

# 北埔地區遊客之遊憩特性、目的地吸引力、遊憩體驗與行為意向間關係之研究

張廷宇、吳淑女

E-mail: 384336@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究目的在進行北埔地區遊客之遊憩特性、目的地吸引力、遊憩體驗與行為意向間關係之探討。採取便利抽樣方式於北埔地區進行調查，共取得有效問卷364份，採用SPSS for Windows 12.0進行描述性統計、單因子變異數分析、獨立樣本t檢定、Pearson積差相關分析、多元迴歸分析等。研究結果顯示遊客過去造訪北埔次數1-3次為最多，居住在北部地區且是專程到訪之遊客佔大多數；此次在北埔停留時間為3-4小時，造訪目的以欣賞自然環境為主。假設驗證結果摘要如下：(一)不同遊憩特性之遊客，在目的地吸引力上有顯著差異。(二)不同遊憩特性之遊客，在遊憩體驗上有顯著差異。(三)不同遊憩特性之遊客，在行為意向上有顯著差異。(四)目的地吸引力與遊客遊憩體驗間有顯著相關。(五)目的地吸引力與遊客行為意向間有顯著相關。(六)遊客之遊憩體驗與其行為意向間有顯著相關。(七)遊客之目的地吸引力與遊憩體驗對行為意向有顯著預測力。(八)控制到訪次數下，目的地吸引力與遊憩體驗對行為意向有顯著預測力。本研究最後就結果進行討論，並提出相關之建議，以作為休閒遊憩規畫者、政府相關單位及後續研究者之參考。

關鍵詞：遊憩特性、目的地吸引力、遊憩體驗、行為意向

## 目錄

封面內頁 i	簽名頁 ii	中文摘要 iii	英文摘要 iv	致謝詞 vi	內容目錄 vii	表目錄 ix	圖目錄 xi	第一章 緒論 1	第一節 研究背景與動機 1	第二節 研究問題 4	第三節 研究範圍與對象 4	第四節 研究限制 5	第二章 文獻探討 6	第一節 北埔地區之休閒觀光資源 6	第二節 目的地吸引力 11	第三節 遊憩體驗 15	第四節 行為意向 21	第五節 遊憩特性、目的地吸引力、遊憩體驗與行為意向之關係 26	第三章 研究方法 31	第一節 研究架構 31	第二節 研究假設 32	第三節 抽樣方法 32	第四節 問卷設計與操作性定義 33	第五節 預試與正式調查 37	第六節 資料分析 40	第四章 研究結果 43	第一節 遊憩體驗之因素分析 43	第二節 量表信度分析與描述 46	第三節 樣本特性 50	第四節 假設驗證之分析 55	第五章 摘要、討論與建議 80	第一節 研究結果摘要 80	第二節 綜合討論 83	第三節 建議 89	參考文獻 92	附錄「遊憩特性、目的地吸引力、遊憩體驗與行為意向」調查表 103	表目錄	表2-1 PZB行為意向量表問項 23	表3-1 目的地吸引力問項表 34	表3-2 遊憩體驗題項整理表 35	表3-3 行為意向問項表 36	表3-4 預試問卷發放地點與份數 37	表3-5 預試問卷信度分析摘要表 38	表3-6 正式問卷發放地點與份數 39	表3-7 研究假設與驗證方法整理表 42	表4-1 遊憩體驗之項目分析摘要表 44	表4-2 遊憩體驗因素分析表 45	表4-3 目的地吸引力之信度分析與描述表 47	表4-4 遊憩體驗之信度分析與摘要表 48	表4-5 行為意向之信度分析與摘要表 49	表4-6 北埔地區遊客之背景特性分佈表 53	表4-7 北埔地區遊客之遊憩特性次數分配表 54	表4-8-1 到訪次數不同在目的地吸引力上之差異分析表 57	表4-8-2 資訊管道不同在目的地吸引力上之差異分析表 57	表4-8-3 居住地不同在目的地吸引力上之差異分析表 58	表4-8-4 專程到訪與否不同在目的地吸引力上之差異分析表 59	表4-8-5 主要目的不同在目的地吸引力上之差異分析表 59	表4-8-6 停留時間不同在目的地吸引力上之差異分析表 60	表4-8-7 遊客遊憩同伴對目的地吸引力之差異分析表 61	表4-8-8 平均消費不同在目的地吸引力上之差異分析表 62	表4-8-9 交通工具不同在目的地吸引力上之差異分析表 63	表4-8-10 婚姻狀況不同在目的地吸引力上之差異分析表 63	表4-9-1 到訪次數不同在遊憩體驗上之差異分析表 65	表4-9-2 資訊管道不同在遊憩體驗上之差異分析表 65	表4-9-3 居住地不同在遊憩體驗上之差異分析表 66	表4-9-4 專程到訪與否在遊憩體驗上之差異分析表 66	表4-9-5 主要目的不同在遊憩體驗上之差異分析表 68	表4-9-6 停留時間不同在遊憩體驗上之差異分析表 69	表4-9-7 遊憩同伴不同在遊憩體驗上之差異分析表 69	表4-9-8 平均消費不同在遊憩體驗上之差異分析表 70	表4-9-9 交通工具不同在遊憩體驗上之差異分析表 71	表4-9-10 婚姻狀況不同在遊憩體驗上之差異分析表 72	表4-10 遊憩特性不同之遊客在行為意向上之差異分析表 74	表4-11 目的地吸引力與遊憩體驗之相關分析表 75	表4-12 目的地吸引力與行為意向之相關分析表 76	表4-13 遊憩體驗對行為意向之相關分析表 76	表4-14 目的地吸引力與遊憩體驗對行為意向之迴歸分析表 77	表4-15 第一次到訪者在目的地吸引力與遊憩體驗對行為意向之迴歸分析表 78	表4-16 第二次以上者在目的地吸引力與遊憩體驗對行為意向之迴歸分析表 79	表5-1 研究假設驗證結果摘要表 82	表5-2 研究假設驗證結果摘要表(續) 83	表5-2 相關研究比較表 85	圖目錄	圖 2-1 北埔古蹟與街道圖 7	圖 2-2 體驗的五階段 16	圖 3-1 研究架構圖 31
--------	--------	----------	---------	--------	----------	--------	--------	----------	---------------	------------	---------------	------------	------------	-------------------	---------------	-------------	-------------	---------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------------	----------------	-------------	-------------	------------------	------------------	-------------	----------------	-----------------	---------------	-------------	-----------	---------	----------------------------------	-----	---------------------	-------------------	-------------------	-----------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------	----------------------	-------------------	-------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------------	------------------------------	-----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------	---------------------------------	--	--	---------------------	------------------------	-----------------	-----	------------------	-----------------	----------------

