

觀光意象與重遊意願相關性之探討

—以高雄市澄清湖風景區為例

張偉雄、林子堯

南華大學 旅遊管理學系暨碩士班

投稿日期:2015年04月18日;接受日期:2015年06月30日

摘要

澄清湖風景區為全台知名觀光景點，然而近期遊客人數逐年下滑。對於擁有良好區位及自然資源的澄清湖而言，實為可惜。因此，本研究試圖以旅遊行為觀點探討遊客對澄清湖觀光意象與重遊意願方面之研究，期望藉由調查了解遊客觀光意象的認知，了解遊客對當地，藉此發現缺失所在並進行建議與改善；同時，本研究已於民國 104 年 1 月至民國 104 年 2 月進行調查，取得有效問卷 150 份。本研究結果如下：(1)部分遊客背景變項在觀光意象與重遊意願達顯著性差異。(2)觀光意象與重遊意願具高度顯著性正相關。根據上述，本研究建議澄清湖風景區可以增設教育及學術性質之設備與鄰近縣市學校進行教學合作。同時配合鄰近之生態景點，協同做生態保育及解說教育，以提昇旅遊服務品質。

關鍵字：觀光意象、重遊意願、遊憩資源

通訊作者：林子堯 講師(南華大學旅遊管理學系暨碩士班)
地址：807 高雄市三民區義昌路58號9F-15
Tel: 0986011541
電子郵件：alex61206@gmail.com

壹、緒論

政府在 2001 年實施週休二日之後，使得民眾可以利用週休的空間時間來進行休閒遊憩活動，由此顯見國人從事觀光旅遊活動之人數及頻率漸趨頻繁，縱使現今受國際金融風暴影響，卻毅然無損於國人的休閒意識。澄清湖風景區是南台灣最大的天然和人工並立的湖泊公園，原名大埤湖，後易名為大貝湖，1963 年再改名為澄清湖，曾名列台灣三大特定風景區之一，有「台灣西湖」之美譽。然而隨著世代變遷，知識爆炸資訊發達，國人的生活價值觀念改變，遊憩消費習性亦跟著轉變。同一時期，國內觀光旅遊業迅速增長，可供國人遊憩之旅遊景點亦增多，而澄清湖風景區在這場觀光客競爭中，卻因其設備老舊等等諸多問題而逐漸失去其競爭力。基於此，研究者試圖以遊客觀點來探討澄清湖之觀光意象與重遊意願之相關性，其研究價值之重要性，可由近期研究中窺探一二。有關觀光意象與重遊意願關係之重要論述，Bigne and Sanchez (2001)發現旅遊地的意象會對知覺感受滿意度、重遊意願、推薦意願有正向的影響。因此遊客對觀光地的形象認知會影響其旅遊行為，觀光意象對旅遊的態度和行為呈現有直接與間接效果，並影響其旅遊時的滿意度。魏弘發(1995)之研究結果，滿意度會影響遊客的重遊意願，滿意度愈低時，其重遊意願也愈低。侯錦雄(1990)其研究結果顯示，重遊意願會受滿意度、遊憩型態、個人屬性及遊憩動機等因素的影響。此外，邱博賢(2003)在其研究之結果顯示遊憩滿意度與觀光意象及重遊意願有顯著相關；遊客之情緒亦會影響滿意度之評價。林美妙(2005)在其研究中發現，觀光意象對滿意度有顯著正向影響，滿意度對行為意向有顯著正向影響，觀光意象對行為意向有顯著正向影響。王伯文(2005)提出遊客之體驗感受必會建立遊客心中對旅遊地之深刻意象，而旅遊意象的正面意象或負面意象就直接影響到旅遊活動的參與，而參與活動的整體滿意程度就影響遊客再次參與的重遊意願。根據上述，本研究係透過觀光意象與重遊意願等相關之文獻，並輔以問卷調查分析，進而探析遊客對於澄清湖風景區觀光意象與重遊意願之認知情形，希冀將其研究結果提供於管理單位作為後續營運之參考方針依據。

