

A Study on Image Difference of Tourism Town between Residents and Visitors : 以鹿港為例

謝孟娟、胡瓊元

E-mail: 347614@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Due to its rich historical heritages and cultural value, Lukang has its unique comparative advantage for developing tourism town. Hence, This study mainly discussed and made a image difference of tourism town between residents and visitors. Using a convenience sampling method, Data from the valid questionnaires were analyzed with the statistical software SPSS12.0 and through several techniques such as descriptive analysis, reliability analysis, t-test and one-way ANOVA. The main findings of this research are as follows: In the characteristics of town: Visitors focus mainly on the attractions features. Residents in religious festivals and food specialties of the identity percentage is higher than visitors. In the total images of tourism town.: 1. Among the residents' characteristics and background for the total images perception of tourism town is quite small. 2. There were some significant difference relations between residents' activities types and total images. 3. There were some significant difference relations between visitors' personality and total images. 4. There were some significant difference relations between visitors' tourist types and total images. 5. Images of the five factors in the overall dimensions. Residents' agreement levels about "services facilities", "active image" image items are higher than visitors'; Visitors' agreement levels about "environmental health" image item is higher than residents

Keywords : Place image、Tourism town、Characteristics of town、Total image

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
vii 表目錄	ix	圖目錄	ix
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的與研究流程	4	第三節 研究範圍、對象與限制	4
6 第二章 文獻探討	7	第一節 觀光意象	7
7 第二節 鹿港遊憩資	25	第三章 研究方法	25
32 第一節 研究架構及研究假設	32	第二節 問卷設計與操作型定義	32
33 第三節 調查方法	39	第四節 資料分析方法	39
40 第四章 資料分析與結果	43	第一節 樣本基本資料	43
43 第二節 樣本參與特性分析	48	第二節 因素分析	48
54 第三節 居民與遊客對於城鎮特色認知差異分析	57	第五節 居民與	57
62 第四節 遊客對於整體意象認知差異分析	62	第一節 結	62
81 第五章 結論與建議	81	第二節 建議	85
88 附錄 研究問卷	103	參考文獻	103
2-1-1 國內、外學者對意象定義彙整表	8	表 2-1-2 國內、外學者觀光意象定義彙整表	12
表 2-1-3 Kevin Luch城市意象	14	表 2-1-4 日月潭國家風景區觀光觀光意象之組成與屬性內容	18
表 2-1-5 觀光旅遊意象相關研究	21	表 2-1-6 影響觀光意象的變數	21
25 表 2-2-1 鹿港主要觀光資源	31	表 3-2-1 旅遊特性變數量表	31
36 表 3-2-2 城鎮特色評估因數量表	37	表 3-2-3 整體意象評估因數量表	37
38 表 3-2-4 背景資料變數量表	39	表 4-1-1 居民與遊客之性別統計表	43
43 表 4-1-2 居民與遊客之年齡分配統計表	44	表 4-1-3 居民與遊客之教育分配統計表	45
45 表 4-1-4 居民與遊客之職業分配統計表	45	表 4-1-5 居民與遊客之婚姻狀況統計表	46
46 表 4-1-6 居民與遊客之個人每月平均所得分配統計表	46	表 4-1-7 遊客之居住地分配統計表	47
47 表 4-1-8 居民之居住時間分配統計表	47	表 4-2-1 遊客旅遊型態之旅遊目的分配	49
統計表	49	表 4-2-2 遊客旅遊型態之旅遊次數分配統計表	50
50 表 4-2-3 遊客旅遊型態之交通工具分	50	表 4-2-4 遊客旅遊型態之旅遊資訊分配統計表	51
分配統計表	51	表 4-2-5 遊客旅遊型態之遊伴性質	51
分配統計表	51	表 4-2-6 遊客旅遊型態之同遊人數分配統計表	52
52 表 4-2-7 遊客旅遊型態之停留時	52		

