

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

閒置空間再利用遊客滿意度之研究－以茉莉花壇夢想館為例

A Study on Tourists' Satisfaction of the Adaptive Reuse in Vacant Spaces

- A Case of Jasmine Huatan Pavilion of Dreams

指導教授:黃昱凱 博士

Advisor: Huang, Yu-Kai Ph.D

研究生:陳彥樺

Graduate student: Chen, Yen-Hua

中 華 民 國 106 年 6 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

碩 士 學 位 論 文

閒置空間再利用遊客滿意度之研究-以茉莉花壇

夢想館為例

A Study on Tourists' Satisfaction of the Adaptive Reuse in

Vacant Spaces - A Case of Jasmine Huatan Pavilion of Dreams

研究生：陳彥樺

經考試合格特此證明

口試委員：

劉夢媛
趙子元
黃昱凱

指導教授：

黃昱凱

系主任(所長)：

楊聰仁

口試日期：中 華 民 國 106 年 5 月 27 日

誌 謝

碩士班求學歷程中，首先要感謝我的指導老師黃昱凱教授，因為老師細心與耐心的指導，所學並非論文而已，做人做事態度，態度決定高度，無論在哪個位置只要態度正確就會邁向成功之路，而求學要秉持腳踏實地、精進努力的精神，感謝老師的啟發。

感謝不辭辛勞到鹿港學分班為我們授課指導的師長們楊聰仁教授、洪林伯教授、黃昱凱教授、趙家民教授、黃淑基教授和黃芳琪教授。

感謝花壇鄉農會顧碧琪總幹事提供研究的場所與協助，感謝大姊陳靜慧、姊夫柯炯豐、老公幫忙發問卷與研究的支持鼓勵，大哥陳柏諺、小弟陳志昌平日關心與加油，老公平時不斷提醒論文進度，還主動處理家事讓我無後顧之憂。

感謝同事陳冰海主任、莊婉倩主任、蔡文凱主任、李美幸老師、謝幸貝老師、張麗敏老師、林慧玲老師、黃瑜琪小姐與教育替代役黃冠杰，您們的加油和打氣充滿正能量，感謝校護陳淑華與幹事呂靜苑小姐在我身體健康出現警訊的提醒與建議。

由衷地感激所有的同學，特別是班代胡訓祥總以積極努力熱情學習的作為表率與模範，熱心協助班務與同學，功不可沒，大家在研究室拚命之時，相互切磋討論，不約而同帶各式點心請大家品嚐補充能量。

感謝彰化三位和我輪流開車一同從彰化出發的麗朱、淑紅和敏卿，車上談天說地討論功課，一小時的車程就常常在歡笑聲中到達南華校園，真是幸福又溫馨。

感謝論文口試委員黃昱凱教授、趙家民教授、郭奕奴教授於口試時給於細心指正及寶貴意見，特此謝意。

感謝在我進修碩士班所有幫助過我的親人、同事、同學和朋友，因為有您們全然給予我支持與鼓勵，讓我得以順利畢業，謝謝你們！

彥樺 謹誌 2017 年 5 月

南華大學文化創意事業管理學系碩士班

105 學年第二學期碩士論文摘要

閒置空間再利用遊客滿意度之研究--以茉莉花壇夢想館為例

研究生:陳彥樺

指導教授:黃昱凱博士

論文摘要內容:

本研究以茉莉花壇夢想館為研究個案，旨在探討閒置空間再利用後之遊客滿意度，以問卷調查為主要方式，針對茉莉花壇夢想館的遊客進行便利抽樣，共取得 293 份有效問卷。本研究構面包含「服務品質」、「休閒調劑」、「實際體驗」，除進行重要度-績效分析外，並使用 SPSS 版統計軟體進行敘述性統計、因素分析以及獨立樣本 t 檢定。主要結論如下：

1. 遊客最重視的是「停車便利性」，最滿意的是「服務人員態度親切和善」。
2. IPA 分析結果得知「解說牌標示清楚」、「展示設施豐富性」、「洗手間的設置與清潔」三項是亟需優先改善處理的項目。
3. 遊客基本特性在重要度有顯著差異，遊客基本特性在滿意度有顯著差異，如遊客性別在「停車便利性」滿意度有顯著差異。
4. 遊客滿意度以「服務人員態度親切和善」的平均數最高，「展示設施豐富性」的平均數最低，提供業者在此方面可以做調整與規劃。

關鍵字：閒置空間、滿意度、重要性-表現程度分析法

Title of Thesis: A Study on Tourists' Satisfaction of the Adaptive Reuse in Vacant Spaces-A Case of Jasmine Huatan Pavilion of Dreams

Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date: June 2017

Degree Conferred: M.B.A.

Name of student: Chen, Yen-Hua

Advisor: Huang, Yu-Kai Ph.D.

Abstract

The purpose of this case study, Jasmine Huatan Pavilion of Dreams, aims to discuss the satisfaction of visitors toward the reuse of vacant barns. The questionnaire was adopted in this study by convenience sampling from visitors of Jasmine Huatan Pavilion of Dreams, and 293 effective questionnaires were collected. In this study, there are 3 dimensions including "service quality", "leisure entertainment", and "practical experience". In addition to applying the importance-performance analysis (IPA), the descriptive statistics, factor analysis and independent sample t test are used to analyze the data by SPSS 21. statistical software, and. The results of the study are as follows:

1. Visitors are most concerned about the "parking convenience", and the "friendly and kind attitude of the staff" is the most satisfactory item.
2. According to the IPA, "clear signs", "the richness of displays and facilities" and "toilet equipment and cleanliness" are the three priorities for improvement.
3. In view of basic characteristics of tourists, there is a significant difference in the importance and satisfaction. For example: there is significant gender difference in the satisfaction of "parking convenience".
4. The mean of satisfaction on "friendly and kind attitude of the staff" is the highest, while the mean of "the richness of displays and facilities" is the lowest. The result may provide reference for the industry to adjust and plan.

Keywords : Adaptive Reuse in Vacant Spaces, Satisfaction, Importance Performance Analysis

目 錄

中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
目 錄.....	iv
表目錄.....	ix
圖目錄.....	xii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	2
1.3 研究目的.....	3
1.4 研究流程.....	4
1.5 研究範圍.....	5
1.5.1 研究對象.....	5
1.5.2 研究變項.....	5
1.5.3 研究場域.....	5
1.6 研究限制.....	6
第二章 文獻探討.....	7
2.1 閒置空間再利用.....	7
2.1.1 閒置空間.....	7
2.1.2 再利用的定義.....	8
2.1.3 再利用的經營模式.....	11
2.2 滿意度.....	12

2.2.1	滿意度的相關定義	12
2.2.2	滿意度之相關研究	13
2.3	重視-表現程度分析法	16
2.4	茉莉花壇夢想館的背景	18
2.4.1	茉莉花的故鄉	18
2.4.2	茉莉花壇夢想館的成立與發展	18
2.4.3	茉莉花壇夢想館全區配置圖	20
2.4.4	茉莉花壇夢想館地理位置與交通	21
2.4.5	茉莉花壇夢想館照片	22
第三章	研究方法	25
3.1	研究架構	25
3.2	研究假設	26
3.3	研究對象及問卷實施方式	27
3.3.1	問卷施測對象	27
3.3.2	問卷施測情形	27
3.4	研究工具	27
3.4.1	遊客的基本資料	27
3.4.2	茉莉花壇夢想館的遊客其特性	28
3.4.3	重要度與滿意度量表	28
3.4.3	重遊意願量表	30
3.5	資料處理與統計分析	30
3.5.1	描述性統計分析	31

第四章 資料分析	33
4.1 遊客基本特性背景變項分析	33
4.2 相關構面因素分析、信度分析	38
4.2.1 服務品質之重要度與滿意度因素分析與信度檢定	39
4.2.2 休閒調劑之重要度與滿意度因素分析與信度檢定	39
4.2.3 實際體驗之重要度與滿意度因素分析與信度分析	40
4.2.4 重遊意願因素分析與信度檢定	41
4.2.5 重要度量表分析	41
4.3 不同遊客基本特性在重要度之差異分析	45
4.3.1 不同性別之服務品質在重要度之差異分析	45
4.3.2 不同性別之休閒調劑在重要度之差異分析	47
4.3.3 不同性別之實際體驗在重要度之差異分析	47
4.3.4 不同教育程度之服務品質在重要度之差異分析	48
4.3.5 不同教育程度之休閒調劑在重要度之差異分析	50
4.3.6 不同教育程度之實際體驗在重要度之差異分析	51
4.3.7 不同婚姻狀況之服務品質在重要度差異分析	51
4.3.8 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度差異分析	53
4.3.9 不同婚姻狀況之實際體驗在重要度差異分析	53
4.3.10 不同旅遊次數之服務品質在重要度差異分析	54
4.3.11 不同旅遊次數之休閒調劑在重要度差異分析	55
4.3.12 不同旅遊次數之實際體驗在重要度差異分析	55

4.4	不同遊客基本特性在滿意度之差異分析.....	57
4.4.1	不同性別之服務品質在滿意度差異分析.....	57
4.4.2	不同性別之休閒調劑在滿意度之差異分析.....	59
4.4.3	不同性別之實際體驗在滿意度之差異分析.....	59
4.4.4	不同教育程度之服務品質在滿意度之差異分析.....	60
4.4.5	不同教育程度之休閒調劑在滿意度之差異分析.....	62
4.4.6	不同教育程度之實際體驗在滿意度之差異分析.....	63
4.4.7	不同婚姻狀況之服務品質在滿意度差異分析.....	64
4.4.8	不同婚姻狀況之休閒調劑在滿意度差異分析.....	65
4.4.9	不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度差異分析.....	66
4.4.10	不同旅遊次數之服務品質在滿意度差異分析.....	67
4.4.11	不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度差異分析.....	68
4.4.12	不同旅遊次數之實際體驗在滿意度差異分析.....	69
4.5	重要度與滿意度 IPA 分析.....	70
4.5.1	全部遊客 IPA 重要-表現程度分析結果.....	72
4.5.2	男性遊客 IPA 重要-表現程度分析結果.....	75
4.5.3	女性遊客 IPA 重要-表現程度分析結果.....	77
4.5.4	男性遊客與女性遊客相同項目分析.....	77
第五章	結論與建議.....	80
5.1	研究結論.....	80
5.1.1	遊客基本特性背景變項之分析結果.....	80
5.1.2	相關構面因素分析、信度之分析結果.....	80

5.1.3 研究假設結果.....	81
5.1.4 重要度與滿意度 IPA 分析.....	83
5.2 研究建議.....	84
5.2.1 茉莉花壇夢想館經營策略.....	84
5.2.2 後續研究建議.....	85
參考文獻.....	86
附錄一 正式問卷.....	91



表目錄

表 2.1 閒置空間再利用相關研究之文獻整理表.....	9
表 2.2 滿意度研究構面.....	15
表 2.3 莉夢想館的重要記事表.....	19
表 3.1 重要度與滿意度量表編製.....	29
表 3.2 重遊意願量表編製.....	30
表 4.1 遊客性別分配統計表.....	33
表 4.2 遊客年齡分配統計表.....	34
表 4.3 遊客職業分配統計表.....	34
表 4.4 遊客教育程度分配統計表.....	35
表 4.5 遊客婚姻分配統計表.....	36
表 4.6 遊客居住地分配統計表.....	36
表 4.7 遊客旅遊次數分配統計表.....	37
表 4.8 遊客交通工具分配統計表.....	37
表 4.9 遊客同行遊伴分配統計表.....	38
表 4.10 資訊來源分配統計表.....	38
表 4.11 服務品質之因素分析與信度檢定.....	39
表 4.12 休閒調劑之因素分析與信度檢定.....	40
表 4.13 休閒調劑之因素分析與信度檢定.....	40
表 4.14 重遊意願之因素分析與信度檢定.....	41
表 4.15 服務品質之重要度量表分析.....	42
表 4.16 休閒調劑之重要度量表分析.....	42

表 4.17 實際體驗之重要度量表分析	43
表 4.18 服務品質之滿意度量表分析	44
表 4.19 休閒調劑之滿意度量表分析	44
表 4.20 實際體驗之滿意度量表分析	45
表 4.21 不同性別之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表	46
表 4.22 不同性別之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	47
表 4.23 不同性別之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表	48
表 4.24 不同教育程度之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表	49
表 4.25 不同教育程度之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	50
表 4.26 不同教育程度之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表	51
表 4.27 不同婚姻狀況之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表	52
表 4.28 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	53
表 4.29 不同婚姻狀況之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表	54
表 4.30 不同旅遊次數之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表	55
表 4.31 不同旅遊次數之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	56
表 4.32 不同旅遊次數之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表	57
表 4.33 不同性別之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	58
表 4.34 不同性別之休閒調劑在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	59
表 4.35 不同性別之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	60
表 4.36 不同教育程度之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	61
表 4.37 不同教育程度之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	62
表 4.38 不同教育程度之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表	63

表 4.39 不同婚姻狀況之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	64
表 4.40 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表	65
表 4.41 不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	66
表 4.42 不同旅遊次數之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	67
表 4.43 不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	69
表 4.44 不同旅遊次數之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	70
表 4.45 重要度與滿意度分析表	71
表 4.46 男性遊客與女性遊客的 IPA 結果	79
表 5.1 不同遊客基本特性在重要度之差異分析研究驗證	81
表 5.2 不同遊客基本特性在滿意度之差異分析研究驗證	82



圖目錄

圖 1.1 研究流程圖本研究繪製.....	4
圖 1.2 研究場域圖資料來源:茉莉花壇夢想館簡介.....	6
圖 2.1 重要表現程度分析座標圖.....	16
圖 2.2 重要表現程度分析座標圖.....	17
圖 2.3 茉莉花壇夢想館全區配置圖.....	20
圖 2.4 茉莉花壇夢想館地理位置與交通.....	21
圖 2.4 茉莉花壇夢想館照片.....	22
圖 2.5 茉莉花壇夢想館照片.....	23
圖 2.6 茉莉花壇夢想館照片.....	24
圖 3.1 研究架構圖.....	25
圖 4.1 全部遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖.....	73
圖 4.2 男性遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖.....	76
圖 4.3 女性遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖.....	77

第一章 緒論

延續閒置空間的使用機能，活化閒置空間以重新展開新風貌，並以邁向「地盡其利」之目標。本研究對象是花蓮鄉農會將八十年歷史的閒置穀倉改建成全台第一個以茉莉花為主題故事的「茉莉花壇夢想館」為例，探討閒置穀倉的再生利用對遊客滿意度與服務品質之研究，共分成五個章節，第一節研究背景，第二節研究動機，第三節研究目的，第四節研究流程，第五節研究範圍與限制。

1.1 研究背景

近年來,永續發展思潮興起開啟了多數人對於資源再利用和環境保護的意識，我國最新版的《文化資產保存法》〈105年7月27日公布〉中規定，文化資產指「具有歷史、文化、藝術、科學等價值，並經由指定或登錄之資產」，包括古蹟、歷史建築、聚落、遺址、文化景觀、傳統藝術、民俗及有關文物、古物、自然地景等九種。

閒置空間再利用是一種符合永續發展及減少資源浪費的世界趨勢，更能保留城市的歷史空間記憶。閒置空間過去曾經是人們生活中的一部分，隨著時間的流逝，閒置的舊建物披著歲月的痕跡，逐漸被遺忘，找到再運用的價值，張崑振(2016.6.11 自由時報 E2)糧倉在早年的農業社會具重要的角色，明清時期為了儲存大量穀物而開始興建第一批糧倉，這批建物大都已經消失。第二批糧倉再建為日治時期，1940年太平洋戰爭爆發，日本政府認為百姓不能私自買賣稻米，因而興建糧倉統一管理。台灣保留了上百座的糧倉，存糧功能漸漸被日新月異的科技所取代。

近年來，政府於閒置空間的再生利用，2001年文建會以建構「文化台灣」為其施政方向，其中在文化資產保存的重要目標就是希望能有效利用閒置空間與歷史建築，來達到「活化文化資產」的目的，這個宣示使得「閒置空間再利用」成為近十年來台灣文化空間政策的主流，各地方政府紛紛找出可再利用的閒置空間加以規劃，激盪出各種創意，使這些老舊、閒置、甚至廢棄的建築物得以活化，

而民間企業團體也將閒置空間賦予新的生命力，已久未用的空間得以發揮其嶄新的功能與價值。

台灣農村的勞動人口老化，耕地縮減，花壇鄉的茉莉花產業日漸式微，雖然產量依舊冠全台但是產業沒落也是事實，鍾思宜(2016)花壇鄉農會為了重振茉莉花產業，進行產業轉型，以安全、無毒的精緻化農業努力，在民國 102 年將農糧署公糧庫房第 13 號糧倉購入，經花壇鄉農會精心籌畫，將閒置八十年的閒置穀倉改造為充滿創意又有朝氣的「茉莉花壇夢想館」，全館保留舊穀倉的原來架構，館外牆壁設計為明亮的歐風，活潑的方式呈現茉莉花的美好，成為彰化縣的觀光新亮點，花壇鄉農會將閒置穀倉歷經有用到無用，又從無用到有用。藉此延續閒置空間傳統的歷史記憶，也帶動地方文化產業發展，增加觀光人潮，促進地方經濟繁榮，提高當地居民對自己家鄉的認同與了解。

1.2 研究動機

台灣施行週休二日，在地的觀光產業逐漸遍地開花，於此觀光潮流之下，台灣也開始思考要如何增進各地觀光產業的附加價值，展開深入的感性浪漫與理性知識之旅。對茉莉花故鄉的花壇人而言，小時候參與種植茉莉花和採摘茉莉花來賺點學費和零用錢是上一代花壇鄉民共同的回憶。特殊的風土條件驅動茉莉花在民國 50 年代由北部引種之後，便形成花壇人的經濟命脈，當時花壇人的生活是一雙雙浸染茉莉的花香，大人的手也好小孩的手也好雙手托著滿滿的茉莉花，而孩子們也在盛夏的茉莉清香中成長茁壯，民間歌謠-「好一朵美麗的茉莉花」的香氣也是最能勾起中生代花壇人的濃郁回憶。

「茉莉花壇夢想館」以前是放置稻穀的倉庫，在 2013 年將 80 年的閒置穀倉改建成為全台唯一以茉莉花為主題。經過花壇鄉農會用心經營，以及政府政策的推動，昔日曾被歷史塵封的陳舊穀倉，改建之後仍保有穀倉原有的風貌及歷史空間的氛圍，創造新的空間利用。閒置空間再利用讓花壇鄉農會的閒置穀倉活化重生，讓原本沒落的花壇街重現光華，帶來新希望，進而活絡了當地的休閒產業，是文化與經濟結合的最佳實例，吸引觀光客前往，為當地的經濟發展找到新的出路，成為彰化觀光新亮點。每逢週休及國定假日，茉莉花壇夢想館總是有大批遊

客到訪。由此可見，閒置空間再利用可促進地盡其利，實現地利共享之土地政策目標。有鑑於此，本研究對於閒置空間再利用後的茉莉花壇夢想館進行滿意度之相關研究，其主要以服務品質、休閒調劑、實際體驗為主軸，探討分析遊客之滿意度及重遊意願，並藉由相關理論基礎、文獻探討與問卷調查，針對茉莉花壇夢想館的遊客為受訪對象歸納研究成果，因此，瞭解閒置空間再利用後的滿意度乃為本研究之主要動機。

1.3 研究目的

劉書雯(2016)閒置空間再利用相關之文獻，大多以國內現階段實際開發之案例進行探討，多為質性研究、深度訪談法，有些學者採用模糊層級分析的統計研究方式。張添智(2016)將這些閒置空間的歷史意義，讓眾人了解，或是藉由行銷的手段，包裝一個故事，讓閒置的空間有感情、有溫度，眾人能有共鳴。本研究以茉莉花壇夢想館為例，便是以故事來作主題，吸引愛好茉莉花與享受週休二日的觀光遊客，經過花壇鄉農會用心經營與宣傳，成功的發揮閒置穀倉的再生價值與地方產業振興，繁榮地方為熱門觀光景點。本研究目的在探討閒置空間再利用以茉莉花壇夢想館為例，老舊穀倉再利用後的空間場域，藉由問卷調查及統計分析，了解閒置穀倉經過再生利用之後，顧客的滿意程度與服務品質、重遊意願相關；同時分析茉莉花壇夢想館的遊客不同的性別、年齡、教育程度、職業等人口統計變數，對滿意度、服務品質、重遊意願是否有影響。希望透過本研究瞭解遊客對於閒置空間再利用後的滿意程度，將有助於茉莉花壇夢想館未來發展，能更符合遊客的需求。綜合上述的闡述，本研究之目的可歸納如下：

- 一、探討遊客基本特性背景變項分析。
- 二、探討遊客基本屬性在重要度之差異分析。
- 三、探討遊客基本屬性在滿意度之差異分析。
- 四、利用重要-表現程度分析法(Importance-Performance Analysis,IPA),探討不同的遊客對服務品質、休閒調劑、實際體驗的重視度與滿意度之分析。