## 參考文獻

一、中文部分 (一)書籍、期刊、碩博士論文 王愛惠。(2003)。休閒農場生態活動與遊憩體驗關係之研究。銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。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。朝陽科技大學休閒事業

管理學系未出版之碩士論文。李佳凌。(2008)。吸引力和遊憩體驗對滿意度與忠誠度影響之研究 - 以淡水老街為例。國立台灣師範大學運動與休閒管理學系未出版之碩士論文。李宜穎。(2011)。遊憩動機、遊憩體驗對滿意度與重遊意願之關聯性研究 - 以六堆嘉年華為例。屏東教育大學文化創意產業學系未出版之碩士論文。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。澎湖科技大學海洋創意產業研究所未出版之碩士論文。林政萩。(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。逢甲大學建築與都市計劃研究所未出版之碩士論文。林怡君。(2005)。觀光節慶活動對遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究-以三義國際木雕藝術節為例。南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。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, 2, 267-268。邱博賢。(2003)。觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究 - 以宜蘭地區四大農場為例。世新大學觀光學系未出版之碩士論文。邱皓政。(2008)。量化研究法。台北:雙葉書廊。范明煥。(2005)。北埔印象(鄉志)。新竹縣北埔鄉公所。范欣宜。(2008)。台北市立動物園遊憩吸引力與遊客滿意度與忠誠度之關係研究。國立台灣師範大學運動與休閒管理學系未出版之碩士論文。高明瑞、王國君。(1993)。海岸地區遊客特性與環境偏好之研究。戶外遊憩研究, 6(4), 35-53。高玉娟。(1995)。墾丁國家公園觀光遊憩資源對遊客之吸引力研究。東海大學景觀學系未出版之碩士論文。陳水源。(1988)。遊憩體驗實證之研究 - 以陽明山國家公園為例。戶外遊憩研究, 1(1), 39-75。陳凱俐。(1998)。森林遊樂區遊客遊憩體驗及遊憩效益影響因素之探討 - 以棲蘭森森遊樂區為例。宜蘭技術學報, 1, 27-37。陳汶楓。(2004)。消費者體驗與購後行為關係之研究 - 以六福村主題樂園為例。朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。陳冠宏。(2004)。遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究。世新大學觀光學系未出版之碩士論文。陳冠曲、林喻東。(2006)。溪頭森林遊樂區遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係之研究。國立台灣大學生物資源暨農學院實驗林研究報告, 20(4), 261-277。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), 44-64。陳欣宏、陳佩君。(2010)。遊客對目的地吸引力、體驗品質、知覺價值、行為意圖關係模式之研究 - 以小琉球為例。屏東教大體育期刊, 13, 229-238。曹勝雄。(1993)。觀光行銷學(初版)。台北:揚智文化。郭進財、謝凱雯、黃文成。(2010)。觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究 - 以嘉義縣布袋好美里風景區為例。海峽兩岸體育研究學報, 4(2), 1-19。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, 中國文化大學地學研究所未出版之碩士論文。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。張淑青。(2009)。目的地意象、滿意度與行為意圖的關係 - 目的地意象的區隔效果。台灣管理學刊, 9(1), 1-22。黃宗成、吳忠宏、高崇倫。(2000)。休閒農場遊客遊憩體驗之研究。戶外遊憩研究, 13(4), 1-25。黃佳慧(2005), 體驗品質、滿意度及行為意向關係之研究 - 以華陶窯為例, 朝陽科技大學休閒事業管理未出版之碩士論文。黃昱凱、蘇展平、謝璋莉。(2009)。安平古堡園區服務品質、遊客滿意度與行為意向之研究。文化事業與管理研究, 2, 47-66。黃洛敏。(2010)。影響島嶼觀光客負責任環境行為因素之研究:目的地的吸引力、滿意度與地方依附間之關係。國立屏東商業技術學院休閒遊憩與創意產業管理學系未出版之碩士論文。黃秋藤、胡俊傑、楊倩姿。(2010)。服務品質、服務價值、休閒體驗、滿意度與行為意向之研究-以澎湖海上平台為例。島嶼觀光研究, 3(1), 81-99。葉柏吟。(2010)。賞蝶活動吸引力、休閒體驗與行為意圖關係之研究。雲林科技大學休閒運動研究所未出版之碩士論文。劉泳倫、賴雯玲。(2011)。鹿港小鎮觀光吸引力與遊客體驗價值、行為意向之研究。嘉大體育健康休閒期刊, 10(3), 3-14。鄭健雄。(2006)。休閒與遊憩概論 - 產業觀點。台北:雙葉書廊。蔡淑如。(2010)。遊客參與金山溫泉區遊憩動機、遊憩體驗、滿意度與重遊意願之相關研究。聖約翰科技大學工業工程與管理學系未出版之碩士論文。