

# 節慶活動的遊憩體驗與滿意度之相關研究:以客家桐花祭為例

黃齡儀、雷文谷

E-mail: 358954@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究主要目的在探討客家桐花祭節慶活動遊客遊憩體驗與滿意度之相關，並進一步了解不同背景變項客家桐花祭節慶活動遊客在遊憩體驗與滿意度之差異情形。以便利抽樣方式收集問卷，共發出450份問卷，其中有效問卷為389份，有效問卷回收率為89.1%，資料經統計分析後獲得以下結論：一、客家桐花祭節慶活動遊客整體遊憩體驗為中程度，其中以「心理構面」體驗為最高；客家桐花祭遊客旅遊滿意度為中等偏高的情況，其中以「遊憩構面」滿意度為最高。二、不同性別、年齡、婚姻狀況、同伴性質及花費金額之遊客在遊憩體驗上並無顯著差異；不同到訪次數、停留時間之客家桐花祭遊客在遊憩體驗上有顯著差異。三、不同婚姻狀況、到訪次數、同伴性質遊客在旅遊滿意度上並無顯著差異；不同性別、年齡、停留時間、花費金額之遊客在旅遊滿意度上有顯著差異。四、遊客遊憩體驗與旅遊滿意度有顯著之正相關。五、遊客之遊憩體驗顯著正向影響其旅遊滿意度。

關鍵詞：節慶活動(Festival Activity)，遊憩體驗(recreational experience)，滿意度(satisfaction)，客家桐花祭(Hakka Tung Blossom Festival)

## 目錄

第一節 遊客基本資料與遊客旅遊特性 . . . . .	43	第二節 客家桐花祭遊客遊憩體驗與旅遊滿意度 . . . . .	
. . . . .	46	第三節 不同背景變項客家桐花祭遊客在遊憩體驗與滿意度之差異 . . . . .	50
第四節 遊客遊憩體驗與旅遊滿意度之相關分析 . . . . .	61	第五節 遊客遊憩對旅遊滿意度之線性迴歸分析 . . . . .	62
第五章 結論與建議 . . . . .	64	第一節 結論 . . . . .	64
. . . . .	65	第二節 建議 . . . . .	
參考文獻 . . . . .	68	附錄A 正式問卷 . . . . .	
. . . . .	79	附錄B 問卷各量表得分 . . . . .	83
客家桐花祭相關文獻 . . . . .	7	表 2-2 節慶活動相關名詞彙整表 . . . . .	12
表 2-3 節慶活動性質分類表 . . . . .	14	表 2-4 節慶活動規模分類表 . . . . .	
表 2-5 國內節慶活動實證研究整理 . . . . .	18	表 2-6 關於遊憩體驗之定義 . . . . .	
. . . . .	20	表 2-7 國內外學者對滿意度的定義 . . . . .	27
表 3-1 遊憩體驗量表摘要表 . . . . .	37	表 3-2 滿意度量表摘要表 . . . . .	39
表 3-2 滿意度量表摘要表 . . . . .	40	表 3-3 遊憩體驗量表信度分析摘要表 . . . . .	
表 3-4 滿意度量表度分析摘要表 . . . . .	44	表 4-1 遊客基本資料分析表 . . . . .	45
表 4-2 遊客旅遊特性分析表 . . . . .	47	表 4-3 遊客遊憩體驗各構面分析表 . . . . .	
表 4-4 遊客遊憩體驗各題項分析表 . . . . .	49	表 4-5 遊客旅遊滿意度各構面分析表 . . . . .	
表 4-6 遊客旅遊滿意度各題項分析表 . . . . .	50	表 4-7 不同性別客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	
表 4-8 不同年齡客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	51	表 4-9 不同婚姻狀況客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	
表 4-10 不同到訪次數客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	52	表 4-11 不同停留時間客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	53
表 4-12 不同同伴性質客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	54	表 4-13 不同花費金額客家桐花祭遊客在遊憩體驗之差異 . . . . .	55
表 4-14 不同性別客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	56	表 4-15 不同年齡客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	57
表 4-16 不同婚姻狀況客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	58	表 4-17 不同到訪次數客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	
表 4-18 不同停留時間客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	59	表 4-19 不同同伴性質客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	60
表 4-20 不同花費金額客家桐花祭遊客在旅遊滿意度之差異 . . . . .	61	表 4-21 遊客遊憩體驗與旅遊滿意度相關分析表 . . . . .	62
表 4-22 遊客遊憩體驗對旅遊滿意度迴歸分析表 . . . . .	63	圖 3-1 研究架構圖 . . . . .	34
圖 3-2 研究流程圖 . . . . .	35		

