

大溪老街遊客遊憩體驗、旅遊滿意度與再遊意願之研究

邱麗娟、雷文谷、李宜娟

E-mail: 367744@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨探討大溪老街遊客遊憩體驗、旅遊滿意度與再遊意願的關係，採用問卷調查方式，以便利抽樣法針對大溪老街遊客進行調查，總計回收450份有效問卷。資料分析方法有描述性統計、獨立樣本T檢定、單因子變異數分析及迴歸分析，結果歸納如下：（一）大溪老街遊客以年齡在40歲以下、月收入在40,000元以下及居住北部地區者為主。（二）旅遊特性方面，遊客之交通工具以自行開車為大多數，旅遊同伴以親戚朋友為主，旅遊花費多在500元以下，旅遊資訊來源以親友介紹為最多。（三）經迴歸分析，大溪老街遊客之遊憩體驗對再遊意願有顯著正向影響。（四）旅遊滿意度對再遊意願亦有顯著正向影響。（五）根據研究結果提出結論與建議，供日後主管機關與研究者之參考。

關鍵詞：遊憩體驗、旅遊滿意度、再遊意願

目錄

目次 I	表目次 III	圖目次 V
第一章 緒論 1	第一節 研究背景 1	第二節 研究動機 3
第三節 研究目的 4	第四節 研究問題 5	第五節 名詞解釋 5
第六節 研究範圍 6	第七節 研究限制 7	第二章 文獻探討 8
第一節 大溪老街簡介 8	第二節 遊憩體驗 11	第三節 旅遊滿意度 17
第四節 再遊意願 24	第五節 相關實證研究 27	第三章 研究方法 29
第一節 研究架構 29	第二節 研究流程 30	第三節 研究過程 31
第四節 研究對象與取樣方法 31	第五節 問卷設計 32	第六節 資料處理與分析 36
第四章 研究結果 38	第一節 遊客人口背景特性變項分析 38	第二節 遊憩體驗、旅遊滿意度與再遊意願之現況分析 42
第三節 不同背景變項獨立樣本T檢定分析 48	第四節 不同背景變項單因子變異數分析 50	第五節 大溪老街遊客遊憩體驗、旅遊滿意度對再遊意願之影響 75
第五章 結論與建議 79	第一節 結論 79	第二節 建議 82
參考文獻 86	中文部份 86	英文部分 92
附件一 研究問卷 96		

參考文獻

中文部份 George Torkildsen (2003,9), 休閒與遊憩管理(上)(王昭正譯), 臺北市:品度股份有限公司。大溪老街景點導覽圖(2008)。

[線上資料], 來源: http://travel.etaoyuan.tw/index_m.php?ptype=map_main&id=2101 王辰佑(2008)。大溪老街牌樓裝飾之研究, 國立台灣藝術大學造型藝術研究所未出版之碩士論文。方怡堯(2001), 溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究-以北投溫泉為例, 國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版之碩士論文。交通部觀光局(2010), 中華民國99年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/>。宋威穎、雷文谷(2009), 東豐綠廊自行車道不同旅遊意象遊客之研究, 休閒事業研究, 7(3)

, 142-155。李佳凌(2009), 淡水老街吸引力、遊憩體驗、滿意度與忠誠度之調查, 國立台灣師範大學運動與休閒研究所未出版之碩士論文。杜茵瑢(2009), 台南古蹟遊客旅遊動機、滿意度與認同度之相關研究, 國立台灣師範大學未出版之碩士論文。林欣儀(2009), 都市水岸遊憩設施滿意度之研究-以碧潭風景區為例, 臺北科技大學建築與都市設計研究所未出版之碩士論文。林政荻(2004), 內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究, 逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版之碩士論文。林欣玫(2005), 遊憩、農業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文。林佩蓓(2009), 遊客對文化觀光的認知、導覽解說服務滿意度與重遊意願關係之研究-以鹿港地區為例, 靜宜大學管理碩士在職專班未出版之碩士論文。周秀蓉、吳明怡(2007), 主題樂園的遊憩吸引力和遊憩體驗對顧客滿意度及重遊意願之影響-以月眉育樂世界為例, Journal of Commercial Modernization, 4(2), 155-168。吳運全(2002), 環境態度與遊憩體驗關係之研究-以綠島生態旅遊為例, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。陳柏任(2009), 觀光節慶活動遊客旅遊意象、滿意度與重遊意向之研究-以高雄燈會藝術節為例, 高雄餐旅學院旅遊管理研究所未出版之碩士論文。桃園縣大溪鎮歷史街坊再造協會網站(2011), [線上資料], 來源:

<http://tahioldst.org.tw/Society/index.php>。柳學永(2008), 休閒農園顧客的遊憩需求與遊憩體驗之研究-以台中縣新社鄉休閒農場為例, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。張淑惠(2008), 遊客遊憩動機、遊憩體驗與目的地意象之關聯性研究-以台中縣新社鄉為例, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。張書榮(2009), 遊客對高雄世界運動會意象、旅遊體驗、知覺價值及重遊意願之研究, 長榮大學運動休閒管理學系(所)未出版之碩士論文。張忠平(2011), 服務品質、顧客滿意與顧客忠誠關係之研究-以南元休閒農場為例, 高雄餐旅學院餐飲管理研究所未出版之碩士論文。張淑青(2007), 遊憩體驗、滿意度與重遊意願的關係-以潮湖觀光休閒園區為例, 觀光旅遊研究學刊, 3(1), 19-43。陳志遠(2005), 從鹿港天后宮來探討旅遊滿意度與重遊意願, 玄奘大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。陳智?(2008), 遊客遊憩涉入、遊憩體驗與場所依戀關係之研究-以高雄市愛河為例, 國立屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。黃妙嫻(2009), 遺產觀光遊憩涉入、場所依戀、體驗價值

