

# 南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION GRADUATE  
INSTITUTE OF PUBLISHING & CULTURAL ENTERPRISE MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY

國小高年級學童到花博戶外教學體驗之研究

A Study on Elementary Senior Grades Students' Experiences of Outdoor  
Teaching at 2010 Taipei International Flora Exposition

指導教授：趙家民 博士

ADVISOR : Ph. D. CHAO, CHIA-MIN

研究生：涂秋雯

GRDAUATE STUDENT : TU, CHIOU-WEN

中 華 民 國 101 年 6 月

南 華 大 學

出版與文化事業管理研究所

碩士學位論文

國小高年級學童到花博戶外教學之體驗之研究

研究生：李秋雲

經考試合格特此證明

口試委員：范鈺燦  
黃星凱  
胡子乙

指導教授：胡子乙

所 長：楊聰

口試日期：中華民國 101 年 5 月 20 日

# 南華大學出版與文化事業管理研究所一百學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：國小高年級學童到花博戶外教學體驗之研究

研究生：涂秋雯

指導教授：趙家民博士

## 論文摘要內容：

「2010 台北國際花卉博覽會」(以下簡稱花博)屬於國際性的博覽會，且各展館賦予教育意義，因此吸引不少的學校到花博做戶外教學。本研究旨在了解不同屬性的國小高年級學童到花博戶外教學的體驗、滿意度與態度之情形。本研究採用問卷調查法，針對實際到花博做戶外教學之國小高年級學童進行施測，共發放 410 份問卷，計取得有效樣本 399 份，並利用敘述性統計分析、因素分析、單因子變異數分析、獨立樣本 t 檢定、相關分析進行資料分析，得到主要研究結果如下：

1. 居住地及父、母親職業不同的國小高年級學童在體驗構面，達顯著差異。
2. 不同屬性的國小高年級學童在滿意度構面，均無顯著差異。
3. 家庭結構不同的國小高年級學童在態度構面，達顯著差異。
4. 國小高年級學童的態度與體驗，兩者呈現正相關。
5. 國小高年級學童的體驗與滿意度，兩者呈現正相關。
6. 國小高年級學童的態度與滿意度，兩者呈現正相關。
7. 國小高年級學童到花博戶外教學獲得師生的肯定，能達成寓教於樂的效果。

最後，根據本研究之結果提出建議，以供教育行政機關、教師以及未來研究之參考。

關鍵詞：戶外教學、環境教育、體驗、滿意度、態度

**Title of Thesis : A Study on Elementary Senior Graders Students' Experiences of Outdoor Teaching at 2010 Taipei International Flora Exposition.**

**Name of Institute : Graduate Institute of Publishing & Cultural Enterprise Management Nan Hua University**

**Graduate date : June 2012**

**Degree Conferred : M.B.A.**

**Name of student : TU, CHIOU-WEN**

**Advisor : Ph.D. CHAO, CHIA-MIN**

## **Abstract**

「2010 Taipei International Flora Exposition」( as The Expo in this study ) was an international exhibition ,which was appealed to many schools as destination of field trip for the educational function contributed by all parillions. This study is intended as an investigation of the teaching effect, attitude, satisfaction and experiences presented by those elementary senior graders from different backgrounds who visited the Expo during their field trip. By applying questionnaire survey, 399 effective samples are gathered from the population of 410 and processed by methods of descriptive statistics, factor analyses, one-way ANOVA, independent t test and Pearson's product- moment. The findings of this research are as follows :

1. Students of different residential area and parents' career showed significant difference in the dimension of experience.
2. No students from various backgrounds showed difference in the dimension of satisfaction.
3. Students of different family members showed significant difference in the dimension of attitude.
4. The attitude and the experience toward students from various backgrounds appear to be highly related.
5. The experience and the satisfaction toward students from various backgrounds were positively correlated
6. The attitude and the satisfaction toward students from various backgrounds have shown significantly correlated.
7. The results revealed that the experience, satisfaction and attitude of the students for field trips to the Expo were positive.

Furthermore, recommendations presented according the results of this study, and as reference for education authority, teachers and future reference.

**Keywords : Outdoor Teaching 、 Environmental Education 、 Experience 、 Satisfaction Attitude**

# 目 錄

中文摘要	.....	i
英文摘要	.....	ii
目 錄	.....	iii
表目錄	.....	vi
圖目錄	.....	viii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景與動機 .....	1
1.2	研究問題與目的 .....	3
1.3	研究範圍與對象 .....	3
1.4	名詞釋義.....	7
1.5	研究流程.....	8
第二章	文獻探討.....	9
2.1	戶外教學.....	9
2.1.1	戶外教學的內涵 .....	9
2.1.2	戶外教學的目的與教學目標 .....	11
2.1.3	花博結合課程之能力指標略 .....	15
2.2	體驗.....	17
2.2.1	體驗之內涵與領域.....	17
2.2.2	策略體驗模組.....	19
2.2.3	體驗的相關研究 .....	21
2.3	滿意度.....	23
2.3.1	滿意度之內涵.....	23
2.3.2	滿意度之相關理論 .....	25
2.3.3	滿意度測量之構面 .....	27
2.3.4	滿意度的相關研究 .....	29
2.4	態度 .....	30
2.4.1	態度之內涵.....	30
2.4.2	態度的形成與衡量 .....	33
2.4.3	態度的相關研究 .....	35

2.5	體驗、滿意度與態度之相關研究 .....	37
第三章	研究設計與方法 .....	38
3.1	研究架構 .....	38
3.2	研究假設 .....	38
3.3	問卷設計 .....	39
3.4	抽樣方式與限制 .....	43
3.5	資料處理與分析 .....	43
第四章	研究結果與分析 .....	45
4.1	學生屬性分析 .....	45
4.2	體驗分析 .....	47
4.2.1	體驗描述統計分析 .....	47
4.2.2	體驗因素分析 .....	49
4.2.3	體驗信效度分析 .....	51
4.3	滿意度分析 .....	53
4.3.1	滿意度描述統計分析 .....	53
4.3.2	滿意度因素分析 .....	55
4.3.3	滿意度信效度分析 .....	57
4.4	態度分析 .....	59
4.4.1	態度描述統計分析 .....	59
4.4.2	態度因素分析 .....	61
4.4.3	態度信效度分析 .....	63
4.5	差異分析 .....	64
4.5.1	t 考驗在性別、居住地與父親職業對各構面之分析 .....	64
4.5.2	單因子變異數對各構面之差異分析 .....	70
4.6	學生體驗、態度與滿意度之相關分析 .....	73
4.7	教師回饋單分析 .....	76
4.8	討論 .....	77
第五章	結論與建議 .....	79
5.1	結論 .....	79
5.2	建議 .....	80

參考文獻	.....	82
附錄一	.....	89
附錄二	.....	92
個人簡歷	.....	93

## 表目錄

表 2.1	相關文獻對戶外教學之定義彙整.....	10
表 2.2	相關文獻對體驗之定義彙整.....	18
表 2.3	相關文獻對滿意度之定義彙整 .....	23
表 2.4	滿意度之相關理論.....	25
表 2.5	遊客滿意度測量之構面.....	27
表 2.6	滿意度的相關研究表.....	29
表 2.7	相關文獻對態度之定義彙整表 .....	31
表 2.8	態度形成的理論 .....	33
表 2.9	態度的衡量方法 .....	34
表 2.10	體驗、滿意度與態度之相關研究.....	37
表 3.1	體驗問項分布表 .....	40
表 3.2	滿意度問項分布表.....	41
表 3.3	態度問項分布表 .....	42
表 4.1	學生基本資料分析表.....	46
表 4.2	體驗各問項得分情形摘要表.....	48
表 4.3	體驗因素分析表.....	50
表 4.4	體驗信度分析表.....	51
表 4.5	體驗效度分析.....	52
表 4.6	滿意度各問項得分情形摘要表.....	54
表 4.7	滿意度因素分析表.....	56
表 4.8	滿意度信度分析表.....	57
表 4.9	滿意度效度分析.....	58
表 4.10	態度各問項得分情形摘要表 .....	60
表 4.11	態度因素分析表.....	62
表 4.12	態度效度分析表.....	63
表 4.13	態度信度分析表 .....	64
表 4.14	性別與體驗差異檢定表 .....	65
表 4.15	性別與滿意度差異檢定表 .....	65
表 4.16	性別與態度差異檢定表.....	66

表 4.17	居住地與體驗差異檢定表 .....	66
表 4.18	居住地與滿意度差異檢定表 .....	67
表 4.19	居住地與態度差異檢定表.....	67
表 4.20	父親職業與體驗差異檢定表 .....	68
表 4.21	父親職業與滿意度差異檢定表 .....	69
表 4.22	父親職業與態度差異檢定表 .....	69
表 4.23	母親職業與衡量變項之差異檢定表.....	70
表 4.24	家庭結構與衡量變項之差異檢定表.....	71
表 4.25	學生屬性對體驗、滿意度與態度之差異檢定結果表 .....	72
表 4.26	態度與體驗相關分析表.....	73
表 4.27	體驗與滿意度相關分析表.....	74
表 4.28	態度與滿意度相關分析表.....	75
表 4.29	研究假設結果分析表.....	75

## 圖目錄

圖 1.1	圓山公園區導覽圖 .....	4
圖 1.2	流行館.....	4
圖 1.3	爭艷館.....	4
圖 1.4	七道彩虹.....	4
圖 1.5	美術公園區導覽圖 .....	5
圖 1.6	寰宇庭園區-馬尼拉.....	5
圖 1.7	迎客坊.....	5
圖 1.8	寰宇庭園區-帛琉.....	5
圖 1.9	美術公園區導覽圖 .....	5
圖 1.10	未來館.....	6
圖 1.11	鯨魚綠雕.....	6
圖 1.12	大佳河濱公園區導覽圖.....	6
圖 1.13	行動巨蛋展示.....	6
圖 1.14	花博吉祥物.....	6
圖 1.15	研究流程.....	8
圖 2.1	Pine & Gilmore 之體驗領域.....	19
圖 3.1	研究架構圖.....	38

# 第一章 緒論

本章節共分五小節，第一節為研究背景與動機，第二節為研究問題與目的，第三節為研究範圍與對象，第四節為名詞釋義，第五節為研究流程。茲分述如下：

## 1.1 研究背景與動機

經濟型態的轉變加上週休二日的實施，國人亦趨重視生活品質。因此，國人從事觀光遊憩活動時間相對增加。根據交通部觀光局的資料顯示，近十年來國人國內旅遊總旅次變化從 97,445,000 人次增加到 123,937,000 人次(交通部, 2011)。所以，各地方政府致力於結合地方產業推動觀光，以活絡當地的經濟並提高能見度，如：宜蘭的童玩節、嘉義市的管樂節、屏東的黑鮪魚季……等。放眼全世界，創意結合文化定位，展現城市特色以爭取舉辦大型的活動，是目前各城市發展的重點。

「2010 臺北國際花卉博覽會」是國際性園藝博覽會，也是國內首次獲得「國際園藝生產者協會」(International Association of Horticultural Producers, 簡稱 AIPH) 授權認證舉辦之國際性園藝博覽會，這是一個難得的初體驗。「2010 臺北國際花卉博覽會」(以下簡稱花博)於 2010 年 11 月 6 日至 2011 年 4 月 25 日展出，展期 171 天，創造新台幣 430,68 億元的經濟效益且國內外遊客遊園人次累計達到近 890 萬人次，台北透過花博會躍上國際舞台，向世界行銷。花博展區面積達 91.8 公頃，規劃設計成四大園區及 14 個展館，其中「流行館」是全球第一棟由回收寶特瓶及回收再生的鋼架所搭建而成的綠建築，展館更結合了環保、科技與時尚；「真相館」在於強調人與環境的關係，透過 3D 影片揭露台灣生態的現況與問題，以激發人對環境生態的關注與重視；「夢想館」的特色即是結合尖端科技、文化與藝術等，園區規劃充分展現出花博設計的三大元素－園藝、科技、環保，同時各展館也具有教育意義，讓花博成為戶外教學的選擇地點之一(花博官網, 2010)。

教育部於民國 90 學年度實施九年一貫課程，強調培養學生「了解自我與發展

潛能」、「欣賞表現與創新」、「生涯規劃與終身學習」、「表達、溝通與分享」、「尊重、關懷與團隊合作」、「文化學習與國際了解」、「規劃、組織與實踐」、「運用科技與資訊」、「主動探索與研究」、「培養獨立思考與解決問題」等十項基本能力，並主張課程設計應該以學生為主體，以生活經驗為重心，培養現代國民所需的基本能力。再者，面對地球資源的日益枯竭及生態環境遭受破壞，1972年聯合國人類環境會議（UN Conference on the Human Environment）發表斯德哥爾摩宣言，達成了“只有一個地球”的共識。2002年約翰尼斯堡高峰會則希望各國能訂定量化目標與措施，以有效落實「二十一世紀議程」，強化並擴大永續發展落實策略，可知全球各國對環境保護及環境教育的重視，透過環境教育學習和自然相處的方法，知道如何使用、珍惜地球上有限的資源（蔡裕吉，2011）。近年來產生氣溫上升、生物絕跡、極端天氣失衡的現象，一再提醒我們環境教育的重要。現今國小教育政策，將環境教育列入七大議題中，重視培養學童的環境覺知與環境敏感度、環境概念知識、環境價值觀與態度、環境行動技能與環境行動經驗等，且將環境教育融入各領域教學（教育部，2003）。國際自然資源保育聯盟和聯合國 UNESCO 對環境教育所下的定義：環境教育是一種改善人與環境關係的過程，經由此過程學習到生態環境的知識和技能，培養正確的態度和價值觀，進而培養學生的環境態度與行動力（陳榮輝，2002）。美國戶外教育之父 L.B.Sharp（1956）說：「不論任何年級、任何學科的課程，若能從戶外教學獲得最佳學習效果，便在戶外進行教學活動」（何建勳，2011）；王鑫（1995）認為戶外教育是指教師運用發現學習原則，讓學生於課堂外的活動，經由直接的生活體驗中學習，並藉由戶外習得的智能，使學生認識自我其在社會環境中的角色，透過戶外教育較易達成學生對特定主題的了解（沈進成、許淑址，2006）。由上可知戶外教學之重要性，國小通常每年舉辦一次校外教學，讓學生能走出教室到戶外學習。這次，花博之設計理念，讓學生在花博園區，可以感受到環保的美好與重要，欣賞美麗的園藝造景，有機會體驗科技的奧妙，並希望學生經由體驗後的感動，學習與自然相處的方法，激發學生於日常生活中落實綠色生態理念，傳達愛護地球的目標。（花博官網，2010）。因此，吸引各級學校到花博進行戶外教學，到花博進行戶外教學對國小高年級學童而言是否能達到寓教於樂的效果？其體驗情形為何？參觀態度及滿

意度爲何？能否喚醒對生態環境的關懷？是本研究所要探討的，並將研究結果提出建議供學校未來舉辦戶外教學之參考。

## **1.2 研究問題與目的**

### **1.2.1 研究目的**

基於上述之研究背景與動機，本研究以花博作為教學資源，針對國小高年級學童參觀花博的園藝景觀設計、藝文活動、科技設施後之體驗、參觀態度及滿意度為主軸，透過問卷調查方式加以探討，並對學童參觀花博之體驗、參觀態度及滿意度之間的關係做進一步的分析。茲將研究目的整理如下：

1. 探討不同屬性的國小高年級學童到花博進行戶外教學的體驗、參觀態度與滿意度之差異性。
2. 探討國小高年級學童到花博進行戶外教學之體驗、參觀態度及滿意度三者之相關性。
3. 針對研究結果提出建議，做為學校選擇戶外教學地點及事前準備工作的參考。

### **1.2.2 研究問題**

根據以上之研究目的，本研究所要探討的問題如下：

1. 不同屬性的國小高年級學童在體驗上是否有顯著差異？
2. 不同屬性的國小高年級學童在態度上是否有顯著差異？
3. 不同屬性的國小高年級學童在滿意度上是否有顯著差異？
4. 國小高年級學童在參觀花博的態度與體驗上，是否有顯著相關？
5. 國小高年級學童參觀花博時的體驗與滿意度上，是否有顯著相關？
6. 國小高年級學童參觀花博時的態度與滿意度上，是否有顯著相關？

## **1.3 研究範圍與對象**

### **1.3.1 研究範圍**

本研究範圍是指花博整體環境，花博總面積 91.8 公頃規劃成圓山公園區、美術公園區、新生公園區和大佳河濱公園區等四園區，並包含 14 個展覽館、園藝展示及特殊設施等。

### 1.圓山公園區（Yuanshan Park Area）：

共有五個展館，為名人館、文化館、爭艷館、真相館、流行館和立體植栽花牆、七道彩虹、造型花牆區、地景花海、精緻花卉區、果樹園區、西安庭園、上海庭園、百藝廣場、行人陸橋等園藝展示及特色設施。



圖 1.1 圓山公園區導覽圖

圖片來源：花博官網



圖 1.2 流行館

圖片來源：本研究拍攝



圖 1.3 爭艷館

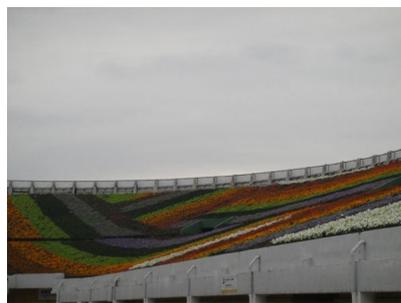


圖 1.4 七道彩虹

## 2.美術公園區 (Fine Arts Park Area) :

共有四個展館，為舞蝶館、風味館、故事館、美術館和寰宇庭園區、花之隧道（光影森活）、迎客坊(圓形廣場) 等園藝展示及特色設施。



圖 1.6 寰宇庭園區-馬尼拉



圖 1.5 美術公園區導覽圖

圖片來源：花博官網



圖 1.7 迎客坊



圖 1.8 寰宇庭園區-帛琉

圖片來源：本研究拍攝

## 3.新生公園區 (Xinsheng Park Area) :

共有五個展館，為夢想館、未來館、天使生活館、花茶殿、養生館。並包含閩式庭園、林下花圃花海區、怡情園、迷宮花園等園藝展示及特色設施。



圖 1.9 新生公園區導覽圖 圖片來源：花博官網



圖 1.10 未來館

圖片來源：本研究拍攝



圖 1.11 鯨魚綠雕

#### 4. 大佳河濱公園區 (Dajia Riverside Park Area) :



圖 1.12 大佳河濱公園區導覽圖

圖片來源：花博官網

結合水岸風情的園區，規劃了兒童探索區、親子休憩區、蔬果饗宴區、臺灣文化植物區、大地花海、花圃競賽區、移動森林、行動巨蛋、生態劇場。



圖 1.13 行動巨蛋館



圖 1.14 花博吉祥物

圖片來源：本研究拍攝

### 1.3.2 研究對象

以到花博做戶外教學的嘉義、台北地區之國小五、六年級的高年級學童為主。

## 1.4 名詞釋義

### 1. 戶外教學 (Outdoor Teaching)

戶外教學即是讓學生走出教室，教師以戶外自然或人為的環境（如：自然生態區、歷史古蹟、科博館、博覽會等）做為教學資源，讓學生透過真實的體驗、直接從生活的情境中學習，提高學習興趣並幫助學生了解人與環境間的相互關係。除了可以彌補課室內講述教學之不足，更有助於學生對特定主題瞭解的教學法。

### 2. 環境教育 (Environmental Education)

九年一貫課程之環境教育目標包含：環境覺知與敏感度、環境概念知識、環境價值觀與態度、環境行動技能與環境行動經驗。而實施原則以整體性、終身教育、科際整合、主動參與解決問題、世界觀與鄉土觀的均衡、永續發展與國際合作為主。

### 3. 體驗 (Experience)

體驗即是個人對當下發生的刺激產生心境與事件的互動，且每個人隨時隨地都在體驗，處在相同的情境體驗的感受也會因個人經歷、特質的不同而有所差異，透過體驗甚至可以改變一個人的思想或行為。

### 4. 態度 (Attitude)

態度具有認知、情感成分、行為傾向等三個內涵。態度是一複雜的心理歷程，係個人對於人、事、物的評價和反應後，進而引發的各種思想、情感及行動傾向而成。本研究之態度是指學童參觀態度。