本研究目的如下：

- 一、探討不同遊客背景變項在澄清湖觀光意象與重遊意願二變項之差異情形。
- 二、探討澄清湖觀光意象與重遊意願之相關性。

貳、研究方法

一、研究架構與假設

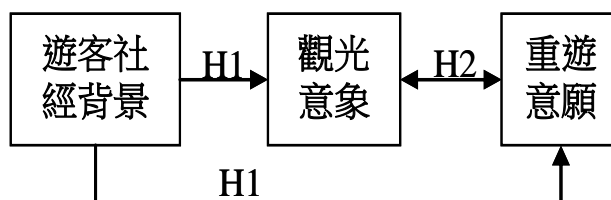


圖 2-1 本研究之研究架構圖

研究假設：

假設一(H1)：不同遊客性別、年齡、居住地、月平均收入、教育程度、婚姻、職業在觀光意象與重遊意願方面有顯著差異。

假設二(H2)：觀光意象對與重遊意願具顯著性相關。

本研究係以問卷調查法為主要研究方法，並依據相關文獻之分析，進而建立本研究之架構圖與其研究假設，如圖 2-1 所示。

二、問卷設計、抽樣方式與統計分析方法

本研究之問卷係參考相關文獻（童雅鈴，2004；呂長賜，2006）與三位相關實務專家討論與檢視後，進而編制自訂簡易量表。本問卷分為遊客社經背景、觀光意象及重遊意願三大部分。並且依李克特(Likert)五點量表分「非常不同意」(1分)、「不同意」(2分)、「普通」(3分)、「同意」(4分)、「非常同意」(5分)設計之。本研究採隨機抽樣，其調查對象為澄清湖風景區之15歲以上遊客，問卷以自行填答方式執行，若有對內容不清楚之遊客，再進行說明。總計發出157份問卷，剔除漏答者及語意模糊及勾選答案明顯有偏差者，共得有效問卷為150份，有效樣本為97%。調查時間為民國104年1月至104年2月（如表2-1所示）。此外，本研究主要亦分別以描述性統計、單因子變異數分析(one-way ANOVA)、*t*檢定、因素分析與Pearson積差相關分析等方法，進行本研究各變項之分析。

表 2-1 有效問卷一覽表

總問卷數	有效問卷數	有效樣本(%)
157 份	150 份	93%

三、研究分析與步驟

本研究係以彙整觀光意象與重遊意願之相關文獻為基礎，並融入實務專家之觀點，進而編制適用於澄清湖風景區之觀光意象與重遊意願之自陳式問卷量表。

本研究觀光意象之相關文獻，可歸納出 17 項屬性，如表 2-2 所示。然重遊意

願部份，經相關文獻探討後歸納出 3 項屬性，以符合澄清湖風景區遊客觀點之適切性；且由於該構念為三個題項，故此部份並未進行因素分析檢驗效度，僅以 Cronbach's α 檢驗其信度。本研究經修訂後之正式問卷，其研究者即前往澄清湖全面發放，並以澄清湖於發放日期間之參觀遊客，作為問卷施測對象。期間，為維護填答問卷之品質，倘若受試者填答時遇內容不清楚，則以訪員對受試者進行解釋或協助其填答，以降低草率填寫問卷與減少重複填答的可能性，進而提高與確保資料分析之正確性。本研究發放問卷時間從民國 104 年 1 月起至 104 年 2 月為止，共回收 157 份問卷，並取得有效問卷 150 份，有效問卷率為 93%。

表 2-2 觀光意象屬性

1. 自然資源豐富	10. 氣候宜人
2. 旅遊景點花費較低	11. 令人感覺放鬆舒適
3. 交通便捷	12. 旅遊資訊內容充足、豐富
4. 特殊人文景觀資源豐富	13. 擁擠程度低
5. 周邊環境觀光資源豐富	14. 整潔的旅遊環境
6. 公共服務設施完善	15. 安全的旅遊環境
7. 風景優美	16. 適合家庭旅遊
8. 空氣品質佳	17. 整體旅遊評價不錯
9. 旅遊知名度高	

