

應用 IPA 在休閒農場服務品質測之研究—

以嘉義農場為例

陳勁甫

南華大學旅遊管理研究所助理教授

吳劍秋

南華大學旅遊管理研究所研究生

王智宏

南華大學旅遊管理研究所研究生

摘要

本研究針對前往嘉義農場旅遊之遊客就其所提供之各項服務實施品質問卷訪談，依遊客之特性、服務屬性重要度、實際表現度及其間之關係進行分析。應用重要-表現程度分析法(IPA)，以服務屬性重要度及服務屬性實際表現度矩陣分析表分析嘉義農場遊客對各項服務品質之評價。分析結果發現「住宿設施完善」、「遊憩環境」及「遊憩設施完善」等三項屬服務品質良好而應繼續保持之服務項目，而「交通便利性」及「符合遊客需求」二項是遊客認為重要而實際表現不如期待之服務項目，建議經營單位應列為首要之改善重點。

關鍵詞：休閒農場、服務品質、重要-表現程度分析法

壹、前言

多年來隨著經濟的成長，民眾的休閒旅遊有大幅成長的趨勢，並且由於社會的多元化，旅遊的內容亦跟著改變，現今民眾的旅遊形式已從過去的大眾旅遊改變成以自然為取向的生態旅遊活動(Valentine,1993)。我國已進入全面週休二日的時代，民眾有更多的機會和時間去接觸大自然，隨之而來的是發展多元化的休閒遊憩型態與更寬廣的休閒旅遊環境，讓民眾有認識、享受、進而愛護自然的觀念。休閒農場因為面積及範圍較大，因此可提供的活動及設施項目之種類也眾多，它除了確保農業資源永續利用，調和農業與環境關係，更能維護農業生態環境，豐富綠色資源，發揮休閒旅遊的功能。因此休閒農場已經結合了農業有形資源及其所隱含的觀光遊憩、教育等無形資源所形成的一種新興休閒產業，它本身兼具農業、觀光遊憩及教育的特色。而農場管理者為因應經濟環境的變遷，應該著重於資源的有效利用，以提高各種投入因素的邊際報酬，因為有效的經營管理不僅可以使生產資源的分配達到合理狀態，也是吸引遊客前往的重要因素，因此農場的經營管理是相當重要的。

本研究以嘉義農場為研究對象，嘉義農場係由行政院國軍退除役官兵輔導委員會所管轄八個農場之一。農場成立於 40 年代，原為安置、輔導榮民從事農業生產，惟自曾文水庫建造完成後，農場隨即改變經營型態，於民國 77 年從事觀光遊憩事業，接受觀光局、旅遊局及退輔會之輔導，始奠定今日休閒度假基礎，期間曾榮獲旅遊局頒發標章風景區及連續 4 年獲得優等獎章，行政院人事行政局指定為公教人員南區休閒度假中心。嘉義農場主要遊憩設施包括：滑草場、射箭場、娛樂場、兒童遊戲區及合法垂釣區等；住宿區有：渡假木屋、國民賓館及露營區等；餐飲區則有：餐廳、販賣部及炸雞部等。

農場座落於曾文水庫湖畔，山明水秀宛如世外桃源、生態環境豐富，是久居都市遠離塵囂，走入自然休閒度假最佳勝地。然而，即使嘉義農場有如此豐富的天然資源及完善的遊憩設施，它的集客能力卻不如鄰近的景點如：走馬瀨農場、尖山碑水庫風景區等。因此希望能透過本研究以提供嘉義農場管理單位作為行銷策略的參考。

嘉義農場目前正努力加強軟、硬體設施，改善休憩環境，以期能提供大眾更優質的渡假中心。然在面對政府經費有限及人力精簡的壓力下，如何將有限的資源運用在最佳的效率上，實為策略管理之目的，亦為本研究欲探討之課題。並將本研究之目的歸納如下：

