

馬術活動之經營型態與消費者服務體驗 與忠誠度之研究

李宗鴻* 柳永青** 洪群翔***

(收件日期：102年5月28日；接受日期：102年11月1日)

【摘要】本研究旨在探討馬術活動之經營型態，並驗證馬術活動消費者服務體驗與忠誠度之間的線性關係。利用田野考察及現場問卷調查收集資料，以SPSS 17.0進行敘述性統計分析，以LISREL 8.70進行驗證性因素分析及結構模式分析。研究結果顯示目前全台有約經營四十家馬術活動的業者，馬術活動業者經營型態可分成四大類（馬術俱樂部、馬術寄養、馬匹治療、及觀光馬場），其中以馬術俱樂部經營型態數量最多共21家。實證分析結果顯示，馬術活動消費者服務體驗中的設施構面顯著的直接影響態度忠誠度，間接影響行為忠誠度。馬術活動消費者服務構面顯著的直接影響態度忠誠度，間接影響行為忠誠度。馬術活動消費者態度忠誠度顯著及正向的直接影響行為忠誠度。態度忠誠度在設施及服務構面與行為忠誠度之間扮演顯著的中介效應。最後、本研究之研究發現提供後續研究及俱樂部經營管理者之參考。

【關鍵字】馬術俱樂部、服務體驗、忠誠度

-
- * 國立雲林科技大學休閒運動研究所，通訊作者
Graduate School of Leisure and Exercise Studies, National Yunlin University of Science & Technology.
Corresponding Author. Email: thlee@yuntech.edu.tw
- ** 國立雲林科技大學工業工程與管理系
Department of Industrial Engineering and Management, National Yunlin University of Science & Technology.
- *** 國立雲林科技大學會計系管理研究所
Department and Graduate Institute of Accounting, National Yunlin University of Science & Technology.