### 5. 滿意度 (Satisfaction)

滿意度被應用的範圍很廣泛，一般是指產品、服務與體驗的結果，是否能符合消費者需求和期望的面向來闡述其概念。當體驗結果大於或等於預期則感到滿意；反之，則不滿意。這當中也涉及相當複雜的心理歷程，如消費者個人特質、背景、知覺、期望水準及其他相關特性的不同，影響其對同一事物的態度及偏好，進而造成滿意度的差異。

## 1.5 研究流程

依據研究背景與動機擬定研究目的，並蒐集相關文獻資料閱讀，以了解支持本研究之理論基礎。進而建立研究架構並提出研究假設，接著編擬問卷與問卷前測，待修正問卷後再進行正式施測。最後完成問卷資料的分析與整理，再依據分析結果提出結論與建議，以作為後續研究方向。研究流程圖如下：

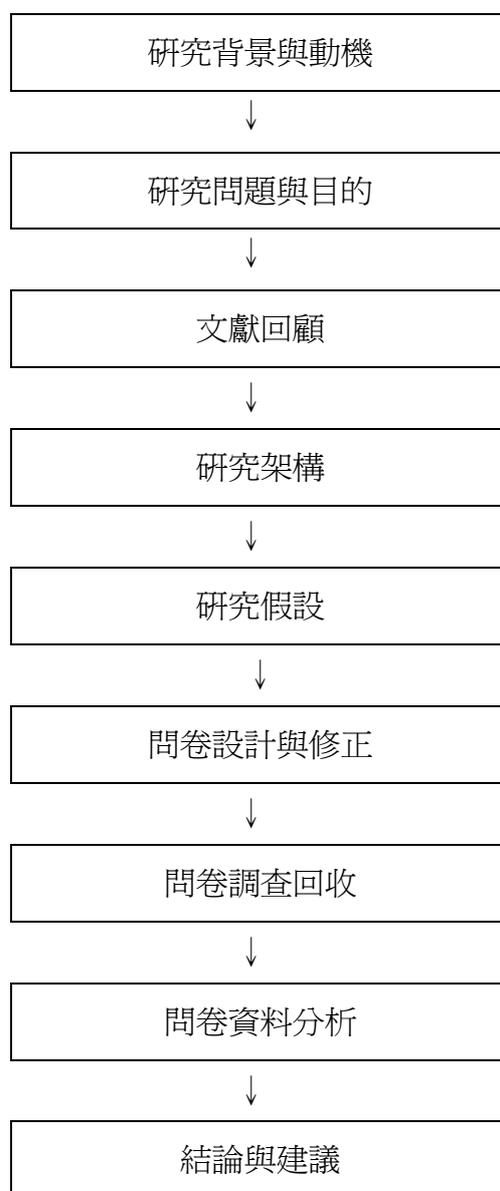


圖 1.15 研究流程

## 第二章 文獻探討

### 2.1 戶外教學

#### 2.1.1 戶外教學的內涵

美國國家教育協會（National Education Association）於 1970 年對戶外教學所下的定義是：「戶外教育不是單獨科目，而是所有學校科目、知識與技能的結合，它也不是將學校所有科目搬到戶外教學，而是教師利用環境資源，幫助學生瞭解各學科、環境和人之間的相互關係，以協助藝術、科學、社會研究或傳播學等學科的教學。」（李崑山，1996）。美國教育學家 Dewey 指出「教育即生活」，主張學校不可孤立於社會，學習必須與生活經驗相結合，他認為「學生如果沒有完整的體驗經驗，僅靠記憶、背誦、測驗的學習，是無法促進學生發展正確的認知，以及情緒反應的能力。」所以，教育是在經驗之中，創造機會讓學生去經驗是教育的關鍵（黃雅萍，2010）。戶外教學是學校課程的延伸，也是實施環境教育最普遍的教學方法。國小每學期或每學年會舉辦一次戶外教學，以彌補正規課程不足之處，戶外教學課程的實施，讓學生能接觸自然環境，運用五官觀察覺知人與環境的關係，深入了解自然環境，進而培養其愛護、保護環境的情操（鍾尙哲，2011）。王鑫（1998）認為戶外教學是指課堂外的活動，基於發現學習原則與感官的使用，讓學生從直接的生活體驗中學習，並藉著戶外習得的知能，促進學生認識自我以及他在社會環境中的角色。此外，戶外教學有助於學生對特定主題（如環境、地球資源等）的瞭解。

不同學者的教育理論也指出透過親身體驗學習的優點，如：Piaget 的認知發展論（Theory of Cognitive Development），認為多數國小學生仍處於具體操作期（Concrete Operation Period），在推理邏輯的思考上仍須透過具體的實物或教具來幫助學習；Bruner（1966）提出發現學習法（Learning by Discovery），重視學生獲得知識的過程，鼓勵學生發現問題，透過歸納、比較、思考等各種方法，了解教材所要教授的重要概念，強調經由發現而學習；Ausubel（1963, 1968）提出有意義的學習（Meaningful Learning），強調學習者的先前

知識是影響學習最重要的因素。因此，教學時教師必須將新教材的內容和學生的先備知識做連結，讓學生運用其既有的先備知識，去建構新的學習概念，並經由內化將新的概念，納入其認知結構中，使之成為自己的知識（陳榮輝，2002）。茲將戶外教學定義彙整如表 2.1

表 2.1 相關文獻對戶外教學之定義彙整

學 者 (年代)	內 容 摘 要
Lewis (1968)	戶外教育是擴展課程學習目的至戶外的一個直接、簡單的學習方法。它是基於發現學習的原則並且強調直接使用感官（視、聽、嗅、觸、味）進行觀察和知覺。
National Education Association	戶外教育不是一單獨科目，而是所有學校科目、知識與技能的綜合。它也不是將學校科目搬到戶外教學，教師使用環境去幫助學生瞭解各學科、環境和人之間的相互關係，以協助藝術、科學、社會研究或傳播學等學科的教學。
Hammerman ,D.R., Hammerman,W.M., Hammerman,E.L (1994)	戶外教育為達成教室延展至戶外實驗室、涉及天然資源和生存環境的任一或各方面課程的一連串直接體驗、所有學生、教師和戶外教育人力資源共同努力策劃發展最適宜的教學環境的完善計畫之方法。
李崑山 (1996)	戶外教學是指學童在老師或家長協助引領下，步出教室、踏出校門，在校園、社區、社會、田野、大自然裡，進行有目標性、規劃性、系統性、程序性之學習活動。
蔡淑惠 (2004)	戶外教育即是戶外教學，戶外教學是基於發現學習原則與感官的使用，使學生從直接的、實際的、生活的體驗中學習，提昇學童對於週遭環境的敏銳性、感受性及同理心，幫助學童達成各學科統整的一種方式。
邱碧虹 (2005)	戶外教學是一種加強學習的途徑，運用天然的教學素材，彌補學校正式課程的不足，可以是許多學科、技能與知識的綜合性教學，不僅能讓學生獲得「活用與實用知識」的機會，更能落實九年一貫課程「培養學生帶著走的能力」的理念。
陳美音 (2006)	戶外教育是指在教室以外的任何場域，從事有意義的教學活動，提供學生直接接觸、親身體驗、實際觀察的機會，幫助學生學習及成長。

資料來源：鍾尙哲 (2011)

綜合上述，戶外教學即是讓學生走出教室學習，教師以戶外自然或人為的環境（如：自然生態區、歷史古蹟、科博館、博覽會等）做為教學資源，讓學生透過真實的體驗、直接從生活的情境中學習，以提高學習興趣並幫助學生了解各領域、環境和人之間的相互關係，以彌補室內課講述教學之不足。

### 2.1.2 戶外教學之目的與教學策略

針對教學所訂的目標稱之為「教學目標」，指教師在每次教學活動中所預期達成的目標或成果，即學生在各單元學習後，所應具有知識、態度、技能（黃怡華，2010）。朱敬先（1995）指出教學目標，為達成各種教育目的之工具。指在教學活動中預期學習行為改變的結果。目前最普遍的教學目標分類法，分別為 Bloom 等人於 1956 年發表的認知領域教育目標分類法，Krathwohl 等人於 1964 年發表的情意領域教育目標分類法，Harrow（1972）發表的技能領域教育目標分類法，其包含內容為 1. 認知領域（Cognitive Domain）：知識的認識及記憶、知識的應用與理解、知識的分析與組合；2. 情意領域（Affective Domain）：接受情境的刺激、對刺激的整合及評價、能形成獨特的價值體系及價值觀；3. 技能領域（Psychomotor Domain）：基本行為的展現，體能的訓練（沈進成、許淑址，2006）。在教學目標的三種領域中，以情意領域是屬於最抽象的表達。

戶外教學是校內教學內容的延伸，對學生的學習與課程目標的達成有重要的影響。有鑑於教育品質的提升，校外教學不應流於玩樂性質，理想上教學必須有其目的。國外學者 Dr. Willard Zahn.(1961)則認為校外教學是為了增加課程的豐富性（Curriculum Enrichment），其優點如下：

1. 增強學生觀察能力、喚起好奇心，以激發學習興趣。
2. 加強學生表達和溝通的能力，增進社會人際關係的發展。
3. 提供探索和研究的機會，有助於知識的應用。
4. 不再侷限於授課者才是老師，將老師的定義延伸。
5. 學習環境延伸至教室外，由戶外環境提供學習題材，提升戶外生活技能的機會。（以上引自 Smith，1970）

綜合王鑫（1995）和徐治霜（2006）的看法，將戶外教學之目的分述如下：

1.配合學校的教學，豐富校內課程：

從直接的實際體驗中激發學習的興趣，拓展學生視野與知識學習的領域。

2.彌補學校教學的不足，增加生活技能：

可落實杜威「教育即生活」的理念，幫助學生學習生活中的各種行為能力與挑戰，以達成技能領域的教學目標，並可促進其身心健康發展，誘導適當的休閒活動。

3.培養自然情懷，落實人文關懷：

從戶外學習的經驗激發學生對自然環境的興趣和認識，並塑造正確的環境倫理觀念，例如：尊敬生命、愛護自然。且藉由戶外教學的機會使學生能社會化，和同儕相互尊重發展良好的關係，有助於發對展自我的了解和對他人的關心。

4.促進親師生情誼，增進人際關係：

透過活動促進師生互動的機會，讓教師和學生在活動中變成夥伴關係。學生從活動中也可以學習如何與人相處，奠定日後發展社會關係的基礎，達成人際關係發展的教學目標。

5.走出教室，提升學習興趣：

將室內的教學延伸到室外，拓展知識和學習的領域，透過多元化的教學，強化、應用知識的記憶與理解；讓學生直接從真實的環境中得到實際的體驗，加深學習的過程且能激發學習的興趣。

劉小萍（2009）在「臺灣偏遠地區國小教師校外教學之實施現況、阻礙因素及戶外教學能力需求」的研究提到，民國97年1月15日所公布之最新的「國民中小學辦理校外教學實施原則」，將校外教學之目的及課程目標明定如下：

1.校外教學為學校課程與教學之一環，依據國民中小學九年一貫課程目標以學校本位課程為主軸，結合領域教學及彈性課程，規劃各年級有系統性的校外教學課程活動，據以實施。

2.校外教學課程活動內容以學生學習為核心，增進自然與人文關懷、認識家鄉及愛護家鄉為主要目標，避免流於以旅遊玩樂性質為主之活動。

戶外教學的活動方式會因為教學目的、地點、活動性質、等種種因素而有不同的實施方式。對於戶外教學的策略學者提出許多看法，綜合徐治霜（2006）、劉小萍（2009）、何建勳（2010）所提到戶外教學策略，彙整如下：

#### 1.流水學習法：

美國自然教育家 Cornell（1989）在領導戶外教學多年後，歸納出戶外教育的理論—流水學習法（Flow Learning），視學生為學習的主體，依此設計戶外學習教法，教學過程強調學生主動參與、專注、覺知及觀察，且學習的場所不受傳統教學空間的限制，將大自然視為學習場域。在 Cornell Sharing the Joy of Nature 的書中，他提出「流水學習法」，把戶外活動的學習分為下列四個步驟，每個步驟安排合乎該性質的活動。將步驟的內容整理如下：

- （1）喚醒熱忱：此階段的活動是以引發學生興趣，讓學生能集中注意力為主。
- （2）集中注意：學習需要專心，因此這個階段的活動是將已具備熱忱的學習者，引導至一個需關注的焦點。
- （3）直接體驗：此階段是讓學習者在專注後，能更用心體驗與大自然交流，達到物我交融的境界。
- （4）分享啓示：此階段的活動是學習者彼此的分享時間，透過各種分享的方式，表達彼此的體驗感受，經由相互啓發得以強化個人內心更深刻的體會。

#### 2.直接體驗的學習法：

為學習者親身參與體驗的學習法,可以經由直接的刺激提高學生的學習動機和興趣，並可以學得的經驗為基礎，發展新的學習。直接體驗學習法是認識或學習自然保育觀念的最有效方法。

#### 3.發現學習法：

其本質是瞭解如何引起學習者的好奇心，並能安排適宜的情境，幫助學生發現各種知識結構以產生新的領悟。教學重在引導學生發問非答案的直接給予。當學生能主動探索、解決問題時，他們將學到更多。無論是室內或戶外教學，指導學生發掘問題與深入探究，比直接告訴解答的方式更具學習功效。

#### 4.小組合作學習法：

採異質性分組的原則，把學生分成若干小組進行教學，且每位學生都能積極參與活動。教師提供學生自己去發掘、探索，教師適時給予指導，小組成員也因此產生人際互動、互相合作，培養團隊合作的精神。

#### 5.創造教學法：

創造教學法是一種刺激和幫助學生創造行為的教學模式。教師除了必要的解說之外，宜善用運用發問的技巧，讓學生思考、發表、發揮感官的能力，去收集、分析、綜合所觀察到的現象，並能和同儕分享心得和經驗，以刺激學生在學習中思考，是一種激發學生創造力的教學法。

#### 6.資料收集法：

鼓勵學生透過訪談、觀察等各種方法，主動收集戶外教學的相關資料，藉此培養學生資料蒐集與處理資料的能力，而所獲得的資料可當作補充教材。

#### 7.Hall 認為戶外環境教學可依學習層次的高低，分成五種不同的方式（劉小萍，2009）：

- (1) 戶外示範(Filed Demonstration)：學習是偏向單向灌輸，由老師主導帶領學生沿線或定點說明，學生處於被動的狀態。
- (2) 戶外踏青(Filed Excursion)：老師主導學習，教學內容以老師提到的為主，偏向單向灌輸，學生處於模仿的狀態。
- (3) 戶外研習(Filed Study)：以學生為中心設計相關教材引，老師採引導探索式教學，到現場學生藉由記錄表等方式，自我建立觀念。
- (4) 戶外檢驗(Filed Testing)：屬於開放式教學，教學有緊密的結構，在詳細的引導下解決問題，與戶外發現同屬層次高的方式。
- (5) 戶外發現(Filed Discovery)：屬於開放式的戶外活動，讓學生進行自我探索、自我發現，教學尊重學生的興趣和能力，最足以讓學生發揮想像與創造力。

綜合上述，戶外教學是以戶外環境為導向的教學，教學的成功與否除了事先的詳盡規劃，更有賴教師的教學技巧。且教學方法重於內容，戶外教學的教學方法不盡相同，教師宜選擇適當的教學法應用於活動中，並考量學生的興趣、能力和需要，以利教學成效的達成。

### 2.1.3 花博結合課程之能力指標

花博設計之三大理念：1.表現園藝、科技與環保之技術精華 2.達成減碳排放及 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 環保目標 3.結合文化與藝術之綠色生活（花博官網）以花博做為教學資源，依據高年級九年一貫能力指標（教育部，2011），在課程方面可以結合環境教育、自然與生活科技、藝術與人文、綜合活動與社會領域，茲將配合課程之分段能力指標整理如下：

#### 1.環境教育

主題軸：環境覺知與敏感度、環境概念知識、環境價值與態度

配合高年級九年一貫課程分段能力指標內容下：

- 1-3-1 能藉由觀察與體驗自然，以創作文章、美勞、音樂、戲劇表演等形式表現自然環境之美與對環境的關懷。
- 2-3-1 瞭解基本的生態原則，以及人類與自然和諧共生的關係。
- 2-3-3 認識全球性的環境議題及其對人類社會的影響，並瞭解相關的解決對策。
- 3-3-1 關切人類行為對環境的衝擊，進而建立環境友善的生活與消費觀念。

#### 2.自然與生活科技

主題軸：認識常見的科技、科技的本質

配合高年級九年一貫課程分段能力指標內容如下：

- 2-3-6-1 認識日常用品的製造材料(如木材、金屬、塑膠)。
- 4-3-2-1 認識農業時代的科技。
- 4-3-2-3 認識資訊時代的科技。

#### 3.藝術與人文

主題軸：探索與表現、審美與理解、實踐與應用

配合高年級九年一貫課程分段能力指標內容如下：

- 1-3-1 探索各種不同的藝術創作方式，表現創作的想像力。
- 1-3-5 結合科技，開發新的創作經驗與方向。
- 2-3-7 認識環境與生活的關係，反思環境對藝術表現的影響。
- 2-3-9 透過討論、分析、判斷等方式，表達自己對藝術創作的審美經驗與見解。

2-3-10 參與藝文活動，記錄、比較不同文化所呈現的特色及文化背景。

3-3-11 以正確的觀念和態度，欣賞各類型的藝術展演活動。

#### 4.綜合活動

主題軸：自我發展、社會參與、保護自我與環境

配合高年級九年一貫課程分段能力指標內容如下：

1-3-2 參與各項活動，探索並表現自己在團體中的角色

3-3-1 以合宜的態度與人相處，並能有效的處理人際互動的問題。

4-3-1 探討周遭環境或人為的潛藏危機，運用各項資源或策略化解危險。

4-3-2 參與計畫並從事戶外活動，從體驗中尊重自然及人文環境。

#### 5.社會

主題軸：意義與價值、科學、技術與社會、全球關連

配合高年級九年一貫課程分段能力指標內容如下：

4-3-3 瞭解人類社會中的各種藝術形式。

8-1-1 舉例說明科學和技術的發展，為自己生活的各個層面帶來新風貌。

8-2-1 舉例說明為了生活需要和解決問題，人類才從事科學和技術的發展。

8-2-2 舉例說明科學和技術的發展，改變了人類生活和自然環境。

9-3-1 探討全球生態環境之相互關連以及如何形成一個開放系統。

9-3-4 列舉當前全球共同面對與關心的課題

此外，在環境教育方面：Wilson（1996）認為國小階段是環境認知與環境態度重要的發展時期，兒童如果沒有在早年發展出對自然環境的尊敬與關愛，日後想要發展這樣的態度，恐怕將會變得很困難。因此，兒童從小具備正確的環境認知與態度，對日後環境問題的解決及環境品質的提升有正面的影響與意義（張宛綺，2004）。環境教育主要目的之一是解決現在和未來的環境問題。個人的環境覺知及態度等因素影響著解決環境問題所採取的環境行動，所以環境覺知能力的養成，是培養環境行動的重要關鍵（邱文勝，2006）。而戶外教學是實施環境教育最普遍、最有效的教學方法，因此在國小階段選擇適宜的戶外教學地點，讓學生意識到環境與人的關係，培養具備正確的環境認知與態度是很重要的。

## 2.2 體驗

### 2.2.1 體驗之內涵與領域

國內外文獻關於體驗的解釋很多，體驗一詞導於拉丁文”Eperientia “意指探查、試驗。依照亞理斯多德解釋為：其為由感覺記憶，許多次同樣的記憶在一起形成的經驗，即為體驗（楊景竣，2010）。Norris（1941）是最早提出消費體驗的學者，他強調消費體驗重點是在於物品的服務，而非物品的本身，Holbrook（1982）提出消費體驗包含對幻想（Fantasies）、感覺（Feelings）與趣味（Fun）的追求，認為愉快的消費以及消費行為的體驗是很重要的。Kelly（1987）體驗是指經歷了一段時間或活動的感知，並對其進行處理的過程，體驗不是單純、簡單的感覺，而是一種行為的解釋意識，並且是一種與當時之時間、空間相連繫的精神過程。體驗具有以下特點：1.獨特性：即體驗存在於個人心中，消費者會因人格特性及個人的經驗而產生獨有的體驗感受，所以沒有人的體驗會完全一樣。2.持續性：即體驗是消費者一種長期有效的心理反應，並非一時的感受。3.參與性：即體驗需要透過消費者的親自參與，且參與的過程會影響到體驗的結果。4.創新性：即除了個體自發的感受外，更需要藉由多元、創新的方法來誘發消費者體驗，創造不同的體驗。5.高附加價值性：即體驗具有低投入、高產出的特性，其附加價值有無限的成長空間（何雍慶、蘇子炘、張永富，2004）。

