

Does BOT Project Perform Better? A Comparison of Operation Performance for BOT/Public/Private Recreational Areas

張曉綺、李俊憲

E-mail: 9607596@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study was to explore the differences and relationships of recreational satisfaction, cognition of operation performance, and cognition of BOT project in three recreational areas with private/public/BOT operation modes. A structural questionnaire including recreational satisfaction scale, cognition of operation performance scale and cognition of BOT project, was applied to collect data from visitors at Yamay Resort(BOT), Janfusun Fancyworld(Private) and Ali-shan forest recreation area(Public). The return questionnaires were filtered and coded into SPSS for further statistic analysis including, descriptive statistic, One-way ANOVA, Pearson Product-Moment Correlation Coefficient. The majority of samples was female, 21-30 years old, highly educated to academic level, lower monthly income under 20,000 NT dollars. The main findings were concluded as followings: 1. There was significant difference in different business model of recreational area of visitors' recreation satisfaction, cognition of operation performance. 2. There was no significant difference in different business model of recreational area of visitors' cognition of BOT project. 3. There was a positive correlation between recreational satisfaction and cognition of operation performance. 4. There was a positive correlation between recreational satisfaction and cognition of BOT project.

Keywords : BOT Project, Recreational Area, Operation Performance

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝辭	vi	內容目錄	vii
表目錄	vii	圖目錄	ix	第一章 緒論	xi		
1 第一節 研究背景與動機	1	2 第二節 研究目的與問題	4	3 第三節 研究假設與範圍	5	4 第四節 研究限制	6
5 第五節 名詞定義	7	第二章 文獻回顧	8	8 第一節 BOT 之緣起與發展	8	9 第二節 國內休閒產業BOT 發展現況	11
10 第三節 國內休閒遊憩場所經營現況	13	11 第四節 績效理論	16	12 第五節 滿意度理論	20	13 第六節 相關實證研究	26
14 第三章 研究方法	32	15 第一節 研究架構	32	16 第二節 研究工具	33	17 第三節 問卷發放與實施	36
18 第四節 統計分析方法	37	19 第四章 資料分析	38	20 第一節 問卷發放過程	38	21 第二節 問卷工具信度分析	38
22 第三節 遊客背景變項次數分析	40	23 第四節 敘述性分析	41	24 第五節 假設驗證	55	25 第六節 本章小結	59
26 第五章 結論與建議	61	27 第一節 結論	61	28 第二節 建議	66	29 參考文獻	69
30 附錄A 休閒遊憩場所經營績效之預式問卷調查表	82	31 附錄B 休閒遊憩場所經營績效之正式問卷調查表	86				

REFERENCES

- 一、中文部分 [1] 大紀元網路報(2007), 長億集團呆帳達138億元 月眉國際已易主 [線上資料], 來源: <http://www.epochtime.com/b5/7/3/15/n1647435.htm> [2007, May, 25]。
- [2] 公共工程委員會(2006a), 已簽約促參重大公共建設案件清單(政治 獻金法第七條)[線上資料], 來源: http://6.248.253/PCC/popp/web/file_down_C_axtpg.asp?no=394&type=r [2006, Jan, 20]。
- [3] 公共工程委員會(2006b), 列管案件[線上資料], 來源: http://6.248.253.154/PCC/popp/web/case_search_result_show_C_axtpg.asp?page=1 [2006, November, 16]。
- [4] 王素敏(1997), 老人的休閒滿意即其休閒教育取向之研究, 高雄師範大學成人教育研究所未出版碩士論文。
- [5] 台灣證券交易所公開觀測站(2006), 簡明資產負債表(3年)[線上資料], 來源: <http://newmops.tse.com.tw> [2006, January, 20]。
- [6] 交通部觀光局(2000), 八十八年觀光遊樂服務業遊樂場(區)業調查報告, 台北:中華徵信所。
- [7] 交通部觀光局(2006), 2005年台閩地區主要觀光遊憩區遊客人數月別統計[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/index.asp> [2006, January, 20]。
- [8] 交通部觀光局阿里山國家風景區管理處(2004), 觀光統計[線上資料], 來源: http://www.ali-nsa.gov.tw/tc/intro/account_year.php

[2007, February, 12].

[9] 行政院(2006), 2015 年經濟發展願景第一階段三年衝刺計畫 (2007-2009) - 公共建設套案[線上資料], 來源:

<http://www.ey.gov.tw/lp.asp?CtNode=37&CtUnit=64&BaseDSD=7&mp=1> [2007, January, 20].