資料來源：本研究彙整

參、研究結果與分析

一、信度分析

本次調查將回收之有效問卷進行項目分析，剔除不適宜之題項後以信度分析檢驗量表是否具有內部一致性；即檢測是否合適測量單一概念。由表 3-1 得知，有關本研究衡量項目組成之觀光意象、重遊意願，其整體 Cronbach's α 值介於 0.710 至 0.791 間，綜合上述結果，本次問卷衡量量表經修正後，內部之信度達一定水準。

表 3-1 本研究量表之信度估計表

	構面名稱	總題數	整體問卷量表 Cronbach's α
觀光意象	資源層面	4	.784
	旅遊環境層面	6	.791
	旅遊知覺層面	5	.710
	重遊意願	3	.722

資料來源：本研究彙整

二、遊客基本資料分析

本研究之研究對象為澄清湖當日遊客，共取得 157 份問卷，有效問卷 150 份，有效問卷率 93%。依據問卷回收的結果，將研究樣本之間卷第一部分「基本資料」分析整理如表 3-2 所示。本研究受訪遊客之性別分佈狀況以「女性」有 87 位(54.7%)高於「男性」68 位(45.3%)。年齡層以 20~30 歲佔最大比例為 119 位(79.3%)，其次為 19 歲以下有 23 位(15.3%)。居住地分佈，主要以南部為最多，有 96 人(64.0%)；其次為中部有 34 人(22.7%)。月平均收入以 2 萬元以下有 109 位(72.7%)最多。教育程度以大學有 105 人(70.0%)最多。婚姻狀況未婚 142 人(94.7%)高於已婚 8 人(5.3%)。職業以學生有 92 位(61.3%)最多，其次為服務業有 19 人(12.7%)。

表 3-2 遊客資料分析表

受訪者基本資料		次數	百分比	受訪者基本資料		次數	百分比
性別	男	68	45.3	教育程度	專科以下	22	14.7
	女	82	54.7		大學	105	70.0
年齡	19 歲以下	23	15.3	研究所以上	23	15.3	
	20~30 歲	119	79.3	婚姻	未婚	142	94.7
	31 歲以上	8	5.4		已婚	8	5.3
居住地	北部	18	12.0	職業	學生	92	61.3
	中部	34	22.7		商	7	4.7
	南部	96	64.0		工	8	5.3
	東部	2	1.3		軍公教人員	14	9.3
月平均收入	未滿 2 萬元	109	72.7	服務業	19	12.7	
	2 萬~3 萬元	23	15.3	其他	10	6.6	
	3 萬~4 萬元	9	6.0				
	4 萬元以上	9	6.0				

資料來源：本研究整理

本研究問卷之觀光意象共 17 個問項，由受試者在李克特五點量表上圈選其重要性程度。藉由描述性統計計算出各屬性的重要性程度之平均數及標準差，並依平均數的大小順序排列，排名第 1 為最重要之屬性，以此類推，排名最後者是受試者認為最不重要的屬性。由表 3-3 可知，遊客對澄清湖的觀光意象，最認同的五項分別是「適合家庭旅遊」、「風景優美」、「令人感覺放鬆舒適」、「旅遊景點花費較低」及「擁擠程度低」。

表 3-3 觀光意象屬性重要性評比表

題項重要性排名	平均 數	標準 差	題項重要性排名	平均 數	標準 差
1.適合家庭旅遊	4.15	.730	10.安全的旅遊環境	3.81	.757
2.風景優美	4.07	.672	11.整潔的旅遊環境	3.77	.743
3.令人感覺放鬆舒適	4.00	.811	12.旅遊知名度高	3.75	.837
4.旅遊景點花費較低	3.98	.815	13.交通便捷	3.69	.890
5.擁擠程度低	3.96	.767	14.旅遊資訊內容充足豐富	3.59	.779
6.整體旅遊評價不錯	3.89	.677	15.公共服務設施完善	3.56	.746
7.氣候宜人	3.89	.752	16.特殊人文景觀資源豐富	3.51	.757
8.自然資源豐富	3.87	.717	17.周邊環境觀光資源豐富	3.50	.792
9.空氣品質佳	3.82	.905			

