

A Study on Mei-Nong Visitors' Perception of Destination Image and Their Perceived Leisure Benefits

黃語瑄、黃世明

E-mail: 9607598@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the visitors' perception of destination image and their perceived leisure benefits in Mei-Nong. And based on the findings, this research provides some suggestion for the government agency and the operator. Based on previous literature and considered present environmental circumstance to design the questionnaire. The image of a destination to be defined by its "Environment landscape", "Activity chance", "Facilities and service" and "History humanities". And three leisure benefits to be included "Psychological benefits", "social benefits" and "Educational benefits". The data collection was by questionnaire to survey the visitors in Mei-Nong. The number of effective questionnaires was 402. 1. About the item of destination image, the visitors who agree the most were "They can taste Hakka delicacies". 2. About the item of leisure benefits, the visitors who agree the most were "They can get closer with the companions". 3. Respondents with different demographic and travel characteristics have significantly different evaluation upon destination image factors. 4. Respondents with different demographic and travel characteristics have significantly different evaluation upon leisure benefits factors.

Keywords : Mei-Nong, destination image, leisure benefits

Table of Contents

中文摘要	iii	西文摘要	iv	誌謝辭	v	內容目錄	vi
表目錄	vi	圖目錄	viii	第一章 緒論	xi	1 第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	3	3 第三節 研究問題	3	3 第四節 研究範圍與研究對象	4	4 第五節 名詞定義	5
第二章 文獻回顧	6	6 第一節 美濃地區整體概述	6	6 第二節 目的地意象	13	6 第三節 休閒效益	13
23 第四節 相關實證研究	33	第三章 研究方法	36	36 第一節 研究架構與假設	36	36 第二節 研究設計	37
37 第三節 抽樣設計	43	43 第四節 資料處理與分析方法	45	45 第四章 研究結果	47	47 第一節 樣本數資料分析	47
47 第二節 項目與信度分析	53	53 第三節 假設檢定	58	58 第五章 結論與建議	91	91 第一節 研究結果摘述與討論	91
91 第二節 假設檢定	105	105 第三節 研究限制	108	108 參考文獻	110	110 附錄A 正式問卷	121
121 附錄B 訪談紀錄	125						