間分配統計表	52	表 4-2-8 居民活動型態分析	53	表 4-3-1 居民與遊客對於整體
意象認知之因素分析分佈表	55	表 4-3-2 整體意象量表信度分析摘要表	57	表 4-4-1 居民與遊客對城鎮
特色之古蹟建築認知次數分配表	58	表 4-4-2 居民與遊客對城鎮特色之宗教節慶認知次數分配表	59	表 4-4-3 居民與遊客對城鎮
特色之名勝景點認知次數分配表	60	表 4-4-4 居民與遊客對城鎮特色之飲食特產認知次數分配表	61	表 4-4-5 居民與遊客對
城鎮特色之傳統藝術認知次數分配表	61	表 4-5-1 人口統計變項問項合併	63	表 4-5-2 居民與遊客
活動型態變項問項合併	64	表 4-5-3 居民人口統計變數對城鎮整體意象差異性分析表	65	表 4-5-4 居民活動
型態變數對城鎮整體意象差異性分析	67	表 4-5-5 遊客人口統計變數對城鎮整體意象差異性分析表	70	表 4-5-6 遊客旅遊型
態變數對城鎮整體意象差異性分析表	73	表 4-5-7 居民與遊客對城鎮整體意象認知之獨立樣本t檢定	78	表 4-5-8 居民與
遊客對整體意象認知構面之獨立樣本t檢定	80	表 5-1-1 居民與遊客對城鎮特色認同度排序表	83	表 5-1-2 研究假設結
果表	84	圖目錄 圖 1-2-1 研究流程圖	5	圖 2-1-1 目
的地意象架構之形成圖	16	圖 3-1-1 研究架構圖	32	圖 3-2-1 研
究區-鹿港街道圖	34			

