

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

應用 IPA 法分析休閒農場旅遊意象與重遊意願之研究
—以蓮荷園休閒農場為例

An IPA Study on the Tourism Image and Revisiting
Intention of Tourists of Leisure Farm--A Case Study of
Lotus Garden Leisure Farm

陳吟潔

Yin-Chieh Chen

指導教授：于健 博士

Advisor: Chien Yu, Ph.D.

中華民國 110 年 6 月

June 2021

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

應用 IPA 法分析休閒農場旅遊意象與重遊意願之研究—以
蓮荷園休閒農場為例

An IPA Study on the Tourism Image and Revisiting
Intention of Tourists of Leisure Farm - A Case
Study of Lotus Garden Leisure Farm

研究生：陳吟潔

經考試合格特此證明

口試委員：于健

劉瑞芬

郭彰仁

指導教授：于健

系主任(所長)：許澤宇

口試日期：中華民國 110 年 5 月 28 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
109學年度第二學期碩士論文中摘要

論文題目：應用 IPA 法分析休閒農場旅遊意象與重遊意願之研究

—以蓮荷園休閒農場為例

研究生：陳吟潔

指導教授：于健 博士

中文摘要

本研究以桃園市蓮荷園休閒農場遊客為研究對象，主要以 IPA 分析法探討遊客對蓮荷園休閒農場旅遊意象重要與滿意程度。回收有效問卷共 380 份，研究發現蓮荷園休閒農場應該繼續保持的是「品質服務意象構面」、「產品意象構面」為過度開發區、「價格意象構面」為次要改善區。研究結果發現：

1. 到訪蓮荷園休閒農場的遊客多以家庭族群為主，且遊客對於蓮荷園休閒農場的旅遊意象重視程度高，實際到訪後的滿意度也有在平均之上。
2. 遊客對於蓮荷園休閒農場的公共設施重視度高，滿意度低，可見農場仍有改善空間。
3. 分析旅遊意象滿意度對遊客重遊意願的關聯性，發現旅遊意象滿意度對遊客重遊意願有顯著影響。

關鍵字：IPA 分析法、休閒農場、旅遊意象、重遊意願

**Title of Thesis : An IPA Study on the Tourism Image and Revisiting
Intention of Tourists of Leisure Farm -- A Case Study of
Lotus Garden Leisure Farm**

**Name of Institute : Master Program in Tourism Management,
Department of Tourism Management, Nanhua University**

Graduate Date : June 2021 Degree Conferred : M.S.

Name of Student : YIN-CHIEH CHEN Advisor : CHIEN YU Ph.D.

Abstract

This study takes tourists from the Lotus Garden Leisure Farm in Taoyuan City as the research object, mainly use the IPA analysis to explore the importance and satisfaction of tourists to the tourism image of the Lotus Garden Leisure Farm.

With 380 effective questionnaires in total, the research found that Lotus Garden Leisure Farm should continue maintaining the "Image of Quality Service", "Image of Product" falls into the Possible Overkill, while "Image of Price" is Low Priority.

The research found :

1. Tourists visiting the Lotus Garden Leisure Farm are mostly family groups, and tourists attach great importance to the tourism image of the Lotus Garden Leisure Farm, and the satisfaction rate is above the average.
2. Tourists emphasize the importance public facility but are not at all satisfied. There is a need to improve.
3. By analyzing the connection between tourists' satisfaction and revisit intention, the findings show the rate of tourists' satisfaction will affect the revisiting intention.

Keywords: IPA, Leisure Farm, Tourism image, Revisiting Intention

目錄

中文摘要.....	I
Abstract.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	VII
表目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究流程.....	5
1.4 研究範圍與限制.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1 休閒農場的定義.....	6
2.2 旅遊意象的定義與相關研究.....	8
2.2.1 旅遊意象的定義.....	8
2.2.2 旅遊意象的相關研究及衡量構面.....	9
2.3 重遊意願的定義與相關研究.....	10
2.4 蓮荷園休閒農場簡介.....	12

第三章 研究方法.....	18
3.1 研究架構.....	18
3.2 研究假說.....	19
3.3 問卷設計.....	20
3.3.1 遊客基本資料.....	20
3.3.2 旅遊意象量表.....	21
3.3.3 重遊意願量表.....	24
3.4 預試問卷調查與分析.....	24
3.4.1 預試項目分析.....	25
3.4.2 預試因素分析.....	26
3.4.3 預試信度分析.....	28
3.5 問卷調查與回收資料.....	30
3.6 問卷資料分析方法.....	31
3.6.1 敘述性統計分析.....	31
3.6.2 信度檢定.....	31
3.6.3 因素分析.....	31
3.6.4 t 檢定.....	32
3.6.5 單因子變異數分析.....	32

3.6.6	IPA 分析法	33
3.6.7	迴歸分析	35
第四章	研究分析	36
4.1	樣本特徵	36
4.2	旅遊意象與重遊意願之信效度分析	40
4.2.1	旅遊意象之信效度分析	40
4.2.2	重遊意願之信效度分析	43
4.3	旅遊意象構面及重遊意願題項分析	44
4.3.1	旅遊意象構面及題項分析	44
4.3.2	重遊意願題項分析	48
4.4	不同背景遊客對旅遊意象的重視和滿意程度之差異分析	49
4.5	旅遊意象重要—表現分析	53
4.5.1	旅遊意象量表重要程度與滿意度之差異分析	53
4.5.2	蓮荷園休閒農場的旅遊意象量表之重要-滿意度分析 .	53
4.6	旅遊意象滿意度對重遊意願之關係	62
第五章	結論與建議	64
5.1	結論	64
5.1.1	樣本結構分析之結論	64

5.1.2 T檢定、單因子變異數分析之結論	66
5.1.3 重要-滿意度分析之結論.....	68
5.1.4 滿意度與重遊意願之迴歸分析結論	70
5.2 建議.....	71
5.3 對未來相關研究者之建議.....	73
參考文獻.....	74
附錄一 正式問卷.....	79



圖目錄

圖 2.1 休閒農場分類.....	7
圖 2.2 蓮荷園休閒農場入口處.....	12
圖 2.3 大王蓮池.....	13
圖 2.4 蓮田鞦韆.....	14
圖 2.5 水蓮洞.....	14
圖 2.6 地理位置圖.....	15
圖 2.7 遊園導覽圖.....	15
圖 2.8 門票及DIY收費.....	16
圖 2.9 特色餐飲與產品.....	16
圖 2.10 草編館與草編作品.....	17
圖 3.1 研究架構.....	18
圖 3.2 重要程度-表現程度分析圖.....	33
圖 4.1 蓮荷園旅遊意象重要-滿意度分析圖.....	55

表目錄

表 1.1 110 年 1~3 月觀音蓮花園休閒農業區遊客人次統計	3
表 3.1 遊客的基本屬性問卷題項	20
表 3.2 旅遊意象量表	23
表 3.3 重遊意願量表	24
表 3.4 旅遊意象量表與重遊意願量表項目分析摘要表	25
表 3.5 旅遊意象量表預試信效度分析	29
表 3.6 重遊意願量表預試信效度分析	30
表 3.7 問卷回收表	30
表 4.1 遊客基本資料分析表	39
表 4.2 旅遊意象量表信效度分析	42
表 4.3 重遊意願量表信效度分析	43
表 4.4 旅遊意象構面及題項分析	47
表 4.5 重遊意願題項分析表	48
表 4.6 蓮荷園旅遊意象各構面及題項象限落點	56
表 4.7 蓮荷園旅遊意象策略表	61
表 4.8 旅遊意象滿意度對重遊意願之逐步迴歸分析	63
表 5.1 研究假說驗證結果彙整	67

第一章 緒論

本研究的主要目的在探討休閒農場遊客的旅遊意象，及其重視程度與滿意度之關係。本章共分為四節，包括研究背景與動機、研究目的、研究流程、研究範圍與限制。

1.1 研究背景與動機

臺灣自 2002 年加入 WTO(世界貿易組織)後，傳統農業受衝擊，進而轉型發展成休閒農業，保存了農業行為與在地文化，創造出農業的附加價值。根據行政院農委會全球資訊網 108 年年報統計，2019 年約有 2780 萬人次遊客參與農業休閒旅遊，其中國外遊客逾 71 萬 7,000 人次，創造產值 109 億元。可見休閒農業旅遊已成為國人休閒活動選擇的趨勢。

2020 年新冠肺炎疫情席捲全球，重創觀光旅遊業。遊客受新冠肺炎疫情影響，旅遊時偏向選擇戶外空間寬廣且具有分散特性的休閒農場，並願意自駕前往，採取移動性便利、自由度高的交通方式(豐年雜誌，2020)。對於經歷了疫情的消費者，或許會認為戶外的旅遊方式比較安心，也希望能認識更與自身健康有關的事情。在此情況下，休閒農場正有此優勢，具備開放空間、空氣好、無污染，能讓遊客大口呼吸，是吸

引遊客最寶貴的資源。

所謂危機就是轉機，疫情之下國內旅遊吹起一陣報復性農遊風潮，親近大自然成為許多人追求的新生活。休閒農業可帶動結合時尚或懷舊，開創農業新品牌，產生高效值，讓農業與觀光產業結合，搭配在地化的行銷，更能展現農業的魅力。現今已有不少農家，結合娛樂、休閒、教育成為複合式的休憩新據點，成功轉型為休閒觀光農場(遠見雜誌，2020)。

根據行政院農委會各縣市設置休閒農場統計，截至 2020 年底，取得許可登記證的休閒農場已有 378 家，已劃設的休閒農業區有 100 區，其中以宜蘭縣的 16 區為最多，次之為南投縣的 13 區，而桃園市近年來大力推動成立休閒農業區，是成立休閒農業區數增加速度最快的縣市。桃園在升格後，市府持續發展休閒農業，2015 年首先設置觀音蓮花園休閒農業區，目前觀音區已有 3 家休閒農場對外開放(桃園市政府農業局，2021)。

在交通部觀光局主要觀光遊憩據點遊客人次統計月報，如表 1.1 所示。休閒農業區及休閒農場 110 年 1 月到 3 月份統計中，經電信數據人數推估桃園市觀音蓮花園休閒農業區到訪遊客，一月為 101,836 人次，二月 128,167 人次，三月 103,634 人次，而上年同月人次為 0。

表 1.1 110 年 1~3 月觀音蓮花園休閒農業區遊客人次統計

類型	觀光遊憩區	月份	此月 遊客人次	上年同月 遊客人次	差值	成長率 (%)	遊客人次 計算方式
休閒農業區 及休閒農場	桃園市 觀音蓮花園 休閒農業區	1 月	101,836	0	101,836	-	電信數據 人次推估
		2 月	128,167	0	128,167	-	
		3 月	103,634	0	103,634	-	

資料來源：交通部觀光局觀光統計資料庫(2021)、研究者整理

在疫情影響之下，觀音蓮花園休閒農業區竟能突破困境，創下近年來首次進入排行榜的紀錄，可見桃園深具發展休閒農業區的潛力。

蓮花是桃園市觀音區內許多休閒農場的主要賣點，每年蓮花季吸引許多觀光遊客前來觀賞。然而，以蓮花為主題的休閒農場卻多半缺乏區隔性特色。休閒農場欲吸引遊客前來休閒度假與消費，就必須建構農場特色和高品質的服務，以提昇競爭力，才能吸引休閒觀光遊客。農場如何將農產、生活體驗與休憩活動相互結合，提升國民休閒旅遊品質，打造出高辨識度的特色，吸引遊客重遊，並提高農場經營所得，是未來農場發展的重要課題。基於以上研究背景，本研究動機有四：

- 一、 遊客在規劃休閒農場旅遊目的地選擇時會考量與重視哪些項目？
- 二、 在實際旅遊後，遊客對休閒農場旅遊目的地的滿意度是否與旅遊前之目的地選擇因素的重視程度有差異？

三、不同背景的遊客，對休閒農場旅遊目的地選擇重視程度與滿意度是
否有差異？

四、遊客對於休閒農場的滿意度是否會影響遊客的重遊意願？

1.2 研究目的

近年來在電視節目及網路的宣傳下，許多遊客都想來體驗乘坐大王蓮，在大王蓮上擺出各式各樣的姿態，拍照留念。種植大王蓮具代表性的農場便是「蓮荷園休閒農場」，園區除了大面積的種植蓮花，還有全台唯一草編博物館、八卦迷宮等景點，以及開放體驗 DIY 活動，兼具自然景觀、休閒體驗與生態觀光的功能(桃園觀光導覽網，2021)。

因此基於上述之研究背景與動機，本研究以蓮荷園休閒農場(以下簡稱：蓮荷園)為研究主題，透過到訪蓮荷園的遊客，探討遊客對休閒農場的旅遊意象重視程度與滿意度之關係。並根據研究結果提出具體建議，給予蓮荷園休閒農場業者作為經營與改善的參考。研究目的如下：

- 一、探討蓮荷園的遊客背景及旅遊經驗。
- 二、分析不同背景遊客的旅遊意象重要和滿意程度之差異性。
- 三、探討遊客對蓮荷園旅遊意象的重視與滿意程度。
- 四、探討遊客實際體驗後對重遊意願的影響。
- 五、研究結果提供營運者作為改善重點參考。

1.3 研究流程

本研究先確定研究的主題與範圍，建立初步的構想，接著進行相關文獻資料的蒐集與探討，並提出研究的背景與動機，進而確立研究目的，建立研究架構圖，進行問卷設計，透過預試問卷的信效度分析來確立正式問卷。之後發放正式問卷，以回收的有效問卷來進行相關資料的統計分析，最後，依據統計分析歸納結果，提出結論與建議。