賴韻如。(2008)。桃園竹圍漁港遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。國立海洋大學環境生物與漁業科學學系未出版之碩士論文。蕭湘勻。(2006)。台南市夜市遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之研究。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。謝淑芬。(2005)。地方產業文化活動對遊客之吸引力與滿意度之研究 - 以鶯歌陶瓷老街為例。第二屆台灣地方觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集(頁120-138)。台北:私立景文技術學院旅運管理學系。顏建賢、黃有傑、張雅嬋。(2010)。南鯤鯓代天府之遊客旅遊動機、目的地的吸引力與滿意度之研究。鄉村旅遊研究, 4(2), 29-44。蘇秋君、鄭欽龍、陳瑩達、林麗貞。(2011)。遊憩體驗、滿意度與行為意向之研究 - 以下坪植物園遊客為例。中華林學季刊, 4(1), 73-86。(二)網路交通部觀光局。(2001)。觀光政策白皮書[線上資料], 來源: [http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/chp62/62\\_1.htm](http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/wpage/chp62/62_1.htm)。交通部觀光局。(2011)。中華民國100年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>。交通部觀光局。(2011)。國內主要觀光遊憩據點遊客人數月別統計, 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>。行政院客家委員會全球資訊網。91年度施政計畫, 來源: <http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=60&ctNode=2131&mp=2013>。行政院文化部。96年度施政計畫, 來源: <http://www.moc.gov.tw/public.do?method=list&categoryId=2>。新竹縣旅遊網。(2012)。古蹟文化, 來源: <http://travel.hsinchu.gov.tw/page.aspx?wtp=1&wnd=57&page=1#data>。北埔旅遊服務中心。(2012)。古蹟簡介, 來源: <http://www.beipu.org.tw/>。經濟部商業司台灣品牌商圈網。(2012)。深入101商圈, 來源: <http://gcis.nat.gov.tw/taiwan-go/ShoppingDistricts/Index.aspx>。新竹縣政府文化局。(2012)。施政目標與重點, 來源: [http://event.hsinchu.gov.tw/index.aspx?url=http%3a%2f%2fwww.hsinchu.gov.tw%2fmodules%2fv10\\_chief%2freport%2fdefault\\_inc.asp](http://event.hsinchu.gov.tw/index.aspx?url=http%3a%2f%2fwww.hsinchu.gov.tw%2fmodules%2fv10_chief%2freport%2fdefault_inc.asp)。二、英文部分 Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Annamma, J. & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied imagination: A multisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 259-282. Clark, R. M., & Stankey, G. H. (1979). The Recreation Opportunity Spectrum: A framework for planning, management and research. General technical report PNW-98. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture - Forest Service Northwest Forest Experiment Station. Clawon, M. & Knetsch, J. L. (1969). Alternatives method of estimating future use. *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), 36-45. Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. Driver, B. L., & Tocher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreational engagement, with implications for planning. In B. L. Driver (Ed.), *Elements of outdoor recreation planning*