[10] 行政院主計處(2006a), 中央政府總預算及附屬單位預算[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=337374&CtNode=1690> [2007, January, 20].

[11] 行政院主計處(2006b), 台灣地區家庭收支調查報告[線上資料], 來源: <http://fies2.tpg.gov.tw/result.asp> [2007, January n, 20].

[12] 行政院主計處(1992), 台灣地區國民休閒生活調查報告, 台北: 行政院主計處。

[13] 行政院農委會林務局(2006), 林務局森林遊樂區收入[線上資料], 來源: <http://www.forest.gov.tw/lp.asp?ctNode=256&CtUnit=185&BaseDSD=7&mp=1> [2007, January, 20].

[14] 吳龍山(1994), 企業運用全球資訊網以支持企業競爭策略的情況, 淡江大學資訊管理研究所未出版碩士論文。

[15] 李俊憲(2005), 休閒BOT 特論, 未出版手稿, 大葉大學休閒事業管理學所。

[16] 林世民(1995), 訓練移轉配合人力資源政策與實務對組織績效影響之實證研究-以通過ISO9000 系列品保認證的製造業為例, 中山大學人力資源管理研究所未出版碩士論文。

[17] 林欣玟(2005), 遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關連性研究, 朝陽科技大學企業管理研究所未出版碩士論文。

[18] 林金杉, 汪在苜 (2003), 大學生休閒滿意度驗證研究:以逢甲大學為例, 92 年度體育學術研討會專刊, 19-29。

[19] 林發立(1995), 論公共工程BOT 兼論獎勵民間參與交通建設及相關規定, 萬國法律, 82, 13-15。

[20] 邱立文(1990), 森林遊樂區設施維護管理與遊客滿意度分析之研究-以惠蓀林場為例, 中興大學森林研究所未出版碩士論文。

[21] 徐同劍(1996), 遊樂園區服務品質與遊客再遊意願關連之研究, 大葉工學院事業經營研究所未出版碩士論文。

[22] 翁崇雄(1998), 期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究, 台大管理論叢, 9(1), 153-176 [23] 翁興利(2007), 政府法制與政府再造之研究[線上資料], 來源: http://www.inpr.org.tw/publish/pdf/m4_1.pdf [2007, February, 13].

[24] 張文菁(2001), 企業特性、人力資本、產業環境與組織績效之相關性研究, 中山大學人力資源管理研究所未出版碩士論文。

[25] 張秋師(2003), 遊客對公民營遊樂區行銷組合策略之比較-以玉山國家公園、劍湖山世界及阿里山森林遊樂區為例, 嘉義大學農學院林業研究所未出版碩士論文。

[26] 張銘哲(2004), 公有民營垃圾焚化場運作績效之研究-以嘉義鹿草焚化廠為例, 中山大學環境工程研究所未出版碩士論文。

[27] 莊曜聰(2004), BOT 計畫之政府監督管理程度, 成功大學土木工程研究所未出版碩士論文。

[28] 許士群(2003), 我國公共建設採BOT 模式專案管理執行機制之研究, 成功大學工程管理研究所未出版碩士論文。

[29] 許宏明(1995), 高科技產業的教育訓練制度與組織績效之相關性研究, 中央大學企業管理研究所未出版碩士論文。

[30] 陳春壘(2000), 民眾參與藝文活動休閒取向之研究-宜蘭縣, 中國文化大學藝術研究所未出版碩士論文。

[31] 陳明男(2001), 國營事業民營化前後經營績效比較-以中國鋼鐵公司為例, 高雄第一科技大學未出版碩士論文。

[32] 陳哲彥(1998), 人力資源管理與組織績效之關係-本土及外資企業的比較, 中山大學人力資源管理研究所未出版碩士論文。

[33] 陳碩偉(2003), 遊客選擇主題樂園考慮因素及滿意度之研究-以劍湖山世界為個案, 台北大學企業管理學研究所未出版碩士論文。

[34] 陳靜芳(1993), 台灣地區民營遊樂園營運績效衡量構面之探討, 台灣大學商學研究所未出版碩士論文。

[35] 葛賢鍵(2000), 透視民間投資參與公共建設-剖析BOT 類型計畫, 台北:中華綜合發展研究院。

[36] 詹春瑩(2006), BOT 招商成功關鍵因素之探討-以休閒產業為例, 大葉大學休閒事業管理學研究所未出版碩士論文。

[37] 熊明禮, 陳春安, 王鍵慰 (2004), 不同性別在休閒滿意度與休閒動機差異之研究-以蘭陽技術學院為例, 九十三年全國大專運動會體育學術研討會論文集, 597-604。