1.4 研究流程

本論文以茉莉花壇夢想館的遊客為研究討論對象，在業者將閒置空間活化再利用所營造的餐飲空間氛圍中，以「問卷」的方式進行調查，了解此全館共分九大區域，此對遊客滿意度以及重遊的影響。首先根據研究背景與研究動機，然後確立研究目的，接著進行相關文獻的收集與探討。在文獻探討之後建立起本研究之研究架構與提出研究假設。在蒐集相關研究資料編寫並設計問卷，然後進行問卷前測，回收前測問卷修正語句，再進行施測。接著進行相關資料的整理與分析，再根據分析結果做出結論與建議，研究流程如圖 1.1：

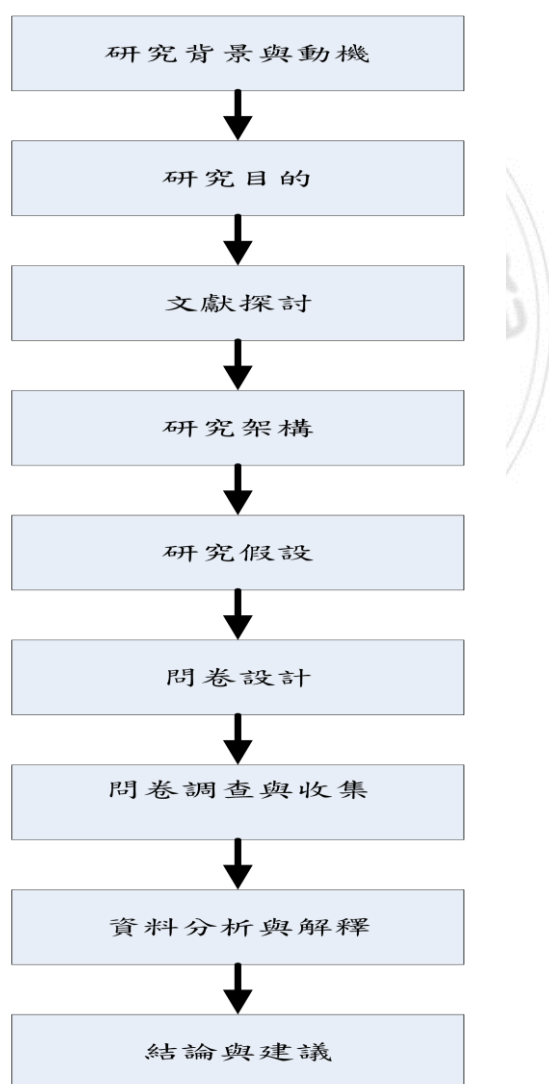


圖 1.1 研究流程圖本研究繪製

1.5 研究範圍

1.5.1 研究對象

本研究以茉莉花壇夢想館的遊客為對象施以問卷調查，研究對象不包含館內的工作人員。

1.5.2 研究變項

本研究探討之變項，包含遊客背景變項、重要度與滿意度、重遊意願共三個部分。遊客背景變項包含性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業、居住地區、資訊來源、交通工具、同行對象、遊玩次數、動機；重要度與滿意度包含服務品質、休閒調劑、實際體驗等三個構面。重要度與滿意度及重遊意願為依變項，以探討遊客的背景變項在滿意度和重遊意願間的互為關係。

1.5.3 研究場域

本研究以茉莉花壇夢想館為主。經過閒置空間再利用後全館主要分為九個區塊，分別如下：

- 一、迎賓區
- 二、夢想館主題展覽區
- 三、DIY 教室
- 四、品茶區
- 五、茉莉廚房
- 六、茉莉小舖
- 七、烘茶室
- 八、香草花園
- 九、茉莉的祕密花園

茉莉花壇夢想館場域範圍如下研究場域圖所示：



圖 1.2 研究場域圖資料來源:茉莉花壇夢想館簡介

1.6 研究限制

本研究的遊客，採用問卷發放的方式進行調查與分析。研究限制分為以下三點：

- 一、本研究僅就於 2016 年 10 月的周六日前往茉莉花壇夢想館之遊客進行調查，正逢非花季期間，其研究結果無法類推至花季期間至茉莉花壇夢想館的遊客。
- 二、本研究以本研究以茉莉花壇夢想館的遊客為對象，施以問卷調查，研究對象不包含解說員及工作人員。礙於時間、人力、物力等限制，採便利抽樣方式，而未能針對所有前來之遊客進行施測。
- 三、本研究以問卷作為研究工具，受試者本身填答時的誠實程度或主觀意識將影響內容之真實性，此乃研究較難以掌握之處。

第二章 文獻探討

本章以「閒置空間再利用」的角度研究茉莉花壇夢想館之成立與現況，以瞭解研究其先備條件，研究者就閒置空間再利用、滿意度、重要度與績效分析、茉莉花壇夢想館背景之相關文獻內容進行文獻回顧，並透過文獻資料對以作為未來研究之基礎。整理分析說明如下：

2.1 閒置空間再利用

傅朝卿(2001)認為空間改造有兩個重要的因，一是古蹟與歷史的保存，二是社會經濟產業結構之改變。傅朝卿(2001)認為閒置空間再利用包含三件事一為閒置，二是空間，三為再利用，閒置是狀態，空間是對象，再利用是手段。

閒置空間浪費土地的有限資源，被遺棄的空間發展再利用，活化空間機能性，延續歷史的記憶，傅朝卿(2001)認為建築的特色往往反映了興建之時的社會文化背景與技術成就。本研究花壇鄉農會之閒置穀倉是民國 26 年至今已有八十年的老舊穀倉，將具有歷史意義的閒置穀倉融入現代生活中，使閒置穀倉恢復可利用價值，結合花壇鄉的當地茉莉花產業，將穀倉改造成為台灣唯一以茉莉花為主題的「茉莉花壇夢想館」。

2.1.1 閒置空間 (Unused Spaces)

陳朝興(2001)認為閒置空間的發生，並非是個別的、地方性的課題，它基本上是一個全球性，跨時空的空間轉化現象。曾能汀(2006)認為閒置空間定義為原有空間機能因不符使用需要，故甚少或停止使用的建築及其周邊。一般而言，該空間具有歷史、美學的特殊氛圍，能誘發人們想像與認同，並期待經由合宜的轉換，賦予符合現時使用的功能。

曾梓峰(2002)認為閒置空間的形成，主要源自於一些既有或老舊的建築，在社會演變及都市幾近失控地擴展過程中，諸多對應當時特定的使用方式及需求的空間，隨著都市機能的擴張及使用上的改變，而於空間中呈現一種閒置狀況。但閒置空間往往具有獨特的文化風格、歷史淵源，同時亦能反映出當時的建築風

格及語彙、空間的使用型態、產業風華、當時營造技術所使用的素材、顏色、構法及周邊環境所構成的社會脈絡及紋理。

楊美華(2013)，閒置空間再使用，在世界各國廣泛被使用，其空間使用是將舊有歷史建築物發揮其使用功能，傳承原有傳統產業文化，創造經濟價值。

孫傳仁& 邱上嘉(設計研究第 9 期)，閒置空間係為社會與產業結構變遷下的產物，而空間再利用則是需要透過明確的定位與方向，方得以達到真正的空間活化，且不至於淪落到「再開置」的困境，而使得文化資源可以做到最有效的運用。

2.1.2 再利用 (Adaptive Reuse) 的定義

傅朝卿(2011)歸納西方學者與建築專業人員用來描述再利用的意義相當分歧，常見的有整修(renovation)、修復(rehabilitation)、改造(remodelling)、再循環(recycling)、改修(retrofitting)、環境重塑(environmental retrieval)、延續使用(extended use)、再生(reborn)及可適性再利用(adaptive reuse)等，其中以「可適性再利用 (adaptive reuse)」一詞最能表達舊屋新用之觀念，一般亦簡稱為再利用。依據《建築、設計、工程與施工百科全書》(Encyclopedia of architecture, Design, Engineering & Construction)一書中，將「再利用」定義為：「在建築領域中，藉由創造一種新的機能，或是藉由重新組構(Reconfiguration)一棟建築，以便其原有機能得以一種滿足新需求之新形式，延續一棟建築物或構造物之舉」。

李清全(1993)認為再利用是於建築物的生命週期之間改變原有用途作為別種目的之使用，或是重新組構建築物使其原有使用機能得以延續下去，並在機能與建物間做出適當的調適的一種過程。2001年，傅朝卿教授提出再利用之意義，乃是除了保存部分或整體之史實性外，還替老建築注入新生命，使建築本身和周圍之環境與人們共享老建築之第二春。凍結一棟老建築使其不再繼續破壞是一種消極的辦法，替老建築尋求新的生命則是更積極的舉動，因此再利用的保持方式是積極也是較生活化的計畫。

王惠君(2004)思考閒置歷史空間再利用，一方面要探討造成閒置的因素設法移除或尋求改善之道，另一方面挖掘歷史建築潛藏已久的魅力與吸引力，始以活化再生，還必須在現有產權管理制度下思考一套盒是可行的經營策略，才能促進閒

置空間再利用。

由此可知，閒置空間再利用並非只將舊建物重新修復成一種特定時期的表面外觀，而是發揮舊建築背後所代表的歷史文化與意義。同時將舊建物當地居民的日常生活產生連結與互動，簡言之，舊建物的再利用除了要重視其安全性及史實性，且需要注入新生命以一種嶄新的形式存在來延續其生命力。

表 2.1 閒置空間再利用相關研究之文獻整理表

學者	年份	研究名稱	研究方法
洪愷璜	2002	當前台灣歷史空間的再利用，從資源運作的觀點來看	本研究以實地勘查再以圖面資料收集，並且深入訪談。
增能汀	2006	閒置空間再利用為藝文用途之關鍵成功因素分析—以二十號倉庫為例	本研究所主要以文獻研究法、訪談、層級程序分析法。
劉洵綺	2013	置空間再利用的經營管理關鍵分析-以 20 號倉庫為例	本研究所主要以文獻研究法、文件分析法、深度訪談法等方法進行研究。
江惠淨	2013	閒置空間再利用為藝文空間之探討—以福興穀倉為例	本研究採用質性研究方法，以資料蒐集方法之參與觀察法和深度訪談法。
吳婉玲	2013	閒置空間再利用為文化觀光之策略建議-以鹿港桂花巷藝術村為例	本研究希望能結合鹿港原有的文化資源優勢，提昇鹿港桂花巷藝術村的能見度及強化經營規劃等問題，先運用 SWOT 分析模式分析歸納出藝術村的核心問題，再利用概念風扇，發想出各種情境的可能策略，經過篩選，找出改善桂花巷經營規劃的最佳方案。

表 2.1 閒置空間再利用相關研究之文獻整理表(續)

學者	年份	研究名稱	研究方法
張麗敏	2013	古蹟書院再利用現況之研究—以和美道東書院為例	研究方法採歷史研究法、半結構式訪問法、觀察法、SWOT 分析、問卷調查。
楊美華	2014	剝皮寮閒置空間使用之研究	本研究進行剝皮寮街區現況調查參訪民眾活動使用情形、現場展示文物資料等以照片做紀錄，初步解析剝皮寮閒置狀態，瞭解議題與問題，設計深度訪談題項。
李曉菁	2014	以活化閒置空間之利用探討鹿港桂花巷藝術村之經營	研究方法採文獻分析法、半結構式深度訪談法。
潘宜萍 王思琦 李長斌	2014	文化創意產業園區之「閒置空間再利用」、「群聚效應」與「周邊觀光影響」－臺中文化創意產業園區個案研究	本研究使用質性方法來討論，包括文獻分析、訪談、實地觀察三種資料蒐集方式。
張添智	2016	日出糕餅業者活化閒置空間對顧客消費吸引力、滿意度與購買意願之影響—以台中宮原眼科為例	本研究主要以宮原眼科消費者為研究對象，以非隨機立意抽樣方式進行，針對在宮原眼科之消費顧客進行自由參與問卷填答。
李碧雲	2014	穀倉閒置空間再利用之可行性研究—以中埔鄉農會為例	本研究透過相關文獻探討，及專家訪談意見分析，觀光發展效益與體驗行銷為研究變項，使用統計方法分析資料並檢定研究假設，以瞭解中埔鄉農會穀倉閒置再利用之可行性。

表 2.1 閒置空間再利用相關研究之文獻整理表

學者	年份	研究名稱	研究方法
劉書雯	2016	閒置空間再利用遊客滿意度之研究－以高雄駁二藝術特區為例	本研究先以研究架構與假設，再運用問卷設計；研究工具之量表主要有三，茲分別介紹如下：一為「滿意度量表」，二為「重遊意願量表」，三為「遊客基本資料」。最後為資料分析方法。
孫傳仁 邱上嘉	設計 研究 第 9 期	感質概念運用於產業閒置空間再利用之模型初探	本研究旨在探究感質概念運用於產業閒置空間再利用的調查，透過質化研究，採取「個案研究法」，並以深度訪談法、個案觀察法及文獻探討法進行研究，透過現場調查與訪談紀錄的方式。

資料來源：本研究由研究者按照年份整理

從以上整理過的文獻資料可以發現閒置空間再利用的相關文獻大多為質性研究，而本研究與劉書雯(2016)和張添智(2016)之研究相似，以問卷調查法的方式進行量化研究與分析，針對茉莉花壇夢想館的遊客為研究對象。

2.1.3 再利用的經營模式

近年來，各縣市推行文化觀光，引起閒置空間再利用的潮流，洪愷璜(2002)對目前「歷史空間」再利用的案例，可以四個經營類型歸納之：

- (一) 以展示為主之再利用經營:而這一類的再利用方式選擇以相關文字、展覽品配合原空間氣氛，而成的博物館、文物館及紀念館形式，並且是以公有權屬之公辦公營的案例為多數，僅少數個案為私有經營。
- (二) 藝文活動使用之再利用經營: 政府單位開始朝向「歷史空間」可能藉由各類活動的置入，滿足民眾的使用需求，同時增加民眾與「歷史空間」接觸的機會，使其有機會被了解與接納使用。

- (三) 休閒遊憩結合之再利用經營:通常要能做休閒遊憩的場所,就必須先擁有開放性的腹地與休憩空間,讓參觀遊客能自由無拘的置身其中參觀與遊憩。
- (四) 餐飲消費之再利用經營: 以餐飲經營的方式與「歷史空間」相應,往往都能締造不錯的口碑與成績,一方面可以增加財源,以穩固再利用經營的發展;另一方面則是藉由空間本身所擁有的歷史魅力與神秘感,配合著原有空間動線的規劃與材料使用等,塑造出來的空間氛圍是新建空間所無法比擬的,依此這樣的空間氛圍可能吸引不少遊客前來光臨。

2.2 滿意度

Cardozo(1965)是最早提出滿意度概念且進行實證研究的學者,提出對照理論(contrast theory),其認為消費者在感受產品績效與預期有差異時,若產品績效無法達到本身所預期之效果,則會產生不滿意的情況;若兩者間相符或超越預期,則將產生滿意情況。李祥民(2014)指出 Engel, Blackwel & Miniard(1990)認為顧客滿意度會影響到消費者再購買的意願及對企業的品牌形象,因而企業很重視顧客在消費後對於該次經歷的滿意度。李祥民(2014)指出服務品質能直接顯著正向的影響顧客滿意度,顧客滿意度亦能直接顯著正向的影響顧客忠誠度,但是服務品質無法直接顯著正向的影響顧客忠誠度,而是透過顧客滿意度間接的正向影響顧客忠誠度,顯示服務品質、滿意度與忠誠度具有因果關係。徐毓宏(2014)指出旅遊意象與遊客滿意度有關,且地方特色吸引力愈高者,則軟體服務滿意度愈高,所以如何營造高吸引力的文化體驗,是未來行銷規劃時可以仔細思考之處。

2.2.1 滿意度的相關定義

滿意度的探討最早是由 Cardozo (1965) 將顧客滿意的概念首次引進行銷學的範疇。他認為良好的顧客滿意會帶動消費者再次購買的行為,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。黃唯溱(2016)指出 Cardozo (1965) 所提出顧客會因先前在購買產品或服務的經驗中,影響顧客對該產品或服務的評價,然而這個評價將影響顧客的再購行為。將顧客滿意引入

行銷範疇後，顧客滿意 (Customer Satisfaction) 已成為了在企業經營績效中一個重要性的指標，同時也被拿來作為新產品開發的導引指標，以及新服務提供的修正動力，顧客滿意會增加顧客再次購買的行為，且會購買同企業之其他產品。

Kolter (1994) 滿意乃是消費者比較購買行為之前，對產品或服務的預期與購買服務或產品後，所感覺的績效表現之間的差異。Kolter(1999)提出顧客在購買商品或接受服務後，心理會有某種程度上的滿意或不滿意；若顧客感到滿意，將會有較高的再惠顧意願。

許朕諭(2008)指出 Oliver (1981) 認為滿意度是消費者對於所使用的產品或服務所獲的價值程度，所做的一種立即性的情緒反應，並指出滿意或不滿意是消費者購買前期望與實際購買結果的比較。

盧建昇(2009)提出消費者對產品的預期與使用結果之比較，如果超過消費者的預期程度，則消費者就感到很滿意；反之，若產品未能合乎其事先所預期的，則消費將會感到很滿意。

Ostrom & Dawn (1995)顧客滿意度是一種相對的判斷，他同時考慮一位顧客經由一次購買所獲得的品質與利益，以及為了達成此次購買所負擔的成本與努力。Kolter (1997)提出顧客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。Kolter (2000)將滿意度定義為：「一個人所感覺的愉悅程度，係源自其對產性能(或結果)的知覺與個人對產品之期望」。

曾于倩 (2011)了解消費者心理需求，使產品與服務達到顧客滿意，將有助於業者制定行銷策略。劉書雯(2016)指出「滿意度」係一心理狀態，感覺愉悅或失望的程度，也就是人與目的地互動後所產生的心理與情感狀況，通常會受到服務品質、自然環境或是當時氣氛以及遊客個人因素所影響。

2.2.2 滿意度之相關研究

關於滿意度方面的研究，以下為各學者在滿意度之相關研究結果：

一、梁育誠 (2010) 於「遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家

文化園區為例」結果顯示遊客偏向於環境規劃的體驗滿意度，本研究將滿意度分為四個層面，其中以環境規劃層面的滿意程度最高，整體滿意強烈程度則趨向於中高程度。

二、曾于倩（2011）於「消費心理向度與消費者滿意度對產業行銷策略影響之研究-以后里薩克斯風產業為例」中發現，消費美學意識、文化內涵、消費權利意識，以及整體心理向度，都與滿意度達到顯著正相關。換言之，消費者對薩克斯風產業之整體感受越佳，滿意程度也越高，再度購買、或將其地方節慶活動推薦予他人的意願也越高。

三、林倩琪（2006）於「知本國家森林遊樂區遊客滿意度之研究」中指出結果顯示：對遊客遊憩實際體驗滿意度的問項經由因素分析，萃取縮減成 4 個因素構面，依次分為環境景觀因素、服務品質因素、調劑身心因素及自我成長因素，因每一因素均達變異量解釋及信度之程度，顯示這 4 個因素構面確實影響遊客至本風景區實際體驗滿意度。

四、許朕諭（2008）於「文化創意產業品牌形象與忠誠度之研究—以田尾鄉公路花園為例」的研究顯示：遊客對公路花園品牌形象的認知與遊客公路花園旅遊滿意度呈現高度正相關；遊客認知愈深對田尾公路花園滿意度愈顯現積極正面的影響效果。

五、余文晴（2014）「遊客對紅毛港文化園區文化認知、文化體驗及整體滿意度之研究」的研究顯示滿意度是遊客對於紅毛港文化園區的物質、服務的認知和心情之期望和實際感受比較下的內心感受。也就是遊客在參與旅遊後對園區之整體感受，作為對園區的整體滿意度衡量，因此管理者可透過遊客滿意度來檢視旅遊環境品質，作為經營方向之參考。

研究者綜合後，提出看法，消費者對產品的預期與使用結果之比較，如果超過消費者的預期程度，有物超所值則顧客會感到很滿意；反之，若產品未能合乎其事先所期望的，所付出超過預期則顧客將感到不滿意。

表 2.2 滿意度研究構面

研究者年分	滿意度研究構面	論文主題
林倩琪(2006)	一、環境景觀 二、服務品質 三、調劑身心 四、自我成長	知本國家森林遊樂區遊客滿意度之研究
梁育誠(2010)	一、服務品質 二、環境景觀 三、文化體驗 四、休閒調劑	遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家文化園區為例
曾于倩(2011)	一、心理體驗方面 二、環境與景觀方面 三、遊憩活動方面 四、服務品質方面	消費心理向度與消費者滿意度對產業行銷策略影響之研究-以后里薩克斯風產業為例
張佳瑩(2014)	一、有形性 二、可靠性 三、反應性 四、保證性 五、同理心 六、溫泉水質	綠島朝日溫泉服務品質、遊客滿意度與推薦意願之研究
尤鎰鋒(2015)	一、硬體設施 二、心理感受 三、遊憩環境 四、服務資訊	旅遊動機、旅遊體驗、滿意度及重遊意願之研究—以台南市古蹟遊客為例
吳建祥(2016)	一、景觀環境滿意度 二、公共設施滿意度 三、服務品質滿意度 四、餐飲服務滿意度	文創觀光對遊客之吸引力、滿意度與重遊意願之研究---以北門遊客中心為例