REFERENCES

1. Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1996), 休閒與人類行為(涂淑芳譯), 台北市; 桂冠圖書, (原文於1982年出版)。
2. Bell, Paul A. (1996), 環境心理學(聶筱秋譯, 2003), 台北; 桂冠圖書股份有限公司, (原文於1996年出版)。
3. Edginton, C. R., Hanson, C. J., Edginton, S. R., & Hudson, S. D. (1998), 休閒活動規劃與管理(顏妙桂審譯, 2002), 台北市: 麥格羅希爾。
4. Godbey(2003), 休閒遊憩概論: 探索生命中的休閒(葉怡矜等譯, 2006), 台北: 品度股份有限公司, (原文於2003出版)。
5. Henderson, K. A., Bialeschki, M. D., Shaw, S. M., & Freysinger, V. J. (1996), 女性休閒-女性主義的視角(劉耳、季斌等譯, 2000) 中國: 雲南人民出版社。
6. Jack R. Fraenkel and Norman E. Wallen(2003), 教育研究法: 研究設計 實務(楊孟麗, 謝水南 譯), 台北市: 心理出版社。
7. Kotler(2002), 柯特勒深探大亞洲(羅漢等譯, 2002), 台北: 商智文化 事業股份有限公司。
8. Ross G.F. (2003), 觀光心理學(劉修詳審譯, 2003), 台北: 桂魯 出版社, (原文於1994出版)。
9. 方幸君(2004), 高雄市觀光意象與遊憩品質因素重要性及績效表現 認知之研究, 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。
10. 王伯文(2005), 民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究-以奮起湖地區為例, 南華大學旅遊事業管理學研究所 未出版之碩士論文。
11. 王伯文, 沈進成(2004), 民宿體驗對遊客意象及忠誠度影響關係研究-以奮起湖為例, 旅遊管理研究4(2), 195-213。
12. 台灣觀光資訊網(2002), 觀光政策白皮書[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage1.thm>[2006. November 15]。
13. 台灣觀光資訊網(2006), 中華民國94年國人旅遊狀況調查[線上資料]來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200512/94國人中摘.htm>[2006. November 15]。
14. 台灣觀光資訊網(2006), 台閩地區主要觀光遊憩區遊客人數別統計[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.asp?relno=40>[2006, December 17]。
15. 行政院客家委員會(2004), 行政院客家委員會簡介, 台北: 行政院 客家委員會。
16. 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。 17.李素馨、蔡榮峰(1997), 鄰里公園使用者活動餐與類型與休閒效益之研究, 1997休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集, (pp. 163-175), 台中:中興大學。 18.沈進成, 周君妍(2005), 整合行銷傳播對忠誠度之中介影響變數之研究-以古坑華山為例, 旅遊管理研究5(2), 195-220。 19.林采瑩(2005), 非營利組織成員參與節慶活動的動機與效益認知之研究-以宜蘭國際藝術童玩節為例, 大葉大學休閒事業管理學系所未出版之碩士論文。 20.林美萍(2003), 遊客對產業文化活動效益認知之研究-以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例, 逢甲大學土地管理所未出版之碩士論文。 21.林若慧、陳澤義、劉瓊如, (2003), 海岸型風景區之旅遊意象對遊客型為意圖之影響-以遊客滿意度為仲介變數, 戶外遊憩研究, 16(2), 1-22。 22.邱博賢(2003), 觀光意象、滿意度與行為意象間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例, 世新大學觀光學系所未出版之碩士論文。 23.邱皓政著(2000), 量化研究與統計分析, 台北:五南出版社有限公司。 24.客委會(2006), 浪漫的藝術-美濃油紙傘[線上資料], 來源:
<http://www.ihakka.net/hakka2002/hakka200207/life.htm>[2006 December 17]。 25.洪煌佳(2002), 突破休閒活動之休閒效益認知研究, 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。 26.美濃鎮戶政事務所(2006), 十一月人口統計月報表[線上資料], 來源:
<http://rosseauism.kscg.gov.tw/meinu/cindex.htm>M [2006, December 1]。 27.徐瑞穗(2004), 節慶活動參與者之參與動機、效益認知和滿意度研究-以92年麻豆文旦節為例, 靜宜觀光事業學系研究所碩士論文。 28.高育芸, 李英弘(2006), 都市景觀風貌改善對居民的景觀意象評估之影響, 造園學報, 12(1), 59-83。 29.高俊雄(1995), 休閒利益三因素模式, 戶外遊憩研究8(1), 15-28。 30.高雄縣城鄉風貌網(2006), 文化造鎮總體規劃期中報告書, 來源: <http://country.kscg.gov.tw/Documents/DOCS-10/426-1.pdf>, [2006, November 23] 31.高雄縣政府(2003), 高雄縣綜合(部門)發展計畫[線上資料], 來源: <http://163.29.105.99/intranet/plane/3/other0/FIN/final.htm>M[2006, November 23]。 32.高雄縣政府(2006), 高雄縣文化觀光入口網站[線上資料], 來源:
<http://cultural.kscg.gov.tw/Township.aspx?Township=Meinong> [2006, November 23]。 33.高雄縣政府(2006), 觀光指南(美濃鎮)[線上資料], 來源: <http://traffic.kscg.gov.tw/CmsShow.aspx?Parm=20073251180906,20073251055315,5> [2007, May 31]。 34.高雄縣政府(2007), 四季逍遙遊(WEB版)[線上資料], 來源: <http://traffic.kscg.gov.tw/CmsShow.aspx?Parm=200736182421265,1> [2007, May 31]。 35.國家圖書館(2006), 台灣概覽[線上資料], 來源: <http://twinfo.ncl.edu.tw/tiqry/hypage.cgi?HYPAGE=home/index.htm>M[2006, December 14]。 36.張淑君, 曾才珊(2005), 美濃鎮地方文物館與文化產業經濟活動之研究, 農業世界, 265, 106-112。 37.張鈞凱(2005), 地方居民對於地方產業文化活動的參與動機與效益認知之研究-以草鞋墩國際稻草文化節為例, 大葉大學休閒事業管理學系所未出版之碩士論文。 38.陳怡麟(2006), 居民對南瀛總爺藝文中心之遊憩意象與休閒效益認知之研究, 大葉大學休閒事業管理學系所未出版之碩士論文。 39.陳勁甫, 蔡郁芬(2006), 城市觀光意象對旅遊目的地選擇行為之影響-以台北市為例, 環境與管理研究7(1), 17-30。 40.陳思倫, 歐聖榮, 林連聰(1997), 休閒遊憩概論, 台北:空中大學。 41.陳運欽(2002), 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。 42.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碩士論文。 43.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, 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會, 景觀遊憩資源部份, 149-162, 中華民國戶外遊憩學會。 44.經濟部中小企業處(2006), otop地方特色網[線上資料], 來源:
