

A Study on Tourists Motivation, Service Quality, and Satisfaction for Traveling at Houli Jhongshe Tourism Flower Marketp

陳慧真、江澤群

E-mail: 9900379@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Houli is an important cultivation and production area for Taiwan flowers and land-scape plantlet, it is also the second flower planting area and output in Taiwan. It is filled with so much tourism value and leisure function. This article aims at studying the relationship among tourists motivation, service quality and satisfaction, the tourists who visit Houli Jhongshe Tourism Flower Marketplace are used as the survey target. The study started with questionnaires. Among the 461 valid questionnaires descriptive statistics, factor analysis, independent samples t test analysis, varieties analysis, relationship analysis, multiple regression analysis, etc., are used to investigate the tourists motivation, and the connection between service quality and satisfaction. The results of the study were as followings: (1)Most of the visitors are local residents, main travel way is the family take the car to travel. The main source of information is friends and relatives recommend. Different background characteristics of the tourists, in the tourists motivation, service quality and satisfaction are significantly different. (2)Four motivation factors were extracted and named as "recreation", "emotional communication", "self-development" and "novelty content". Men attach importance to the local industry and culture is higher than women. Therefore, the self-development motivation is higher than females. (3)Five service quality factors were extracted and named as "assurance", "empathy", "reliability", "responsiveness" and "tangibles". Married tourists showed significant differences in assurance and empathy. Because married tourists went to the flower market with their families. He was satisfied with the family-like friendly service. (4)Men is higher than women in the traffic satisfaction. Because most of the drivers were male. (5)The motivation for tourists has a positive significant effect on satisfaction. The service quality has a positive significant effect on satisfaction. Finally, this study made discussion and stated research implications. Suggestions to the Houli Jhongshe Tourism Flower Marketplace managers, and future researches were also proposed.

Keywords : tourists motivation ; service quality ; 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 研究目的與問題	4	第三節 研究範圍	4
4 第四節 名詞解釋	5	第二章 文獻回顧	7
7 第一節 后里中社觀光花市概況	7	第二節 旅遊動機	9
9 第三節 服務品質	18	第四節 滿意度	26
26 第三章 研究方法	34	第一節 研究架構與假設	34
34 第二節 研究流程	37	第三節 問卷設計與抽樣方法	37
37 第四節 資料分析方法	49	第四章 結果與討論	52
52 第一節 遊客背景特性分析	52	第二節 遊客旅遊動機之分析	58
58 第三節 服務品質之分析	67	第三節 遊客滿意度之分析	77
77 第五節 旅遊動機及服務品質對滿意度之影響	86	第五章 結論與建議	91
91 第一節 研究結論	91	第二節 研究建議	94
94 參考文獻	99	附錄 研究問卷	109

REFERENCES

- 一、中文部份 Cook, R. A., Yale, L. J., & Marqua, J. J. (2007), 觀光學(吳武忠譯), 台北:台灣培生教育出版股份有限公司, (原文於1999年出版)。 Kinicki, A., & Williams, B. K. (2007), 管理學(二版)(榮泰生譯), 台北:美商麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司, (原文於1996

年出版)。王智宏(2005),複合式花店服務品質之個案探討-田尾公路花園為例,私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

台中縣后里鄉公所(2009),咱的后里農業發展[線上資料],來源: http://www.howli.gov.tw/menu_02_about/main_04.asp [2009, October 5]。

台中縣后里鄉農會(2009),后里鄉農事推廣主要作物輔導成效[線上資料],來源: <http://www.houlifa.org.tw/> [2009, October 5]。

台中縣后里鄉農會網頁(2009),運銷國內外市場花卉統計[線上資料],來源: <http://www.houlifa.org.tw/> [2009, October 5]。

后里中社觀光花市官方網站(2009),中社觀光花市遊憩設施[線上資料],來源: <http://www.flowerjs.com.tw/services.htm> [2009, October 5]。

后里中社觀光花市官方網站(2009),各月花卉一覽表[線上資料],來源: <http://www.flowerjs.com.tw/flower.asp> [2009, October 5]。

江依芳(2004),生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究-以日月潭步道生態之旅為例,私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

吳忠宏,黃宗成(2001),玉山國家公園管理處服務品質之研究:以遊客滿意度為例,國家公園學報,11(2),117-135。

吳忠宏,黃宗成,邱廷亮(2004),玉山國家公園遊客旅遊動機、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。

吳怡蓉(2008),遊客旅遊動機與滿意度之研究-以安平港歷史風貌園區為例,私立開南大學觀光與餐飲旅館學系未出版之碩士論文。

吳明隆(2009),SPSS操作與應用:問卷統計分析實務,台北:五南圖書。

呂長賜(2006),集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究,私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

李正慧,梁家祐,陳沛悌,吳佩錦(2008),博物館服務品質、滿意度及遊客行為意向之研究:以屏東國立海洋生物博物館為例,管理實務與理論研究,2(3),15-36。

李奇勳,蘇瑞蓮(2008),服務品質、知覺價值、滿意度及遊後行為意圖關係之探討-以休閒旅遊業為例,顧客滿意學刊,4(2),1-26。

林大椿(2006),南州觀光糖廠遊客旅遊動機與滿意度之研究,私立南台科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

林永森,林佩伶,張孝銘(2007),運動觀光遊客體驗服務品質、滿意度與重遊意願相關之研究-以2006年台中縣兩馬觀光季活動為例,管理實務與理論研究,3,28-42。

林建煌(2005),行銷管理(三版),台北:華泰文化。

林國賢(2004),大陸民眾來台旅遊態度與動機之研究,私立朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。

邱皓政(2003),結構方程模式LISREL的理論、技術與應用,台北:雙葉書廊。

段存吉(2004),武陵富野渡假村服務品質與滿意度對再宿意願之影響研究,國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版之碩士論文。