資料來源：本研究由研究者按照年份整理

滿意度除了受客觀的條件與個人因素的影響，另外，可能也會因不同的性別、年齡、教育程度、職業等等，產生不同的滿意度表現，且滿意度一定要實際體驗之後才會產生，本研究不考量事前期望，但是依遊客個人對於構面所重視之程度，僅茉莉花壇夢想館的遊客體驗閒置空間再利用過後之滿意度。雖然滿意度是個體在經過實際體驗後之心理結果，屬於個人感受，不易測量個人滿意之程度，但本

研究用統計分析，衡量出滿意度，將滿意度之構成部分，分為「服務品質」、「休閒調劑」、「實際體驗」三個構面，做為探討遊客滿意度之參考依據。

2.3 重視-表現程度分析法

廖婉柔（2013）指出 Martilla&James（1977）認為 IPA 座標圖應使用中位數來作為分隔點；然而，Hollenhorst,Olson & Fortney（1992）則認為以重要表現程度的平均值來作為分隔點應較中位數更具判斷力。Deng（2008）認為有必要加入競爭分析來了解企業本身的競爭優勢，因此修正後的 IPA 加入標竿角度來分析（如圖 2.1）。修正 IPA 有兩個步驟：1.獲得個案公司每項服務項目的滿意平均值與最佳競爭者滿意平均值之比率。2.使用相對顧客滿意比率替代傳統 IPA 的縱軸，並將原有滿意度的總平均值，依照傳統 IPA 方式畫出四個象限。

滿意度	第二象限 (過度供給)	第一象限 (繼續保持)
	第三象限 (低優先順序)	第四象限 (加強改善)

重視程度

資料來源：Deng（2008）研究者整理

圖 2.1 重要表現程度分析座標圖

陳勁甫等人（2004）指出應用重要-表現程度分析法(IPA)，以服務屬性重要度及服務屬性實際表現度矩陣分析表分析嘉義農場遊客對各項服務品質之評價。林維榕等人(2015)指出 Hollenhorst, Olson, and Fortney(1992)認為用重要(I)－表現(P)程度各自的總平均值為分隔點，比使用等級中點的模式更具有判斷力，所以本計畫將以總平均值做為 X-Y 軸的分隔點進行探討。以重要程度為縱軸，表現程度為橫軸，將空間等份分成四象限，四象限所代表的意義如下：

（一）象限一：是重要度與表現程度皆相對較高，故此部份顧客滿意服務品質應繼續維持現況，並且應該大力宣傳，使其成為主要競爭優勢。

(二) 象限二：是低重要度但表現度卻很高，此部份表示管理者可能過度重視與開發，所以可以考慮將此部份的資源重新分配、運用至改善其他較重要的服務品質項目上。

(三) 象限三：是重要度及表現程度皆低，所以此部份的服務品質之項目較不重要，處理順序可以排在第四象限（集中關注區）之後。

(四) 象限四：是具有較高的重要度，但表現程度卻較低，此部份應該是管理者應該優先處理改善的服務品質。

鍾政偉 (2010)重視－表現程度分析圖，是將消費者對各服務屬性的重視程度與滿意績效程度的評分結果編制如圖所示(Chu & Choi, 2000)：(一) 將方格空間分成四象限。(二) X 軸表示消費者對產品或服務的重要性認知，Y 軸表示顧客對產品或服務的滿意程度。(三) A 象限表示重要程度與表現程度皆高，落在此象限的屬性應該繼續保持(keep up the good work)；B 象限表示重要程度低而表現程度高，落在此象限內的屬性為供給過度(possible overkill)；C 象限表示重要程度與表現程度皆低，落在此象限內的屬性優先順序較低(low priority)；D 象限表示重要程度高但表現程度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善的重點(concentrate here)。

表現程度 (滿意度)	B 象限 (供給過度) (不明顯優勢但具競爭性)	A 象限 (繼續保持) (明顯優勢並具競爭性)
	C 象限 (優先順序) (有潛力並具威脅性)	D 象限 (加強改善) (有風險但具機會)
	重要程度 (重視程度)	

圖 2.2 重要表現程度分析座標圖

資料來源： Chu and Choi(2000)

2.4 茉莉花壇夢想館的背景

2.4.1 茉莉花的故鄉

彰化縣花壇鄉素有「茉莉花故鄉」之稱，其茉莉花產量為全台之冠，茉莉花的香氣，是中生代花壇人生命中一股濃郁的清香。對現年四十歲以上的花壇人來說，茉莉花是成長過程中難以抹滅的鮮明印記。由於氣候適宜，民國五〇年代由北部引種後，茉莉花成了花壇鄉的經濟命脈。那一代花壇人的生活，由一雙雙沾染茉莉香氣的大手小手，穩穩地托著。成長在茉莉花興盛年代的花壇人回憶，他們從小就參與種植、採摘茉莉花來賺學費或零用錢，在徐徐的盛夏清香中長大成人。

2.4.2 茉莉花壇夢想館的成立與發展

正如當時台灣各地農村的共同命運，花壇鄉在台灣產業結構轉型過程中，也同樣面對青壯年嚴重外流、勞動人口老化、耕地縮減等種種困境；茉莉花的種植面積也不復全盛時期 200 多公頃的景況，近年更面對中國、越南等地廉價茉莉花大肆傾銷的挑戰，八卦山下的茉莉花香漸漸淡去。但生命早已與茉莉花香窖和的花壇人，卻對指尖的夏日清香難以忘懷，為了讓沁著茉莉花香的南風吹遍台灣每一個角落，花壇鄉農會領頭進行產業轉型，朝安全、無毒的精緻化農業努力，鼓勵農民以無毒方式栽種，並積極開發各種茉莉花相關產品，更將所有產品送交 SGS 檢驗，以確保產品安全無虞，在高昂檢驗費的背後，是一股「想讓消費者享受安全無毒的優質茉莉花產品」的初衷與堅持。

2013 年花壇鄉農會將八十年歷史的閒置穀倉改建成為全台唯一以茉莉花為主題的「茉莉花壇夢想館」館內全年免費開放民眾參觀，跟著茉莉花壇代言人「Limo、Molly、Julie」等三個可愛小動物的腳步，讓民眾一同進入茉莉花的世界，認識、瞭解茉莉花的文化及各種應用，並體驗茉莉之美，「茉莉花壇夢想館」誠摯地邀請您一同到茉莉花的故鄉—花壇鄉，一同來「賞茉莉、談茉莉、啖茉莉」。

鍾思宜(2016)結合觀光資源與文創思維來發展地方產業特色，自創品牌「茉莉花壇」，「茉莉花壇」的產品都是使用安全無毒的茉莉花來製作，以確保「安心、安全、健康」的綠色品牌精神。

林淑慧(2017)「她讓茉莉花從農產品變成精品，藉由參與國際賽事，進階為精品」，農訓協會秘書長王志文為顧碧琪的努力，下了如此註腳。林淑慧(2017)「原本死氣沉沉的花壇，因為她的夢想而活過來」，臉書社團「花壇人俱樂部」版主陳元銘說。這位花壇女兒，在別人看似欠缺資源，人、時、地都不對的鄉下，扮演世代的橋樑，把點滴資源，運用想像力與執行力，讓花壇從沒落到重生。

林玉卿(2016)種植茉莉花對花農來說輕而易舉，但是要種出無毒的茉莉花，卻是荊棘叢生。但顧女士又一直很想將茉莉花推廣出去，採用生物防治法，先請人工拔除雜草，鋪上抑制草蓆，架設捕蛾燈，堅決不噴灑農藥栽種最天然的茉莉花。林玉卿(2016)夢想館發展至今已有烏龍茶、紅茶、金萱、包種和四季，館內產品具有 SGS 驗證，更重要是顧總幹事與員工一起努力與用心才是品質的保證。

茉莉花壇夢想館從無到有的過程實屬不易，看似簡單卻不容易的無毒茉莉花，業者將在地產業與閒置穀倉再利用，不僅活化閒置空間也將彰化的茉莉花揚名各地，行銷到國際。以下針對茉莉花壇夢想館的重要記事做整理，如表 2.3。

表 2.3 莉夢想館的重要記事表

年(民國)	西元	重要記事
26	1937	農糧署公糧庫房第 3 號徵府補助倉庫為茉莉花壇夢想館的前身
102	2013	茉莉花壇夢想館開幕
102	2013	茉莉語茶榮獲 OTOP 產品設計獎
103	2014	花鳥風月袋茶榮獲 OTOP 產品設計獎
104	2015	德國 iF design award 國際設計大獎
104	2015	花鳥風月袋茶榮獲中國成功設計獎
104	2015	茉莉花茶禮盒榮獲台灣農漁會百大精品獎
105	2016	茉莉花茶禮盒榮獲台灣農漁會百大精品獎
105	2016	6 月 25、26 日茉莉飄香活動配合端午節慶活動
105	2016	花鳥風月袋茶入選彰化十大伴手禮
105	2016	花鳥風月袋茶榮獲台灣農漁會百大精品獎

表 2.3 茉莉夢想館的重要記事表(續)

年(民國)	西元	重要記事
105	2016	12月10日茉莉含情經典民歌嘉年華
105	2016	林玉卿著書「漫步台灣島3尋訪最夯的伴手禮」介紹茉莉花壇夢想館特色品牌的產品
106	2017	商業週刊1527期專訪「女會計的無毒夢救活彰化茉莉花小鎮」
106	2017	1月9日穀倉音樂會
106	2017	2月16日台韓國際四健農村青年交流訪花壇農會

資料來源:茉莉花壇夢想館網站研究者整理

2.4.3 茉莉花壇夢想館全區配置圖

茉莉花壇夢想館管全區共分為九個區域，一為「迎賓區」，二為「夢想館主題展覽區」，三為「DIY 教室」，四為「品茶區」，五為「茉莉廚房」，六為「茉莉小舖」，七為「烘茶室」，八為「香草花園」，九為「茉莉的祕密花園」。館區分區分明並有指示標示牌及地面路標指示。



資料來源:茉莉花壇夢想館簡介手冊

圖 2.3 茉莉花壇夢想館全區配置圖

2.4.4 茉莉花壇夢想館地理位置與交通

鍾思宜(2016)茉莉花壇夢想館緊鄰火車站，距離台 74 線快速道也不遠，位於彰化縣花壇鄉花壇街 273 號，到茉莉夢想館的交通方式可以分為以下方式:

- 一、 搭火車:火車站出去往左轉，大約走 2 分鐘便可抵達目的地
- 二、 搭公車:搭彰化客運、員林客運、台汽客運由北往南在花壇中山路 7-11 前的站牌下車，往前走到 7-11 右轉，往火車站方向直行大約 150 公尺，在火車站前的花壇街右轉直行 2 分鐘便可抵達目的地。
- 三、 開車前往的遊客可依交通地理位置圖所示前往目的地。
- 四、 館內附停車位，消費 50 元可抵停車費



資料來源:茉莉花壇夢想館簡介手冊、研究者拍攝

圖 2.4 茉莉花壇夢想館地理位置與交通

2.4.5 茉莉花壇夢想館照片

茉莉花壇夢想館在花壇鄉農會的團隊巧思與努力之下，保留了老舊穀倉的氣息與歷史的氛圍，經過創思設計，整體的外觀充滿朝氣，茲就茉莉花壇夢想館全區分為九大區域，內外景觀整理出圖片，如下圖所示。



茉莉花壇夢想館的門口景觀—舊穀倉加新創意



主題展覽區-茉莉的由來故事



品茶區



茉莉小舖—遊客購物與休憩談心區



茉莉小舖-茉莉花茶專賣區與農特產品

圖 2.4 茉莉花壇夢想館照片



配合節慶全館空間藝術布置展示



配合農曆春節將斑駁的舊穀倉布置得充滿農村味



穀倉外牆的明亮歐風設計—遊客拍照留念的景點

圖 2.5 茉莉花壇夢想館照片



舊穀倉的建築架構可見其歷史風貌



通往祕密花園的彩虹步道

寬敞的停車場方便遊客停車



閒置穀倉外牆歐風活潑鮮明，館內外為氛圍舒適

資料來源:研究者拍攝

圖 2.6 茉莉花壇夢想館照片

第三章 研究方法

本章共分為 5 小節，第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為研究對象，第四節為研究工具，第五節為資料分析方法，分別說明如下：

3.1 研究架構

根據本研究的目的經由文獻探討，提出研究架構，擬了解到茉莉花壇夢想館之遊客其人口背景變項、重要度、滿意度、及重遊意願之間的關係。本研究之架構圖如圖 3.1 所示，主要探討如下：

- (1)遊客之基本特性背景變項分析。
- (2)遊客不同背景變項在重要度的差異情形。
- (3)遊客不同背景變項在滿意度的差異情形。
- (4)遊客不同背景變項之重要與表現程度分析。

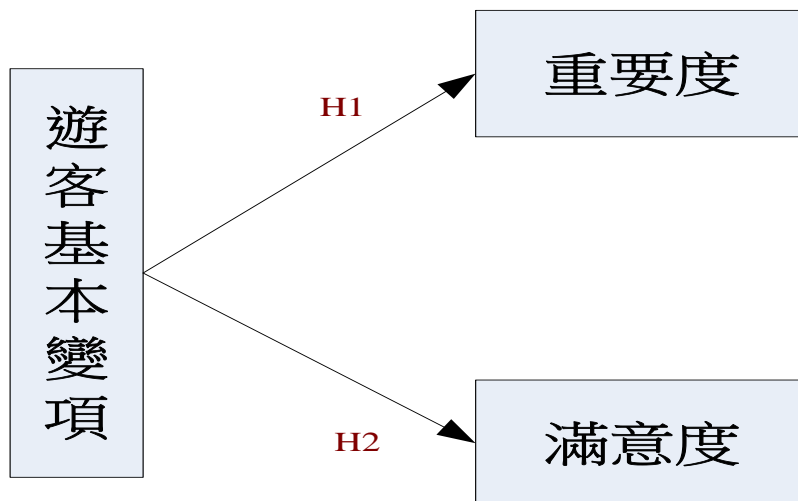


圖 3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

假設一(H1)不同遊客基本特性在重要度之差異分析有顯著差異

H1.1 不同性別之服務品質在重要度之差異分析有顯著差異

H1.2 不同性別之休閒調劑在重要度之差異分析有顯著差異

H1.3 不同性別之實際體驗在重要度之差異分析有顯著差異

H1.4 不同教育程度之服務品質在重要度之差異分析有顯著差異

H1.5 不同教育程度之休閒調劑在重要度之差異分析有顯著差異

H1.6 不同教育程度之實際體驗在重要度之差異分析有顯著差異

H1.7 不同婚姻狀況之服務品質在重要度之差異分析有顯著差異

H1.8 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之差異分析有顯著差異

H1.9 不同婚姻狀況之實際體驗在重要度之差異分析有顯著差異

H1.10 不同旅遊次數之服務品質在重要度之差異分析有顯著差異

H1.11 不同旅遊次數之休閒調劑在重要度之差異分析有顯著差異

H1.12 不同旅遊次數之實際體驗在重要度之差異分析有顯著差異

假設一(H2)不同遊客基本特性在滿意度之差異分析

H2.1 不同性別之服務品質在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.2 不同性別之休閒調劑在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.3 不同性別之實際體驗在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.4 不同教育程度之服務品質在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.5 不同教育程度之休閒調劑在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.6 不同教育程度之實際體驗在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.7 不同婚姻狀況之服務品質在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.8 不同婚姻狀況之休閒調劑在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.9 不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.10 不同旅遊次數之服務品質在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.11 不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度之差異分析有顯著差異

H2.12 不同旅遊次數之實際體驗在滿意度之差異分析有顯著差異

3.3 研究對象及問卷實施方式

3.3.1 問卷施測對象

本研究係採用問卷調查方式進行，發放對象為進入茉莉花壇夢想館的參觀遊客，填寫問卷者必須是進入茉莉花壇夢想館現場參觀者，為研究之施測對象。發放問卷者地點在茉莉花壇夢想館主題展覽區為主，確認該遊客填寫的問卷是否完整，問卷填寫如有遺漏或選項錯誤，懇請施測者再補填或修正之。

3.3.2 問卷施測情形

本研究之研究對象為參加茉莉花壇夢想館的遊客，由於人力、時間、經費與遊客型態的差異限制，在條件之限制下，無法全部將來館之遊客人數作為取樣，本研究取樣的地點在茉莉花壇夢想館館內，取樣方式為便利取樣由現場訪談人員對遊客進行問卷調查，在獲得遊客答應之後提供問卷，請求受訪者填答，現場訪談人員回收問卷做檢查，問卷填寫如有遺漏或選項錯誤，請施測者再補填或修正，本研究於 2016 年 10 月週六週日進行正式問卷發放，共計發出問卷 300 份，回收 300 份，有效問卷 293 份，有效回收率為 97%。

3.4 研究工具

本研究在探討到茉莉花壇夢想館參觀的遊客，遊客在重要度、滿意度、與重遊意願的關係，使用問卷調查法作為相關資訊收集完成本研究。經過探討與彙整相關文獻後決定參考諸位學者所提出之測量方法，並且加以編修作為本研究之研究工具。問卷內容包括「遊客個人基本資料」、「重要度與滿意度量表」、「重遊意願量表」等三個部分。

3.4.1 遊客的基本資料

此部份為瞭解茉莉花壇夢想館的遊客其基本資料，內容包含性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況、居住地、參觀次數、同行遊伴、交通工具、得知訊息、主要動機等。

一、性別:分為男性和女性。

- 二、年齡:分為 19 歲以下、20-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60 歲以上。
- 三、職業:分為農林漁牧、商業、軍公教、家管、服務業、製造業自由業、學生、退休人員、其他。
- 四、教育程度:分為國小及以下、國中、高中高職、高中高職、大學、研究所以上。
- 五、婚姻狀況:分為未婚、已婚,有小孩、已婚,沒有小孩、其他。
- 六、居住地:分為北部 (新竹以北)、中部(苗栗至嘉義)、南部(台南以南)、東部(宜蘭、花東)、離島(澎湖、馬祖、金門、國外)。

3.4.2 茉莉花壇夢想館的遊客其特性

此部份為瞭解茉莉花壇夢想館的遊客其基本資料，內容包含參觀次數、同行遊伴、交通工具、得知訊息、主要動機等。

- 一、參觀次數：第一次、第二次、第三次、第四次以上。
- 二、此次的主要遊伴:自行前往、家人、旅行團、同學、同事、朋友、其他。
- 三、交通工具:腳踏車、機車、汽車、遊覽車、大眾交通工具、其他。
- 四、遊客如何知道「茉莉花壇夢想館」:分為電視媒體、電腦網路、報章雜誌、親朋好友推薦、剛好路過。
- 五、此次吸引前來「茉莉花壇夢想館」的主要動機:分為慕名而來、順路經過、新鮮好奇、放鬆心情、增進親人朋友的感情、認識茉莉花產業的生態環境。

3.4.3 重要度與滿意度量表

滿意度預試量表部分依據文獻理論基礎乃參考盧建昇(2010)、梁育誠(2010)、余文晴(2014)、許登曜(2016)、許書雯(2016)等研究之特性增加選項，完成預試量表並以此發展出三個滿意度構面，包括：服務品質的滿意度、休閒調劑的滿意度，實際體驗的滿意度等，並以依此加以編製問項共計二十四題問項，對這二十四題問項，受訪者依其實際體驗後的感覺加以作答。問卷測量方式採 Likert Scale 五點量表加以測量計分，從 1 分到 5 分，重要度與滿意度分別代表「非常不重視」、「不重視」、「普通」、「重視」至「非常重視」、「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」、「非常不滿意」，分數越高所代表亦是受試者對於該題項目認同度也越高，重

要度與滿意量表之編制如表 3.2 所示：

表 3.1 重要度與滿意度量表編製

構面	本研究問卷題項	量表參考文獻
服 務 品 質	1.交通便利性	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
	2.停車便利性	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
	3.館內及周邊環境衛生	梁育誠(2010)余文晴(2014) 曾于倩(2011)
	4.解說牌標示清楚	梁育誠(2010)
	5.展示設施豐富性	梁育誠(2010)
	6.服務人員態度親切和善	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
	7.參觀的動線流暢	梁育誠(2010)
	8.休憩座椅設施或場所	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
	9.洗手間的設置與清潔	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
	10.餐飲方便性與價格	梁育誠(2010)劉書雯(2016)
休 閒 調 劑	1.促進人際關係交流	林倩琪(2006)梁育誠(2010)
	2.可以滿足我的好奇心	林倩琪(2006)梁育誠(2010)
	3.有助於減輕日常生活的壓力	林倩琪(2006)梁育誠(2010)
	4.可以增加生活上的樂趣	梁育誠(2010)
	5.可以進行親子教育	梁育誠(2010)
	6.增進親友互動與感情	梁育誠(2010)
	7.館內外氣氛悠閒自在舒適	余文晴(2014)
實 際 體 驗	1.瞭解茉莉花的由來歷史	本研究
	2.認識茉莉花的品種	本研究
	3.認識花壇鄉相關的農業產品	本研究
	4.認識茉莉花產業的經濟效益	本研究
	5.認識閒置糧倉再生利用價值	本研究

表 3.1 重要度與滿意度量表編製(續)