http://otop.moeasmea.gov.tw/v3/details.php?cid=10&id=0_otopadmin_20060905114149M[2006, December 18]。 45.劉純(2001), 旅遊心理學, 台北:揚智。 46.蔡宏進(2004), 休閒社會學, 台北:三民書局。 47.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學研究所未出版之碩士論文。 48.蕭耀賓(2004), 生態旅遊遊客健康相關生活品質之探討-以南投桃米生態村為例, 南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。 49.謝宗恆, 侯錦雄, 郭彰仁(2005), 遊客對北埔傳統聚落之文化遊憩屬性與場所依戀關係之研究, 戶外遊憩研究, 18(4), 001-024。 50.謝淑芬(1994), 觀光心理學, 台北:五南圖書出版有限公司。 51.鍾湘芸, 王秋原, 趙建雄(2006), 全球在地化下美濃地方特色之重塑, 私立中國文化大學華岡地理學報, 19, 23-37。 52.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學系所未出版之碩士論文。 二、英文部分 1.Academy of Leisure Sciences (2006)MWhite Papers on Leisure, Recreation, and Tourism The Benefits of Leisure[Online]M Available <http://www.academyofleisuresciences.org/whitepap.htm> [2006, December 17]^ 2.Bammel, G. & Burrus-Bammel, L. L. (1996). Leisure and human behavior. Dubuque, IA: Brown & Benchmark Publishers. 3.Bell, Paul A. (1996). Environmental Psychology 4E. Wadsworth, a division of Thomson Learning, Inc. 4.Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism, image, evaluation variable and after purchase behavior: Interrelationship. Tourism management, 22(6),607-616^ 5.Birgit, L. (2001) Image Segmentation The case of a tourism destination. Journal of Services marketing, 15(1), 49-66. 6.Bright, A. D. (2000). The role of social marketing in leisure and recreation management. Journal of Leisure Research, 32(1), 12. 7.Coshall, J. T. (2000).Measurement of Tourists' Images: The Repertory Grid Approach. Journal of Travel Research, 39(1), 85-89. 8.Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. Journal of Travel Research, 31(4), 3-13. 9.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(2), 10-16. 10.Frauman, E., Montana, W., & Norman, W. C. (2004). Mindfulness as a tool for managing visitors to tourism destinations, Journal of Travel Research, 42(4), 381-389. 11.Freysinger, V. J., & Flannery, D. (1992) Women's leisure: Affiliation, self-determination, empowerment, and resistance? Loisir et societe/Society and leisure, 15(1), 303 -322. 12.Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C.(2002).Destination image: Towards a conceptual framework, Annals of Tourism Research, 29(1), 56-78. 13.Godbey, G. (2003). Leisure In Your Life : An Exploration (6th ed.)M Venture Publishing Inc. 14.Gunn, C. A. (1972). Vacationscape: Designing Tourist Regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas. 15.Haggard L. M. & Williams, D. R. (1991). Self-identify benefits of leisure activities. Benefits of leisure (pp. 103-120). State College, PA: Venture. 16.Kleiber, D. A., Caldwell, L., & Shaw, S.M. (1993). Leisure meanings in adolescence. Society and Leisure, 6, 99-114. 17.Leisen, B (2001). Image segmentation The case of a tourism destination, Journal of Service Marketing, 15 (1), 49-66. 18.McAvoy, L. (2001). Outdoors for everyone: opportunities that include people with disabilities. Park & Recreation,

36(8), 24-30. 19. 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. 20. Orthner, D. K., & Mancini, J. A. (1991). Benefits of leisure experiences for family bonding. In B.L. Driver et. al. (eds.), *Benefits of Leisure*. State College, PA: Vantage. 21. Ross, G. F. (1994). *The Psychology of Tourism* (Second Edition). Australia: Hospitality Press Pty Ltd. 22. Ulrich, R. S., Dimberg, U., & Driver, B. L. (1991). Psychophysiological indicators of leisure benefits. *Benefits of leisure*. State College, 23. Verduin, J. R., & McEwen, D. N. (1984). *Adult and their leisure* (Springfield, III Charles C. Thomas, 1984), 23. 24. Wearing, B. (1990). Beyond the ideology of motherhood: leisure as resistance. *Journal of Sociology*, 26, 36-58.