

投稿類別:餐旅群

篇名：

探討遊客對紅毛港整體滿意度及重遊意願之研究

作者：

吳宛璇。私立樹德家商。高三二十班

簡佑珊。私立樹德家商。高三二十班

楊硯綦。私立樹德家商。高三二十班

指導老師：

廖家增

## 壹●前言

### 一、研究動機

近年來文化成為觀光產業的重要資源，台灣蘊藏著十足可觀的人文風貌，多元的歷史背景，造就了多彩多姿的地方文化，更呈現出多種族群及不同時代背景的多面向樣貌。然而，這樣豐厚的文化資源，卻一點一滴的流失當中，實在是一件令人扼腕的事情。

本研究以南台灣具有歷史意義的「紅毛港」地區為研究主題，瞭解遊客對於紅毛港漁村文化的認識，並透過蒐集資料及發放問卷的方式，分析遊客對於園區體驗之感受及探討遊客的真實性知覺、滿意度與重遊意願間的關聯性。

### 二、研究目的

- (一)、探討遊客對於紅毛港文化園區之整體滿意度。
- (二)、探討遊客對於紅毛港文化園區之重遊意願。
- (三)、針對研究結果對紅毛港文化園區提出有助於園區發展的建議。

### 三、研究流程

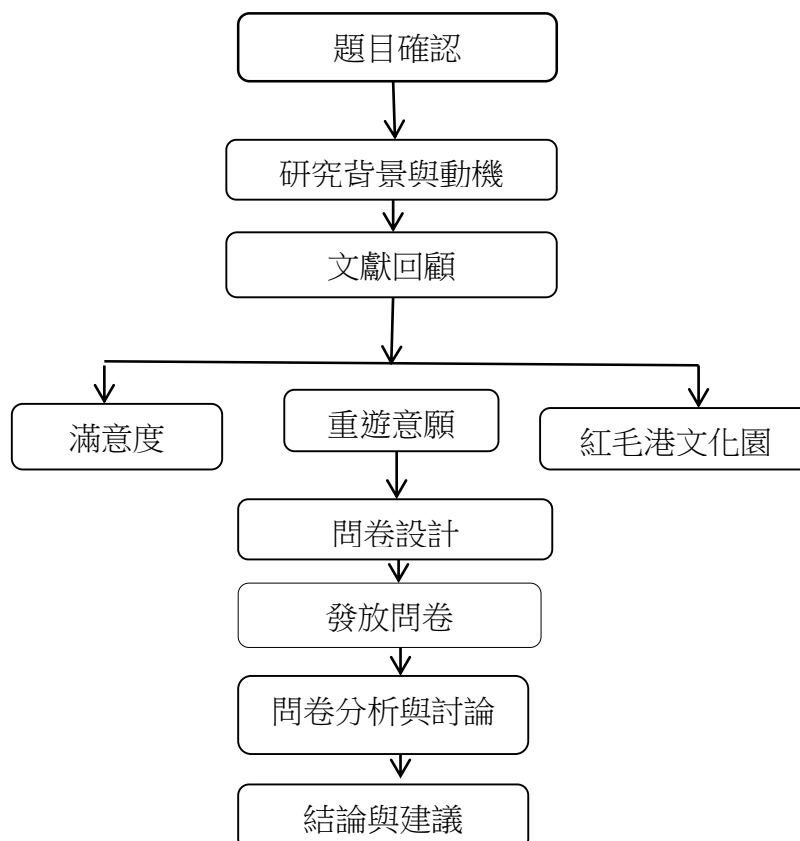


圖 1-3-1 研究流程圖

## 貳●正文

### 一、相關文獻

#### (一)滿意度

「滿意度」是用來測量人們對產品、服務、工作、社區、生活品質或戶外遊憩品質等方面的認知工具（侯錦雄、姚靜婉，1997），因此滿意度是研究者用來衡量對於整體服務的品質、看法及行銷活動成功與否的重要指標（邱煌達，2004）。Bmmel and Burrus-Bammel（1996）認為休閒活動的參與者可從事畫畫、音樂、跳舞與自然景象中，獲得心靈的充實進而感到滿足，是個體因從事休閒活動而獲得正面良好的感受，也是個人及自己目前從事的休閒活動裡的休閒經驗及情境所感受的滿意程度。簡而言之，滿意度是個體從經驗中得到個人需求滿足程度的多寡（Beard an Ragheb，1980）。

