

遊客遊憩動機、流暢經驗、滿意度與重遊意願之研究 - 以電動腳踏車為例

陳郁?、林淑芬

E-mail: 360069@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要目的探討遊客遊憩動機、流暢經驗、滿意度及重遊意願相關研究，以集集鎮租乘電動腳踏車的遊客為對象，藉以了解真正吸引遊客前往觀光的因子。採用便利調查法，共獲得291份有效問卷，資料分析法含描述性統計、獨立樣本 t 檢定、皮爾森積差相關分析、多元迴歸分析等方式進行。經由資料分析結果發現：(1) 遊客遊憩動機與流暢經驗呈正相關；(2) 遊客遊憩動機與滿意度亦呈正相關；(3) 遊客流暢經驗與滿意度呈正相關；(4) 遊客遊憩動機、滿意度透過迴歸分析，顯示遊憩動機較高、或滿意度較高的遊客，重遊意願也相對較高。最後根據本研究結果，擬提出具體建議以提供相關單位之觀光發展及休閒產業規畫依據。

關鍵詞：遊憩動機、流暢經驗、滿意度、重遊意願

目錄

封面	i	簽名頁	i
ii 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	viii	圖目錄	viii
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究動機與背景	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究問題	3
3 第四節 操作性定義	3	第五節 研究限制	4
4 第二章 文獻探討	5	第一節 南投縣集集鎮之特色	5
5 第二節 遊憩動機理論及相關研究	7	第三節 流暢經驗理論及相關研究	11
11 第四節 滿意度理論及相關研究	17	第五節 重遊意願理論及相關研究	19
19 第六章 遊憩動機、流暢經驗、滿意度與重遊意願相關研究	21	第三章 研究方法	22
22 第一節 研究架構	22	第二節 研究流程	23
23 第三節 研究假設	24	第四節 研究對象	25
25 第五節 研究工具	26	第六節 預試資料	28
28 第七節 資料分析方法	32	第四章 結果與討論	33
33 第一節 遊客基本資料及研究變項之分析	33	第二節 遊客遊憩動機、滿意度、流暢經驗之相關分析	39
39 第三節 遊客遊憩動機、流暢經驗、滿意度對重遊意願之迴歸分析	42	第四節 研究結果	43
43 第五章 結論與建議	44	第一節 研究結論	44
44 第二節 研究建議	46	第三節 未來研究建議	46
46 參考文獻	47	附錄 研究問卷	48
48	56		

參考文獻

- 1.古志銘(2010)。運動觀光吸引力、自行車道形象、休閒滿意度與重遊意願關係之研究 - 以嘉義縣朴子溪自行車道為例，國立嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。
- 2.甘唐沖、張文娟、許沂松(2009)。休閒農場遊客行為之研究 - 以走馬瀨農場為例，管理實務與理論研究，3(1)，1-27。
- 3.李宗倫(2004)。個人創造力歷程之研究 - 動機理論之整合觀點，未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 4.李明輝(1991)。遊憩需求與遊客行為特性之探討，戶外遊憩研究，4(1)，17-33。
- 5.李明儒、郭家瑜(2011)。探討參與帆船運動者的參與動機、活動涉入及流暢體驗之研究，運動休閒餐旅研究，6(1)，95-109。
- 6.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)，267-288。
- 7.林生傳(1996)。教育社會學，高雄市：復文圖書。
- 8.林晏新(2008)。小型賽車參與者涉入程度、流暢經驗與行為意圖之關係研究，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 9.林國賢(2004)。大陸民眾來台旅遊態度與動機之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。
- 10.邱祈榮、詹為巽、蔡維倫、林麗貞(2010)。在區域型步道遊客遊憩動機、滿意度與行為意向間關係之研究 - 以林美石磐步道為例，中華林學季刊，43(4)，593-615。
- 11.高名勳

