

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

陳佳媚、雷文谷

E-mail: 9800775@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要目的在探討潭雅神綠園道遊客目的地意象與重遊意願之關係，並分析遊客不同參與行為在目的地意象與重遊意願之差異。本研究以潭雅神綠園道18歲以上遊客為研究對象，共發出560份問卷，有效問卷為533份，有效問卷回收率95%。統計分析後獲得以下結果：(一)遊客主要來自台中縣，多自備自行車，訊息來源主要是透過親朋好友的介紹，旅遊地點選擇方式大多是自主性旅客，抵達潭雅神綠園道以騎自行車者最多，來訪次數以第5次以上者最多，多以家人為騎乘夥伴，騎乘時間以1~2小時者為最多。(二)遊客目的地意象高低依序為心理體驗、自然環境、交通便利、設施規劃；遊客之重遊意願頗高。(三)不同居住地區、旅遊地點選擇、交通工具、來訪次數、騎乘夥伴在目的地意象無顯著差異；不同自行車來源、訊息來源、騎乘時間在目的地意象有顯著差異。(四)不同居住地區、自行車來源、訊息來源、旅遊地點選擇、交通工具、騎乘夥伴、騎乘時間在重遊意願上均無顯著差異；不同來訪次數在重遊意願上有顯著差異。(五)遊客目的地意象與重遊意願間有顯著正相關。(六)遊客目的地意象能有效預測遊客之重遊意願。

關鍵詞：目的地意象(destination image)，重遊意願(revisiting willingness)，自行車道(bikeway)，潭雅神綠園道(Tan - Ya - Shen Bikeway)

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
xi 第一章 緒論	1	1 第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	3	3 第三節 研究目的	3
4 第四節 研究問題	4	4 第五節 研究範圍與限制	4
5 第六節 名詞解釋	5	第二章 文獻探討	7
7 第一節 潭雅神綠園道概述	7	7 第二節 目的地意象	8
8 第三節 重遊意願	23	8 第四節 目的地意象與重遊意願之相關研究	25
25 第三章 研究方法	27	27 第一節 研究架構	27
27 第二節 研究流程	28	28 第三節 研究過程	29
29 第四節 研究對象與取樣	29	29 第五節 研究工具	30
30 第六節 資料分析方法	37	第四章 結果與討論	38
38 第一節 潭雅神綠園道遊客之基本資料	38	38 第二節 潭雅神綠園道遊客目的地意象與重遊意願	43
43 第三節 不同參與行為遊客在目的地意象之差異	44	44 第四節 不同參與行為遊客在重遊意願之差異	53
53 第五節 潭雅神綠園道遊客目的地意象與重遊意願之相關性	56	56 第六節 潭雅神綠園道遊客目的地意象對重遊意願之影響	57
57 第五章 結論與建議	59	59 第一節 結論	59
59 第二節 建議	60	60 參考文獻	64
64 附錄A 研究預試問卷	75	75 附錄B 研究正式問卷	78
78 附錄C 因素分析轉軸過程	81	81 附錄D 正式問卷各量表得分與說明	86

參考文獻

一、中文部分 王又鵬，邱亞康(2002)，消費者特定滿意度、累積滿意度與再購意願間關係之研究，科技與管理學術研討會論文集(pp.471-482)，台北：國立台北科技大學。交通部觀光局行政資源系統(2007)，中華民國95年國人旅遊狀況調查，交通觀光局[線上資料]，來源：<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> [2008, March 17]。行政院體育委員會(2003)，國民體育法，台北：行政院體育委員會。行政院(2005)，挑戰2008國家重點發展計畫[線上資料]，來源：<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0001539&ex=&ic=> [2008, March 24]。行政院經建會(2006)，95年第1季相關部會推動服務業旗艦計畫及主軸措施行情形簡報[線上資料]，來源：<http://www.cepd>。

gov.tw/m1.aspx?sNo=0000570&key=&ex=+&ic=&cd=[2008, April 8]。李美枝(1991), 社會心理學 - 理論研究與應用, 台北:大洋出版社。