REFERENCES

- 心岱(2006), 百年繁華最鹿港, 台北縣新店市, 西遊記文化出版, 遠足文化發行。尤郁茹(2009), 遊客對兩蔣文化園區目的地意象認知及旅遊需求探討, 東華大學社會發展研究所未出版之碩士論文。馬岳琳(2006), 微笑台灣319鄉, 天下雜誌。王惠美(2007), 鹿港觀光護照, 彰化縣鹿港鎮公所鹿港文史工作室。李瓊玉(1994), 遊客對農村景觀意象之研究, 東海大學景觀設計學系研究所未出版之碩士論文。吳佩芬(1997), 主題園遊客對主題意象認知之研究 - 以六福村主題遊樂園為例, 逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。吳金源(2004), 花蓮旅遊目的地意象與旅遊意願關係之研究 - 以奇摩網站的旅遊社群使用者為例, 國立東華大學觀光休閒事業研究所未出版之碩士論文。沈佩儀(2001), 當代觀光凝視的建構 - 以鹿港古蹟旅遊為例, 東海大學社會學系研究所未出版之碩士論文。沈進成、王伯文(2004), 民宿體驗對遊客意象及忠誠度影響關係研究 - 以奮起湖地區為例, 旅遊管理研究, 4(2), 195-213。沈進成、廖若岑、周君妍(2005), 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。宋柏欽譯(2004), 城市意象, (Lynch Kevin.1960. The image of the city), 臺隆書店七版。李鎮岩(1999), 鹿港。台北:雅太。李宜晉(2007), 地方政府參與傳統民俗節慶活動之夥伴關係研究-以台南七夕十六歲藝術節為例, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版之碩士論文。李卉婷(2007), 地方意象:尤特里羅繪畫研究, 國立中央大學藝術學研究所未出版之碩士論文。邱博賢(2003), 觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例, 世新大學觀光學系研究所未出版之碩士論文。林瓊華、林宴州(1995), 觀光遊憩發展對傳統聚落景觀意象之影響, 戶外遊憩研究, 8(3), 47-66。林宗賢(1996), 日月潭風景區旅遊意象及視覺景觀元素之研究, 東海大學景觀學研究所未出版之碩士論文。林佳慧(1997), 國民旅遊目的地形象之研究, 台灣大學商學研究所未出版之論文。林美妙(2006), 集集地區觀光意象、遊客滿意度與行為意向之研究, 南華大學旅遊事業管理學系研究所未出版之碩士論文。林宗賢、侯錦雄(2007), 遊客溫泉旅遊度假區知覺意象之度量 - 以谷關為例, 戶外遊憩研究, 20(2), 79-99。邱皓政(2006), 量化研究與統計分析(基礎版):SPSS中文視窗版資料分析範例解析, 台北市:五南。侯錦雄、莊士瑩、遊仁君(1998), 「形成地方特色的空間紋理探討—以台中市都市景觀為例」, 第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果研討會—規劃設計理論與景觀評估, 台北, 中華民國造園學會、台灣大學園藝系主辦, 169-185。洪東濤(2004), 澎湖國家風景區潛在遊客意象區隔與行銷策略之研究, 高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。施添福(2000), 鹿港鎮志·地理篇, 彰化, 鹿港鎮公所。施紫芳(2006), 小吃在鹿港的休閒魅力, 亞洲大學國際企業所未出版之碩士論文。孫武彥(1994), 文化觀光, 三民書局。孫好鑫(2009), 外國觀光客對台灣小吃之意象與體驗價值, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。屠如驥、葉伯平等(1999), 觀光心理學概論, 百通圖書(股)公司。許健夫(1997), 鹿港鄉土教材, 守德企業有限公司, 指導單位:教育部台灣省政府教育廳, 主辦單位:台灣省立鹿港高級中學。陳鳳儀(1999), 基隆港環境意象研究—學童個案之探討, 國立臺灣大學地理學研究所未出版之碩士論文。陳昭華(2002), 彰化縣鹿港鎮地區性觀光市鎮的發展機制與策略建議之研究, 彰化師範大學地理研究所未出版碩士論文。陳運欽(2004), 觀光地意象認知與旅遊選擇意願之研究, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。陳惠美(2003), 居民與遊客對觀光城鎮意象認知差異之研究, 銘傳大學觀光學院, 突破觀光新困境與觀光產業再造學術研討會, 199-216。陳慧蓉(2006), 遊客觀光意象與地方依附感關係之探討 - 以高雄縣美濃鎮為例, 靜宜大學觀光事業學系研究所未出版之碩士論文。陳仕賢(2007), 鹿港歷史散步鹿港文化資產導覽手冊, 鹿港:鹿港文史工作室。陳秀位(2009), 觀光意象與地方依附關係之研究, 國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。張春興(1989), 張氏心理學辭典, 台北市:東華書局股份有限公司。張志遠(2004), 台灣的工藝, 台北:遠足文化。張紋菱(2006), 主題園遊客旅遊動機、觀光意象與忠誠度關係之研究 - 以月眉探索樂園為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。張梨梅(2009), 鹿港鎮文化資產之經濟效益評估, 新竹教育大學人資處社會學習領域研究所未出版之碩士論文。游安君、林晏州(1990), 傳統聚落觀光發展容許量之研究, 戶外遊憩研究, 8(2), 87-108。黃柏勳(1997), 鹿港, 中市:三久出版社。黃俊英、林震岩(1997), SAS精析與實例, 台北, 華泰書局。黃昆祥(2003), 台南市觀光遊憩資源調查與路線規劃之研究, 高雄師範大學地理學系研究所未出版之碩士論文。黃章恆(2005), 生活型態與渡假村觀光意象關係之研究 - 以台糖尖山埤江南渡假村為例, 私立靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。黃惠珍(2007), 遊客對原住民慶典之觀光意象、體驗與涉入程度關係之研究, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。程雅立(2002), 以觀光行為模式行觀光資源市場區隔為歷史街區觀光市場需求之研究-以鹿港鎮歷史街區為例, 逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。馮吉迪(1991), 雲林沿海地區居民對當地地景識覺之研究, 國立台灣大學地理研究所未出版之碩士論文。楊祝菁(2003), 應用鹿港地方文化圖像符號於視覺設計創作之研究, 台灣師範大學設計研究所未出版之碩士論文。楊文燦、曾宇良