[38] 趙必孝(1994), 國際企業子公司人力資源策略、控制與績效, 中山大學企管所未出版博士論文。

[39] 劉惠芸(1998), BOT 特許合約擬定重點之初步研究-以工程用地、財務、營運、移轉為例, 中央大學土木工程學研究所未出版碩士論文。

[40] 蔡宜菁(2001), 國際觀光旅館之高階經營團隊、組織結構、經營策略、關鍵成功因素與績效之關聯-以台灣國際觀光旅館為實證, 成功大學企業管理研究所未出版碩士論文。

[41] 蔡雪紅(1999), 企業文化、領導型態、與企業績效之關係研究-台灣地區國際觀光旅館為例, 逢甲大學企業管理研究所未出版碩士論文。

[42] 蔡耀宇(2003), 台灣地區銀行經營績效之研究-因素分析法之應用, 世新大學經濟學研究所未出版碩士論文。

[43] 鄭敏玉(2000), 國際觀光旅館服務品質與經營效率之研究-以台北地區國際觀光旅館為例, 銘傳大學管理科學研究所未出版碩士論文。

[44] 關山晴(2002), 顧客滿意度與忠誠度之研究-以西式速食業為例, 台灣科技大學管理研究所未出版碩士論文。

[45] 羅建龍(2000), BOT 營運績效評估模式研究與建立, 台灣科技大學營建工程研究所未出版碩士論文。二、英文部分 [1] Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Sciences*, 12(2), 125-143.

[2] Arthur, J. B. (1994). Effects of human resource systems on manufacturing performance and turnover. *Academy of Management Journal*, 37, 670-687.

[3] Arthur, J. B. (1992). The link between business strategy and industrial relations systems in American steel minimills. *Industrial and Labor Relations Review*, 45, 488-506.

- [4] Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- [5] Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33.
- [6] Bearden, W. O., & Teel J. E. (1983). Selected determinants of customer satisfaction and complaint reports. *Journal of Marketing Research*, 20, 21-28.
- [7] Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkinds, R. L. (1987). Exceptions and norms in models of consumer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 24, 305-314.
- [8] Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 1(2), 244-249.
- [9] Carroll, S. J., & Schneier, C. E. (1982). Performance appraisal and development of performance in organizations. Glenview Illinois: Scott, Foresman.
- [10] Chakravarthy, B. (1986). Measuring strategic performance. *Strategic Management Journal*, 7(5), 437-458.
- [11] Choi, F.D.S., & Mueller, G. G. (1992). *International accounting*. England, Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- [12] Churchill, G. A., & Suprenant, C. (1982). An investigation into determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504.
- [13] Cronin, J. J., Jr., & Steven, A. T. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56(7), 55-68.
- [14] Decarlo, T. J. (1974). Recreation participation patterns and successful aging. *Journal of Gerontology*, 29, 416-422.
- [15] Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996a). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 39(4), 949-969.
- [16] Delaney, J. T., & Huselid, M.A. (1996b). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 40(1), 88-171.
- [17] Dess, G. C., & Robinson, R. B., Jr. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures. *Strategic Management Journal*, 5(3), 265-273.
- [18] Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction. *Environment & Behavior*, 11(4), 483-51.
- [19] Dumazedier, J. (1974). *Sociology of leisure*. New York: Elsevier.
- [20] Dyer, L., & Reeves, T. (1995). Human resource strategies and firm performance: What do we know and where do we need to go? *The International Journal of Human Resource Management*, 8(3), 656-67.
- [21] Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1984) *Consumer behavior* (6th ed.). New York: Academic Internet.
- [22] Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The swedish experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-21.
- [23] Franken, D. A., & van Raaij, W. F. (1981). Satisfaction with leisure time activities. *Journal of Leisure Research*, 13, 337-352.
- [24] Goodman, J. (1989). The nature of customer satisfaction. *Quality Progress*, 2, 37-40.
- [25] Graney, M. J. (1975). Happiness and social participation in aging. *Journal of Gerontology*, 30, 701-706.
- [26] Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Willy and Sons.
- [27] Huselid, M. A., Jackson, S. E., & Schuler, R. S. (1997). Technical and strategic human resource management effectiveness as determinants of firm performance. *Academy of Management Journal*, 40(1), 171-188.
- [28] Kast, F. E. (1985). *Organization and management* (4th ed.). New York: McGraw- Hill.
- [29] Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 246-249.
- [30] Kotler, P. (1996). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- [31] Mannell, R. C. (1989). Leisure satisfaction. In E. L. Jackson & T. L. Burton (Eds.), *Understanding leisure and recreation: Mapping the past, charting the future*. 282, 281-301. State College, Pennsylvania: Venture Publishing,.
- [32] Mannell, R. C. (1999). Leisure experience and satisfaction. In E. L. Jackson, & T. L. Burton (Eds.), *Leisure studies: Prospects for the twenty-first century*. 235-251. State College, PA: Venture Publishing.
- [33] Maslow, A. (1968). *Toward a psychology of being* (2nd ed.). Toronto: Van Nostrand Reinhold.
- [34] Miler, S. M. (1990). The strategic management of technological R & D – Anideal process for the 1990 ' s. *International Journal of Technology Management*, 5(2), 63-153.
- [35] Miller, J. A. (1977). Studying satisfaction, modefying models, eliciting expectation, posing problems and making meaningful measurements. Cambridge, Mass. Marketing Science Institute, 72-91.
- [36] Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, 9(2), 201-221.
- [37] Murray, H. A. (1938). *Explorations and personality*. New York: Oxford University Press.
- [38] Nkomo, S. N. (1987). Human resource planning and organization performance: An exploratory analysis. *Strategic Management Journal*, 8, 387-392.
- [39] Oliver, R. L., & Desarbo, W. S. (1988). Respones Determinants in Satisfaction Judgment, *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.
- [40] Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing*, 17, 460-469.
- [41] Oliver, R. L. (1981). What is Customer Satisfaction? *Wharton Magazine*, 5, 36-41.

