

苗栗節慶遊客之個人特質與其遊憩體驗、重遊意願間關係之探討

鄭惠玲、吳淑女

E-mail: 9701127@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究探討苗栗節慶遊客之個人特質與其遊憩體驗、重遊意願之關係。問卷採取便利取樣法選取參加大湖草莓季與苗栗油桐花季之遊客，共發放640份問卷，有效問卷607份(草莓季304份；油桐花季303份)。資料分析上包括描述性統計、信度分析、t檢定、單因子變異數分析、Pearson積差相關分析等。遊客樣本以女性居多，年齡層集中在21-30歲，未婚且學歷在大學(專)居多，其個人所得在20001-40000元之間。假設驗證結果如下所述：1.節慶遊客之教育程度與個人所得不同，在其休閒遊憩體驗上有顯著差異。2.遊客之參訪原因不同，在其休閒遊憩體驗上有顯著差異。3.遊客之參訪原因與平均花費金額不同，在重遊意願上有顯著差異。4.節慶遊客之人格特質與休閒遊憩體驗部分呈現顯著線性相關。5.節慶遊客之人格特質與重遊意願呈現顯著線性相關。6.節慶遊客之休閒遊憩體驗與其重遊意願呈現顯著線性相關。最後本研究以研究結果進行討論，並且提出相關之具體建議以作為規畫者、政府單位與未來研究者之參考。

關鍵詞：節慶活動；人格特質；休閒遊憩體驗；重遊意願

目錄

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
x 第一章 緒論	1	第一節 研究動機與背景	1
1 第二節 研究問題	3	第三節 研究範圍與對象	3
3 第四節 研究限制	4	第二章 文獻探討	4
5 第一節 節慶活動	5	第二節 人格特質	5
15 第三節 休閒遊憩體驗	21	第四節 重遊意願	21
25 第三章 研究方法	29	第一節 研究架構	29
29 第二節 研究假設	30	第三節 問卷設計及操作性定義	30
30 第四節 抽樣方法	34	第五節 預試與正式調查	35
35 第六節 資料分析方法	36	第四章 研究結果	38
38 第一節 背景特性分析	38	第一節 背景特性分析	38
40 第二節 信度分析	46	第二節 遊憩特性分析	40
50 第三節 信度分析	46	第三節 信度分析	46
56 第四章 結論與建議	56	第四節 假設驗證	50
56 第一節 研究結果摘要	56	第五章 結論與建議	56
62 第二節 討論	58	第一節 研究結果摘要	56
62 第三節 研究建議	62	第二節 討論	58
67 附錄A 草莓季問卷	83	第三節 研究建議	62
87 附表1 遊客之背景特性在休閒遊憩體驗上之差異檢定表	91	附錄B 油桐花季問卷	83
92 附表2 遊客之背景特性在重遊意願上無顯著差異	92	87 附表1 遊客之背景特性在休閒遊憩體驗上之差異檢定表	91
92 附表3 遊客之遊憩特性在休閒遊憩體驗上之差異檢定表	93	92 附表2 遊客之背景特性在重遊意願上無顯著差異	92
95 附表4 遊客之遊憩特性在重遊意願上之差異檢定表	95	92 附表3 遊客之遊憩特性在休閒遊憩體驗上之差異檢定表	93
		95 附表4 遊客之遊憩特性在重遊意願上之差異檢定表	95

參考文獻

- 一、中文部分(專書、網路、期刊、碩博論文) Allen, J. (2004), 節慶與活動管理(陳希林、閻蕙群譯), 台北:五觀藝術管理出版社, (原文於1999年出版)。 Atkinson, R. L., Atkinson, R. C., Smith, E. E. & Hilgard, E. K. (1991), 心理學概論(鄭伯勳、洪光遠譯), 台北:桂冠圖書, (原文於1953年出版)。 Kelly, J. R. (2000), 走向自由 休閒社會學新論(趙冉譯), 昆明:雲南人民出版社, (原文於1990年出版)。 Pervin, L. A. (1990), 人格心理學(第四版)(鄭慧玲、楊國樞譯), 台北:桂冠圖書, (原文於1984年出版)。 Pervin, L. A. (1995), 人格心理學(第六版)(洪光遠、鄭慧玲等譯), 台北:桂冠圖書, (原文於1993年出版)。 Phares, E. J. (1997), 人格心理學(第三版)(林淑梨、王若蘭、黃慧真等譯), 台北:心理, (原文於1991年出版)。 Schultz, D., & Schultz, S. E. (2004), 人格理論(第二版)(車先蕙等譯), 台北:揚智文化, (原文於1998年出版)。 王震武、林文瑛、林烘煜、張郁雯、陳學志(2001), 心理學, 台北:學富。 交通部觀光局(2000), 觀光遊樂服務業 遊樂場(區)業調查報告。 李美枝(1984), 社會心理學, 台北:大洋。 邱皓政(2000), 社會與行為科學的量化研究與統計分析, 台北:五南。 張春興(1987), 青年

