

# Studies on Tourism Image, Satisfaction, and Revisiting Willingness in Wang-Gong Coastal Recreation Area

許宜玲、陳信泰

E-mail: 374633@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationships on tourism image, satisfaction, and revisiting willingness of tourists who visited Wang-Gong Coastal Recreation Area. This study used purposive sampling methods to conduct a questionnaires survey of 457 valid samples. Methods of data analysis included descriptive statistics, t test, reliability analysis, one-way analysis of variance, Pearson product-moment correlation analysis and Regression analysis. Results of this research are as followed: (1)Tourists with different sex, education, occupation, residence, sources of information, travel companion, number of visits and residence time had significant differences in tourism image. (2)Tourists with different education, occupation, ources of information, travel companions and residence time had significant differences in satisfaction. (3)Tourists with different sex, education, occupation, sources of information, number of visits and residence time had significant differences in revisiting willingness. (4)Tourism image and satisfaction had a significant correlation. (5)Tourism image and revisiting willingness had a significant correlation. (6)Satisfaction and revisiting willingness had a significant correlation. (7)Tourism image and satisfaction had a significant predictive power for revisiting willingness.

Keywords : Tourism Image、Satisfaction、Revisiting Willingness

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
x 第一章 緒論		1 第一節 研究背景與動機	
1 第二節 研究目的	1	7 第三節 研究範圍、對象及方法	7
7 第四節 研究流程	7	9 第五節 研究變數操作性定義	11
11 第二章 文獻探討		12 第一節 王功濱海遊憩區旅遊資源概述	12
12 第二節 旅遊意象	12	20 第三節 滿意度	30
30 第四節 重遊意願	30	37 第五節 旅遊意象、滿意度及重遊意願相關研究	41
41 第三章 研究方法		46 第一節 研究架構	46
46 第二節 研究假設	46	47 第三節 研究對象與抽樣方法	47
47 第四節 問卷設計	47	48 第五節 資料處理與分析工具	60
60 第四章 結果與討論		63 第一節 王功濱海遊憩區遊客背景資料分析	63
63 第二節 旅遊意象、滿意度及重遊意願之現況分析	68	73 第三節 遊客旅遊特性與旅遊意象、滿意度及重遊意願之差異分析	73
73 第四節 旅遊意象、滿意度及重遊意願之相關分析	90	93 第五節 旅遊意象、滿意度對重遊意願之預測力	93
93 第五章 結論與建議		95 第一節 研究結果摘要	95
95 第二節 建議	101	101 參考文獻	
104 附錄A 預試問卷		115 附錄B 正式問卷	118

## REFERENCES

- 王瑞環(2008), 遺產地旅遊吸引力、旅遊意象與遊客重遊意願關係之研究, 亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版之碩士論文, 台中。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, 台中。吳惠娟(2002), 休閒漁業涵構之研究 - 以王功漁港碼頭為例, 朝陽科技大學建築及都市設計研究所未出版之碩士論文, 台中。呂佳琦(2011), 澎湖地區海洋觀光遊憩對遊客的吸引力、滿意度與重遊意願之研究, 國立澎湖科技大學海洋創意產業研究所未出版之碩士論文, 澎湖。余冠樺(2011), 遊客遊憩動機、滿意度及重遊意願之研究-以內洞國家森林遊樂區為例, 國立嘉義大學森林暨自然資源學系未出版之碩士