1.4 研究範圍與限制

本研究以問卷調查法之量化研究為主要研究方法，因為人力、物力與時間之限制，故本研究有其研究限制，以下分為兩方面說明：

1. 抽樣調查方面：

本研究受限於園區開放時間及人力之限制，未能在平日進行現場問卷調查，因此預試問卷僅能在假日施測。故確立正式問卷後，以曾到訪蓮荷園休閒農場的遊客為受測者，發放網路問卷。

2. 研究範圍方面：

本研究僅針對蓮荷園休閒農場進行調查，研究結果推論至其他休閒農場，須考慮其農場屬性。

第二章 文獻探討

本章共分為四節，第一節是休閒農場的定義；第二節是旅遊意象的定義與相關研究；第三節是重遊意願的定義與相關研究；第四節是蓮荷園休閒農場簡介。

2.1 休閒農場的定義

依據農業發展條例，休閒農業是指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營；休閒農業是一種農業經營的轉型，是結合生產、生活及生態三生一體的農企業。

而休閒農場是指經營休閒農業之場地(陳又綺、吳俊龍，2013)。休閒農場之土地應完整，不得分散，其土地面積不得小於 0.5 公頃(周若男,2002)。休閒農場(leisure Farm)是結合農業的自然資源與國民休閒活動而新興的一種農業經營模式(段兆麟，2007)。

休閒農場綜合了農業與服務業，具備提供休閒活動場所，滿足遊客對大自然需求的「遊憩功能」；提供遊客認識農業、體驗學習的「教育功能」；提供戶外遊憩與社交互動的「社會功能」；改善農業生產結構，提高農民所得的「經濟功能」；提供遊客紓壓放鬆、休息的健康休閒場所之「醫

療功能」；經由解說活動，讓遊客了解環境保育及永續資源之重要性的「保育功能」；具備保存農村生活方式與傳承習俗文化的「文化功能」。(陳昭郎、陳永杰，2019)

鄭健雄、陳昭郎(1998)以各休閒農場所利用之「自然資源」或「人為資源」及依資源使用方式屬「保育導向」或「利用導向」，做為區隔的依據，將休閒農場區分為四大類，如圖2.1：

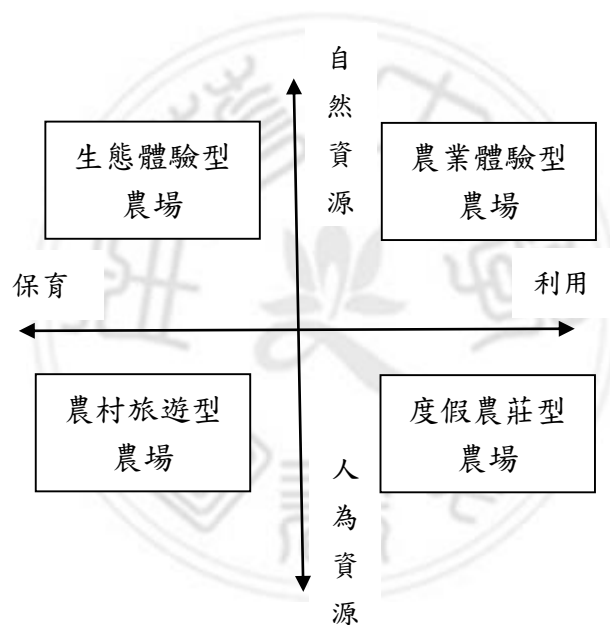


圖 2.1 休閒農場分類

資料來源：參考自鄭健雄、陳昭郎(1998)

綜合以上所述，本研究將蓮荷園休閒農場歸類為以發展休閒農業的概念，為提供農業生產、生活體驗、休憩設施與服務，農業為主，結合服務特色，從事休閒農業之場域。

2.2 旅遊意象的定義與相關研究

2.2.1 旅遊意象的定義

旅遊意象(tourism image)，又稱為目的地意象、觀光意象或遊客意象。Gunn(1972)指出目的地意象是遊客對於某一旅遊目的地，將其對該地的主觀認知，評估之後所呈現出的心目中印象。旅遊意象為一心理過程結果，加總了無形和有形的認知屬性，成為遊客對該旅遊地區的整體印象 (Bignon, Hammitt, & Norman,1998;雷文谷、陳佳媚，2011)。紀榮政(2013)歸納旅遊意象是指遊客受到休閒農場軟硬體設施的體驗資訊影響，進一步對休閒農場所產生的認知意象與情感意象。張宇琳(2018)將旅遊意象定義為遊客經由資訊或旅遊經歷，對旅遊目的地之信念、感覺、及整體知覺等意念要素的結合。

本研究以「旅遊」的角度來探討遊客對蓮荷園休閒農場的旅遊意象，遊客的旅遊意象主要得自對旅遊地的瞭解、旅遊體驗的印象與知覺，及個人經驗累積與接收到的資訊，加上個人的情感，不斷地重組所逐漸形成。參考以上學者的看法，將旅遊意象定義為遊客在旅遊前、旅遊中、旅遊後對旅遊地的印象、了解與感受。

2.2.2 旅遊意象的相關研究及衡量構面

Gunn(1988)強調遊客即使未到過某旅遊目的地，也會有該地的原始意象，經由旅遊資訊的蒐集產生誘發意象，最後實際參訪旅遊目的地產生複雜意象，複雜意象與實際體驗的差異形成心中的滿意度，而滿意度的好壞將影響其未來的重遊意願。Fakeye & Crompton(1991)指出旅客的旅遊經驗或是旅遊資訊的搜尋，所產生的旅遊意象會影響旅客是否前往旅遊或再次遊玩之意願。Milman & Pizam (1995)認為當遊客對旅遊的目的地有較正面的意象時，會促使其至該目的地旅遊，並有較高的重遊意願。由以上學者論點可知，旅遊意象會影響遊客的旅遊行為，研究的面向與結果顯示旅遊意象有其重要性與探討的價值性。

旅遊意象的測量方法應依研究的對象及其特性加以考量（侯錦雄、林宗賢，1996）。旅遊意象之構面衡量與該旅遊目的地環境的功能屬性、特性和機能有關，大多依當地的景觀、環境設施、風土民情、交通便利性、服務品質等而有所不同。蔡鳳兒（2005）考量參考有關之因子作為探討旅遊意象的基礎，將旅遊意象分類為「景觀意象」、「活動意象」、「品質意象」、「設施意象」、「知名度意象」、「服務意象」、「價格意象」七個構面。沈進成、廖若岑、周君研（2006）將旅遊意象歸納為「服務品質」、「產品價格」、「產品價值」等問項。莊右孟

(2009) 依據蔡鳳兒的研究用「產品意象」、「品質意象」、「服務意象」、「價格意象」四個構面探討陸客對日月潭國家風景區之旅遊意象。陳美芬、邱瑞源(2009)在探討台東縣利嘉林道鄉村社區之旅遊意象，以「品質意象」、「服務意象」、「設施意象」等構面來衡量。

綜合上述文獻發現，過去研究對於旅遊意象的衡量存在許多相似且適宜的看法，考量蓮荷園休閒農場特性於旅遊意象量表的合適度，在旅遊意象測量上採用「產品意象」、「品質意象」、「服務意象」、「價格意象」作為衡量問項之基礎。

2.3 重遊意願的定義與相關研究

重遊意願指的是遊客再度遊玩的意願，是由消費者的行為意圖發展而來，亦包括在忠誠度這個概念裡。表示消費者對特定的產品或目的地感到滿意，而促使再次購買(再購意願)或再次前往(重遊意願)的意向。

Jones and Sasser(1995)將顧客忠誠度分為對特定產品或服務的再購意願、推薦意願、口碑宣傳。Baker and Crompton(2000)認為重遊意願可分為遊客多次參與特定活動、設施與接受服務的行為一致性及情感上的偏好程度兩個面向。謝金燕(2003)定義重遊意願為遊客因遊憩區所提供的遊憩機會、環境設施、活動與服務的評價符合其需求，使遊客產生再訪的意願。呂長賜(2005)認為遊客願意再度遊玩的意願，即是重遊意願

，也是忠誠度的再購意願，態度上包括向他人推薦、優先選擇此地點等。范欣宜(2008)設定重遊意願為消費者本身願意再度消費，且願意向他人推薦並給予正面評價。嶋田俊(2013)在重遊意願相關研究發現，重遊意願經常出現在觀光形象、遊憩區、觀光活動等與滿意度有關的文獻中，並運用滿意度作為衡量重遊意願的前測變項，表示旅客對旅遊景點觀光活動的再訪意願或是旅遊產品的再購意願。邱聖光(2016)認為重遊意願是遊客願意再次旅遊某一個目的地，當評價愈高重遊意願也就愈高，優先選擇此旅遊地點及推薦他人的可能性會增加。蔡佳樺(2018)認為重遊意願是遊客再次遊歷同一個旅遊地的意願程度，表現出對旅遊地的喜愛而願意再次來訪，進而願意向親友推薦。

國內外學者對於旅遊重遊意願的研究有許多不同的衡量面向，參考以上學者所述，本研究以遊憩觀光的角度出發，希望瞭解遊客對蓮荷園休閒農場感到滿意，而產生再次前往旅遊或推薦的意念或行為。故在重遊意願測量上，以「重遊意願」、「推薦意願」及「口碑宣傳」作為衡量問項。

2.4 蓮荷園休閒農場簡介

蓮荷園休閒農場位於桃園市觀音區，佔地約 6000 坪，民國 88 年開業至今已 22 年，每年都設計不同的造景吸引遊客，成為觀音蓮花季的知名店家之一。農場老闆王昱翔 10 歲時因闖入爺爺的花園，不小心把花盆打破，從此被下令禁止進入。因氣憤爺爺不讓他進入花園，誓言長大後要蓋一座很像迷宮的花園。又因當時台灣退出聯合國，於是將心目中的花園命名為「聯合園」，在布袋戲的渲染下，加入了許多易經、諸葛亮、水簾洞等元素，小小年紀就把腦海中的藍圖設計好，當年的他從沒想過未來將會夢想成真。爾後因生意失敗負債 4 百多萬，決定回老家重整田地，當時觀音區正好在推行種植蓮花，發展蓮花休閒觀光產業，於是將整片田地打造成五行八卦的迷宮花園、設計了「水蓮洞」，兒時的藍圖一一實現，「蓮荷園」就此誕生。(中時新聞網，2020)



圖 2.2 蓮荷園休閒農場入口處

資料來源：桃園觀光導覽網(2021)



圖 2.3 大王蓮池

資料來源：桃園觀光導覽網(2021)

園區植物多達 500 種以上，園區有許多奇花異草，依循不同季節綻放美景，而多樣的蓮花品種，是農場的最大亮點。每年 6 月到 11 月間，吸引滿滿想乘坐大王蓮的人潮，拍攝時背景結合園區後方幾處水池、拱橋、涼亭，及圍繞池水周邊的高大落羽松，有如置身於童話世界，庭園造景十分優美。

目前園區設置不少網美拍照點，如：「蓮花池上鞦韆」、「輕舟渡荷塘」、「心心相映」。在園區也能品嚐到特色美食：蓮花套餐、蓮子冰、洛神花臭豆腐、香水蓮咖啡、荷葉麵線。園方也開發蓮花相關商品，方便攜帶，適合作為旅遊伴手禮。

園區內設有草編博物館，農場老闆王昱翔除了擅長鐵工與種花，也是草編師傅，館內展出維妙維肖的十二生肖草編動物，栩栩如生的草編作品，令人嘆為觀止。在蓮荷園還能體驗荷葉米苔目 DIY、稻草 DIY 等活動，讓遊客玩得盡興。



圖 2.4 蓮田鞦韆

資料來源：桃園觀光導覽網(2021)



圖 2.5 水蓮洞

資料來源：桃園觀光導覽網(2021)



圖 2.6 地理位置圖

資料來源：農場旅遊簡介(2020)



圖 2.7 遊園導覽圖

資料來源：農場旅遊簡介(2020)



圖 2.8 門票及DIY收費

資料來源：本研究者拍攝、農場旅遊簡介(2020)



圖 2.9 特色餐飲與產品

資料來源：農場旅遊簡介(2020)



圖 2.10 草編館與草編作品
資料來源：本研究者拍攝(2020)

第三章 研究方法

本章共分為六節，其內容有：3.1 研究架構、3.2 研究假說、3.3 問卷設計、3.4 預試問卷調查與分析、3.5 問卷調查與回收資料、3.6 問卷資料分析方法等小節，說明分別如下：