- (一)探討嘉義農場遊客特性、服務屬性重要度及服務屬性實際表現度。
- (二)利用重要-表現程度分析法(Importance-Performance Analysis, IPA)，探討嘉義農場遊客對服務屬性重要度及服務屬性實際表現度的關係。
- (三)期望藉由本研究發現做為嘉義農場管理處未來規劃管理之參考。

貳、文獻探討

一、從休閒農業到休閒農場

根據行政院農業委員會八十八年四月三十日修正之休閒農業輔導辦法中第三條第一款定義「休閒農業：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」。第二款定義「休閒農業區：規劃為供休閒農業使用之地區」。第三款定義「休閒農場：經主管機關輔導設置經營休閒農業之場地」。而根據台北市政府建設局休閒農業導覽手冊：休閒農業是新興的農業經營方式，也是利用農村當地的自然田園景觀、自然生態及鄉土文化等環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化、農家生活以及休閒服務業的經營理念，透過縝密的規劃設計和建設，成為具有活力和特色的產業，提供民眾及親近大自然的場所。而國外的學者對於休閒農業並無統一的解釋，而國內一般將休閒農業定義為：由從事農業生產活動、過著農村生活的農民們，他們以原有農業生產和農村生活的場地，配合當地的地形、氣候、土壤、水文等自然環境，經由適當的規劃設計，從事鄉土性的休閒旅遊業，進而發揮鄉土的休閒功能。因此我們根據以上的定義將休閒農場解釋

為：根據農村資源與自然資源經營休閒農業之場地。

在過去，也有相關文獻對休閒農場做研究：吳忠宏等（2000）就曾針對休閒農場遊客遊憩體驗之研究作探討，瞭解遊客對於武陵農場提供遊憩體驗的服務品質滿意度變項，經由因素分析後萃取出四個環境構面，分別為：「遊憩設施與活動」、「餐飲與住宿服務」、「自然資源環境」及「交通與遊憩規劃」等。陳肇堯、胡學彥（2002）提出休閒農場遊客認知與滿意度分析—以南部地區為例，針對走馬瀨農場等四家休閒農場服務品質滿意度作分析，提出影響遊客對休閒農場滿意度因素包括：「自然的地形景色」、「生態活動之設計」、「人員服務態度」及「環境清潔」等，分析結果發現「生態活動設計」對滿意度的影響最大，其次是「環境清潔」，再其次為「自然的地形景色」，「人員的服務態度」影響較小。本研究則針對休閒農場整體的服務品質進行研究，期能藉由服務品質之評價，對農場之經營管理進行分析，提供相關改善策略供實務參考。

二、衡量服務品質之方法

學者 Parasuraman, et al. (1985) 認為服務品質是消費者對服務的「期望」與「實際接受服務」後所產生的認知差異；並將服務視為一種動態的過程。Cronin & Taylor (1992) 學者更是指出，能以服務為基礎的服務品質才能確實增加服務品質，且對於消費者再購意願有很大的影響力。Bolton & Drew (1991) 亦指出消費者對服務的實際認知直接影響其對服務品質的評價，而服務品質即為期望獲得服務與認知獲得的服務二者之間的差距函數。而 Sasser, et al. (1978) 更以七個評量構面，來檢視服務業的服務品質，分別為安全性、一致性、態度、完整性、彈性、可用性及及時性等。Brady & Cronin (2001) 則進一步的以三個構面（服務環境、配合度、完成結果）九個屬性（服務態度、服務方式、專業能力、設施規劃.....等）來評估服務品質。Sampson & Showalter(1999)重要—表現程度分析法 IPA 是一種藉由「重要」-對消費者的重要性和「表現」-消費者認為表現情形的測度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術。近年來有些學者則利用重要—表現程度分析法 IPA 作為衡量觀光產業服