論文,嘉義。李佳樺(2008),王功地區觀光發展與居民態度關係之研究,亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版之碩士論文,台中。李德治、董惠玲(2010),多變量分析:專題及論文常用的統計方法,台北:雙葉書廊。沈進成、廖若岑、周君妍(2005),遊客體驗、遊客意象、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。周文樹(2003),台南縣尖山埤水庫風景區遊客滿意度之研究,逢甲大學未出版之碩士論文,台中。周志冠(2010),台南市遊客觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究-以國定古蹟為例,立德大學休閒管理研究所未出版之碩士論文,台南。林玉雯(2009),遊客旅遊動機、滿意度與忠誠度之相關探討-以關子嶺風景區為例,亞洲大學經營管理學系未出版之碩士論文,台中。林宜慈(2004),朝驚絲雨-風情王功·蚵畫人生,彰化:彰化縣政府出版品。林宗賢(1996),日月潭風景區旅遊意象及視覺景觀元素之研究,東海大學景觀學系研究所未出版之碩士論文,台中。林若慧、陳澤義、劉瓊如(2003),海岸型風景區之旅遊意象對遊客行為意向之影響-以遊客滿意度為中介變項,戶外遊憩研究,16(2),1-22。林晏州、陳惠美、顏家芝(1998),高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究,戶外遊憩研究,11(4),59-71。林銘昌、邱晏麟、潘宜鳳(2010),老街目的地意象差異對旅遊滿意度與行為意向之影響-旅遊前與旅遊後意象差異,運動休閒餐旅研究,5(1),85-102。林豐瑞、徐俊麟、吳菁菁(2011),遊憩動機與整體意象影響遊憩滿意度及重遊意願之研究:以台東池上鄉有機廊道遊客為例,農業推廣文彙,56,189-205。邱博賢(2003),觀光意象、滿意度與行為意向間關係之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例,世新大學觀光學系未出版之碩士論文,台北。洪一平(2008),王功地區蚵田文化景觀及產業發展之研究,大葉大學設計研究所未出版之碩士論文,彰化。侯錦雄(1991),遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究,國立台灣大學園藝研究所博士論文,台北。栗志中(2000),主題園遊客遊憩行為與意象關聯之研究,朝陽科技大學企業管理所未出版之碩士論文,台中。徐吳杲、邱佳椿(2002),技職教育研究教戰手冊-SPSS基礎篇,台北:師大書苑。翁翠陽、盧惠敏(2012),遊客對瑞豐夜市之服務品質、滿意度與忠誠度之研究,觀光與運動健康學報,2(2),132-146。張孝銘、李豪(2008),觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究-以苗栗縣大湖鄉為實證,休閒產業管理學刊,1(2),57-69。張恕忠、林晏洲(2001),遊客對休閒漁業之活動偏好與滿意度,休閒遊憩觀光研討會,1-28。張素真、李素馨(2011),王功漁港地區遊客重遊意願及再發展之研究,運動與遊憩研究,6(1),15-36。張廖麗珠(2010),遊客對鹿港鎮旅遊意象、旅遊品質、知覺價值與再遊意願之研究,休閒產業管理學刊,3(1),62-80。陳水源(1989),遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究,戶外遊憩研究,1(3),25-51。陳弘尉(2006),旅遊意象對滿意度與重遊意願之影響研究-以2006台灣燈會為例,南台科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文,台南。陳志遠(2006),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,新竹。陳英仁(2005),老人休閒動機、休閒參與及休閒環境偏好關係之研究,朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文,台中。陳俊男(2003),七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗與遊憩滿意度之研究,南華大學旅遊事業管理學研究所未出版之碩士論文,嘉義。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,國立高雄餐旅學院旅遊管理研究所未出版之碩士論文,高雄。陳淑惠(2011),王功地區遊客旅遊意象、顧客價值與遊後行為之研究,大葉大學管理學院未出版之碩士論文,彰化。