構面	本研究問卷題項	量表參考文獻
	6.增廣見聞	余文晴(2014)林倩琪(2006)
	7.主題明確美觀，適合拍照留念	本研究

資料來源由研究者整理

3.4.3 重遊意願量表

在重遊意願量表部分乃參考梁育誠(2010)、曾于倩(2011)、余文晴(2014)、劉書雯(2016)、曾于倩(2011)之研究進行量表編修，完成預試量表，計 4 題，包含「將來有機會仍然願意再來茉莉花壇夢想館」、「我會向他人推薦茉莉花壇夢想館」、「我會與他人分享經驗或心得」、「我會主動搜尋茉莉花壇夢想館的相關網站」。問像測量方式採 Likert Scale 五點量表加以測量計分，從 1 分到 5 分，分表代表「非常不同意、不同意、普通、同意、非常不同意」，分數越高所代表亦是受試者對於該題項目認同度也越高，重遊意願量表之編制如表 3.2 所示：

表 3.2 重遊意願量表編製

本研究問卷題項	參考之問卷題項	量表參考文獻
1.將來有機會仍然願意再來茉莉花壇夢想館	我願意再到六堆客家文化園區參觀	梁育誠(2010)
2.我會向他人推薦茉莉花壇夢想館	會推薦親朋好友到六堆客家文化園區參觀	梁育誠(2010)
3.我會與他人分享經驗或心得	我會向親朋好友分享心得	余文晴(2014)
4.我會主動搜尋茉莉花壇夢想館的相關網站	我會主動搜尋該園區的相關網站	余文晴(2014)

資料來源由研究者整理

3.5 資料處理與統計分析

本研究採現場遊客填寫問卷，問卷回收之後，先經過人工檢查，再將資料做編碼，並使用 SPSS21 統計軟體作為實證分析工具運用，依據研究目的與假設需要，所採用的資料分析方法敘述如下。

在資料分析方面，遊客人口背景變項、滿意度、重要度、重遊意願，採用平均值之檢定，滿意度、重要度、重遊意願個構面之題項則以因素分析及信度做檢測，遊客的基本資料和特性對於滿意度、重要度、重遊意願之相關差異，採獨立樣本 t 檢定。

3.5.1 描述性統計分析

本研究依問卷之項目，經由編碼之後予以量化，並計算各問項之平均數及標準差，平均數代表樣本的數字集中趨勢，平均數越高代表屬性較為受訪者重視，標準差愈小，表示受訪者對於該問項比較具有一致性的看法。

1. 信度分析

吳明隆(2006)指出信度是測量結果是否具有一致性和穩定性的程度，本研究採用 Cronbach's α 來測量量表的可靠性和穩定性，Nunnally(1978)認為 α 值等於 0.70 是可接受的量表邊界值，Devellis(1991) α 值介於 0.65 至 0.70 為可接受值， α 值介於 0.70 至 0.80 是相當好， α 值介於 0.80 至 0.90 之間非常好，本研究取構面信度大於 0.7 為原則。

2. 因素分析

吳明隆(2006)利用因素分析收取共同相關性的因素與構面，命名可以簡化大量的問項，方便統計上的操作，本研究採用因素分析主成份以及最大變異法做直交轉軸，取因素負荷量大於 0.5 為原則。

3. 獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定其目的在於檢定抽樣取自兩個母體的獨立樣本，經計算兩獨立樣本平均值後，推論原本的兩個母體之平均值是否存在顯著性差異，本問卷對於受訪者之基本資料中的性別、教育程度、婚姻狀況和旅遊次數採用獨立樣本 t 檢定，探討受訪者對於個因素構面有顯著差異。

4. 重要-表現程度分析法(Important-Performance Analysis)

林維榕(2015)以重要程度為縱軸，表現程度為橫軸，將空間等份分成四象限，四象限所代表的意義如下：

- (一) 象限一「競爭優勢」：是重要度與表現程度皆相對較高，此部分遊客滿意服務品質應繼續維持現況，並且應該大力宣傳。
- (二) 象限二「供給過度」：是低重要度但表現度卻很高，此部份表示管理者可能過度重視與開發，所以可以考慮將此部份的資源重新分配、運用至改善其他較重要的服務品質項目上。
- (三) 象限三「優先順序低」：是重要度及表現程度皆低，所以此部份的服務品質之項目較不重要，處理順序可以排在第四象限之後。
- (四) 象限四「改善重點」：是具有較高的重要度，但表現程度卻較低，此部份應該是管理者應該優先處理改善。



第四章 資料分析

本章採用問卷調查法將所得到的資料進行統計分析，有效問卷回收共計293份，無效問卷7份。本章將研究結果分成五部份來說明，第一節為遊客基本特性背景變項分析，利用百分比次數分配及平均數來說明各變數的分布概況；第二節為遊客在重要度、滿意度之分析與相關構面探索性因素分析與信度分析；第三節為遊客基本特性在重要度的差異分析；第四節為遊客基本特性在滿意度的差異分析；第五節遊客基本特性在重要度、滿意度、重遊意願之間的差異分析。

4.1 遊客基本特性背景變項分析

本研究主要針對茉莉花壇夢想館的遊客，進行問卷調查，於2016年10月的週六週日進行施測，總計共發出問卷300份，回收問卷300份，回收率為100%，其中有7份問卷漏填答而被視為無效問卷，實際回收之有效問卷為293份，有效問卷回收率為97%。問卷回收後進行資料編碼，採用SPSS21統計分析軟體，運用敘述性統計進行分析，其中人口統計項目包含性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況、居住地、次數、遊伴、交通工具、資訊、動機等。

(一) 性別

依據回收之有效問卷進行遊客樣本背景變項資料的敘述性統計分析，108份為男性，佔全體的36.9%；185份為女性，佔全體的63%。女性遊客明顯較多一些。樣本性別統計分佈如表4.1：

表 4.1 遊客性別分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
性別	男性	108	36.9
	女性	185	63.1
	總和	293	100.0

(二) 年齡

受測者的年齡19歲以下的消費者有31人，約佔全體的10.6%；20~29歲的

消費者有52人，約佔全體的17.7%；30~39 歲的消費者有99人，約佔全體的33.8%；40~49 歲的消費者有59人，約佔全體的20%；50 歲以上的消費者有38人，約佔全體的13%，60 歲以上的消費者有14人，約佔全體的4.8%。依據統計分析結果，樣本年齡分佈顯示30-39歲的消費者明顯較多一些，而60 歲以上的消費者只有14人最少。遊客年齡分配統計表如表 4.2：

表 4.2 遊客年齡分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
年 齡	19 歲以下	31	10.6
	20-29 歲	52	17.7
	30-39 歲	99	33.8
	40-49 歲	59	20.1
	50-59 歲	38	13.0
	60 歲以上	14	4.8
	總和	293	100.0

(三) 職業

遊客的職業中，農林漁牧有6人，約佔全體的2%；商業有20人，約佔全體的6.8%；軍公教有21人，約佔全體 的7.2%；家管有26人，約佔全體的8.9%；服務業有68人，約佔全體的23.2%；製造業有72人，約佔全體的24.6%，自由業有9人，約佔全體的3.1%；學生有37人，約佔全體的 12.6%；退休人員有10人，約佔全體的3.4%；其他職業有 24 人，約佔全體的8.2%，其中製造業遊客有72人，人數最多，而農林漁牧只有6人，人數最少，遊客年齡分配統計表如表 4.3。

表 4.3 遊客職業分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
職 業	農林漁牧	6	2.0
	商業	20	6.8

表 4.3 遊客職業分配統計表(續)

變項名稱	類別	人數	百分比
職業	軍公教	21	7.2
	家管	26	8.9
	服務業	68	23.2
	製造業	72	24.6
	自由業	9	3.1
	學生	37	12.6
	退休人員	10	3.4
	其他	24	8.2
	總和	293	100.0

(四) 教育程度

遊客的教育程度以大專院校最多有139人，約佔全體的47.4%；研究所以上有29人，約佔全體的8.9%；高中職有94人，約佔全體的32.1%；國中以下有22人，約佔全體的7.5%，遊客教育程度分配統計表如表4.4。

表 4.4 遊客教育程度分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
教育程度	國小及以下	12	4.1
	國中	22	7.5
	高中高職	94	32.1
	大學	139	47.4
	研究所以上	26	8.9
	總和	293	100.0

(五) 婚姻狀況

受測者的婚姻狀況中未婚的人數有109人，約佔全體的37.2%；已婚有小孩的人數有171人，約佔全體的58.2%；已婚有小孩的人數有171人，約佔全體的58.4%；

已婚,沒有小孩的人數有12人,約佔全體的4.1%;其他的人數1人約佔全體的0.3%。比例上已婚,有小孩的人數明顯較多,未婚的人數次之,遊客婚姻分配統計表如表4.5。

表 4.5 遊客婚姻分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
婚 姻	未婚	109	37.2
	已婚,有小孩	171	58.4
	已婚,沒有小孩	12	4.1
	其他	1	0.3
	總和	293	100.0

(六) 居住地

由表得知居住地以中部地區為最多,有217人,約佔全體的74.1%;北部地區有45人,約佔全體的15.4%;南部地區有29人,約佔全體9.9%;東部地區只有2人,約佔全體的0.7%,遊客居住地分配統計表如表4.6。

表 4.6 遊客居住地分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
居住地	北部(新竹以北)	45	15.4
	中部(苗栗至嘉義)	217	74.1
	南部(台南以南)	29	9.9
	東部(宜蘭、花東)	2	0.7
	總和	293	100.0

(七) 次數

遊客前往茉莉花壇夢想館的次數以第一次前來居多,其中首次消費有234人,約佔全體的79.7%;第二次有25人,約佔全體的8.5%;第三次有4人,約佔全體的1.4%;第四次以上有30人,約佔全體的10.2%。整體而言,次數以首次為最多。遊客旅遊次數分配統計表如表4.7。

表 4.7 遊客旅遊次數分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
次數	第一次	234	79.9
	第二次	25	8.5
	第三次	4	1.4
	第四次以上	30	10.2
	總和	293	100.0

(八) 交通工具

遊客之交通工具以開車人數最多有202名，所佔比例為68.9%；其次為機車有61名，所佔比例為20.3%；遊覽車有15名，所佔比例為5.1%；大眾交通工具有4名，所佔比例為1.4%；其他方式有9名，佔3.1%。

表 4.8 遊客交通工具分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
交通	腳踏車	2	0.7
	機車	61	20.8
	汽車	202	68.9
	遊覽車	15	5.1
	大眾交通工具	4	1.4
	其他	9	3.1
	總和	293	100.0

(九) 同行遊伴

同行遊伴以和家人的人數最多有190名，所佔比例為57.8%，可知道到訪茉莉花壇夢想館的遊客有許多都是和家人一起同行旅遊；其次為朋友有55名，所佔比例為 16.7%；自行前往有37名，所佔比例為11.2%；同學19人和同事12人各佔 5.8% 及 3.6%。旅行團及其他分別有10名及6名，各佔3.0%及1.8%。

表 4.9 遊客同行遊伴分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
同行遊伴	自行前往	37	11.2
	家人	190	57.8
	旅行團	10	3.0
	同學	19	5.8
	同事	12	3.6
	朋友	55	16.7
	其他	6	1.8
	總數	329	100.0

(十) 資訊來源

遊客的資訊來源以電腦網路人數最多，有187人，所佔比例為54.8%；其次為親朋好友有106名，所佔比例為 31.1%；剛好路過有28名，所佔比例為8.2%；電視媒體10人和報章雜誌10人各佔 2.9%，由統計表之分析可以得知網路資訊傳播媒體發達，現代人資訊來源很多皆來自網路訊息。

表 4.10 資訊來源分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比
資訊來源	電視媒體	10	2.9
	電腦網路	187	54.8
	報章雜誌	10	2.9
	親朋好友	106	31.1
	剛好路過	28	8.2
	總數	341	100.0

4.2 相關構面因素分析、信度分析

本研究將重要度與滿意度量表之三個構面，共二十四個題項及重遊意願四個題項，分別以最大變異法轉軸進行因素分析作為量表之建構效度，採主要分析

(principal component analysis ; PCA)進行因素分析，進而萃取出因素負荷量大於 0.5 之法則作為選取題項之準則，主要目的在刪除不適用的題項，另外再以 Cronbach's α 值來測量信度。故 Cronbach's α 值大於 0.7，就表示萃取出因子達到可信賴的水準。

4.2.1 服務品質之重要度與滿意度因素分析與信度檢定

本研究將服務品質之重要度與滿意度量表，共有十個題項進行因素分析與信度檢定，如下表所示。結果顯示「交通便利性」、「停車便利性」、「館內及周邊環境衛生」、「解說牌標示清楚」、「展示設施豐富性」、「服務人員態度親切和善」、「參觀的動線流暢」、「休憩座椅設施或場所」、「洗手間的設置與清潔」、「餐飲方便性與價格」十個題項之因素負荷量除了停車便利性以外，其餘均大於 0.7，表示構面效度良好。

表 4.11 服務品質之因素分析與信度檢定

構面	本研究問卷題項	因素負荷量	構面信度
服務品質	1.交通便利性	0.71	0.93
	2.停車便利性	0.69	
	3.館內及周邊環境衛生	0.77	
	4.解說牌標示清楚	0.81	
	5.展示設施豐富性	0.79	
	6.服務人員態度親切和善	0.79	
	7.參觀的動線流暢	0.83	
	8.休憩座椅設施或場所	0.83	
	9.洗手間的設置與清潔	0.82	
	10.餐飲方便性與價格	0.74	

4.2.2 休閒調劑之重要度與滿意度因素分析與信度檢定

本研究休閒調劑構面，共有七個題項進行因素分析與信度檢定，如下表所示。結果顯示「促進人際關係交流」、「可以滿足我的好奇心」、「有助於減輕日常生活

的壓力」、「可以增加生活上的樂趣」、「可以進行親子教育」、「增進親友互動與感情」、「館內外氣氛悠閒自在舒適」七個題項之因素負荷量均大於 0.7，表示構面效度良好。選項之信度值均大於 0.7，表示此構面的信度良好。

表 4.12 休閒調劑之因素分析與信度檢定

構面	本研究問卷題項	因素負荷量	構面信度
休閒調劑	1.促進人際關係交流	0.79	0.92
	2.可以滿足我的好奇心	0.81	
	3.有助於減輕日常生活的壓力	0.83	
	4.可以增加生活上的樂趣	0.88	
	5.可以進行親子教育	0.82	
	6.增進親友互動與感情	0.85	
	7.館內外氣氛悠閒自在舒適	0.803	

4.2.3 實際體驗之重要度與滿意度因素分析與信度分析

本研究休閒調劑共有七個題項進行因素分析與信度檢定，如下表所示。結果顯示「瞭解茉莉花的由來歷史」、「認識茉莉花的品種」、「認識花壇鄉相關的農業產品」、「認識茉莉花產業的經濟效益」、「認識閒置糧倉再利用價值」、「增廣見聞」、「主題明確美觀，適合拍照留念」七個題項之因素負荷量均大於 0.7，表示構面效度良好，選項之信度值均大於 0.7，表示此構面的信度良好。

表 4.13 休閒調劑之因素分析與信度檢定

構面	本研究問卷題項	因素負荷量	構面信度
實際體驗	1.瞭解茉莉花的由來歷史	0.80	0.93
	2.認識茉莉花的品種	0.86	
	3.認識花壇鄉相關的農業產品	0.88	
	4.認識茉莉花產業的經濟效益	0.89	

表 4.13 休閒調劑之因素分析與信度檢定(續)

構面	本研究問卷題項	因素負荷量	構面信度
實際體驗	5.認識閒置糧倉再利用價值	0.88	0.93
	6.增廣見聞	0.82	
	7.主題明確美觀，適合拍照留念	0.66	

4.2.4 重遊意願因素分析與信度檢定

本研究將重遊意願量表一個構面，分為四個題項進行因素分析與信度檢定，如下表 4.所示，結果顯示「重遊意願」此構面選項之因素分析檢定負荷量均大於 0.7，表示構面效度良好，「重遊意願」此構面選項之信度值均大於 0.7，表示此構面的信度良好。

表 4.14 重遊意願之因素分析與信度檢定

構面	本研究問卷題項	因素負荷量	構面信度
重遊意願	1.將來有機會仍然願意再來茉莉花壇夢想館	0.91	0.92
	2.我會向他人推薦茉莉花壇夢想館	0.92	
	3.我會與他人分享經驗或心得	0.89	
	4.我會主動搜尋茉莉花壇夢想館的相關網站	0.88	

4.2.5 重要度量表分析

重要度量表共分為三個構面，分別為「服務品質」、「休閒調劑」、「實際體驗」。

4.2.5.1 服務品質之重要度量表分析

服務品質構面共有十個項目，遊客在服務品質的重要度之平均數中，以「停車便利性」的重視程度最高，平均數是 4.3，排序為第一，「服務人員態度親切和善」次之，平均數是 4.42，排序為第二，「館內及周邊環境衛生」平均數是 4.38，排序為第三，而「餐飲方便性與價格」的平均數最低，顯示此項目遊客並不是很重視。

表 4.15 服務品質之重要度量表分析

構面	代號	項 目	重要度		排序
			平均數	標準差	
服 務 品 質	A1	交通便利性	4.30	0.71	5
	A2	停車便利性	4.43	0.70	1
	A3	館內及周邊環境衛生	4.38	0.68	3
	A4	解說牌標示清楚	4.21	0.68	8
	A5	展示設施豐富性	4.19	0.70	9
	A6	服務人員態度親切和善	4.42	0.64	2
	A7	參觀的動線流暢	4.24	0.66	6
	A8	休憩座椅設施或場所	4.23	0.63	7
	A9	洗手間的設置與清潔	4.37	0.69	4
	A10	餐飲方便性與價格	4.1	0.70	10

4.2.5.2 休閒調劑之重要度量表分析

休閒調劑構面共有七個項目，遊客在閒調劑的重要度之平均數中，以「停車便利性」的重視程度最高，平均數是 4.3，排序為第一，「服務人員態度親切和善」次之，平均數是 4.42，排序為第二，「館內及周邊環境衛生」平均數是 4.38，排序為第三，而「餐飲方便性與價格」的平均數最低，顯示此項目遊客並不是很重視。

表 4.16 休閒調劑之重要度量表分析

構面	代號	項 目	重要度		排序
			平均數	標準差	
休 閒 調 劑	B1	促進人際關係交流	3.87	0.76	6
	B2	可以滿足我的好奇心	3.86	0.77	7
	B3	有助於減輕日常生活的壓力	4	0.82	5
	B4	可以增加生活上的樂趣	4.04	0.75	4
	B5	可以進行親子教育	4.08	0.76	2
	B6	增進親友互動與感情	4.08	0.75	2

表 4.16 休閒調劑之重要度量表分析(續)

構面	代號	項 目	重要度		排序
			平均數	標準差	
	B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	4.21	0.71	1

4.2.5.3 實際體驗之重要度量表分析

實際體驗構面共有七個項目，遊客在休閒調劑的重要度之平均數中，以「主題明確美觀，適合拍照留念」的重視程度最高，平均數是 4.14，排序為第一，「服.增廣見聞」次之，平均數是 3.93，排序為第二，「瞭解茉莉花的由來歷史」平均數是 3.9，排序為第三，而「認識茉莉花產業的經濟效益」的平均數最低，顯示遊客在此項目的重視度不高。

表 4.17 實際體驗之重要度量表分析

構面	代號	項 目	重要度		排序
			平均數	標準差	
實 際 體 驗	C1	瞭解茉莉花的由來歷史	3.9	0.72	3
	C2	認識茉莉花的品種	3.87	0.73	4
	C3	認識花壇鄉相關的農業產品	3.8	0.69	5
	C4	認識茉莉花產業的經濟效益	3.79	0.73	7
	C5	認識閒置糧倉再生利用價值	3.85	0.75	6
	C6	增廣見聞	3.93	0.69	2
	C7	主題明確美觀，適合拍照留念	4.14	0.70	1

4.2.6.1 服務品質之滿意度量表分析

服務品質構面共有十個項目，遊客在服務品質的重要度之平均數中，以「服務人員態度親切和善」的滿意程度最高，平均數是 4.25，排序為第一，「停車便利性」次之，平均數是 4.10，排序為第二，「館內及周邊環境衛生」平均數是 4.03，排序為第三，而「餐飲方便性與價格」和「展示設施豐富性」滿意度的平均數最低，顯示還有改進空間。

表 4.18 服務品質之滿意度量表分析

構面	代號	項 目	滿意度		排序
			平均數	標準差	
服 務 品 質	A1	交通便利性	3.98	0.70	4
	A2	停車便利性	4.10	0.71	2
	A3	館內及周邊環境衛生	4.03	0.63	3
	A4	解說牌標示清楚	3.88	0.71	7
	A5	展示設施豐富性	3.69	0.69	9
	A6	服務人員態度親切和善	4.25	0.65	1
	A7	參觀的動線流暢	3.92	0.67	6
	A8	休憩座椅設施或場所	3.94	0.68	5
	A9	洗手間的設置與清潔	3.87	0.69	8
	A10	餐飲方便性與價格	3.69	0.68	9

4.2.6.2 休閒調劑之滿意度量表分析

休閒調劑構面共有七個項目，遊客在休閒調劑的滿意度之平均數中，以「館內外氣氛悠閒自在舒適」的滿意程度最高，平均數是 4.05，排序為第一，「可以進行親子教育」和「增進親友互動與感情」兩個項目次之，平均數是 3.89，滿意度排序為第二，「館內及周邊環境衛生」平均數是 4.03，排序為第三，而「可以滿足我的好奇心」滿意度的平均數最低，顯示還有改進空間。