資料來源：本研究整理

三、觀光意象之因素分析與效度分析

因素分析主要是心理學領域所發展的一種多變量技術，目的在於以較少的維度中來表現原先的資料結構，又不失其原始資料，可減少變數的數目，且創造出彼此獨立不相關的新因素(吳明隆、涂金堂, 2014)。觀光意象因素分析之巴氏球形檢定(Bartlett's test of sphericity)的卡方值為 852.685 (達顯著)，表示各變數間有相關；而在抽樣適切性方面，KMO 值為.855，根據 Kaiser 的觀點，KMO 值越大，表示相關情形良好，如在.80 以上為良好(Kaiser, 1974)。由上述指標顯示，本研究之觀光意象共為 17 個指標問項，具有其效度及適合進行探索性因素分析，如表 3-4 所示。(一)資源層面：該構面共有四個題項，均與澄清湖風景區之景點資源設備有密切關係，因此命名為「資源層面」。構面包涵「特殊人文景觀資源豐富」、「周邊環境觀光資源豐富」、「公共服務設施完善」、「旅遊資訊內容充足豐富」，其累積解釋變異量為 19.68%，Cronbach's α 值為 0.784。(二)旅遊環境層面：該構面共有六個題項，均與澄清湖風景區內環境有關，因此命名為「旅遊環境層面」。構面包涵「自然資源豐富」、「旅遊景點花費較低」、「風景優美」、「氣候宜人」、「令人感覺舒適放鬆」、「整體旅遊評價不錯」，其累積解釋變異量為 42.57%，Cronbach's α 值為 0.791。(三)旅遊知覺層面：該構面共有五個題項，均與遊客的知覺情感有關，因此命名為「旅遊知覺層面」。構面包涵「空氣品質佳」、「擁擠程度低」、「整潔的旅遊環境」、「安全的旅遊環境」、「適合家庭旅遊」。其累積解釋變異量為 68.29%，Cronbach's α 值為 0.710。

為避免共同方法變異(CMV)問題產生，本研究進一步以 Harman's 單因素檢定法進行研究變項間共同方法變異的檢定(Podsakoff & Organ, 1986; 彭台光, 高月慈、林鈺琴, 2006)，15 個解釋變項共萃取出 3 個特徵值大於 1 的因素，所得到的第一個主成分累積解釋變異量小於 50%，顯示本研究無明顯同源偏誤問題。

表 3-4 觀光意象因素分析表

因素名稱	題項內容	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量	共同性	α 值
資源層面	特殊人文景觀資源豐富	.825	3.96	19.68	.70	.784
	周邊環境觀光資源豐富	.802			.68	
	公共服務設施完善	.693			.50	
	旅遊資訊內容充足豐富	.622			.61	
旅遊環境層面	自然資源豐富	.698	3.80	42.57	.58	.791
	旅遊景點花費較低	.678			.45	
	風景優美	.652			.53	
	氣候宜人	.665			.53	
	令人感覺放鬆舒適	.651			.57	
	整體旅遊評價不錯	.585			.59	
旅遊知覺層面	空氣品質佳	.758	3.35	68.29	.42	.710
	擁擠程度低	.659			.48	
	整潔的旅遊環境	.625			.61	
	安全的旅遊環境	.603			.64	
	適合家庭旅遊	.587			.45	