綜合上述學者的看法，體驗即是個人對當下發生的刺激產生心境與事件的互動，且每個人隨時隨地都在體驗，處在相同的情境體驗的感受也會因個人經歷、特質的不同而有所差異，透過體驗甚至可以改變一個人的思想或行為。本研究之體驗乃依據 Schmitt 所提出之體驗策略模組，分為感官體驗、情感體驗、行動體驗、思考體驗、關聯體驗來加以探討。茲將體驗的相關定義整理如表 2.2

表 2.2 相關文獻對體驗之定義彙整

學 者 (年代)	內 容 摘 要
Abbott (1995)	認為產品是提供消費體驗的服務表現，而人們想要的並非產品本身，而是一個令人滿意的體驗。
Schmitt (1999)	認為體驗是個體對某些刺激發生回應的個別事件，包含整體的生活本質，通常是由事件的直接觀察或是參與造成的，不論是件是真實的、如夢般的或是虛擬的。
(Pine & Gilmore, 1998; Schmitt, 2000)	體驗包含整個生活的本質，發生於某些刺激所反應的個別事件，通常是「關於」或「屬於」某些事，不管事件是真實的、如夢幻般的或是虛擬的，通常可透過消費者對於事件的直接觀察或者親自參與所形成。
McLuhan (2000)	沒有人的體驗會完全一樣，因為體驗是來自個人的心境與事件的互動。
Holbrook (2000)	將體驗分為幻想 (fantasies)、感覺 (feeling) 以及趣味 (fun)、並認為消費體驗來自於對幻想、感覺與趣味的追求。
Caru and Cova (2003)	體驗是個人的嘗試，且可以改變一個人的行為或思想，它是一種經驗而不是一種文字的知識。
林有得 (1993)	體驗乃個體受外在刺激後，經由情感、知覺所產生之心理反應。

資料來源：楊景駿 (2010)、周冠名 (2006)

綜合上述學者的看法，體驗即是個人對當下發生的刺激產生心境與事件的互動，且每個人隨時隨地都在體驗，處在相同的情境體驗的感受也會因個人經歷、特質的不同而有所差異，透過體驗甚至可以改變一個人的思想或行為。本研究之體驗乃依據 Schmitt 所提出之體驗策略模組，分為感官體驗、情感體驗、行動體驗、思考體驗、關聯體驗來加以探討。

學者 Pine & Gilmore (1998) 提出經濟體驗 (Experience Economy) 的觀念，將體驗由兩個構面 (消費者參與—橫軸；環境因素—縱軸) 分成四大領域 (圖 2.1)，參考甘蘭 (2009) 的資料將體驗的領域整理如下：

1. 娛樂性的體驗 (Entertainment) —指人們透過感官被動的吸收體驗，如：閱讀文章、欣賞電影等，屬於最普通的體驗。
2. 教育性的體驗 (Education) —指消費者積極參與他所學習的事情，如：參加游泳研習營、線上教學等，屬於吸收性高的體驗。
3. 逃避現實的體驗 (Escapist) —指消費者是主動參與且沈浸其中，如：線上遊戲。
4. 美學的體驗 (Esthetic) —指消費者是被動參與且沈浸其中，如：參觀博物館或遊覽日月潭風景等。

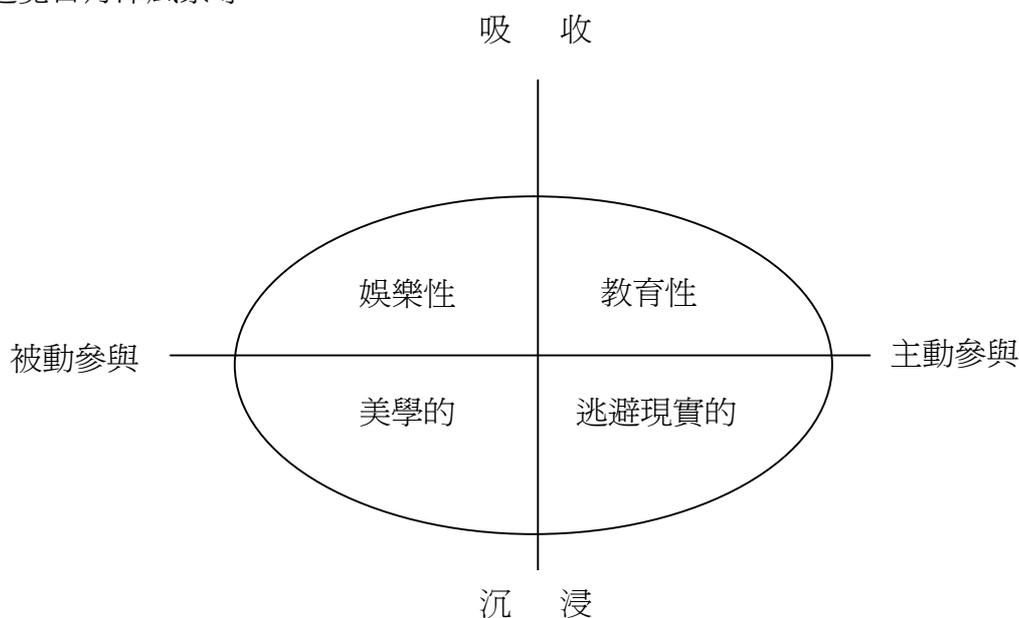


圖 2.1 Pine & Gilmore 體驗的領域  
圖片來源：Pine & Gilmore (1998)

### 2.2.2 策略體驗模組

模組 (Module) 在認知與心智的研究中，指的是個體思考與行為的整體範疇。Schmitt(1999)運用心理學的模組概念，將消費者體驗行銷分為兩個架構，一為策略體驗模組 (Strategic Experiential Modules)、二為體驗媒介 (Experiential Providers)。其中策略體驗模組包含了：感官(Sense)、情感(Feel)、思考(Think)、

行動(Action)、關聯(Relate)等五項，說明如下：

1. 感官 (Sense)：

係以視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺等五種感官為訴求，刺激消費者達到愉悅、興奮等正向的感覺，以誘發其動機並增加產品價值，並藉由感官體驗引發消費者正向的情感反應。

2. 情感 (Feel)：

主要的訴求是觸動消費者內在的感情與情緒，包含以溫和的、正面心情與一個品牌相連結，產生對品牌歡樂與驕傲等情緒。Schmitt(2000)指出在消費情境中透過面對面的互動是誘發感情最重要的方式（何雍慶、蘇子忻，2005）。

3. 思考 (Think)：

主要的訴求是突破消費者傳統觀念、習慣，以引發個體思考讓消費者重新評估，造成典範轉移。

4. 行動 (Action)：

Schmitt(1999)提到行動行銷的策略，即是訴諸身體的行動體驗，以影響顧客之生活型態。如，設計創造身體的、較長期的行為模式與生活型態相關的消費者體驗，並包括人際互動的體驗，藉此豐富消費者的生活（何雍慶、蘇子忻，2005）。

5. 關聯 (Relate)：

包含感官、情感、思考、與行動行銷等層面，讓個體與理想自我、他人或是社會文化產生關聯（葉美玲，2006）。

甘蘭認為體驗媒介是體驗行銷策略執行的工具，在資訊發達的時代善用各種方法與工具，加深消費者的整體感受，使消費者對產品、服務等，產生正面的看法與回應，因而達到情感及思維上的認同。體驗媒介的充分運用，對體驗行銷策略的運作上將更為有利（甘蘭，2009）。潘儀禎以表演藝術產業為例的研究指出，其主要是透過表演現場的軟體內容與硬體設施（即產品呈現與空間環境），去創造消費者的感官與情感屬於個人的體驗；而共同建立品牌、溝通與網路電子媒介則是創造消費者與群體互動的關聯與行動體驗，以及滿足思考體驗的主要體驗媒介潘儀禎（2008）。

### 2.2.3 體驗的相關研究

體驗是一種主觀的感覺，存在於消費者的心中，所以每個人的體驗皆不同。但透過研究綜合多數人對某一產品、服務等等的體驗，可歸納出不同形態體驗的共通性。

陳冠宏（2004），遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，本研究針對龍門露營區的遊客參與過遊憩活動後為受測對象，對遊客的基本屬性、遊程型式與經驗、遊憩動機、參與的遊憩活動類型、遊憩活動體驗、滿意度、行為意向等項做調查，遊客對龍門露營區之「遊憩活動體驗」項目，經因素分析後可得六個組成構面，分別為「自我成長體驗」、「活動愉悅體驗」、「休閒放鬆體驗」、「認知技能體驗」、「人際關係體驗」、「遊憩樂趣體驗」六個因素構面。其中又以遊客遊憩活動體驗中「活動愉悅體驗」之因素構面感受程度是影響「遊憩活動體驗整體滿意度」之前置因素。而以遊客遊憩活動體驗中「活動愉悅體驗」之因素構面感受程度也是未來導致遊客是否重遊及推薦意願之前置因素。

何雍慶、蘇子炘（2005），利用體驗行銷之觀點探討區域醫院如何形成其競爭優勢研究發現，感官體驗對情感態度有顯著影響；情感體驗對情感態度有顯著影響；思考體驗對認知態度有顯著影響；行動體驗對認知態度有顯著影響；關聯體驗對情感態度有顯著影響；關聯體驗對認知態度有顯著影響。

吳運全（2002），環境態度與遊憩體驗關係之研究—以綠島為生態旅遊例，主要探討生態遊客之「遊憩體驗」、「環境態度」、以及「環境態度」和「遊憩體驗」的關係，遊客參加綠島生態旅遊有「生態愉悅感」、「新奇與挑戰感」、「自我追尋與人際建立感」、「放鬆調劑感」以及「逃離感」等五種體驗類型研究結果發現：遊憩體驗和環境態度有二個典型相關存在。

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，研究結果發現：遊客人口統計變數中，年齡、職業、教育程度、平均收入及婚姻狀況等變數均對體驗有顯著差異之影響；遊客體驗以情感體驗最高，其次依序為思考體驗、關連聯體驗、行動體驗、感官體驗。

林淑敏（2006），體驗學習在國小社會領域教學之實地研究發現：體驗學習有

助於學生社會領域學習成就，尤其是高層次認知方面；體驗學習有助於學生社會領域學習態度，尤其是興趣方面；體驗學習有助於學生社會領域長期學習態度，不論是興趣、價值或信心方面；體驗學習最重要的成分為情境、互動、反思；不同教學風格教師均適合使用體驗學習教學法；參與體驗學習教學有助於教師專業成長。

黃靜宜(2008)，以知名的連鎖咖啡店星巴克咖啡為研究對象，乃採用 Schmitt (1999) 提出體驗行銷的五個構面：感官體驗、情感體驗、思考體驗、行動體驗、關聯體驗，研究結果如下所示：體驗行銷對消費者投資報酬價值有正向關係；體驗行銷對服務優越性價值有正向關係；體驗行銷對美感價值有正向關係；體驗行銷對趣味性價值有正向關係。

黃秀美(2009)，澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響，研究結果發現：澎湖海洋牧場遊客體驗品質與體驗情緒之間存在顯著的正相關。遊客體驗情緒與體驗價值之間亦存在顯著的正相關；遊客的體驗變數（體驗品質、體驗情緒、體驗價值）與其忠誠度存在著正相關；遊客之體驗變數會影響其忠誠度；其間澎湖海洋牧場遊客的體驗情緒對體驗價值，體驗情緒對忠誠度均具有正向的影響。

吳明敏(2009)，體驗行銷之體驗模組與整體體驗價值有顯著正向關係；體驗價值四構面與整體行為意向有顯著正向關係；部份體驗行銷之體驗模組與整體行為意向有顯著正向關係。

許瑞娥(2009)，國小體驗式作文教學研究—以花蓮縣北林國小四年級為例，體驗活動啟發學童多感官之學習，使其寫作內容更為豐富；體驗式作文教學為學與思之結合，能提高學習效率；體驗式作文教學是促進閱讀的學習活動；體驗式作文教學能提升學童寫作態度，強化其寫作表現。

整體而言，無論測量體驗的構面為體驗行銷之策略體驗模組或是運用遊憩體驗理論所設計之因素，都可歸納出共通性即體驗會與忠誠度滿意度成正相關，體驗愈正向時忠誠度、滿意度會隨之提升。且將體驗運用於教學，有助於提升學生之社會領域之學習成就，也能藉由感官的運用啟發學生的寫作表現。

## 2.3 滿意度

### 2.3.1 滿意度之內涵

關於滿意度理論已有諸多的文獻探討，一般是從產品、服務是否能符合消費者需求和期望的面向來闡述其概念。這當中也涉及相當複雜的心理歷程，如消費者個人特質、背景、知覺、期望水準及其他相關特性的不同，影響其對同一事物的態度及偏好，進而造成體驗上的差異，導致評估此產品或服務時產生不同的滿意度，將相關文獻整理如表 2.3

表 2.3 相關文獻對滿意度之定義彙整

學者 (年代)	內容摘要
Cardozo (1965)	依「消費者滿意度的概念」實證，顧客滿意會增加顧客再次購買的行為，且會購買其他產品。
Hempel(1977)	認為顧客滿意度是決定於顧客所預期的產品或服務之實現程度，它反應出預期和實際結果一致的程度。
Dorfma (1979)	滿意度的體驗因個人的偏好、期望、知覺、動機等的不同而有所差異，並且各因子對該滿意體驗之貢獻強度有所不同，使得影響需求滿意之因素更趨複雜。
Oliver (1981)	消費者滿意度乃是在使用特定產品或服務之情境下，對於所使用的產品或服務所獲得的價值程度，所做的一種立即性情緒反應。
Singh (1991)	從社會心理學與組織理論中發現，滿意是一多重的構面，即以多重項目來衡量滿意程度，並且指出顧客滿意的衡量會因產業或研究對象不同而有所差異。
Fornell (1992)	可使用直接的方式做整體評估，即顧客對產品預期與實際提供的服務做比較，當顧客對產品或服務的滿意度與原預期相比較後，認為產品是普通的則感到不滿意。

表 2.3 相關文獻對滿意度之定義彙整（續）

Ostrom & Iacobucci (1995)	認為「滿意/不滿意」是一項相對的判斷，並同時考慮一位顧客經由購買所獲得的品質和利益，以及為達成購買所負擔的成本和努力。
Baker & Crompton (2000)	認為滿意度是個人的一種真實經驗，源自於個人與目的地的互動所產生的心理感覺與情感狀態。
Kolter (2003)	指出滿意度乃一個人所感覺愉悅或失望程度，係源自其對產品性能（或結果）的知覺與個人對產品的期望。滿意度乃知覺性能（Perceived Performance）與期望（Expectation）兩者差異的函數。
蔡伯勳 (1986)	由個人認知與所得結果之間的差異而定，而總滿意度是根據所存在的所有構面的差異總合。
邱博賢 (2003)	滿意度是一種個人生理或心理的感受狀況，也是個人對於情境的主觀表現。
黃世明、林育璋 (2003)	滿意度是一種心理比較過程，當體驗服務水準和期待水準能一致時，參觀者便感到滿意；反之，負向的時候，參觀者會感到不滿意。也就是說滿意度是取決於參觀者所預期服務的實現狀況，即「預期」和「實際」結果的一致程度。
吳聰裕 (2005)	滿意度是消費者對產品的使用結果，作一整體性的評估，以衡量其滿意情形，同時透過對顧客滿意度的研究，可以藉此得知如何加強服務品質，以提高顧客滿意度。

資料來源整理自：王龍輝（2003）、黃雅萍（2010）

### 2.3.2 滿意度之相關理論

國外學者對滿意度提出不同的理論，而期望不確定模式近年被廣泛應用，在期望不確定模式中，包含事前期望、實際認知與不確定性三個影響因素。依據 Oliver and Desarbo (1988)對顧客滿意評量模式的劃分法，整理相關的滿意度理論—期望理論、差異理論、調適理論、公平理論、歸因理論、認知失調理論和雙因子理論，如下表2.4

表2.4 滿意度之相關理論

期望理論 Expectancy Theory	Lawler (1973) 提出當人們從事行動時而達到不同的成果也具有不同的偏好。並對所從事的行動獲得表現，可能存在著某些預期的心理，所以在任何的情況下對於個人採取行動時，會與期望及偏好有關。因此，期望與偏好可利用期望理論模式之公式表示。認為人們的動機驅力與事情努力上、表現、成果的期望與其價值是有所關係的。
差異理論 Discrepancy Theory	Schreyer與Roggenbuck (1978)認為遊客在遊憩滿意度上可利用事前的期望與事後的實際知覺，兩者間的差距來決定滿意度的高低。此外，在任何的情況之下，整體滿意度是由各個層面的差異不同組合來決定。
調適理論 Adaptation Theory	Helson (1964) 認為要能夠產生正面的評價，需要產品之績效能夠高過於調適的水準；反之，就會產生負面的評價。每個人在心中所訂定之期望越高，則要求滿意標準就越高，但是都無法有效的將期望與實際做有效的結合，正面的配合會增加心中的滿意度，而負面的不配合則會減低其滿意度。
公平理論 Equity Theory	Oliver與Desarbo (1988) 認為滿意知覺的基礎是投入與產出是否公平。當消費者經歷過程中並不能得到公平時，則產生不滿意的態度，相反地，當感覺上得到公平時，即感受到滿意。

表2.4 滿意度之相關理論（續）

<p>滿意理論 Satisfaction Theory</p>	<p>Latour與 Peat (1979) 指出消費者可以有效並且明確的瞭解產品所隱藏的屬性，並對此產品的屬性形成期望。滿意水準是屬於附加的本質，經由消費者對屬性的判斷形成一種態度，最後將滿意和態度兩者有效結合在一起。</p>
<p>歸因理論 Attribution Theory</p>	<p>Weiner (1985) 將理論引進消費者的滿意架構中，並且證明內部歸因較外部歸因，具有較高的滿意度。依組織行為的發展基礎，滿意度是依照三個構面所導出因果的成功或失敗，即內部或外部原因、原因產生之穩定性以及原因可控制性。其中內在原因為個人努力和能力；外在原因為工作的困難度和運氣。</p>
<p>認知失調理論 Cognitive Dissonance Theory</p>	<p>認知失調理論是指一個人的態度和行為的認知產生相互矛盾，例如在當人們花費許多時間與金錢在其可自由選擇的遊憩活動，為了減少中心的矛盾與衝突，遊客嘗試對其遊憩體驗作較高的評價。換言之，遊客的滿意度不考慮期望與實際知覺間的差異。</p>
<p>雙因子理論 Two Factor Theory</p>	<p>Herzbrg and Synderman (1959)提出影響工作滿足的因素為激勵因素 (Motivators Factors) 與保健因素 (Hygiene Factors)。前者如成就感、受人認同、晉昇機會等，屬於滿足個人高層次需求的內在特質。良好的激勵因素可使員工在工作上滿足，缺乏此因素只會使員工無法獲得滿足的愉快，並不會導致不滿足。後者如薪酬、工作條件、工作地點與安全性等，屬於與工作環境有關的外在因素。保健因素僅可防止員工不滿意，改善此因素只能消除不滿足，並不能導致滿足。</p>

資料來源：黃秀卿（2006）、藍庭正（2004）

### 2.3.3 滿意度測量之構面

滿意度被應用的範圍很廣泛，衡量項目大致可分為兩種，一為整體滿意度衡量，二為多重屬性的衡量；衡量尺度有：簡單滿意尺度、混合尺度、期望尺度、態度尺度和情感尺度五項。研究者依產品形式的不同，在滿意度的衡量呈現上會有所不同，宋玉麒（2006）引用 Day（1977）的看法，關於顧客滿意度的衡量上，滿意度是一項整體概括的現象，測量的管道有非正式調查、意見卡、文字意見等方法，但通常其結果是透過數據來呈現。黃秀卿（2006）彙集多數人對「遊客滿意度測量構面」之研究，精簡後呈現如表 2.5