3.1 研究架構

本研究之目的在瞭解遊客對於蓮荷園休閒農場之旅遊意象重視程度與滿意度，進一步探討不同背景變項遊客的旅遊意象之差異情形。

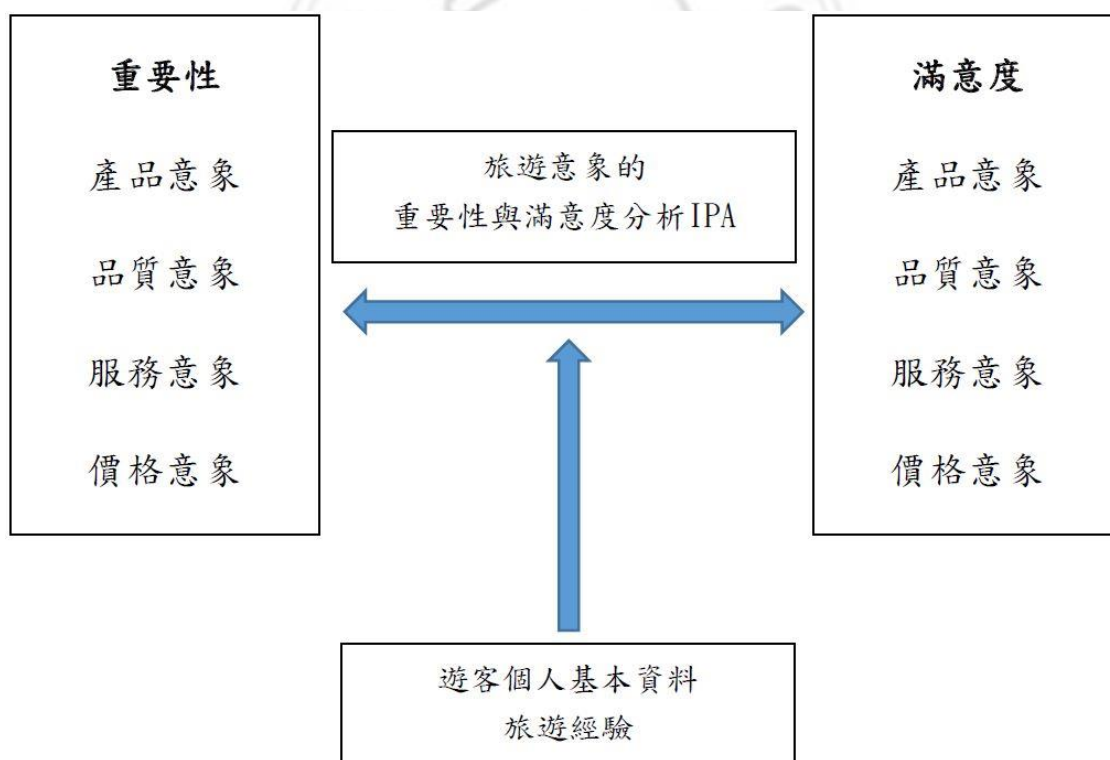


圖 3.1 研究架構

資料來源：本研究整理

3.2 研究假說

本研究針對研究架構，提出下列研究假說：

H1：不同背景的遊客在旅遊意象重視程度具顯著差異。	
H1.1：不同性別的遊客 H1.2：不同年齡的遊客 H1.3：不同職業的遊客 H1.4：不同教育程度的遊客 H1.5：不同婚姻狀況的遊客 H1.6：不同月收入的遊客 H1.7：不同居住地的遊客 H1.8：遊客在其他休閒農場旅遊次數	對旅遊意象重視程度具顯著差異。
H2：不同背景的遊客在旅遊意象滿意度具顯著差異。	
H2.1：不同性別的遊客 H2.2：不同年齡的遊客 H2.3：不同職業的遊客 H2.4：不同教育程度的遊客 H2.5：不同婚姻狀況的遊客 H2.6：不同月收入的遊客 H2.7：不同居住地的遊客 H2.8：遊客在其他休閒農場旅遊次數	對旅遊意象滿意度具顯著差異。

3.3 問卷設計

本研究問卷設計包含三部分分別為：「遊客個人基本資料」與「旅遊意象量表」與「重遊意願」分述如下：

3.3.1 遊客基本資料

此部分有兩個重點，首先是了解遊客背景資料，內容包含「性別、年齡、職業、教育程度、婚姻、月平均收入、居住地」共七項；其次了解遊客的旅遊經驗，內容包括「同行的旅遊伴侶、其他休閒農場的旅遊經驗、到訪蓮荷園農場的次數、旅遊資訊的取得、旅遊目的」共五項，將內容整理如下，並製成表 3.1。

表 3.1 遊客的基本屬性問卷題項

變項	題項	答項	測量尺度
遊客個人基本資料	性別	男、女	名目尺度
	年齡	20 歲及以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51 歲以上	順序尺度
	職業	學生、軍警公教、農林漁牧業、工商業、服務業、家管、退休、其他	名目尺度
	教育程度	國中(含)以下、高中職(含)、大專院校(含)、研究所(含)以上	順序尺度
	婚姻	未婚、已婚、其他	名目尺度
	月平均收入	20000 元(含)以下、20001-30000 元、30001-40000 元、40001-50000 元、50001 元以上	順序尺度
	居住地	桃園市、北部(不含桃園市)、中部、南部、東部、離島、其他	名目尺度

表 3.1 遊客的基本屬性問卷題項(續)

變項	題項	答項	測量尺度
旅遊經驗	同行的旅伴	獨自前來、家人、同學/朋友/同事、旅遊團體、其他	名目尺度
	其他休閒農場的旅遊經驗	沒去過、1次、2次、3次以上	順序尺度
	到訪蓮荷園休閒農場的次數	第1次、2次、3次以上	順序尺度
	旅遊資訊來源	報章雜誌、網際網路、親友介紹、廣告傳單、其他	名目尺度
	本次出遊的主要目的	休閒娛樂、打發時間、紓解壓力、慕名而來、其他	名目尺度

資料來源：本研究整理

3.3.2 旅遊意象量表

本問卷依據研究目的編製而成，量表是參考學者蔡鳳兒(2005)、沈進成、廖若岑、周君研(2006)、陳美芬、邱瑞源(2009)之文獻，並經由專家學者之建議修正擬定初稿，分為「產品意象」、「品質意象」、「服務意象」、「價格意象」四大構面，以此探討遊客對於蓮荷園休閒農場旅遊意象各問項的重視程度和滿意程度。發展預試問卷共 25 題，說明如下：

量表當中「產品意象」的題項有 1. 園區景致優美，規劃有巧思。2. 園區植物種類多，有奇花異草。3. 草編館有特色、4. 農特產品有特色、5. 園區餐飲吸引人、6. 適合拍照、7. 具有知名度、8. 活動有特色(如：乘坐大王蓮、蓮田鞦韆、迷宮樹林探險)，共 8 題。

「品質意象」的題項有 1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力 2. 感受到懷舊與古樸的氣氛、3. 賞景令人愉悅、4. 遊憩設施多樣且具趣味性、5. 園區環境乾淨清潔、6. 公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)，共 6 題。

「服務意象」的題項有 1. 園區資訊易取得、2. 體驗活動規劃有創意、3. 遊園動線及說明標示清楚、4. 服務人員態度友善、5. 服務人員具專業度、6. 服務人員能提供迅速且即時的服務，共 6 題。

「價格意象」的題項有 1. 門票收費合理、2. 乘坐大王蓮收費合理、3. 餐點價格合理、4. 蓮花相關產品價格合理、5. DIY 收費合理，共 5 題。

旅遊意象量表設計共 25 題，因 IPA 分析法，會將每題的答項分為「重視度、滿意度」，所以每一題都算兩題的分量，故總題數合計為 50 題。本量表在進行測量時，依據李克特 (Likert) 五點尺度量表施測，每題問項分成兩部份，為「重視程度」與「滿意度」的勾選，「重視程度」的選項有：「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、

「非常不重要」分別給予5、4、3、2、1的分數，分數越高者，重要性越高。「滿意度」的選項有：「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」分別給予5、4、3、2、1的分數，分數越高者，滿意度越高，如表3.2所示：

表 3.2 旅遊意象量表

構面	題項	文獻參考來源
產品意象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 園區景致優美，規劃有巧思 2. 園區植物種類多，有奇花異草 3. 草編館有特色 4. 農特產品有特色 5. 園區餐飲吸引人 6. 適合拍照 7. 具有知名度 8. 活動有特色(如：乘坐大王蓮、蓮田鞦韆、迷宮樹林探險) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 蔡鳳兒 (2005) 2. 沈進成、廖若岑、周君研 (2006) 3. 陳美芬、邱瑞源 (2009)
品質意象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力 2. 感受到懷舊與古樸的氣氛 3. 賞景令人愉悅 4. 遊憩設施多樣且具趣味性 5. 園區環境乾淨清潔 6. 公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利) 	
服務意象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 園區資訊易取得 2. 體驗活動規劃有創意 3. 遊園動線及說明標示清楚 4. 服務人員態度友善 5. 服務人員具專業度 6. 服務人員能提供迅速且即時的服務 	
價格意象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 門票收費合理 2. 乘坐大王蓮收費合理 3. 餐點價格合理 4. 蓮花相關產品價格合理 5. DIY 收費合理 	

資料來源：本研究整理

3.3.3 重遊意願量表

本量表主要為了瞭解受訪者對蓮荷園休閒農場的重遊意願，參考學者文獻 Jones and Sasser(1995)、范欣宜(2008)、邱聖光(2016)，配合研究之旅遊特性，修編為本研究問項，進行測量時，以李克特 (Likert) 五點尺度量表計分，依據「非常願意」、「願意」、「普通」、「不願意」、「非常不願意」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，分數越高者，重遊意願越高。共計 4 題，如表 3.3 所示：

表 3.3 重遊意願量表

構面	題項	參考來源
重 遊 意 願	1. 我會想再來蓮荷園休閒農場	1. Jones and Sasser(1995)
	2. 我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	2. 范欣宜(2008)
	3. 如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	3. 邱聖光(2016)
	4. 我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	

資料來源：本研究整理

3.4 預試問卷調查與分析

本研究於 2020 年 12 月中旬至 2020 年 12 月底，進行預試問卷發放及回收。預試採便利抽樣進行調查，以到訪蓮荷園休閒農場的遊客為研究對象進行施測，共發放 120 份問卷，剔除無效問卷 7 份，所得有效問卷共計 113 份，有效回收率為 94.2%，之後再根據預試結果進行分析，以確立正式問卷：

3.4.1 預試項目分析

本研究透過極端組檢驗法，求出高分組與低分組兩組受試者在得分平均數差異的顯著性考驗，接著利用獨立樣本 t 檢定，求出 t 值作為決斷值，以檢視題目是否具有鑑別力。本研究之「旅遊意象量表」25 題、「重遊意願量表」4 題，於極端組考驗之決斷值（Critical Ratio，簡稱 CR 值）皆大於 3 並達顯著；而量表題項之 p 值皆小於 0.001，代表具有顯著性差異，因此所有題項皆予以保留，檢測結果整理如表 3.4：

表 3.4 旅遊意象量表與重遊意願量表項目分析摘要表

構面	題項	t 值	p 值
產品意象	1. 園區景致優美，規劃有巧思	-7.796	0.000***
	2. 園區植物種類多，有奇花異草	-8.227	0.000***
	3. 草編館有特色	-6.580	0.000***
	4. 農特產品有特色	-7.876	0.000***
	5. 園區餐飲吸引人	-7.926	0.000***
	6. 適合拍照	-8.341	0.000***
	7. 具有知名度	-4.880	0.000***
	8. 活動有特色(如：乘坐大王蓮、蓮田鞦韆、迷宮樹林探險)	-7.852	0.000***
品質意象	1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力	-12.265	0.000***
	2. 感受到懷舊與古樸的氣氛	-10.701	0.000***
	3. 賞景令人愉悅	-14.096	0.000***
	4. 遊憩設施多樣且具趣味性	-8.546	0.000***
	5. 園區環境乾淨清潔	-11.391	0.000***
	6. 公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)	-11.166	0.000***
服務意象	1. 園區資訊易取得	-10.476	0.000***
	2. 體驗活動規劃有創意	-12.813	0.000***
	3. 遊園動線及說明標示清楚	-17.185	0.000***
	4. 服務人員態度友善	-16.660	0.000***
	5. 服務人員具專業度	-19.755	0.000***
	6. 服務人員能提供迅速且即時的服務	-19.365	0.000***

表 3.4 旅遊意象量表與重遊意願量表項目分析摘要表(續)

構面	題項	t 值	p 值
價格 意象	1. 門票收費合理	-10.194	0.000***
	2. 乘坐大王蓮收費合理	-13.109	0.000***
	3. 餐點價格合理	-10.709	0.000***
	4. 蓮花相關產品價格合理	-15.436	0.000***
	5. DIY 收費合理	-13.483	0.000***
重 遊 意 願	1. 我會想再來蓮荷園休閒農場	-8.876	0.000***
	2. 我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	-13.597	0.000***
	3. 如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	-8.581	0.000***
	4. 我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	-10.536	0.000***

資料來源：本研究整理

3.4.2 預試因素分析

「旅遊意象量表」預試問卷項目分析的部分如表 3.4 所示，題項皆達顯著值，表示題項皆具有鑑別度。因素分析部分，利用主成分分析及最大變異轉軸法進行分析，KMO 值達 0.885，Bartlett's 球形檢定 P 值 <0.05，達到顯著水準，表示量表適合進行因素分析。

本研究將「旅遊意象量表」進行探索性因素分析，是由於各家學者因研究主題不同，所採用的旅遊意象構面也不盡相同，因此先前研究並沒有一致性構面的定論。本研究的題項並非完全引用自文獻，在問卷發展的過程中，有修改部分題項的敘述內容，因此預試回收之問卷在進行因素分析後，會使用歸納後的構面來取代原先的構面，使其更符合本研究主題。

本研究以特徵值大於 1 作為判定因數個數的基準，並以因素負荷量 (Factor Loading) 大於 0.4 作為選題標準，再根據組成該因素題項之內涵特徵，重新命名。經轉軸後，刪除不適合的題目，本研究刪除「具有知名度」、「活動有特色(如：乘坐大王蓮、蓮田鞦韆、迷宮樹林探險)」、「感受到懷舊與古樸的氣氛」、「賞景令人愉悅」、「遊憩設施多樣且具趣味性」、「園區資訊易取得」、「體驗活動規劃有創意」、「遊園動線及說明標示清楚」8 題，刪除後共萃取出三個主要因素，將歸納出的變數題項進行命名。重新命名的第一構面為「品質服務意象」，有 6 題；第二構面為「價格意象」，有 5 題；第三構面「產品意象」，有 6 題。此為探討遊客「旅遊意象量表」構面的依據，說明如下：