資料來源：本研究彙整

四、遊客背景在觀光意象與重遊意願之差異性分析

透過獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析發現，性別雖沒有顯著差異，然而在觀光意象之資源層面上女性遊客(3.56)略高於男性遊客(3.51)，在旅遊環境層面與旅遊知覺層面女性遊客卻低於男性遊客。而已婚遊客在觀光意象之資源層面、旅遊環境層面與旅遊知覺面均高於未婚遊客。不同婚姻和旅遊知覺層面具有顯著水準，未婚遊客對於感官旅遊刺激環境的整體屬性反映高於已婚遊客，換言之，未婚遊客通過感官獲得旅遊對象、旅遊產品等整體意象的心理過程較豐富，會帶給未婚遊客高低起伏、回味無窮的心理感受較高。不同年齡和旅遊知覺層面具有顯著水準，20~30 歲的遊客旅遊知覺頗高(2.873*)。其原因可能是 20~30 歲的遊客對於旅遊刺激物的延續性、順序較容易隨不同遊程規劃及旅遊意象而轉換心境，加上對於旅遊體驗之新鮮感，亦即旅遊時間的長短、先後、快慢和節奏等旅遊知覺亦相對重視。不同教育程度和建議親友到澄清湖的意願具有顯著水準，大學(2.814*)關心程度高於專科及研究所以上教育程度，其原因可能為鄰近大學校區之大學生融入教育與親職探索教育等課程活動使得澄清湖風景區使用效率偏高；無形中也加速親職體驗活動的增長，因此建議親友到澄清湖的意願也較高。不同職業對於資源層面具有顯著水準，其中學生對資源層面的關懷程度較高(2.197*)，可能大部分解說教育

者都兼具學生身分，對接收新資訊較為敏感；換句話說，學生對在地資源特色與環境教育之關切相較於其他職業者，其關係可能更直接且兼具使命感。驗證假設一(H1)：不同遊客性別、年齡、居住地、月平均收入、教育程度、婚姻、職業在觀光意象與重遊意願方面有顯著差異（見表 3-5）。

表 3-5 遊客背景對觀光意象組成構面之單因子變異數分析表

		觀光意象			重遊意願		
		資源層面	旅遊環境層面	旅遊知覺層面	下次再光臨澄清湖的意願	建議親友到澄清湖的意願	未來旅遊優先考慮澄清湖
性別	t 檢定	-.507	.102	.067	1.385	.841	-.035
	顯著性	.613	.919	.946	.168	.402	.972
婚姻	t 檢定	-.423	-.841	-1.636*	.485	1.091	-.815
	顯著性	.681	.401	.041	.639	.201	.681
年齡	F 檢定	.755	.458	2.873*	.534	.545	.520
	顯著性	.408	.764	.047	.652	.538	.652
居住地	F 檢定	.433	.425	.642	.088	.234	.896
	顯著性	.730	.735	.589	.966	.872	.445
月收入	F 檢定	.469	.183	.409	.243	.127	.579
	顯著性	.758	.947	.802	.913	.973	.678
教育程度	F 檢定	.775	.121	1.527	.242	2.814*	1.581
	顯著性	.471	.892	.416	.801	.043	.288
職業	F 檢定	2.197*	.854	1.162	.875	.766	.559
	顯著性	.048	.669	.512	.644	.559	.452

資料來源：本研究整理

五、觀光意象與重遊意願之相關分析

觀光意象與重遊意願之相關性分析方面，根據本研究結果顯示，本研究自變項與依變項之間有著高度相關性，由此可說明澄清湖風景區之觀光意象與重遊意願具高度正相關，如表 3-6 所示。

表 3-6 觀光意象與重遊意願之相關分析

觀光意象與重遊意願 相關分析		觀光意象			重遊意願		
		資源層面	旅遊環境層面	旅遊知覺層面	下次再光臨澄清湖的意願	建議親友到澄清湖的意願	未來旅遊優先考慮澄清湖
觀光意象	資源層面	1					
	旅遊環境層面	.517(**)	1				
	旅遊知覺層面	.509(**)	.599(**)	1			
重遊意願	下次再光臨澄清湖的意願	.288(**)	.516(**)	.218(**)	1		
	建議親友到澄清湖的意願	.327(**)	.395(**)	.287(**)	.540(**)	1	
	未來旅遊優先考慮澄清湖	.308(**)	.339(**)	.294(**)	.350(**)	.500(**)	1