、李艾琳(1999), 旅遊意象與遊憩偏好之關係-以南投縣集鎮為例, 中華民國外遊學會, 台大園藝系主編, 1999休閒、遊憩、觀光研究成果研討會, 2, 149-162。楊文燦、吳佩芬(1997), 主題園遊客對主題意象認知之研究 - 以六福村主題遊樂園為例, 戶外遊憩研究, 10(2), 67-92。楊勝(2002), 鹿港的角頭與角頭廟, 私立中原大學建築學系未出版之碩士論文。廖健宏(1998), 亞太地區旅遊目的國形象與旅遊意願關係之研究, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。熊祥林(1990), 消費者的知覺, 香港, 熊祥林。彰化縣政府(1989), 彰化縣綜合發展計畫-鄉鎮建設發展計畫, 彰化縣政府, 39-47。蔡鳳兒(2005), 遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。蔡郁芬(2005), 城市觀光意象對旅遊選擇意願影響之研究 以四大都會區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。蔡宗雄(1996), 民生社區環境意象之研究, 中原大學室內設計研究所未出版之碩士論文。蔣曉梅、翁金山(2001), 台南市都市意象之研究 - 專家觀點之探討, 建築學報第35期, 45-62。蔣曉梅(2002), 以遊憩者觀點探討台南縣新化鎮景觀意象之建構, 第十四屆建築研究成果論文集, 台北市:中華民國建築學會。劉柏瑩、黃章展(2001), 日月潭國家風景區觀光意象之評估, 收於中華民國戶外遊憩學會編, 2001 年休閒遊憩觀光研討會成果研討會, 台中:中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學觀光事業學系, 76-88。劉擘穎(2002), 現居居民對觀光發展影響認知與態度之研究—以七星潭社區為例, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。劉瓊如、林若慧、吳正雄(2002), 海岸型風景區遊客旅遊意象之區隔研究 以東北角海岸國家風景區為例, 戶外遊憩研究, 15(3), 55-78。劉俊志(2004), 居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依附差異探討, 國立東華大學自然資源管理研究所未出版之碩士論文。劉怡雯(2007), 地方依附、環境屬性對社區景點意象塑造之影響, 世新大學觀光學系未出版之碩士論文。鄭美緣(2005), 高雄市城市意象行銷之研究-以愛河為例, 國立中山大學管理學院高階經營未出版之碩士論文。鄭秀玲(2008), 澎湖居民之地方意象、地方依附與行為意圖關係之研究~以觀音亭園區為例, 雲林科技大學休閒運動研究所未出版之碩士論文。蕭如妙(2005), 影響遊客對農村酒莊觀光意象因素之研究 - 以樹生酒莊為例, 私立靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。韓興興、蔡菁菁(1996), 鹿港民俗文化廣場及綵街區規劃設計, 台中, 韓興興建築事務所。魏鼎耀(2005), 目的地意象、知覺價值與遊後行為意圖關係之研究, 國立成功大學交通管理科學研究所未出版之碩士論文。羅欣婷(2005), 觀光景點置入韓劇的行銷效果研究, 成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。饒雅琳(2005), 大學校園意象之研究, 國立高雄大學都市發展與建築研究所未出版之碩士論文。