表2.5 遊客滿意度測量之構面

作者	年代	測量之構面
Ittelson et al.	1974	1.需要方面。 2.偏好方面。 3.欲求方面。 4.希望方面。 5.期望方面。
Beard & Ragheb	1980	1.心理方面。 2.教育方面。 3.社會方面。 4.放鬆方面。 5.身體方面。 6.美感方面。
蔡伯勳	1986	1.體驗。 2.環境。 3.活動。
鄭琦玉、楊文燦	1995	1.經營設施。 2.自然體驗。 3.活動參與過程。 4.對其他遊客行爲。

表2.5 遊客滿意度測量之構面（續）

林晏川、陳惠美	1998	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.各項設施。</li> <li>2.活動觀感。</li> <li>3.使用者特性。</li> <li>4.整體滿意度。</li> </ol>
陳肇基、胡學彥	2002	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.自然的地形景色。</li> <li>2.生態活動的設計。</li> <li>3.人員的服務態度。</li> <li>4.環境清潔</li> </ol>
周文樹	2003	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.景觀環境因素。</li> <li>2.體驗滿足因素。</li> <li>3.休閒社交因素。</li> <li>4.服務品質因素。</li> <li>5.遊憩活動因素</li> </ol>
謝金燕	2003	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.心靈體驗。</li> <li>2.遊憩環境。</li> <li>3.服務設施。</li> <li>4.遊憩活動。</li> <li>5.整體滿意度。</li> </ol>
陳俊男	2004	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.行前期望與實際體驗。</li> <li>2.整體滿意度。</li> </ol>

資料來源：黃秀卿（2006）

本研究係以「服務與資訊」、「心理層面」和「展演內容」三方面，來做整體評價，共擬定15個問項，用來衡量國小高年級學童到花博戶外教學的滿意度。

### 2.3.4 滿意度的相關研究

滿意度定義是人經過體驗後的情感狀況，受到社會因素與心理狀況所影響，或是受到當時的氣氛及群體互動等外在因素之影響，所形成的一種態度或是意向（黃雅萍，2010）。茲將相關研究彙整如表 2.6

表 2.6 滿意度的相關研究

侯錦雄 (1990)	認為滿意度係受以下因素影響：個人特徵與差異；遊憩動機（需求）遊憩場所（機會）；此次的遊憩參與型態因素影響。並將滿意度分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度，其中分項滿意度包括：環境滿意、活動滿意及管理滿意三個概念。
王龍輝 (2003)	捷運遊客生活型態與捷運一日票使用態度及滿意度之研究結果顯示：不同生活型態類型之遊客對於捷運一日票使用在滿意度呈現顯著差異；一日票使用態度與滿意度成正相關；而一日票使用滿意度與再購意願成正相關。
陳勁甫、蔡孟桓、 李佳玲、陳佩君、 陳美惠 (2005)	在探討遊客參與事件活動動機、滿意度、知覺價值與行為意圖之研究—以「2005 虎頭埤水與綠嘉年華」為例的研究顯示：知覺價值會正向直接影響滿意度與知覺價值會正向直接影響行為意圖。
陳璋玲、伍亮帆 (2006)	在探討嘉義市國際管樂節活動吸引力、滿意度與忠誠度之關係及參與民眾的願付價格研究中發現：吸引力對滿意度與忠誠度有顯著的正向影響；行前期望對滿意度無顯著影響；實際體驗對滿意度有顯著的正向影響；滿意度對忠誠度有顯著的正向影響。
黃昱凱、蘇展平 謝瑋莉 (2009)	安平古堡園區服務品質、遊客滿意度與行為意向之研究，研究結果顯示：服務質量和滿意度創造了與行為意圖的一種顯著積極關係。

資料來源：本研究整理

## 2.4 態度

### 2.4.1 態度之內涵

態度是社會心理學上非常重要的概念，現在多數心理學者同意態度雖然不是影響行為的唯一因素，但仍是一個重要的因素。Fishbein and Ajzen (1975) 將態度定義為對態度標的物與態度標的行為之正向或是負向的評價。心理學者 Sears, Peplau, and Taylor (1991) 認為態度的組成因素應該包括認知、情感與行為三個成分。一個人的態度形成是由認知層面發展到行動傾向，亦即先有認知層面，情感層面居中，而後有行動傾向(楊國樞等，1989)。陳彰儀(1990)引用 Ajzen (1985) 在計畫行為理論中即指出，態度反映一個人從事特定行為的意向，是決定行為發生的重要因素之一，態度是一個人對於對象在認知、情意和行為的持久取向。陳英豪等(1992)認為態度是指一人關於特定主題的傾向、感覺、評價、認定……的總和。社會心理研究者結合了學習論與認知論的要素給「態度」一個共通性的定義是：「對於個人所接觸到的特定事物、觀念或是人，在認知、情意和行動傾向上抱持一種持久性評價(正面或負面)的傾向」(楊景竣，2010)。

一般學者認為態度的組成，大致包含三個成分：

#### 1. 認知成分 (Cognitive Component)：

指人們對於態度對象的信念、知覺，也就是對態度對象帶有評價意義的敘述，其中認知成份是態度其餘部分的基礎。認知亦包含了知覺(perception)，係指人類獲取、儲存、使用以及操作資訊心理過程(劉瑞卿，2003)。

#### 2. 情感成分 (Affective Component)：

指個人對態度對象的情感感覺，特別是主觀的偏好或是負面的評價，如喜歡或厭惡等。

#### 3. 行為傾向成分 (Behavior Component)：

指個人對態度對象的反應或是行為傾向。行為傾向成分會衝擊到人們將來對態度的反應，但它不等於外顯行為(侯玉波，2003)。例：喜歡這件衣服但不一定會買。

綜合以上，將國內外學者對態度的定義，整理如表 2.7

表 2.7 相關文獻對態度之定義彙整表

學 者 (年代)	內 容 摘 要
Unger Wandersman (1985)	態度是人們對於自己心理層面中某種事物、人、現象及符號所形成的各種不同的反應。
Peplau, and Taylor (1991)	為態度的組成因素應該包括認知、情感與行為。
Engel, Blackwell, and Miniard (1995)	對態度的定義則為對一態度標的物正面或負面的整體評價。
Gibson et al. (2000)	刺激會影響態度，而態度會經由個人喜好、信念或行為等方式具體地表達出來。
楊國樞 (1984)	態度是個體對任何社會或非社會的事物，所持有之協調一致的、有組織、習慣性的內在反應，而此一複雜的心理歷程，係由該事物所引發的各種思想、感情及行動傾向所匯集而成。
吳秉恩 (1993)	是指個人對人、事、物之有利或不利的評價。若顯示於工作上，則指個人對工作產生持久性感情或評價，此外態度會受到學習的影響。
許朝傑 (2002)	態度(Attitude)是指個人對該項行為所抱持的正面或負面的感覺，即個人對此特定行為的評價經過概念化之後所形成的態度。
林仁和 (2002)	態度是人們對待某個人、某種觀念、某個東西的心理傾向，包括認知、情感和行為意向三個成分。
洪玉章 (2003)	認知是態度的基礎，個人在日常生活中，常會隨著認知瞭解及情感的變化而改變態度，且態度一旦形成後其認知、情感及行為呈現一致性和持續性。
游明輝 (2004)	認知、情感和行為是態度組成的三個因素，任何一個因素都可能成為決定態度的要素。

資料來源整理自：宋玉麒 (2006)、黃雅萍 (2010)、吳秀珍 (2001)

Fishbein and Ajzen (1975) 認為態度是由行為信念與對態度標的物的評價而來。因此態度是由個人對於某行為信念的強度與對每個信念行為的評價所組成。態度具有四種特性：1.強度—對態度對象喜不喜歡的程度，代表偏愛的變化程度；2.抗拒—即態度不會改變的程度；3.持續性—即態度會不會隨時間經過而逝去；4.信心—代表個體對對象態度正確的信念（吳秀珍，2001）。

綜合張春興（1991）及林君蘭（1990）對態度的看法，態度應包括以下幾項特性：

- 1.態度只是行為的傾向，但不等於外顯行為。
- 2.態度具有相當的持久性及一致性。態度的形成需要一段時間，且個人對某一對象的態度養成後，就不易受外界影響而改變。
- 3.態度有類化的傾向，個人對相關對象的態度會趨於一致。
- 4.態度有其特定對象，而此對象必須是個體能夠體驗、知覺感受或想像到的，如：環境中的人、事、物等。
- 5.態度包含評價的內涵，即個人對某態度標的物的一種喜歡或不喜歡的心理傾向，才能稱之為態度。
- 6.態度包括認知性的成分（學習）、情意的成分（情緒），以及行為性的成分（實際的反應行為）。

社會心理學H.Kelman（1961）提出了態度形成與改變的模式，他認為態度的形成或改變皆經歷了順從、同化和內化三個階段。可見，態度係指個人內在一複雜的心理狀態，作用後影響到行為反應，或形成個體對事物價值的判斷。態度一旦形成後不易受外在影響而改變，但仍可經由學習、刺激或模仿他人的行為表現而改變，或是因認知失調造成態度方向和態度強度的轉變。其中態度的方向指對某一事物產生新的態度即是方向的改變；而改變原有的強度但態度方向不變，即是強度的改變。

## 2.4.2 態度的形成與衡量

態度雖然是潛在的，但人們仍可透過語言、表情和行為將態度反映出來，態度不是與生俱來的，而是在後天的環境中，經由社會化的過程學習而來。在過程中，態度會受到欲望、知識和個體經驗三個因素的影響，其中欲望：是指凡能夠使個體滿足欲望的對象，個體皆會對該對象持正向的態度；知識：是指個體對某些對象態度的形成，是受到認知的影響；個體的經驗：個體從生活經驗中產生對“對象”的好惡，如：一朝被蛇咬，十年怕井繩。國外學者 Popenoe (1992) 認為態度的形成可由三種理論來解釋，分別為：學習論 (Learning)、誘因論 (Incentive)、認知論 (Cognitive)，分別敘述如表 2.8

表 2.8 態度形成的理論

學習論 (Learning)	此理論的基本假設認為：態度和其它習慣一樣是後天習得的，可經由與學習的相同過程和機制，學得態度的認知成分。學習可透過強化作用產生或經由模仿而來，而聯結、強化集模仿乃態度學習的主要機制。
誘因論 (Incentive)	此理論將態度的形成視為對各種可能立場的利益或損失的衡量過程，並以此做出最佳抉擇。在此觀點下，誘因論向下提出「認知-反應論」和「預測-價值論」兩種態度選擇的解釋。
認知論 (Cognitive)	此理論描述人們有強烈的欲望，希望使他們的認知結構具有一致性並賦予意義。在認知一致性的觀點下，又產生又產生四種不同的理論為：平衡理論 (Balance Theory) 認為人們傾向於維持平衡的人際關係，若人際關係不平衡時則會感到緊張與焦慮；認知-情感的一致性 (Cognitive-Affective Consistence)：認為我們對於事實的信念及信服，乃由我們的情緒偏好所決定；失調論 (Dissonance Theory)：認為為了維持與外顯行為間的一致性，態度會隨行為而改變；歸因論 (Attribution Theory)：認為人們經由檢視意識裡各種認知及情感，而形成自己的態度。

資料來源整理自：李月娟 (2009)

態度的衡量主要有兩種模式：傳統態度模式（Traditional Model of Attitude）和多屬性態度模式（Multiattribute Attitude Model）。從態度相關研究中，提到態度測量的方法有很多種，例如：總加量表法、資料收集方法、觀察法、質性調查法、Fishbein 態度模式、態度衡量尺度、生理反應測量法等，其中以量表形式最常被使用。Wells（1996）歸納一般消費者行為研究者常採用三種態度測量的方法，說明如表 2.9

表 2.9 態度的衡量方法

觀 察 法	<p>觀察法通常不是衡量態度的有效方法，因為外在行為並不能代表消費者真正的態度，且通常需以其他方法輔助，且尚須考量未能完全觀察的因素。</p>
質 性 調 查	<p>質性調查法包括焦點座談、深度訪談與心理測驗，透過調查技巧能深入觀察消費者的感覺與意見。因為質性方法要求強度分析，對於探索態度的深度要素，有時較目標市場區隔決定其代表態度有用。焦點座談會通常需配合其他技術，來決定是否能協助所有目標市場的成員，深度訪談與焦點座談式類似，但差別在於深度訪談為一對一，焦點座談為一對多，深度訪談進行時間通常數小時，此法費時且費用高，且通常不一定能代表目標市場，且訪談者需受過長期專業訓練，心理測驗通常配合投射技術，了解消費者為何使用產品的深層感覺。</p>
態度衡量尺度	<p>通常以問卷量表來衡量消費者態度，最常使用為李克特量表（Likert Type of Scale），使用同意與不同意的陳述句，但使用時需兼具客觀性與廣泛性；語意差別法（Semantic Differential Scale）亦常被用來衡量態度，是利用一組兩個對立的形容詞所構成的，例如親切對不親切。問卷量表為一種可信及有效衡量態度的方法。</p>

資料來源整理自：王龍輝（2003）

### 2.4.3 態度的相關研究

綜合國內外對態度的研究，將態度相關文獻整理後，以應用於本研究：Cobern (1980)，認為態度決定一個人的言語和行爲。因此，對於一個即將離校的畢業生而言，習得正向的態度比學到精練的技巧和知識更爲重要。Farenga and Joyce (2003)，認為促進正向的科學態度是科學教育的重要目標之一，因爲許多學者研究證實正向的與科學相關的態度能成爲科學興趣和選擇科學課程的先驅。

鍾國俊 (2002)，Germann 在 1994 年的研究發現，一個對科學有正向態度的學生，它會對做科學實驗與相關活動有興趣，然後這些活動會提昇它的推理能力，進而促進認知發展，所以亦能產生正向的學習能力，影響科學知識的學習，並增進科學過程技能的獲得。

王茂晃 (2000)，探索連鎖書局消費者之購買決策行爲過程，以台北市分店數最多的二家連鎖書局爲研究對象，探討消費者對書局態度、書局選擇及滿意度之間的關聯，結果發現人口統計變數、生活型態、價值觀與資訊來源對消費者之對書局態度以及書局選擇有影響；對書局態度會影響書局選擇與滿意度，消費者傾向選擇態度較高的書局；不同書局選擇將會影響滿意度。

吳秀珍 (2001)，使用者態度與使用行爲意向關係之研究---以農產品行銷資訊系統爲例的研究發現，「使用者對使用資訊系統的態度」決定「使用者對使用資訊系統的行爲意向」，且「使用者對使用資訊系統的社會規範的態度」決定「使用者對使用資訊系統的行爲意向」。

林俊雄 (2002)，研究我國工職實施新課程後教師同仁工作態度與學校效能關係之研究，發現職教師在新課程實施後，因最高學歷、服務年資、任教科別之不同，而在工作態度上有顯著差異存在；工職教師在新課程實施後，今因學校歷史、學校規模、學校類別之不同，而在工作態度上有顯著差異存在；工職教師同仁之工作態度對學校效能有顯著之預測力。

陳郁方 (2002)，網路廣告之信念、態度及使用行爲研究發現：受訪者人口統計特性會影響其網路廣告信念、態度與使用行爲；網路廣告信念與網路廣告態度具顯著相關性；大學生網路廣告使用行爲與其人口統計特性、網路廣告信念和態

度有關。

邱宇民(2002)，以消費者觀點探討電子郵件廣告之適用性之研究發現：整體而言，國內消費者對於電子件廣告抱持偏負面的廣告態度，但也接受利用電子郵件做為廣告宣傳的媒介。顯然此媒介雖然存在著一些限制，但是其資訊的傳遞與個人化的特色也凸顯了它的機會；不同市場區隔的消費者包括在不同人口統計變數以及不同生活型態上，在廣告態度方面以及廣告規避行為上的確表現了不同程度之差異性；廣告態度、廣告規避行為與消費者處理電子郵件的方式上存在著密切之關係。

張燕麗(2002)，瞭解成人初期未婚女性與其母親在休閒態度、休閒滿意度以及憂鬱情緒三變項上的關聯性之研究發現：不同背景變項的成人初期未婚女性其休閒態度皆未達顯著差異；成人初期未婚女性的休閒態度與休閒滿意度具有顯著正相關；成人初期未婚女性的休閒態度與憂鬱情緒之相關雖達顯著水準，但相關值並不高；與朋友同住之成人初期未婚女性在整體休閒滿意度高於與家人同住者。

王龍輝(2003)，捷運遊客生活型態與捷運一日票使用態度及滿意度之研究結果發現，不同生活型態類型之遊客，在使用態度上，呈現顯著差異；不同生活型態類型之遊客對於捷運一日票之使用滿意度呈現顯著差異；與重購意願上無顯著差異，而對於一日票是否能增加其整體遊憩滿意度上，呈現出顯著差異；一日票使用態度與滿意度成正相關；而一日票使用滿意度與再購意願成正相關。

石坤龍(2009)，雲林縣國小學童休閒態度與滿意度之相關研究結果發現：學童的休閒態度頗為正向；且不同性別、年級、家庭狀況及父母管教態度的學童在休閒態度上有顯著差異；學童的休閒滿意度頗為正向；且不同性別與居住地的學童在休閒滿意度上有顯著差異；休閒態度與休閒滿意度兩變項間有顯著的正相關。

綜合上述，態度會對滿意度造成影響，且兩者間呈現正相關。態度之行為傾向並不等於實際的行為，但會影響到實際的行為。依據態度的二成分論，態度之行為傾向會受到內在的認知成分、情感成分的驅使，從研究中也發現態度會受到外在的生活型態、父母的管教方式、價值觀等因素影響。

## 2.5 體驗、滿意度與態度之相關研究

國內外有許多關於體驗、滿意度與態度的研究，從以下的研究可以發現體驗與態度皆會對滿意度產生正向影響；即體驗與態度愈正向時，滿意度也會隨之提升。同時態度也會影響體驗。茲將體驗、滿意度與態度的相關研究整理如表 2.12

表 2.10 體驗、滿意度與態度之相關研究

學 者 (年代)	相 關 研 究
張恕忠 (2002)	「遊客對休閒漁業活動之態度與體驗」之研究顯示：遊憩體驗與遊客之休閒態度相關。
黃副殷 (2003)	探討高雄市國中體育班學生休閒態度與休閒滿意度，結果發現：休閒態度與休閒滿意度有正面的影響。
范文嘉 (2003)	顧客參與、情緒體驗與顧客滿意度關係之探討－以星巴克為例 顧：客參與與顧客滿意度呈正相關；情緒體驗與顧客滿意度呈現正相關；顧客參與程度對情緒體驗與顧客滿意度關係之干擾上未具有顯著性。
陳俊男 (2004)	七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗與遊憩滿意度之研究顯示，遊客對遊憩環境屬性的實際體驗滿意度與整體滿意度之間有顯著相關。
李宗鴻、羅柳墀 黃蘭筠 (2005)	研究實證遊客的旅遊意象及態度，會直接影響遊客的遊憩滿意度。
莊秀婉 (2006)	臺灣北海岸衝浪參與者休閒體驗與滿意度之調查研究顯示：臺灣北海岸衝浪參與者在休閒體驗、休閒滿意度以及參與傾向之間有二個典型相關係數達顯著水準，顯示三者之間確有典型相關存在。
楊沛倫 (2009)	「人格特質、藝術態度對故宮博物院遊客體驗之影響」的研究實證發現：對於藝術越具有正面態度之遊客，在故宮博物院體驗感受上也越具正面。
石坤龍 (2009)	雲林縣國小學童休閒態度與滿意度之相關研究顯示：雲林縣國小學童的休閒態度與休閒滿意度兩變項間有顯著的正相關。

