

觀光吸引力與旅遊滿意度關係之研究

陳美娟、雷文谷

E-mail: 327013@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要目的在探討鹿港天后宮商圈遊客觀光吸引力認知與旅遊滿意度之關係，並分析不同背景變項遊客在兩者間之差異。本研究共發出400份問卷，回收之有效問卷為391份，有效問卷回收率為97.8%，經統計分析後得到以下結果：(一)遊客主要來自中部地區，以女性、已婚、年齡在31-40歲者居多，同行對象以家人為主，抵達鹿港天后宮商圈方式以自行開車者最多，而旅遊消費金額以500-1000元者最多，到鹿港天后宮商圈旅遊次數最多為第二次，旅遊資訊以從親朋好友中獲知為最多。(二)鹿港天后宮商圈遊客之觀光吸引力認知以休閒體驗程度最高，旅遊滿意度以對遊憩活動滿意度最高。(三)不同性別、年齡、婚姻狀況、同行對象、交通工具、旅遊資訊、消費金額、居住地點之遊客在觀光吸引力認知上沒有顯著差異；不同旅遊次數之遊客在觀光吸引力認知上有顯著差異。(四)不同性別、旅遊次數、同行對象、交通工具、消費金額、居住地點之遊客在旅遊滿意度上沒有顯著差異；不同年齡、婚姻狀況、旅遊資訊之遊客在旅遊滿意度上則有顯著差異。(五)鹿港天后宮商圈遊客之觀光吸引力認知能顯著正向預測其旅遊滿意度。

關鍵詞：觀光吸引力、旅遊滿意度、天后宮

目錄

內容目錄 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	1
1 第二節 研究動機	3	第三節 研究目的	3
3 第四節 研究問題	4	第五節 研究範圍與限制	4
4 第六節 名詞解釋	4	第二章 文獻探討	4
6 第一節 鹿港天后宮及周邊商圈	6	第二節 觀光吸引力	6
9 第三節 旅遊滿意度	19	第三章 研究方法	19
27 第一節 研究架構	27	第二節 研究流程	27
28 第三節 研究對象與取樣方法	29	第四節 研究工具	29
29 第五節 資料分析方法	32	第四章 研究結果與	32
討論	33	第一節 鹿港天后宮商圈遊客基本資料	33
鹿港天后宮商圈遊客觀光吸引力認知及旅遊	37	第二節 鹿	37
不同背景變項天后宮遊客在觀光吸引力認知	40	第三節	40
鹿港天后宮商圈遊客觀光吸引力認知對旅遊	59	第四節	59
滿意度之影響	59	第五章	59
結論與建議	61	第一節 結論	61
61 第二節 建議	62	62 參考文獻	65
62 附錄A 研究問卷	77	附錄B 問卷各量表得分	81
77 附錄B 問卷各量表得分	81		81

參考文獻

參考文獻 一、中文部分 人間福報(2009), 宗教 [線上資料], 來源:<http://www.merit-times.com.tw/> [2010, August 24]。王舜皇(2002), 三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究, 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。申震雄(2006), 遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度之研究 - 以通霄西濱海洋生態教育園區為例, 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。交通部觀光局(2000), 二十一世紀台灣發展觀光新戰略, 台北市:交通部觀光局。交通部觀光局(2007), 中華民國95年觀光年報, 台北市:交通部觀光局。交通部觀光局(2009), 國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源:<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/> [2010, August 12]。池文海, 林憬(2002), 運用LISREL模式探討遊客滿意度 - 以花蓮縣為例, 觀光研究學報, 10(2), 35-53。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。何妍璘(2000), 陽明山國家公園登山步道吸引力影響因素之探討, 國家公園學報, 9(1), 32-47。吳玟琪(2005), 台北縣烏來風景區民宿遊客之動機與滿意度相關研究, 國立台灣師範大學體育學系研究所未出版之碩士論文。

