

# 香草製品對遊客需求與滿意度之研究:以彰化縣田尾公路花園餐廳業者為個案分析

謝玉玲、何偉真

E-mail: 9611989@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究探討香草製品對遊客需求與滿意度之研究-以彰化縣田尾公路花園餐廳業者為個案分析，以田尾鄉農經營者及到農場消費的遊客為訪談受測對象，經營者採用質化訪談進行資料蒐集，遊客部份進行問卷調查方式，得85份有效問卷。本研究主要探討分析經營者的經營策略，與遊客休閒參與因素和活動的類型，從遊客人口統計變項中對香草製品的認知程度、需求程度、滿意程度之相關性作描述性及迴歸統計分析，以提供經營者經營行銷策略上之參考。研究結果發現如下：一、經營者大多為男性，年齡介於35-50歲間，經營屬性為獨資，自有土地，經營方式以複合式結合花卉苗木餐飲經營，有自行開發香草製品，並以批發販售為輔，少舉辦大型節慶活動。二、經營業者產品以中價格定位、開發創新產品、塑造自我經營風格特色，迎合節慶作定期促銷活動的舉辦、朝多元管道行銷，並結合當地資源整合區域網絡之推廣。三、遊客休閒活動參與，資訊來源以親友同伴推薦居多，休閒伴侶以同事朋友為主，最常從事休閒活動是看電視，休閒性質以消遣性為主，大多數遊客都滿意自己的休閒生活。四、人口統計變項中，女性、大專學歷、居住地以中彰投、未婚族群、學生居多，收入以25,000元以下。五、大部份遊客都喜歡及滿意休閒農場所提供的香草製品。

關鍵詞：香草；認知；需求；滿意度；休閒農場

## 目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	vi	圖目錄	viii
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究範圍	2
3 第四節 研究流程	3	5 第二章 理論基礎與文獻探討	5
7 第一節 休閒農場	7	7 第二節 餐飲事業及定義	7
14 第三節 香草植物界定及應用	14	18 第四節 消費者行為	18
37 第五節 需求理論	37	43 第六節 滿意度理論	43
46 第三章 研究設計與方法	46	58 第一節 研究架構	58
58 第二節 研究方法	58	60 第三節 研究對象	60
66 第四節 資料蒐集	66	67 第五節 資料	67
68 第四章 資料分析	68	69 第一節	69
69 第二節 敘述性統計分析	69	74 第三節	74
83 多元迴歸資料分析	83	89 第五章 結論	89
89 第一節 結論與發現	89	95 第二節 後續研究之建議	95
97 參考文獻	97	附錄A 經營者問卷	97
103 附錄B 遊客問卷	103	105	105

## 參考文獻

一、中文部份 Rosemary何謂花草茶(2003年11月4日), <http://www.magnet.com.tw/Discover/herbelement/6rosemary/rosemary.htm-10k>。  
小磨坊香料公司(2003年5月29日), <http://www.tomax.com.tw>。尤次雄(2002), 香草生活家, 台北:台視文化。尤次雄(2003), 行政院農業委員會花蓮區農業改良場, 休閒作物資源之開發與應用研討會專刊。尤次雄(2003), 探索台灣香草產業的過去、現在與未來, 休閒作物資源之開發與應用研討會專刊。王小璘(1991), 休閒農業規劃, 造園季刊, 6, 102-107。台光香草園(2005年6月19日), <http://tkherb.selfip.com>。田村上(2003), 台糖保健食品之消費者行為研究 - 以高雄市場為例, 國立高雄應用科技大學企業管理學系畢業專題。行政院農業委員會(2007年2月18日), <http://www.Coa.gov.tw>。行政院農業委員會(2005), 農業發展條例, <http://bulletin.coa.gov.tw/show>。沈益宏(2004), 探索台灣地區企業界服務顧客滿意度整合分析研究執行之問題, 私立大葉大學事業經營研究所碩士論文。林梓聯(1990), 發展休閒農業的做法, 休閒農業經營管理手冊, 農委會, 4-10。林琬菁(2003), 從資源永續觀點探討休閒農業與土地利用之關係, 國立政治大學地政學系碩士論文。邱湧忠(2002), 台灣休閒農業易遊書, 台灣農業策略聯盟發展協會。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集，台北:國立台灣大學。段兆麟(2002)，體驗經濟與教育農園，觀光休閒農業與鄉村旅遊研討會，大陸:北京地理學會。段兆麟(2003)，體驗式經濟與台灣休閒農業的發展，三生農業研討會，屏東:國立屏東科技大學生物科技學系碩士論文。馬鳳儀(2003)，香藥草料理，台北:台灣世界展望會。香草天空(2003年11月1日)，<http://home.kimo.com.tw/sghzae/Rosemary.htm-7k->。迷迭香Rosemary(2003年11月3日)，<http://www.mdsesd.com.tw/~kinmatsu/herb/rosemary.html-2k->。許俊雄(2001)，金融基構顧客滿意度評量模式之研究，私立銘傳大學金融學系碩士論文。陳昭郎(1996)，休閒農業發展方向，大自然季刊，50，5-13。陳墀吉，李奇樺(2005)，休閒農業經營管理。台北:威仕曼文化。陳憲明(1991)，苗栗縣卓蘭鎮食水坑休閒農業區規劃，行政院農委會編印。雅植歐洲香草園(2004年2月18日)，<http://www.mint.com.tw>。曾慈惠(2002)，由國外農場觀光經驗談台灣休閒農業發展，農業推廣文彙，中國農業推廣協會。黃明蕙(2006)，消費者行為:策略性觀點，台北:雙葉書廊。詹益政(2005)，餐旅業經營管理，台北:五南出版社。蔡界勝(2000)，餐飲管理與經營，台北:五南出版社。鄭健雄(2001)，休閒農業概論，南投社區大學授課講義。盧嵐蘭(2005)，媒介消費閱聽人與社會，台北:揚智出版。藍偉華(2002)，香草魔法廚房花園，台北:傳統色出版。關山晴(2002)，顧客滿意與忠誠度之研究 - 以西式速食業為例，國立台灣科技大學管理學系碩士論文。

二、英文部份

Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143. Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and Profitability: Findings from sweden. *Journal of Marketing*, 58(7), 53-66. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior*. Chicago: The Dryden Press. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction parameter: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21. Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60, 7-18. Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement, In H. K. Kieth (Ed), *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, Massachusetts: Marketing Scirnce Institute, 7. Howard, J., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. N. Y.: John Wiley & Sons Inc. Kotler, P. (1984). *Marketing Management: Analysis, planning, and control* (5th ed.). Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall, 124. Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*. New Jersey: Prentice-Hall. Malecki, E. J. (1991). *Technology and economic development: The dynamics of local, regional and national change*. London: Longman. Mannell, R. C. (1989). Leisure satisfaction. In E. L. Jackson, & T. L. Burton (Eds.). *Understanding leisure and recreatio: Mapping the past, charting the future*. State College. PA: Venture Publishing, 282. Maslow (1908-1970). *Diagram of Maslow's hierarchy of needs, represented as a pyramid with more primitive needs at the bottom*. State College. PA: Venture Publishing, 29-65. Nicosia, & Karageorghis, V. (1966). *Sculptures from Salamis*, 2. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(11), 460-469. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, Richard L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Base of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20, 418-430. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*, Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall. Thorstein Veblen (1857-1929). *The theory of the leisure class: an economic study of institution*. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (2nd ed.). McGraw-Hill Inc.