Kotler（1999）認為『滿意度』是消費者比較消費前對產品以及服務品質的期望與實際體驗後，認知產品或服務的表現，藉以判斷實際體驗後的認知表現程度與期望之間是否有差異性存在，如果實際表現超過期望，則產生滿意，如果實際的表現不如預期，則產生不滿意。而顧客滿意度決定於顧客所期望的產品利益實現程度，它反映出期望與實際的一致性結果（Hemple，1977）。

「滿意度」也是取決於期望和實際體驗間一致性的程度（Bultena&Klessing，1969）。顧客在使用或購買產品之後，會對產品績效與購買或使用之前的信念做一致性的評估，當兩者具有相當的一致性時，顧客則會感到滿意。所以「滿意度」乃是顧客所感覺滿意程度的高低，源自於對產品功能特性或結果的知覺，以及個人對產品的期望，也是功能與期望兩者間的差異所致（Kotler，1997）。

上述理論指出，大部分的人對未來的事都會有所預期，而在行動之前會先分析預測所能得到的結果與報酬。倘若這個結果和報酬能夠令人感到符合期待才會有所動作；而行動動機的強弱與否，則是行為產生的結果及吸引力和預期兩者的總和。因此，滿意度常被用來衡量人們對於產品、生活品質，乃至於戶外遊憩品質的看法、行為表現、認知的一種測量工具（林晏州、陳惠美、顏家芝，1998）。

#### (二)、重遊意願

重遊意願是指遊客願意再次旅遊某一日的地或同一國家內之其他景點的行為（Kozak，2001）。林政萩（2004）亦指出遊客獲得旅遊滿意，會產生重遊意願及行為，遊憩區會透過遊客推薦及口碑宣傳而獲得遊客的青睞。也就是人們對某行為化為實際行動。

王博文（2005）則認為，遊客之體驗感受必會建立遊客心中對旅遊地之深刻意象，而旅遊意象的正面意象或負面意象 就直接影響到旅遊活動的參與，而參與活動的整體滿意程度就影響遊客再次參與的 重遊意願。王惠芬（2001）研究中認為遊客的重遊意願和其性別、年齡、婚姻狀況、收入、教育程度有相關，且遊客的重遊意願會和其居住地、前往遊憩地點的交通方式、同行對象、出遊頻率有關。

所以遊客從事不同的活動，就會產生不同的活動體驗，而這種旅遊體驗會影響遊客的重遊意願，此外遊客參與活動的滿意程度，更是影響到遊客願意再重遊的因素（林政萩，2004）。歐聖榮、張集毓（1995）針對四種類型的遊憩區進行調查，發現無論是那一種類型的遊憩區，遊客的重遊意願與滿意度間的關係是明顯存在的。也就是遊客的遊憩滿意度與重遊意願間有正向相關，因此，遊客可能對於遊憩體驗感到滿意，而產生下次重遊的意願。

總結上述學者之論點，研究者認為重遊意願是指從事觀光旅遊者會同意針對相同之觀光旅遊景點在將來重遊一次或多次之行為表現，另外，重遊意願對於地區發展觀光而言是相當重要的參考依據，而當地帶給遊客的整體印象則是遊客思考會否願意重遊當地的考量之重要條件。

### (三)、紅毛港文化園區

曾是日治時期全台灣面積最大的紅樹林，擁有豐富的自然生態，早期為漁民帶來許多漁產資源，自清朝以來，紅毛港已是著名的蝦苗養殖區，最興盛時期，全台七成的蝦苗皆由此地供應，還被稱為「蝦苗的故鄉」。但隨著民國後經濟建設，紅毛港被開闢為高雄第二大港口，過度開發及海水汙染，造成生態環境遭到破壞，蝦苗養殖業也因汙染而衰落，美麗的紅樹林美景逐漸消失(紅毛港文化園區，2015)。