務品質的方法。廖榮聰（2003）在民宿旅客投宿體驗之研究中以 IPA 法探討「香格里拉空中花園民宿」經營績效，發現有 14 項落在「繼續保持」象限內；5 項落在「供給過度」象限內；而有 9 項落在「優先順序低」象限內；至於「加強改善重點」象限則有 4 項。葉碧華（1998）對大型觀光節慶活動效益之評估中經由 IPA 分析技巧得知遊客最重視的活動服務設施為「交通管制」，最滿意的活動體驗為「主燈展演」，而「民俗小吃」為最需要改善之關鍵因素。張莉萍（2003）在休閒農場網站廣告分析中發現休閒農場業主普遍重視廣告格式的製作，然而實際表現在休閒農場網站廣告製作效果上並不理想。並經由 IPA 分析法結果發現，休閒農場需再加強「背景色彩」及「不同網頁背景色彩調和程度」。

本研究以 IPA 架構，對嘉義農場的遊客特性加以分析，以瞭解旅遊行為特性、服務屬性重要度、服務屬性實際表現度及其間的關係。

三、重要--表現程度分析法

重要--表現程度分析法約在 1970 末期，廣泛的被運用在辨識商標、產品、服務、觀光、零售業等行業的優勢與劣勢(Chapman,1993；Kozak&Nield, 1998；Chu&Choi, 2000)。Hawe, et al. (1982)與 Hawes & Rao(1985) 也將此分析方法概念運用在退休社區保健的運用上。學者 Sethna (1982) 更明確的指出 IPA 對於辨別服務品質是一個有效的方法。吳忠宏、黃宗成(2001)認為重要--表現程度分析法對於觀光休閒產業也極具價值，不僅可評估使用者對於產品（包含節目活動、服務屬性），還可評估供給者在這些屬性上的表現程度。其分析方法可分為下列步驟(O'Sullivan,1991):

- (一)列出休閒活動或服務的各项屬性，並發展成為問卷的問卷形式。
- (二)讓使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度兩方面評定等級，所謂重要程度是指該屬性對於參與者與活動的影響有多重要;而表現程度是指供給者在該項屬性上表現如何。
- (三)以重要程度為縱軸，以表現程度為橫軸，以各屬性在重要程度與表現程度評定的等級為座標，將各項屬性標示在二維的空間裡。
- (四)以等級中點為分隔點，將空間分成四個象限。

而四個象限之策略意涵如下：A 象限表示對落在此區的問題，應該「繼續保持 (keep up the good work)」；B 象限表示落在此區的問題，屬「供給過度(possible overkill)」。C 象限表示落在此區的問題屬「優先順序低(low priority)」。D 象限表示落在此區的問題，是「改善的重點(concentrate here)」。(如圖 1)由於使用方便，且可快速提供經營者有用的資訊，重要-表現程度分析法已被公認為量測休閒活動及服務的理想工具。

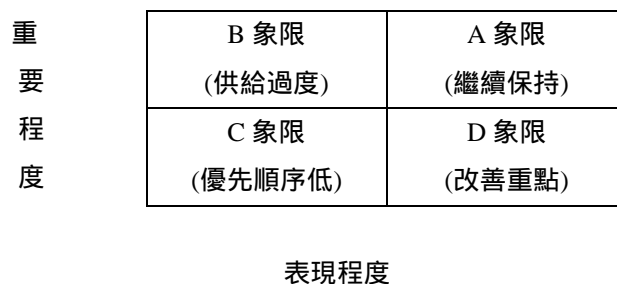


圖 1、重要-表現程度分析座標圖

參、研究方法

一、研究架構

本研究針對嘉義農場之遊客特性為基礎，探討嘉義農場遊客對服務屬性重要度及服務屬性實際表現度的關係。最後再依研究結果對管理處提出未來規劃管理之參考。研究架構圖如圖 2 所示。