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

肆、結論與建議

本研究從遊客角度探討澄清湖風景區的觀光意象與重遊意願之相關性，依據統計結果，本研究提出以下結論與建議：

本研究透過探索性因素分析，將觀光意象之 17 項指標歸納為「資源層面」、「旅遊環境層面」及「旅遊知覺層面」三個構面，且研究結果得知，來訪遊客認為澄清湖擁有特殊的人文景觀資源，而且周邊環境的觀光資源豐富，並且認為澄清湖風景區的公共服務設施完善，附近的旅遊資訊內容充足豐富。同時，研究顯示，遊客背景對澄清湖之觀光意象並無顯著影響。因此，本研究推論，來澄清湖風景區遊玩之遊客，大多以南部地區居民為主，因處地利之便，往來容易，且價格便宜，環境清幽，湖光美色，猶如高雄地區居民之後花園，對鄰近居民與學校又有優惠，因此成為南部居民假日戶外活動之擇優地點。

本研究之問卷回收後發現，其遊客屬性中，其位於東、北部區域之遊客偏少，建議管理單位可以透過行銷包裝，加強針對性宣傳。亦可鎖定特定族群(例如鳥類攝影人士)加強宣傳。澄清湖風景區內涵多樣性生態資源，又鄰近烏松濕地，建議可增加解說人員，並與相鄰社區協同發展，可使澄清湖風景區融入社區之生態文化，促進地區環境生態保育，且增強內(地方居民)外(遊客)之生態教育解說推廣。同時亦可與學術單位合作，進行協同研究與教學，以發展生態教育之永續經營。

參考文獻

- 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。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 呂長賜(2006)。集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 吳明隆、涂金堂(2014)。SPSS與統計應用分析。台北：五南。
- 沈進成、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。旅遊管理研究，3(1)，79-95。
- 林美妙(2006)。集集地區觀光意象遊客行為滿意度與行為意向之研究。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 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。未出版碩士論文，世新大學觀光學系，台北市。
- 侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。未出版博士論文，國立台灣大學園藝研究所，台北市。
- 彭台光、高月慈、林鈺琴(2006)。管理研究中的共同方法變異：問題。管理學報，23(1)，77-98。

休閒運動保健學報第九期(2015年7月) Journal of Recreation Sport and Health Promotion (July, 2015)
觀光意象與重遊意願相關性之探討—以高雄市澄清湖風景區為研究範圍。頁 25-35。
The Correlation Study of Tourism Image and Revisiting Intention—An Illustration of Chengcing Lake in
Kaohsiung City. No.9, 25-35.

童雅鈴 (2004)。觀光風景區的旅遊動機與滿意度之研究—以內灣風景區為例。
未出版碩士論文，世新大學經濟學系，台北市。

魏弘發 (1995)。遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究—以台灣民俗村為例。未出版
碩士論文，逢甲大學建築及都市計劃研究所。

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.

Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.

Podsakoff, P. M., & Organ, D.W. (1986). Self-reports in organizational research. *Journal of
Management*, 12(4), 531-544

The Correlation Study of Tourism Image and Revisiting Intention—An Illustration of Chengcing Lake in Kaohsiung City

Abstract

Chengcing Lake Scenic Area is the well-known tourist attraction with a high-grade location and natural resources in Taiwan. However, it had been declined a great number of visitors by annual year. Hence, in order to ameliorate the quality for Chengcing Lake Scenic Area, the study aimed at exploring tourists' perceptions on tourism image and revisiting intention by means of the perspective of traveling behaviors; moreover, the correlation of two variables would be analyzed in this study as well. This study had explored for 3 months and surveyed 150 valid questionnaires. Accordingly, the major findings are: 1) Partial demographic variables are significantly differentiated with tourism image and revisiting intention. 2) It is significantly correlated with tourism image and revisiting intention. Based on the above statements, the researchers suggest that it could cooperate with academic institutions and develop the collaborative teaching for learners through related activities of ecological preservation and interpretation education for the future development and enhancing the traveling quality.

Keywords: Tourism image, Revisiting intention, and Recreation resources