## 參考文獻

一、中文部份 方怡堯(2002)，溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投溫泉為例，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所

未出版碩士論文。王育群(1999), 活化節慶民俗、創造觀光新資源, 台北:揚智文化。王彬如(1995), 遊憩體驗歷程之探討分析 - 以環島鐵路花蓮二日遊為例, 私立文化大學觀光事業學系未出版碩士論文。王舜皇(2002), 三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。王愛惠(2003), 休閒農場生態活動與遊憩體驗關係之研究, 私立銘傳大學觀光研究所未出版碩士論文。交通部觀光局(2007), 國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: [http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/\[2009, December 5\]](http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/[2009, December 5]) 行政院客家委員會(2011), 2011 客家桐花祭[線上資料], 來源: 69 <http://tung.hakka.gov.tw/cht/article.aspx> [2011, May, 13] 行政院客家委員會全球資訊網(2009), 客家電子報, 204, 來源: <http://www.ihakka.net/epaper> [2011, Apr, 24] 池文海、林憬(2004), 運用SEM 模式探討遊客滿意度 - 以花蓮縣為例, 觀光研究學報, 10(2), 35-53。李佳凌(2008), 吸引力和遊憩體驗對滿意度與忠誠度影響之研究 - 以淡水老街為例, 台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版碩士論文。李嘉苓(2005), 休閒農場之吸引力、體驗、滿意度與重遊意願關係之研究 - 以獨角仙休閒農場為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。阮亞純(2003), 以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例, 屏東科技大學農業企業管理系未出版碩士論文。余幸娟(2000), 宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以臺南縣南鯤鯓代天府為例, 私立文化大學觀光事業研究所未出版碩士論文。70 吳秉榮(2009), 遊憩體驗、服務品質、滿意度與忠誠度之關係—以澎湖吉貝石滬遊客為例, 國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所未出版碩士論文。吳淑女(1995), 淺談慶典觀光與推展之道, 觀光教育, 6(45), 2-6。林淑晴(1988), 從環境知覺討論垃圾對遊憩體驗的影響, 國立中興大學園藝研究所未出版碩士論文。林怡君(2005), 觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究 - 以三義木雕國際藝術節為例, 私立南華大學未出版碩士論文。林芬(2006), 客家桐花祭之效益評估 - 以苗栗縣為例, 屏東科技大學農業企管理研究所未出版碩士論文。林朝欽、李英弘(2001), 遊憩體驗之多階段性驗證, 戶外遊憩研究, 14(1), 1-10。邱博賢(2003), 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, 私立世新大學觀光學系未出版碩士論文。段兆麟(2000), 體驗式經濟在農業的實踐。新世紀體驗農業經營研討會論文暨會議實錄, 25-35。71 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(2), 267。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博士論文。洪世全(1995), 服務品質、服務價值與顧客滿意度的關係, 國立台灣商學研究所未出版碩士論文。陳水源(1989), 遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究, 戶外遊憩研究, 1(3), 19。梁家祐、蔡智勇(2008), 澎湖石滬生態旅遊動機、遊憩體驗與服務品質對遊客滿意度與重遊意願之分析, 運動與遊憩研究, 2(3), 94-109。陳冠曲(2007)(1999), 遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係之研究—以溪頭森林遊樂區為例, 國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所未出版碩士論文。張孝銘、李豪(2008), 觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究—以苗栗縣大湖鄉為實證, 休閒產業管理學刊, 1(2), 57-69。72 陳湘東(1999), 節慶活動與企業贊助動機之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。張俊彥(1987), 遊憩規劃中遊客擁擠知覺之分析 - 以陽明山國家公園為例, 國立台灣大學園藝學研究所碩士論文。黃順意(2005)(1999), 客家文化產業行銷之研究 - 以客家桐花祭為例, 國立台北大學企業管理系碩士論文。游瑛妙(1999), 節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意分析 - 以第十一屆民藝華會為例, 私立靜宜大學觀光系未出版碩士論文。葉碧華(1999), 大型觀光節慶活動效益評估之研究 - 以台北燈會為例, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版碩士論文。游宗仁(2002), 全國YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。黃淑君、林慧娟(2003), 解說內容之涉入程度對遊客之環境認知、遊憩體驗和滿意度之影響 - 以陽明山國家公園魚路古道為 73 例, 觀光學研究學報, 9(1), 79-90。黃俊英(2002), 多變量分析, 台北:中國經濟企業研究所。楊崑霖(2000), 鄉鎮舉辦農特產節慶的效應與環境衝擊分析之研究 - 以2000年台南縣白河蓮花節為例, 逢甲大學土地管理學系碩士論文。雷文谷(2007), 運動事業經營與管理, 普林斯頓。雷文谷(2006), 運動設施規劃與管理。台北:全威圖書。楊文燦、鄭琦玉(1995), 遊憩衝擊認知及其與滿意度關係之研究, 戶外遊憩研究, 8(2), 1995, 109-132。廖雅芳(2004), 台灣花卉博覽會遊客滿意度之研究, 屏東科技大學農村規劃所未出版碩士論文。蔡鳳兒(2005), 日月潭國家風景區遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究 - 以日月潭國家風景區為例, 私立南華大學旅遊事業管理系碩士論文。74 蔡伯勳(1986), 遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景區為例, 國立台灣大學園藝研究所未出版之碩士論文。駱焜祺(2002), 觀光節慶活動行銷策略之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例, 中山大學公共事務管理研究所碩士論文。謝金燕(2003), 宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以高雄佛光山為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。顏妙桂譯, Edginton C. R., Hanson C. J., Edginton S. R., and Hundon S. D.著, 2002, 休閒活動規劃與管理, 台北:桂魯出版社。75 二、英文部分 Betteridge, D., & Edmonds, J. (1997). Event management in leisure and tourism. London: Hodder and Stoughton. Bullaro, J. J., & Edginton, C. R. (1986). Commercial leisure services: man aging for profit, service and personal satisfaction. New York: Macmillan. Chris, R. (1995). Researching tourist satisfaction: issues, concepts, problems. London and New York: Routledge. Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1969). Alternatives Method of Estimating Future Use. Economics of Outdoor Recreation, 21(7), 36. Day, G. S. (1977). Diagnosing the Product Portfolio. Journal of Marketing, 42, 29-38. Dorfman, P. W. (1976). Measurement and meaning of recreation satisfaction: a case study of camping. Environment and Behavior, 11(4), 483-510. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975). A Social-psychological Definition of Recreation Demand, with Implications for Recreation Resource Planning. Assessing Demand for Outdoor Recreation, 12(8),62-88. Driver, B. L., & Toucher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation engagement, with implications for planning. Element of Outdoor Recreation Planning, 12(1), 9-31. 76 Falassi, A. (1987). Time out of time, Essays on Festival. U.S.A. University of New Mexico Press. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer. The Swedish Experience. Journal of Marketing, 55, 1-21. Gardozo, N.R. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. Journal of Marketing Research, 2 ( 5 ), 244-249. Getz, D. (1991). Festival, special event and tourism. New York: Van Nostrand Reinhold. Henderson, K. A., Bialeschiki, M. D., Shaw, S. M., & Fresinger, V. J. (1996). Both Gains and Gaps: Feminist Perspectives on Women ' s Leisure. Venture Publishing, Inc. Herzberg, F., Mausner, B., & Synderman, B. (1959). The Motivation to Work. New York. Hull, R.B., IV, Steward, W.P., & Yi, Y.K. (1992). Experience Patterns: capturing the dynamic nature of a recreation experience. Journal of Leisure Research,

