館服務人員熱心協助的服務態度讓遊客感到滿意。	
28.	此次在海生館所花費的金錢是物超所值的	非常不滿意 3% 不滿意 9% 普通 42% 滿意 30% 非常滿意 16%
	由此可知在國立屏東海洋生態博物館所花費的金額讓大多數遊客都沒有意見。	
29.	海生館所提供的品質與服務是值得向他人推薦	非常不滿意 5% 不滿意 5% 普通 38% 滿意 35% 非常滿意 17%
	由此可知國立屏東海洋生態博物館所提供的品質與服務為普通佔居多。	
30.	在海生館的整體消費讓我感到愉快且滿意	非常不滿意 9% 不滿意 6% 普通 22% 滿意 43% 非常滿意 20%
	由此可知海生館的整體消費使遊客感到滿意為居多。	

參觀工廠遊客性別女性較多，年齡多為 20 歲以下，遊客多為學生居多，同遊人數多為 3 個以上且都是家庭或朋友一起同行，通常都是週五到週末到海生館參觀。

根據本研究結果調查發現，國立屏東海洋生態博物館在遊客的心目中一直以來都是一個很好的休閒活動地點。

一般人認為海洋館都只適用海底生物研究以及教育，但因人們對於休閒需求逐漸上升，加上政府大力提倡休閒遊憩以及國民旅遊，因此，海生館也提供了許多休閒、娛樂等多項親子互動、同樂的設施，使得國內掀起休閒觀光與生態旅的熱潮。

## 肆●引註資料

- 1.目的地意象、服務品質、滿意度與重遊意願關係之研究—以澎湖為例(國立高雄應用科技大學-陳卉臻)
- 2.區位對休閒農業遊憩價值及重遊意願影響之研究—以花蓮縣東豐休閒農業區為例(國立東華大學-江振揚)
- 3.遊客生態旅遊、滿意度與重遊意願之研究—以墾丁森林遊樂區為例(義守大學-

劉宗名)

- 4.墓園觀光：墓園環境與旅遊動機對於遊客懷舊情緒與重遊意願之影響(南華大學-鄭宇軒)
- 5.蘭嶼遊客環境態度、遊憩體驗與重遊意願關係之研究(國立臺灣師範大學-蔡裕吉)
- 6.國立屏東海洋生物博物館遊客休閒體驗與滿意度關係之探討-以高中職生為例  
(樹德家喬-黃耀陞.林于娟.洪暄佩.曾郁琪.劉秦君)
- 7.服務品質、知覺價值、滿意度與重遊意願之相關研究—以四重溪溫泉旅館為例  
(國立高雄應用科技大學-劉美侖)
- 8.國立海洋生物博物館官網 <http://www.nmmba.gov.tw/index.aspx>