資料來源：本研究整理

## 第三章 研究設計與方法

本章節依據本研究目的及相關文獻為基礎，說明綜合文獻探討之結果，以及本研究所要達成之目的，建立本研究之研究架構及研究假設。

### 3.1 研究架構

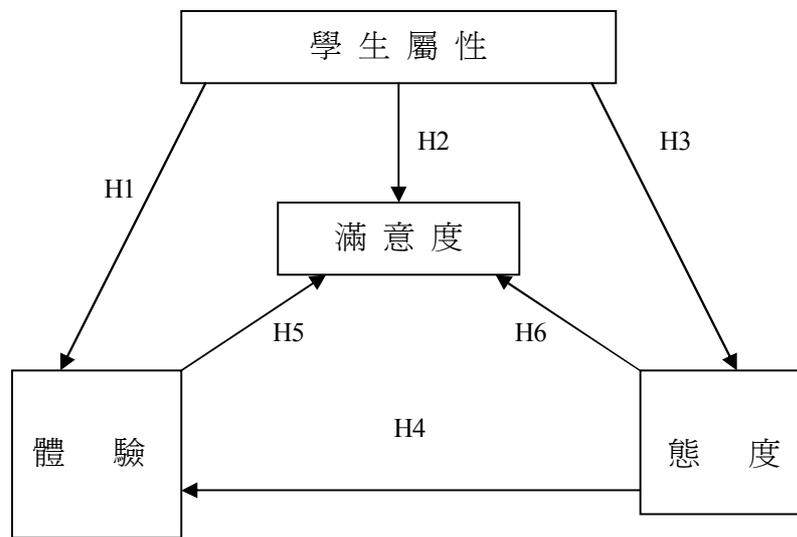


圖 3.1 研究架構

### 3.2 研究假設

- H1：不同屬性的學童在參觀花博的體驗上，有顯著差異。
- H2：不同屬性的學童在參觀花博滿的意度上，有顯著差異。
- H3：不同屬性的學童在參觀花博的態度上，有顯著差異。
- H4：學童參觀花博時的態度與體驗，有顯著相關。
- H5：學童參觀花博時的體驗與滿意度，有顯著相關。
- H6：學童參觀花博時的態度與滿意度，有顯著相關。

### 3.3 問卷設計

本問卷的設計分為四個部份，其中體驗問項乃參閱：九年一貫課程能力指標、甘蘭（2009）以懷舊情境探討文化創意產業之體驗行銷等相關文獻與研究、楊景駿（2010）國中學生之運動觀賞體驗和體育態度對上體育課動機之影響、吳運全（2002）環境態度與遊憩體驗關係之研究－以綠島生態旅遊為例；滿意度的問項乃參閱：九年一貫課程能力指標、石坤龍（2009）雲林縣國小學童休閒態度與滿意度之相關研究、黃秀卿（2006）觀光節慶活動遊客吸引力、滿意度與忠誠度之研究－以 2006 年世界卡通博覽會為例；態度的問項乃參閱：九年一貫課程能力指標、石坤龍（2009）雲林縣國小學童休閒態度與滿意度之相關研究、林本源（2002）編制中小學學生體育態度量表之研究、楊景駿（2010）國中學生之運動觀賞體驗和體育態度對上體育課動機之影響，編擬出適合本研究的變項。

問卷的調查對象是以實際前往花博做戶外教學的高年級學童為主。問卷設計共分為四大部分，第一部份體驗的問項依策略體驗模組分為感官、情感、思考、行動、關聯五個因素，計 17 題。第二部份滿意度的問項分為資訊與服務、心理層面、與展演內容三個因素，計 15 題。第三部份態度的問項分為環境認知、行為傾向、情意三個因素，計 13 題。

其中第一部分至第三部份，皆採用李克特（Likert）五點量表計分，量尺計分方式從同意程度最低至最高：「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」採取 1 至 5 分計算。第四部分則為基本資料問項包含了性別、居住地、父親的職業、母親的職業、家庭結構，停留時間共 6 題。茲說明如下：

## 1. 體驗的問項

這個構面分為「感官」、「情感」、「思考」、「行動」、「關聯」五個因素及 17 個問項，包含的項整理如表 3.1

表 3.1 體驗問項分布表

因素	問 項
感 官	A1.參觀花博能滿足我的視覺享受
	A2.花博的風貌讓我留連忘返
	A3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光
	A4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光
	A5 花博的吉祥物（五隻花博的娃娃）造型很可愛
情 感	A6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣
	A7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的
	A8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術等
思 考	A9.我只會提到「花博會」的優點
	A10.參觀後會讓我省思生活的意義
	A11.各展館的主題，能引發我的好奇心
行 動	A12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害
	A13.這次的參觀活動，增進我和同學之間的互動
	A14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷
關 聯	A15.參觀花博時我會想要拍照留念
	A16.有機會我還會想再來參觀一次
	A17.我會推薦「花博會」給親朋好友

## 2.滿意度的問項

這個構面分爲「資訊與服務」、「心理層面」、「展演內容」三個因素及 15 個問項，包含的問項整理如表 3.2

表 3.2 滿意度問項分布表

因 素	問 項
資訊與服務	B1.參觀的動線是流暢且寬敞的
	B2.花博會的整體環境清潔、衛生
	B3.導覽摺頁的說明清楚易懂
	B4.花博園區的指示、標誌清楚
	B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊
	B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務
	B7.園區提供足夠的休息地
心理層面	B8.花博的面貌是多樣的，如：有動態體驗、靜態參觀等
	B9.我對花博所提供的表演節目相當滿意
	B10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待
	B11.花博會的紀念品相當吸引人
展演內容	B12.「花博會」可以拋開許多煩惱
	B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致
	B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快
	B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給

### 3.態度的問項

這個構面分爲「環境認知」、「行爲傾向」、「情感」三個因素及 13 個問項，包含的問項整理如表 3.3

表 3.3 態度問項分布表

因素	問項
環境 認 知	C1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的
	C2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物
	C3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物
	C4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法
	C5.參觀花博讓我覺得收穫很多
行爲 傾 向	C6.我認爲參觀花博會是有意義的
	C7.戶外教學前我會注意花博的相關資訊
	C8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗
	C9.參觀的過程我會專注的欣賞
	C10.我很期待這一次的參觀
情 意	C11.這一次的參觀增進了我的人際關係
	C12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行
	C13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關訊息

### 4.基本資料

這個部份的問項爲：性別、居住地、父親的職業、母親的職業、家庭結構，停留時間，共 6 題。

### 3.4 抽樣方式與限制

本研究是以實際到花博做戶外教學知高年級學童為抽樣母體，採用便利抽樣方式進行，樣本的來源係委託嘉義及台北地區的老師於戶外教學後請學生填寫問卷，但無法平均分配學校之比例，此為限制一。問卷發放的時間是於100年3月1日至100年5月31日為期兩個月，總計發放 410份，扣除填答不完整之無效問卷11份，有效問卷共計399份，回收率達97%。

### 3.5 資料處理與分析

待問卷回收後，先將填答不全之問卷予以刪除，再將有效資料予以編碼建檔，再使用SPSS 12.0統計軟體進行資料的處理與分析。採用的分析方法如下：

#### 1.信度分析 (Reliability Analysis)：

信度是指一個測量的正確性或精確性，目的在於檢驗測量本身是否穩定。研究者可透過信度分析來衡量問卷題目之間的一致性與穩定性。根據 Cuieford (1965) 所提出 Cronbach's  $\alpha$  係數的穩定性標準，數值大於 0.7 為高信度。本研究體驗問項信度達 0.939、滿意度問項信度達 0.941、態度問項信度達 0.928，量表總信度達 0.975 皆達到 0.7 屬高信度標準。

#### 2.效度分析 (Validity Analysis)：

指測驗分數的正確性，即測驗或其他測量工具真正能夠測得其所要測量的構面程度。測量的效度越高，表示其結果越能達到所要測量的真正特質。本研究採用區別效度 (Discriminant Validity) 來檢視問卷的正確性。

#### 3.描述性統計分析 (Descriptive Statistical Analysis)：

- (1) 以次數分配、百分比來瞭解有效樣本的基本資料分布情形。
- (2) 利用平均數及標準差分析學生到花博戶外教學後之體驗、滿意度、態度等變項上的分布情形。

#### 4.獨立樣本 t 檢定 (Independent-Sample T Test)：

此檢定方法是用來了解兩個獨立樣本間之平均數是否有差異存在，本研究利用

此方法檢驗不同性別、不同居住地和父親的職業不同的學生在體驗、滿意度、態度之差異情形。

#### 5.單因子變異數分析 (One Way ANOVA Analysis) :

目的在比較兩個或兩個以上的樣本平均值，以一個因子或變數為自變數，執行某個依變數的變異數分析。本研究為分析學生之母親職業及家庭結構等不同的學生屬性，在體驗、滿意度、態度之差異情形，若有顯著差異則採用雪費法 (Scheffe Method) 進行事後比較，檢視其差異情形。

#### 6.因素分析 (Factor Analysis) :

因素分析的目的是用來定義潛在的構面，可使用較少的構面來顯示原先的資料，而又能保存原有資料結構所提供的大部分資訊。由於潛在的因子無法直接測量，我們可以透過這個方式來發掘這些概念的結構成份，以定義出結構的各個構面，以及每個構面包含了哪些變數。

#### 7.皮爾森相關分析 (Pearson's Product-Moment) :

用以檢驗兩個變項線性關係，得知兩個變項間的關聯情形。得到的相關係數  $r$  為 1.00，表示變項關聯程度為完全相關；相關係數  $r$  介於 0.70~0.99 表示關聯程度為高度相關；相關係數  $r$  介於 0.40~0.69，表示關聯程度為中度相關；相關係數  $r$  在 0.40 以下，表示關聯程度為低度相關。本研究以皮爾森相關分析來考驗體驗、態度與滿意三者間的相關性。

## 第四章 研究結果與分析

本章共分為八小節，第一節為學生屬性分析、第二節為體驗分析、第三節為滿意度分析、第四節為態度分析、第五節為差異分析、第六節為相關分析、第七節為教師回饋單分析、第八節為討論。

### 4.1 學生屬性分析

本研究問卷設計中這個部份的問項為：性別、居住地、父親的職業、母親的職業、家庭結構，共 5 題，如表 4.1 所示。

#### 1. 性別

在性別的部份男生有 195 人 (48.9%)，女生有 204 人 (51.1%)，受測男、女生人數比例相差約 2.2%，顯示女生略多於男生。

#### 2. 居住地

住在嘉義有 233 人 (58.4%)，住在台北有 166 人 (41.6%)，以嘉義地區的學童居多。

#### 3. 父親的職業

白領階級：服務業人 117 人、軍公教 22 人、商業 63 人，總共 202 人 (50.63%)；藍領階級：工業 109 人、自由業 41 人、農林漁牧 18 人，總共 168 人 (42.11%)；其他 16 人、待業中 13 人，總共 29 人 (7.27%)。由資料顯示以白領階級居多。

#### 4. 母親的職業

白領階級：服務業 163 人、軍公教 15 人、商業人 43，共 221 人 (55.39%)；藍領階級：工業 46 人、自由業 23 人、農林漁牧 14 人，共 83 人 (20.08%)；家庭主婦 87 人 (21.8%)；其他 9 人 (2.26%)，由資料顯示白領階級居多。

#### 5. 家庭結構

和父母同住 302 人 (75.7%)、其他 31 人 (7.8%)、和母親同住或父親同住共 44 人 (11%)、只和祖父母同住 21 人 (5.3%)，以和父母同住者為最多。

表 4.1 學生基本資料分析表 (n=399)

基本資料變項		次數	百分比 (%)	排序	
性別	男生	195	48.9	2	
	女生	204	51.1	1	
居住地	嘉義	233	58.4	1	
	台北	166	41.6	2	
父親職業	白領 階級	軍公教	22	5.5	5
		商業	63	15.8	3
		服務業	117	29.3	1
	藍領 階級	工業	109	27.3	2
		農林漁牧	18	4.5	6
		自由業	41	10.3	4
	其他	待業中	13	3.3	8
		其他	16	4.0	7
母親職業	白領 階級	軍公教	15	3.6	6
		商業	43	10.8	4
		服務業	163	40.9	1
	藍領 階級	工業	46	11.5	3
		農林漁牧	14	3.4	7
		自由業	23	5.8	5
	家庭主婦	87	21.8	2	
	其他	9	2.3	8	
家庭結構	和父母同住	302	75.9	1	
	只和祖父、母同住	21	5.3	4	
	和母親同住	27	6.8	3	
	和父親同住	17	4.3	5	
	其他	31	7.8	2	

## 4.2 體驗分析

### 4.2.1 學童體驗之描述統計分析

本研究於體驗研擬 17 個問項，針對到花博做戶外教學的高年級學童做調查，利用統計做信度分析及各因素之平均數分析，平均數越高代表體驗愈深刻，接受調查的高年級學童到花博參觀後的體驗平均數介於 4.36~3.60 之間，結果如表 4.2 所示，其中排列前 6 名的問項為：這次的參觀我覺得是豐富又有趣的、參觀花博時我會想要拍照留念、參觀花博能滿足我的視覺享受、這次的參觀活動增進我和同學之間的互動、參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的、參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷，變數包含了情感、關聯、感官、行動等四個因素，顯示學童的體驗所包含的面向廣泛，與排名第一的問項「這次的參觀我覺得是豐富又有趣的」相呼應。問項平均數最低為：我只會提到「花博會」的優點，顯示受調查的高年級學童在參訪的體驗中覺得「花博會」仍有不足之處，但平均數仍達 3.60 顯示學生的體驗仍呈正向。體驗部份的總 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.77，屬於高信度。

五個因素的平均數分別為：感官體驗的平均數為 4.21、情感體驗的平均數為 4.10、思考體驗的平均數為 4.20，行動體驗的平均數為 4.11、關聯體驗的平均數為 4.21，得分最高至最低依序為感官體驗、關聯體驗、思考體驗、行動體驗、情感體驗，足見在這次的戶外教學中學生對於花博之園藝造景、景觀設計及花海景觀等部分，能滿足視覺享受的部份感到最滿意。

表 4.2 體驗各問項得分情形摘要表

因素名稱	變 項 名 稱	平均數	標準差	細項 排序	排序
感 官	1.參觀花博能滿足我的視覺享受	4.33	0.81	1	3
	2.花博的風貌讓我留連忘返	4.20	0.86	4	9
	3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光	4.21	0.82	3	8
	4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光	4.05	0.89	5	16
	5.花博的吉祥物（五隻花博娃娃）造型很可愛	4.25	0.81	2	7
情 感	6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣的	4.36	0.84	1	1
	7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的	4.27	0.75	2	5
	8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術等	4.14	0.85	3	12
思 考	9.我只會提到「花博會」的優點	3.60	0.96	3	17
	10.參觀後會讓我省思生活的意義	4.08	0.83	2	14
	11.各展館的主題，能引發我的好奇心	4.17	0.80	1	10
行 動	12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害	4.13	1.01	3	13
	13.這次的參觀活動，增進我和同學之間的互動	4.28	0.88	1	4
	14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷	4.26	0.78	2	6
關 聯	15.參觀花博時我會想要拍照留念	4.35	0.88	1	2
	16.有機會我還會想再來參觀一次	4.06	0.98	3	15
	17.我會推薦「花博會」給親朋好友	4.14	0.99	2	11
Cronbach's $\alpha$ 值		0.77			

資料來源：本研究整理

## 4.2.2 體驗因素分析

針對本研究399份有效問卷，對體驗之問項做KMO取樣適切性檢定檢定值為0.948，Bartlett球形檢定卡方值為4042.922，且檢定之水準為0.000達顯著水準，表示本研究之問項適合進一步做因素分析，以萃取體驗之構面並簡化問項進行信度分析，了解各構面之可信度，結果如表4.3所示。本研究因素之命名係根據Schmitt（1999）所提的體驗行銷「感官、情感、思考、行動、關聯」之策略體驗模組。

### 因素一：感官

包含問項為A1.參觀花博能滿足我的視覺享受、A2.花博的風貌讓我留連忘返、A3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光、A4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光、A5花博的吉祥物（五隻花博娃娃）造型可愛等五個問項，其解釋變異量為17.43%，特徵值為0.99，Cronbach's  $\alpha$ 值為0.91，因素平均素為0.70。

### 因素二：關聯

包含問項為 A15.參觀花博時我會想要拍照留念、A16.有機會我還會想再來參觀一次、A17.我會推薦「花博會」給親朋好友等三個問項，其解釋變異量為17.14%，特徵值為3.94，Cronbach's  $\alpha$ 值為0.77，因素平均素為0.69。

### 因素三：思考

包含問項為 A9 我只會提到「花博會」的優點、A10.參觀後會讓我省思生活的意義、A11.各展館的主題，能引發我的好奇心等三個問項，其解釋變異量為12.63%，特徵值為2.89，Cronbach's  $\alpha$ 值為0.71，因素平均素為0.62。

### 因素四：情感

包含問項為 A6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣的、A7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的、A8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術等三個問項，其解釋變異量為12.63%，特徵值為2.90，Cronbach's  $\alpha$ 值為0.77，因素平均素為0.62。

### 因素五：行動

包含問項為A12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害、A13.這次的參

觀活動增進我和同學的互動、A14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷等三個問項，其解釋變異量為12.55%，特徵值為2.84，Cronbach's  $\alpha$ 值為0.71，因素分數為0.63。

表 4.3 體驗因素分析表

因素	變項名稱	因素負荷量	轉軸平方和負荷量		因素分數
			特徵值	解釋變異量%	
感官	A3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光	0.82	3.99	17.43	0.70
	A1.參觀花博能滿足我的視覺享受	0.75			
	A4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光	0.72			
	A2.花博的風貌讓我留連忘返	0.69			
	A5.花博的吉祥物（五隻花博娃娃）造型可愛	0.55			
情感	A6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣的	0.85	2.89	12.63	0.62
	A8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術等	0.51			
	A7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的	0.51			
思考	A9.我只會提到「花博會」的優點	0.82	2.87	12.52	0.63
	A10.參觀後會讓我省思生活的意義	0.56			
	A11.各展館的主題，能引發我的好奇心	0.51			
行動	A12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害	0.87	2.84	12.55	0.63
	A14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷	0.52			
	A13.這次的參觀活動增進我和同學的互動	0.50			
關聯	A17.我會推薦「花博會」給親朋好友	0.76	3.94	17.14	0.69
	A16.有機會我還會想再來參觀一次	0.69			
	A15.參觀花博時我會想要拍照留念	0.61			
解說總變異量%			72.28		

資料來源：本研究整理

### 4.2.3 體驗信效度分析

在信度考驗方面，本研究以內部一致性係數為各量表進行考驗，結果顯示，在國小學童參觀花博的體驗量表中「感官體驗」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.91；「情感體驗」因素分量 Cronbach's  $\alpha$  0.77；「思考體驗」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.71；「行動體驗」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.71；「關聯體驗」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.77。總量表 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.77，顯示參觀花博的體驗量表具有高的信度，如 4.4 表所示。

表4.4 體驗信度分析

分量表	內 含 題 目	題 數	Cronabach' $\alpha$
感官體驗	A1、A2、A3、A4、A5	5	0.91
情感體驗	A6、A7、A8	3	0.77
思考體驗	A9、A10、A11	3	0.71
行動體驗	A12、A13、A14	3	0.71
關聯體驗	A15、A16、A17	3	0.77
總 量 表		17	0.77

資料來源：本研究整理

在效度考驗方面，本研究採用區別效度分析體驗之問項，萃取因素負荷量 0.5 以上為同一因成分，結果如表 4.5

表 4.5 體驗效度分析

	成 份				
	1	2	3	4	5
A3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光	<b>.815</b>	.205	.152	.243	.112
A1.參觀花博能滿足我的視覺享受	<b>.751</b>	.118	.320	.227	.217
A4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光	<b>.718</b>	.442	.247	.053	.088
A2.花博的風貌讓我留連忘返	<b>.687</b>	.531	.229	.122	.181
A5 花博的吉祥物（五隻花博娃娃）造型可愛	<b>.547</b>	.334	.334	.242	.268
A17.我會推薦「花博會」給親朋好友	.259	<b>.764</b>	.293	.160	.160
A16.有機會我還會想再來參觀一次	.292	<b>.690</b>	-.008	.287	.247
A15.參觀花博時我會想要拍照留念	.276	<b>.612</b>	.436	.122	.021
A9 我只會提到「花博會」的優點	.303	.215	<b>.820</b>	.085	.129
A10.參觀後會讓我省思生活的意義	.324	.175	<b>.558</b>	.284	.308
A11.各展館的主題，能引發我的好奇心	.008	.428	<b>.511</b>	.426	.292
A6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣的	.176	.130	.339	<b>.853</b>	-.018
A8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術	.406	.295	-.101	<b>.511</b>	.364
A7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的	.481	.317	.110	<b>.507</b>	.366
A12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害	.118	.112	.186	.054	<b>.867</b>
A14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷	.409	.226	.331	.197	<b>.522</b>
A13.這次的參觀活動增進我和同學的互動	.386	.273	.120	.425	<b>.502</b>