「品質服務意象」：讓人感到身心放鬆紓解壓力、園區環境乾淨清潔、公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)、服務人員態度友善、服務人員具專業度、服務人員能提供迅速且即時的服務，共 6 題。

「價格意象」：門票收費合理、乘坐大王蓮收費合理、餐點價格合理、蓮花相關產品價格合理、DIY 收費合理，共 5 題。

「產品意象」：園區景致優美，規劃有巧思、園區植物種類多，有奇花異草、草編館有特色、農特產品有特色、園區餐飲吸引人、適合拍

照，共 6 題。

本研究將「重遊意願量表」進行驗證性因素分析，以主成分分析法固定因子數為 1，進行統計分析。

「旅遊意象量表」最後的總累積解釋變異量為 67.113%，表示量表具有建構效度。「重遊意願量表」的因素負荷量均高於 0.8，而總累積解釋變異量為 72.723%，表示量表具有收斂效度。

3.4.3 預試信度分析

以預試所得有效問卷 113 份進行信度分析，旅遊意象量表中的品質服務意象 Cronbach's α 值為 0.911，價格意象 Cronbach's α 值為 0.921，產品意象 Cronbach's α 值為 0.824，量表總信度為 0.927；而重遊意願 Cronbach's α 值為 0.870。信度水準均高於專家學者建議的 Cronbach's α 值 0.7，顯示資料具有高信度。

以上資料整理如表 3.5、3.6 所示：

表 3.5 旅遊意象量表預試信效度分析

n=113

因素項目	題項	共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量 (%)	累積解釋變異量 (%)	信度 Cronbach's α 值
品質服務意象	讓人感到身心放鬆、紓解壓力	0.610	0.681	4.250	25.001	25.001	0.911
	園區環境乾淨清潔	0.729	0.769				
	公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)	0.681	0.780				
	服務人員態度友善	0.803	0.821				
	服務人員具專業度	0.734	0.794				
	服務人員能提供迅速且即時的服務	0.651	0.702				
價格意象	門票收費合理	0.736	0.791	3.900	22.941	47.942	0.921
	乘坐大王蓮收費合理	0.781	0.849				
	餐點價格合理	0.728	0.715				
	蓮花相關產品價格合理	0.820	0.820				
	DIY 收費合理	0.789	0.864				
產品意象	園區景致優美，規劃有巧思	0.534	0.624	3.259	19.170	67.113	0.824
	園區植物種類多，有奇花異草	0.707	0.832				
	草編館有特色	0.642	0.779				
	農特產品有特色	0.556	0.650				
	園區餐飲吸引人	0.480	0.567				
	適合拍照	0.429	0.494				
判標準則		$\geq .200$	$\geq .400$				$\geq .700$
總信度Cronbach's α 值0.927 總解說變異量67.113 KMO取樣適切性量數0.885 Bartlett's 球形檢定顯著性 0.000 (達顯著)							

資料來源：本研究整理

表 3.6 重遊意願量表預試信效度分析

n=113

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量 (%)	信度 Cronbach's α 值
重遊意願	我會想再來蓮荷園休閒農場	0.841	72.723	0.870
	我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	0.854		
	如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	0.894		
	我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	0.821		

資料來源：本研究整理

3.5 問卷調查與回收資料

預試問卷經統計分析整理成正式問卷後，接著就開始發放施測。正式問卷發放時間為民國110年1月至2月，以到訪過蓮荷園的遊客為受訪者發放網路問卷，共發放405份問卷，實際回收405份，扣除填漏等無效問卷25份，所得有效問卷380份，有效回收率94%。接著將380份問卷進行整理編碼登錄，以利進行分析，問卷回收狀況彙整如表3.7。

表3.7問卷回收表

	問卷份數	百分比
發放總量	405	100%
回收總數	405	100%
無效問卷	25	6%
有效問卷	380	94%

資料來源：本研究整理

3.6 問卷資料分析方法

將取得的資料，先經由人工檢查，再將資料予以編碼登錄，進行以下統計分析。

3.6.1 敘述性統計分析

利用敘述性統計，分析受訪者的基本資料，並以次數分配、百分比來描述遊客個人基本資料與旅遊背景分佈之情形，藉以說明樣本資料之結構。另外以平均數與標準差等描述性統計數值，來說明遊客對旅遊意象的重視程度與滿意度。

3.6.2 信度檢定

信度分析是檢測問卷內部的可信度，以及瞭解受訪者對問卷中所有問項的答案是否具一致性程度。以 Cronbach's α 值來檢定正式問卷之各變項與各構面的內部是否有一致性，一般認為若 Cronbach's α 係數小於 0.4 為低信度，介於 0.4~0.7 之間則表示尚可，大於 0.7 則表示內部一致性高。

3.6.3 因素分析

本研究透過探索性因素分析的因素負荷量來呈現因素的解釋力；採用主成份分析法抽取旅遊意象量表共同因素；並在進行轉軸後抽取因素負荷量大於 0.5 之因素，最後進行命名與解釋。

透過驗證性因素分析的因素負荷量以及累積解釋變異量，來呈現重遊意願量表的效度。

3.6.4 t 檢定

t 檢定主要用來評估取自於兩個獨立樣本平均數之間是否有顯著差異。本研究以受訪者基本資料中因子為獨立變數的「性別」問項使用獨立樣本 t 檢定，評估男性女性對蓮荷園休閒農場的旅遊意象之重視程度與滿意度是否有顯著差異。

以「旅遊意象重視程度」與「旅遊意象滿意度」為相依變數使用成對樣本 t 檢定，評估兩者間是否存在顯著差異。

3.6.5 單因子變異數分析

單因子變異數分析用來評估取自於常態母體的多群樣本平均數之間是否有顯著差異。本研究以單因子變異數分析來檢定受訪者基本資料中因子為多組變數的「年齡」、「職業」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「個人平均月收入」、「居住地區」、「其他休閒農場的旅遊經驗」等問項，評估遊客對蓮荷園休閒農場的旅遊意象之重視程度與滿意度的差異情形。先進行變異數同質性檢定，樣本同質，再進行單因子變異數分析，若考驗達 0.05 顯著水準，則以雪費法(Scheffe)進行事後比較。

3.6.6 IPA 分析法

本研究採用「重要－表現分析法」(Importance-Performance Analysis, 簡稱 IPA)，以遊客對蓮荷園休閒農場旅遊意象之重視程度與滿意度間的差距進行分析，並依照各象限分佈情形，提供業者作為改善的參考依據。重要-表現分析法是由 Martilla and James (1977)所提出，透過此分析方法來衡量顧客所重視與滿意之程度，主要的概念是將重視程度與滿意程度的平均值，繪製於二維矩陣圖中，利用二維矩陣圖區分不同屬性項目的相對位置，進一步提出改善的建議與因應的策略。如圖 3.2 所示：



圖 3.2 重要程度-表現程度分析圖

資料來源：參考 Martilla and James (1997)

根據此四個象限，可以表現出各種不同策略性的意義，將有助於決定改善的優先順序，而各個象限所代表的意義如下：

1. 第一象限

位於此區域的屬性其重要程度及表現程度均高，乃農場之優勢所在，應繼續保持其服務水準，以維持農場競爭力，為「繼續保持區」。

2. 第二象限

位於此區域的屬性其表現程度高但重要程度低，代表遊客雖滿意此區域之屬性，但遊客較不重視，農場可能投入過多的資源，可適時將資源轉移至其他需加強改善的項目上，為「過度開發區」。

3. 第三象限

位於此區域的屬性其重要程度及表現程度均低，代表遊客雖不滿意此區域之屬性，但因遊客較不重視，可在第四象限改善後再安排改善，為「次要改善區」。

4. 第四象限

位於此區域的屬性其重要程度高但表現程度不高，代表遊客非常重視此區域之屬性，但農場表現不佳，因此場域經營業者想要提升遊客的滿意度，必須立即對這一區品質題項採取改善策略，是屬於「優先改善區」。

3.6.7 迴歸分析

本研究以逐步迴歸分析法進行分析，以旅遊意象滿意度為自變數，重遊意願為依變數，目的在於最後解釋「蓮荷園旅遊意象滿意度」對「重遊意願」的影響關係。



第四章 研究分析

本章共分為六節，其內容有：4.1 樣本特徵、4.2 旅遊意象與重遊意願之信效度分析、4.3 旅遊意象構面及重遊意願題項分析、4.4 不同背景遊客的重要和滿意程度之差異分析、4.5 旅遊意象重要-滿意分析 (IPA)、4.6 旅遊意象滿意度對重遊意願之關係。

4.1 樣本特徵

本研究之樣本結構內容包括「性別、年齡、職業、教育程度、婚姻、月平均收入、居住地」共七項遊客個人資料；以及「同行的旅遊伴侶、其他休閒農場的旅遊經驗、到訪蓮荷園農場的次數、旅遊資訊的取得、旅遊目的」共五項遊客的旅遊經驗，經統計套裝軟體分析後，其研究結果分別敘述如下：

本研究之受訪者樣本共 380 人，在遊客背景資料上，性別統計分析結果：男性為 163 人，占 42.9%；而女性為 217 人，占 57.1%，其中以女性遊客居多，由此可知女性對於蓮荷園休閒農場的興趣高於男性。

在年齡分布方面：受訪遊客樣本以 51 歲以上為最多，占 50.8%；其次是 31~40 歲，占 20%，由此可知蓮荷園休閒農場吸引的遊客群以中高齡為主，可能是親子一起出遊，利用周末假期，全家一起出去遊玩，

加上蓮荷園休閒農場範圍不大，很適合長輩踏青。

在**職業**統計上：遊客以從事工商業為最多，占 26.6%；其次是服務業，占 20.5%，由此可知蓮荷園休閒農場很吸引工商及服務業的族群。

在**教育程度**的統計上：以大專校院(含)為最多，占 45.8%；其次是高中職(含)，占 33.9%，遊客多數為大專校院(含)的教育程度，可見在臺灣，大學教育十分普及。

在**婚姻狀況**統計方面：已婚者占 81.3%，由此可知蓮荷園休閒農場遊客群以家庭出遊為主。

在**平均月收入**上：受訪遊客樣本中以收入 50001 元以上居多，占 30%；40001-50000 元，占 19.7%，所以中高所得與從事工商業的遊客，是蓮荷園休閒農場的主要消費族群。

在**居住地上**：遊客以桃園市人數為最多，占 67.6%；其次是北部其他縣市，占 21.1%。因為蓮荷園休閒農場位於桃園市，隸屬於北部，可能是地緣的關係，所以遊客來源以北部縣市為主。

在**旅遊經驗**方面，本次同行的**旅遊伴侶**的統計結果：跟家人同行的人占 71.8%，由此可知現代人很重視家庭旅遊；其次是跟同學/朋友/同事同行的人占 18.9%，所以同行的旅遊伴侶以跟親友同行的人為主。

其他休閒農場的旅遊經驗：3次以上的人占66.6%為最多，2次的人占16.8%，而兩次以上的人加總起來占83.4%，由此可知，遊客對參觀休閒農場都很有興趣，是個旅遊趨勢，所以業者若能對內部活動、環境做更完善的規劃，將會是吸引客源的重要因素之一。

在到訪蓮荷園休閒農場的次數統計方面，初次到訪的遊客占61.6%為最多，3次以上占24.2%，2次占14.2%，由此可見遊客對蓮荷園休閒農場是有重遊意願的。

在旅遊資訊的取得方面，親友介紹占47.4%，網際網路占26.6%，由此可知遊客口耳相傳，或是在網路上分享旅遊經驗都可增加蓮荷園休閒農場的知名度。

在本次旅遊主要目的方面，以休閒娛樂占74.2%為最多，慕名而來占10.0%次之，由此可知遊客到訪蓮荷園休閒農場主要目的為感受休閒氣氛，也有部分的遊客藉由網路或親友宣傳，慕名而來。

為便於觀察，本研究將以上資料整理成表4.1：

表 4.1 遊客基本資料分析表

n=380

變項	類別	樣本數	百分比	變項	類別	樣本數	百分比	
性別	女	217	57.1%	同行的 旅遊伴 侶	獨自前來	12	3.2%	
	男	163	42.9%		家人	273	71.8%	
年齡	20歲及以下	11	2.9%		同學/朋友/ 同事	72	18.9%	
	21-30歲	33	8.7%		旅遊團體	7	1.8%	
	31-40歲	76	20.0%		其他	16	4.2%	
	41-50歲	67	17.6%	其他休 閒農場 的旅遊 經驗	沒去過	11	2.9%	
	51歲以上	193	50.8%		1次	52	13.7%	
職業	學生	17	4.5%		2次	64	16.8%	
	軍警公教	40	10.5%		3次以上	253	66.6%	
	農林漁牧業	7	1.8%		到訪蓮 荷園休 閒農場 的次數	第一次	234	61.6%
	工商業	101	26.6%			2次	54	14.2%
	服務業	78	20.5%			3次以上	92	24.2%
	家管	53	13.9%			從何處 得知蓮 荷園休 閒農場 的資訊	報章雜誌	22
	退休	46	12.1%	網際網路	101		26.6%	
	其他	38	10.0%	親友介紹	180		47.4%	
學歷	國中(含)以下	33	8.7%	廣告傳單	8		2.1%	
	高中職(含)	129	33.9%	其他	69	18.2%		
	大專院校(含)	174	45.8%	這次來 蓮荷園 休閒農 場的主 要目的	休閒娛樂	282	74.2%	
	研究所含以上	44	11.6%		打發時間	17	4.5%	
婚姻	未婚	57	15.0%		紓解壓力	29	7.6%	
	已婚	309	81.3%		慕名而來	38	10.0%	
	其他	14	3.7%		其他	14	3.7%	
	月平 均收 入	20000元以下	69	18.2%	資料來源：本研究整理			
		20001-30000元	65	17.1%				
30001-40000元		57	15.0%					
40001-50000元		75	19.7%					
50001元以上		114	30.0%					
目前 居住 地	桃園市	257	67.6%					
	北部(不含桃)	80	21.1%					
	中部	27	7.1%					
	南部	11	2.9%					
	東部及其他	5	1.4%					