2007 年高雄市政府將紅毛港遷村，改建高雄港洲際貨櫃中心。留下一隅成立「紅毛港文化園區」，由原來就有的高字塔結合週邊環境資源整建而成，總面積有 3.42 公頃。園區展示以聚落意象，分為六大區域，並展示紅毛港人世居在此所累積下來的「瀉湖」、「蝦苗養殖」、「捕烏魚與卡越仔」、「角頭廟」、「帆筏風華」五大文化特色。(高雄市文化局，全球資訊網，2015)

## 二、研究分析

### 1.遊客的基本資料

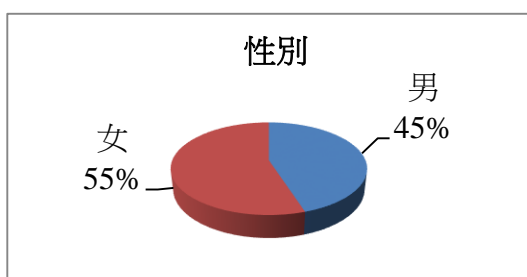


圖 2-2-1-1 性別分析

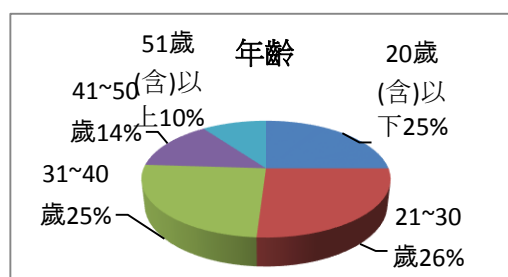


圖 2-2-1-2 年齡分析

圖 2-2-1-1 分析可知，受訪者之性別以女性（55%）居多。

圖 2-2-1-2 分析可得知，受訪者年齡以 21~30 歲（26%）居多。

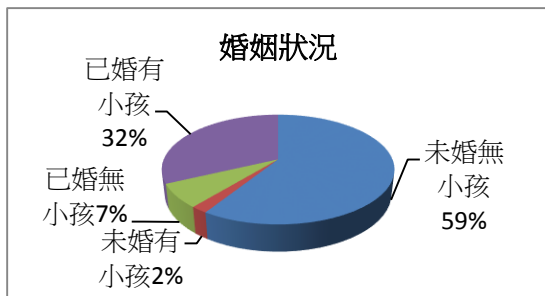


圖 2-2-1-3 婚姻狀況分析

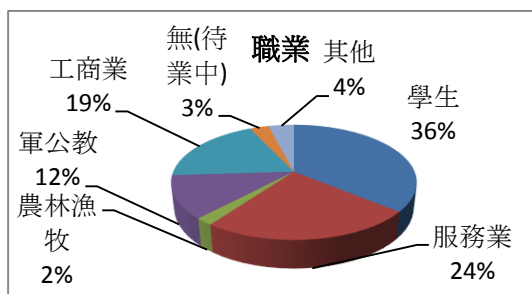


圖 2-2-1-4 職業狀況分析

圖 2-2-1-3 分析可得知，本次受訪遊客皆以未婚無小孩(59%)居多。