## 4.3 滿意度分析

### 4.3.1 滿意度之描述統計分析

由表4.6顯示學生在滿意度構面以「心理層面」的滿意度為最高，依序為資訊與服務、展演內容。

#### 1. 資訊與服務部分：

問項平均值排序分別為：B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊之平均數為 4.11、B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務平均數為 4.16、B2.花博會的整體環境清潔、衛生之平均數為 4.14、B4.花博園區的指示、標誌清楚之平均數為 4.13、B3.導覽摺頁的說明清楚易懂之平均數為 4.11、B7.園區提供足夠的休息地方之平均數為 4.07、B1.參觀的動線是流暢且寬敞的之平均數為 3.92，總平均數為 4.10。

#### 2. 展演內容部分：

問項平均值排序分別為：B8.花博的面貌是多樣的，如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動等之平均數為 4.22。、B10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待之平均數為 4.06、B11.花博會的紀念品相當吸引人之平均數為 4.05、B9.我對花博所提供的表演節目相當滿意之平均數為 3.99，總平均數為 4.08。

#### 3. 心理層面部分：

問項平均值排序分別為：B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致之平均數為 4.38、B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給之平均數為 4.27、B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快之平均數為 4.27、B12.「花博會」可以拋開許多煩惱之平均數為 4.03，總平均數為 4.24。

表 4.6 滿意度各問項得分情形摘要表

因素	變項名稱	平均數	標準差	細項排序	排序
資訊與服務	B1.參觀的動線是流暢且寬敞的	3.92	1.00	7	15
	B2.花博會的整體環境清潔、衛生	4.14	0.89	3	7
	B3.導覽摺頁的說明清楚易懂	4.11	0.87	5	9
	B4.花博園區的指示、標誌清楚	4.13	0.84	4	8
	B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊	4.16	0.85	1	5
	B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務	4.16	0.87	2	6
	B7.園區提供足夠的休息地方	4.07	0.98	6	10
展演內容	B8.花博的面貌是多樣的。如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動等	4.22	0.79	1	4
	B9.我對花博所提供的表演節目相當滿意	3.99	0.87	4	14
	B10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待	4.06	0.85	2	11
	B11.花博會的紀念品相當吸引人	4.05	1.01	3	12
心理層面	B12.「花博會」可以拋開許多煩惱	4.03	0.94	4	13
	B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致	4.38	0.78	1	1
	B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快	4.27	0.81	3	3
	B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給	4.27	0.84	2	2
Cronbach's $\alpha$ 值		0.94			

資料來源：本研究整理

### 4.3.2 滿意度因素分析

本研究滿意度問項之 KMO 值為 0.935，Bartlett 球形檢定卡方值為 3964.079，且檢定之水準為 0.000 達顯著水準，顯示適合進一步做因素分析，共歸納出三因素，並根據問項之特性分別命名為「資訊與服務」、「展演內容」和「心理層面」。其解釋總變異量達 68.82%，分別說明如表 4.7。

#### 因素一：資訊與服務

包含的問項為：B1.參觀的動線是流暢且寬敞的、B2.花博會的整體環境清潔、衛生、B3.導覽摺頁的說明清楚易懂、B4.花博園區的指示、標誌清楚、B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊、B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務、B7.園區提供足夠的休息地方。其解釋總變異量為 27.43%，特徵值為 4.11，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.90，因素平均素為 0.69。

#### 因素二：展演內容

包含的問項為：B8.花博的面貌是多樣的，如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動……等。B9.我對花博所提供的節目相當滿意、B10.花博所提供的園區景觀符合我的期待、B11.花博會的紀念品相當吸引人等四個問項。其解釋總變異量為 18.51%，特徵值為 2.78，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.83，因素平均素為 0.64。

#### 因素三：心理層面

包含的問項為：B12.「花博會」可以拋開許多煩惱、B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致、B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快、B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給等四個問項。其解釋總變異量為 22.88%，特徵值為 3.43，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.88，因素平均素為 0.76。

表 4.7 滿意度因素分析表

因素分析	變項名稱	因素負荷量	轉軸平方和負荷量		因素分數	Cronbach's $\alpha$
			特徵值	解釋變異量%		
資訊與服務	B1.參觀的動線是流暢且寬敞的	0.80	4.11	27.43	0.69	0.90
	B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務	0.72				
	B2.花博會的整體環境清潔、衛生	0.70				
	B7.園區提供足夠的休息地方	0.67				
	B3.導覽摺頁的說明清楚易懂	0.65				
	B4.花博園區的指示、標誌清楚	0.65				
	B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊	0.64				
展演內容	B10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待	0.70	2.78	18.51	0.64	0.83
	B9.我對花博所提供的表演節目相當滿意	0.69				
	B8.花博的面貌是多樣的，如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動.....等。	0.68				
	B11.花博會的紀念品相當吸引人	0.50				
心理層面	B12.「花博會」可以拋開許多煩惱	0.79	3.43	22.88	0.76	0.88
	B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快	0.79				
	B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給	0.77				
	B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致	0.71				
解說總變異量%			68.82			

資料來源：本研究整理

### 4.3.3 滿意度信效度分析

在信度考驗方面，本研究以內部一致性係數為各量表進行考驗，結果顯示，在國小學童參觀花博的滿意度量表中「資訊、服務層面」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.90；「展演內容層面」因素分量 Cronbach's  $\alpha$  0.83；「心理層面」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.88。總量表 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.87，顯示參觀花博的滿意度量表具有高的信度，如表 4.8 所示。

表4.8 滿意度信度分析

分量表	內 含 題 目	題 數	Cronbach's $\alpha$
資訊與服務層面	B1、B2、B3、B4、B5、B6、B7	7	0.90
展演內容層面	B8、B9、B10、B11	4	0.83
心理層面	B12、B13、B14、B15	4	0.88
總 量 表		15	0.87

資料來源：本研究整理

在效度考驗方面，本研究採用區別效度分析滿意度之變數，萃取因素負荷量 0.5 以上為同一因成分，結果如表 4.9

表 4.9 滿意度效度分析

	成 份		
	1	2	3
B1.參觀的動線是流暢且寬敞的	<b>.796</b>	.375	-.033
B6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務	<b>.724</b>	.227	.308
B2.花博會的整體環境清潔、衛生	<b>.697</b>	.276	.291
B7.園區提供足夠的休息地方	<b>.667</b>	.079	.389
B3.導覽摺頁的說明清楚易懂	<b>.650</b>	.370	.343
B4.花博園區的指示、標誌清楚	<b>.647</b>	.325	.419
B5.花博的官方網站提供了詳細的資訊	<b>.637</b>	.152	.407
B10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待	.340	<b>.704</b>	.112
B9.我對花博所提供的表演節目相當滿意	.109	<b>.687</b>	.409
B8.花博的面貌是多樣的，如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動等。	.212	<b>.684</b>	.302
B11.花博會的紀念品相當吸引人	.386	<b>.501</b>	.246
B12.「花博會」可以拋開許多煩惱	.241	.436	<b>.793</b>
B14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快	.336	.319	<b>.785</b>
B15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給	.384	.232	<b>.769</b>
B13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致	.372	.460	<b>.705</b>

資料來源：本研究整理

## 4.4 態度分析

### 4.4.1 態度描述統計分析

由表 4.10 顯示學生參觀花博的態度構面排序分別為環境認知的部份、行為傾向的部分最後為情意的部份，每題平均分數皆大於 3 分，足見學童的環境認知態度、行為傾向與情意態度都為正向。

#### 1.環境認知的部份

問項平均值排序分別為：C4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法之平均數為 4.4010、C3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物之平均數為 4.34、C2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物之平均數為 4.31、C1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的之平均數為 4.28、C5.參觀花博讓我覺得收穫很多之平均數為 4.28。總平均數為 4.32。

#### 2.行為傾向的部分

問項平均值排序分別為：C10.我很期待這一次的參觀之平均數為4.29、C6.我認為參觀花博會是有意義的之平均數為4.28、C9.參觀的過程我會專注的欣賞之平均數為4.21、C8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗之平均數為4.10、C7.戶外教學前我會注意花博的相關資訊之平均數為3.93，總平均數為4.16。

#### 3.情意的部份

問項平均值排序分別為：C12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行之平均數為 3.96、C11.這一次的參觀增進了我的人際關係之平均數為 3.85、C13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關訊息之平均數為 3.80，總平均數為 3.87。

表 4.10 態度各問項得分情形摘要表

因素	變項名稱	平均數	標準差	細項排序	排序
環境 認知	C1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的	4.28	0.88	4	5
	C2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物	4.31	0.82	3	3
	C3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物	4.34	0.71	2	2
	C4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法	4.40	0.71	1	1
	C5.參觀花博讓我覺得收穫很多	4.28	0.80	5	7
行為 傾向	C6.我認為參觀花博會是有意義的	4.28	0.83	2	6
	C7.戶外教學前我會注意花博的相關資訊	3.93	0.95	5	11
	C8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗	4.10	0.88	4	9
	C9.參觀的過程我會專注的欣賞	4.21	0.81	3	8
	C10.我很期待這一次的參觀	4.29	0.88	1	4
情意	C11.這一次的參觀增進了我的人際關係	3.81	0.94	2	12
	C12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行	3.96	0.95	1	10
	C13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關訊息	3.80	0.98	3	13
Cronbach's $\alpha$ 值		0.93			

資料來源：本研究整理

#### 4.4.2 態度因素分析

本研究態度問項之 KMO 值為 0.942，Bartlett 球形檢定卡方值為 2977.971，且檢定之水準為 0.000 達顯著水準，顯示適合進一步做因素分析，共歸納出三因素，並根據問項之特性分別命名為「環境認知」、「行為傾向」和「情意」。其解釋總變異量達 67.36%，分別說明如表 4.11

##### 因素一：環境認知

包含的問項為：C1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的、C2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物、C3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物、C4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法、C5.參觀花博讓我覺得收穫很多。其解釋總變異量為 25.51%，特徵值為 3.32，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.86，因素平均素為 0.70。

##### 因素二：行為傾向

包含的問項為：C6.我認為參觀花博會是有意義、C7.戶外教學前我會注意花博的相關資訊、C8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗、C9.參觀的過程我會專注的欣賞、C10.我很期待這一次的參觀。其解釋總變異量為 27.28%，特徵值為 3.55，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.87，因素平均素為 0.67。

##### 因素三：情意

包含的問項為：C11.這一次的參觀增進了我的人際關係、C12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行、C13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關訊息。其解釋總變異量為 14.56%，特徵值為 1.89，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.74，因素平均素為 0.66。

表 4.11 態度因素分析

因素	變項名稱	因素 負荷 量	轉軸平方和 負荷量		因素 分數	Cronbach's $\alpha$
			特徵 值	解釋變 異量%		
環境 認 知	C1.參觀花博後，能讓我注意到 環境保護和自己是息息相關的	0.73	3.32	25.51	0.70	0.86
	C2.這次的參觀我可以認識更多的 花卉植物	0.79				
	C3.這次的參觀讓我能夠學習欣 賞美的事物	0.77				
	C4.「流行館-遠東環生方舟」利 用回收寶特瓶等組合而成，改變 了我對回收物品再利用的看法	0.64				
	C5.參觀花博讓我覺得收穫很多	0.58				
行 為 傾 向	C6.我認為參觀花博會是有意義	0.52	3.55	27.28	0.67	0.87
	C7.戶外教學前我會注意花博的 相關訊息	0.73				
	C8.我會和同學或家人分享參觀 「花博」的經驗	0.65				
	C9.參觀的過程我會專注的欣賞	0.75				
	C10.我很期待這一次的參觀	0.70				
情 意	C11.這一次的參觀增進了我的 人際關係	0.54	1.89	14.56	0.66	0.74
	C12.參觀花博可以讓我覺得跟 的上流行	0.88				
	C13.參觀後仍會持續注意「花 博」的相關資訊	0.55				
解說總變異量%			67.36			

資料來源：本研究整理

### 4.4.3 態度信效度分析

在效度考驗方面，本研究採用區別效度分析滿意度之問項，萃取因素負荷量 0.5 以上為同一因成分，結果如表 4.12

表 4.12 態度效度分析

	成 份		
	1	2	3
C1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的	<b>.725</b>	.413	.086
C2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物	<b>.787</b>	.261	.147
C3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物	<b>.766</b>	.313	.259
C4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法	<b>.639</b>	.378	.299
C5.參觀花博讓我覺得收穫很多	<b>.581</b>	.251	.465
C9.參觀的過程我會專注的欣賞	.401	<b>.747</b>	.372
C7.戶外教學前我會注意花博的相關訊息	.231	<b>.725</b>	.333
C10.我很期待這一次的參觀	.276	<b>.697</b>	.309
C8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗	.321	<b>.647</b>	.044
C6.我認為參觀花博會是有意義	.392	<b>.517</b>	.067
C12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行	.419	.381	<b>.881</b>
C13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關資訊	.157	.156	<b>.546</b>
C11.這一次的參觀增進了我的人際關係	.454	.241	<b>.539</b>

資料來源：本研究整理

在信度考驗方面，本研究以內部一致性係數為各量表進行考驗，結果顯示，在國小學童參觀花博的滿意度量表中「認知」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.8；「行為傾向」因素分量 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.87；「情意」因素分量表的 Cronbach's  $\alpha$  為 0.88。總量表 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.87，顯示參觀花博的滿意度量表具有高的信度，如表 4.13 所示。

表4.13 態度信度分析

分量表	內含題目	題數	Cronbach's $\alpha$
環境認知	C1、C2、C3、C4、C5	5	0.86
行為傾向	C6、C7、C8、C9、C10	5	0.87
情意	C11、C12、C13	3	0.88
總量表		13	0.87

資料來源：本研究整理

## 4.5 差異分析

本研究將以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數探討不同屬性的學生在體驗、滿意度、態度各構面變項上，是否具有顯著差異存在 ( $p < 0.05$ )，若有顯著存在，再針對具有差異的項目進行 Scheffe 多重比較，以更進一步了解不同屬性間之差異情形。整體樣本的學生屬性包含性別、居住地、父親職業、母親職業、家庭結構五個部份，分析結果如下：

### 4.5.1 學生屬性對各構面之差異分析

#### 4.5.1 t 考驗在性別、居住地與父親職業對各構面之分析

## 1.性別

從表 4.14 可以發現性別不同的學生在參觀花博的體驗構面無顯著的差異。

表 4.14 性別與體驗之差異檢定

構面	因素	性別	平均數	標準差	T 值	P 值
體驗	感官	男=195	-0.06	1.15	-1.22	0.22
		女=204	0.06	.083		
	情感	男=195	0.05	1.10	0.91	0.36
		女=204	-0.05	0.90		
	思考	男=195	0.10	1.07	1.86	0.63
		女=204	-0.09	0.93		
	行動	男=195	-0.03	1.00	-0.63	0.53
		女=204	0.03	1.00		
	關聯	男=195	-0.01	0.96	-0.25	0.80
		女=204	0.01	1.04		

資料來源：本研究整理

從表 4.15 可以發現性別不同的學生在參觀花博的滿意度的構面無顯著的差異。

表 4.15 性別與滿意度之差異檢定

構面	因素	性別	平均數	標準差	T 值	P 值
	資訊與服務	男=195	0.13	0.90	2.64	0.08
		女=204	-0.13	1.08		
	展演活動	男=195	-0.03	1.09	-0.66	0.51
		女=204	0.03	0.91		
	心理層面	男=195	-0.04	1.00	-0.75	0.45
		女=204	0.04	1.00		

資料來源：本研究整理

從表 4.16 可以發現性別不同的學生在參觀花博的態度構面無顯著的差異。

表 4.16 性別與態度之差異檢定

構面	因素	性別	平均數	標準差	T 值	P 值
態 度	環境認知	男=195	-0.07	1.00	-1.14	0.26
		女=204	0.07	1.00		
	行為傾向	男=195	-0.06	1.03	-1.34	0.18
		女=204	0.06	0.97		
	情 意	男=195	0.09	1.00	1.73	0.09
		女=204	-0.08	1.00		

資料來源：本研究整理

## 2. 居住地

從表 4.17 可以發現居住地不同的學生，在參觀花博的體驗之感官、情感、思考與行動因素沒有顯著差異，但在關聯因素達顯著差異。

表 4.17 居住地與體驗之差異檢定

構面	因素	居住地	平均數	標準差	T 值	P 值
體 驗	感 官	嘉 義=233	-0.00	0.99	0.10	0.92
		台 北=166	-0.01	1.02		
	情 感	嘉 義=233	0.04	1.01	1.19	0.23
		台 北=166	-0.10	0.97		
	思 考	嘉 義=233	-0.04	1.01	-1.18	0.24
		台 北=166	0.10	0.98		
	行 動	嘉 義=233	0.03	1.00	0.78	0.44
		台 北=166	-0.07	1.01		
	關 聯	嘉 義=233	-0.07	0.38	-1.81	0.04*
		台 北=166	0.16	1.79		

註：\*代表  $P \leq 0.05$

資料來源：本研究整理

從表 4.18 可以發現居住地不同的學生在參觀花博的滿意度的構面無顯著的差異。

表 4.18 居住地與滿意度之差異檢定

構面	因素	居住地	平均數	標準差	T 值	P 值
滿意度	資訊與服務	嘉義=233	-0.05	1.00	0.18	0.86
		台北=166	0.11	1.00		
	展演內容	嘉義=233	0.04	0.98	-0.84	0.40
		台北=166	-0.12	1.05		
	心理層面	嘉義=233	-0.06	0.40	-1.53	0.13
		台北=166	0.15	1.79		

資料來源：本研究整理

從表 4.19 可以發現居住地不同的學生在參觀花博的態度構面無顯著的差異。

表 4.19 居住地與態度之差異檢定

構面	因素	居住地	平均數	標準差	T 值	P 值
態度	環境認知	嘉義=233	0.01	0.98	0.18	0.40
		台北=166	-0.01	1.06		
	行為傾向	嘉義=233	-0.04	1.00	-0.84	0.40
		台北=166	0.07	1.00		
	情意	嘉義=233	-0.05	0.16	-1.53	0.13
		台北=166	0.14	1.88		

資料來源：本研究整理

### 3. 父親職業

從表 4.20 可以發現父親職業不同的學生在參觀花博的體驗構面只有在關聯的部份達顯著差異，在感官、情感、思考和行動的部份則無顯著差異。

表 4.20 父親職業與體驗之差異檢定

構面	因素	父親職業	平均數	標準差	T 值	P 值
體驗	感官	白領階級 = 202	0.14	0.93	1.85	0.65
		藍領階級 = 168	-0.05	1.00		
	情感	白領階級 = 202	0.01	0.92	0.21	0.83
		藍領階級 = 168	-0.01	1.06		
	思考	白領階級 = 202	0.09	0.87	1.32	0.19
		藍領階級 = 168	-0.05	1.10		
	行動	白領階級 = 202	-0.03	0.98	-0.49	0.63
		藍領階級 = 168	0.02	1.04		
關聯	白領階級 = 202	0.14	0.95	2.37	0.02*	
	藍領階級 = 168	-0.10	1.03			

註：\*代表  $P \leq 0.05$

資料來源：本研究整理

從表 4.21 可以發現父親職業不同的學生，在參觀花博的滿意度構面無顯著的差異。

表 4.21 父親職業與滿意度之差異檢定

構面	因素	父親職業	平均數	標準差	T 值	P 值
滿意度	資訊與服務	白領階級 = 202	0.06	1.11	0.67	0.50
		藍領階級 = 168	-0.01	0.87		
	展演內容	白領階級 = 202	0.10	0.94	1.87	0.06
		藍領階級 = 168	-0.10	1.05		
	心理層面	白領階級 = 202	0.08	0.94	0.92	0.32
		藍領階級 = 168	-0.02	1.00		