4.2 旅遊意象與重遊意願之信效度分析

4.2.1 旅遊意象之信效度分析

本研究將「旅遊意象量表」進行探索性因素分析，目的是使用歸納過後的構面來代表原先的資料結構，並檢測問卷之效度，最後共抽取出三個共同因素。量表的抽樣適當性量數（KMO）值等於 0.937，依據學者提出的判斷標準，屬於優良，表示變項有共同因素存在；而 Bartlett 球面性檢定 P 值(.000) $<$ 0.05，達到顯著水準，適合進行因素分析。

通過檢定後，繼續以主成份分析法及直交轉軸之最大變異數轉軸法萃取主要之構面因素，而當中因素負荷量（factor loading）以抽取大於 0.5 之因素為準則，經轉軸後，所有題目皆予以保留。以特徵值大於 1 的個數做為萃取因素的準則，共萃取出三個主要因素，其共同性均高於 0.465，特徵值分別為 4.065、3.821、3.543，其相對應的解釋變異量分別為 23.911%、22.474%、20.840%，而最後的總累積解釋變異量為 67.224%，而其信度 Cronbach's α 值分別為 0.902、0.920、0.840，總信度 Cronbach's α 值為 0.933。總體信度及構面信度皆高於 0.8 以上，顯示本研究旅遊意象量表具信度及效度。

最後，將歸納出的變數題項進行構面命名。首先，構面一是指旅遊意象重視程度與滿意度中的「品質服務意象」，其第一個構面的特徵值

4.605，解釋變異量 23.911%，題項有：「讓人感到身心放鬆紓解壓力」、「園區環境乾淨清潔」、「公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)」、「服務人員態度友善」、「服務人員具專業度」、「服務人員能提供迅速且即時的服務」等 6 題，此構面的題項主要在測量遊客對園區氛圍、環境品質與服務人員的重要及滿意程度，故命名為「品質服務意象」。

構面二是指旅遊意象重視程度與滿意度中的「價格意象」，其第二個構面的特徵值 3.821，解釋變異量 22.474%，題項有：「門票收費合理」、「乘坐大王蓮收費合理」、「餐點價格合理」、「蓮花相關產品價格合理」、「DIY 收費合理」等 5 題。此構面的題項主要在測量遊客對園區各項收費的重要及滿意程度，故命名為「價格意象」。

構面三是指旅遊意象重視程度與滿意度中的「產品意象」，其第三個構面的特徵值 3.543，解釋變異量 20.840%，題項有：「園區景致優美，規劃有巧思」、「園區植物種類多，有奇花異草」、「草編館有特色」、「農特產品有特色」、「園區餐飲吸引人」、「適合拍照」等 6 題。此構面的題項主要在測量遊客對園區規劃與特色的重要及滿意程度，故命名為「產品意象」。三個構面累積解釋變異量 67.224%，顯示本問卷具效度，為方便觀察，將以上資料整理為表格，如表 4.2 所示：

表 4.2 旅遊意象量表信效度分析 n=380

因素項目	題項	共同性	因素負荷量	特徵值	解說變異量(%)	累積解釋變異量(%)	信度 Cronbach's α 值
品質服務意象	4. 服務人員態度友善	0.807	0.854	4.065	23.911	23.911	0.902
	5. 服務人員具專業度	0.759	0.837				
	2. 園區環境乾淨清潔	0.733	0.787				
	6. 服務人員能提供迅速且即時的服務	0.680	0.742				
	3. 公共設施品質佳 (廁所數量夠停車便利)	0.637	0.684				
	1. 讓人感到身心放鬆、 紓解壓力	0.538	0.517				
價格意象	10. 蓮花相關產品價格合理	0.832	0.833	3.821	22.474	46.385	0.920
	11. DIY 收費合理	0.763	0.817				
	8. 乘坐大王蓮收費合理	0.738	0.811				
	9. 餐點價格合理	0.793	0.788				
	7. 門票收費合理	0.706	0.708				
產品意象	13. 園區植物種類多， 有奇花異草	0.698	0.818	3.543	20.840	67.224	0.840
	14. 草編館有特色	0.630	0.762				
	15. 農特產品有特色	0.624	0.715				
	12. 園區景致優美， 規劃有巧思	0.535	0.682				
	16. 園區餐飲吸引人	0.490	0.582				
	17. 適合拍照	0.465	0.508				
判標準則		$\geq .200$	$\geq .500$				$\geq .700$
<p>總信度Cronbach's α值0.933 總解說變異量67.224 KMO 取樣適切性量數 0.937 Bartlett's 球形檢定顯著性 0.000 (達顯著)</p>							

資料來源：本研究整理

4.2.2 重遊意願之信效度分析

本研究將「重遊意願量表」進行驗證性因素分析，以主成份分析法固定因子數為 1，進行統計分析。因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.904，這構面因子解釋變異量為 77.800%，各問項因素負荷量都大於 0.8，故此構面達到收斂效度；其中以「如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場」的因素負荷量最高為 0.901。為方便觀察，將以上資料整理為表格，如表 4.3 所示：

表 4.3 重遊意願量表信效度分析 n=380

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量 (%)	信度 Cronbach's α 值
重遊意願	1.我會想再來蓮荷園休閒農場	0.881	77.800	0.904
	2.我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	0.896		
	3.如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	0.901		
	4.我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	0.849		

資料來源：本研究整理

4.3 旅遊意象構面及重遊意願題項分析

4.3.1 旅遊意象構面及題項分析

旅遊意象量表的題項中，以重視程度全部的題項來說，平均數皆高於3，顯示遊客對各題項的重視度都很高。從旅遊意象目的地選擇各構面重視程度來看，讓人覺得最重要的是「品質服務意象」構面(m=4.413)，其次依序「產品意象」構面(m=4.054)，最後是「價格意象」構面(m=4.012)。

受訪遊客重視程度平均數較高的前五個題項為：「4.服務人員態度友善」、「3.公共設施品質佳」、「2.園區環境乾淨清潔」、「5.服務人員具專業度」、「6.服務人員能提供迅速且即時的服務」；受訪遊客重視程度平均數較低的前五個題項為：「11.DIY收費合理」、「13.園區植物種類多，有奇花異草」、「8.乘坐大王蓮收費合理」、「16.園區餐飲吸引人」、「15.農特產品有特色」

在三大構面中，「品質服務意象」重要程度的平均數 4.413 為最高，且重視程度平均數較高的前五個題項，均在此構面，表示受訪遊客較重視休閒農場的環境、公共設施與人員服務方面。而重視程度平均數較低的五個題項中「11.DIY收費合理」、「8.乘坐大王蓮收費合理」2題在「價格意象」構面，表示遊客在選擇旅遊目的地時，對於不屬於固

定花費的項目較不重視。「13. 園區植物種類多，有奇花異草」、「16. 園區餐飲吸引人」、「15. 農特產品有特色」3題在「產品意象」構面，表示遊客在選擇旅遊目的地時，對於休閒農場附加價值的項目較不重視。

旅遊意象量表的題項中，以滿意度全部的題項來說，平均數皆高於3，顯示遊客對各題項的滿意度都很高。從旅遊意象實際感受各構面滿意程度來看，讓人覺得最滿意的是「品質服務意象」構面($m=3.933$)，其次依序「產品意象」構面($m=3.882$)，最後是「價格意象」構面($m=3.65$)。

受訪遊客滿意程度平均數較高的前五個題項為：「17. 適合拍照」、「1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力」、「12. 園區景致優美，規劃有巧思」、「4. 服務人員態度友善」、「5. 服務人員具專業度」；受訪遊客滿意程度平均數較低的前五個題項為：「9. 餐點價格合理」、「11. DIY收費合理」、「10. 蓮花相關產品價格合理」、「8. 乘坐大王蓮收費合理」、「16. 園區餐飲吸引人」

在三大構面中，「品質服務意象」滿意度的平均數3.933為最高，且滿意程度平均數較高的前五個題項中，有「1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力」、「4. 服務人員態度友善」、「5. 服務人員具專業度」3題在此構面，表示受訪遊客對於休閒農場服務人員的態度方面，十分滿意。

「17. 適合拍照」、「12. 園區景致優美，規劃有巧思」2題在「產品特色意象」構面，由此可知遊客對於園區的景致滿意度高，覺得園區適合拍照，與家人留下美好的回憶。

而滿意程度平均數較低的五個題項，有4題在「價格意象」構面，重視程度平均數較低的前五個題項中，有二個題項亦出現在滿意度平均數較低的前五個題項中，將列為後續旅遊意象重要-表現分析之觀察題項。為便於觀察，將以上資料彙整如表4.4：



表 4.4 旅遊意象構面及題項分析

構面	題目	重要度構面平均	重要度構面排名	重視程度			滿意度構面平均	滿意度構面排名	滿意度			滿意度 - 重視度的差
				平均數	標準差	總排名			平均數	標準差	總排名	
品質服務意象	1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力	4.413	1	4.33	0.643	6	3.933	1	4.05	0.599	2	-0.28
	2. 園區環境乾淨清潔			4.46	0.651	3			3.91	0.650	7	-0.55
	3. 公共設施品質佳			4.47	0.663	2			3.79	0.717	10	-0.68
	4. 服務人員態度友善			4.48	0.610	1			4.00	0.646	4	-0.48
	5. 服務人員具專業度			4.40	0.619	4			3.93	0.648	5	-0.47
	6. 服務人員能提供迅速即時服務			4.34	0.668	5			3.92	0.667	6	-0.42
價格意象	7. 門票收費合理	4.012	3	4.11	0.745	9	3.65	3	3.72	0.687	12	-0.39
	8. 乘坐大王蓮收費合理			3.96	0.795	15			3.67	0.708	14	-0.29
	9. 餐點價格合理			4.07	0.771	10			3.60	0.721	17	-0.47
	10. 蓮花相關產品價格合理			3.99	0.770	12			3.65	0.683	15	-0.34
	11. DIY 收費合理			3.93	0.786	17			3.61	0.674	16	-0.32
產品意象	12. 園區景致優美，規劃有巧思	4.054	2	4.12	0.764	8	3.882	2	4.01	0.620	3	-0.11
	13. 園區植物種類多，有奇花異草			3.94	0.689	16			3.89	0.653	8	-0.05
	14. 草編館有特色			4.00	0.702	11			3.87	0.677	9	-0.13
	15. 農特產品有特色			3.98	0.700	13			3.79	0.675	11	-0.19
	16. 園區餐飲吸引人			3.96	0.788	14			3.68	0.686	13	-0.28
	17. 適合拍照			4.21	0.788	7			4.06	0.633	1	-0.15
總平均		4.18			3.83							

資料來源：本研究整理

4.3.2 重遊意願題項分析

由表 4.5 得知重遊意願量表全部的題項平均數皆高於 3，顯示遊客對於蓮荷園休閒農場的重遊意願高。題項中「如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場」的平均數最高，其次為「我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗」、「我會想再來蓮荷園休閒農場」兩題，代表遊客對蓮荷園休閒農場印象不錯，會想推薦給其他人，也願意口碑分享，並在社群網站記錄旅遊經驗。至於影響重遊意願的因素，留待第六節探究。

表 4.5 重遊意願題項分析表 n=380

構面	題項	平均數	標準差	信度 Cronbach's α 值
重遊意願	1.我會想再來蓮荷園休閒農場	3.85	0.669	0.904
	2.我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	3.74	0.696	
	3.如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	3.91	0.641	
	4.我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	3.85	0.695	

資料來源：本研究整理

4.4 不同背景遊客對旅遊意象的重視和滿意程度之差異分析

為瞭解不同背景變項之遊客對蓮荷園休閒農場重視程度與實際感受的差異情形，本節將以獨立樣本 t 檢定分析受訪者基本資料中因子為獨立變數的「性別」問項來檢驗差異情形；以單因子變異數分析來檢定受訪者基本資料中因子為多組變數的「年齡」、「職業」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「個人平均月收入」、「居住地區」、「其他休閒農場的旅遊經驗」等問項，評估遊客對蓮荷園休閒農場的旅遊意象各構面之重視與滿意程度是否有顯著差異。分析結果說明如下：

在性別變項，經獨立樣本 t 檢定分析結果顯示，「品質服務意象」(P=0.266)、「價格意象」(P=0.402)、「產品意象」(P=0.447)，不同性別之遊客對旅遊意象各構面重視程度之 P 值 > 0.05，未達顯著水準，表示不同性別的遊客在蓮荷園休閒農場的旅遊意象重視程度上無顯著差異。分析結果顯示，「品質服務意象」(P=0.830)、「價格意象」(P=0.995)、「產品意象」(P=0.740)滿意度之 P 值 > 0.05，未達顯著水準，表示不同性別的遊客在蓮荷園休閒農場的旅遊意象滿意度上無顯著差異。