圖 2-2-1-4 分析可得知，本次受訪遊客職業以學生(36%)居多。

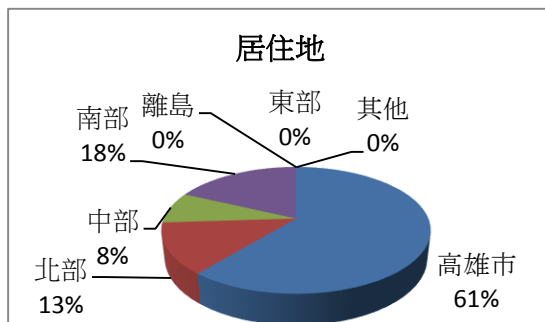


圖 2-2-1-5 居住地分析

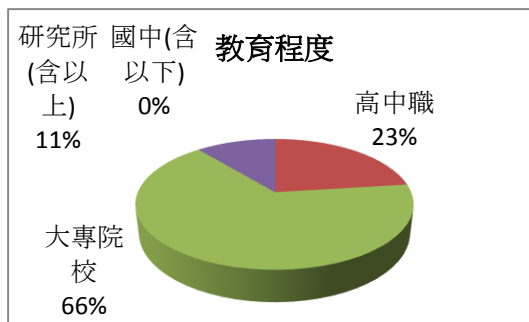


圖 2-2-1-6 教育程度分析

圖 2-2-1-5 分析可得知，本次受訪遊客居住地以高雄市(61%)居多。

圖 2-2-1-6 分析可得知，本次受訪遊客教育程度以大專院校(66%)居多。

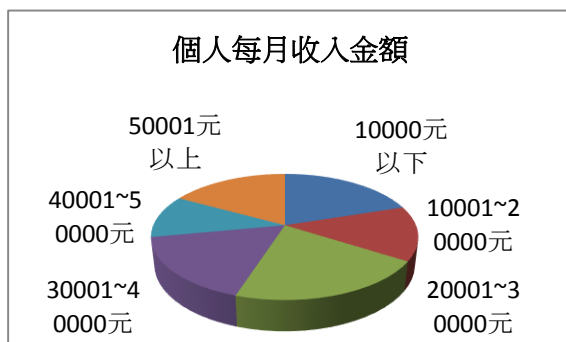


圖 2-2-1-7 個人每月收入分析

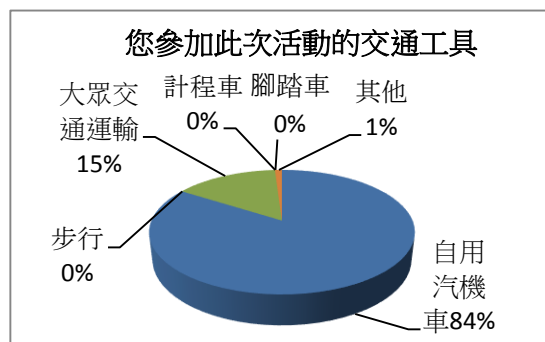


圖 2-2-1-8 交通工具分析

圖 2-2-1-7 分析可知，受訪者個人每月收入金額以 20001~30000 元(21%)居多。

圖 2-2-1-8 分析可知，受訪者參加此活動的交通工具以自用汽機車(84%)居多，民眾使用大眾運輸的意願低，也許是因方便性不高。

資料來源:本小組自行繪

## 2.遊客的旅遊特性

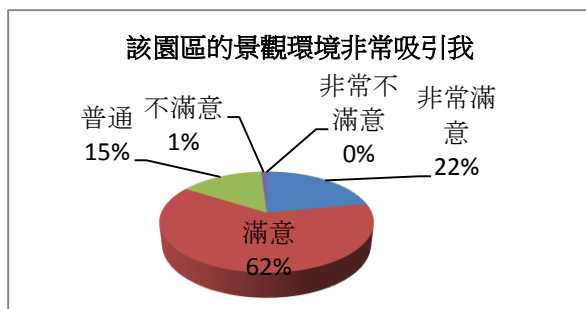


