

休閒農場資源與體驗活動對遊客滿意度影響之研究-以劍門生態花果園為例

賴美?、李城忠, 曹偉駿

E-mail: 374690@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究在探討休閒農場資源、體驗活動及遊客滿意度之間的關係，並以劍門生態花果園為研究場域，問卷包含農場資源體驗活動、遊客滿意度、重遊意願量表為測量工具。以便利抽樣問卷調查方式，得到有效樣本數398份，並以敘述性統計、信度與效度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、結構方程模式等統計方法進行分析。研究結果顯示：(1)休閒農場資源對體驗活動感受有正向影響；(2)休閒農場資源對遊客滿意度有正向影響；(3)休閒農場資源對遊客推薦親友及其重遊意願沒有正向影響；(4)遊客體驗活動感受正向影響其滿意度；(5)遊客體驗活動正向影響其推薦親友及重遊意願；(6)遊客滿意度正向影響其推薦親友及重遊意願。根據研究結果，對劍門生態花果園提出經營上之建議，亦對有興趣研究者提出後續研究建議。

關鍵詞：農場資源、體驗活動、滿意度、重遊意願

目錄

封面內頁 簽名頁 中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝	v
目錄	v	表目錄	vi	圖目錄	viii
x	第一章 緒論	第一節 研究動機與背景	1	第二節 研究目的	3
		第三節 研究問題	3	第四節 研究範圍與對象	4
		第五節 研究流程及內容	4	第二章 文獻探討	6
		第一節 休閒農場與生態旅遊之定義及劍門生態花果園之現況	6	第二節 農場資源	16
		第三節 體驗活動	21	第四節 滿意度	25
		第五節 重遊意願	29	第六節 遊憩體驗對遊客滿意度之相關研究	33
		第七節 遊憩體驗、顧客滿意度對重遊意願之相關研究	35	第三章 研究方法	38
		第一節 研究架構	38	第二節 研究變項之操作定義	39
		第三節 研究假設	40	第四節 研究工具	42
		第五節 研究對象與抽樣方法	50	第六節 資料分析方法	50
		第四章 資料分析與研究結果	54	第一節 樣本結構敘述性分析	54
		第二節 信度與效度分析	63	第三節 整體結構模式分析	77
		第五章 結論與建議	85	第一節 研究結論	85
		第二節 管理意涵	88	第三節 研究限制與建議	90
		參考文獻	92	中文部分	92
		英文部分	100	附錄一 問卷	106
		附錄二 劍門生態花果園區介紹	110		

參考文獻

- 一、中文部分 內政部 (2012)。臺灣國家公園-認識生態旅遊。2012年6月3日，取自內政部營建署網址 http://np.cpami.gov.tw/chinese/Index.php?option=com_content&view=article&id=301&Itemid=35 王志剛、謝文雀 (1995)。消費者行為 (初版)。臺北市:華泰。王伯文 (2005)。民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以奮起湖地區為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。申震雄 (2006)。遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度之研究—以通霄西濱海洋生態教育園區為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，臺中市。行政院農業委員會 (1999)。休閒農業輔導管理辦法。臺北。交通部 (2012)。中華民國100年國人旅遊狀況調查。2012年12月8日，取自交通部觀光局網址: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133> 江文達 (2002)。顧客描述期望對顧客滿意度評量與購後意向關係之研究。中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。江素貞 (2003)。體驗價值對顧客滿意及行為意向關係之研究。義守大學管理科學研究所碩士論文，未出版，高雄縣。朱家慶 (2005)。探討不同類型休閒農場體驗滿意度之研究。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。李晶、林儷蓉 (2001)。休閒農場提供國小校外教學資源之研究。教育與社會研究, 2, 155-180。李世寶 (2003)。東勢林場賞螢活動解說服務效果之研究。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，臺中市。李幸蓉 (2003)。從遊客的角度探討花蓮港賞鯨活動之解說服務。國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文，未出版，花蓮。李宸邦 (2005)。創意生活產業體驗行銷遊客體驗與遊客滿意、購買行為關聯性之研究。佛光大學管理學研究所碩士論文，未出版，宜蘭縣。李茂能 (2006)。結構方程模式軟體AMOS之簡介及其在測驗編制上之應用—Graphics & Basic。臺北市:心理。李城忠 (2011)。應用統計學—量化研究SPSS 範例分析。新北市:新文京。李宗儒、黃靜瑜 (2011)。J.Agr. & Fore., 60(1), 31-50。呂長賜 (2006)。集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。南華大學旅遊事業管理學系碩士論文，未出版，嘉義縣。吳明隆 (2007)。結構方程模式AMOS的操作與應用。臺北市:五南。何秉燦、蔡欣佑、吳滿財 (2010)。休閒農場遊憩體驗滿意度與顧客保留之研究:以松田崗休閒農場為例。農業推廣文彙, 55, 127-146。林梓聯 (2001)。日本農村建設成功的經驗。農政與農情, 106, 54-59。林政萩 (2004)。內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究。逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文，未出版，臺中市。林倩琪 (2005)。知本森林國家遊樂區遊客滿意度之研究。國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作學系碩士論文，未出版，屏東縣。林欣玫 (2005)。遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究。朝陽科技大