在年齡變項，經分析檢定結果顯示，不同年齡之遊客對「品質服務意象」(P=0.188)、「產品意象」(P=0.873)兩構面重視程度無顯著差異。不同年齡之遊客對「價格意象」(P=0.000)構面的重視程度 P 值 < 0.05，

表示有顯著差異，之後以 Scheffe 法進行事後比較發現：20 歲以下的遊客與 31-40 歲的遊客對於價格意象重視程度顯著高於 51 歲以上的遊客，其餘各類別間不具顯著差異。推論 20 歲以下大多為學生族群，尚無經濟基礎，因此對於價格方面會較為重視；而 31-40 歲的遊客大多是家庭的經濟主力，因此到訪休閒農場的各项開銷，大多由這年齡層的族群支出，對於價格方面重視度會高於 51 歲以上的樂齡族群。

經分析檢定結果顯示，不同年齡之遊客對「品質服務意象」(P=0.206)、「產品意象」(P=0.570)兩構面滿意度無顯著差異。不同年齡之遊客對「價格意象」(P=0.007)構面的滿意度 P 值 <0.05 ，構面雖達顯著水準，但進行事後比較發現其各類別間不具顯著差異。

在職業變項，經分析檢定結果顯示，不同職業之遊客對「品質服務意象」(P=0.704)、「產品意象」(P=0.695)兩構面重視程度無顯著差異。不同職業之遊客對「價格意象」(P=0.018)構面的重視程度 P 值 <0.05 ，表示有顯著差異，進行事後比較發現：其各類別間不具顯著差異。經分析檢定結果顯示，不同職業之遊客對「品質服務意象」(P=0.641)、「產品意象」(P=0.597)構面滿意度均無顯著差異。「價格意象」(P=0.013)，構面雖達顯著水準，但進行事後比較發現其各類別間不具顯著差異。

在教育程度變項，經分析檢定結果顯示，不同學歷之遊客對「品質服務意象」(P=0.120)、「價格意象」(P=0.156)、「產品意象」(P=0.763)構面重視程度均無顯著差異。經分析檢定結果顯示，不同學歷之遊客對「品質服務意象」(P=0.798)、「價格意象」(P=0.772)、「產品意象」(P=0.674)構面滿意度均無顯著差異。

在婚姻變項，經分析檢定結果顯示，不同婚姻狀況之遊客對「品質服務意象」(P=0.227)、「產品意象」(P=0.148)兩構面重視程度無顯著差異。不同婚姻狀況之遊客對「價格意象」(P=0.044)構面的重視程度P值<0.05，構面雖達顯著水準，經事後比較發現其各類別間不具顯著差異。經分析檢定結果顯示，不同婚姻狀況之遊客對「品質服務意象」(P=0.179)、「價格意象」(P=0.258)、「產品意象」(P=0.484)構面滿意度均無顯著差異。

在月平均收入變項，分析檢定結果顯示，不同收入之遊客對「品質服務意象」(P=0.494)、「價格意象」(P=0.322)、「產品意象」(P=0.445)構面重視程度均無顯著差異。分析檢定結果顯示，不同收入之遊客對「品質服務意象」(P=0.015)、「價格意象」(P=0.025)、「產品意象」(P=0.024)構面滿意度均有顯著差異。經事後比較發現「價格意象」、「產品意象」兩構面各類別間不具顯著差異。但在「品質服務意

象」構面中，月平均收入 20001-30000 元的遊客滿意度平均顯著高於月平均收入 40001-50000 元的遊客。推論收入較高的遊客，對於園區的氣氛以及服務人員的專業度較為重視，因此標準較高於其他遊客，相較之下滿意度也會較低。

在**居住地區**變項，分析檢定結果顯示，不同居住地區之遊客對「品質服務意象」(P=0.117)、「價格意象」(P=0.349)、「產品意象」(P=0.542)構面重視程度均無顯著差異。分析檢定結果顯示，不同居住地區之遊客對「品質服務意象」(P=0.263)、「價格意象」(P=0.400)、「產品意象」(P=0.525)構面滿意度均無顯著差異。

在**其他休閒農場的旅遊經驗**變項，經分析檢定結果顯示，遊客到其他休閒農場旅遊的次數對「品質服務意象」(P=0.330)、「價格意象」(P=0.414)、「產品意象」(P=0.276)構面重視程度均無顯著差異。經分析檢定結果顯示，遊客到其他休閒農場旅遊的次數對「品質服務意象」(P=0.779)、「價格意象」(P=0.494)、「產品意象」(P=0.533)構面滿意度均無顯著差異。

4.5 旅遊意象重要－表現分析

以重要－表現分析法(Importance-Performance Analysis)來測量遊客對於蓮荷園休閒農場旅遊意象重視程度，以及旅遊後實際感受滿意情形，因此經由 IPA 分析法可以了解此休閒農場之優勢及劣勢，並以此作為業者經營與改善的參考依據。

4.5.1 旅遊意象量表重要程度與滿意度之差異分析

本研究以成對樣本 t 檢定比較遊客在到訪蓮荷園休閒農場前與參訪後，對於旅遊意象量表各題項的重要程度平均數與滿意度平均數是否有差異，運用得到的分析結果，作為重要滿意分析的依據。經分析後得知「產品意象」構面中題項「園區植物種類多，有奇花異草」(P=0.154)表示重視度平均與滿意度平均無顯著差異，因此在 IPA 重要與表現分析中，此題項不列入探討，僅探究 16 個題項。

4.5.2 蓮荷園休閒農場的旅遊意象量表之重要-滿意度分析

本研究以重視程度之總平均值與滿意度之總平均值(4.175,3.828)為中心座標，以重視程度為 X 軸（橫軸），滿意度為 Y 軸（縱軸），將座標平面分成四大象限，當 X 軸愈向右則表示愈重視，愈向左則表示不重視；而 Y 軸愈向上則表示滿意程度愈高，愈向下則表示愈不滿意。以此來探討遊客對蓮荷園休閒農場的「旅遊意象量表」所取出三個主要構

面及 16 個題項在四大象限中的落點。

將表 4.4 各項數據資料繪製成蓮荷園休閒農場旅遊意象 IPA 重要-滿意分析圖，為便於觀察，研究者將品質服務意象各題項編碼為 A1~A6，價格意象各題項編碼為 B1~B5，產品意象各題項編碼為 C1~C6(C2 園區植物種類多，有奇花異草。差異不顯著因此不繪製於圖中)。

在重要-滿意分析圖中，球體的大小是滿意度減重視程度加絕對值計算出來的值，球體大小的意義是球體愈大，則表示重視程度與滿意度的差愈大；球體愈小，則表示重視程度與滿意度的差愈小(謝瑞津，2020)。

蓮荷園之旅遊意象重要-滿意度分析，如圖 4.1 所示：

蓮荷園休閒農場旅遊意象IPA

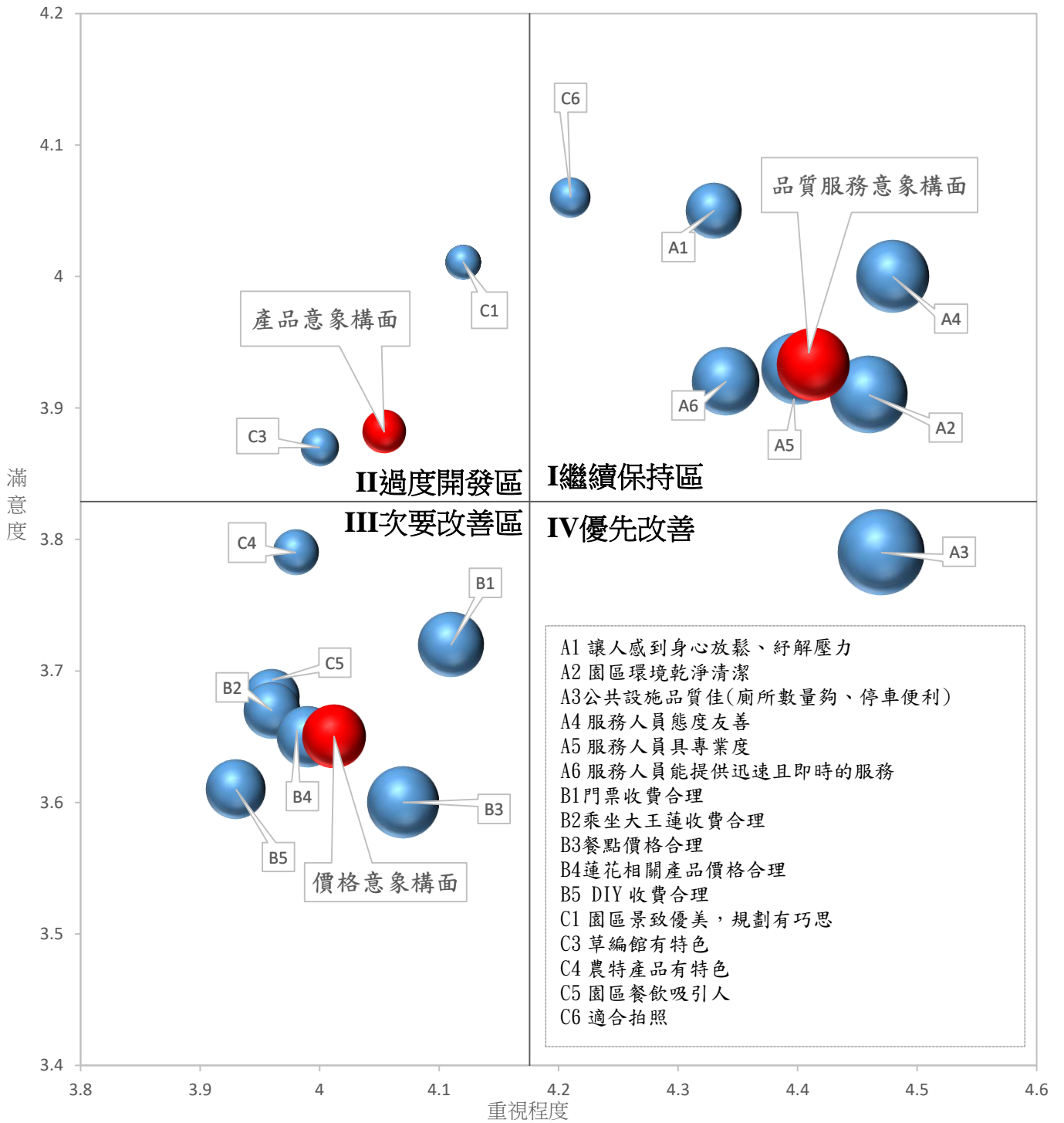


圖 4.1 蓮荷園旅遊意象重要-滿意度分析圖

資料來源：本研究整理

將以上資料彙整如表4.6所示。

表 4.6 蓮荷園旅遊意象各構面及題項象限落點

構面	象限/區域	題項	象限/區域
品質服務意象	I / 繼續保持區	A1 讓人感到身心放鬆、紓解壓力 A2 園區環境乾淨清潔 A3 公共設施品質佳 (廁所數量夠、停車便利) A4 服務人員態度友善 A5 服務人員具專業度 A6 服務人員能提供迅速且即時的服務	I / 繼續保持區 I / 繼續保持區 IV / 優先改善區 I / 繼續保持區 I / 繼續保持區 I / 繼續保持區
價格意象	III / 次要改善區	B1 門票收費合理 B2 乘坐大王蓮收費合理 B3 餐點價格合理 B4 蓮花相關產品價格合理 B5 DIY收費合理	III / 次要改善區 III / 次要改善區 III / 次要改善區 III / 次要改善區 III / 次要改善區
產品意象	II / 過度開發區	C1 園區景致優美， 規劃有巧思 C3 草編館有特色 C4 農特產品有特色 C5 園區餐飲吸引人 C6 適合拍照	II / 過度開發區 II / 過度開發區 III / 次要改善區 III / 次要改善區 I / 繼續保持區

資料來源：本研究整理

根據圖 4.1 的分析結果來看，可分成第一象限「繼續保持區」、第二象限「過度開發區」、第三象限「次要改善區」、第四象限「優先改善區」四個區域。

以旅遊意象的構面來看，落在繼續保持的構面是「品質服務意象」；落在過度開發區的構面是「產品意象」；落在次要改善區的構面

是「價格意象」。

「品質服務意象」構面指的是休閒農場帶給遊客對整體環境的氣氛與感受，以及觀光設施使用之便利性，服務人員的專業度與服務態度。此構面落在繼續保持區，顯示蓮荷園休閒農場的環境氣氛深受遊客喜愛，遊客覺得很重要，而且對蓮荷園休閒農場的服務感到很滿意。

「產品意象」構面指的是自然景色的吸引力、農場文化的魅力性與特色。此構面落在過度開發區，顯示蓮荷園休閒農場的特色多元，遊客都已經很熟悉，不需要透過太多方式呈現。「價格意象」構面指的是休閒農場各項消費，包含門票、活動體驗、餐飲、商品等收費。此構面落在次要改善區，顯示遊客對於蓮荷園休閒農場的消費方面不是很重視，也不是很滿意。

