

休閒酒莊遊客之生活型態、遊憩特性與遊憩體驗間關係之研究

葉美玲、吳淑女

E-mail: 9701069@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究目的在進行酒莊遊客之生活型態、遊憩特質及遊憩體驗間關係之探討。本研究以便利抽樣方式對大湖、信義、車埕、埔里四家酒莊之遊客進行問卷調查，共取得有效問卷443份，採用SPSS for Windows 10.0進行描述性統計、單因子變異數分析、獨立與成對樣本t檢定、Pearson積差相關分析之統計，此外亦針對各酒莊所提供之產品/服務項目進行重要性－績效分析法。研究結果發現：不同背景特性、遊憩特性之遊客在生活型態與遊憩滿意度上有顯著差異；遊客之遊憩滿意度與其重遊意願有顯著正相關。針對業者服務缺口及IPA分析得知，各酒莊之產品較受遊客肯定，而價格為最大服務缺口；服務過程為繼續保持之項目，價格及推廣為最需改善項目，藉此提供酒莊業者改善之建議。

關鍵詞：休閒酒莊；生活型態；遊憩特性；遊憩體驗；重要性績效分析法

目錄

| | | | | | | | | | |
|------------|------|------------|---------|---------|-------------|--------|------|------|---------|
| 中文摘要 | 英文摘要 | 誌謝辭 | 內容目錄 | 表目錄 | 圖目錄 | 第一章 | 緒論 | 第一節 | 研究動機與背景 |
| 第二節 | 研究問題 | 第三節 | 研究對象與限制 | 第二章 | 文獻探討 | 第一節 | 休閒酒莊 | 第二節 | |
| 生活型態 | 第三節 | 遊憩體驗 | 第三章 | 研究方法 | 第一節 | 研究架構 | 第二節 | 研究假設 | 第三節 |
| 抽樣方法 | 第四節 | 問卷設計及操作性定義 | 第五節 | 預試與正式調查 | 第六節 | 資料分析方法 | 第四章 | | |
| 研究結果 | 第一節 | 問卷回收與處理 | 第二節 | 樣本特性 | 第三節 | 生活型態分析 | 第四節 | 遊 | |
| 憩重視度與滿意度分析 | 第五節 | 假設驗證 | 第五章 | 結論與建議 | 第一節 | 研究結果摘述 | 第二節 | 綜合討 | |
| 論 | 第三節 | 研究建議 | 參考文獻 | 附錄A | 酒莊遊客之遊憩體驗問卷 | | | | |