表 4.19 休閒調劑之滿意度量表分析

構面	代號	項 目	滿意度		排序
			平均數	標準差	
休 閒 調 劑	B1	促進人際關係交流	3.71	0.67	6
	B2	可以滿足我的好奇心	3.76	0.68	7
	B3	有助於減輕日常生活的壓力	3.87	0.71	5
	B4	可以增加生活上的樂趣	3.86	0.67	4
	B5	可以進行親子教育	3.89	0.71	2

表 4.19 休閒調劑之滿意度量表分析(續)

構面	代號	項 目	滿意度		排序
			平均數	標準差	
休閒調劑	B6	增進親友互動與感情	3.89	0.72	2
	B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	4.05	0.67	1

4.2.6.3 實際體驗之滿意度量表分析

實際體驗構面共有七個項目，遊客在實際體驗的滿意度之平均數中，以「主題明確美觀，適合拍照留念」的滿意程度最高，平均數 4.14，排序為第一，「增廣見聞」平均數是 3.93，滿意度排序為第二，「瞭解茉莉花的由來歷史」平均數是 3.9，排序為第三，而「認識茉莉花產業的經濟效益」的平均數最低。

表 4.20 實際體驗之滿意度量表分析

構面	代號	項 目	滿意度		排序
			平均數	標準差	
實際體驗	C1	瞭解茉莉花的由來歷史	3.9	0.72	3
	C2	認識茉莉花的品種	3.87	0.73	4
	C3	認識花壇鄉相關的農業產品	3.8	0.69	5
	C4	認識茉莉花產業的經濟效益	3.79	0.73	7
	C5	認識閒置糧倉再生利用價值	3.85	0.75	6
	C6	增廣見聞	3.93	0.69	2
	C7	主題明確美觀，適合拍照留念	4.14	0.70	1

4.3 不同遊客基本特性在重要度之差異分析

4.3.1 不同性別之服務品質在重要度之差異分析

下表為不同性別的遊客對重要度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客在服務品質構面其中的 A4 解說牌標示清楚(t 值=-0.82，p 值<0.05)此項重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在服務品質

的重要度並無顯著差異，A1、A2、A3、A6 的平均數男生大於女生，其餘六個項目女生的平均數皆大於男生。

表 4.21 不同性別之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	男	108	4.31	0.69	0.27	0.79
		女	185	4.29	0.72		
A2	停車便利性	男	108	4.48	0.65	0.96	0.34
		女	185	4.40	0.73		
A3	館內及周邊環境衛生	男	108	4.39	0.67	0.26	0.80
		女	185	4.37	0.70		
A4	解說牌標示清楚	男	108	4.17	0.63	-0.82	0.41
		女	185	4.23	0.70		
A5	展示設施豐富性	男	108	4.16	0.71	-0.56	0.57
		女	185	4.21	0.70		
A6	服務人員態度親切和善	男	108	4.44	0.65	0.38	0.70
		女	185	4.41	0.64		
A7	參觀的動線流暢	男	108	4.19	0.63	-0.95	0.34
		女	185	4.27	0.68		
A8	休憩座椅設施或場所	男	108	4.13	0.64	-1.99	0.05
		女	185	4.28	0.62		
A9	洗手間的設置與清潔	男	108	4.31	0.69	-1.09	0.28
		女	185	4.41	0.69		
A10	餐飲方便性與價格	男	108	3.98	0.75	-2.14	0.03
		女	185	4.16	0.66		

註:*p<0.05

4.3.2 不同性別之休閒調劑在重要度之差異分析

下表為不同性別的遊客對重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客在休閒調劑構面其中的「B5 可以進行親子教育」、(t 值=-0.69，p 值<0.05)、「B6 增進親友互動與感情」(t 值=-1.44，p 值<0.05)此二項重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在休閒調劑的重要度並無顯著差異，A1 的平均數男性大於女性，其餘六個項目女性的平均數皆大於男性，此結果顯示出女性遊客普遍認為休閒調劑的重要度較高於男性遊客。

表 4.22 不同性別之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	男	108	3.88	0.72	0.17	0.83
		女	185	3.86	0.78		
B2	可以滿足我的好奇心	男	108	3.83	0.73	0.37	0.69
		女	185	3.87	0.79		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	男	108	3.98	0.81	0.90	0.81
		女	185	4.01	0.83		
B4	可以增加生活上的樂趣	男	108	3.96	0.74	0.34	0.19
		女	185	4.08	0.76		
B5	可以進行親子教育	男	108	4.04	0.67	0.00	0.49
		女	185	4.10	0.81		
B6	增進親友互動與感情	男	108	4.00	0.74	0.03	0.15
		女	185	4.13	0.76		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	男	108	4.23	0.66	0.30	0.71
		女	185	4.20	0.74		

註:*p<0.05

4.3.3 不同性別之實際體驗在重要度之差異分析

下表為不同性別的遊客對重要度檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客

在實際體驗構面其中的「C4 認識茉莉花產業的經濟效益」、(t 值=0.49, p 值<0.05)、此項重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在實際體驗的重要度並無顯著差異，C1、C3、C4 的平均數男性遊客大於女性遊客，顯示出男性遊客普遍認為實際體驗的重要度較高於女性遊客，C5、C6、C7 三個項目的平均數男性與女性顯示皆相同。

表 4.23 不同性別之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來 歷史	男	108	3.96	0.77	0.12	0.90
		女	185	3.95	0.81		
C2	認識茉莉花的品種	男	108	3.93	0.76	-0.39	0.69
		女	185	3.96	0.76		
C3	認識花壇鄉相關的 農業產品	男	108	3.94	0.73	0.29	0.77
		女	185	3.91	0.80		
C4	認識茉莉花產業的 經濟效益	男	108	3.89	0.71	0.50	0.62
		女	185	3.84	0.84		
C5	認識閒置糧倉再生 利用價值	男	108	3.98	0.77	0.03	0.97
		女	185	3.98	0.79		
C6	增廣見聞	男	108	4.06	0.69	-0.04	0.97
		女	185	4.06	0.77		
C7	主題明確美觀，適合 拍照留念	男	108	4.18	0.71	-0.09	0.93
		女	185	4.18	0.70		

註:*p<0.05

4.3.4 不同教育程度之服務品質在重要度之差異分析

下表為不同教育程度之服務品質在重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同教育程度的遊客在服務品質構面其中的 A2 停車便利性(t 值=-4.256, p 值<0.05)此項重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示遊客不同教育程度之服務品質在重要度並無顯著差異。除了「A10 餐飲方便性與價格」此項大學以上的遊

客其平均數小於高中職以下，表示高中職以下的遊客對於「餐飲方便性與價格」此項目認為較重要，其餘項目，「A1 交通便利性」、「A2 停車便利性」、「A3 館內及周邊環境衛生」、「A4 解說牌標示清楚」、「A5 展示設施豐富性」、「A6 服務人員態度親切和善」、「A7 參觀的動線流暢」、「A8 休憩座椅設施或場所」、「A9 洗手間的設置與清潔」共九項，大學以上的遊客其平均數均大於高中職以下，表示大學以上的遊客認為此九項較為重要。

表 4.24 不同教育程度之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	高中職以下	128	4.20	0.71	-2.10	0.04
		大學以上	164	4.38	0.70		
A2	停車便利性	高中職以下	128	4.23	0.76	-4.26	0.00
		大學以上	164	4.59	0.62		
A3	館內及周邊環境衛生	高中職以下	128	4.29	0.71	-1.94	0.05
		大學以上	164	4.45	0.66		
A4	解說牌標示清楚	高中職以下	128	4.15	0.70	-1.35	0.18
		大學以上	164	4.26	0.66		
A5	展示設施豐富性	高中職以下	128	4.16	0.70	-0.60	0.55
		大學以上	164	4.21	0.71		
A6	服務人員態度親切和善	高中職以下	128	4.41	0.63	-0.09	0.93
		大學以上	164	4.42	0.65		
A7	參觀的動線流暢	高中職以下	128	4.20	0.68	-1.10	0.28
		大學以上	164	4.28	0.65		
A8	休憩座椅設施或場所	高中職以下	128	4.22	0.64	-0.17	0.86
		大學以上	164	4.23	0.63		
A9	洗手間的設置與清潔	高中職以下	128	4.32	0.71	-1.16	0.25
		大學以上	164	4.41	0.67		
A10	餐飲方便性與價格	高中職以下	128	4.17	0.65	1.64	0.10
		大學以上	164	4.04	0.73		

註:*p<0.05

4.3.5 不同教育程度之休閒調劑在重要度之差異分析

下表為遊客不同教育程度在重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出遊客不同教育程度的休閒調劑構面中(p 值>0.05)表示重要度均無顯著差異未達到顯著水準，「B7 館內外氣氛悠閒自在舒適」的平均數，高中職以下的遊客大於大學以上，表示高中職以下的遊客較重視此項目，其餘六個項目「B1 促進人際關係交流」、「B2 可以滿足我的好奇心」、「B3 有助於減輕日常生活的壓力」、「B4 可以增加生活上的樂趣」、「B5 可以進行親子教育」、「B6 增進親友互動與感情」大學以上的遊客平均數皆大於高中職以下的遊客，表示大學以上的遊客較重視這六個項目。

表 4.25 不同教育程度之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	高中職以下	128	3.85	0.78	-0.30	0.77
		大學以上	164	3.88	0.74		
B2	可以滿足我的好奇心	高中職以下	128	3.77	0.79	-1.63	0.10
		大學以上	164	3.92	0.75		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	高中職以下	128	3.94	0.91	-1.08	0.28
		大學以上	164	4.04	0.75		
B4	可以增加生活上的樂趣	高中職以下	128	3.93	0.81	-2.18	0.03
		大學以上	164	4.12	0.70		
B5	可以進行親子教育	高中職以下	128	4.00	0.80	-1.50	0.14
		大學以上	164	4.13	0.72		
B6	增進親友互動與感情	高中職以下	128	4.02	0.76	-1.18	0.24
		大學以上	164	4.13	0.75		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	高中職以下	128	4.15	0.75	-1.36	0.17
		大學以上	164	3.85	0.78		

註:*p<0.05

4.3.6 不同教育程度之實際體驗在重要度之差異分析

下表為遊客不同教育程度之實際體驗在重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同教育程度之實際體驗構面其中的「C1 瞭解茉莉花的由來歷史」(t 值=-2.361，p 值<0.05)、此項重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同教育程度之實際體驗在重要度並無顯著差異，教育程度大學以上的平均數大於高中職以下，顯示出大學以上遊客普遍認為實際體驗的重要度較高於高中職以下遊客。

表 4.26 不同教育程度之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	高中職以下	128	3.85	0.78	-2.36	0.02
		大學以上	164	3.88	0.74		
C2	認識茉莉花的品種	高中職以下	128	3.77	0.79	-0.84	0.40
		大學以上	164	3.92	0.75		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	高中職以下	128	3.94	0.91	0.15	0.88
		大學以上	164	4.04	0.75		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	高中職以下	128	3.93	0.81	-0.83	0.41
		大學以上	164	4.12	0.70		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	高中職以下	128	4.00	0.80	-1.51	0.13
		大學以上	164	4.13	0.72		
C6	增廣見聞	高中職以下	128	4.02	0.76	-1.44	0.15
		大學以上	164	4.13	0.75		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	高中職以下	128	4.15	0.75	-2.00	0.05
		大學以上	164	3.85	0.78		

註:*p<0.05

4.3.7 不同婚姻狀況之服務品質在重要度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客對重要度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在服務品質構面其中的 A5 展示設施豐富性(t 值=2.32，p 值<0.05)、A7 參

觀的動線流暢(t 值=0.81, p 值<0.05)、A8 休憩座椅設施或場所(t 值=1.74, p 值<0.05)、A10 餐飲方便性與價格(t 值=2.09, p 值<0.05)此四項在重要度均有顯著差異,其餘項目均未達到顯著水準,顯示不同婚姻狀況之遊客在服務品質的重要度並無顯著差異,除了「A6 服務人員態度親切和善」此項的平均數,已婚和其他的遊客表現高於未婚,其餘的平均數未婚的遊客均大於已婚和其他的遊客。

表 4.27 不同婚姻狀況之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	未婚	109	4.39	0.71	1.58	0.12
		已婚和其他	184	4.25	0.71		
A2	停車便利性	未婚	109	4.46	0.76	0.54	0.59
		已婚和其他	184	4.41	0.66		
A3	館內及周邊環境 衛生	未婚	109	4.47	0.66	1.79	0.07
		已婚和其他	184	4.32	0.69		
A4	解說牌標示清楚	未婚	109	4.24	0.71	0.59	0.56
		已婚和其他	184	4.19	0.66		
A5	展示設施豐富性	未婚	109	4.31	0.72	2.32	0.021
		已婚和其他	184	4.11	0.69		
A6	服務人員態度親 切和善	未婚	109	4.39	0.67	-0.45	0.65
		已婚和其他	184	4.43	0.62		
A7	參觀的動線流暢	未婚	109	4.28	0.71	0.81	0.42
		已婚和其他	184	4.22	0.63		
A8	休憩座椅設施或 場所	未婚	109	4.31	0.69	1.74	0.08
		已婚和其他	184	4.17	0.59		
A9	洗手間的設置與 清潔	未婚	109	4.44	0.70	1.31	0.19
		已婚和其他	184	4.33	0.68		
A10	餐飲方便性與價 格	未婚	109	4.21	0.77	2.09	0.04
		已婚和其他	184	4.03	0.65		

註:*p<0.05

4.3.8 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客對重要度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在休閒調劑構面其中的「B4 可以增加生活上的樂趣」(t 值=1.56，p 值<0.05)、「B5 可以進行親子教育」(t 值=-0.634，p 值<0.05)此二項在重要度均有顯著差異，表示已婚和其他的遊客比未婚的遊客認為此二項屬於比較重要，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同婚姻狀況之遊客在休閒調劑的重要度並無顯著差異。除了「B5 可以進行親子教育」此項的平均數，已婚和其他的遊客表現高於未婚，其餘的平均數未婚的遊客均大於已婚和其他的遊客。

表 4.28 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	未婚	109	3.92	0.82	0.88	0.38
		已婚和其他	184	3.84	0.72		
B2	可以滿足我的好奇	未婚	109	3.95	0.81	1.68	0.09
		已婚和其他	184	3.80	0.74		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	未婚	109	4.13	0.85	2.13	0.03
		已婚和其他	184	3.92	0.80		
B4	可以增加生活上的樂趣	未婚	109	4.13	0.79	1.56	0.12
		已婚和其他	184	3.98	0.72		
B5	可以進行親子教育	未婚	109	4.04	0.85	-0.63	0.53
		已婚和其他	184	4.10	0.70		
B6	增進親友互動與感情	未婚	109	4.17	0.77	1.62	0.11
		已婚和其他	184	4.03	0.74		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	未婚	109	4.34	0.68	2.39	0.02
		已婚和其他	184	4.14	0.72		

註:*p<0.05

4.3.9 不同婚姻狀況之實際體驗在重要度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客對重要度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在實際體驗構面中(p 值>0.05)，七個項目均未達到顯著水準，顯

示不同婚姻狀況之遊客在實際體驗的重要度並無顯著差異。而未婚的遊客之平均數均大於已婚和其他的遊客，表示未婚的遊客認為實際體驗的七個項目較為重要。

表 4.29 不同婚姻狀況之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	未婚	109	4.03	0.79	1.19	0.23
		已婚和其他	184	3.91	0.80		
C2	認識茉莉花的品種	未婚	109	4.02	0.79	1.21	0.23
		已婚和其他	184	3.91	0.74		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	未婚	109	4.02	0.82	1.72	0.09
		已婚和其他	184	3.86	0.74		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	未婚	109	3.90	0.79	0.65	0.52
		已婚和其他	184	3.84	0.79		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	未婚	109	4.03	0.80	0.81	0.42
		已婚和其他	184	3.95	0.77		
C6	增廣見聞	未婚	109	4.19	0.70	2.42	0.02
		已婚和其他	184	3.98	0.75		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	未婚	109	4.28	0.67	1.96	0.05
		已婚和其他	184	4.12	0.71		

註:*p<0.05

4.3.10 不同旅遊次數之服務品質在重要度差異分析

下表為不同旅遊次數的遊客對重要度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同旅遊次數的遊客在服務品質構面中只有「A9 洗手間的設置與清潔」(t 值=-3.17，p 值<0.05)此項在重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數之遊客在服務品質的重要度並無顯著差異。

表 4.30 不同旅遊次數之服務品質在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	一次	233	4.30	0.69	0.28	0.78
		兩次以上	58	4.28	0.79		
A2	停車便利性	一次	233	4.42	0.72	-0.64	0.52
		兩次以上	58	4.48	0.66		
A3	館內及周邊環境 衛生	一次	233	4.35	0.67	-1.13	0.26
		兩次以上	58	4.47	0.75		
A4	解說牌標示清楚	一次	233	4.18	0.68	-1.49	0.14
		兩次以上	58	4.33	0.63		
A5	展示設施豐富性	一次	233	4.163	0.71	-1.26	0.21
		兩次以上	58	4.293	0.68		
A6	服務人員態度親 切和善	一次	233	4.38	0.65	-2.24	0.03
		兩次以上	58	4.59	0.59		
A7	參觀的動線流暢	一次	233	4.23	0.69	-0.85	0.40
		兩次以上	58	4.31	0.57		
A8	休憩座椅設施或 場所	一次	233	4.21	0.65	-0.70	0.48
		兩次以上	58	4.28	0.59		
A9	洗手間的設置與 清潔	一次	233	4.32	0.70	-3.17	0.00
		兩次以上	58	4.60	0.59		
A10	餐飲方便性與價 格	一次	233	4.07	0.72	-1.13	0.26
		兩次以上	58	4.19	0.63		

註:*p<0.05

4.3.11 不同旅遊次數之休閒調劑在重要度差異分析

結果顯示出不同旅遊次數的遊客在休閒調劑構面中(p 值>0.05)，七個項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數的遊客在休閒調劑的重要度並無顯著差異。而

休閒調劑構面的七個項目中旅遊次數兩次以上的遊客之平均數均大於旅遊次數一次的遊客，表示旅遊次數兩次以上的遊客認為休閒調劑的七個項目較為重視。

表 4.31 不同旅遊次數之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	一次	233	3.86	0.75	-0.30	0.76
		兩次以上	58	3.90	0.81		
B2	可以滿足我的好奇	一次	233	3.79	0.76	-2.79	0.01
		兩次以上	58	4.10	0.74		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	一次	233	3.95	0.83	-1.86	0.06
		兩次以上	58	4.17	0.78		
B4	可以增加生活上的樂趣	一次	233	4.00	0.76	-1.37	0.17
		兩次以上	58	4.16	0.72		
B5	可以進行親子教育	一次	233	4.05	0.75	-0.93	0.35
		兩次以上	58	4.16	0.79		
B6	增進親友互動與感情	一次	233	4.07	0.75	-0.47	0.64
		兩次以上	58	4.12	0.77		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	一次	233	4.15	0.72	-3.28	0.00
		兩次以上	58	4.48	0.60		

註:*p<0.05

4.3.12 不同旅遊次數之實際體驗在重要度差異分析

下表為不同旅遊次數的遊客對重要度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同旅遊次數的遊客在服務品質構面中只有「C2 認識茉莉花的品種」(t 值=-0.73，p 值<0.05)此項在重要度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數之遊客在服務品質的重要度並無顯著差異。

表 4.32 不同旅遊次數之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	旅遊次數	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	一次	109	3.93	0.80	-0.88	0.38
		兩次以上	184	4.03	0.79		
C2	認識茉莉花的品種	一次	109	3.93	0.73	-0.73	0.47
		兩次以上	184	4.02	0.87		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	一次	109	3.90	0.76	-0.72	0.47
		兩次以上	184	3.98	0.85		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	一次	109	3.82	0.78	-1.56	0.12
		兩次以上	184	4.00	0.82		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	一次	109	3.95	0.78	-1.20	0.23
		兩次以上	184	4.09	0.80		
C6	增廣見聞	一次	109	4.03	0.73	-0.95	0.34
		兩次以上	184	4.14	0.78		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	一次	109	4.14	0.69	-2.03	0.04
		兩次以上	184	4.34	0.71		

註:*p<0.05

4.4 不同遊客基本特性在滿意度之差異分析

4.4.1 不同性別之服務品質在滿意度差異分析

下表為不同性別的遊客對滿意度 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客在服務品質構面其中的「A2 停車便利性」(t 值=0.48，p 值<0.05)、「A4 解說牌標示清楚」(t 值=0.41，p 值<0.05)此二項滿意度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在服務品質的滿意度並無顯著差異，「A1 交通便利性」、「A3 館內及周邊環境衛生」、「A5 展示設施豐富性」、「A6 服務人員態度親切和善」、「A8 休憩座椅設施或場所」、「A9 洗手間的設置與清潔」、「A10 餐飲方便性與價格」的平均數女生大於男生，表示女性遊客在這七個項目的滿意度較

男性遊客為高，其餘「A2 停車便利性」、「A4 解說牌標示清楚」、「A7 參觀的動線流暢」三個項目男性遊客的平均數大於女性遊客，表示男性遊客在滿意度方面高於女性遊客。