總結，蓮荷園休閒農場是個環境氣氛佳，服務人員專業又親切，特色稍嫌多元，遊客對消費雖不太重視，但實際到訪後，仍有改善空間。

以下分別探討各區域題項：

1. 落在繼續保持之區域的題項有：

「A1讓人感到身心放鬆、紓解壓力」、「A2園區環境乾淨清潔」、「A4服務人員態度友善」、「A5服務人員具專業度」、「A6服務人員能提供迅速且即時的服務」、「C6適合拍照」。其中「A1讓人

感到身心放鬆、紓解壓力」、「A2園區環境乾淨清潔」、「A4服務人員態度友善」、「A5服務人員具專業度」、「A6服務人員能提供迅速且即時的服務」等五題屬於「品質服務意象」構面，「C6適合拍照」一題屬於「產品意象」構面。由此可知蓮荷園整體環境氣氛非常好，深受遊客喜愛，園區內最大的特色就是以蓮花荷葉營造出清新脫俗的蓮園風光，使遊客來到蓮荷園就輕鬆的在美景中拍照留念；另外，服務人員是第一線面對遊客，扮演著重要的角色，蓮荷園的服務人員對遊客的態度親切和善，遊客在體驗乘坐大王蓮時，也有服務人員在蓮池中保護遊客的安全，對於每一位遊客都小心翼翼的呵護，讓人留下好印象。

在第一象限的繼續保持區中，球體落差最大的前三名的題項是「A2 園區環境乾淨清潔」、「A4服務人員態度友善」、「A5服務人員具專業度」，此三個題項都屬於「品質服務意象」的構面，由此可知，遊客認為這些題項是重視程度很高，但滿意度與重視程度相比較，有較大的落差，所以遊客認為這些面向仍有進步的空間，業者若能更重視園區各個角落的清潔、加強各區域服務人員的服務態度與專業，必能提升旅遊目的地的品質，使遊客更有意願做選擇。

2. 落在過度開發之區域的題項有：

「C1 園區景致優美，規劃有巧思」、「C3 草編館有特色」，此二題屬於「產品意象」構面。在此區域遊客覺得不太重視但滿意度是稍高的。遊客在選擇蓮荷園作為旅遊目的地時，大多已從媒體或親友口中知道農場有哪些別出心裁的景觀設計。而一般休閒農場內沒有草編館，所以遊客到訪前對此並無特別期待。但到訪後發現彩虹拱門、南瓜飛天掃帚、蓮田鞦韆以及各式各樣的草編動物等園區規劃，超乎遊客期待。

3. 落在次要改善之區域的題項有：

「B1 門票收費合理」、「B2 乘坐大王蓮收費合理」、「B3 餐點價格合理」、「B4 蓮花相關產品價格合理」、「B5 DIY 收費合理」、「C4 農特產品有特色」、「C5 園區餐飲吸引人」。其中「B1 門票收費合理」、「B2 乘坐大王蓮收費合理」、「B3 餐點價格合理」、「B4 蓮花相關產品價格合理」、「B5 DIY 收費合理」等五題為價格意象構面，「C4 農特產品有特色」、「C5 園區餐飲吸引人」為「產品意象」構面。

由此可知遊客在到訪前對於各項消費價格不是太重視，因為遊客首要重視的面向在園區的品質與服務，加上除了門票是固定消費，其餘的餐點、產品、活動體驗都是遊客可以選擇是否要支出的。在實際到訪

後，遊客對於這些額外收費項目，不是太滿意。例如農特產品與餐飲的價格，遊客可能覺得太昂貴。經營者可做出些促銷方案，吸引遊客，提升遊客的滿意度，此為次要改善的方面。

落在第三象限的次要改善區中，球體落差最大的前三名的題項是「B3 餐點價格合理」、「B1 門票收費合理」、「B4 蓮花相關產品價格合理」，都屬於「價格意象」的構面，由此可知，遊客可能認為這些題項不是很重要，故而不介意或忽略此題項是否有達到滿意度，所以這些題項才會形成不重要也不滿意的結果。

4. 落在優先改善之區域的題項有：

「A3 公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)」，此題屬於「品質服務意象」構面。在此優先改善區顯示遊客對這題項是很重視但還不滿意，只要經營者稍加改善，就會落在繼續保持象限。

綜合以上敘述，製成各因素及因素內的題項在各大象限的分布表，如表 4.7：

表 4.7 蓮荷園旅遊意象策略表

策略	因素題項(構面)
<p>繼續保持區 (第一象限)</p>	<p>讓人感到身心放鬆、紓解壓力(品質服務意象)</p> <p>園區環境乾淨清潔(品質服務意象)</p> <p>服務人員態度友善(品質服務意象)</p> <p>服務人員具專業度(品質服務意象)</p> <p>服務人員能提供迅速且即時的服務(品質服務意象)</p> <p>適合拍照(產品意象)</p>
<p>過度開發區 (第二象限)</p>	<p>園區景致優美，規劃有巧思(產品意象)</p> <p>草編館有特色(產品意象)</p>
<p>次要改善區 (第三象限)</p>	<p>門票收費合理(價格意象)</p> <p>乘坐大王蓮收費合理(價格意象)</p> <p>餐點價格合理(價格意象)</p> <p>蓮花相關產品價格合理(價格意象)</p> <p>DIY 收費合理(價格意象)</p> <p>農特產品有特色(產品意象)</p> <p>園區餐飲吸引人(產品意象)</p>
<p>優先改善區 (第四象限)</p>	<p>公共設施品質佳(品質服務意象)</p>

資料來源：本研究整理

4.6 旅遊意象滿意度對重遊意願之關係

為瞭解蓮荷園休閒農場遊客旅遊意象的滿意度對重遊意願之關係，本研究以旅遊意象滿意度所有題項為自變項，重遊意願為依變項，進行逐步迴歸法分析，來預測或解釋真正影響遊客重遊意願之變項為何。分析結果由表4.8得知，調整後的 R^2 為0.548，代表預測變項能夠解釋重遊意願的部分為54.8%。再者，經由變異數分析表中得知F檢定結果達到顯著水準($F=92.737$ ， $p<0.001$)，表示此迴歸模式存在。由標準化 β 係數發現重要預測變項依序為乘坐大王蓮收費合理 ($\beta=0.305$)、門票收費合理 ($\beta=0.182$)、園區景致優美規劃有巧思 ($\beta=0.162$)、讓人感到身心放鬆紓解壓力 ($\beta=0.144$)、草編館有特色 ($\beta=0.127$)，得到預測公式為：

重遊意願=0.305(乘坐大王蓮收費合理)+0.182(門票收費合理)+
0.162(園區景致優美規劃有巧思)+0.144(讓人感到身心放鬆紓解壓力)+
0.127(草編館有特色)

表 4.8 旅遊意象滿意度對重遊意願之逐步迴歸分析

依變數	自變數	標準化係數 β 分配	t值	顯著性	VIF
重遊意願	乘坐大王蓮收費合理	0.305	5.696***	0.000	2.397
	園區景致優美規劃有巧思	0.162	3.434***	0.001	1.870
	讓人感到身心放鬆紓解壓力	0.144	3.057**	0.002	1.866
	門票收費合理	0.182	3.404***	0.001	2.382
	草編館有特色	0.127	2.864**	0.004	1.657
調整過後的 R ²		0.548			
F 值		92.737***			
註：* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$					

資料來源：本研究整理

由分析結果可知，遊客在實地到訪蓮荷園後，旅遊意象的滿意度對重遊意願有影響，而真正影響遊客重遊意願的因素為大王蓮及門票收費、園區景致優美、園區氛圍讓人感到放鬆、草編館有特色。

第五章 結論與建議

本研究以蓮荷園休閒農場作為研究場地，藉由問卷調查來了解受訪遊客對蓮荷園的旅遊意象以及重遊意願。針對遊客在各個構面的重視度及滿意度，應用 IPA 法分析蓮荷園的旅遊意象，並歸納出象限結果。本章節主要針對第四章研究結果與分析，提出結論與建議。

5.1 結論

5.1.1 樣本結構分析之結論

性別統計：由資料得知女性遊客較男性遊客多，顯示女性對於蓮荷園休閒農場的興趣高於男性。

年齡分布：受訪遊客樣本以 51 歲以上為最多，其次是 31~40 歲，由此可知蓮荷園休閒農場吸引的遊客群以中高齡為主。蓮荷園休閒農場範圍不大，很適合長輩踏青散心。

職業統計：遊客以從事工商業為最多，其次是服務業，蓮荷園休閒農場遊客以工商及服務業的族群為主。

教育程度統計：以大專校院(含)為最多，其次是高中職(含)，遊客多數為高中職以上的教育程度，可見在臺灣，國民教育十分普及。

婚姻狀況統計：已婚者占 81.3%，且由年齡分布可知蓮荷園休閒農

場遊客群以家庭出遊為主。

平均月收入方面：受訪遊客樣本中以收入 50001 元以上居多，其次為 40001-50000 元，所以中高所得與從事工商業的遊客，是蓮荷園休閒農場的主要消費族群。

居住地分布：遊客以桃園市人數為最多，其次是北部其他縣市。因地緣之便，所以遊客來源以北部縣市為主。

同行的旅遊伴侶的統計結果：跟家人同行的人占 71.8%，現代人很重視家庭旅遊，所以旅遊伴侶多以親友為主。

在其他休閒農場的旅遊經驗以 3 次以上的人占 66.6% 最多，由此可知，遊客對參觀休閒農場都很有興趣，這是個旅遊趨勢，所以業者若能對環境設施與活動做更完善的規劃，將會吸引更多客源。

到訪蓮荷園休閒農場的統計結果以初次到訪的遊客占 61.6% 為最多，可知蓮荷園的知名度高，遊客選擇旅遊地點時，會納入考慮。到訪 3 次以上的遊客占 24.2%，2 次占 14.2%，由此可見遊客對蓮荷園休閒農場是有重遊意願的。

在旅遊資訊的取得方面，主要以親友介紹為主，其次是網際網路，由此可知遊客口耳相傳，或是在網路上分享旅遊經驗都可增加蓮荷園休閒農場的知名度。

旅遊主要目的：以休閒娛樂為最多，其次是慕名而來。遊客到訪蓮荷園休閒農場主要目的為感受休閒氣氛，也有部分的遊客是因為網路或親友宣傳，被吸引而來。

5.1.2 T檢定、單因子變異數分析之結論

1. 不同性別、職業、教育程度、婚姻狀況、個人平均月收入、居住地區、其他休閒農場旅遊經驗次數的遊客在「品質服務意象」構面之重視程度、「價格意象」構面之滿意度、「產品意象」構面之重視程度與滿意度上，並無顯著差異。
2. 不同年齡的遊客在「價格意象」構面的重視程度具顯著差異。探究研究結果可能原因，20歲以下大多為學生族群，尚無經濟基礎，因此對於價格方面會較為重視；而31-40歲的遊客大多是家庭的經濟主力，到訪休閒農場的各項開銷，大多由這年齡層的族群支出，對於價格方面重視度會高於51歲以上的樂齡族群。
3. 月平均收入不同的遊客在「品質服務意象」構面的滿意度具顯著差異。月平均收入 20001-30000 元的遊客滿意度平均顯著高於月平均收入 40001-50000 元的遊客。探究原因可能收入較高的遊客，對於園區的氣氛以及服務人員的專業度較為重視，因此標準較高於其他遊客，相較之下滿意度也會較低。

4. 根據以上結果，彙整本研究假說結果，如表 5.1 所示：

表 5.1 研究假說驗證結果彙整

研究假說	驗證結果	結果說明
<p>H1： 不同背景的遊客在旅遊意象重視程度具顯著差異。</p>	<p>部分成立</p>	<p>1. 在性別、職業、教育程度、婚姻狀況、月平均收入、居住地區、其他農場旅遊次數不成立。 2. 年齡：在「價格意象」構面成立。</p>
<p>H2： 不同背景的遊客在旅遊意象滿意度具顯著差異。</p>	<p>部分成立</p>	<p>1. 在性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況、居住地區、其他農場旅遊次數不成立。 2. 月平均收入：在「品質服務意象」構面成立。</p>

資料來源：本研究整理

5.1.3 重要-滿意度分析之結論

1. 三個因素構面在象限中的落點如下：

(1)落在繼續保持(第一象限)的構面是「品質服務意象」。此構面落在繼續保持區，顯示蓮荷園休閒農場帶給遊客對整體環境的氣氛與感受，以及觀光設施使用之便利性，服務人員的專業度與服務態度，深受遊客喜愛，遊客覺得很重要，而且對蓮荷園休閒農場的服務感到很滿意。

(2)落在過度開發(第二象限)的構面是「產品意象」。此構面落在過度開發區，顯示蓮荷園休閒農場自然景色的吸引力、農場的魅力與特色特色多元，遊客都已經很熟悉，不需要透過太多方式呈現。

(3)落在次要改善(第三象限)的構面是「價格意象」。此構面落在次要改善區，顯示遊客對於蓮荷園休閒農場的各項消費，包含門票、活動體驗、餐飲、商品消費方面不是很重視，也不是很滿意。

2. 題項在象限中的落點如下：

(1)落在繼續保持(第一象限)之題項有「讓人感到身心放鬆、紓解壓力」、「園區環境乾淨清潔」、「服務人員態度友善」、「服務人員具專業度」、「服務人員能提供迅速且即時的服務」、「適合拍照」。由此可知蓮荷園整體環境氣氛非常好，深受遊客喜愛，園區內最大的特色就是以蓮花荷葉營造出清新脫俗的蓮園風光，使遊客來到蓮荷園就輕鬆