學企業管理系碩士論文，未出版，臺中市。林彥宏（2005）。觀光吸引力及觀光形象認知對顧客滿意與重遊意願的影響 - 免簽證後日本旅遊市場之實證研究。真理大學管理科學研究所碩士論文，未出版，新北市。林陽助、林秀珍、李宜致（2007）。體驗行銷、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究—以大台北地區連鎖咖啡店為例。顧客滿意度學刊，3(2)，57-94。林琬茹（2009）。民宿體驗活動、體驗滿意度與遊客重遊意願之研究 - 以中部民宿為例。大葉大學管理學院碩士在職專班碩士論文，未出版，彰化縣。金強謨（2005）。休閒農場遊客遊憩體驗、滿意度與重遊意願之研究 - 以桃園味全埔心農場為例。國立體育學院休閒產業經營學系碩士論文，未出版，桃園縣。邱奕豪（2002）。消費者體驗對體驗價值、顧客滿意度、行為意向影響之研究 - 以中友百貨為例。朝陽科技大學企業管理研究所論文，未出版，臺中。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。世新大學觀光學系碩士論文，未出版，臺北市。段兆麟（2005）。離島地區休閒農漁業的發展策略。農業世界，263，96-104。段兆麟（2006）。休閒農業一體化的觀點。臺北市：偉華。侯錦雄（1990）。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。台灣大學園藝研究所博士論文，未出版，臺北市。陳水源（1988）。擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究—社會心理層面探討。臺北市：大立。陳水源（1989）。遊客遊憩需求與遊憩體驗之探討。戶外遊憩研究，1(3)，25-52。陳昭郎（1996）。休閒農業發展方向。大自然季刊，50，5-13。陳昭郎、鄭健雄（1996）。休閒農場經營策略思考方向之研究。農業經營管理年刊，2，123-144。陳冠曲（2006）。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碩士論文，未出版，嘉義縣。陳宗玄、林靜芳（2006）。清境地區民宿遊客滿意度與再宿意願之研究。旅遊管理研究，6(1)，21-44。陳志偉（2010）。茶園轉型為體驗活動式休閒農場之歷程與經營策略 - 以椿萱農場為例。國立台北教育大學社會與區域發展研究所碩士論文，未出版，臺北市。許弘華（2007）。休閒農場遊客特性之研究 - 以銀行山禾家牧場為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文，未出版，彰化縣。許文聖（2010）。休閒產業分析 - 特色觀光產品之論述。新北市：華立。張集毓（1995）。遊憩區市場定位之研究。國立中興大學園藝學系研究所碩士論文，未出版，臺中市。張嘉楨（2007）。遊客對休閒農場遊憩體驗面向與設施滿意度之研究 - 以台中縣新社鄉為例。逢甲大學建築研究所碩士論文，未出版，臺中市。張孝銘、邱聯榮、施慧（2007）。大湖休閒酒莊消費者消費型態、旅遊資訊來源、服務滿意度與忠誠度之調查研究。休閒暨觀光產業研究，2(1)，50-67。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)，66-78。黃正聰、林建邦、王佳鳳（2004）。綠島遊憩體驗與旅遊發展策略之研究。第四屆觀光休閒暨旅產業永續經營學術研討會。國立高雄餐旅學院，高雄。黃佳慧（2004）。體驗品質、滿意度及行為意向關係之研究 - 以華陶窯為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，臺中市。黃芳銘（2003）。結構方程模式理論與應用。臺北市：五南。黃俊英（2005）。多變量分析(七版)。臺北市：中國經濟企業研究所。黃秋蓮（2010）。休閒農業生產因素對營運收入之影響。台灣農學會報，11(3)，239-252。彭震宇（2009）。遊客特性、地方依附、遊憩體驗與遊憩滿意度 - 以新竹市十八尖山為例。國立新竹教育大學人資處體育碩士專班碩士論文，未出版，新竹市。葉美秀（1998）。農業資源在休閒活動規劃上之研究。台灣大學農業推廣學研究所博士論文，未出版，臺北市。葉結實、段兆麟（2002）。體驗經濟觀點的休閒農場遊憩管理構思。農業經營管理年刊，8，197-222。葉春雅（2005）。結合外部環境資源與內部核心能力之民宿經營策略。雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，未出版，雲林縣。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)，109-132。臺灣省政府農林廳（1996）。休閒農業推動手冊。南投。廖明豐（2003）。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。鄭勝華（2003）。生態旅遊的教育價值及實踐途徑 - 以生態旅遊教學網站建構模式為例。2003第七屆台灣地理學術研討會，頁136-142，台灣師範大學，臺北市。蔡鳳兒（2006）。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。生活科學學報，5，211-241。劉泳倫、羅孟純（2010）。飛牛牧場觀光吸引力之研究。鄉村旅遊研究，4(2)，45-61。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。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。顏淑玲（1992）。休閒農業之文化與教育性體驗活動規劃經營。台灣農業，28(2)，60-68。魏朝政（1992）。坡地遊憩區景觀體驗評估模式之研究。逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文，未出版，臺中市。魏弘發（1995）。旅客選擇行為與遊憩阻礙之研究 - 以台灣民俗村為例。逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文，未出版，臺中市。二、英文部分 Alexandris, K., Dimitridis, N. & Markata, D. (2002). Can preceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality*, 12(4), 224-231. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Bowden, J. H., & Dagger, T. S. (2011). To delight or not to delight? An investigation of loyalty formation in the restaurant industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20, 501-524. Bultena, G. L., & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in camping: A conceptualization and guide to social recreach. *Journal of Leisure Research*, 1, 348-364. Backman, S. J., & Shinew, K. L. (1994). The composition of source and activity loyalty with a public agency's golf operation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(3), 1-18. Bongkoo, L., & Scott, C. S. (2002). The dynamic nature of leisure experience: An application of affect control theory. *Journal of Leisure Research*, 34(3), 290-310. Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, ecotourism, and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development. *IUCN*, 129-146. Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. Chen C.-H., Chang Y.-H., & Fan F.-C. (2012). Adolescents and leisure activities: The impact of expectation and experience on service satisfaction. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(2), 259-266. DeVellis, R. F. (1991). *Scale development theory and applications*. CA: Sage Publications. Day, R. L. (1997). *Extending the concept of consumer satisfaction*. Atlanta: Association for Consumer Research, 4, 149-154. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction-A case study in 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., & Tocher, S. R. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation, with implications for planning. In B.L. Driver (ed.), *Elements of outdoor recreation planning* (pp. 9-31). Ann Arbor, Michigan: The University of Michigan Press. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(2), 39-50. Fleischer, A., & Pizam, A. (1997). Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 18(6), 367-372. Hatcher, L. (1994). A step-by-step approach to use the SAS system for factor analysis and structural equation modeling. North Carolina: SAS Institute. Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. New Jersey: Prentice-Hall. Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice-Hall. Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10 (2), 193- 213. Jones, T. O., & Sasser, W. E. J. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Joy, A., & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied imagination a multisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 259. Kelly, J. R. (1996). *Leisure* (3rd ed.). Boston: Allyn & Becon. Kozak, M. (2001). Repeater ' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Kotler, Philip (2000). *Marketing Management* (10th ed.). New Jersey:Prentice-Hall. Kristensen, K., Martensen, A., & Gronholdt, L. (2000). Customer satisfaction measurement at post Denmark: Results of application of the European customer satisfaction index methodology. *Total Quality Management*, 11, 1007-1015. Lawler, E. E. (1973). *Motivation in work organizations*. Brooks/Cole Publishing Company, Monterey, CA. Manning, R. E. (1986). *Study in outdoor recreation: Search and research for satisfaction*. Oregon: Oregon State University. Mannell, R. C. (1989). Leisure satisfaction. In Jackson, E. L. and Burton, T. L. (eds.), *Understanding leisure and recreation: mapping the past, harting the future* (pp. 281-301). Venture, PA: State College. Marsh, H. W., Balla, J. R., & McDonald, R. P. (1988). Goodness-of-fit indices in confirmatory factor analysis: The effect of sample size. *Psychological Bulletin*, 103(3), 391-410. Mccollough, M. A., & Gremler, D. D. (2004). A conceptual model and examination of the effect of service guarantee on post-purchase consumption evaluations. *Management Service Quality*, 14(1), 58-74. Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and truism experience. *Annals of Tourism Research*, 14 (3), 314-331. Mittal, V. F., & Lassar, W. M. (1996). The role of personalization in service encounters. *Journal of Retailing*, 72, 95-109. Ortinau, D. J. (1979). A conceptual model of post purchase satisfaction /dissatisfaction decision process, In R. L. Day & H. k. Hunt (eds.), *New dimensions of consumer satisfaction and complaining behavior* (pp.35-40). Bloomington: Indiana University Press. Oppermann, M. (1996). Rural tourism in southern Germany. *Anuals of Tourism Research*, 23(1), 86-102. Oliver, R. L. (1997). Emotional expression in the satisfaction response, in *satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Boston: Irwin. Pfaff, M. (1977). The index of customer satisfaction measurement problem and opportunity. In H. K. Hunt (ed.). *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, MA: Marketing Science. 24-27. Petrick, J. F., & Backman, S. J. (2002). An examination of golf travelers ' satisfaction, perceived value, loyalty and intentions to revisit. *Tourism Analysis*, 6(3/4), 223-237. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theater and every business a stage*. Boston: HBS. Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988).SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Ross, G. F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of Travel R esearch*, 32(2), 54-57. Robert, C. B., Alan, R. G., & James, D. A. (2003). Alternate measurement approaches to recreational customer satisfaction. *Journal of Leisure Sciences*, 25, 363-380. Robertson, R., & Regula, J. (1994). Recreational displacement and overall satisfaction: A study of central Iowa licensed boaters. *Journal of Leisure Research*, 26(2), 174-181. Reicheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68, 105-110. Selnes (1993). An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty. *European Journal of Marketing*, 27(9), 19-35. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 220-230. Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers ' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.