參考文獻

中華民國94年國人旅遊狀況調查[線上資料]，台灣觀光資訊網，來源：<http://admin.taiwan.net.tw> [2007, May 24]。石榮樺(2004)，消費者對休閒酒莊產品屬性偏好之研究，朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。后里樹生休閒酒莊[線上資料]，<http://www.shu-sheug.com.tw/> [2006, May 18]。何冠達(2002)，台中都會公園遊客特性與遊憩環境體驗研究，逢甲大學土地管理學系未出版之碩士論文。別蓮蒂(2000)，生活型態白皮書，2000年台灣消費者習慣調查報告，台北：商周。吳忠宏，黃宗成，邱廷亮(2004)，玉山國家公園遊客遊憩動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報，14(2)，23-41。李克昱(2004)，農村酒莊之市場區隔與定位之研究，文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。行政院農委會 - 酒香處處[線上資料]，http://ezgo.coa.gov.tw/v3/suggest_list.php?issue=10 [2006, March 1]。沈燕文(2005)，草嶺古道芒花季遊憩體驗之研究，佛光人文社會學院社會學研究所未出版之碩士論文。林政荻(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畫研究所未出版之碩士論文。邱皓政(2000)，量化研究與統計分析：SPSS中文視窗版資料分析範例解析，台北：五南。東勢石圍牆酒莊[線上資料]，<http://www.shfw.com.tw/> [2006, March 1]。周培芝(2004)，以美酒譜出生活品味的夢想實踐家，戀酒 - 酒莊醉人之旅，1，6-7。南投車埕酒莊[線上資料]，<http://www.railway-wine.com.tw/> [2006, March 1]。南投信義鄉農會休閒酒莊[線上資料]，<http://www.hsinfia.com.tw/> [2006, May 18]。曹秀真(2005)，農村酒莊餐飲服務經營管理之研究，靜宜大學觀光事業學系未出版之碩士論文。曹勝雄，吳正雄(1998)，來華旅客選擇中華餐飲之屬性偏好研究，戶外遊憩研究，11(3)，1-18。陳彥龍(2006)，溫泉區遊客之生活型態、遊憩動機、消費行為關係之研究 - 以廬山地區為例，大葉大學休閒事業管理學系未出版碩士論文。陳昭明(1981)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查分析，國立台灣大學森林學系森林遊樂研究室。陳昭郎(2005)，台灣休閒農業發展策略[線上資料]，http://www.nchu.edu.tw/aesc/periodical_031_03.htm [2005, October 1]。陳義方(2005)，台灣的酒，台北：遠足文化。黃尹萱(2005)，N世代生活型態與國內旅遊消費行為之研究，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。黃宗成，吳忠宏，高崇倫(2000)，休閒農場遊客遊憩體驗之研究，戶外遊憩研究，13(4)，1-25。黃章展，李素馨，侯錦雄(1999)，應用重要 - 表現程度分析法探討青少年觀光遊憩活動需求特性，戶外遊憩學會 - 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會觀光論文集，台北：田園城市文化事業，99-114。葉昌勳(2006)，農村酒莊遊客旅遊態度、動機與偏好關係之研究，銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。褚淑娟(2004)，台灣農村酒莊之顧客滿意度研究，國立中興大學應用經濟研究所未出版之碩士論文。農糧法規 - 農糧署全球資訊網，農村酒莊輔導作業要點[線上資料]，http://www.afa.gov.tw/laws_index.asp?CatID=116 [2006, May 18]。農業發展條例(農委會)[線上資料]，http://www.coa.gov.tw/show_lawcommond.php?cat=show_lawcommond&type=A&serial=9_cikuo_20040910132822&code=A03 [2006, May 18]。廖雅蘋(2005)，台灣農村休閒酒莊遊客遊憩動機之研究，台中健康暨管理學院休閒與遊憩學系未出版之碩士論文。劉金花(2002)，農村休閒酒莊設置開發及

經營策略之研究，國立台灣大學園藝學研究所未出版之碩士論文。鄭健雄，劉孟奇(2002)，國人渡假生活型態量表建構之初探-以墾丁國家公園遊客為例，戶外遊憩研究，14(3)，57-80。謝淑芬(2003)，遊憩區遊客忠誠度影響因素之比較研究，景文技術學院學報，14(上)，220-232。蘇堯銘(2005, October 31)，行政院農委會網站農村酒莊輔導成果與展望[線上資料]，來源 <http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=7655>(2006, May 19)。

Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24, 207-224.

Alonso, A. D., Fraser, R. A., & Cohen, D. A. (2006). Wine tourism experiences and gender: A comparative study of male and female winery visitors in New Zealand. Paper presented at the World Wine and Travel Summit and Exhibition, Margaret River, Australia.

Betty, W., Minh, T., & Maureen, G. (2004). Visitor profiles and motivations for visiting an Australian wine festival. Paper presented at the The First International Wine Tourism Conference, Margaret River, Western Australia (May, 2-5, 2004).

Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319.

Charters, S., & Fountain, J. (2004). Younger wine tourists: Generational differences in the cellar door experience. *New Zealand Wine Industry Journal*, 19(5), 102-107.

Cox, J. L., & Fox, M. (2003). Agriculturally based leisure attractions. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 49-59.

Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing*, 54, 68-81.

Formeel, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing Research*, 56(1), 6-21.

Fountain, J., & Charters, S. (2006, November, 13-17). Younger wine tourists: Bringing together demand and supply perspectives. Paper presented at the World Wine and Travel Summit and Exhibition, Margaret River, Australia.

Gunter, B., & Gunter, N. (1980). Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure. *Sociological Quarterly*, 2, 361-374.

Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (2000). *Wine tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth – Heinemann.

Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Customer behavior: Building marketing strategies* (8th ed.). Boston: Irwin/McGraw Hill.

Hunt, K. S., Scott, D., & Richardson, S. (2003). Positioning public recreation and park offerings using importance-performance analysis. *Journal of Park and Recreation Administration*, 21(3), 1-21.

Jackson, M. S., White, G. N., & Schmierer, C. L. (1996). Tourism experience within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 798-810.

Johnson, G. (1998). Wine tourism in New Zealand - A national survey of wineries. Master's thesis, University of Otago, Dunedin, New Zealand.

Kelly, G. A. (1955). *The Psychology of Personal Constructs*. New Jersey: Lawson, R., Thyne, M., Young, T., & Juric, B. (1999). Developing travel lifestyles: A New Zealand example. In A. Pizam & Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 449-479). New York: The Haworth Hospitality.

Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing: Toward scientific marketing*. Chicago: American Marketing Association.

Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211.

Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, Venture Publishing.

Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 14(3), 77-79.

Mayo, E. F., & Jarvis, L. P. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston: CBI Publishing.

Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, 44, 153-163.

Neulinger, J. (1981). *To leisure: An introduction*. Boston: Allyn and Bacon.

Parasurman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing Research*, 49(3), 41-50.

Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 34-37.

Reynolds, F. D., & Darden, W. R. (1974). Constructing life style and psychographics. In W. D. Wells (Ed.), *Life style and psychographics*. Chicago: American Marketing Association, 73-95.

Russell, R. V. (2002). *Pastime: The context of contemporary leisure*. Champaign, IL: Sagamore Publishing.

Sampson, S. E., & Showalter, M. J. (1999). The performance- importance response function: Observations and implications. *The Service Industries Journal*, 19(3), 1-25.

Shih, D. (1986). VALS as a tool of tourism market research: The Pennsylvania experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), 2-11.

South Australian Tourism Commission. (2006). *Wine tourism strategy 2004-2008: Fresh opportunities for the home of Australian wine*[Online]. Available: http://www.tourism.sa.gov.au/tourism/plan/Wine_Tourism_Strategy.pdf [2006, May 1].

Treloar, P., Hall, M., & Mitchell, R. (2004). Wine tourism and the generation Y market: Any possibilities? Paper presented at the CAUTHE conference in Brisbane, Queensland.

Wade, D. J., & Eagles, P. F. J. (2003). The use of importance-performance analysis and market segmentation for tourism management in parks and protected areas: An application to Tanzania's national parks. *Journal of Ecotourism*, 2(3), 196-212.

Weber, M. (1958). Class, status and party, In H. H. Gerth and Wright Mills (eds.), *from Max Weber: Essays in sociology*, (pp.267-301). New York: Oxford University Press.

Well, W. D. (1974). Life style and psychographics: Definition, uses, and psychographics. In W. D. Wells (Ed.), *Life style and psychographics*. Chicago: American Marketing Association, 317-363.

Wells, W., & Tigert, D. (1971). Activities, interests and opinions. *Journal of Advertising Research*, 11, 27-35.

Wind, Y., & Green, P. E. (1974). Some conceptual, measurement, and analytical problems in life style research. In W. D. Wells, *Life style and psychographics*. Chicago: American Marketing Assn, 99-126.

Zins, A. H. (1998). Leisure travel choice models of theme hotels using psychographics. *Journal of Travel Research*, 36, 3-15.