的認同與迷失,台北:東華。陳仲庚、張雨新(1990),人格心理學,台北:五南。陳思倫、歐聖榮、林連聰(1997),休閒遊憩概論,台北:空大。陳昭明(1981),台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析,台北:台大森林系森林遊樂研究室。陳柏州(2004),台灣的地方新節慶,台北:遠足文化。九四年客家桐花季(2005),油桐花季活動表 [線上資料], 來源:
<http://www.ettoday.com/events/2005flower/index1.htm> [2006, 12, 26]。大湖農會網站(2006),文化館與酒莊的成立 [線上資料], 來源:
<http://www.dahufarm.org.tw/hm/index09.htm> [2006, 12, 26]。中華資訊網(2007),節慶活動數量 [線上資料], 來源:
<http://www.ttnn.com/cna/news.cfm/040629/79> [2006, 8, 10]。台中縣政府(2006),台中縣節慶活動目錄表 [線上資料], 來源:
<http://Orz.net/6b1Bw> [2006, 7, 15]。行政院農委會(2006),大湖種植草莓之耕作歷史 [線上資料], 來源:
<http://www.gamadian.com/bulletin/view.php?catid=4300> [2006, 12, 26]。南投縣政府(2006),南投縣節慶活動目錄表 [線上資料], 來源:
http://travel.nantou.gov.tw/12tra_1.asp?viye=2006 [2006, 7, 15]。客庄任我遊(2006),2006客家桐花季 [線上資料], 來源:
<http://tung.hakka.gov.tw/mp.asp?mp=102> [2006, 12, 26]。苗栗縣政府(2006),苗栗縣節慶活動目錄表 [線上資料], 來源:
<http://www.mlc.gov.tw/> [2006, 7, 15]。苗栗縣農業局(2006),最早種植草莓年份 [線上資料], 來源:
http://www.miaoli.gov.tw/Agriculture/fallow/fal_02_1.asp?city_id=11 [2006, 12, 26]。雲林縣政府(2006),雲林縣節慶活動目錄表 [線上資料], 來源: http://www.2yunlin.gov.tw/cultural/02activities/act03_01.asp [2006, 7, 15]。彰化縣政府(2006),彰化縣節慶活動目錄表 [線上資料], 來源: <http://tourism.chcg.gov.tw/> [2006, 7, 15]。王育群(2000),簡介二十一世紀台灣發展觀光新戰略,大葉學報,9(2),15-17。吳宗宏、黃宗成、邱延亮(2004),玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究,國家公園學報,14(2),23-41。吳宗瓊(2000),宜蘭縣國際童玩藝術節觀光經濟影響評估研究調查,世新大學觀光學系委託單位宜蘭縣政府工商旅遊局,2-15。吳宗瓊、朱育瑩、蔡秀玲(2004),地方觀光行銷策略之探討 墾丁地區節慶活動與非活動期間之不同,觀光研究學報,10(4),87-100。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圖之影響 以遊客滿意度為中介變數,戶外遊憩研究,16(2),1-22。林朝欽、李英弘(2001),遊憩體驗之多階段性驗證,戶外遊憩研究,14(1),1-10。張樑治(1999),遊憩活動企劃影響遊憩體驗的研究,國家公園學報,9(2),97-111。莊耀嘉、李雯娣(2001),兒童性格結構:五大模型的本土化檢驗,中華心理學刊,43(1),65-82。陳水源(1988),遊客遊憩需求與遊憩體驗之研討,戶外遊憩研究,1(3),25-51。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。陳宗雄、沈進成(2004),農業旅遊遊客之遊憩動機、體驗、滿意度與重遊意願之關係研究 以台南走馬瀨農場為例,臺灣鄉村研究,3,99-121。陳朝圳、張美玉、鍾玉龍、吳守從、張樑治(2005),環境衝擊知覺、遊憩體驗與重遊意願關係之研究 以南仁山森林生態保護區為例,旅遊管理研究,5(2),125-135。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。楊文燦、鄭琦玉(1995),遊憩衝擊認知及其與滿意度關係之研究,戶外遊憩研究,8(2),109-132。楊宏志(1985),遊客重遊意願與森林樂區經營,台灣林業,11(11),57-62。賴美容、王偉哲(1999),遊客對休閒農場之認知與體驗之研究 以苗栗飛牛牧場為例,戶外遊憩研究,12(1),24-25。龍育民(2000),論人格特質與工作壓力對領導統御的重要性,國防雜誌,15(9),91-101。謝淑芬(2003),遊憩區遊客忠誠度影響因素之比較研究,景文技術學院學報,14(上),220-232。方怡堯(2002),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,國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。