

觀光工廠服務場景、解說服務品質與遊客行為意圖關係之研究

陳寬裕* 楊明青** 林永森*** 李謀監****

(收件日期：99年9月7日；接受日期：100年9月26日)

【摘要】本研究旨在建構並驗證「服務場景、解說服務品質與遊客行為意圖關係模式」，以瞭解觀光工廠遊客所感受的服務場景、解說服務品質與遊客行為意圖間之因果關係，並釐清整體服務品質、正面情感與知覺價值於其間關係的中介效果。研究對象以赴先麥芋頭文化觀光工廠之遊客進行問卷調查，共獲得有效問卷562份。經文獻回顧相關理論後以結構方程模式進行分析，研究結果顯示，本研究之「服務場景、解說服務品質與遊客行為意圖關係模式」，整體模式適配程度良好。由該模式得知，觀光工廠所提供的服務場景與解說服務品質皆可透過整體服務品質、正面情感與知覺價值的中介效果而間接影響遊客行為意圖。此外，由於知覺價值是影響遊客行為意圖的最主要因素；而整體服務品質是影響知覺價值的最主要因素；且服務場景又是影響整體服務品質的最主要因素，因此服務場景對於遊客行為意圖的影響力，具有相對重要的地位。

【關鍵字】觀光工廠、服務場景、解說服務品質

* 國立屏東科技大學休閒運動保健系

Department of Recreation Sport and Health Promotion, National Pingtung University of Science and Technology.

** 國立暨南大學休閒學與觀光管理系

Department of Leisure Studies and Tourism Management, National Chi Nan University.

*** 國立嘉義大學管理研究所，通訊作者

Graduate Institute of Business Administration, National Chiayi University, Corresponding Author.

**** 南華大學旅遊事業管理系

Department of Tourism Management, Nanhua University.