洪彰鴻,李城忠(2004),台北地區健身俱樂部服務品質與健身消費者行為之研究,運動休閒管理學報,1(2),141-158。

荊元武(2006),台灣東部觀光景點服務品質與遊憩吸引力對遊客滿意度影響之研究-以國外遊客為例,私立大葉大學國際企業管理學系碩士在職專班未出版之碩士論文。

高俊雄(2008),運動休閒管理,台北:華都文化。

張凡文(2008),服務品質、滿意度與重遊意願之研究-以牛耳藝術渡假村為例,私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

張孝銘,林永森(2007),休閒農場遊憩吸引力、服務品質與遊憩滿意度之相關研究-以飛牛牧場為例,運動與遊憩研究,4,59-71。

張春興(1989),張氏心理學辭典(初版),台北:東華書局。

張春興(1999),教育心理學,台北:東華書局。

張德慶(2004),節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關研究-以墾丁風鈴季為例,私立靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。

梁家祐,蔡智勇(2008),澎湖石滬生態旅遊動機、遊憩體驗與服務品質對遊客滿意度與重遊意願之分析,運動與遊憩研究,3,94-109。

梁盛棟(2007),遊客旅遊動機、期望與滿意度關係之研究-以溪頭森林遊樂區為例,國立嘉義大學森林暨自然資源研究所未出版之碩士論文。

許義忠(2002),遊客對參加冒險旅遊之動機與滿意度之研究-以秀姑巒溪泛舟為例,觀光研究學報,8(2),115-130。

陳文英(2006),2006澎湖海上花火音樂季遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究,嘉大體育健康休閒期刊,5,117-127。

陳勁甫,陳威亞(2005),大學生遊學產品意象、知覺價值、滿意度及購後行為意圖關係之研究,戶外遊憩研究,18(1),23-46。

黃俊英(2000),多變量分析,台北:華泰書局。

黃錦照(2002),田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究,私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

黃耀昆(2006),旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究-以田尾公路花園為例,國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所未出版之碩士論文。

楊致遠(2007),服務品質及顧客滿意度相關研究-以文化型主題樂園為例,私立中華大學經營管理研究所未出版之碩士論文。

葉沛涵(2008),遊客對華山登山步道服務品質、滿意度與忠誠度之研究,2008年運動休閒產業管理學術研討會論文集(pp. 487-496),彰化:私立建國科技大學。

廖玉峰(2007),原生生態園遊客旅遊動機、服務品質與滿意度之研究,私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

廖雅蘋(2004),台灣農村休閒酒莊遊客旅遊動機之研究,私立臺中健康暨管理學院休閒與遊憩管理研究所未出版之碩士論文。

劉照金,張家銘,劉一慧,黃靖淑(2005),不同類型運動觀光參與者的旅遊動機、期望、滿意度及其觀光特性之比較研究。運動休閒管理學報,2,24-36。

歐聖榮,許君銘(1994),以自然資源為導向之遊憩區服務品質之研究,戶外遊憩研究,7(1),81-104。

歐聖榮,劉曉琪(2002),民眾對園藝產業活動之動機與體驗研究,戶外遊憩研究,15(4),75-92。

衛南陽(2001),新顧客滿意學-e世紀的成功之道(初版),台北:商兆文化。

鄭健雄,吳乾正(2007),渡假民宿管理,台北:全華圖書。

盧怡潔,范瑋蘭(2007),台中縣東豐自行車綠廊服務品質及遊客滿意度之研究,2007年兩岸體育與運動休閒產業發展研討會論文集(pp. 120-134),桃園:國立體育學院。

盧雅相(2006),探討田尾公路花園鄉村觀光之發展,私立南台科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

蕭儒謙(2008),旅遊意象、服務品質、滿意度與行為意向關係之實證研究-以田尾公路花園為例,私立大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。

賴富山(2003),遊客遊憩滿意度影響因子之研究-階層線性模式之應用,私立朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

謝淑芬(1996),觀光心理學(初版三刷),台北:五南圖書。

二、英文部份

Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12, 45-54.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: an assessment of the service quality dimensions. *Journal of Retailing*, 56(3), 55-68.

Cuieford, J. P. (1965). *Fundamental Statistics in Psychology and Educations* (4th ed.). New York: McGraw Hill.

Dunn Ross, E. L., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.

Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality*. New York: The Free Press.

Iso-Ahola, S. E. (1989). Motivation for leisure. In E. L. Jackson & T. L. Burton (eds.), *Understanding leisure and recreation* (pp. 247-279). State College, Pennsylvania: Venture.

Kaiser, H. F. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 111-117.

Kao, C. H. (1993). A model of leisure satisfaction. Unpublished doctoral dissertation, Indiana University, Bloomington.

Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Planning, Implementation and Control* (9th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P. (1991). *The Principle of Marketing*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P. (1994). *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and*

Control (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Manning, R. E. (1985). Diversity in a democracy: Expanding the recreation opportunity spectrum. *Leisure Science*, 7(4), 377-399. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 56, 25-48. Pan, S., & Ryan, C. (2007). Mountain Areas and Visitor Usage Motivations and Determinants of Satisfaction: The Case of Pirongia Forest Park, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 288-307. Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Schofield, P., & Thompson, K. (2007). Visitor Motivation, Satisfaction and Behavioural Intention: The 2005 Naadam Festival, Ulaan-baatar. *International Journal of Tourism Research*, 9, 329-344. Swarbrooke, J. (1995). *The development management of visitor attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann. Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behaviour in tourism*. Woburn, Massachusetts: Butterworth-Heinemann. Thomas, J. A. (1964). What Makes People Travel. *ASTA Travel News*, 8, 64-65.