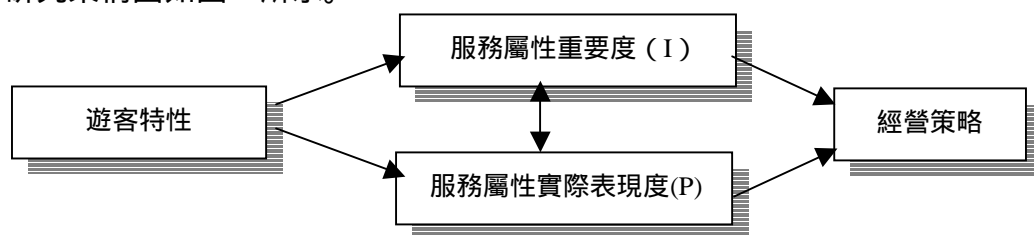


圖 2、研究架構圖

二、問卷設計及抽樣對象與方法

本研究主要是以問卷訪談方式對嘉義休閒農場遊客實施問卷訪談，並以問卷量表實施對服務屬性重要度及服務屬性實際表現度作調查。問卷內容是參考國內相關文獻及吳忠宏等 (2000)、吳宗宏及黃宗成 (2001) 製作而成，並經由內容效度 (採

專家鑑別法)，針對題目性質、內容、題目之重要性與適用性，請教授予以評定，並經過專家意見修改與刪除設計而成。問卷分為基本資料、旅遊行為特性、服務屬性重要度及服務屬性實際表現度四部分。本問卷的測量尺度乃依個人特性採類別尺度，服務屬性重要度及服務屬性實際表現度部分，由非常不同意至非常同意，分別賦予 1 至 5 分。

本研究針對到嘉義農場的遊客進行服務品質問卷調查，抽樣時間為民國九十二年十月至十二月，方法是分別在各景點如餐廳、遊憩區、露營區、住宿區等採用便利抽樣方式進行問卷填寫，必要時由訪問員予以協助。總共發出一百五十份，扣除不完整及拒絕回答問卷，有效問卷共有一百三十二份，有效問卷回收率達 88%。

三、資料分析

將獲得問卷結果，運用電腦統計軟體 SPSS V10.0 進行分析，針對：遊客基本資料、旅遊行為特性、服務屬性重要度及服務屬性實際表現度等項目，採描述性統計分析方法，並應用重要-表現程度分析法 (IPA)，分析嘉義農場之服務品質的標準。

肆、實証分析與結果

一、遊客基本資料分析

包括性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度、平均每月的收入及居住地等七項。就性別而言，男、女性樣本比例各為 48.9%、51.1%，女性所佔的比例較多一點；年齡分佈方面，以 20~29 歲最多，占 78.9%；婚姻狀況部分，以未婚最多，佔 81%，已婚且無子女及已婚而小孩未獨立是一樣的，佔 9.1%；在職業方面，以學生族群最多；在教育程度部分，則以大學以上最多，佔 74.2%，其次為專科學歷，佔 11.4%；在平均月收方面，以 10,000 元以下最多，佔 58.5%；在居住地部分，以居住在南部地區的人最多，佔 63.6%，其次為居住在中部地區的，佔 19.7%。詳見表 1。

二、旅遊行為特性分析

旅遊行為特性包括：與誰一起來、旅遊天數、旅遊資訊來源、交通工具、套裝行程、滿意設施、住宿、重遊意願及旅遊預算。在與誰一起來中，發現受訪者與朋友一起來的佔最多，約 37.1%；旅遊天數部分，以 2 天最多，佔 41.2%；在旅遊資訊來源方面，平常獲得國內旅遊的資訊來源以網路 31.1% 佔最多，而此行來嘉義農場的資訊來源則以親朋好友的介紹佔最多，占 32.1%；在交通工具部分，以自用汽車最多，佔 54.5%，其次是遊覽車，佔 26.5%；而在套裝行程方面，不知道有套裝行程的人較多，佔 78.8%，而參加套裝行程的遊客中則以全家福快樂四人行最多，佔 7.6%。

在滿意設施部份，以對遊憩設施區最滿意的佔最多，有 32.6%；在住宿部分，知道有提供住宿者較多，佔 64.1%；在住宿上，以住園區內的飯店佔最多有 34.3%；而若有機會以願意住宿較多占 80.8%；在重遊方面以願意再來者較多占 81.7%；最後，在旅遊預算部份，國內旅遊預算以 3,001~4,000 元佔最多 21.2%，而此行來嘉義農場則以 2,001~3,000 元預算最多，佔 25.8%。詳見表 2。