表 4.33 不同性別之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	男	108	3.95	0.72	-0.42	0.68
		女	185	3.99	0.69		
A2	停車便利性	男	108	4.13	0.79	0.48	0.63
		女	185	4.09	0.65		
A3	館內及周邊環境衛生	男	108	4.00	0.61	-0.64	0.52
		女	185	4.05	0.64		
A4	解說牌標示清楚	男	108	3.90	0.61	0.41	0.68
		女	185	3.86	0.76		
A5	展示設施豐富性	男	108	3.65	0.69	-0.72	0.47
		女	185	3.71	0.68		
A6	服務人員態度親切和善	男	108	4.24	0.65	-0.17	0.87
		女	185	4.25	0.65		
A7	參觀的動線流暢	男	108	3.95	0.65	0.70	0.49
		女	185	3.90	0.68		
A8	休憩座椅設施或場所	男	108	3.93	0.69	-0.18	0.86
		女	185	3.94	0.67		
A9	洗手間的設置與清潔	男	108	3.81	0.68	-1.17	0.24
		女	185	3.90	0.69		
A10	餐飲方便性與價格	男	108	3.65	0.67	-0.79	0.43
		女	185	3.71	0.69		

註:*p<0.05

4.4.2 不同性別之休閒調劑在滿意度之差異分析

下表為不同性別的遊客對滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客在休閒調劑構面中 $p>0.05$ 均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在休閒調劑的滿意度並無顯著差異。

表 4.34 不同性別之休閒調劑在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	男	108	3.71	0.64	-0.01	0.99
		女	185	3.71	0.68		
B2	可以滿足我的好奇心	男	108	3.78	0.65	0.32	0.75
		女	185	3.75	0.69		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	男	108	3.87	0.72	-0.06	0.95
		女	185	3.88	0.71		
B4	可以增加生活上的樂趣	男	108	3.80	0.68	-1.25	0.21
		女	185	3.90	0.66		
B5	可以進行親子教育	男	108	3.90	0.64	0.13	0.89
		女	185	3.89	0.75		
B6	增進親友互動與感情	男	108	3.84	0.75	-0.87	0.38
		女	185	3.92	0.71		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	男	108	4.06	0.65	0.20	0.84
		女	185	4.05	0.69		

註:* $p<0.05$

4.4.3 不同性別之實際體驗在滿意度之差異分析

下表為不同性別的遊客對滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同性別的遊客在實際體驗構面其中的「C2 認識茉莉花的品種」(t 值=0.41, p 值<0.05)、
「C6 增廣見聞」(t 值=0.62, p 值<0.05)此二項不同性別的遊客在滿意度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同性別之遊客在實際體驗的滿意度並無

顯著差異。除了「C6 增廣見聞」的平均數女性遊客大於男性遊客，其他六項的平均數男性遊客在實際體驗的滿意度均高於女性遊客。

表 4.35 不同性別之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	男	108	3.89	0.67	0.51	0.61
		女	185	3.85	0.76		
C2	認識茉莉花的品種	男	108	3.80	0.67	0.41	0.68
		女	185	3.79	0.71		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	男	108	3.79	0.68	0.02	0.98
		女	185	3.79	0.76		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	男	108	3.86	0.68	-0.09	0.93
		女	185	3.84	0.79		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	男	108	3.96	0.63	0.20	0.84
		女	185	3.91	0.72		
C6	增廣見聞	男	108	4.11	0.67	0.62	0.54
		女	185	4.15	0.72		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	男	108	3.89	0.67	-0.47	0.64
		女	185	3.85	0.76		

註:* $p < 0.05$

4.4.4 不同教育程度之服務品質在滿意度之差異分析

下表為不同教育程度之服務品質在滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同教育程度的遊客在服務品質構面之中 $p > 0.05$ 所有的項目均未達到顯著水準，顯示遊客不同教育程度之服務品質在滿意度並無顯著差異。

「A1 交通便利性」、「A2 停車便利性」、「A3 館內及周邊環境衛生」、「A6 服務人員態度親切和善」、「A8 休憩座椅設施或場所」共五項的平均數，大學以上的遊客在滿意度均大於高中職以下的遊客。

表 4.36 不同教育程度之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	高中職以下	128	3.91	0.71	-1.34	0.18
		大學以上	164	4.02	0.69		
A2	停車便利性	高中職以下	128	4.03	0.75	-1.53	0.13
		大學以上	164	4.16	0.66		
A3	館內及周邊環境衛生	高中職以下	128	3.99	0.66	-0.93	0.35
		大學以上	164	4.06	0.60		
A4	解說牌標示清楚	高中職以下	128	3.88	0.73	0.04	0.97
		大學以上	164	3.87	0.68		
A5	展示設施豐富性	高中職以下	128	3.75	0.69	1.43	0.15
		大學以上	164	3.63	0.68		
A6	服務人員態度親切和善	高中職以下	128	4.23	0.64	-0.54	0.59
		大學以上	164	4.27	0.66		
A7	參觀的動線流暢	高中職以下	128	3.95	0.70	0.80	0.43
		大學以上	164	3.89	0.65		
A8	休憩座椅設施或場所	高中職以下	128	3.89	0.69	-0.99	0.32
		大學以上	164	3.97	0.67		
A9	洗手間的設置與清潔	高中職以下	128	3.88	0.71	0.19	0.85
		大學以上	164	3.86	0.67		
A10	餐飲方便性與價格	高中職以下	128	3.70	0.73	0.15	0.88
		大學以上	164	3.68	0.65		

註:*p<0.05

4.4.5 不同教育程度之休閒調劑在滿意度之差異分析

下表為遊客不同教育程度在滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出遊客不同教育程度的休閒調劑構面中(p 值>0.05)表示滿意度均無顯著差異，未達到顯著水準。

「B7 館內外氣氛悠閒自在舒適」的平均數，高中職以下的遊客與大學以上的遊客相等，其他「B2 可以滿足我的好奇心」、「B3 有助於減輕日常生活的壓力」、「B4 可以增加生活上的樂趣」、「B5 可以進行親子教育」、「B6 增進親友互動與感情」此五項平均數，大學以上的遊客在滿意度均大於高中職以下的遊客。

表 4.37 不同教育程度之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	高中職以下	128	3.74	0.67	0.67	0.50
		大學以上	164	3.69	0.67		
B2	可以滿足我的好奇心	高中職以下	128	3.72	0.69	-0.85	0.39
		大學以上	164	3.79	0.66		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	高中職以下	128	3.84	0.71	-0.55	0.58
		大學以上	164	3.89	0.71		
B4	可以增加生活上的樂趣	高中職以下	128	3.85	0.68	-0.10	0.92
		大學以上	164	3.86	0.66		
B5	可以進行親子教育	高中職以下	128	3.88	0.75	-0.25	0.80
		大學以上	164	3.90	0.68		
B6	增進親友互動與感情	高中職以下	128	3.87	0.75	-0.41	0.68
		大學以上	164	3.90	0.70		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	高中職以下	128	4.05	0.67	-0.10	0.92
		大學以上	164	4.05	0.67		

註:*p<0.05

4.4.6 不同教育程度之實際體驗在滿意度之差異分析

下表為遊客不同教育程度之實際體驗在滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出遊客不同教育程度的實際體驗構面中(p 值>0.05)七個項目未達到顯著水準表示滿意度均無顯著差異。

「瞭解茉莉花的由來歷史」、「認識茉莉花的品種」、「認識花壇鄉相關的農業產品」、「認識茉莉花產業的經濟效益」、「認識閒置糧倉再生利用價值」、「增廣見聞」共六項的平均數大學以上遊客之實際體驗在滿意度均大於高中職以下的遊客。

表 4.38 不同教育程度之實際體驗在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	教育程度	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	高中職以下	128	3.83	0.74	-1.39	0.17
		大學以上	164	3.95	0.69		
C2	認識茉莉花的品種	高中職以下	128	3.83	0.77	-0.73	0.47
		大學以上	164	3.89	0.68		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	高中職以下	128	3.79	0.72	-0.04	0.96
		大學以上	164	3.79	0.67		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	高中職以下	128	3.78	0.76	-0.13	0.89
		大學以上	164	3.79	0.70		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	高中職以下	128	3.81	0.73	-0.68	0.50
		大學以上	164	3.87	0.76		
C6	增廣見聞	高中職以下	128	3.91	0.66	-0.31	0.76
		大學以上	164	3.94	0.71		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	高中職以下	128	4.14	0.72	0.15	0.88
		大學以上	164	4.13	0.69		

註:*p<0.05

4.4.7 不同婚姻狀況之服務品質在滿意度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客對滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在服務品質構面其中的「A1 交通便利性」(t 值=-1.89, p 值<0.05)、
「A5 展示設施豐富性」(t 值=1.22, p 值<0.05)、「A7 參觀的動線流暢」(t 值=-0.88, p 值<0.05)、
「A9 洗手間的設置與清潔」(t 值=0.59, p 值<0.05)、「A10 餐飲方便性與價格」(t 值=-0.70, p 值<0.05)此五項在滿意度均有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同婚姻狀況遊客在滿意度並無顯著差異。

「A3 館內及周邊環境衛生」、「A4 解說牌標示清楚」、「A5 展示設施豐富性」、「A6 服務人員態度親切和善」、「A8 洗手間的設置與清潔」、「A9 餐飲方便性與價格」此六項的平均數，未婚的遊客在滿意度方面高於已婚和其他的遊客。

表 4.39 不同婚姻狀況之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	未婚	109	3.87	0.77	-1.89	0.60
		已婚和其他	184	4.04	0.65		
A2	停車便利性	未婚	109	4.02	0.79	-1.58	0.12
		已婚和其他	184	4.15	0.64		
A3	館內及周邊環境衛生	未婚	109	4.11	0.66	1.67	0.10
		已婚和其他	184	3.98	0.60		
A4	解說牌標示清楚	未婚	109	3.90	0.74	0.41	0.68
		已婚和其他	184	3.86	0.68		
A5	展示設施豐富性	未婚	109	3.75	0.76	1.22	0.22
		已婚和其他	184	3.65	0.64		
A6	服務人員態度親切和善	未婚	109	4.31	0.68	1.28	0.20
		已婚和其他	184	4.21	0.63		
A7	參觀的動線流暢	未婚	109	3.87	0.73	-0.88	0.38
		已婚和其他	184	3.95	0.62		

表 4.39 不同婚姻狀況之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表(續)

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A8	休憩座椅設施或場所	未婚	109	3.96	0.74	0.55	0.58
		已婚和其他	184	3.92	0.63		
A9	洗手間的設置與清潔	未婚	109	3.90	0.76	0.59	0.55
		已婚和其他	184	3.85	0.64		
A10	餐飲方便性與價格	未婚	109	3.65	0.75	-0.70	0.48
		已婚和其他	184	3.71	0.64		

註:*p<0.05

4.4.8 不同婚姻狀況之休閒調劑在滿意度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客在滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在休閒調劑構面項目均未達到顯著水準，顯示不同婚姻狀況之遊客在休閒調劑的滿意度並無顯著差異。

休閒調劑的構面中「B2 可以滿足我的好奇」、「B3 有助於減輕日常生活的壓力」、「B4 可以增加生活上的樂趣」、「B5 可以進行親子教育」、「B6 增進親友互動與感情」、「B7 館內外氣氛悠閒自在舒適」共有六個項目在滿意度的平均數方面，未婚的遊客之平均數均大於已婚和其他的遊客。

表 4.40 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	未婚	109	3.69	0.69	-0.50	0.62
		已婚和其他	184	3.73	0.65		
B2	可以滿足我的好奇	未婚	109	3.84	0.71	1.62	0.11
		已婚和其他	184	3.71	0.65		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	未婚	109	3.94	0.72	1.15	0.25
		已婚和其他	184	3.84	0.71		

表 4.40 不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之獨立樣本 t 檢定表(續)

代號	休閒調劑的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B4	可以增加生活上的樂趣	未婚	109	3.89	0.72	0.59	0.56
		已婚和其他	184	3.84	0.64		
B5	可以進行親子教育	未婚	109	3.90	0.73	0.15	0.88
		已婚和其他	184	3.89	0.70		
B6	增進親友互動與感情	未婚	109	3.96	0.76	1.32	0.19
		已婚和其他	184	3.85	0.70		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	未婚	109	4.15	0.68	1.82	0.07
		已婚和其他	184	4.00	0.66		

註:*p<0.05

4.4.9 不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度差異分析

下表為不同婚姻狀況的遊客對滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同婚姻狀況的遊客在服務品質構面其中的「C3 認識花壇鄉相關的農業產品」(t 值=0.72, p 值<0.05)、「C4 認識茉莉花產業的經濟效益」(t 值=0.43, p 值<0.05)、「C7 主題明確美觀，適合拍照留念」(t 值=1.36, p 值<0.05)此三項在滿意度均有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同婚姻狀況遊客在滿意度並無顯著差異。

而實際體驗構面之中未婚的遊客在滿意度的平均數均大於已婚和其他的遊客，表示未婚的遊客在滿意度高於已婚和其他的遊客。

表 4.41 不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	未婚	109	3.99	0.74	1.71	0.09
		已婚和其他	184	3.84	0.70		
C2	認識茉莉花的品種	未婚	109	3.98	0.75	2.10	0.04
		已婚和其他	184	3.80	0.71		

表 4.41 不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表(續)

代號	實際體驗的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	未婚	109	3.83	0.76	0.72	0.47
		已婚和其他	184	3.77	0.65		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	未婚	109	3.82	0.78	0.43	0.67
		已婚和其他	184	3.78	0.70		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	未婚	109	3.88	0.79	0.54	1.71
		已婚和其他	184	3.83	0.72		
C6	增廣見聞	未婚	109	4.04	0.71	2.02	0.04
		已婚和其他	184	3.87	0.67		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	未婚	109	4.21	0.75	1.36	0.17
		已婚和其他	184	4.09	0.68		

註:*p<0.05

4.4.10 不同旅遊次數之服務品質在滿意度差異分析

下表為不同旅遊次數的遊客對滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同旅遊次數的遊客在服務品質構面中只有「A9 洗手間的設置與清潔」(t 值=-0.34，p 值<0.05)此項在滿意度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數之遊客在服務品質的滿意度並無顯著差異。不同旅遊次數之服務品質構面中七個項目的平均數，旅遊次數兩次以上的遊客平均數高於旅遊次數一次的遊客。

表 4.42 不同旅遊次數之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A1	交通便利性	一次	233	3.95	0.71	-1.18	0.24
		兩次以上	58	4.07	0.67		
A2	停車便利性	一次	233	4.06	0.71	-1.93	0.05
		兩次以上	58	4.26	0.66		

表 4.42 不同旅遊次數之服務品質在滿意度之獨立樣本 t 檢定表(續)

代號	服務品質的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A3	館內及周邊環境衛生	一次	233	4.02	0.63	-0.51	0.61
		兩次以上	58	4.07	0.65		
A4	解說牌標示清楚	一次	233	3.83	0.71	-1.96	0.05
		兩次以上	58	4.03	0.67		
A5	展示設施豐富性	一次	233	3.64	0.66	-2.18	0.03
		兩次以上	58	3.86	0.76		
A6	服務人員態度親切和善	一次	233	4.23	0.65	-0.83	0.41
		兩次以上	58	4.31	0.63		
A7	參觀的動線流暢	一次	233	3.89	0.67	-1.49	0.14
		兩次以上	58	4.03	0.67		
A8	休憩座椅設施或場所	一次	233	3.91	0.67	-1.25	0.21
		兩次以上	58	4.03	0.70		
A9	洗手間的設置與清潔	一次	233	3.86	0.66	-0.34	0.71
		兩次以上	58	3.90	0.79		
A10	餐飲方便性與價格	一次	233	3.66	0.66	-1.53	0.13
		兩次以上	58	3.81	0.78		

註:*p<0.05

4.4.11 不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度差異分析

結果顯示出不同旅遊次數的遊客在休閒調劑構面中(p 值>0.05)，七個項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數的遊客在休閒調劑的滿意度並無顯著差異。而休閒調劑構面的七個項目中旅遊次數兩次以上的遊客之平均數均大於旅遊次數一次的遊客，表示旅遊次數兩次以上的遊客在滿意度高於旅遊次數一次的遊客。

表 4.43 不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	休閒調劑的項目	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
B1	促進人際關係交流	一次	233	3.73	0.67	-1.89	0.06
		兩次以上	58	3.90	0.67		
B2	可以滿足我的好奇	一次	233	3.83	0.71	-1.74	0.08
		兩次以上	58	4.03	0.70		
B3	有助於減輕日常生活的壓力	一次	233	3.82	0.67	-1.98	0.05
		兩次以上	58	4.02	0.66		
B4	可以增加生活上的樂趣	一次	233	3.86	0.71	-2.01	0.05
		兩次以上	58	4.00	0.70		
B5	可以進行親子教育	一次	233	3.86	0.72	-1.36	0.18
		兩次以上	58	4.00	0.73		
B6	增進親友互動與感情	一次	233	4.00	0.67	-1.34	0.18
		兩次以上	58	4.26	0.64		
B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	一次	233	3.73	0.67	-2.60	0.01
		兩次以上	58	3.90	0.67		

註:*p<0.05

4.4.12 不同旅遊次數之實際體驗在滿意度差異分析

下表為不同旅遊次數的遊客在滿意度獨立樣本 t 檢定之摘要表，結果顯示出不同旅遊次數的遊客在實際體驗構面中只有「C2 認識茉莉花的品種」(t 值=-0.73，p 值<0.05)此項在滿意度有顯著差異，其餘項目均未達到顯著水準，顯示不同旅遊次數之遊客在實際體驗的滿意度並無顯著差異。而實際體驗構面的七個項目中旅遊次數兩次以上的遊客之平均數均大於旅遊次數一次的遊客，表示旅遊次數兩次以上的遊客在滿意度高於旅遊次數一次的遊客。

表 4.44 不同旅遊次數之實際體驗在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

代號	實際體驗的項目	旅遊次數	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
C1	瞭解茉莉花的由來歷史	一次	109	3.93	0.80	-0.88	0.38
		兩次以上	184	4.03	0.79		
C2	認識茉莉花的品種	一次	109	3.93	0.73	-0.73	0.47
		兩次以上	184	4.02	0.87		
C3	認識花壇鄉相關的農業產品	一次	109	3.90	0.76	-0.72	0.47
		兩次以上	184	3.98	0.85		
C4	認識茉莉花產業的經濟效益	一次	109	3.82	0.78	-1.56	0.12
		兩次以上	184	4.00	0.82		
C5	認識閒置糧倉再生利用價值	一次	109	3.95	0.78	-1.20	0.23
		兩次以上	184	4.09	0.80		
C6	增廣見聞	一次	109	4.03	0.73	-0.95	0.34
		兩次以上	184	4.14	0.78		
C7	主題明確美觀，適合拍照留念	一次	109	4.14	0.69	-2.03	0.04
		兩次以上	184	4.34	0.71		

註:*p<0.05

4.5 重要度與滿意度 IPA 分析

本研究採用 IPA 方法，以重要度與滿意度之個別總平均值為分隔點，以 X、Y 軸將空間切割成四個象限，重要度為 X 橫軸，滿意度為 Y 縱軸。重要性的平均值 4.12 為 X 橫軸之交點，而滿意度的平均值 3.90 為 Y 縱軸之交點，X 橫軸和 Y 縱軸相交的中心點(4.12, 3.90)，並由服務品質、休閒調劑、實際體驗三個構面製作而成的四象限之散佈圖，如下圖。為瞭解遊客對服務項目之重要性與實際表現的滿意度情形，各項目之結果整理如表 2 所示。

表 4.45 重要度與滿意度分析表

構面	項目	重要度		滿意度	
		平均值	排序	平均值	排序
服務品質	A1 交通便利性	4.30	5	3.98	6
	A2 停車便利性	4.43	1	4.10	3
	A3 館內及周邊環境衛生	4.38	3	4.03	5
	A4 解說牌標示清楚	4.21	9	3.88	13
	A5 展示設施豐富性	4.19	10	3.69	24
	A6 服務人員態度親切和善	4.42	2	4.25	1
	A7 參觀的動線流暢	4.24	6	3.92	9
	A8 休憩座椅設施或場所	4.23	7	3.94	7
	A9 洗手間的設置與清潔	4.37	4	3.87	16
	A10 餐飲方便性與價格	4.10	12	3.69	23
休閒調劑	B1 促進人際關係交流	3.87	22	3.71	22
	B2 可以滿足我的好奇心	3.86	24	3.76	21
	B3 有助於減輕日常生活的壓力	4.00	17	3.87	14
	B4 可以增加生活上的樂趣	4.04	16	3.86	17
	B5 可以進行親子教育	4.08	14	3.89	12
	B6 增進親友互動與感情	4.08	13	3.89	11
	B7 館內外氣氛悠閒自在舒適	4.21	8	4.05	4
	C1 瞭解茉莉花的由來歷史	3.96	19	3.90	10
	C2 認識茉莉花的品種	3.95	20	3.87	15