圖 2-2-2-1 該園區的景觀環境之分析

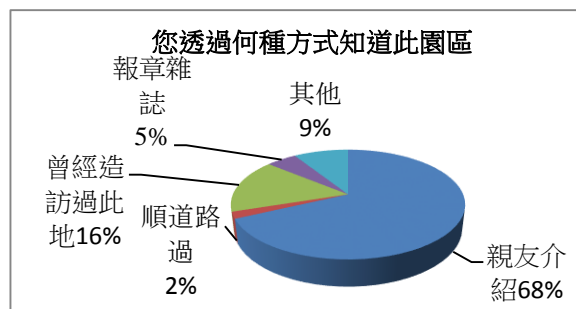


圖 2-2-2-2 透過何種方式之分析

圖 2-2-2-1 分析可知，受訪遊客對該園區的景觀環境之滿意度以滿意 (62%)居多。

圖 2-2-2-2 分析可知，受訪者造訪此地以親友介紹(68%)居多。

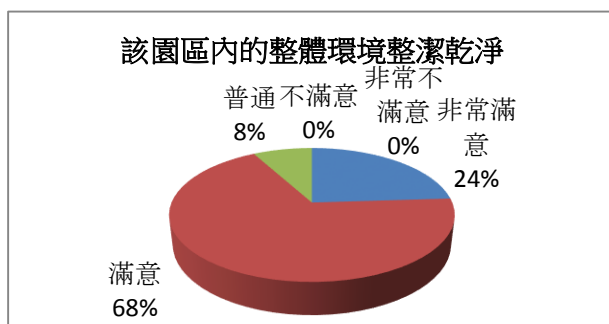


圖 2-2-2-3 整體環境整潔乾淨分析

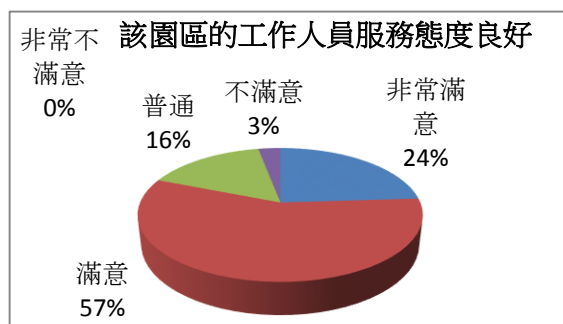


圖 2-2-2-4 工作人員服務態度分析

圖 2-2-2-3 分析可知，受訪者對該園區的整體環境整潔乾淨以滿意 (68%)居多。

圖 2-2-2-4 分析可知，受訪者對該園區的工作人員服務態度以滿意 (57%)居多。

## 3.遊客對於紅毛港文化園區之滿意度及重遊意願

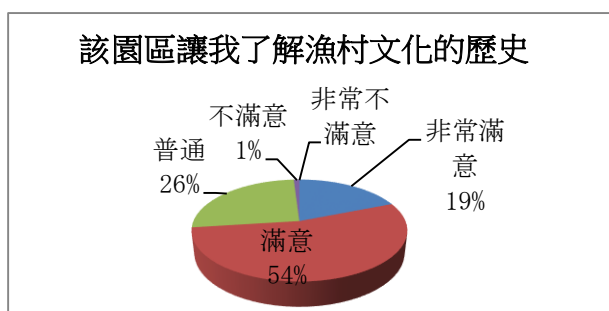


圖 2-2-3-1 該園區的內容能體驗歷史分析

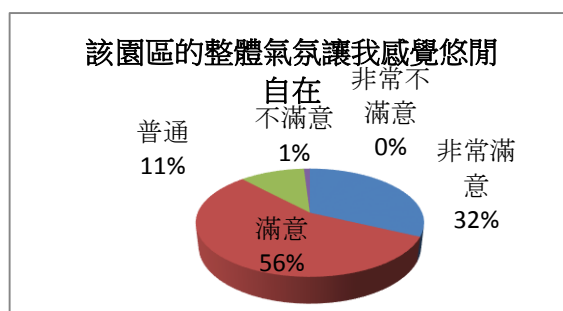


圖 2-2-3-2 該園區整體氣氛分析