三、服務屬性重要度分析

在服務屬性重要度部分，遊客在 13 項服務屬性問項中，整體而言，遊客對各項屬性均表達重視之態度（平均值為 3.46），其中重要程度較高前三項依序為：農場提供的遊憩環境（3.73）、農場提供的住宿設施完善（3.53）、農場提供的遊憩設施完善（3.53），而服務屬性重要程度最低三者依序為：滿意農場提供的價格（3.33）、農場提供的農(特)產品（3.38）及農場提供的動線設施完善（3.39）。詳見表 3。

表 1 遊客特性分析表

人口統計變項	次數	百分比
性別		
男生	64	48.9%
女生	68	51.1%
年齡		
19 歲(含)以下	6	4.5%
20~29 歲	104	78.9%
30~39 歲	12	9.1%
40~49 歲	6	4.5%
50~59 歲	4	3.0%
婚姻狀況		
未婚	107	81.0%
已婚, 無子女	12	9.1%
已婚, 小孩未獨立	12	9.1%
已婚, 小孩已獨立	1	0.8%
職業		
學生	91	68.8%
工	10	7.6%
商	7	5.3%
軍公教	8	6.1%
服務業	10	7.6%
自由業	16	4.6%
教育程度		
國中(含以下)	7	5.3%
高中(職)	12	9.1%
專科	15	11.4%
大學以上	98	74.2%
平均月收入		
10,000 元以下	78	58.5%
10,001-20,000 元	13	10.0%
20,001~30,000 元	12	9.2%
30,001~40,000 元	10	7.7%
40,001~50,000 元	9	6.9%
50,001 元以上	10	7.7%
居住地		
南部地區(當地)	84	63.6%
中部地區	26	19.7%
北部地區	15	11.4%
東部地區	7	5.3%

表 2 旅遊行為特性分析表

旅遊行為特性	次數	百分比
同行人員		
自己一人	25	18.9%
親戚	22	16.7%
朋友	49	37.1%
團體旅遊、自強活動	36	27.3%
旅遊天數		
1天	29	22.1%
2天	54	41.2%
3天	39	29.8%
4天	3	2.3%
5天以上	7	4.6%
旅遊資訊來源		
報紙	14	10.6%
雜誌	31	23.5%
電視廣播	14	10.6%
網路	41	31.1%
親朋好友	25	18.9%
順道經過	7	5.3%
此行資訊來源		
報紙	13	9.9%
雜誌	24	18.3%
電視廣播	10	7.6%
網路	30	22.9%
親朋好友	42	32.1%
順道經過	13	9.2%
交通工具		
機車	8	6.1%
自用汽車	72	54.5%
客運	9	6.8%
遊覽車	35	26.5%
火車	8	7.1%
是否知道有套裝行程		
是	28	21.2%
雙人自由行	7	5.3%
蜜月二人逍遙行	2	1.5%
貴賓三人精緻行	9	6.8%
全家四人快樂行	10	7.6%
否	104	78.8%

滿意的設施		
住宿區	37	28.0%
露營區	22	16.7%
遊憩設施區	43	32.6%
餐飲服務區	9	6.8%
農特產品提供服務	11	8.3%
場內動線配置與導引	10	7.6%
是否住宿		
是	94	71.8%
飯店	45	34.3%
民宿	24	18.3%
親戚朋友家	6	4.7%
露營	19	14.5%
否	37	28.2%
是否知道提供住宿		
是	84	64.1%
否	48	35.9%
是否願意留宿		
是	105	80.8%
否	27	19.2%
是否願意重遊		
是	107	81.7%
否	25	18.3%
旅遊活動預算		
1,000 元以下	18	13.6%
1,000-2,000 元	18	13.6%
2,001-3,000 元	25	18.9%
3,001-4,000 元	28	21.2%
4,001-5,000 元	20	15.2%
5,001-6,000 元	11	8.3%
6,001 元以上	12	9.1%
此行預算		
1,000 元以下	20	15.2%
1,000-2,000 元	28	21.2%
2,001-3,000 元	34	25.8%
3,001-4,000 元	17	12.9%
4,001-5,000 元	18	13.6%
5,001-6,000 元	7	5.3%
6,001 元以上	8	6.1%