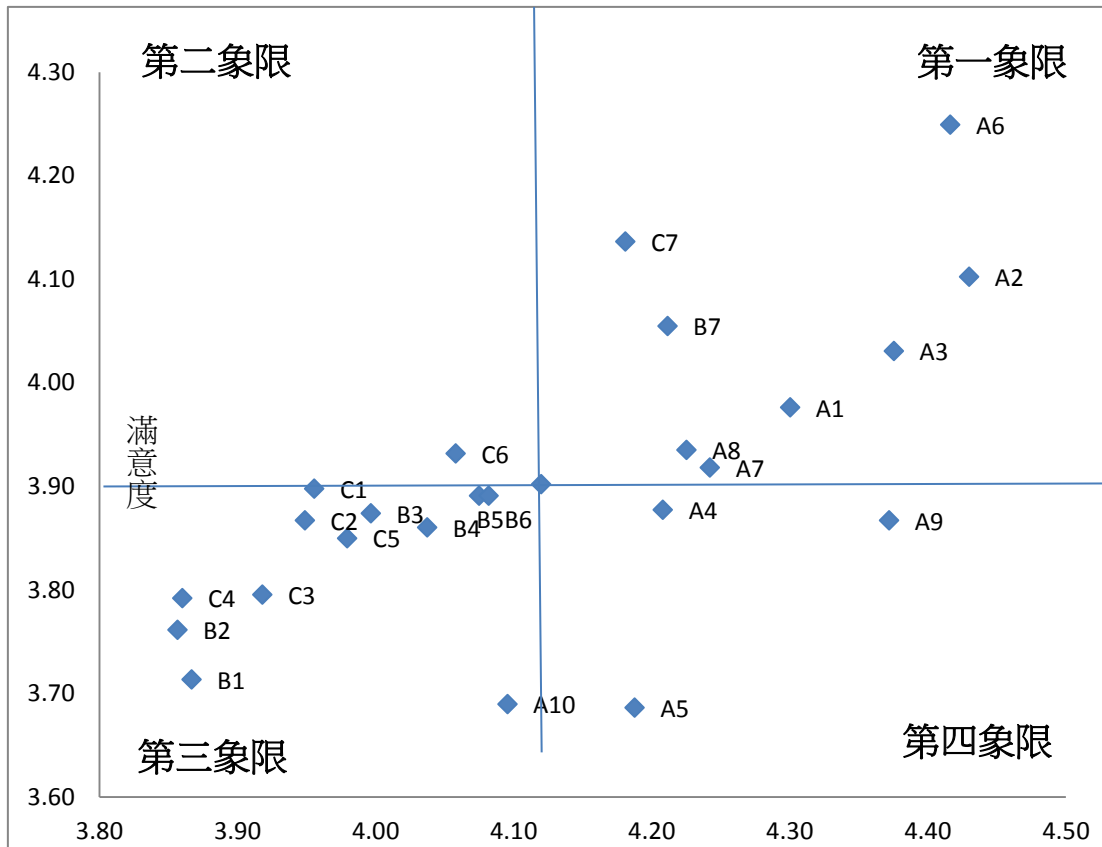
表 4.45 重要度與滿意度分析表(續)

構面	項目	重要度		滿意度	
		平均值	排序	平均值	排序
實際 體 驗	C3 認識花壇鄉相關的農業產品	3.92	21	3.80	19
	C4 認識茉莉花產業的經濟效益	3.86	23	3.79	20
	C5 認識閒置糧倉再生利用價值	3.98	18	3.85	18
	C6 增廣見聞	4.06	15	3.93	8
	C7 主題明確美觀，適合拍照留念	4.18	11	4.14	2
重要程度與滿意程度之總平均值		4.12		3.90	

4.5.1 全部遊客 IPA 重要-表現程度分析結果

從 IPA 結果圖可以得知 IPA 所區分出來的四個象限，以及各個項目，依序說明如下：

- (一) 第一象限「繼續保持」：A1、A2、A3、A6、A7、A8、B7、C7。
- (二) 第二象限「過度開發」：C1、C6。
- (三) 第三象限「次要改善」：A10、B1、B2、B3、B4、B5、B6、C2、C3、C4、C5。
- (四) 第四象限「優先改善」：A4、A5、A9。



資料來源:研究者整理

重要度

圖 4.1 全部遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖

註：A1 交通便利性、A2 停車便利性、A3 館內及周邊環境衛生、A4 解說牌標示清楚、A5 展示設施豐富性、A6 服務人員態度親切和善、A7 參觀的動線流暢、A8 休憩座椅設施或場所、A9 洗手間的設置與清潔、A10 餐飲方便性與價格、B1 促進人際關係交流、B2 可以滿足我的好奇心、B3 有助於減輕日常生活的壓力、B4 可以增加生活上的樂趣、B5 可以進行親子教育、B6 增進親友互動與感情、B7 館內外氣氛悠閒自在舒適、C1 瞭解茉莉花的由來歷史、C2 認識茉莉花的品種、C3 認識花壇鄉相關的農業產品、C4 認識茉莉花產業的經濟效益、C5 認識閒置穀倉再利用價值、C6 增廣見聞、C7 主題明確美觀，適合拍照留念。

項目落在各個象限分別說明

1.第一象限為「繼續保持」

項目有「A1 交通便利性」、「A2 停車便利性」、「A3 館內及周邊環境衛生」、「A6

服務人員態度親切和善」、「A7 參觀的動線流暢」、「A10 餐飲方便性與價格」、「B7 館內外氣氛悠閒自在舒適」、「C7 主題明確美觀，適合拍照留念」，共 8 項。表示達到遊客所期望的水準，具有競爭優勢應繼續維持其服務水準。

舉例來說，「A2 停車便利性」為何落在第一象限。茉莉花壇夢想館原來是閒置穀倉，昔日的曬穀場成為今日的停車場，假日遊客較多自行前往，停車位數量多可方便停車，因為全館全年免費開放參觀，「B7 館內外氣氛悠閒自在舒適」為何在第一象限，遊客們免費參觀，一進入館門口就有三個代言的動物造型歡迎遊客，耳畔傳來古典的茉莉歌曲，花季期間門口還會飄來一陣陣的花香，全館分成九個區域，遊客自由參觀可說是無拘無束，可以親近大自然，也可以沉浸在閒置穀倉再利用的優閒，是遊客非常重視、非常滿意，可以繼續保持下去。

2.第二象限「過度開發」

項目有「C1 瞭解茉莉花的由來歷史」、「C6 增廣見聞」，顧客對於這兩個項目的表現程度已經高於期望的重視程度，此結果顯示，茉莉花壇夢想館這部份已經提供很好的服務品質，未來，在不影響的情況下，可以避免資源浪費，調整其他需要優先改善之項目。

舉例來說，「C1 瞭解茉莉花的由來歷史」、「C6 增廣見聞」為何落在第二象限。對於遊客而言，因為遊客最主要是去遊玩且輕鬆自由參觀，許多遊客不是專程到茉莉花壇夢想館來增加知識或想了解「茉莉花的由來歷史」，因此並不重要。

3.第三象限「次要改善」

項目有「A10 餐飲方便性與價格」、「B1 促進人際關係交流」、「B2 可以滿足我的好奇心」、「B3 有助於減輕日常生活的壓力」、「B4 可以增加生活上的樂趣」、「B5 可以進行親子教育」、「B6 增進親友互動與感情」、「C2 認識茉莉花的品種」、「C3 認識花壇鄉相關的農業產品」、「C4 認識茉莉花產業的經濟效益」、「C5 認識閒置穀倉再利用價值」，共 11 個服務項目，顧客對於此象限的服務品質項目，表現程度與預期重視程度皆低之情況，因此，改善的優先順序是在改善第二象限過後，在有限資源允許支持，才進行。未來，如果針對該服務項目加強改進，必能讓遊客有更深刻的體驗且全面提升滿意度。

舉例來說，「C3 認識花壇鄉相關的農業產品」為何落在第三象限。遊客到茉莉花壇夢想館最主要是館內外氣氛悠閒自在舒適，而且主題明確美觀，適合拍照留念，對於茉莉花壇夢想館所賣的花壇鄉相關產品，相對不會留意到。事實上，茉莉花壇夢想館有品牌的無毒茉莉花紅茶與茉莉烏龍茶，另外還有茉莉花相關產品和具體相關代表性的紀念商品提供給遊客，應再研擬策略提升已經有自我品牌的產品讓遊客認識並且進而願意購買。

4.第四象限「優先改善」

項目有「A4 解說牌標示清楚」、「A5 展示設施豐富性」、「A9 洗手間的設置與清潔」，是受訪者感受服務過後，對於服務品質的滿意度並未達到所重視的程度，共 3 項為茉莉花壇夢想館必需加強改善的焦點，應盡速擬定相關改善方法，以提升遊客滿意度。

舉例來說，「A4 解說牌標示清楚」為何落在第四象限。許多遊客都是第一次到茉莉花壇夢想館，對於該環境較陌生，因此參觀的動線需要加以設計，初次到館參觀的遊客較有方向依循，研擬設計該館參觀路線能提升遊客的滿意度。

4.5.2 男性遊客 IPA 重要-表現程度分析結果

本研究進一步瞭解不同特性的遊客對於茉莉花壇夢想館服務的認知差異，因此以受試者的「性別」微分群的標的，性別分為男性 108 人和女性 285 人兩群，以下是性別分群之結果。從男性遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖可以得知 IPA 所區分出來的四個象限，以及各個項目，依序說明如圖 4.2：



資料來源:研究者整理

重要度

圖 4.2 男性遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖

註：A1 交通便利性、A2 停車便利性、A3 館內及周邊環境衛生、A4 解說牌標示清楚、A5 展示設施豐富性、A6 服務人員態度親切和善、A7 參觀的動線流暢、A8 休憩座椅設施或場所、A9 洗手間的設置與清潔、A10 餐飲方便性與價格、B1 促進人際關係交流、B2 可以滿足我的好奇心、B3 有助於減輕日常生活的壓力、B4 可以增加生活上的樂趣、B5 可以進行親子教育、B6 增進親友互動與感情、B7 館內外氣氛悠閒自在舒適、C1 瞭解茉莉花的由來歷史、C2 認識茉莉花的品種、C3 認識花壇鄉相關的農業產品、C4 認識茉莉花產業的經濟效益、C5 認識閒置穀倉再利用價值、C6 增廣見聞、C7 主題明確美觀，適合拍照留念。

(一) 第一象限「繼續保持」：A1、A2、A3、A4、A6、A7、A8、B7、C7。

(二) 第二象限「過度開發」：B5、C1、C6。

(三) 第三象限「次要改善」：A10、B1、B2、B3、B4、B6、C2、C3、C4、C5。

(四) 第四象限「優先改善」：A5、A9。

4.5.3 女性遊客 IPA 重要-表現程度分析結果

從女性遊客的散佈圖可以得知 IPA 所區分出來的四個象限，以及各個項目，依序說明如下：

- (一) 第一象限「繼續保持」：A1、A2、A3、A6、A7、A8、B7、C7。
- (二) 第二象限「過度開發」：B6、C6。
- (三) 第三象限「次要改善」：B1、B2、B3、B4、B5、C1、C2、C3、C4、C5。
- (四) 第四象限「優先改善」：A4、A5、A7、A9、A10。

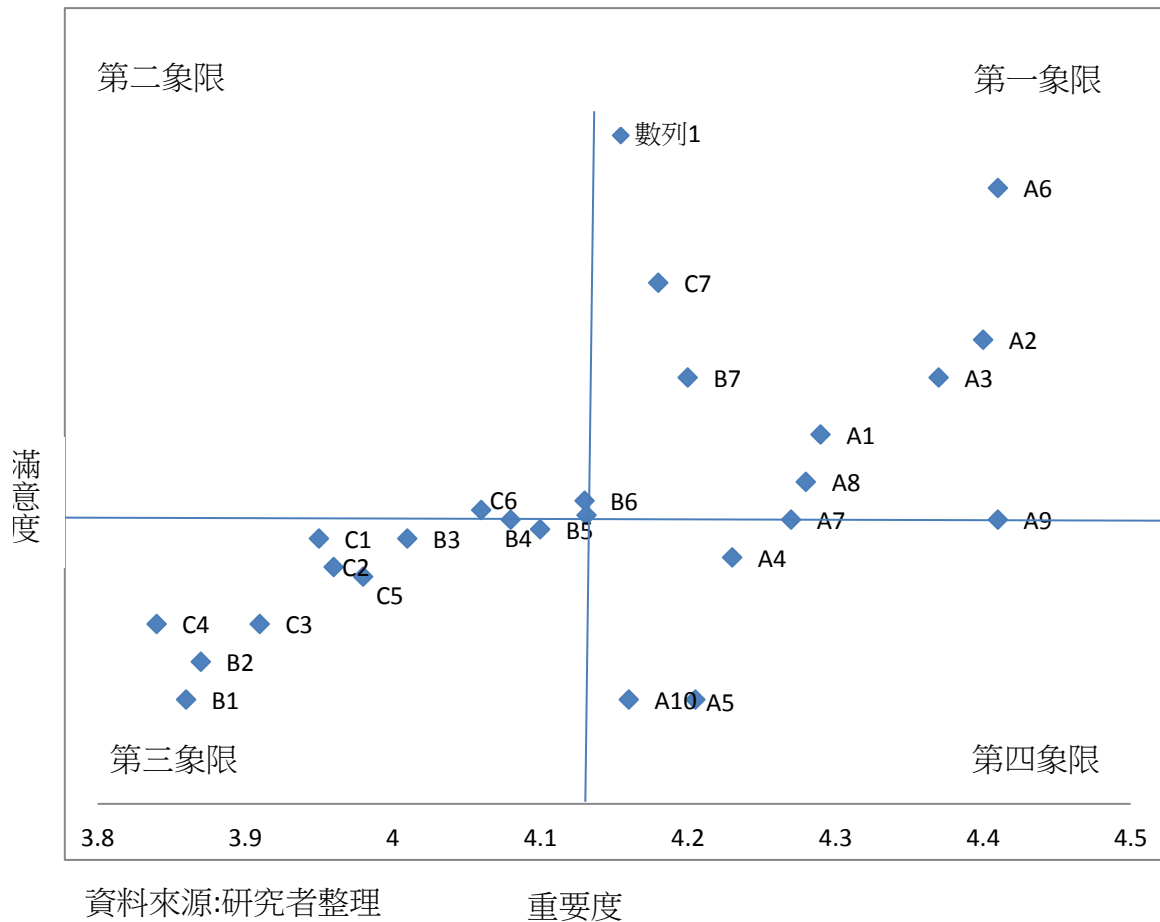


圖 4.3 女性遊客之重要程度與滿意程度之 IPA 結果圖

註：A1 交通便利性、A2 停車便利性、A3 館內及周邊環境衛生、A4 解說牌標示清楚、A5 展示設施豐富性、A6 服務人員態度親切和善、A7 參觀的動線流暢、A8 休憩座椅設施或場所、A9 洗手間的設置與清潔、A10 餐飲方便性與價格、B1 促進

人際關係交流、B2 可以滿足我的好奇心、B3 有助於減輕日常生活的壓力、B4 可以增加生活上的樂趣、B5 可以進行親子教育、B6 增進親友互動與感情、B7 館內外氣氛悠閒自在舒適、C1 瞭解茉莉花的由來歷史、C2 認識茉莉花的品種、C3 認識花壇鄉相關的農業產品、C4 認識茉莉花產業的經濟效益、C5 認識閒置穀倉再利用價值、C6 增廣見聞、C7 主題明確美觀，適合拍照留念。

從女性遊客的散佈圖可以得知 IPA 所區分出來的四個象限，以及各個項目，依序說明如下：

- (一) 第一象限「繼續保持」：A1、A2、A3、A6、A7、A8、B7、C7。
- (二) 第二象限「過度開發」：B6、C6。
- (三) 第三象限「次要改善」：B1、B2、B3、B4、B5、C1、C2、C3、C4、C5。
- (四) 第四象限「優先改善」：A4、A5、A7、A9、A10。

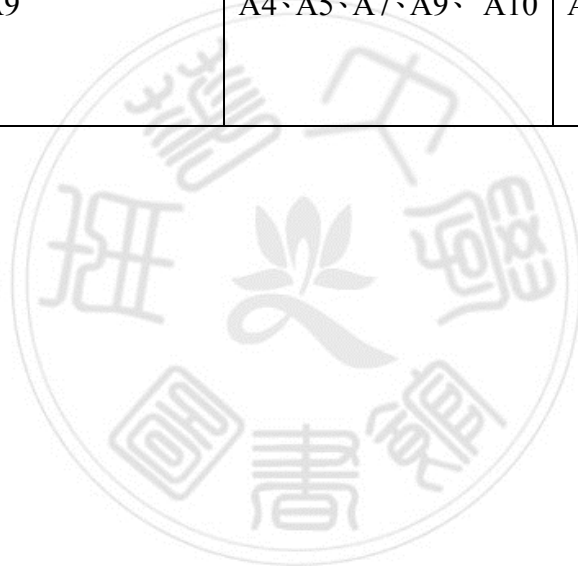
4.5.4 男性遊客與女性遊客相同項目分析

男性遊客與女性遊客共同的部分依上表說明如下：

- 一、第一象限中 A1 交通便利性、A2 停車便利性、A3 館內及周邊環境衛生、A6 服務人員態度親切和善、A8 休憩座椅設施或場所、B7 館內外氣氛悠閒自在舒適、C7 主題明確美觀，適合拍照留念，以上共有七項是繼續保持的優勢。
- 二、第二象限中只有 C6 增廣見聞這一項屬於過度開發。
- 三、第三象限中 B2 可以滿足我的好奇心、B3 有助於減輕日常生活的壓力、C4 認識茉莉花產業的經濟效益、C2 認識茉莉花的品種、C3 認識花壇鄉相關的農業產品、C4 認識茉莉花產業的經濟效益、C5 認識閒置穀倉再利用價值，以上共同的部分有七項是次要改善的項目，這七項如果也能改善茉莉花壇夢想館將能全面提升服務品質。
- 四、第四象限中 A5 展示設施豐富性和 A9 洗手間的設置與清潔是需要立即改進的兩個項目，其中女性方面認為 A4 解說牌標示清楚、A7 參觀的動線流暢、A10 餐飲方便性與價格也需要優先列入改善之項目。

表 4.46 男性遊客與女性遊客的 IPA 結果

象限	男性遊客	女性遊客	共同的部分
第一象限 繼續保持	A1、A2、A3、A4、 A6、A7、A8、B7、 C7	A1、A2、A3、A6、 A8 B6、B7、C7	A1、A2、A3、A6、 A8、B7、C7
第二象限 過度開發	B5、C1、C6	B6、C6	C6
第三象限 次要改善	A10、B1、B2、B3、 B4、B6、C2、C3、C4、 C5	B1、B2、B3、B4、B5、 C1、C2、C3、C4、C5	B2、B3、B4、C2、C3、 C4、C5
第四象限 優先改善	A5、A9	A4、A5、A7、A9、A10	A5、A9



第五章 結論與建議

本研究探討閒置空間再利用遊客滿意度之相關研究，旨在了解不同背景屬性遊客、對於閒置空間對遊客滿意度的影響。透過文獻探討建立研究架構及編制問卷，以到訪茉莉花壇夢想館的遊客為研究對象，依蒐集之有效問卷進行描述性統計分析、獨立樣本 t 檢定、重視-表現程度分析方法，最後提出具體建議茲歸納前述研究結果，提出以下之結論。

5.1 研究結論

本研究採用問卷調查法進行資料的收集與分析，本研究僅就於 2016 年 10 月的周六日前往茉莉花壇夢想館之遊客進行調查，問卷內容包括「遊客個人基本資料」、「重要度與滿意度量表」、「重遊意願量表」等三個部分。在重要度與滿意度量表部分共計 24 題，分別為服務品質、休閒調劑、實際體驗三個構面，重遊意願量表部分共有 4 題，茲將本研究結果歸納整理為以下結論：

5.1.1 遊客基本特性背景變項之分析結果

受訪者以女性略比男性多，年齡分布則是以 30-39 歲為主，可知在茉莉花壇夢想館主要族群以年輕人居多。職業以「製造業」為居多、教育程度以「大學」居多、婚姻狀況「已婚」者為居多，居住地多是以「中部」地區人為主，在受訪遊客中以「第一次」前來茉莉花壇夢想館比例較高，且同行遊伴多以「家人」居多，交通工具主要是以「汽車」即自行開車或汽車共乘者為最多，如何得知茉莉花壇夢想館，大部份都是「電腦網路」知道，旅遊動機以「新鮮好奇」為主要，大部份的遊客都有意願再來並且也「會」和他人推薦。

5.1.2 相關構面因素分析、信度之分析結果

本研究將滿意度和重要度的量表分成「服務品質」、「休閒調劑」，「實際體驗」三個構面，並依此加以編製問項共計二十四題問項，對這二十四題問項進

行因素分析與信度檢定，結果顯示「服務品質」、「休閒調劑」，「實際體驗」三個構面之因素分析負荷量均大於 0.7，表示構面的效度良好，信度值均大於 0.9，表示各構面信度良好。

重遊意願因素分析與信度檢定部分，本研究將重遊意願量表一個構面，共分為四個題項進行因素分析與信度檢定，結果顯示因素分析負荷量均大於 0.7，表示構面的效度良好，信度值均大於 0.9，表示各構面信度良好。

滿意度量表中服務品質構面的「服務人員態度親切和善」滿意度最高、休閒調劑構面之、實際體驗構面的「館內外氣氛悠閒自在舒適」滿意度最高，休閒調劑構面中之「主題明確美觀，適合拍照留念」滿意度最高。

