

A Study of Visitors' Satisfaction for the Ecological Leisure Farm From the Leisure Needs-Leisure Farm of Dong Luo Creek

游秋崑、何偉真

E-mail: 9706848@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This research was made to study the tourists to the eco-leisure farm of Dong-Luo Stream. Via the questionnaire, various items which influenced the tourist satisfaction were discussed. The farm managers were provided with references when they worked on marketing strategies. The questionnaire collected the population characteristics of the tourists which included information such as gender, age, education, career, marriage, monthly income, mode of travel, reserved-trip or not, travel types and the will of revisiting. This research provided an understanding on their leisure needs. The followings were concluded: 1. The visitors' leisure needs aimed on the hope to enjoy the nature and to experience the agricultural country life, with the purpose to release the stress of modern life. 2. The psycho-motive of taking eco-farm trip was on the purpose of health, getaway from urban uproar, and gathering of family and friends. 3. In the experience of eco-leisure farm, the items that most satisfied the tourists were the relaxation, the release of stress, the improved relationship of family and friends, and the service quality. According to the conclusions, the following suggestions were given: 1. As to the spread of eco-leisure agriculture, the managers shall integrate the agricultural industry resources with the entertaining activities, in order to create specific features. 2. When scheming out the farm environment, the farm managers shall first work on the safety installations, and also create a featured environment of meals and lodging. 3. As to the management, the farm manager shall design the experiencing activities incorporated with the farm environment and the industrial features, in order to provide the tourists the experience of "Sweet Zone." 4. Individual needs as reference, the inhabitants find themselves suitable eco-leisure farm to work on the health management.

Keywords : leisure agriculture, leisure needs, eco-leisure farm participation, tourist satisfaction.

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的與重要性	2	第三節 研究範圍與對象	2
2 第四節 研究流程	3	第二章 文獻探討	5
5 第一節 休閒需求	5	第二節 休閒農業	12
12 第三節 休閒農業的發展	15	第四節 休閒農業的功能	18
18 第五節 生態旅遊的意義與發展	20	第六節 東螺溪生態休閒農場	24
24 第七節 休閒體驗	27	第八節 遊客滿意度之相關研究	30
30 第三章 研究方法	35	第一節 研究架構與假設	35
35 第二節 問卷設計	36	第三節 資料蒐集與抽樣	39
39 第四節 資料分析方法	39	第四章 結果與討論	41
41 第一節 正式問卷發放	41	第二節 樣本背景資料	41
41 第三節 遊客人口特性與休閒農業需求	49	第四節 遊客人口特性對休閒滿意度之影響	73
73 第五節 休閒農業需求與休閒農業體驗滿意度之相關分析	87	第六節 研究結果	98
98 第五章 結論與建議	110	第一節 結論	110
110 第二節 建議	118	參考文獻	121
121 附錄 研究問卷	132		