王舜皇(2002),三項元宵節活動吸引力與舉辦特性比較研究,朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。李俊杰(2004),組織生涯管理、員工個人生涯規劃、人格特質與工作滿意度之關聯研究,國立成功大學工業與資訊管理學系未出版之碩士論文。沈燕文(2005),草嶺古道芒花季遊憩體驗之研究,佛光人文社會學院社會學研究所未出版之碩士論文。林映秀(2005),涉入、體驗、依戀影響關係之研究 以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例,南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。林淑芬(2002),女性保健志工人格特質、組織承諾與神馳經驗關係之探討 以彰化縣為例,大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。胡家欣(2000),大學生的休閒認知、涉入與體驗 兼論人格特質的影響,高雄醫學大學行為科學研究所未出版之碩士論文。孫君儀(2002),主題遊樂園基層服務人員人格特質、情緒智力與工作表現關係之研究 以劍湖山世界為例,南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。張集毓(1995),遊憩區市場定位之研究,國立中興大學園藝學研究所未出版之碩士論文。張德慶(2004),節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究 以墾丁風鈴季為例,靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。莊雅雯(2004),活動志願工作者人格特質、參與動機與神馳體驗關係之探討,大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。陳比晴(2003),民眾參與節慶活動需求之研究 以2003陽明山花季為例,國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版之碩士論文。陳惠怡(2004),民宿經營者人格特質對決策風格影響之研究 以宜蘭縣冬山河休閒農業區為例,輔仁大學餐旅管理研究所未出版之碩士論文。陳毓婷(2000),消費者人格特質與餐廳服務失誤反應行為及期望挽回措失之相關研究,中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。葉茂生(2001),澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究,世新大學觀光學系研究所未出版之碩士論文。蔡欣嵐(2001),工作特性、人格特質與工作滿意度之關係 以半導體業為例,國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭瓊慧(2004),農村節慶活動與遊客滿意度之研究 以2003大崗山龍眼蜂蜜文化節為例,國立屏東科技大學農企業管理研究所未出版之碩士學位論文。賴福瑞(2005),遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究 以金針山休閒農業區為例,國立屏東科技大學森林學系未出版之碩士學位論文。魏弘發(1996),遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究 以台灣民俗村為例,逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版之碩士論文。二、英文部分 Allen, J., McDonnell, I., & O' Toole, W. (1999). Festival and special event management. Milton, Queensland: John Wiley & Sons, Australia. Allport, G. W., & Obdert, H. S. (1936). Trait-names: A psycholexical study. Psychological Monographs, 47, 1-211 Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1996). Leisure and human behavior (3rd ed.). Dubuque, IA: Brown & Benchmark Publishers. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. Tourism Management, 22(6), 607-616. Borrie, W. T., & Roggenbuck, J. W. (2001). The dynamic, emergent, and multi-phasic nature of on-site wilderness experiences. Journal of Leisure Research, 33(2), 202-228. 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, 7-27. Cardozo,