- [42] Palmore, E. B. (1979). Predictors of successful aging. *The Gerontologist*, 19, 427-431.
- [43] Peterson, R. A., & Willian, R. W. (1992). Measuring customer satisfaction: Fact and artifact. *Journal of Academy of Marketing Science*, 20, 61-71.
- [44] Propst, D. B., & Lime, D. W. (1982) Forest and river recreation: research update. How satisfaction research? A look at where we are going, Minnesota: Agriculture Experiment Station University of Minnesota.
- [45] Riddick, C. C. (1986). Leisure satisfaction precursors. *Journal of Leisure Research*, 18, 259-265.
- [46] Riddick, C. C., & Daniel, S. N. (1984). The relative contribution of leisure activities and other factors to the mental health of order women. *Journal of Leisure Research*, 16(2), 136-148.
- [47] Robbins, S. P. (1990). *Organization theory: Structure, design, and application*. Englewood cliffs. New York: Prentice Hall.
- [48] Selnes, F. (1993). An Examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty. *European Journal of Marketing*, 27(9), 19-35.
- [49] Sneegas, J. J. (1986). The relationship of perceived social competence to leisure participation, leisure satisfaction, and life satisfaction in olderadults(CD-ROM). Abstract from: Proquest File: Dissertation Abstracts Item: 8521882 [50] Spreng, R. A. (1993). A desires congruency model of customer satisfaction. *Journal of Marketing Science*, 21, 26-45.
- [51] Szilagyi, A. O. (1981). *Management and performance*. California: Goodyear Publishing Company.
- [52] Tam, C. M. (1999). Build-Operate-Transfer model for infrastructure developments in Asia: Reasons for successes and failures. *International Journal of Project Management*. 17(6), 377-382.
- [53] Ven de Ven, A. H., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and assessing organizations*. NY: John Wiley & Sons.
- [54] Venkatraman, N., & Ramanunjam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- [55] Westbrook, R. A. (1980). A rating scale for measuring product/service satisfaction. *Journal of Marketing*, 44(4), 68-72.
- [56] Woodruff, R. B. (1983). Modeling consumer satisfaction process using experience based Norms. *Journal of Marketing*, 10(8), 296-304.
- [57] Woodside, A. G. F., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Care Marketing*, 12, 5-7.
- [58] Youndt, M. A., Snell, S. A., Dean, J. W., Jr., & Lepak, D. P. (1996). Human resource management, manufacturing strategy, and firm performance. *Academy of Management Journal*, 39(4), 836-866.