吳金源(2004), 花蓮旅遊目的地意象與旅遊意願關係之研究 - 以奇摩網站的旅遊社群使用者為例, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。吳金源, 林玥秀(2004), 旅客社會人口與旅遊特性和旅遊目的地意象間關係之研究以花蓮旅遊目的地意象為例, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。吳忠宏, 黃宗成, 邱廷亮(2004), 玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、滿意度與重遊意願之研究, 國家公園學報, 14(2), 23-41。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, 逢甲大學地政管理研究所未出版之碩士論文。余泰魁, 李能慧(2001), 台灣地區北部民眾對金門旅遊滿意度模式之建構與實證, 戶外遊憩研究, 14(4), 51-76。宋威穎, 雷文谷, 熊婉君(2008a), 東豐綠廊自行車遊客旅遊資訊來源與目的地意象之研究, 人文暨社會科學期刊, 4(2), 83-91。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。邱博賢(2003), 觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究 - 以宜蘭地區四大休閒農場為例, 世新大學觀光學系研究所未出版之碩士論文。栗志中(1999), 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研究所未出版之碩士論文。陳介英(2003), 深度訪談在經驗研究地位的反思, 質性研究方法與資料分析研討會, 嘉義:南華大學教育社會學研究所。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。陳惠美(2001), 九二一地震對於觀光市鎮景觀意象衝擊之研究, 2001年休閒遊憩觀光研討成果研討會論文集 (pp. 145-160), 台中:中華民國戶外遊憩協會。陳惠美(2003), 居民與遊客對觀光城鎮意象認知差異之研究, 突破觀光新困境與觀光產業再造學術研討會(pp.199-216), 台北:中華觀光管理學會。張春興, 楊國樞(1993), 心理學, 台北:三民書局。黃金柱(2005), 運動休閒觀光行銷, 台北市:師大書苑。黃金柱(2006), 運動觀光導論, 台北市:師大書苑。雷文谷, 宋威穎, 張涵筑, 鄭子督, 林聖峻, 王顯戎(付梓中), 淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究, 人文暨社會科學期刊。楊清主編(1985), 簡明心理學辭典, 中國:人民社。楊舒雯(2006), 自行車道遊客特性與遊憩服務品質之研究 - 以台中縣東豐自行車綠廊為例, 國立體育學院休閒產業經營學研究所未出版之碩士論文。趙宏進(2006), 台中縣百里自行車道踩鐵輪賞美景最佳選擇, 大紀元 [線上資料], 來源: <http://news.epochtimes.com/b5/6/2/2/n1209469.htm> [2008, April 12]。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, 國立東華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。蔡宜庭(2006), 「東豐自行車綠廊」的發展與旅遊活動之研究, 國立高雄師範大學地理研究所未出版之碩士論文。劉柏瑩, 黃章展(2001), 日月潭國家風景區觀光意象之評估, 收於中華民國戶外遊憩學會編, 2001年休閒遊憩觀光研討成果研討會, 台中:中華民國戶外遊憩學會。劉家瑜(2003), 台灣運動產業與觀光產業結合之研究 - 以2002年太魯閣中華汽車盃國際馬拉松賽為例, 台北市立體育學院運動科學研究所未出版之碩士論文。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, 世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。顏妙珊(2006), 台北縣八里左岸自行車道遊客與管理者對環境屬性知覺差異之研究, 國立體育學院休閒產業經營研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分 Assael, H. (1984). *Consumer behavior and marketing action*. Boston, MA: Kent Publishing. Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). Differentiation between high, spurious, latent and low loyalty participants in two leisure activities. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9(2), 1-17. Backman, S. J., & Veldkamp, C. (1995). Examination of relationship between service quality and user loyalty. *Journal of Park and Recreation Administration*, 13(2), 29-41. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 657-681. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616. Bignon, V. N., Hammitt, W. E., & Norman, W. C. (1998). French perceptions and images of the United States as a destination country. *Tourism Analysis*, 3, 159-171. Birgit, L. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination, *Journal of Service Marketing*, 15(1), 49-66. Boulding, K. E. (1956). *The Image: Knowledge and Life in Society*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. 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(2), 7-27. Choi, W. M., Chan, A., & Wu, J. (1999). A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination. *Tourism Management*, 20, 361-365. Chon, K. (1989). Understanding recreational traveller's motivation, attitude and satisfaction. *The Tourist Review*, 44(1), 3-7. Cooper, C., Fletcher J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism Principles & Practices*. London: Pitman. Court, B., & Lupton, R. A. (1997). Customer portfolio development: modeling destination adopters, inactives, and rejecters. *Journal of Travel Research*, 36(1), 35-43. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(Spring), 18-23. Dodds, W., Monroe, K., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319. Dowling, G. R. (1988). Measuring Corporate Image: A review of alternative. *Journal of business research*, 17, 27-34. Downing, F. (1992). Image banks dialogues between the past and the future. *Environment and Behavior*, 24, 441- 470. 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(3), 3-11. Enrique, B., Sanchez, M. I., & Sanchez J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616. 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. Francken, D. A. (1993). Postpurchase consumer evaluation, complaint actions and repurchase behavior. *Journal of Economic Psychology*, 14, 273-290. Gartner, W. C. (1989). Tourism Image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. *Journal of Travel Research*, 28(Fall), 16-20. Gartner, W. C. (1993). Image formation process. In Uysal M., & Fesenmaier, D. R. (Eds.), *Communication and channel systems in tourism marketing*(pp.191-215). New York: Haworth. Gensch, D. (1978). Image measurement segmentation. *Journal of Marketing Research*, 15, 384-394. Gregory, J., Ashworth, G. J., & Goodall, B. (1988). Marketing in the