與重遊意願之研究 - 以二崁聚落為例，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。黃筱棋（2010），日月潭遊客環境知覺、體驗價值與重遊意願之研究，大葉大學管理學院碩士班休閒與運動管理組未出版之碩士論文。陳佳媚（2009），遊客目的地意象與重遊意願相關之研究 - 以潭雅神綠園道為例，大葉大學運動事業管理學系碩士論文。曾建薰（2008），遊客滿意度、重遊意願、旅遊頻度結構分析及替代模型比較驗證研究 - 以惠蓀林場森林遊樂區為例，中興大學森林學系未出版之碩士論文。楊景裕（2010），旅遊動機、渡假生活型態、滿意度對重遊意願影響之研究-以澎湖地區旅遊為例，中興大學行銷學系學位論文。詹為巽（2010），應用結構方程模式探討遊憩動機、滿意度與行為意向關係之研究 以林美石磐步道為例，臺灣大學森林環境暨資源學研究所學位論文。廖淑韻（2008），國際青年背包客對台灣旅遊意象、旅遊滿意度與旅遊後行為意向關係之探討，靜宜大學管理碩士在職專班學位論文。郭德寶（1999），服務業顧客滿意評量模式之研究，國立中山大學企業管理學系碩士論文。鄧守敦（2010），大溪老街商圈經營探討，中華大學土木工程學系碩士論文。鄭國男（2011），應用假期滿意度模式及遊客感知遊憩服務水準探討遊憩區景點遊客滿意度之研究—以日月潭國家風景區為例，淡江大學運輸管理學系碩士班學位論文。劉金龍（2006），發展人文與生態遊憩潛力研究 - 以雪霸國家公園北坑溪(雪見地區)古道為例，逢甲大學未出版之碩士論文。蘇雅芬（2008），遊客休閒涉入、遊憩體驗及滿意度之相關研究 - 以台灣原住民族文化園區為例，國立屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。蘇晉弘（2010），溪頭森林遊樂區遊憩衝擊知覺、滿意度與重遊意願相關性之研究，中興大學森林學系學位論文。蘇秋君（2010），下坪自然教育園區遊客之遊憩體驗與滿意度關係之研究，臺灣大學森林環境暨資源學研究所學位論文。蘇令宜（2009），遊客對纜車遊憩體驗與滿意度之研究 以台北市文山區貓空纜車為例，臺灣大學地理環境資源學研究所未出版之碩士論文。魏淑真（2008），大溪老街區文化資產運用與發展研究，國立台灣師範大學美術學系在職進修碩士班未出版之碩士論文。龔琳晏（2009），自行車道遊客特性、行前期望與體驗滿意度之研究 - 以大鵬灣國家風景區環灣自行車道為例，高雄餐旅學院旅遊管理研究所未出版之碩士論文。英文部分 Bhote, K. (1996). Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty-The key to Greater Profitability, New York: American Management Association. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(February), 7-27. Churchill. (1982). An investigation into the determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 419-504. Clawson, M., & Knetsch, J.K. (1969). Alternative Method of Estimating Future Use. *Economics of Outdoor Recreation*. 21(7), 36. Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). The effects of price, brand and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975). A social-psychological definition of recreation demand, with implications for recreation resource planning, *Assessing Demand for Outdoor Recreation*, 12(8), 62-88. Driver, B.L., & Tocher, R.C. (1970). Toward a Behavioral Interpretation of recreation engagements, with implications for planning. In B. L. Driver(eds.), *Elements of Outdoor Recreation Planning*, The University of Michigan Press:9-31. Planning, The University of Michigan Press. Fennell, D. A. (2002). Ecotourism programme planning. Wallingford, Oxon: CABI. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer. The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-21. Griffin, J. (1995). Customer Loyalty. *Simmon and Schurster Inc.* Jones, T.O., & Sasser, J.R. (1995). Why satisfied customer defect harvard business review, 85(2), 88-99. Joy, A., & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied Imagina-tion: A multisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 259. Kozak, M. (2001). Repeater's behavior at two distinct. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (10rd ed.). NJ: Prentice-Hall. Kelly, J. R. (1987). *Freedom to Be-A New Sociology of Leisure*, Macmillan, New York. Parasuraman, M., Zeithaml, V., & Berry. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research of *Marketing*, 49, 41-50. Parker, C., & Mathews, B. P. (2001). *Marketing Intelligence and Planning*. Bradford, 19(1), 38. Ross, G. F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of Travel Research*, 32(2), 54-57. Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing*. New York: Free Press. Schmitt, & Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing*. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67. Wang, P.J. (1997). Reliability analysis of visitors' questionnaire design for Shanping Natural Education Area, Taiwan *J For Sci* 12(2): 217-22. (in Chinese with English summary). Woodside, V. A., Berry, L. L., & Daly, R. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9, 5-17. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1990). A General Model of Traveler Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 17, 432-448. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56. Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, B. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. Zhou, H.C. (1994). The study of tourists' needs in private recreation park in Taiwan - a case study of Encore Garden (MSc thesis). Dept of Architecture and Urban Planning, Feng Chia Univ. 82p. (in Chinese with English summary).