資料來源：本研究整理

從表 4.22 可以發現不同父親職業的學生在參觀花博的態度構面均無顯著的差異。

表 4.22 父親職業與態度之差異檢定

構面	因素	父親職業	平均數	標準差	T 值	P 值
態度	環境認知	白領階級 = 202	0.03	0.95	-0.33	0.74
		藍領階級 = 168	0.06	0.99		
	行為傾向	白領階級 = 202	0.18	0.86	2.95	0.08
		藍領階級 = 168	-0.12	1.06		
	情意	白領階級 = 202	0.08	0.96	1.66	0.10
		藍領階級 = 168	-0.10	1.05		

資料來源：本研究整理

#### 4.5.2 單因子變異數在母親職業與家庭結構對各構面之差異分析

##### 1. 母親職業

從表 4.23 可以發現母親的職業在體驗構面的思考、關聯部分和滿意度之心理層面對學生產生影響。進一步做 Scheffe 檢定後發現，在體驗思考層面與關聯層面，母親職業屬白領階級體驗層度大於藍領階級與家庭主婦。

表 4.23 母親職業與衡量變項之差異檢定

母親職業	構面	因素	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.白領階級 2.藍領階級 3.家庭主婦	體驗	感官	2.810	0.039	
		情感	1.317	0.269	
		思考	4.751	0.003*	1 > 2,3
		行動	0.351	0.788	
		關聯	5.525	0.001*	1 > 2,3
	滿意度	資訊與服務	0.171	0.916	
		展演內容	0.630	0.591	
		心理層面	4.125	0.007*	
	態度	環境認知	1.657	0.176	
		行為傾向	2.030	0.109	
情意		0.067	0.977		

註：\*代表  $P \leq 0.05$

資料來源：本研究整理

## 2. 家庭結構

從表 4.24 可以發現，家庭結構在滿意度的資訊與服務與態度之環境認知和情意部分對學生產生影響。進一步做 Scheffe 檢定後如下：在態度的環境認知和情意部分和父母親同住者大於和母親同住或和父親同住且大於其它。

表 4.24 家庭結構與衡量變項之差異檢定

家庭結構	構 面	因 素	F 值	P 值	Scheffe 檢定	
1.和父母同住 2.只和祖父(母) 同住 3.和母親或父親一 方同住 4.其他(和親戚同 住等)	體 驗	感 官	2.462	0.183		
		情 感	2.619	0.035		
		思 考	0.777	0.540		
		行 動	0.888	0.471		
	滿 意 度	關 聯	2.232	0.065		
		資 訊 與 服 務	3.597	0.007*		
		展 演 內 容	2.234	0.650		
	態 度	心 理 層 面	2.382	0.051		
		環 境 認 知	6.456	0.000*	1 > 2,3,4	
		行 為 傾 向	1.433	0.233		
			情 意	2.667	0.047*	1 > 2,3,4

註：\*代表  $P \leq 0.05$

資料來源：本研究整理

綜合以上結果，假設一：不同學生屬性對體驗有顯著差異，部分成立；假設二：不同學生屬性對態度有顯著差異，部分成立；假設三：不同學生屬性對滿意度有顯著差異，不成立。將結果整理如表 4.25

表 4.25 學生屬性對體驗、滿意度與態度之差異檢定結果表

因素	研究假設	結果
體 驗	性別不同的學童在體驗方面有顯著差異	不成立
	居住地不同的學童在體驗方面有顯著差異	成 立
	父親職業不同的學童在體驗方面有顯著差異	成 立
	母親職業不同的學童在體驗方面有顯著差異	成 立
	家庭結構不同的學童在體驗方面有顯著差異	不成立
滿 意 度	性別不同的學童在滿意度方面有顯著差異	不成立
	居住地不同的學童在滿意度方面有顯著差異	不成立
	父親職業不同的學童在滿意度方面有顯著差異	不成立
	母親職業不同的學童在滿意度方面有顯著差異	不成立
	家庭結構不同的學童在滿意度方面有顯著差異	不成立
態 度	性別不同的學童在態度方面有顯著差異	不成立
	居住地不同的學童在態度方面有顯著差異	不成立
	父親職業不同的學童在態度方面有顯著差異	不成立
	母親職業不同的學童在態度方面有顯著差異	不成立
	家庭結構不同的學童在態度方面有顯著差異	成 立

資料來源：本研究整理

## 4.6 學生體驗、態度與滿意度之相關分析

### 4.6.1 學生體驗與態度之相關分析

本節在探討學生「體驗」與「態度」兩者間的相關及兩者各內在因素的相關。進行相關分析結果如表 4.26。從下表得知體驗之五個因素達顯著相關，態度之三個因素間也互具有顯著關係。且體驗與態度呈現正相關，表示態度越正向時體驗的程度也會越高。綜合以上結果，支持本研究假設四：態度對體驗有顯著相關。

表 4.26 態度與體驗相關分析表

	情意 態度	環境 認知	行為 傾向	感官 體驗	情感 體驗	思考 體驗	行動 體驗	關聯 體驗
情意 態度	1	.654(**) .000	.723(**) .000	.685(**) .000	.650(**) .000	.665(**) .000	.522(**) .000	.603(**) .000
環境 認知	.654(**) .000	1	.796(**) .000	.785(**) .000	.746(**) .000	.685(**) .000	.684(**) .000	.655(**) .000
行為 傾向	.723(**) .000	.796(**) .000	1	.785(**) .000	.758(**) .000	.725(**) .000	.648(**) .000	.723(**) .000
感官 體驗	.685(**) .000	.785(**) .000	.785(**) .000	1	.808(**) .000	.726(**) .000	.667(**) .000	.707(**) .000
情感 體驗	.650(**) .000	.746(**) .000	.758(**) .000	.808(**) .000	1	.688(**) .000	.700(**) .000	.683(**) .000
思考 體驗	.665(**) .000	.685(**) .000	.725(**) .000	.726(**) .000	.688(**) .000	1	.654(**) .000	.651(**) .000
行動 體驗	.622(**) .000	.684(**) .000	.648(**) .000	.667(**) .000	.700(**) .000	.654(**) .000	1	.618(**) .000
關聯 體驗	.603(**) .000	.655(**) .000	.723(**) .000	.707(**) .000	.683(**) .000	.651(**) .000	.618(**) .000	1

註：\* $P \leq 0.05$  \*\* $P \leq 0.01$  \*\*\* $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

## 4.6.2 學生體驗與滿意度之相關分析

本節在探討學生「體驗」與「滿意度」兩者間的相關及兩者各內在因素的相關。進行相關分析結果如表 4.27。從下表得知體驗之五個因素達顯著相關，滿意度之三個因素間也互具有顯著關係。且體驗與滿意度呈現正相關，表示體驗越正向時滿意的程度也會越高。綜合以上結果，支持本研究假設五：體驗對滿意度有顯著相關。

表 4.27 體驗與滿意度相關分析表

	體驗 感官	體驗 情感	體驗 思考	體驗 行動	體驗 關聯	資訊與 服務	心理 層面	展演 內容
體驗 感官	1	.808(**)	.726(**)	.667(**)	.707(**)	.675(**)	.736(**)	.733(**)
體驗 情感	.808(**)	1	.688(**)	.700(**)	.683(**)	.668(**)	.755(**)	.773(**)
體驗 思考	.726(**)	.688(**)	1	.654(**)	.651(**)	.572(**)	.688(**)	.637(**)
體驗 行動	.667(**)	.700(**)	.654(**)	1	.618(**)	.609(**)	.641(**)	.670(**)
體驗 關聯	.707(**)	.683(**)	.651(**)	.618(**)	1	.514(**)	.709(**)	.708(**)
資訊與 服務	.675(**)	.668(**)	.572(**)	.609(**)	.514(**)	1	.767(**)	.670(**)
心理 層面	.736(**)	.755(**)	.688(**)	.641(**)	.709(**)	.767(**)	1	.733(**)
展演 內容	.733(**)	.773(**)	.637(**)	.670(**)	.708(**)	.670(**)	.733(**)	1

註：\* $P \leq 0.05$  \*\* $P \leq 0.01$  \*\*\* $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

### 4.6.3 學生態度與滿意度之相關分析

本節在探討學生「態度」與「滿意度」兩者間的相關及兩者各內在因素的相關，分析後結果如表 4.28：態度與滿意度呈現正相關，態度越正向時滿意的程度也會越高。支持本研究假設六：態度對滿意度有顯著相關。

表 4.28 態度與滿意度相關分析表

	資訊與服務	心理層面	展演內容	環境認知	情意	行為傾向
資訊與服務	1 .000	.767(**) .000	.670(**) .000	.674(**) .000	.624(**) .000	.661(**) .000
心理層面	.767(**) .000	1 .000	.733(**) .000	.717(**) .000	.715(**) .000	.764(**) .000
展演內容	.670(**) .000	.733(**) .000	1 .000	.777(**) .000	.678(**) .000	.753(**) .000
環境認知	.674(**) .000	.717(**) .000	.777(**) .000	1 .000	.747(**) .000	.792(**) .000
情意	.624(**) .000	.715(**) .000	.678(**) .000	.747(**) .000	1 .000	.774(**) .000
行為傾向	.661(**) .000	.764(**) .000	.753(**) .000	.792(**) .000	.774(**) .000	1 .000

註：\*P≤0.05 \*\*P≤0.01 \*\*\*P≤0.001

資料來源：本研究整理

根據第五節和第六節資料分析，將本研究假設與結果整理成表 4.29

表 4.29 研究假設結果分析表

研究假設	結果
H1：不同屬性的學生在體驗上有顯著差異。	部份成立
H2：不同屬性的學生在滿意度上有顯著差異。	不成立
H3：不同屬性的學生在態度上有顯著差異。	部份成立
H4：態度對體驗有顯著相關。	成立
H5：體驗對滿意度有顯著相關。	成立
H6：態度對滿意度有顯著相關。	成立

資料來源：本研究整理

#### 4.7 教師回饋單分析

本研究爲了能更深入了解，學生參觀花博能否達成教學成效，故設計教學回饋單予受試者之教師填寫，有意願填寫的教師共計 7 位，茲將資料整理如下：

1.教師年資：

7 位教師的年資皆介於 10-20 年之間，具有相當的教學經驗。

2.地點的決定：

3 位教師表示是由老師自行決定；4 位教師表示是和行政人員共同決定的。

3.行前是否有解說：

7 位教師皆於行前做解說，其中 1 位教師並請學生上網查詢花博相關資訊。

4.活動當天的導覽：

7 位教師皆表示當天未安排導覽。

5.對於地點的安排覺得是否適宜（能否結合課程或六大議題）：

7 位教師皆表示到花博做戶外教學能和課程相結合，如：環境議題、藝術與人文、社會及自然領域的部份。

6.能否達成教學成效：綜合 7 位教師的看法，將資料整理如下：

(1) 能夠感受國際盛會、環境教育、北市志工團隊之服務熱忱、現代化之便捷交通。尤其是嘉義帶隊教師的感受更深，因爲學生難得能到大都市，透過戶外教學的安排讓學生拓展視野機會難得。

(2) 在花博的戶外裝置藝術及各個展館，都能讓學生看到許多的花卉植物，能與自然領域及相關課程結合，並能了解我國科技及農業的發展，教學成效顯著。

(3) 學生利用一次或多次參觀花博的機會，學習參觀禮儀、規畫金錢使用（捷運費用、餐費、園區內購物），並能藉此認識多國特色植物與文化風情，是一次很棒的教學活動。

7.活動當天感到不足的地方：

4 位教師表示若能透過更專業的人員解說，學生的體驗將更深刻。

8.天候狀況：多數教師教師表示當天天候狀況佳。

## 4.8 討論

依據本研究結果，參酌相關文獻在學童屬性：時間、性別、父母親職業與居住地，分別在體驗與態度兩個構面做討論：

### 1.時間與體驗方面：

這次學童戶外教學的停留時間雖然只有半天，無法參觀整個花博園區，但依周秀蓉（2008）以「六福村主題樂園遊客之遊憩吸引力、遊憩體驗、顧客滿意度及重遊意願之因果關係」，實證發現遊憩吸引力與遊憩體驗不會因為停留時間的不同而有顯著差異，由上可推論，時間因素對學童這次的體驗研究結果不會有太大影響。

### 2.性別與體驗方面：

遊客的性別會造成體驗上的差異，如：莊秀婉（2006）臺灣北海岸衝浪參與者休閒體驗與滿意度之調查研究，不同「性別」之衝浪參與者，在休閒體驗上有明顯差異，其結果與本研究不相符。

### 3.父、母親職業與體驗方面：

江志揚（2009）家長社經地位對國小三年級分數學習成就之影響研究指出，學生家長的社經地位背景高低影響對子女教育的投資，進而關係學童的學習成就，研究結果實證：家長職業類別不同的學生在分數的學習成就有顯著差異、家長職業類別與學生學習成就顯著正相關。吳怡瑄（2001）主題統整教學、教室氣氛、年級及父母社經地位與國小學童科技創造力之關係研究指出，父母社經地位對國小學童科技創造力的表現有正向的影響。由此看來，父母所從事的職業確實會對學童造成影響。父母親的社經地位不同，對展演、藝文活動的參與程度也不同，因此，推論父母親的職業會對學生的體驗造成影響。

### 4.性別、居住地、家庭結構與態度方面：

國內學者陳志欣（2002）環境議題教學對國小學童環境認知、態度及行為之影響的研究顯示，不同性別學童的環境認知、環境態度沒有顯著差異；在現居地居住時間、家庭社經地位及過去環保經驗上，學童之環淨認知、態度及行為表現則沒有顯著差異；李淑華（2010）以校園生物棲地進行國小低年級環境教育之研究，發現性別不同而在環境學習上沒有顯著差異，其研究實證與本研究結

果相符。在居住地部分，施佑霖（2004）探討台北縣市國小學童的「環境活動經驗」「環境感受」與「環境覺知發展過程之技能」之研究，發現居住不同縣市別的學童在環境活動經驗、環境感受得分上，達顯著差異。

#### 5.家庭結構與態度方面：

王鍾和（2002）家庭結構、父母管教方式與子女行為表現之研究，結果發現：來自不同家庭結構的子女，行為表現有顯著差異性。整體家庭結構、父母管教方式類型及子女滿意度等變項，能有效解釋子女的全部行為表現。羅品欣（2003）國小學童的家庭結構、親子互動關係、情緒智力與同儕互動關係之研究，以家庭結構而言，雙親家庭的學童在正向同儕關係的發展上優於單親家庭的學童，而單親家庭的學童之負向同儕關係的發展較雙親家庭的學童更為明顯。余啓名（2004）國小單親兒童其學業成就、自我觀念與生活適應相關因素之研究，本研究的主要發現：單親兒童在學業成就、自我觀念及生活適應方面，普遍較完整家庭兒童處於不利地為。而因父母離婚且由父親監護的單親兒童，在在學業成就、自我觀念及生活適應三方面的表現上則是所有單親兒童中最不理想的類型。王鳳美（2003）探討屏東縣六年級學童在休閒參與休閒態度、休閒時間量、休閒滿意的現況、差異與相關情形，結果發現：高社經地位家庭學童在認知、情意及行動層面。均顯示高於中、低社經地位家庭學童；父母休閒教養方式不同，學生休閒態度有顯著差異；國小學生休閒態度愈積極，休閒參與程度愈高國小學生背景變項及休閒態度對休閒參與具有預測力。綜合上述，推論家庭結構會影響學童的態度。

## 第五章 結論與建議

本研究旨在了解國小高年級學年到花博戶外教學之體驗、滿意度和態度情形，並進一步探討體驗、滿意度和態度三者間之關係與教學成效。為達成研究目的，首先蒐集相關文獻與理論，並建立研究架構與假設。利用問卷調查法以到花博做戶外教學之高年級學童為對象，共發出 410 份問卷，有效問卷達 399 份，可用率為 97%。透過統計分析調查所得資料，並對研究假設加以檢測；且設計教學回饋單予願意填寫受試者之老師填寫，以求能更深如了解教學成效。最後針對結果，綜合歸納出結論並提出建議。

### 5.1 結論

根據研究問題與研究結果的分析與討論，將本研究的發現歸納成下列結論，以作為提出建議的依據。研究結論如下：

1. 國小高年級學童到花博戶外教學時，在體驗與態度構面呈現部份顯著差異；在滿意度構面則沒有顯著差異。花博屬於國際性的博覽會，對於來自城鄉的學童而言都是嶄新的體驗，因此在滿意度方面沒有顯著的差異性。但就體驗與態度而言，由文獻資料可知，體驗與態度會隨著個人背景因素的差異而有所不同，與本研究結果相符。
2. 國小高年級學童在參觀花博時的體驗、態度與滿意度三者之間呈現正相關。且學童在花博的體驗與參觀態度皆會影響到學童的滿意度，即學童的體驗與參觀態度愈正向時，滿意度也會隨之提升；學童的參觀態度與體驗也呈現正相關，即參觀態度愈正向時體驗也會隨之提升。因此，如何提升學童戶外教學時的參觀態度是教師所需思考的課題。
3. 無論從學生的問卷填答情形或是教師的校外教學回饋單中都可發現，師生對於到花博做戶外教學之地點的選擇持正向肯定的態度，也認為能與課程結合達成教學成效。學童不僅於行前有所期待，在活動當天也有良好的體驗，並認為參

觀花博是有意義的，透過參訪能夠喚醒對自然環境生態的關懷，並意識到環境保護和自己是息息相關的，且經由欣賞景觀園藝造景後，能認識更多的花卉植物、學習欣賞美的事物等，能達成九年一貫之能力指標。因此，本研究結果為國小高年級學童到花博戶外教學能達成寓教於樂的效果。

## 5.2 建議

根據研究結果，本節針對教師及行政人員及未來研究提出建議，以供相關人員及未來研究者參考。

### 1. 教師及行政人員

#### (1) 戶外教學地點的選擇

依九年一貫課程理念，強調培養學生的國際觀，花博屬於國際性的博覽會實屬難得的機會，且能結合環境教育、藝術與人文等課程，讓學生有機會到花博展場親自體驗、拓展學生視野是值得肯定的，建議未來若有結合課程之大型博覽會能安排學生參與。

#### (2) 行前準備

- a. 以花博為主做重點式深入的解說：把結合課程的部份透過班群合作，資源共享的方式先做說明，讓學生先行了解當天必須參觀的展館或建議瀏覽的戶外景點，同時也可加深學生參訪時的印象。如：流行館的特色、真相館影片的教育意義等。這次的受訪者之老師均對學生做行前說明，而研究結果也顯示學生在體驗、滿意度與態度上均呈現正向，說明行前說明的重要性。
- b. 預約導覽：教師對當地資源的了解，也是戶外教學能否達成教學成效的重要因素之一，花博展館內容豐富，因此建議教師先行預約導覽，透過受過訓練的專業人解說，勢必更能提升教學的品質，讓學生有更深刻的體驗。
- c. 安全考量：有教師反應花博展區廣大，部分學生不敢逛太遠，建議先將同學進行分組，安排師長領隊。

#### (3) 配套措施

有老師反應戶外教學當天，因氣候不佳導致活動有缺憾，因此建議事先宜有配套措施因應。

#### (4) 教學後的回饋分享

- a. 戶外教學結束後，建議教師可以透過相片、影像分享或是寫作、寫學習單等方式，了解學生的想法與收穫。如：透過相片的分享，教師可以知道學生看到了什麼？什麼事物吸引學生的目光？進而檢討以做為規劃下一次戶外教學的參考。
- b. 依研究顯示，態度對體驗呈現正相關。因此，如何提升學生的參觀態度，以增加對戶外教學活動體驗的程度，進而提升教學成效是教師必須思考的課題。

## 2. 對未來研究之建議

### (1) 在研究範圍方面

本研究受限於人力的因素，研究的樣本僅以嘉義、台北地區的學童為研究範圍，因此在推論上有所限制。建議未來可以擴大至台北、嘉義以外的縣市，使研究結果更具客觀性與推論性並增加未來相關研究參考之價值。

### (2) 在研究對象方面

本研究的調查對象以國小高年級學童為主，而實際到花博做戶外教學的學童涵蓋範圍很廣，因此建議未來研究對象可以擴及中年級、或是做中、高年級兩者間的比較，也可針對帶隊老師做調查，讓研究更周嚴。