REFERENCES

一、中文部份 文崇一(1980)，臺灣居民的休閒生活，台北：東大圖書公司，3。王鑫(2000)，生態旅遊與永續旅遊，台大地理環境資源學系

。加藤俊秀著 彭德中譯(1989), 餘暇社會學, 台北:遠流出版公司, 218。江榮吉(1994), 休閒農業經營主體, 未出版手稿, 八十三年度休閒農業經營管理訓練班講義, 台北:國立台灣大學農推系主辦。行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處編(1989), 臺灣地區各生活圈居民戶外遊憩活動之研究, 11。江文達(2001), 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未出版碩士論文。汪睿焯(2000), 無所不在, 娛樂經濟大未來, 中國生產力中心, 台北:46。吳怡靜(2001), 觀光業未來挑戰大於機會, 天下雜誌, 70。李明宗(1989), 觀光遊憩對實質環境的影響, 治園季刊, 9, 37-40。李明宗(1992), 戶外遊憩名詞釋義, 休閒觀光遊憩論文集, 台北:地景企業股份有限公司, 5。李銘輝等(1991), 遊憩需求與遊客行為特性之探討, 台北:戶外遊憩研究期刊論文, 中華民國戶外遊憩學會, 4(1), 17-33。李謀監(1997), 城鄉互賴導向下休閒農業之規劃, 台灣土地金融季刊, 34(4), 203-214。李春長(2003), 房屋仲介業服務品質之決議模式-SERVQUAL模式之應用, 都市與計畫學報, 30(1), 19-35。沈進成, 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未出版之碩士論文。呂鴻德, 賴宏誌, 謝憶文(2000), 顧客滿意構面、品牌忠誠度與顧客終身價值關係之研究 - LISREL模式之實證, 中原學報, 28(4), 1-12。林梓聯(2001), 農村建設成功的經驗, 農政與農情:宜蘭, 國立宜蘭技術學院農業推廣季刊, 4。林梓聯(2001), 發展休閒農業的做法, 林梓聯論文選集, 中國農業經營管理學會編印, 609。邱永漢(2001), 未來致富金礦是休閒服務業, 財訊雜誌, 4。林東泰(1992), 休閒知覺自由與工作滿足之研究, 國立台灣師範大學社會教育系社會教育學刊, 61-61。林明德(1992), 用志不分, 乃凝於神—道家的休閒觀, 中國休閒生活文化學術研討會期刊論文, 行政院文化建設委員會。林晏州(1986), 遊憩活動特性與需求之分析, 都市與計畫, 13(2), 108-111。林梓聯, 鄭詩華, 黃明耀, 林茂雄, 莊玉雯(1990a), 促進農地流通措施之研究, 農情半月刊, (190), 17-26。林梓聯, 鄭詩華, 黃明耀, 林茂雄, 莊玉雯 (1990b), 促進農地流通措施之研究, 農情半月刊, (191), 78-83。林敏淇(1997), 發展休閒農業, 農情專訊, (175), 20-23。邱湧忠(2000), 休閒農業經營學, 台北:茂昌圖書有限公司。林陽助, 葉華容(2003), 顧客關係、服務品質流程、服務品質與顧客忠誠度之互動性研究-以網路購物為例, 東吳經濟商學學報, 40, 41-70。邱博賢(2003), 觀光意向、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, 世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。段兆麟(1997), 頭城休閒農場經營診斷分析, 台灣農業雙月刊, 33(4), 22-38。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暨會議實錄, 25-35。段兆麟(2003), 離島地區休閒農漁業的發展策略, 發表於中日國際休閒農業研討會, 宜蘭頭城。侯錦雄(1990), 遊憩區動機與遊憩認知間關係之研究, 國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。洪世全(1995), 服務品質、服務價值與顧客滿意度的關係, 國立台灣大學商學院研究所未出版之碩士論文。高崇倫(1999), 遊客對國營休閒農場遊憩環境體驗之研究, 以武陵農場為例, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。Gene, B. (1996), 休閒與人類行為(涂淑芳譯), 台北:桂冠圖書股份有限公司, 3, (原文於1996年出版)。高俊雄, 張孝銘(2001), 休閒需求與休閒阻礙兼之相關研究-以彰化市居民為實證, 體育學報, 30, 43-51。陳憲明(1991), 澎湖沿岸漁場的領域管理, 台灣史田野研究通訊期刊論文, 20, 41-45。陳文鏞(2003), 從休閒需求觀點探討休閒農業發展養生農場之可行性, 逢甲大學土地管理學系碩士班未出版之碩士論文。陳水源(1992), 旅遊與休閒生活, 臺灣經濟金融月刊, 184, 76。陳水源(1988), 擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究, 台北:大立出版社。陳炳輝(2003), 遊客環境態度對生態旅遊影響之研究, 以大雪山森林遊樂區生態旅遊為例, 朝陽科技大學休閒事業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳思倫, 歐勝榮, 林連聰(1998), 休閒遊憩概論, 台北:國立空中大學發行, 5。張馨文(1999), 休閒遊憩學, 台北:建都文化事業股份有限公司, 25。陳水源, 李明宗(1992), 遊憩機會序列與遊憩體驗, 休閒、觀光、遊憩論文集, 台北:地景企業股份有限公司, 64-66。黃立賢(1996), 專科學生休閒興趣相關之研究, 國立高雄師範大學輔導學系未出版之碩士論文。彭作奎(2000), 農業發展與農地政策, 月旦法學雜誌, 58, 34-46。黃子彬(1992), 觀光農園輔導現況及其與休閒農業之關係, 農業世界雜誌, 102, 74-85。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。葉智魁(1996), 消費與休閒, 戶外遊憩研究期刊論文, 9(1), 93-97。詹火生(1986), 老人福利需求研究的回顧與展望, 科學發展月刊, 14(12), 1625-1632。楊振榮(1999), 台灣休閒農業發展之研究, 發表於海峽兩岸土地學術研討會, 台中:逢甲大學土地管理系。鄭詩華(1996), 休閒農業發展地區制度之研究, 台灣土地金融季刊, 33(2), 128。鄭健雄(1997), 休閒的哲學理念內涵暨分類, 發表於休閒、遊憩、觀光研究成果研討會, 台北:中華民國戶外遊憩學會, 257。鄭健雄(1998), 台灣休閒農場企業化之研究, 國立台灣大學農業推廣學研究所未出版之博士論文。蔡伯勳(1986), 遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景區為例, 國立台灣大學園藝學研究所未出版之碩士論文。蔡政宏(2000), 休閒遊樂業服務品質測度工具應用之實証研究, 正修學報, 13, 241-256。鄧建中(2002), 高中教師休閒需求及參與之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。台灣省農會(2005), 休閒農業經營管理手冊, 台北:著者發行。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未出版之碩士論文。吳恪元, 劉聰衡(1994), 台北市農業發展型態之研究, 台灣土地金融季刊, 31(1), 1-41。內政部營建署(2007), 台灣國家公園 - 認識生態旅遊[線上資料], 來源: [http://np.cpami.gov.tw/index.php\[no days\]](http://np.cpami.gov.tw/index.php[no days])。謝政諭(1989), 休閒活動之理論與實際 - 民生主義的台灣經驗, 台北:幼獅文化事業公司, 1-14。宋明順(1992), 休閒與工作—大眾休閒時代的衝擊, 國立台灣師範大學社會教育系社會教育學刊, 21, 1-19。陳昭郎(1996), 休閒農業的發展方向, 大自然季刊, 50, 5-13。二、英文部分 Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The Antecedents and Consequences of Consumer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 12, 128-143. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Bammel, G., & Lei Lane B.B. (1992). *Leisure and Human Behavior*. (2nd ed) Dubuoue, TA:WM. C. Brown Publishers. Churchill, G. A., & Surprenant, G. (1982). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504. Engle, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). NY: The Dryden Press. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer- The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21. Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis. *Journal of Marketing Research*, 24, 337-346. Godbey, G. (1994). *Leisure in Your Life. An exploration*(4nd ed.). State College. PA: Venture Publishing, Inc. Hempel, D. J. (1977). The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction. In H. K. Hunt(Eds.) *Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and*