宋威穎, 雷文谷, 熊婉君(2008), 東豐綠廊自行車遊客旅遊資訊來源與目的地意象之研究, 人文暨社會科學期刊, 4(2), 83-91。宋秉明(1983), 遊樂容納量的研究, 國立台灣大學森林研究所未出版之碩士論文。李銘輝, 曹勝雄, 張德儀(1995), 遊憩據點條件對遊憩需求之研究, 觀光研究學報, 1(1), 25-39。沈進成, 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, 旅遊管理研究, 3(1), 79-95。沈憲政(2005), 雲林縣古坑鄉華山咖啡園區遊客旅遊動機與滿意度之研究, 國立臺灣師範大學研究所未出版之碩士論文。周泰華, 郭德賓, 黃俊英(1999), 服務品質與顧客滿意評量模式之比較研究, 輔仁管理評論, 6(1), 37-68。周秀蓉(2008), 遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影響—以六福村主題樂園為例, 明新學報, 34(2), 267-288。周聰佑, 韓子健, 顏宗信(2009), 島嶼休閒漁業體驗行銷策略之研究, 島嶼觀光研究, 2(1), 1-28。周世玉, 蕭家旗, 陳麒文, 陳苡廷(2010), 體驗行銷對節慶活動形象及重遊意願影響之探討 - 以臺中元宵燈會為例, 企業管理學報, (85), 47-70。林怡君(2004), 觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究 - 以三義木雕國際藝術節為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。林金燕(2003), 日本來台觀光客旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係之研究, 私立世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。林政萩(2003), 內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究, 私立逢甲大學建築與都市計畫所未出版之碩士論文。林倩琪(2006), 知本森林國家遊樂區遊客滿意度之研究, 國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系碩士班未出版之碩士論文。林晏州(1986), 遊憩活動特性與需求分析, 都市與計畫, 13, 107-140。林隆儀, 林彥宏(2007), 觀光吸引力及觀光形象認知對顧客滿意與重遊意願的影響 - 免簽證後日本旅遊市場之實證研究, 管理與資訊學報, 12, 1-36。林豐瑞, 蔡佩霖, 吳沂貞, 黃怡菁, 許曼惠(2010), 休閒產業體驗行銷、品牌形象與顧客滿意度關係之研究 - 以清境農場為例, 農業推廣文彙, 55, 157-177。侯錦雄(1991), 遊憩區動機與遊憩認知間關係之研究, 台大園藝研究所未出版之博士論文。范姜群鴻(2003), 都市觀光吸引力與媒體行銷關係之研究 - 以台中市都會區為例, 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。徐達光(2003), 消費者心理學 - 消費者行為的科學研究, 台北:東華書局。荊元武(2005), 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研究所未出版之碩士論文。高玉娟(1995), 墾丁國家公園觀光遊憩資源對遊客的吸引力研究, 私立東海大學景觀學研究所未出版之碩士論文。鹿港天后宮管理委員會(2004), 鹿港天后宮志, 鹿港:著者發行。鹿港天后宮部落格(2010), 媽祖信仰[線上資料], 來源: <http://www.lugangmazu.org/>[2010, August 3]。鹿港采風古意導覽(2010), 美食介紹[線上資料], 來源: <http://content.edu.tw/local/taichun/mingdau/lukang/>[2010, August 3]。鹿港觀光文化資訊網(2010), 觀光資訊之傳統技藝[線上資料], 來源: <http://tour.lukang.gov.tw/>[2010, August 3]。屠如驥, 葉伯平(1999), 觀光心理學概論, 台北:百通圖書股份有限公司。張耿輔(2000), 影響淡水鎮各類型觀光遊憩資源對遊客吸引力的因素研究, 私立中國文化大學地理學研究所未出版之碩士論文。曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 台北:揚智文化事業股份有限公司。陳水源(1987), 擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究 - 社會心理層面之探討, 國立台灣大學森林研究所未出版之博士論文。陳聰廉, 張家銘(2006), 茂林國家風景區遊客吸引力、滿意度與重遊意願關係之研究, 運動與遊憩研究, 1(2), 45-65。陳昭明(1988), 戶外遊憩經營理念, 戶外遊憩研究, 1(2), 3-4。陳璋玲, 伍亮帆(2006), 嘉義市國際管樂節活動吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究, 旅遊管理研究, 6(1), 101-123。陳瓊華(2005), 來台旅客對台觀感與消費行為之線性結構模式之研究, 國立臺北大學研究所未出版之碩士論文。創新e化觀光服務網(2010), 精選景點[線上資料], 來源: <http://travel.taiwan.net.tw/>[2010, August 20]。黃靖雅(2001), 鹿港龍山寺對遊客之文化觀光吸引力研究, 私立東海大學景觀學研究所未出版之碩士論文。楊文燦, 鄭琦玉(1995), 遊憩衝擊認知與其滿意度關係之研究, 戶外遊憩研究, 8(2), 109-132。廖正宏(1985), 人口遷移, 台北:三民書局股份有限公司。廖明豐(2003), 東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。廖雅芳(2004), 台灣花卉博覽會遊客滿意度之研究, 國立屏東科技大學研究所未出版之碩士論文。劉照金, 呂銀益, 鄭淇鎂, 黃綠青, 曾英臻, 林鈺芳, 蔡佩君(2008), 台灣民眾對地方節慶活動體驗行銷感受及涉入程度之研究, 運動知識學報, (5), 353-369。謝淑芬(1994), 觀光心理學, 台北:五南圖書出版公司。簡惠貞, 王志湧(2002), 外籍旅客對台灣民俗慶典活動參與意願之研究 - 以端午龍舟賽為例, 第二屆觀光休閒餐旅產業永續經營學術研討會, 高雄。二、英文部分 Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Bdrkan, A. J., & Medhk, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*, (ed.), London: Heinemann. Bulltena, C. L., & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in camping: A conceptualization and guide to social research. *Journal of Leisure Research*. 6(4): 348-364. Burns, L H. (1987). Infertility and the sexual health of the family. *Journal of Sex Education and Therapy*, 13, 30-34. Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 9(4), 491-504. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *American Marketing Association: Conference Proceedings* 8, 119-123. Day, R. L. (1977). Extending the concept of consumer satisfaction, *Atlanta: Association of Consumer Research*, 4(2), 149-154. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction : A case study of camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Mininard, P. W. (1986). *Consumer Behavior*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, the Dryden Press, NY: Kendall Hunt Pub. Co., 5th Ed. Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21, 555-581. Gilbert, D. C. (1991). An Examination of the Consumer Decision Process Related to Tourism ' in C.P. Cooper, (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. III, London: Belhaven. Glenn, G. (2000). Language learning Strategies use of Bilingual Foreign language learners in Singapore, *Language learning*, 50, Origen de la pagina web : <http://web4.epnet.com/> Gray, H.P. (1970). *International Travel - International Trade*. Lexington: Heath Lexington Books. Gunn C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Washington. District of Columbia: Taylor & Francis. Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: basics, concept, cases* (4th ed). New York: Routledge. Hemple, D.J. (1977). The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction. In H.K. Hunt(Ed.), *Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and easurement*. Cambridge, 86 Mass. Marketing Science Institute. Hu, Y., & Ritchie, J. R. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 3(22), p25-34 Kotler, P. (1997). *Marketing Management-Analysis*,