### (3) 在研究變項方面

本研究的變項著重在學童的家庭層面，因此建議未來研究可以加入學生層面的變項如：參觀展覽的經驗、學生的興趣、喜歡的科目、或是媒體的影響，或許會有不同的研究發現。

### (4) 在研究方法方面

本研究以問卷調查方式進行資料的搜集，運用量表來了解受試者的體驗、態度及滿意度之情形，並透過教師回饋單來瞭解戶外教學之成效，建議未來可以加入師生的訪談來增加研究的深度。

## 參考文獻

### 中文部分

#### 【書籍】

- 1.王育英、梁曉櫻譯（2000），體驗行銷，台北：經典傳訊。
- 2.朱敬先，教育心理學，台北：五南。
- 3.侯玉波（2003），社會心理學，台北：五南。
- 4.張春興、楊國樞（1971），心理學，台北：三民。
- 5.張春興（1994），教育心理學，台北市：台灣東華書局。
- 6.楊冠政（1998），環境教育，台北市：明文書局。
- 7.林仁和（2002），社會心理學。揚志文化事業股份有限公司。

#### 【期刊】

- 1.王鑫（1992），自然中心戶外環境教學之意義與初步構想，環境教育季刊，15期，6-41頁。
- 2.王鑫（1995），戶外教學發展史及思想之研究，行政院國家科學委員會專題研究計畫（NSC84-2511-S-002-002-Z）。
- 3.王鑫（1998），戶外教學概論，北縣國教輔導，7期，7-12頁。
- 4.李崑山（1996），國民小學戶外教學理論與實務初探，環境教育，30期，62-69頁。
- 5.何雍慶、蘇子忻、張永富（2004），體驗策略模組與消費態度之關聯性—以南台灣區域醫院為例，經營管理論叢，第一屆管理與決策2005年學術研討會特刊，43-57頁。
- 6.沈進成、許淑址（2006），利用主題遊樂資源達成國民小學校外教目標之研究—以劍湖山世界主題遊樂園為例，旅遊管理研究，6卷1期，1-19頁。
- 7.宋玉麒（2006），探索樂園遊客遊憩體驗滿意度之研究。旅遊管理研究，6卷2期，125-147頁。
- 8.周秀蓉（2008），遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影響—以六福村主題樂園為例，明新學報，34卷2期，267-288頁
- 9.陳勁甫、蔡孟桓、李嘉玲、陳佩君、陳美惠（2005），遊客參與事件活動動機、

滿意度、知覺價值與行爲意圖之研究—以「2005虎頭埤水與綠嘉年華」爲例，環境與管理研究，8卷1期，60-73頁。

10.陳勁甫、曾文祥、郭文凱（2006），服務品質、知覺價值、滿意度與顧客忠誠度之研究—以高雄市真愛碼頭觀光船爲例，旅遊管理研究，8卷1期，59-76頁。

11.陳璋玲、伍亮帆（2006），嘉義市國際管樂節活動吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究，遊管理研究，6卷1期，101-123頁。

12.黃昱凱、蘇展平、謝瑋莉（2009），安平古堡園區服務品質、遊客滿意度與行爲意向之研究，文化事業與管理研究，2期，47-66頁。

13.鍾國俊（2002），如何在教學中引發學生的科學態度，課程與教學通訊，11期，23-29頁。

#### 【學位論文】

1.王鍾和（1992），家庭結構、父母管教方式與子女行爲表現，國立政治大學教育學系博士論文。

2.王茂晃（1999），連鎖書局消費者購買行爲之研究—以台北市兩大連鎖書局爲例，東華大學企業管理學系研究所碩士論文。

3.王龍輝（2003），捷運遊客生活型態與捷運一日票使用態度及滿意度之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

4.王鳳美（2003），屏東縣國民小學學童參與休閒活動之研究，屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。

5.王伯文（2004），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爲例，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。

6.甘蘭（2009），以懷舊情境探討文化創意產業之體驗行銷，銘傳大學設計管理研究所碩士論文。

7.石坤龍（2009），雲林縣國小學童休閒態度與滿意度之相關研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

8.江志揚（2008），家長社經地位對國小三年級分數學習成就之影響，明道大學學藝術研究所碩士論文。

9.余啓名（1993），國小單親兒童其學業成就、自我觀念與生活適應相關因素之

- 研究，國立台中師範學院初等教育學系碩士論文。
- 10.周冠名（2006），博物館觀眾參觀體驗滿意度之研究-以台中自然科學博物館為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士班碩士論文。
  - 11.李月娟（2009），北部某技術學院服務課程學生參與態度與滿意度研究，國立台灣師範大學公民教育與活動領導學系學生事務在職專班碩士論文。
  - 12.李淑華（2010），以校園生物棲地進行國小低年級環境教育之研究，屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系所碩士論文。
  - 13.何建勳（2011），鰲鼓溼地鳥類生態戶外教學對國小四年級學生環境認知、環境態度之研究，國立嘉義大學科學教育研究所碩士論文。
  - 14.林君蘭（1990），國民中學學生對環境保育的態度，國立台灣大學森林研究所碩士論文。
  - 15.林有得（1993），景園體驗之研究，國立中興大學園藝研究所碩士論文。
  - 16.林本源（2002），編製中小學學生體育態度量表之研究，國立體育學院體育研究所碩士論文。
  - 17.林俊雄（2002），我國工職實施新課程後教師同仁工作態度與學校效能關係之研究，彰化師範大學工業教育學系在職進修專班碩士論文。
  - 18.林淑敏（2006），體驗學習在國小社會領域教學之實地研究，國立政治大學教育研究所博士論文。
  - 19.吳怡瑄（2001），主題統整教學,教室氣氛,年級及父母社經地位與國小學童科技創造力之關係，國立中山大學教育研究所碩士論文。
  - 20.吳秀珍（2001），使用者態度與使用行為意向關係之研究---以農產品行銷資訊系統為例，國立中興大學行銷學系研究所碩士論文。
  - 21.吳運全（2002），環境態度與遊憩體驗關係之研究－以綠島生態旅遊為例，國立體育學院體育研究所碩士論文。
  - 22.吳明敏（2009），體驗行銷、體驗價值與行為意向之相關研究，真理大學休閒遊憩事業學系碩士研究所論文。
  - 23.邱博賢（2002），觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例，世新大學觀光學研究所碩士論文。

- 24.邱文勝（2006），國小實施環境覺知教學初探--以五年級為例。國立台北教育大學自然科學教育研究所碩士論文。
- 25.邱宇民（2002），以消費者觀點探討電子郵件廣告之適用性，國立成功大學工業管理科學系碩博士班碩士論文。
- 26.侯錦雄（1990），遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立台灣大學園藝研究所國立台灣大學園藝研究所碩士論文。
- 27.施佑霖（2003），探索國小學生環境活動經驗、環境感受和環境覺知發展過程之技能—以台北縣市高年級為例，國立臺灣師範大學環境教育研究所碩士論文。
- 28.范文嘉（2002），顧客參與、情緒體驗與顧客滿意度關係之探討：以星巴克為例，國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 29.徐治霜（2006），台南市國民小學實施戶外教學之研究，國立臺中教育大學國民教育研究所碩士論文。
- 30.陳榮輝（2002），從學童戶外情境偏好與環境議題關切探討環境教育之機會，台中師範學院環境教育研究所碩士論文。
- 31.陳志欣（2002），環境議題教學對國小學童環境認知、態度及行為之影響，屏東師範學院數理教育研究所碩士論文。
- 32.陳郁芳（2002），網路廣告之信念、態度及使用行為研究，國立中興大學行銷學系碩士論文。
- 33.陳俊男（2003），七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗 與遊憩滿意之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 34.陳昌義（2003），戶外教學對國小五年級學生科學學習成就以及與科學相關的態度之研究，臺北市立師範學院科學教育研究所碩士論文。
- 35.陳冠宏（2004），遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，世新大學觀光學系碩士論文。
- 36.莊秀婉（2005），臺灣北海岸衝浪參與者休閒體驗與滿意度之調查研究，國立臺灣師範大學體育學系在職進修碩士班碩士論文。
- 37.許瑞娥（2009），國小體驗式作文教學研究—以花蓮縣北林國小四年級為例，國立花蓮教育大學國民教育研究所碩士論文。

- 38.曾新傑（2010），北投溫泉區遊客的遊憩體驗、遊憩滿意度與目的地忠誠度之關係研究，景文科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
- 39.張恕忠（2001），遊客對休閒漁業活動之態度與體驗之研究，國立臺灣大學園藝學研究所碩士論文。
- 40.張燕麗（2002），母女在休閒態度、滿意度、憂鬱情緒之相關--以成人初期未婚女性為例，彰化師範大學輔導與諮商系碩士論文。
- 41.張宛綺（2005），七股溼地遊憩體驗與環境認知之研究-以國小學童為例，朝陽科技大學休閒事業管理系所碩士論文。
- 42.黃秀卿（2006），觀光節慶活動遊客吸引力、滿意度與忠誠度之研究—以2006年世界卡通博覽會為例，大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。
- 43.黃秀美（2008），澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響，國立澎湖科技大學海洋創意產業研究所碩士論文。
- 44.黃靜宜（2008），體驗行銷、體驗價值與顧客忠誠關係之研究-以星巴克為例，東吳大學企業管理學系所碩士論文。
- 45.黃副殷（2002），高雄市國中體育班學生休閒態度與休閒滿意度之研究，國立高雄師範大學教育學系所碩士論文。
- 46.黃鳳英（2010），體驗行銷、體驗價值及顧客行為意圖之研究，中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 47.黃怡華（2010），「蝶舞知本」戶外環境教育學習成效之研究，國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系所碩士論文。
- 48.黃雅萍（2010），社區民眾和學生參與社區林業之認知、態度、滿意度之研究—以曲溪社區為例，國立嘉義大學農學院森林暨自然資源學系所碩士論文。
- 49.葉美玲（2006），體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討-以台北市立北投區運動中心為例，國立臺南大學運動與健康研究所碩士論文。
- 50.楊沛倫（2008），人格特質、藝術態度對故宮博物院遊客體驗之影響，世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 51.楊景竣（2010），國中學生之運動觀賞體驗和體育態度對上體育課動機之影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

- 52.潘儀禎（2008），文化創意產業的體驗知覺與紀念品購物態度之探討，亞洲大學國際企業學系所碩士論文。
- 53.劉小萍（2009），臺灣偏遠地區國小教師校外教學之實施現況、阻礙因素及戶外教學能力需求，國立臺中教育大學環境教育研究所碩士論文。
- 54.劉瑞卿（2003），居民社區意識與社區觀光發展認知之研究----以名間鄉新民社區為例，朝陽科技大學休閒事業管理系所碩士論文。
- 55.蔡伯勳（1986），遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景遊憩區實例調查，國立台灣大學園藝研究所碩士論文。
- 56.蔡裕吉（2010），蘭嶼遊客環境態度、遊憩體驗與重遊意願關係之研究，國立台灣師範大學公民教育與活動領導學系所碩士論文。
- 57.鍾尚哲（2011），屏東縣國小教師運用國家森林遊樂區進行戶外教學的認知、需求及意願研究，國立屏東科技大學森林系所碩士論文。
- 58.羅品欣（2003），國小學童的家庭結構、親子互動關係、情緒智力與同儕互動關係之研究，國立臺灣師範大學教育心理與輔導研究所碩士論文。
- 59.藍庭正（2004），基層服務機關民眾滿意度評量模式暨服務品質關鍵因素之研究—以台南市為例，國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班碩士論文。

【網路】

- 1.交通部觀光局：<http://admin.taiwan.net.tw/>
- 2.花博官網：<http://beta.2010taipeiexpo.tw>
- 3.旅遊資訊王：<http://travel.network.com.tw/2010taipeiexpo>
- 4.維基百科：<http://tzh.wikipedia.org/zh-tw/2010>
- 5.教育部：<http://www.edu.tw/>

## 英文部分

1. Bhote, K. R. (1996). Beyond customer satisfaction to customer loyalty-the Key to greater profitability. *American Management Association*, 5, 31-39.
2. Cobern, W.W. (1980). A proper attitude toward science. Paper presented at a departmental seminar of the Department of Education, University of Sokoto, Sokoto, Nigeria.
3. Castaldi, B. (1999) *Educational Facilities: Planning Modernization and Management*. 4th ed. Boston: Allyn. and Bacon, Inc.
4. Farenga, S.J., & Joyce, B.A. (2003) . Science-related attitudes and science course selection: A study of high-ability boys and girls. *Roeper Review*, 20(4), 247-251.
5. Hines, J., Hungerford, H. K., & Tomera, A. N. (1986). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *The Journal of Environmental Education*, 18 (2) , 1-8.
6. Palmer, J. A. (1998). *Environmental Education in the 21st Century- Theory, practice, Progress and promise*. NY: Routledge.
7. Pine , B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
8. Pine , B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
9. Pine , B. J., & Gilmore, J. H. (2002). Customer Experience Places : The New Offering Frontier. *Strategy & Leadership*, 30(4), 4-11.
10. Smith, J. U. (1970). *Outdoor Education*. New York: Prentice Hall.
11. Schmitt, B.H. (1999), *Experiential Marketing: How to get customers to sense , feel , think , act and relate to your company and brand*. New York: The Free Press.
12. Stapp, W. (1970). Environmental encounters. *Journal of Environmental Education*, 2(1): 35-41.
13. Wilson, R.A., (1996). Environmental education programs for preschool children. *The Journal of Environmental Education*, 27(4), 28-33.

附錄一：正式問卷量表

各位同學，你好！

這份問卷主要的目的是想了解你參觀「台北國際花卉博覽會」時的體驗情形。這不是考試，所以題目沒有正確的答案，也不需要寫名字。因此，請你放心作答，在看完題目後，圈選屬於自己感覺的答案。非常謝謝你的協助！

祝

學業進步 健康快樂！

華大學出版與文化事業管理研究所  
指導教授：趙家民 博士  
研 究 生：涂秋雯 敬啓

第一部份【參觀的體驗感受】 以下題目是想了解你參觀「台北國際花卉博覽會」時的體驗情形，請依你的同意程度在適當的方格✓	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.參觀花博能滿足我的視覺享受	<input type="checkbox"/>				
2.花博的風貌讓我留連忘返	<input type="checkbox"/>				
3.戶外景點--七道彩虹色彩繽紛能吸引我的目光	<input type="checkbox"/>				
4.寰宇庭園區各國的庭園造景具有特色，能吸引我的目光	<input type="checkbox"/>				
5.花博的吉祥物（五隻花博娃娃）造型很可愛	<input type="checkbox"/>				
6.這次的參觀我覺得是豐富又有趣的	<input type="checkbox"/>				
7.參觀後讓我覺得生活環境中有許多花卉是十分美好的	<input type="checkbox"/>				
8.參觀花博讓我體驗到民間藝術的魅力。如：傳統的紙雕藝術等	<input type="checkbox"/>				
9.我只會提到「花博會」的優點	<input type="checkbox"/>				
10.參觀後會讓我省思生活的意義	<input type="checkbox"/>				
11..各展館的主題，能引發我的好奇心	<input type="checkbox"/>				
12.參觀後我知道環境改變對生活所帶來的危害	<input type="checkbox"/>				
13.這次的參觀活動，增進我和同學之間的互動	<input type="checkbox"/>				
14.參觀後能喚醒我對「環境生態」的關懷	<input type="checkbox"/>				
15.參觀花博時我會想要拍照留念	<input type="checkbox"/>				

16.有機會我還會想再來參觀一次	<input type="checkbox"/>				
17.我會推薦「花博會」給親朋好友	<input type="checkbox"/>				
<b>第二部份【參觀的滿意度】</b> 請依你的同意程度在適當的方格✓	<b>非常同意</b>	<b>同意</b>	<b>普通</b>	<b>不同意</b>	<b>非常不同意</b>
1.參觀的動線是流暢且寬敞的	<input type="checkbox"/>				
2.花博會的整體環境清潔、衛生	<input type="checkbox"/>				
3.導覽摺頁的說明清楚易懂	<input type="checkbox"/>				
4.花博園區的指示、標誌清楚	<input type="checkbox"/>				
5.花博的官方網站提供了詳細的資訊	<input type="checkbox"/>				
6.園區的服務人員能及時給遊客提供服務	<input type="checkbox"/>				
7.園區提供足夠的休息地方	<input type="checkbox"/>				
8.花博的面貌是多樣的。如：有動態體驗、靜態參觀、票選活動……等	<input type="checkbox"/>				
9.我對花博所提供的表演節目相當滿意	<input type="checkbox"/>				
10.花博所提供的園區景觀設計符合我的期待	<input type="checkbox"/>				
11.花博會的紀念品相當吸引人	<input type="checkbox"/>				
12.參觀花博可以拋開許多煩惱	<input type="checkbox"/>				
13.我可以親近大自然，欣賞美麗的景致	<input type="checkbox"/>				
14.參觀花博的過程讓我覺得很愉快	<input type="checkbox"/>				
15.花博會的內容包羅萬象、讓人目不暇給	<input type="checkbox"/>				

<b>第三部份【參觀的態度】</b> 請依你的同意程度在適當的方格✓	<b>非常同意</b>	<b>同意</b>	<b>普通</b>	<b>不同意</b>	<b>非常不同意</b>
1.參觀花博後，能讓我注意到環境保護和自己是息息相關的	<input type="checkbox"/>				
2.這次的參觀我可以認識更多的花卉植物	<input type="checkbox"/>				
3.這次的參觀讓我能夠學習欣賞美的事物	<input type="checkbox"/>				
4.「流行館-遠東環生方舟」利用回收寶特瓶等組合而成，改變了我對回收物品再利用的看法	<input type="checkbox"/>				

請依你的同意程度在適當的方格✓	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
5.參觀花博讓我覺得收穫很多	<input type="checkbox"/>				
6.我認為參觀花博會是有意義的	<input type="checkbox"/>				
7.戶外教學前我會注意花博的相關訊息	<input type="checkbox"/>				
8.我會和同學或家人分享參觀「花博」的經驗	<input type="checkbox"/>				
9.參觀的過程我會專注的欣賞	<input type="checkbox"/>				
10.我很期待這一次的參觀	<input type="checkbox"/>				
11.這一次的參觀增進了我的人際關係	<input type="checkbox"/>				
12.參觀花博可以讓我覺得跟的上流行	<input type="checkbox"/>				
13.參觀後仍會持續注意「花博」的相關訊息	<input type="checkbox"/>				

#### 第四部分【基本資料】

- 1.性 別：男      女
- 2.就讀年級：低年級      中年級      高年級
- 3.父親的職業：
  - 軍公教   工業   商業   農林漁牧業   服務業   自由業
  - 待業中   其他(請說明)\_\_\_\_\_
- 4.母親的職業：
  - 軍公教   工業   商業   農林漁牧業   服務業   自由業
  - 家庭主婦   其他(請說明)\_\_\_\_\_
- 5.家庭結構：
  - 和父母同住   只和祖父、母同住   和母親同住   和父親同住
  - 其他(請說明)\_\_\_\_\_
6. 請問參觀停留的時間為？ 約 1-2 小時   約 2-3 小時   約 3-4 小時   約 4 小時以上

請再一次檢查是不是每題都已填寫，謝謝你！

附錄二：教師回饋單

老師，您好！

這份問卷主要的目的是想了解，帶學生到花博做「戶外教學」當天的情形，及教學上面臨的問題，本問卷將做為學術研究用，請放心填寫。非常謝謝您的協助！

祝 教安！

南華大學出版與文化事業管理研究所

指導教授：趙家民 博士

研究生：涂秋雯 敬啓

一、教學年資：1-5年 5-10年 10-15年 15-20年 20年以上

二、地點的安排：行政人員決定 行政人員與老師共同決定 老師決定

三、是否行前的解說：有 無 請學生自行上網查詢或提供相關資訊

四、當天是否有安排解說：有 無

五、對於地點的安排覺得是否適宜：(能否結合課程或六大議題) 是 否

六、是否能達成教學成效：

是，請簡單說明：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

否，請簡單說明：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

七、對於參觀花博當天活動安排是否有不足的地方：

有，請簡單說明：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

無

八、當天的天候狀況：佳 不好

感 恩！

## 個人簡歷

- 1.學歷：嘉義師範學院  
南華大學研究所
- 2.現職：國小教師