Measurement. Cambridge, Mass: Marketing Science Institute. Kotler, P. (2000). Marketing Management(10th ed.). Upper Saddle River, N J: Prentice-Hall. Kotler, P. Jr. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Im-plementation and Control(9TH ed.). Upper Saddle River, N J: Prentice-Hall. Kraus, R. G. (1990). Recreation and Leisure in Modern Society(4th ed.). NY: Harper Collins. Lavery, N. (1975). The Demand for Recreation: A Review of Studies. Town Planning Review, 46(2),185-200. Manning, R. E. (1986). Studies in Outdoor Recreation, NY: Oregon Sate University. Maslow, A. H., (1987). Motivation and Personality(3th ed.), New York: Harper Collins . Ofir, C., & Itamar, S. (2001). In Search of Negative Customer Feedback: the Effect of Expecting to Evaluate on Satisfaction Evaluations, Journal of Marketing Research, 38,170-182. Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. Journal of Consumer Research, 20, 418-430. Parker, C., & Mathews, B. P. (2001). Marketing Intelligence and Plan-ning . Bradfor, 19(1), 35-38. Swan, J. E., & Comb, L. J. (1976). Produce Performance and Con-sumer Satisfaction: A New Concept. Journal of Marketing, 3(8),131. Torkildsen. G. (1983). Leisure and Recreation Management. N. Y.E & F. N.Spon, 221. Westbrook, R. A. (1980). Consumer Satisfaction as a Function of Per-sonal Competence/Efficacy. Journal of the Academy of Market-ing Science, 427-437. Woodruff, R. B. (1997). Customer Value: The Next Source For Com-petitive Advantage. Journal of the Academy of Marketing Sci-ence, 25(2), 139-153. Woodruff, R. B., Cadotte E. R., & Jenkins, R. L. (1983). Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms. Journal of Marketing Research, 20(3) , 296-304. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1990). A General Model of Traveler Destination Choice. Annals of Tourism Research, 17,