圖 2-2-3-1 分析可知，受訪者對該園區能了解漁村文化的歷史以滿意(54%)居多。

圖 2-2-3-2 分析可知，受訪遊客對該園區整體氣氛之滿意度以滿意(56%)居多。

資料來源:本小組自行繪製

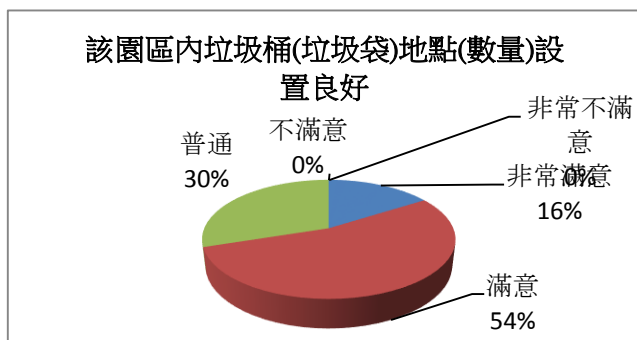


圖 2-2-3-3 該園區內垃圾桶設置分析

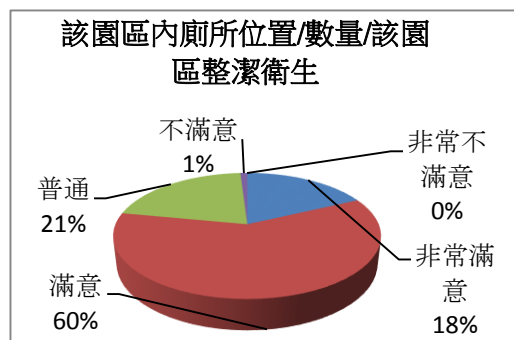


圖 2-2-3-4 該園區內廁所簡潔分析

圖 2-2-3-3 分析可知，受訪者對該園區整體氣氛以滿意(54%)居多，次為普通(30%)。本小組將建議園區改善這方面的問題。

圖 2-2-3-4 分析可知，受訪者對該園區內廁所整潔衛生之滿意度以滿意(60%)居多。

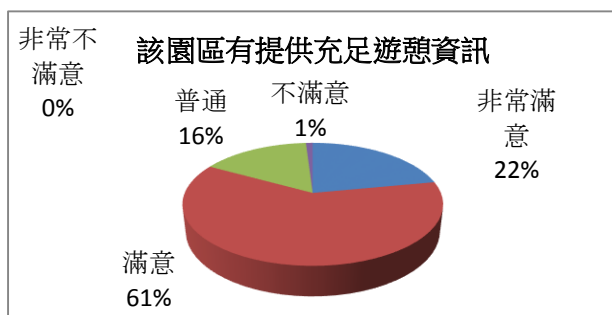


圖 2-2-3-5 該園區內指示牌標誌設置分析

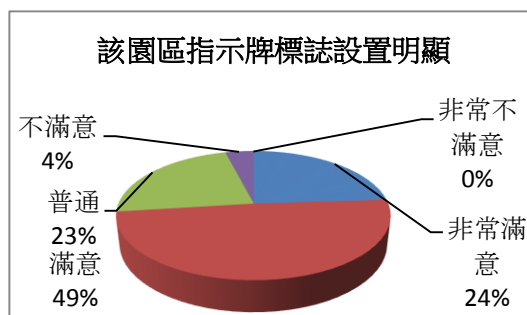


圖 2-2-3-6 有提供充足遊憩資訊分析

圖 2-2-3-5 分析可知，受訪者對該園區內指示牌標誌設置明顯以滿意 (49%) 居多，但仍有 (4%) 的受訪者呈反向意見，園區可考慮在設計上或標示的位置多加改善。