四、服務屬性實際表現度

在服務屬性實際表現度方面，平均而言，受訪者對各項服務的表現均給予普通之評價（平均數值為 3.35），其中滿意度較高的前三項分別是：農場提供的遊憩環境（3.43）、農場提供的動線設施（3.43）及農場提供的遊憩設施（3.43）；滿意度最低三項服務屬性分別是農場提供的價格（3.22）、農場滿足遊客需求（3.25）和到農場所獲得的資訊很便利（3.27）。詳見表 4。

表 3 嘉義農場受訪者服務屬性重要度統計表

題號	服務屬性重要度問項	排序	平均數	標準差
10	嘉義農場提供的遊憩環境	1	3.73	2.69
4	嘉義農場提供的住宿設施完善	2	3.53	.76
6	嘉義農場提供的遊憩設施完善	2	3.53	.74
2	到嘉義農場的交通便利	4	3.47	.76
12	嘉義農場滿足遊客需求	4	3.47	.85
11	嘉義農場提供的人員服務	6	3.45	.83
3	嘉義農場提供的套裝行程很吸引我	6	3.45	.79
1	到嘉義農場所獲得的資訊很便利	6	3.45	.82
7	嘉義農場提供的餐飲設施完善	9	3.44	.76
5	嘉義農場提供的露營設施完善	10	3.42	.82
9	嘉義農場提供的動線設施完善	11	3.39	.77
8	嘉義農場提供的農(特)產品	12	3.38	.82
13	滿意嘉義農場提供的價格	13	3.33	.70
	總平均		3.46	

表 4 嘉義農場受訪者服務屬性實際表現度

題號	服務屬性實際表現度問項	排序	平均數	標準差
6	嘉義農場提供的遊憩設施完善	1	3.43	.83
9	嘉義農場提供的動線設施完善	1	3.43	.81
10	嘉義農場提供的遊憩環境	1	3.43	.87
4	嘉義農場提供的住宿設施完善	4	3.42	.81
3	嘉義農場提供的套裝行程很吸引我	5	3.39	.77
8	嘉義農場提供的農(特)產品	6	3.37	.80
7	嘉義農場提供的餐飲設施完善	7	3.34	.79
11	嘉義農場提供的人員服務	8	3.33	.87
2	到嘉義農場的交通便利	9	3.32	.78
5	嘉義農場提供的露營設施完善	9	3.32	.84
1	到嘉義農場所獲得的資訊很便利	11	3.27	.74
12	嘉義農場滿足遊客需求	12	3.25	.84
13	滿意嘉義農場提供的價格	13	3.22	.85
	總平均		3.35	

服務屬性實際表現度

服務屬性重要度

圖 3、嘉義農場服務品質 IPA 座標圖

五、重要-程度表現分析(IPA)

本部分主要應用 IPA(重要-表現程度分析)，來探討嘉義農場遊客滿意度。依服務屬性重要度及服務屬性實際表現度之總平均值切割成 A、B、C、D。以下就以服務屬性重要度及服務屬性實際表現度問項部分，對受訪評價之服務品質加以分析。所得之 IPA 圖示如圖 3，其中座標軸原點為(3.46,3.35)，各策略意涵整理如表 6。

表 6 嘉義農場服務品質 IPA 策略分析表

A 象限 繼續保持	B 象限 供給過度	C 象限 優先順序低	D 象限 改善重點
住宿設施完善 (4) 遊憩環境 (6) 遊憩設施完善 (10)	套裝行程 (3) 提供的農特產品 (8) 動線設施完善 (9)	資訊便利性 (1) 露營設施完善 (5) 餐飲設施完善 (7) 人員服務 (11) 提供價格 (13)	交通便利性 (2) 遊客需求 (12)