(pp. 9-31). Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press. 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., Tinsley, H. F. A., & Manfredi, M. J. (1991). The Paragraphs About Leisure and Recreation Experience Preference Scales: Results from two inventories designed to assess the breadth of the perceived psychological benefits of leisure. In B. L. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure* (pp. 263-286) State College, PA: Venture Publishing. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Cincinnati, OH: South-Western Mason. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley. Fodness, D. (1990). Consumer perceptions of tourist attractions. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9. Formica, S. (2000). Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction. *Dissertation abstracts international*. (UMI No. 3144375) Fennell, D. A. (2002). *Ecotourism programme planning*. Wallingford, Oxon: CABI. Gearing, C., Swart, W., & Var, T. (1974). Establishing a measure of touristic attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12(1), 1-8. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, practice, philosophies* (11th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. Gunn, C. A. (2004). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (3rd ed.). London: Taylor and Francis. Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 2-34. Inskeep, E. (1991). *Tourism planning—An integrated and sustainable development*. New York: Van Nostrand Reinhold. Jackson, M. S., White, G. N., & Schmierer, C. L. (1996). Tourism experience within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 798-810. Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be: A new sociology of leisure*. New York: Macmillan. Laws, E. (1995). *Tourism destination management: Issues, analysis, and policies*. New York: Routledge. Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211. Leiper, N. (1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384. Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 553-575. Manfredi, M. J., Driver, B. L., & Brown, P. J. (1983). A test of concepts inherent in experience based setting management for outdoor recreation areas. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 263-283. Manfredi, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the Recreation Experience Preference Scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213. Mayo, E. J., & Jarvis, P. L. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston: CBI Publishing. Morrison, M. A. (1989). *Hospitality and travel marketing*. Albany, NY: Delmar Publishers. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469. Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44. Peter, M., & Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourists: How to satisfy today's 'fickle' tourist clientele. *The Journal of Tourism Studies*, 11(1), 22-29. Smith, S. (1996). *Recreation geography*. London & New York: Longman. Swarbrooke, J. (2002). *The development and management of visitors* (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann. Victor, T. C. (1989). Marketing implications for attractions. *Tourism Management*, 10(3), 229-232. Warzecha, C. A., & Lime, D. W. (2001). Place attachment in Canyonlands national parks: Visitors' assessment of setting attributes on the Colorado and Green Rivers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(1), 59-78. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. Zins, A. H. (2002). Consumption emotions, experience quality and satisfaction: A structural analysis for complainers versus non-complainers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 12(2/3), 3-18.