圖 2-2-3-6 分析可知，受訪者對該園區內有提供充足遊憩資訊以滿意(61%) 居多。

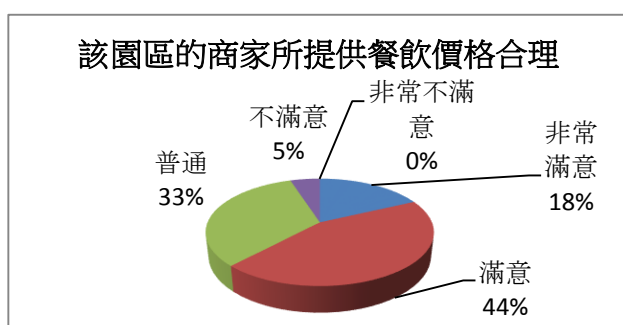


圖 2-2-3-7 商家所提供餐飲價格分析

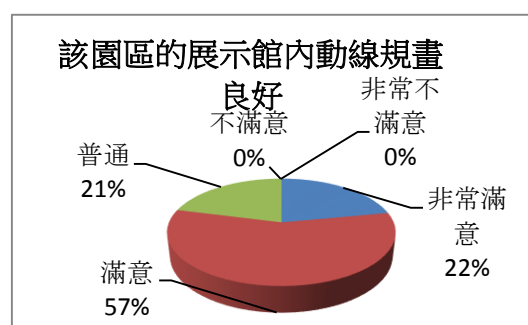


圖 2-2-3-8 展示館內動線規畫分析

圖 2-2-3-7 分析可知，受訪者對該園區內商家所提供餐飲價格合理以滿意(44%) 居多，但仍有 5% 的受訪者持反向意見，33% 的人認為園區價格普通。

圖 2-2-3-8 分析可知，受訪者對園區內展示館內動線規畫良好以滿意(57%) 居多。

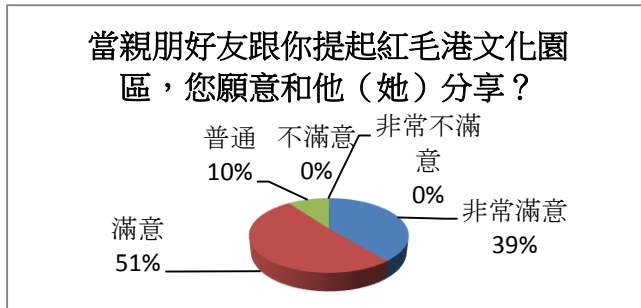


圖 2-2-3-9 願意和他（她）分享之分析

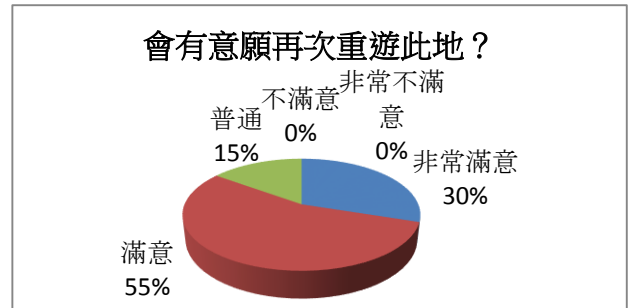


圖 2-2-3-10 會有意願重遊此地分析

圖 2-2-3-9 分析可知，當親朋好友跟你提起紅毛港文化園區，您願意和他(她) 分享之滿意度以滿意(51%)居多。

圖 2-2-3-10 分析可知，受訪遊客對該園區內會有意願再次重遊此地之滿意度以滿意 (55%)居多。

資料來源:本小組自行繪製

## 參●結論

### (一)結論

#### 1.遊客基本資料分析

遊客基本資料分析可知，參觀的遊客以 21 歲~30 歲的未婚女性居多，且皆以高雄本地的大專院校學生最為普遍（佔 66%），收入以 20,001~30,000 元（21%）居多。

#### 2.遊客旅遊特性分析

遊客旅遊特性包含主要的同行成員、為何會來參觀紅毛港文化園區及參加此次的交通工具三個項目進行分析，遊客以「朋友、同學、同事」為 52%最多；其次為「家人、親戚」佔 42%；本研究推論，遊客參觀紅毛港文化園區皆是結伴同行，較少自己獨自前往，表示參觀園區是可以聯絡感情並發展人際關係的；而統計顯示出遊客主要是以旅遊觀光為動機來參觀紅毛港文化園區；參加此次的交通工具以自用汽機車（84%）居多，次為大眾交通運輸（15%），表示雖然園區有提共完善的大眾運輸服務，但遊客仍以自用汽機車為主，顯然對於園區所提共的大眾交通工具仍顯不足。

#### 3.遊客滿意度及重遊意願分析

遊客滿意度及重遊意願分析，顯示出遊客對於紅毛港文化園區整體滿意度皆為滿意居多，而紅毛港文化園區之遊客對該園區內會有意願再次重遊此地之滿意度以滿意（55%）居多，次為非常滿意（30%）；當親朋好友跟你提起紅毛港文化園區，您願意和他（她）分享之滿意度也以滿意（51%）居多，顯然滿意度的高低對遊客的



重遊意願是有連帶影響的，雖有少部分遊客覺得不滿意，但多數人仍對園區感到滿意並且願意再次重遊此地。

## (二)、建議

### 1.交通便利性不足

雖有接駁車到小港捷運站接旅客至園區，由於班次不多，一旦錯過又要等上一段時間，造成遊客不便。

#### 【研擬之建議】

- (1)利用平假日的尖峰、離峰時間，增加接駁車班次，縮短遊客等待時間。
- (2)加強文宣廣告，其交通往返訊息。

### 2.園區垃圾桶數量不足，造成部分環境髒亂。

#### 【研擬之建議】

- (1)在各地方增設垃圾桶，讓遊客方便丟垃圾。
- (2)在各出口擺設指示牌，做明確指引及動線引導。
- (3)將指示牌做出符合此園區特色，引人注目。
- (4)可於各景點出入處或中途增加人員引導。