(2009)。任務類型、學習風格和神馳經驗對於網路合作學習成效的影響，雲林科技大學資訊管理研究所碩士論文。12.許建民、鄭硯青(2011)。景點意象與遊憩滿意度關係之研究-以新竹市17公里海岸線自行車道為例。休閒產業管理學刊, 4(1), 57-71。13.許家禎(2006)。冒險性遊憩活動參與者遊憩動機、遊憩涉入與流暢體驗之研究-以生存遊戲為例，南台科技大學休閒事業管理系碩士論文。14.郭進財、謝凱雯、黃文成(2010)。觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究 - 以嘉義縣布袋好美里風景區為例，海峽兩岸體育研究學報, 4(2), 01-19。15.郭彥呈(2010)。木球運動對中高齡運動休閒動機與流暢經驗之研究，國立嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。16.張孝銘、張詠誠、徐靖玟(2008)。遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗與重遊意願之研究 - 以清境農場?實證，休閒產業管理學刊, 1(3), 72-86。17.張春興(1989)。張氏心理學辭典，臺北市:臺灣東華書局。18.陳明國、孫美蓮、莊翔達、邱政鋒(2010)。2010屏東熱帶農業博覽會遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究，嘉大體育健康休閒期刊, 9(1), 104-116。19.陳彥璋(2005)。國小美術班學生興趣、心流經驗與學習成就之研究，國立臺灣師範大學特殊教育學系研究所碩士論文。20.陳梅君(2008)。自行車參與者遊憩動機、深度休閒與遊憩專門化關係之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。21.陳聰廉、張家銘(2006)。茂林國家風景區遊客吸引力、滿意度與重遊意願關係之研究，運動與遊憩研究, 1(2), 44-64。22.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學位論文。23.黃于庭(2008)。休閒知覺自由與流暢體驗之關係:以自行車使用者為例，運動休閒餐旅研究, 3(3), 68-83。24.黃慧新(2008)。期望失驗與歸因理論在遊憩活動之應用:以台北市立木柵動物園為例，生物與休閒事業研究, 6(3), 1-14。25.黃瓊慧(2000)。從沉浸(flow)理論探討台灣大專學生之網路使用行為，未出版之國立交通大學傳播研究所碩士論文，新竹市。26.楊政彬(2009)。國小教師網路使用動機、使用滿意度與神馳體驗之研究，大葉大學管理學院碩士論文。27.楊胤甲(2006)。愛好自行車休閒運動者之流暢體驗休閒效益與幸福感之研究，靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。28.樓永堅、方世榮譯(2006)。行銷管理學，臺北市:臺灣培生教育出版。(Kotler, P., & Keller K. L., 2006)。29.蔡士傑(2004)。運動健身俱樂部服務品質、顧客滿意度與再購意願研究，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。30.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，台灣大學園藝研究所未出版碩士論文。31.蔡佩書(民98)。自行車休閒參與動機、流暢體驗與行為意圖關係之研究，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。32.趙名玉、王俊明、張清源、劉宜鑫(2011)。中部溫泉區顧客滿意度與重遊意願之調查研究，休閒觀光與運動健康學報, 1(2), 43-61。33.劉泳倫、鄒哲宗、丁伯薇(2011)。圓潭自然生態園區遊客旅遊動機、旅遊偏好、滿意度與重遊意願之相關研究，休閒觀光與運動健康學報, 1(2), 62-79。34.劉俊宏(2007)。環境屬性、流暢經驗對衝浪活動滿意度與重遊意願之相關研究，國立中正大學運動與休閒教育所碩士論文。35.鄭錫欽、梁家祐(2008)。澎湖菜園休閒漁業居民認同感與遊客滿意度之探討，生物與休閒事業研究, 6(1), 104-119。36.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，旅遊管理研究, 3(1), 79-95。37.謝政毓(2009)。大型重型機車休閒活動愛好者流暢體驗與休閒效益之研究，國立台灣體育學院體育研究所碩士論文。38.顏妙嘉(2002)。休閒活動規劃管理，台北:麥格羅希爾出版。39.蘇秋君、鄭欽龍、陳瑩達、林麗貞(2011)。遊憩體驗、滿意度與行為意圖之研究 - 以下坪植物園遊客為例，中華林學季刊, 44(1), 73-86。