R. N. (1965). An experimental study of consumer effort expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(8), 244-249. Cattell, R. B. (1943). The description of personality: Basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476-506. Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai Tribal Area, Taiwan. *Tourism Management*, 27, 1224-1234. Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). *Economic of outdoor recreation*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory and NEO Five-Factor Inventory: Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources. Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439. Cronin, J. J., Brady, M. K., & Tomas, G. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 815-822. Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113. Diener, E., Larsen, R. J., & Emmons, R. A. (1984). Person situation interaction: Choice of situations and congruence response models. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 580-592. Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991) (Eds.). *Benefits of leisure*. State College, PA: Venture Publishing. Eysenck, H. J. (1947). *Dimensions of personality*. London: Routledge & Kegan Paul. Fennell, D. A. (2002). *Ecotourism programme planning*. Wallingford, Oxon: CABI. Frew, E. A., & Shaw, R. N. (1999). The relationship between personality, gender, and tourism behavior. *Tourism Management*, 20, 193-202. Friedman, M., & Rosenman, R. H. (1974). Type A behavior and your heart. New York: Knopf. Getz, D. (1991). *Festival, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold. Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cognizant Communication. Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26-42. Goodman, J. (1989). The nature of customer satisfaction. *Quality Progress*, 22(2), 37-40. Gunter, B. C. (1987). The leisure experience: Selected properties. *Journal of Leisure Research*, 19(2), 115-130. Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (1995). Personal values, traveler personality type, and leisure travel style. *Journal of Leisure Research*, 27(2), 125-142. Howard, D. R., Edginton, C. R., & Selin, S. W. (1988). Determinants of program loyalty. *Journal of Park and Recreation Administration*, 6(4), 41-51. Hull, R. B., Steward, W. P., & Yi, Y. K. (1992). Experience patterns: Capturing the dynamic nature of a recreation experience. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 240-252. Iso-Ahola, S. (1985). *The social psychology of leisure*. Dubuque, IA: William C. Brown. Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), 193-213. Jackson, M. S., White, G. N., & Schmierer, C. L. (1996). Tourism experience within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 798-810. Jackson, R. (1997). Making special events fit in the 21st century. Champaign, IL: Sagamore. Jones, O., & Sasser, E. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Kassarian, H. H. (1971). Personality and consumer behavior: A review. *Journal of Marketing Research*, 8(4), 409-418. Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be: A new sociology of leisure*. New York: Macmillan. Kelly, J. R. (1989). Later-life leisure: Beginning a new agenda. *Leisure Sciences*, 11(1), 47-59. Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (8th ed.). New York: Prentice-Hall. Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Principles of marketing* (8th ed.). NJ: Prentice-Hall Inc. Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. E. (1997). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25, 61-70. Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211. Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing. McDonnell, I., Allen, J., & O' Toole, W. (1999). *Festival and special event management*. Brisbane: John Wiley & Sons. McFarlane, B. L., Boxall, P. C., & Watson, D. O. (1998). Past experience and behavioral choice among wilderness users. *Journal of Leisure Research*, 30(2), 195-213. Melamed, S., & Meir, E. I. (1981). The relationship between interests-job incongruity and selection avocational activity. *Journal of Vocational Behavior*, 18, 310-325. Morgan, M. (1996). *Marketing for leisure and tourism*. London: Prentice-Hall. Mundy, J. (1998). *Leisure education: Theory and practice* (2nd ed.). Champaign, IL: Sagamore Publishing. Neulinger, J. (1974). *The psychology of leisure*. Springfield, IL: Charles C. Thomas. Neulinger, J. (1981). *To leisure: An introduction*. Boston: Allyn & Bacon. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46. Richards, B. (1994). *How to market tourist attractions, festivals and special events*. London: Longman. Richards, M. P. (2003). The attitudinal and behavioral consequences of destination performance. *Tourism Analysis*, 8(1), 61-73. Robertson, R., & Regula, J. (1994). Recreational displacement and overall satisfaction: A study of Central Iowa's licensed boaters. *Journal of Leisure Research*, 26(2), 147-181. Ross, G. F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of Travel Research*, 32(2), 54-57. Rotter, J. B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychology Monographs*, 80(1), 609-615. Scott, W. G., & Mitchell, T. R. (1972). *Organization theory: A structural and behavioral analysis*. Homewood, IL: Richard Irwin Publisher. Steward, W. P., & Hull, R. B. (1992). Satisfaction of what: Post hoc versus real-time construct validity. *Leisure Sciences*, 14(3), 195-209. Tian-Cole, S., & Crompton, J. L. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction and their links to destination. *Leisure Studies*, 22(1), 65-80. Tinsley, H. E. A., & Tinsley, D. J. (1986). *A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience*. Leisure Sciences, 8(1), 1-45. Watt, D. (1998). *Event management in leisure and tourism*. New York: Addison Wesley Longman. Williams, F. T. (1997). *Global tourism: The next decade*. London: Butterworth-Heinemann. Yuan, J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events. *Journal of*