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,桃園。陳徹(2003),SPSS統計分析—基礎篇,台北:碁峰資訊。彭心妮(2009),整合行銷傳播、旅遊體驗、旅遊意象與重遊意願關係之研究-以古坑柳丁節為例,南華大學傳播學研究所未出版之碩士論文,嘉義。曾麗菁、錢銘貴、沈盈貝(2012),遊憩動機、旅遊滿意度及重遊意願關係之研究-以台灣原住民族文化園區為例,休閒事業研究,10(1),41-58。黃康玲(2010),美濃地區遊客特性、滿意度與再遊意願之研究,大仁科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文,屏東。黃章展、林佳薇(2007),觀光客對觀光目的地原始、誘發至複合意象變動之研究-以王功為例,戶外遊憩研究,20(4),1-25。黃鈺評(2010),兩岸遊客旅遊動機、旅遊意象、遊客滿意度與目的地忠誠度之研究—日月潭,中華大學未出版之碩士論文,新竹。黃耀昆(2006),旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究-以田尾公路花園為例,嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所未出版之碩士論文,嘉義。楊文燦、曾宇良、李艾琳(1999),旅遊意象與遊憩偏好之關係-以南投縣集集鎮為例,國立台灣大學園藝系休閒、遊憩、觀光研究成果研討會,2,149-162,台北:中華民國戶外遊憩學會、國立台灣大學園藝系聯合主辦。葉茂生(2001),澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究,世新大學觀光學系未出版之碩士論文,台北。詹欣琪(1999),都市綠園道遊憩活動特性與環境屬性之研究-以台中經國園道為例,東海大學景觀學系未出版之碩士論文,台中。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,南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文,新竹。劉季貞、杜先惠、陳惠嫻、張明正、張偉雄(2009),遊憩體驗對遊客滿意度與重遊意願的影響-以高雄新光碼頭為例,運動健康與休閒學刊,13,109-120。劉泳倫、林瑋珊、鄒哲宗、曾家鈺(2010),東石漁人碼頭遊客旅遊動機、需求、滿意度與重遊意願之相關研究,稻江學報,4(2),179-197。劉泳倫、鄒哲宗、丁伯薇(2011),圓潭自然生態園區遊客旅遊動機、旅遊偏好、滿意度與重遊意願之相關研究,休閒觀光與運動健康學報,1(2),62-79。劉柏瑩、黃章展(2001),日月潭國家風景區觀光意象之評估,發表於中華民國戶外遊憩學會「2001休閒、遊憩、觀光學術研討會」,台中:靜宜大學觀光事業學系。劉家菁(2009),自來水園區遊客遊憩動機、體驗效益與滿意度之研究,中華大學營建管理研究所碩士論文,新竹。蔡秉勳(2011),SPA旅遊遊客生活型態、行為意向與休閒滿意度關係之研究-以關子嶺溫泉區為例,國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所未出版之碩士論文,高雄。蔡鳳兒(2005),遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究-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,新竹。鄭錫欽,胡俊傑,陳宏斌(2008),觀光產業水產品市場行銷策略與消費者滿意度分析-以澎湖箱網養殖業海鱺行銷為例,島嶼觀光研究,1(1),44-69。鄭錫欽,梁家祐(2008),澎湖菜園休閒漁業居民認同感與遊客滿意度之探討,生物與休閒事業研究,6(1),104-119。盧筱筠(2007),旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究—以瑞士團體套裝旅遊為例,世新大學觀光學系未出版之碩士論文,台北。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,南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文,新竹。謝瑞芳(2010),服務品質、商店形象、顧客滿意度與顧客忠誠度之研究-以夢時代購物中心為例,國立屏東商業技術學院國際企業研究所未出版之碩士論文,屏東。魏金絨(2005),甦醒中的王功,彰化:彰化縣政府文化局。魏鼎耀(2005),目的地意象、知覺價值與遊後行為意向關係之研究,國立成功大學交通管理科學研究所未出版之碩士論文,台南。蘇瑞蓮、金?(2008),旅遊意象、知覺價值、服務品質、知覺風險對遊後行為意向的影響-以苗栗縣西湖渡假村為例,聯大學報,5(1)