二、英文部分

1.Ajzen, I., and Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Control. (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall). 2.Beard, J. G., and Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. Journal of Leisure Research, 15(3), 219-228. 3.Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. Journal of Leisure Research, 12(1), 45-54. 4.Cronin, J. J., Brady, M. K. & Hult, G. T. M. (2000), Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer. 5.Csikszentmihalyi, M. (1975). Beyond boredom and anxiety. San Francisco: Jossey-Bass. 6.Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow; the psychology of optimal experience. NY: Harper Collins. 7.Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow: The psychology of optima experience . New York : Harper and Row, p 74. 8.Csikszentmihalyi, M., and Csikszentmihalyi, M. (1988). Introduction to part IV. In M. Csikszentmihalyi and I. Csikszentmihalyi (Eds.), Optimal Experience: psychological studies of flow in consciousness, 251-265. Cambridge University Press. 9.Driver, B. L., and Toucher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation of planning. Element of Outdoor Recreation Planning, 9-31. 10.Flucker, M. R. and L. W. Turner (2000). Need, motivations, and expectations of a commercial Whitewater rafting experience. Journal of Travel Research, 38(4), 380-389. 11.Francken, D. A. (1993). Postpurchase consumer evaluation, complaint actions and repurchase behavior. Journal of Economic Psychology, 273-290. 12.Gitelson, R. J., and Kerstetter, D. L. (1990). The relationship between sociodemographic variables, benefits sought and subsequent vacation behavior: A case study. Journal of Travel Research, 28(3), 24-29. 13.Griffin, J. (1995). Customer Loyalty. Simmon and Schurster Inc. 14.Gronholdt, L., Martensen, A., and Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. Total Quality Management, 11(5), 509-516. 15.Heskett, J. L., Jones, T. O., Sasser, G. W. E., and Schlesinger, L. A. (1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. Harvard Business Review, 72(2), 164-174. 16.Hoffman, T. P., and Novak, D. L. (1996), " Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations, " Journal of Marketing, 60, 50-68. 17.Howard, J.A. and J.N. Sheth. (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York: John Wiley and Sons Inc. 18.Inman, J., Dyer, J., and Jia, J. (1997). A generalized utility model of disappointment and regret effects on post-choice valuation. Marketing Science, 16(2), 97-111. 19.Jones, T. O., and Sasser, W. E. Jr. (1995). Why Satisfied Customers Defect. Harvard Business Review, 73(6), 88-99. 20.Jackson, S. A., and Csikszentmihalyi, M. (1999). Flow in sport . Champaign, IL: Human Kinetic, P. 37. 21.Kolter, P. (2003). " Marketing Management, 11th ed ", Prentice-Hall Inc. 22.Kotler, P. (2003). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (10th ed.). NJ: Prentice-Hall Inc. 23.Kozak, M. (2001). Repeater ' s behavior at two distinct destinations. Annals of Tourism Research, 28(3), 784-807. 24.Kozak, M., and Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. Journal of Travel Research, 38(1), 260-269. 25.Maslow, A. (1970). Motivation and personality. NY: Harper and Row. 26.Massimini, F., and Massimo, C. (1988), The systematic assessment of flow in daily experience, in M. Csikszentmihalyi, and I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness, New York: Cambridge University Press. 27.Novak, P. T., and Hoffman, L. D. (1997), " Measuring the flow experience among web users, " Interval

Research Corporation, July 31. 28. Oh, H., Chul, M., Uysal, C. M., Pamela, A. W. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14, 123-137. 29. Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41-50. 30. Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. 31. Petrick, J. F., and Backman, S. J. (2002). An examination of the determinants of golf travelers' satisfaction. *Journal of Travel Research*, 40(3), 252-259. 32. Robertson, R., and Regula, J. (1994). Recreational Displacement and Overall Satisfaction: A Study of Central Iowa's Licensed Boaters. *Journal of Leisure Research*, 26(2), 174-181. 33. Shelby, B. B., Heberlein, N. S., and Johnson, R. (1988). Displacement and Product Shift: Empirical Evidence from Oregon Rivers. *Journal of Leisure Research*, 20(3), 453-573. 34. Weaver, D. and Brickman, P. (1974), "Expectancy, Feedback and Disconfirmation as Independent Factor in Outcome Satisfaction," *Journal of Personality and Social Psychology*, 30 (Mar), 420-428. 35. Webster, J., Trevino, K., and Ryan, L. (1993). The dimensionality and correlates of flow in human-computer interactions. *Computers in Human Behavior*, 9 (4), 411-426. 36. Westbrook, R. A. (1980). A Rating Scale for Measuring Product Service Satisfaction, *Journal of Marketing*, 68-72. 37. Yoon, Y., and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26, pp. 45-56.