#### 【研擬之建議】

- (1)各出口擺設指示牌，做明確指引及動線引導。
- (2)將指示牌做出符合此園區特色，引人注目。
- (3)可於各景點出入處或中途增加人員引導。

### 4.觀光遊艇價格偏高

觀光遊艇全票 400 元，對一般學生而言大略偏貴。可能會降低其到訪意願。

#### 【研擬之建議】

- (1)示出學生證即可享有學生票的方案。
- (2)平假日價格調整，增加吸引力。
- (3)與企業行號訂定合約價格，增加公司行號或企業到訪。

### 5.餐飲價格偏貴

高字塔旋轉餐廳低銷 249 元以上，對一般學生而言，價錢較高較無法負擔。

#### 【研擬之建議】

- (1)和公司行號簽約。
- (2)示出學生證可享有折扣。

(3)異業結盟，可與大眾運輸合作，搭乘大眾運輸者可享折扣。

## 6.園區內天空步道身障者不便

園區內的天空步道只設有階梯，並沒有設立無障礙坡道，身障者無法上步道觀賞風景。

### 【研擬之建議】

- (1)設立無障礙坡道，方便身障者行動。
- (2)設立電梯供老年人、行動不便者使用。

## 肆●引註資料

### 一、書籍及期刊

- 1.文創產業發展年報(2012)。
- 2.王志剛，謝文雀(1995)，消費者行為。台北：華泰書局，第 13-16 頁。
- 3.侯錦雄、姚靜婉（1997），市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究戶外. 遊憩研究.10（3）.1-17。
- 4.林晏州、陳惠美、顏家芝（1998），高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究。戶外遊憩研究。11（4）,59-71。
- 5.歐聖榮、張集毓(1995)。遊憩區市場定位之研究。戶外遊憩研究，8(3)，15-45。

### 二、論文

- 1.邱煌達（2004），休閒體驗、觀光地意象、滿意度與行為意圖之關聯性研究—以「劍湖山世界主題遊樂園」為例。未出版之國立嘉義大學行銷與流通管理研究所碩士論文。
- 2.林政菽（2004），內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究。逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文。
- 3.王惠芬（2001），主題樂園遊客行為之研究—以劍湖山世界、六福村及九族文化村為例。未出版之朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 4.王伯文（2005），民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究-以奮起湖地區為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。

### 三、網站

1. 紅毛港文化園區（2015）。線上檢索日期:2015年9月29日。  
網址:<http://hongmaogang.khcc.gov.tw>
2. 高雄市文化局，全球資訊網(2015)。線上檢索日期:2015年10月6日。  
網址:<http://www.khcc.gov.tw/>

### 四、英文文獻

1. Bammel and Burrus-Bammel (1996) Leisure as a Campus Resource for Fostering Students Development. *Journal of Counseling and Development*, 65.
2. Beard and Ragheb (1980) Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15 (3), 219-228.
3. Kotler (1999) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*.
4. Hempel (1977) "In The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, edited by HK Hunt, *Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement*.
5. Bultena, Klessing (1969) .Satisfaction in Camping: A Conceptualization & Guide to Social Research. *Journal of Leisure Research*, 17 (4), 375-384.
6. Kotler (1997) . "Marketing management, analysis, implementation and using the servoval model," *The Service Industries Journal*, 11 (3), 324-343.
7. Tse DK, Wilton PC (1988) . Models of consumer satisfaction: an extension. *J Market Res* 25:204-12.
8. Engel, Blackwell & Miniard (1995) . *Consumer Behavior*, 8th ed., New York: The Dryden Press, p.36
9. Kozak (2001) . Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of tourism research*, (3), 784.
10. Yoon and Uysal (2005) . An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26 (1), 45-5