Planning, Implementation, and Control, (9th ed.). New Jersey : Prentice-Hall. Leiper, N. (1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*, 1(3)17, 367-384. Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*. Boston:Cross-border Information. McIntosh, R. W., & Gupta, R. (1990). *Tourism-Principles, Practices, (ed.), Philosophies*, NY:Wiley. Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction, *European Management Journal*, June, 201-221. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research, *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124. Peters, M., & Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourist: How to satisfy today's sickle tourist clientele. *Journal of Tourism Studies*, 11(1), 22-29 Peterson, G. L. (1974). Evaluating the quality of the wilderness environment: Congruence between perception and aspiration. *Environment and Behavior*, 6(2), 169-193. Pyo, S., Mihalik, B. J., & Uysal, M. (1989). Attraction Attributes and Motivations: A Canonical Correlation Analysis. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 277-281 Sharpley, R. (1994). *Tourism, Tourists and Society*. Elm. Huntingdon. Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of Academy Marketing Science*, 19(3), 223-234. Stephen, S. (2001). Marketing Implications for Attractions. *Tourism Management*, 22(1), 22-32. Swarbrooke, J. (2000). *The Development and Management of Visitor Attractions*, oxford: Butterworth-Heinemann. Victor, T. C. (1989). Marketing Implications for Attractions, *Tourism Management* (September) (3), p229-232. Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *special interest tourism*. London:Bclharen. William, F.T. (1997). *Global Tourism: The Next Decade*. London: Butterworth -Heinemann.