分析結果：

(一)繼續保持：由圖 3 可知，在此象限的問項有住宿設施完善、遊憩環境及遊憩設施完善等三項。上述各問項表示受訪者服務屬性重要度高，且服務屬性實際表現度也高，是未來發展的重點，應繼續保持。

(二)供給過度：由圖 3 可知，在此象限的問項有套裝行程、提供的農特產品及動線設施完善等三項。上述各問項表示受訪者服務屬性重要度低，但服務屬性實際表現度卻高，表示此象限之問項已滿足遊客的需求，不需要再過度強調。

(三)優先順序低：由圖 3 可知，在此象限的問項有資訊便利性、露營設施完善、餐飲設施完善、人員服務及提供價格等五項。上述各問項表示受訪者服務屬性重要度與服務屬性實際表現度皆低，屬於優先順序低，未來是否存續或加以創新修正，都值得嘉義農場管理單位加以嚴格檢討，以期改善遊客滿意度。

(四)改善重點：由圖 3 可知，在此象限的問項有交通便利性及遊客需求二項。上述各問項表示受訪者服務屬性重要度高但服務屬性實際表現度卻低，是嘉義農場應立即改善的重點。

伍、結論與建議

一、結論

本次研究，嘉義農場之遊客男、女性比例差不多，年齡以 20~29 歲較多，婚姻狀況部分，以未婚最多，在職業方面，以學生族群最多，在教育程度部分，則以大學以上程度佔大部分，在平均月收入方面，以 10,000 元以下最多，在居住地部分，以居住在南部地區的人最多。

遊客行為特性分析：在與誰一起來中，發現受訪者與朋友一起來的佔最多，旅遊天數部份，以二天最多，旅遊資訊來源方面，平常獲得國內旅遊的資訊來源以網路最多，而此行來嘉義農場的資訊來源則以親朋好友的介紹佔最多，在交通工具部分，以自用汽車最多，在套裝行程方面，不知道有套裝行程的人較多，參加套裝行程的遊客中則以全家福快樂四人行最多。在滿意設施部份，以對遊憩設施區最滿意的佔最多，住宿部分，知道有提供住宿者較多，其中又以住園區內的飯店佔的比例較高，在重遊方面以願意再來者較多，最後，在旅遊預算部份，旅遊預算以 3,001~4,000 元佔最多。

服務屬性重要度與服務屬性實際表現度綜合分析方面：住宿設施完善、遊憩環境及遊憩設施完善等三項為「繼續保持」之服務屬性。套裝行程、提供的農特產品及動線設施完善等三項已滿足受訪者的需求，不需要再過度強調。資訊便利性、露營設施完善、餐飲設施完善、人員服務及提供價格等五項屬「優先順序低」之服務屬性。交通便利性及遊客需求二項屬應立即改善之重點。

二、建議

(一)由以上的結論發現，嘉義農場之遊客大都為學生族群，這可能與旅遊資訊取得來自網路最多有關，建議管理當局應擴大行銷通路的多元化，以爭取其他族群的遊客，便能獲得最大的效益。

(二)在遊客參與嘉義農場的遊憩體驗後，對於其整體的服務屬性重要度與服務屬性實際表現度評價發現：在住宿設施、遊憩環境及遊憩設施三項，目前的服務品質已獲得口碑，管理當局應努力維持。而對於交通便利性及滿足遊客需求二項，是應立即改善的重點，與吳忠宏等（2000）在休閒農場遊客遊憩體驗之研究中，部分結果不盡相同，是否因取樣上的差異導致結果的不同，是未來可進一步研究探討的。至於在交通便利性方面，建議管理當局可於重要的交通路段設置接駁車到農場，或是設置明顯的路標指示，以降低遊客在交通便利性上的阻礙。

(三)目前在國內各地有多處的休閒農場，但大都無突出的特色吸引遊客，因此建議嘉義農場可利用農場內較具特色之農場品，採用認養的方式，藉以提高遊客的再遊意願，亦可使遊客體驗到農場內果樹實際栽種的情形，增加出遊的樂趣。