, 182-200。二、英文部份 Assael, H. (1984). Consumer behavior and marketing action. Boston MA: Kent Publishing. Beerli, A. & Martin, J. D. (2004) " Factors influencing destination image " Annals of tourism research: 31(3), 657-681. Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. Journal of marketing, 54(8), 69-82. Boulding, K. E. (1956). The image :Knowledge and life in society. Ann Arbor MI: University of Michigan Press. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of consumer effort, expectations and satisfaction. Journal of Marketing Research, 244-249. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. Journal of Travel Research, 17(4), 18-24. Cuieford P. (1965). Fundamental statistical in psychology and education (4rd ed.). McGraw-Hill, NY. Dichter, E. (1985). What ' s in an image. Journal of Consumer Marketing, 13(2),455-472. Dorfam, P. W. (1979). Measure and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping. Environment and Behavior, 1(4), 83-510. Dowling, G. R. (1988). Measuring corporate image: A review of alternative. Journal of Business Research, 17, 27-34. Driver, B. L., & Toucher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation of planning. Element of Outdoor Recreation Planning, 9-31. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. Journal of Tourism Studies, 2(2), 2-12. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. Journal of Travel Research, 31(4), 3-13. Fakeye, P.C. & Crompton, J.L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, 30, 10-16. Flanagan, A., & Frederick, H., (1993). The relationship between employee perceived service climate and consumer satisfaction. Journal of Marketing, 42(1), 24-33. Gunn, C. A.(1972). Vacationscape: Designing tourist regions, Austin. A University of Texas. Gunn, C. A. (1988). Vacation scapes: Designing tourist regions. New York: Van Nostrand Reinhold. Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process. Conceptualization and Measurement. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). The motivation to work. New York, NY: John Wiley. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). The theory of buyer behavior. New York: John Wiley and Sons Inc. Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. Journal of Travel Research , 13(3), 1-7. Huppertz, J. W., Areson, S. J., & Evans, R. H. (1978). An application of equity of theory to buyer-seller exchange situation. Journal of Marketing Research, 15, 250-260. Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. International Journal of Tourism Research, 1, 1-15. Kotler, P. (1997). Marketing management : analysis, planning, implementation and control(9rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey. Prentice Hall. Kozak, M. (2001). Repeater ' s behavior at two distinct destinations. Annals of Tourism Research, 28(3), 784-807. Latour, S.A., & Peat N. C. (1979). Conceptual and methodological issue in consumer satisfaction research(6rd ed.). William Wilkie, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 431-437. Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. European Journal of Marketing, 21(10), 5-44. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. Journal of Retailing, 57(3), 25-48. Oxenfeldt, A.R.(1975). Developing a favorable price-quality Image. Journal of Retailing, 50, 8-14. Peterson, G. L. (1974). Evaluating the quality of the wilderness environment: Congruence between perception and aspiration. Environment and Behavior, 6(2), 169-193. Rapoport, A. (1977). Human aspect of urban form. New York: Pergamon Press, 8-47. Reynolds, W. H. (1965). The role of the consumer in image building. California Management Review, 7(3), 69-76. Ross, G. F. (1993). Destination evaluation and vacation preferences. Annals of Tourism Research, 20, 477-489. Schreyer, R.S., & Roggenbuck, J.W. (1978). The influence of experience expectation on crowding percetiopns and Social-psychological carrying capacities. Leisure Science , 1(4), 373-394. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. Journal of Marketing, 60(2), 31-46.三、網頁資料 行政院海岸巡防署全球資訊網(2012) , 中部景點介紹-王功漁港 , [線上資料] , 來源: <http://www.cga.gov.tw/GipOpen/wSite/mp?mp=999> [2012, April 22]。交通部觀光局網站(2012) , 99年、100年國人旅遊時最喜歡的遊憩活動 , [線上資料] , 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/> [2012, June 7]。芳苑鄉公所網站(2012) , 王功路線圖 , [線上資料] , 來源: <http://www.cga.gov.tw/GipOpen/> [2012, April 23]。美美網-彰化旅遊網 , 王功濱海遊憩區研究範圍 , [線上資料] , 來源: <http://travel.chcgplay.tw/> [2012, April 23]。彰化縣政府網站(2012) , 芳苑鄉地理位置圖[線上資料] , 來源: <http://www.chcg.gov.tw/ch/00home/home.asp> [2012, April 23]。