的在美景中拍照留念；另外，服務人員是第一線面對遊客，蓮荷園的服務人員對遊客的態度親切和善，遊客在體驗乘坐大王蓮時，也有服務人員在蓮池中保護遊客的安全，對於每一位遊客都小心翼翼的呵護，讓人留下好印象。

(2)落在過度開發(第二象限)之題項有「園區景致優美，規劃有巧

思」、「草編館有特色」。遊客在選擇蓮荷園作為旅遊目的地時，大多已從媒體或親友口中知道農場有哪些別出心裁的景觀設計。而一般休閒農場內沒有草編館，所以遊客到訪前對此並無特別重視。但到訪後發現彩虹拱門、南瓜飛天掃帚、蓮田鞦韆以及各式各樣的草編動物等園區規劃，超乎遊客期待，遊客滿意度是稍高的。

(3)落在次要改善(第三象限)之題項有「門票收費合理」、「乘坐大王蓮收費合理」、「餐點價格合理」、「蓮花相關產品價格合理」、

「DIY收費合理」、「農特產品有特色」、「園區餐飲吸引人」。遊客在到訪蓮荷園前對於各項消費價格不是太重視，因為遊客首要重視的面向在園區的品質與服務，加上除了門票是固定消費，其餘的餐點、產品、活動體驗都是遊客可以選擇是否要支出的。在實際到訪後，遊客對於這些額外收費項目，不是太滿意。例如農特產品與餐飲的價格，遊客可能覺得太昂貴，經營者可思考吸引遊客的促銷方案。

(4)落在優先改善(第四象限)之題項有「公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)」。「公共設施」雖需要優先改善，但是離繼續保持象限也不遠，表示民眾的滿意度不低，相信只要加以改進就可以達到更高的滿意度，所以著手規畫此方面的硬體設施是最具有經濟效益的。

5.1.4 滿意度與重遊意願之迴歸分析結論

本研究結果發現遊客在實際到訪蓮荷園後，在乘坐大王蓮及門票的收費、園區景致優美、園區氛圍讓人感到放鬆、草編館有特色等方面的滿意度，會影響遊客重遊的意願。

讓人感到身心放鬆紓解壓力是蓮荷園應繼續保持的項目，而這項目也會影響遊客再次遊玩的意願，遊客到蓮荷園感受到心情愉快，園區營造出讓人沒有壓力的環境，相信會提高遊客的再訪意願。

園區景致優美規劃有巧思、草編館有特色著實能吸引遊客再訪，但對於遊客來說，園區過度多元的開發，容易模糊了園區的主要特色，可將資源移作優先改善公共設施。

遊客在參訪蓮荷園之後，對於門票收費及乘坐大王蓮的收費會是遊客考慮是否重遊的因素，而在價格這一構面，又是蓮荷園次要改善之處，若園區能針對此項目做出一些優惠方案，相信能讓遊客有更高的滿意度，並增進再次來訪的意願。

5.2 建議

遊客對農場的環境設施與各類活動的參與體驗若是滿意的，有助於增加重遊意願，可成為業者相當好的經營參考。綜合以上研究結果，本研究對蓮荷園休閒農場經營者提出以下建議：

1. 規劃主題日的活動

遊客認為蓮荷園休閒農場除了可以欣賞自然美景外、更是非常適合與家庭及親朋好友一同出遊的好去處，代表此農場對小孩或是成人屬於友善環境。若能再以退休族群、家庭親子族群、學生族群、單身族群規劃不同主題日的活動，如此可以提升農場的附加價值與知名度，且讓遊客在參與活動時透過積極參與活動時能使自己更了解自己，遊客因體驗而產生的滿意度足以使遊客積極推動下次重遊的想法，且讓遊客也願意分享自身旅遊的經驗，甚至有主動推薦的意願。

2. 活用園區景觀，設計打卡闖關活動

園區景致優美規劃有巧思、草編館有特色著實能吸引遊客再訪，但對於遊客來說，園區過度多元的開發，反而容易模糊了園區的主要特色，建議優先改善公共設施。而過度開發的資源，可以設計成景點打卡拍照的闖關活動，迎合各族群，又可藉由社群打卡增加農場曝光率與知名度，讓園區即使在淡季，也能吸引遊客前往。完成闖關可獲得小禮

物，小禮物便可搭配蓮花相關產品，促進遊客消費，也可為特色商品帶來買氣。

3. 打造公共設施新亮點

停車場及廁所都是遊客重視程度高的項目，優先改善公共設施，會提升遊客的滿意度。建議可以將廁所結合蓮荷意象，例如：將便座設計成大王蓮的樣式，讓遊客印象深刻，創造出園區新亮點。

4. 推動優惠與促銷方案

遊客在參訪蓮荷園之後，對於門票收費及乘坐大王蓮的收費會是遊客考慮是否重遊的因素，而在價格這一構面，又是蓮荷園次要改善之處，若經營者能針對此項目做出一些優惠方案，例如：當地居民出示身分證明可免費入園，相信當地居民會更有推薦意願，進而帶動觀光人潮。遊客在各項消費的價格上，雖不重視，但滿意度較低，建議經營者能提出農特產品或伴手禮的促銷方案、或是特色餐的試吃活動，能讓遊客親自試用，必能感受產品的特色與風味，提升遊客的購買意願，好的品質必會影響遊客的滿意度，對重遊意願也有幫助。

5.3 對未來相關研究者之建議

本研究針對研究主題僅以蓮荷園休閒農場之遊客進行抽樣調查，建議未來相關研究者能擴大研究範圍，針對休閒農業區的遊客進行大樣本調查，研究結果更具推論性與代表性。

本研究採問卷調查方式進行探討，透過有限的題目做調查，研究內容有其侷限性，建議未來相關研究者可增加訪談之研究方法，從遊客角度以及業者角度來深究，使研究結果更加深入與周延。



參考文獻

一、中文文獻

1. 中時新聞網(2020)。

<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200721003105-260421?chdtv>

2. 交通部觀光局(2021)。

<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=60939d13-f82f-4c65-af45-f5256838966a&appname=FileUploadCategoryListC003330>

3. 行政院農業委員會全球資訊網(2020)。

<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2511721&print=Y>

4. 呂長賜(2005)。集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。

5. 沈進成、廖若岑、周君研(2006)。遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究—以華山咖啡為例。戶外遊憩研究，18(3)，59-79。

6. 周若男(2002年3月) 休閒農業輔導管理辦法修正簡介。農政農情，117期。

7. 邱聖光(2016)。旅遊吸引力、地方依附與重遊意願關係之研究—以臺東布農部落休閒農場為例。台東大學師範學院休閒事業管理碩士在職

- 專班碩士論文。
8. 段兆麟 (2007)。台灣休閒農業發展的回顧與未來發展策略。農政農情，177 期，64-70 頁。
 9. 紀榮政(2013)。休閒農場旅遊意象、服務品質、顧客滿意度與重遊意願關係之研究—以嘉義縣綠盈牧場及獨角仙農場為例。康寧大學國際企業管理研究所碩士論文。
 10. 侯錦雄、林宗賢 (1996)。日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討。戶外遊憩研究，9(1)，57-77。
 11. 范欣宜(2008)。台北市立動物園遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之關係研究。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
 12. 桃園市政府農業局(2021)
<https://agriculture.tycg.gov.tw/home.jsp?id=140&parentpath=0,118,137>
 13. 桃園觀光導覽網(2021)
<https://travel.tycg.gov.tw/zh-tw/travel/attraction/483>
 14. 莊右孟(2009)。大陸觀光客對日月潭國家風景區旅遊動機、旅遊意象、旅遊滿意度與旅遊忠誠度關係之研究。靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文。
 15. 莊士賢(2017)，應用 IPA 法分析觀光工廠體驗媒介之研究-以雅聞峇

- 里海岸觀光工廠為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。
16. 陳又綺·吳俊龍(2013年8月)。休閒農業旅遊—創造農村美學新價值。農政農情，254期。
 17. 陳昭郎、陳永杰(2019)。休閒農業概論。全華圖書出版。
 18. 陳美芬、邱瑞源(2009)。遊客休閒體驗與旅遊意象之研究。鄉村旅遊研究，3(1)，33-52。
 19. 張宇琳(2018)。部落客的旅遊意象與體驗價值—以竹山為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。
 20. 雷文谷、陳佳媚(2011)。自行車道遊客目的地意象與重遊意願相關之研究。人文暨社會科學期刊，7(2)，77-89。
 21. 嶋田俊(2013)。台南古蹟旅遊之觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究—以日本遊客為例。南台科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
 22. 遠見雜誌(2020年12月4日)。發掘在地特有種！以農力帶動農遊創生—翻轉農村的力，田媽媽品牌邁入20周年。
<https://www.gvm.com.tw/article/76284>
 23. 蔡鳳兒(2005)。遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。
 24. 蔡佳樺(2018)。以KANO模式探討旅遊目的地二維服務品質要素及

重遊意願之研究—以國立傳藝中心為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。

25. 鄭健雄、陳昭郎（1998），「台灣休閒農場市場區隔化之探討」，農業經營管理，第二期，頁 123-144。
26. 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碩士論文。
27. 謝瑞津(2020)。教學旅遊目的地選擇之研究。南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文。
28. 豐年雜誌(2020年11月2日)。肺炎疫情依舊，疫情下的休閒農業競爭力。<https://www.agriharvest.tw/archives/46477>

二、英文文獻

1. Baker,D.A.& Crompton,J.L.(2000)。Quality,satisfaction and behavioral intentions.Annals of Touris, Research , 27 (3) ,785-804.
2. Bignon,V.N,Hammitt,W. E., & Norman, W. C. (1998).French perceptions and images of the United States as a destination country. Tourism Analysis, 3, 159-171.
3. Fakeye,P.C.&Crompton,J.L.(1991),Image Differences between Prospective,First-time,and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley,Journal of Travel Research,30 (2),pp.10-16.
4. Gunn,C.A(1972) Vacationscape : Designing tourist regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.
5. Gunn,C.A(1988). Vacationscapes : Designing Tourist Regions. New York : Van No strand Reinhold, pp.23-26, 50-52, 55.

6. Jones, T. O., and Sasser, W. E.(1995) Why satisfied customers defect. Harvard Business Review. 73: 94-102.
7. Martilla,J.A. & James,J.C. (1977) Importance-performance analysis Journal of Marketing,41(1),77-79.
8. Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. Journal of Travel Research, 33(3), 21-27.



附錄一 正式問卷

親愛的遊客您好：

首先感謝您百忙之中填寫問卷，此問卷為學術調查，目的在於探討遊客對於蓮荷園休閒農場的旅遊意象與重遊意願。本問卷採不記名方式，僅供學術研究之用，所有內容保密且不移作他用，敬請安心填答。您寶貴的意見，將對本研究成果具有影響性的參考價值，懇請您完整填寫每一題項。感謝您的協助！

敬祝 平安喜樂

南華大學旅遊管理學系碩士班
指導教授：于 健 博士
研究生：陳吟潔 敬上

【第一部分】 基本資料

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①20歲及以下 ②21-30歲 ③31-40歲 ④41-50歲
⑤51歲以上
3. 職業：①學生②軍警公教③農林漁牧業④工商業⑤服務業
⑥家管⑦退休⑧其他
4. 學歷：①國中(含)以下 ②高中職(含) ③大專院校(含)
④研究所(含)以上
5. 婚姻：①未婚 ②已婚 ③其他
6. 月平均收入：①20000元(含)以下②20001-30000元
③30001-40000元 ④40001-50000元 ⑤50001元以上
7. 居住地：①桃園市 ②北部(基、北、新北、竹、苗)
③中部(中、彰、投、雲) ④南部(嘉、南、高、屏)
⑤東部(宜、花、東) ⑥離島 ⑦其他
8. 同行的旅遊伴侶：
①獨自前來②家人③同學/朋友/同事④旅遊團體⑤其他
9. 其他休閒農場的旅遊經驗：①沒去過②1次③2次④3次以上
10. 您到訪蓮荷園休閒農場的次數：①第1次 ②2次 ③3次以上
11. 您從何處得知蓮荷園休閒農場的資訊：
①報章雜誌 ②網際網路 ③親友介紹 ④廣告傳單 ⑤其他

12. 請問您這次來蓮荷園休閒農場的主要目的?(單選)

- ① 休閒娛樂 ② 打發時間 ③ 紓解壓力 ④ 慕名而來 ⑤ 其他

填答說明：以下各題分別回答重要性與滿意度兩小題，重要性是您認為這個題目對旅遊目的地選擇的重視程度；滿意度是您參觀蓮荷園休閒農場後的感受。

【第二部分】 問卷內容

重視程度					蓮荷園休閒農場旅遊考量因素	滿意程度				
非常 重要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要		非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. 讓人感到身心放鬆、紓解壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. 園區環境乾淨清潔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. 公共設施品質佳(廁所數量夠、停車便利)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. 服務人員態度友善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. 服務人員具專業度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. 服務人員能提供迅速且即時的服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. 門票收費合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. 乘坐大王蓮收費合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9. 餐點價格合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10. 蓮花相關產品價格合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11. DIY 收費合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12. 園區景致優美，規劃有巧思	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13. 園區植物種類多，有奇花異草	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14. 草編館有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15. 農特產品有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16. 園區餐飲吸引人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17. 適合拍照	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【第三部分】 重遊意願

	非常 願意	願意	普通	不願意	非常 不願意
1. 我會想再來蓮荷園休閒農場	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會優先選擇來蓮荷園休閒農場	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 如果有人徵詢我旅遊地點，我會推薦蓮荷園休閒農場	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我樂意在社群網站分享此次旅遊經驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

萬分感謝您的協助！