三、研究限制與後續研究

本研究以嘉義農場遊客為研究對象，係採個案研究方式，研究結果並不能推及所有休閒農場之遊客。況且，抽樣方法是採便利抽樣，受訪者特性部分不免有所誤差。建議未來可針對不同性質的休閒農場進行服務品質研究之比較分析。

參考文獻

- 吳忠宏、黃宗成、高崇倫，2000，「休閒農場遊客遊憩體驗之研究」，戶外遊憩研究，第十三卷第四期：1-25。
- 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，第十一卷第二期：117-135。
- 周文賢，2002，多變量統計分析 SAS/STAT 使用方法，台北市：智勝文化。
- 陳肇堯、胡學彥，2002，「休閒農場遊客認知與滿意度分析-以南部地區為例」，戶外遊憩研究，第十五卷第三期：31-54。
- 張莉萍，2003，休閒農場網站廣告分析，嘉義大學管理研究所碩士論文。
- 葉碧華，1998，大型觀光節慶效益評估之研究-以台北燈會為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 廖榮聰，2003，民宿旅客投宿體驗之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班碩士論文。
- Bolton, R. N. & Drew, J. H.,(1991), A Multistage Model of Consumers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384.
- Brady, M.K.& Cronin Jr ,J.J., (2001). Some New Thoughts of Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Chapman, R. G., (1993). Brand performance comparatives, *Journal of products & Brand Management*, 2(1), 42-50.
- Chu, R. K. S. & T. Choi, (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factorsn in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.
- Cronin, J. J.,Jr. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 56(July), 55-68.
- Hawes, J. M., G. E. Kiser & C. P. Rao. (1982). Analyzing the market for planned

- retirement communities in the Southwest, *Baylor Business Studie* , 13, 39-46.
- Hawes,J.M., & C.P. Rao ., (1985). Using importance-performance analysis to develop health care marketing strategies, *Journal of Health Care Marketing*, 5(4), 19-25.
- Kozak ,M. & K. Nield, (1998). Importance-performance analysis and cultural perspectives in Romanian Black Sea resorts, *Anatolia International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 99-116.
- O'Sullivan, R.L.,(1991). Marketing for parks, recreation, and leisure._*State College, PA: Vemture*, 271.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Mrketing*, 49, 41-50.
- Sasser,W.E.,Olsen,R.P. & Wyckoff, D.D., (1978). Mangement of Service Operation: Text and Cases, Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Sethna, B. N. (1982). Extensions and testing of importance-performance analysis, *Business Economics*, 28-31.
- Sampson, S. E. & Showalter, M. J. (1999) The performance-importance response function: Observations and implications. *The Service Industries Journal*, 1-25.London.
- Valentine, P. S. (1993) Ecotourism and nature conservation-A definition with some recent developments in Micronesia. *Tourism Management*, (14), 107-115

An Application of IPA to Measure the Service Quality of Leisure Farm—A Case Study of Chia Yi Leisure Farm

Ching-Fu Chen*

Chine-Chiu Wu**

Chih-Hung Wang***

ABSTRACT

This study aims to analyze the perceived service quality of the visitors of Chia Yi Leisure Farm by Importance- Performance Analysis (IPA). The service attributes of leisure farm are identified first. Then the perceived importance and perceived performance of each attribute are measured and compared to plot the importance-performance grid for exploring the future improvements on service quality. The results of this study reveal that the attributes of 'accommodation facility', 'recreational environment' and 'recreational facility' fall on the 'Keep the Good Work' quadrant, and the attributes of 'convenience of transport' and 'fitting customer's needs' belong to 'Concentrate Here' quadrant according to the strategy implications of IPA. The profile and tour characteristics of respondents are also analyzed in this study.

Keywords: leisure farm, service quality, IPA

* Ching-Fu Chen, Assistant Professor of the Graduate Institute of Tourism Management, Nan Hua University.

** Chine-Chiu Wu, Graduate Student of the Graduate Institute of Tourism Management, Nan Hua University.

*** Chih-Hung Wang, Graduate Student of the Graduate Institute of Tourism Management, Nan Hua University.