二、西文部份 Alhemound, A. M. & Armstrong, E. G. (1996). Image of Tourism Attraction in Kuwait. *Journal of Travel Research*, 34(4), 76-80. Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897. Baloglu, S. & Mangalolu, M., (2001). Tourism destination image of Turkey, Egypt, Greece, and Italy seize perceived by US-based tour operator and travel agents. *Tourism Management*, 22:1-9. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681. Birgit, L. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination. *Journal of Service Marketing*, 15(1), 49-66. Boulding, K. E. (1956). *The Image*. Ann Arbor, Mich: The University of Michigan Press. Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28, 1115-1122. Chon, K. (1990). Traveler Destination Image Modification Process and its Marketing Implication. *Development in Mketjng Science*, 13. 480-482. Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location up on that Image. *Journal of Travel Research*, 17, 18-23. Dichter, E. (1985). What ' s in an image. *The Journal of Consumer Marketing*, 2, 75 - 81. Dowling, G. R. (1988). Measuring Corporate Image: A Review of Alternative. *Journal of business research*, 17, 27-34. Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991), The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2): 2-12. Echtner, C. M., and J. R. Brent Ritchie (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 31 (4), 3-13. Embacher, J. & Buttle, F. (1989). A repertory grid analysis of Austria ' s image as a summer vacation destination. *Journal of Travel Research*, 27(3), 3-7. Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991). Image Difference between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16. Gartner, W. C, (1989), Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using products using multidimensional scaling techniques. *Journal of Travel Research*, 28(2), 16-20. Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2, 191-216. Gunn, C. A. (1972), *Vacationscape: Designing tourist regions of Texas*, Austin, TX. Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281. Hunt, J.D. (1975) Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 13, 1-7. Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237. Kim, S. S., & Morrision, A. M. (2005). Change of images South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26, 233-247. Lankford, S., & Howard, D. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 21(1), 121-139. Lawson, F., & Baud-Bovy, M. (1997). *Tourism and Recreational Development*, London: Architectural Press. Lin, C. H., Morais, D. B., Kerstetter, D. L., & Hou, J. S. (2007). Examining the role of Cognitive and Affective Image in Predicting Choice Across Natural, Developed, and Theme-Park Destinations. *Journal of Travel Research*, 46, 183-194. Luque-Martinez T., Barrio-Garcia, S. D., Ibanez-Zapata, J. A., and Rodriguez Molina, M. A., (2007). Modeling a City ' s Image: The Case of Granada. *Cities*, 24(5): 335-352 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. Phelps, A. (1986). Holiday Destination Image. *The Problem of Assessment: An Example Develop in Menorca*. *Tourism Management*, 9, 168-180. Pike, S. (2002). Destination Image Analysis a Review of 142 Papers 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23, 541-549. Proshansky, H., Fabian, A., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83. Rapoport, A. (1977). *Human Aspects of Urban Form*. Textbook, Great Britain. Rittichainuwat, B. N., Qu, H. & Brown, T. J. (2001) Thailand's Internation Travel Image, *Cornell Hotel and Restaurant. Administration Quarterly*, 42(2), 82-95. Ross, G. F. (1993). Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research*, 20, 477-489. Ross, G. F. (1993). Ideal and Actual Images of Backpacker Visitors to Northern Australia. *Journal of travel Research*, 32(2),

54-57. Royo-Vela, M. (2009). Rural cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement. *Tourism Management*, 30(3), 419-428. Selby, M. & Norgan, N. J. (1996), Reconstructing place image: A case study of its role in destination market research. *Tourism Management*, 17, 287-294. Sonmez, S., & Sirakaya E. (2002). A distorted destination image? The case of Turkey. *Journal of Travel Research*, 41(2), 185-96. Son & Pearce (2005), Multi-Faceted Image Assessment: International Students' Views of Australia as a Tourist Destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(4), 21-35. Stern, E., & Krakover, S. (1993). The information of a composite urban image. *Geographical Analysis*, 25(2), 130-146. Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press, Minneapolis. Walmsley, D. J., & Young, M. (1998). Evaluative Images and Tourism: The Use of Personal Constructs to Describe the Structure of Destination Images. *Journal of Travel Research*, 36(3), 65-69. Westover, T. N. (1989). Perceived crowding in recreational settings: An environment-behavior model. *Environment and Behavior. Journal of Travel Research*, 21(3), 258-276.