24(3), 240-252. Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), 193-213. Jackson, R. (1997). *Making special events fit in the 21st century*. USA: Sagamore Publishing. Joy, A., & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied imagination: A multisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of Consumer Research*, 30, 259-77. Kelly, J.R. (1987). *Freedom to be - A new sociology of leisure*. New York: Macmillan publishing company. Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Lawer, E. E. (1973). *Motivation in Work Organizations*. Monterey, California: Books Cole Publishing Company. Lee, H., Kerstetter, D. L., Graefe, A. R., & Confer, J. J. Jr. (1996). Crowding at an art festival: A replication and extension of the outdoor recreation crowding model. *Proceeding of the 1996 Northeastern recreation research symposium*, New York. Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211. McDonnell, I., Allen, J., & O' toole, W. (1999). *Festival and Special Event Management*. John Wiley and Sons Australia, Ltd. Morgaon, M. (1996). *Marketing for Leisure and Tourism*, Prentice Hall, London. Murphy, P. E. (1985). *Outdoor Recreation and Resource Management*. New York: St. Martin Press. Oliver, R. L., & De Sarjo, S. (1988). Response Determinants in Satisfaction Judgment. *Journal of Customer Research*, 14, 495-507. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*. 60(2), 31-46. Pfaff, M. (1997). *The Index of Consumer Satisfaction Measurement*