Tourism Industry - The Promotion of Destination Regions. London: outledge. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11(5), 509-516. Guest, Lester P. (1995). Brand Loyalty-Twelve Years Later. *Journal of Applied Psychology*, 39, 405-408. Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing tourist regions*, Austin: A University of Texas. Gunn, C. (1988). *Vacation scapes: Designing Tourist Regions*. New York: Van Nostrand Reinhold. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons. Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13, 1-7. Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1(1), 1-15. Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York: The Free Press. Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination, *Journal of Travel Research*, 39, 260-269. Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Lawson, F., & Baudbovy, M. (1977). *Tourism and recreational development*. London: Architectural Press. Mayo, E. (1975). Tourism and the national park: A psychographic and attitudinal study. *Journal of Travel Research*, 14, 14-18. 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. Parasuramen, A., & Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Pearce, P. L. (1982). Route maps: A study of traveler's perceptions of a section of countryside. *Journal of Environmental Psychology*, 1, 141-155. Petrick, J. F., & Backman, S. J. (2002). An examination of golf traveler's satisfaction, perceived value, loyalty, and intentions to revisit. *Tourism Analysis*, 6, 223-237. Pike, S. (2002). Destination image analysis: A review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549. Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Brown, T. J. (2001). Thailand's international travel image. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 82-95. Ross, G. F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of Travel Research*, 2, 54-57. Selby, M., & Morgan, N. J. (1996). Reconstructing place image: A case study of its role in destination market research. *Tourism Management*, 17(4), 287-294. Uysal, M., Chen, J. S., & Williams, D. R. (2000). Increasing state market share through a regional positioning. *Tourism Management*, 21, 89-96. Walmsley, D. J., & Young, M. (1998). Evaluative images and tourism: the use of personal constructs to describe the structure of destination images. *Journal of Travel Research*, 36(3), 65-69. Westover, T. (1986). Park use and perception: Gender differences. *Journal of Park and Recreation Administration*, 4(2), 1-8. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. *Journal of Travel Research*, 27, 8-14. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(April), 31-46.