5.1.3 研究假設結果

一、不同遊客基本特性在重要度之差異分析結果

不同遊客基本特性在性別、教育程度、婚姻狀況、旅遊次數在重要度的三個構面「服務品質」、「休閒調劑」、「實際體驗」之差異分析共有 14 項達到顯著差異，研究驗證結果如下表所示：

表 5.1 不同遊客基本特性在重要度之差異分析研究驗證

研究結果有顯著差異	達到顯著差異之項目
不同性別之服務品質在重要度之差異分析	A4 解說牌標示清楚
不同性別之休閒調劑在重要度之差異分析	B5 可以進行親子教育 B6 增進親友互動與感情
不同性別之實際體驗在重要度之差異分析	C4 認識茉莉花產業的經濟效益
不同教育程度之服務品質在重要度之差異分析	A2 停車便利性
不同教育程度之休閒調劑在重要度之差異分析	無
不同教育程度之實際體驗在重要度之差異分析	C1 瞭解茉莉花的由來歷史

表 5.1 不同遊客基本特性在重要度之差異分析研究驗證(續)

研究結果有顯著差異	達到顯著差異之項目
不同婚姻狀況之服務品質在重要度之差異分析	A5 展示設施豐富性 A7 參觀的動線流暢 A8 休憩座椅設施或場所 A10 餐飲方便性與價格
不同婚姻狀況之休閒調劑在重要度之差異分析	B4 可以增加生活上的樂趣 B5 可以進行親子教育
不同婚姻狀況之實際體驗在重要度之差異分析	無
不同旅遊次數之服務品質在重要度之差異分析	A9 洗手間的設置與清潔
不同旅遊次數之休閒調劑在重要度之差異分析	無
不同旅遊次數之實際體驗在重要度之差異分析	C2 認識茉莉花的品種

二、不同遊客基本特性在滿意度之差異分析結果

不同遊客基本特性在性別、教育程度、婚姻狀況、旅遊次數在滿意度與三個構面「服務品質」、「休閒調劑」、「實際體驗」之差異分析共有 14 項達到顯著差異，研究驗證結果如下表所示：

表 5.2 不同遊客基本特性在滿意度之差異分析研究驗證

研究結果有顯著差異	達到顯著差異之項目
不同性別之服務品質在滿意度之差異分析	A2 停車便利性 A4 解說牌標示清楚
不同性別之休閒調劑在滿意度之差異分析	無
不同性別之實際體驗在滿意度之差異分析	C2 認識茉莉花的品種 C6 增廣見聞
不同教育程度之服務品質在滿意度之差異分析	無
不同教育程度之休閒調劑在滿意度之差異分析	無
不同教育程度之實際體驗在滿意度之差異分析	無

表 5.2 不同遊客基本特性在滿意度之差異分析研究驗證(續)

研究結果有顯著差異	達到顯著差異之項目
不同婚姻狀況之服務品質在滿意度之差異分析	A1 交通便利性 A5 展示設施豐富性 A7 參觀的動線流暢 A9 洗手間的設置與清潔 A10 餐飲方便性與價格
不同婚姻狀況之休閒調劑在滿意度之差異分析	無
不同婚姻狀況之實際體驗在滿意度之差異分析	C3 認識花壇鄉相關的農業產品 C4 認識茉莉花產業的經濟效益 C7 主題明確美觀，適合拍照留念
不同旅遊次數之服務品質在滿意度之差異分析	A9 洗手間的設置與清潔
不同旅遊次數之休閒調劑在滿意度之差異分析	無
不同旅遊次數之實際體驗在滿意度之差異分析	C2 認識茉莉花的品種

5.1.4 重要度與滿意度 IPA 分析

重要度量表三個構面中，研究結果平均數以服務品質構面之「停車便利性」(M=4.43)為最高，而休閒調劑構面中之項目以「可以滿足我的好奇心」(M=3.86)的平均數最低，表示遊客對於停車的便利性有高度重視。滿意度量表三個構面中，研究結果平均數以服務品質構面之「服務人員態度親切和善」(M= 4.25)為最高，而休閒調劑構面中之項目以「展示設施豐富性」(M= 3.69)的平均數最低，表示遊客對於服務人員態度親切和善的部分有高度滿意程度。

共八個項目「交通便利性」、「停車便利性」、「館內及周邊環境衛生」、「服務人員態度親切和善」、「參觀的動線流暢」、「餐飲方便性與價格」、「館內外氣氛悠閒自在舒適」、「主題明確美觀，適合拍照留念」，表示達到遊客所期望的水準，具

有競爭優勢，應繼續維持其服務水準。

5.2 研究建議

5.2.1 茉莉花壇夢想館經營策略

本研究之研究目的與實證分析，茲就茉莉花壇夢想館為閒置穀倉，經由花壇鄉農會將閒置空間活化再利用，遊客到訪的資訊來源大都是網路資訊傳播媒體，週休二日或連續假期遊客到訪人數較多，居住地以「中部地區」的遊客最多，但對其他區域外縣市民眾，知名度仍不高，可規劃以茉莉花壇夢想館為花壇的旅遊中心，結合附近旅遊景點吸引遊客前來，妥善規劃閒置舊建築活化空間再利用的文化之旅行程。館內有專業的導覽解說員可以申請導覽解說，有專業導覽解說員，可以增加遊客了解閒置穀倉再利用的歷史意義，活化運用創造經濟價值。

遊客在實際體驗中「主題明確美觀，適合拍照留念」、休閒調劑構面中的「館內外氣氛悠閒自在舒適」的項目興趣高於其他項目，週休二日輕鬆休閒一日遊，是遊客所考量得景點，在茉莉花壇夢想館可以享受館內免費入館參觀，館內消費亦屬平價，輕鬆自在無拘無束，因此廣受遊客的喜愛。

喜好茉莉花茶的客人是有特定對象，並非所有的遊客都有喝茉莉花茶的習慣，因此如何讓到訪的遊客對於得獎的一系列茉莉花茶能夠產生興趣，並將自有品牌做規劃行銷，進而優先考慮茉莉花茶系列相關產品成為伴手禮的首選。館內規劃了品茶喝茶區，一流的好茶還需要一流的泡茶技術，品茶區有專人服務，為客人泡好茶，客人於此可以免費試喝無毒安全的茉莉花茶，有興趣泡好茶的遊客還可以就此佇足片刻稍作休息喝一口回甘滑順的優質好茶，悠閒自在不強迫推銷的氣氛之下，茉莉花茶之香也在遊客品茶之中留下美好的印象。建議業者可以在館內開設茶道班邀請有興趣的客人一起學泡茶，讓每一杯喝在嘴裡的好茶，都能回甘，學會泡好茶的技術讓安全無毒的優質好茶藉由喝茶之中形成口耳相傳的特色商品進而成為產地特有的伴手禮。

在滿意度方面「解說牌標示清楚」、「展示設施豐富性」、「洗手間的設置與清潔」三個項目為茉莉花壇夢想館改善的焦點，應擬定相關改善方法，可以提升遊客滿意度，並有重遊意願。

茉莉花壇夢想館為閒置穀倉具有其歷史意義，建議規劃陳設農村的歷史文物及文字說明，提供遊客了解閒置穀倉之歷史沿革，提供遊客知性與感性的旅遊體驗，滿足重視知識性的遊客，提升旅遊的層次與意涵。

5.2.2 後續研究建議

本研究僅從遊客角度探討遊客對於茉莉花壇夢想館的滿意度之研究，後續研究者可以針對茉莉花壇夢想館的品牌茶葉、茉莉花相關的食品與產品做行銷研究，遊客到訪在休閒調劑構面之「館內外氣氛悠閒自在舒適」、實際體驗構面之「主題明確美觀，適合拍照留念」滿意度最高，也是遊客對於舊建築再利用所感受到舊建築所帶來的創新，業者提供了遊客輕鬆自在的最佳場所。

配合茉莉花壇夢想館具有當地自產特色伴手禮與相關紀念商品，所販售的商品品質良好，後續研究者可以將自產特色且獲獎的產品依據產品屬性作研究，例如：特色商品價格合理性、總消費金額合理、餐飲品質、提供園區導覽等結合產地特有的茉莉花相關商品的研究構面，茉莉花壇夢想館與眾不同且獨一無二的特色商品才能顯現出其特色，

而「餐飲方便性與價格」和「展示設施豐富性」滿意度的平均數最低，顯示還有改進空間，其中「餐飲方便性與價格」方面，張宏維&賴光邦(2010)指出農糧倉庫再利用因涉土地及建築物權屬、文化資產認定、土地使用管制、建築使用管理、公共安全與防災、營業登記等情事。致使，農糧倉庫再利用必須逐一符合規定取得許可後始得變更改用途、經營使用。因此對於遠道而來的遊客在用餐方面是否提供路線圖或建議遊客用餐的店家或是在法規之內可以克服困難的範圍內，滿足遊客此方面需求的滿意度，以盡地主之誼，這方面建議後續研究者可參考。

本研究僅就於 2016 年 10 月的周六日前往茉莉花壇夢想館之遊客進行現場問卷調查，正逢非花季期間，其研究結果無法類推至花季期間至茉莉花壇夢想館的遊客。本研究僅對茉莉花壇夢想館之遊客進行量化研究，故建議針對茉莉花壇夢想館的經營者等相關主管及當地居民進行質性研究，相信對茉莉花壇夢想館有更進一步的了解。

參考文獻

中文部分【網路】

1. 茉莉花壇夢想館網站，<http://www.jasminehuatan.com.tw/product.php>

【書籍】

1. 王惠君(2004)，歷史建築保存維護再利用執行手冊。
2. 吳明隆(2006)，SPSS 統計應用學習實務-問卷分析與應用統計（第二版）。知城數位科技股份有限公司。
3. 林玉卿(2016)，漫步台灣島 3，出版，台北，華藝創意，175-180 頁。
4. 祝道松 & 巫喜瑞 & 林穎青(2008)，Principles of Customer Relationship Management / Roger Baran&Robert Calka&Daniel Strunk 著，顧客關係管理，初版，台北：新加坡商勝智學習。

【期刊】

1. 林淑慧(2017)，顧碧琪讓花壇農會德國 If、紅點大獎 女會計的無毒夢救活彰化茉莉花小鎮，商業週刊，1527 期，60-62 頁。
2. 林維榕&楊麗珠&何蟬榕&曾玉樺&張雪琪&許家昕(2015)，應用 IPA 模式評估走馬瀨農場服務品質，運動休閒餐旅研究 Journal of Sport, Leisure and Hospitality Research，品度股份有限公司發行，1(3)，34-52 頁。
3. 孫傳仁&邱上嘉，感質概念運用於產業閒置空間再利用之模型初探，設計，第 9 期。
4. 徐毓宏(2014)，苗栗舊山線遊客旅遊意象、滿意度與重遊意願關係之調查研究，育達科大學報，第 39 期，129-156 頁。
5. 張宏維&賴光邦(2010)，台灣農學會報農糧倉庫空間再利用適法性議題，台灣農學會報 11(4)：325-338 頁。
6. 張崑振(2016.6.11)，糧倉再生，自由時報，週末生活版，E7。
7. 陳勁甫、吳劍秋、王智宏（2004）。應用 IPA 在休閒農場服務品質量測之研究一

- 以嘉義農場為例，環境與管理研究，5(2)，79-98 頁。
8. 傅朝卿(2001)，推動閒置空間再利用國際研討會會議實錄，文建會。
 9. 廖婉柔(2013)，應用 IPA 模式評估台北當代藝術館之服務品質，科技博物 TMECHNOLOGY USEUM EVIEW，第十七卷第一期，5-26 頁。
 10. 鍾思宜(2016)，談茉莉、賞茉莉茉莉花香滿花壇，茄苳腳代誌，創刊號，28-29 頁。
 11. 鍾政偉(2010)，創意生活產業遊客滿意屬性矩陣之研究—以飛牛牧場為例，運動休閒餐旅研究 Journal of Sport, Leisure and Hospitality Research 品度股份有限公司發行，品度股份有限公司發行 66-78 頁。

【學位論文】

1. 尤鑑鋒(2015)，旅遊動機、旅遊體驗、滿意度及重遊意願之研究—以台南市古蹟遊客為例，高苑科技大學經營管理研究所碩士論文。
2. 王惠君(2001)專業者推動閒置空間的再生方向，2001 推動閒置空間再利用國際研討會—理論操作永續實踐會議紀錄。台北市：文化建設委員會。
3. 江惠淨(2013)，閒置空間再利用為藝文空間之探討—以福興穀倉為例，大葉大學碩士論文。
4. 余文晴(2014)，遊客對紅毛港文化園區文化認知、文化體驗及整體滿意度之研究，國立高雄海洋科技大學漁業生產與管理系碩士學位論文。
5. 吳婉玲(2013)，閒置空間再利用為文化觀光之策略建議-以鹿港桂花巷藝術村為例，大葉大學碩士論文。
6. 李清全(2003)，歷史性建築再利用計畫程序初探:以台灣日據時期建築為例，國立成功大學建築研究所碩士論文。
7. 李祥民(2014)，命理館的服務品質、滿意度與忠誠度相關研究-以 A 命理館為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
8. 李碧雲(2014)，穀倉閒置空間再利用之可行性研究—以中埔鄉農會為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
9. 李曉菁(2014)，以活化閒置空間之利用探討鹿港桂花巷藝術村之經營，大葉大

學碩士論文。

10. 林倩琪(2006)，知本國家森林遊樂區遊客滿意度之研究，國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系碩士論文。
11. 洪愷璜(2002)，當前台灣「歷史空間」的再利用：從資源運作的觀點來看，淡江大學建築學系碩士論文。
12. 高聖權(2011)，提昇臺灣珠寶產業顧客滿意度之研究，國立高雄大學亞太工商管理學系碩士班碩士論文。
13. 張凡文(2008)，服務品質、滿意度與重遊意願之研究-以牛耳藝術渡假村為例，朝陽科技大學休閒事業管理學系碩士論文。
14. 張嘉瑩(2015)，綠島朝日溫泉服務品質、遊客滿意度與推薦意願之研究，國立臺東大學綠色科技產業碩士專班碩士論文。
15. 張麗敏(2013)，古蹟書院再利用現況之研究—以和美道東書院為例，大葉大學設計暨藝術學院研究所碩士學位論文。
16. 梁育誠〔2010〕，遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家文化園區為例，國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士學位學程班碩士論文。
17. 許朕諭(2008)，文化創意產業品牌形象與忠誠度之研究—以田尾鄉公路花園為例，亞洲大學經營管理學系碩士論文。
18. 陳昱萱(2014)，應用 IPA 檢視觀光友善旅遊地之條件—以安平地區為例，南臺科技大學休閒事業管理系碩士班碩士學位論文。
19. 曾于倩(2011)，消費心理向度與消費者滿意度對產業行銷策略影響之研究-以后里薩克斯風產業為例，環球科技大學中小企業經營策略管理研究所碩士論文。
20. 曾能汀(2006)，閒置空間再利用為藝文用途之關鍵成功因素—以二十號倉庫為例，國立雲林科技大學文化資產維護系碩士班碩士論文。
21. 黃唯溱(2016)，顧客滿意度、產品品質、服務品質及再購意願關聯性之探討，國立台北科技大學工業工程與管理系 EMBA 班碩士學位論文。
22. 楊美華(2013)，剝皮寮閒置空間使用之研究，中國文化大學環境設計學院建築及都市設計學系碩士論文。

23. 劉書雯(2016), 閒置空間再利用遊客滿意度之研究—以高雄駁二藝術特區為例, 國立屏東大學不動產經營學系碩士班碩士論文。
24. 潘盈仁(2006), 大鵬灣國家風景區遊客海域遊憩滿意度之研究, 南台科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。
25. 盧建昇(2010), 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, 南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

【英文部分】

1. Cardozo, Richard N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction, Journal of Marketing Research, 24, 244-249.
2. Chu, R.K.S., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.
3. Deng, W.J., Kuo, Y.F., & Chen, W.C. (2008). Revised importance-performance analysis: Three-factor theory and benchmarking. *The Service Industries Journal*, 28 (1), 37-51.
4. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). Consumer behavior. The Dryden Press, NY.
5. 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*, 10(1), 1-11.
6. Kotler (1994) Kotler, P., *Marketing Management: Analysis, Planning & Control*, 8th Edition, Englewood Cliffs, N. J. Prentice Hall.
7. Kotler (2000) *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*. (9th ed). Prentice-Hall Inc.
8. Kotler, P. (1999), *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, (11th ed.), Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
9. Martilla and James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, January, 77-79

10. Oiver · Richard L.(1981).what is customer satisfaction, artonmagzine,Vol.5(Spring), pp36-41.
11. Ostrom & Dawn (1995) Ostrom, A., & Dawn, I. (1995) . Consumer Trade-Offs and the Evaluation ofServices. Journal of Marketing, Vol.59, pp.17-28.



附錄一 正式問卷

親愛的遊客您好:

感謝您蒞臨茉莉花壇夢想館，本問卷為研究閒置穀倉再生利用的學術性的問卷調查，主要是想了解您在夢想館的體驗，您所提供的資料僅供學術研究及統計分析之用，此問卷無須簽名，不對外公開，並且保密，敬請安心填答，萬分感謝您的幫忙與支持。敬祝

闔家平安喜樂

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

指導教授:黃昱凱 博士

研究生:陳彥樺 敬上

第一部分:基本資料(請在□內勾選答案)

- 1.性別:(1)男 (2)女
- 2.年齡:(1)19歲以下 (2)20-29歲 (3)30-39歲
(4)40-49歲 (5)50-59歲 (6)60歲以上
- 3.職業:(1)農林漁牧 (2)商業 (3)軍公教 (4)家管
(5)服務業 (6)製造業 (7)自由業 (8)學生
(9)退休人員 (10)其他
- 4.教育程度:(1)國小及以下 (2)國中 (3)高中高職
(4)大學 (5)研究所以上
- 5.婚姻狀況:(1)未婚 (2)已婚,有小孩 (3)已婚,沒有小孩
(4)其他
- 6.居住地:(1)北部(新竹以北) (2)中部(苗栗至嘉義)
(3)南部(台南以南) (4)東部(宜蘭、花東)
(5)離島(澎湖、馬祖、金門、國外)
- 7.請問您到茉莉花壇夢想館是:
(1)第一次 (2)第二次 (3)第三次 (4)第四次以上
- 8.請問您此次的主要遊伴:(可複選)
(1)自行前往(2)家人(3)旅行團(4)同學(5)同事(6)朋友
(7)其他

9.請問您此次的交通工具:

- (1)腳踏車(2)機車(3)汽車(4)遊覽車(5)大眾交通工具
(6)其他

10.請問您如何知道「茉莉花壇夢想館」:(可複選)

- (1)電視媒體(2)電腦網路(3)報章雜誌(4)親朋好友推薦
(5)剛好路過

11.請問這次吸引您前來「茉莉花壇夢想館」的主要動機:(可複選)

- (1)慕名而來(2)順路經過(3)新鮮好奇(4)放鬆心情(5)
增進親人朋友的感情 (6)認識茉莉花產業的生態環境

第二部分：重要度與滿意度

下列問題是請教您到「茉莉花壇夢想館」的體驗，依照您心中的真實想法與感受，勾選出您心中的重要度與滿意度。請在適當的中打[√]，表示您對題目的看法。

重要度					請根據您此次蒞臨「茉莉花壇夢想館」的重要度與滿意度來填寫勾選。	滿意度								
非常不 重要	不 重要	普 通	重 要	非常 重要		非常 不 滿意	不 滿 意	普 通	滿 意	非常 滿 意				
1	2	3	4	5	服 務 品 質					1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A1	交通便利性				<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"/>	A2	停車便利性				<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"/>	A3	館內及周邊環境衛生				<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"/>	A4	解說牌標示清楚				<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"/>	A5	展示設施豐富性				<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"/>	A6	服務人員態度親切和善				<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"/>	A7	參觀的動線流暢				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

重要度					請根據您此次蒞臨「茉莉花壇夢想館」的重要度與滿意度來填寫勾選。	滿意度								
非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要		非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A8	休憩座椅設施或場所	<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"/>	A9	洗手間的設置與清潔	<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"/>	A10	餐飲方便性與價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	5	休 閒 調 劑					1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B1	促進人際關係交流	<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"/>	B2	可以滿足我的好奇心	<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"/>	B3	有助於減輕日常生活的壓力	<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"/>	B4	可以增加生活上的樂趣	<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"/>	B5	可以進行親子教育	<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"/>	B6	增進親友互動與感情	<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"/>	B7	館內外氣氛悠閒自在舒適	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	5	實 際 體 驗					1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	C1	瞭解茉莉花的由來歷史	<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"/>	C2	認識茉莉花的品種	<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"/>	C3	認識花壇鄉相關的農業產品	<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"/>	C4	認識茉莉花產業的經濟效益	<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"/>	C5	認識閒置糧倉再生利用價值	<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"/>	C6	增廣見聞	<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"/>	C7	主題明確美觀，適合拍照留念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

第三部分：重遊意願

下列問題是請教您到「茉莉花壇夢想館」的重遊意願，請根據您的同意的程度，請在適當的□中打✓，表示您對題目的看法。

題號	請問您到茉莉花壇夢想館的重遊意願	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
		1	2	3	4	5
1	將來有機會仍然願意再來茉莉花壇夢想館	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	我會向他人推薦茉莉花壇夢想館	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	我會與他人分享經驗或心得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	我會主動搜尋茉莉花壇夢想館的相關網站	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

