

消費者對后里馬場的遊憩動機、滿意度與重遊意願之研究

陳麗雪、呂崇銘

E-mail: 9805461@mail.dyu.edu.tw

摘要

近幾年，隨著經濟的成長和國民所得增加，使得國民的生活型態逐漸改變，加上民眾休閒意識提高，從事戶外遊憩活動日益增加。本研究以后里馬場為研究範圍，研究之目的主要是探討遊客遊憩動機、期望與滿意度之間的關係及重遊意願之影響關係，並進一步分析后里馬場應加強改善的地方及影響遊客重遊意願的因子。本研究採問卷調查的方式，便利抽樣后里馬場的遊客，進行資料蒐集分析，共得475份有效問卷。研究結果如下：一、遊客以女性、年齡以31-50歲，教育程度以高中職，職業以工商業，平均收入以3萬元以下者，居住地點以中部地區居多數。二、遊憩動機為「增加親人和朋友相處的機會」、「至戶外走走」、「享受自然環境」等三項平均數最高；滿意度則為「增進親人朋友間的交流」、「健身、散步的效果」和「紓解壓力」為最高。三、透過遊憩動機、期望與滿意度的相關性分析，顯示呈正向之相關。即動機愈強烈，則滿意度愈高，則重遊意願也愈高。四、遊憩期望與滿意度之間關係，則是期望大於滿意，發現兩者之間是有差距的，顯示遊客之滿意度未達預期。

關鍵詞：遊憩動機、重遊意願、滿意度、遊憩期望

目錄

中文摘要	iii
英文摘要	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 研究主題之背景、動機與重要性	1
第二節 研究範圍、對象與限制	3
第三節 研究目的	4
第四節 研究流程	4
第五節 解釋名詞	7
第二章 文獻探討	8
第一節 有關休閒活動的重要性	8
第二節 有關后里馬場的相關研究	10
第三節 遊憩動機之定義以及相關研究	11
第四節 休閒滿意度之相關研究	16
第五節 重遊意願之定義以及相關研究	23
第六節 國內外關於旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究	26
第三章 研究方法	30
第一節 研究架構	30
第二節 研究假設	31
第三節 問卷設計	31

析之研究-以獅頭山風景區為例，國立台灣大學園藝研究所未出版之碩士論文。- 83 -蔡坤泰(2006)，休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究 - 以屏東熱帶農業博覽會為例，國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。賴福瑞(2004)，遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究 - 以金針山休閒農業區為例，國立屏東科技大學森林系研究所未出版之碩士論文。謝淑芬(1994)，觀光心理學，五南圖書，271。羅明訓(1999)，桃園縣國小六年級學生休閒活動之調查研究，國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33. Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13, 205-220. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15, 219-227. Bigné, J. E., & Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, Evaluation variables and after purchase behaviour: In-84 -ter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616. Brown, B. G., Frankel, G. & Fennell, M. (1991). Happiness through leisure: the impact of type of leisure activity, age, gender and leisure satisfaction on psychological wellbeing. *Journal of Applied Recreational Research*, 16, 368 – 392. Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-53. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249. De Grazia, S. (1962). *Of time work and leisure*. New York: The twentieth century fund, inc. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer, *The Swedish Experience*. *Journal of Marketing*, 55, 1-22. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11, 509-514. Hampel, D. J. (1977). Customer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement. In H. Keith Hunt (Ed.), *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dis-*85 -satisfaction. Cambridge, Marketing Science Institute. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley and Sons. Iso-Ahola, S. E., Alien, J. R., & Buttimer, K. J. (1982). Price-related factors as determinants of leisure satisfaction. *Scandinavian Journal of Psychology*, 23, 141-146. Jackson, E. L. (1988). Leisure constraints: A survey of past research. *Leisure Sciences*, 10, 203-215. Joan, L. G. & Joseph, A. C. (2002). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 2000(1), 1-27. Kozak, M. (2001). Repeater 's behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Kando, T. M. (1980). *Leisure and Popular culture in transition*. (2nd ed). St. Louis: The C.V. Mos Company. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50. - 86 - Prus, A. & Brandt, B. D. (1995). Understanding your customers. *American Demographics*, 2(5), 10-13. 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), 163-148. Reynolds, F. D., Darden, W. R., & Martin, W. S. (1974). Developing an image of the store loyal customer. *Journal of Retailing*, 50, 73-84. Ragheb, M. & Tate, R. (1993). A behavioural model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction. *Leisure Studies*, 12, 61 – 70. Sneegas, J. J. (1986). Components of life satisfaction in middle and later life adults: Perceived social competence, leisure participation and leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 18(4), 248-258. Stum, D. L. & Thiry, A. (1991). Building customer loyalty. *Training and Development Journal*, 45, 34-36. Schreyer, R. S., Lime, D. W., & Williams, D. R. (1984). Characterizing the influence of past experience on recreation behavior. *Journal-* 87 -of *Leisure Research*, 16(1), 34-50. Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *The Journal of Academy Marketing Science*, 19(3), 223-234. Westbrook, R. A. (1980). A rating scale for measuring product/service satisfaction. *Journal of Marketing*, 17, 68-