

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文
MASTER PROGRAM OF LEISURE ENVIRONMENT MANAGEMENT
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NANHUA UNIVERSITY

遊客對古蹟的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願關係之研究—
以西螺老街為例

A Study of Relationships among Tourist`s Authenticity Perception ,
Nostalgia Affection and Revisiting Intention
Towards Xiluo Historical Block

研究生：鍾振芳

GRADUATE STUDENT : Chen-Fang Chung

指導教授：于健 博士

ADVISOR : Chien Yu Ph. D.

中 華 民 國 一 〇 四 年 六 月

南 華 大 學
旅遊管理學系休閒環境管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

遊客對古蹟的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願關係之研究-
以西螺老街為例

研究生： 鍾振芳

經考試合格特此證明

口試委員： 劉瑞芬
丁張敏
于悅

指導教授： 于悅

系主任(所長)： 

口試日期：中華民國

104 年 6 月 9 日

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班

103 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：古蹟旅遊的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願關係之研究—
以西螺老街為例

研究生：鍾振芳

指導教授：于健 博士

中文摘要

本研究旨在了解古蹟旅遊的遊客對於西螺老街之真實性知覺、懷舊情感以及重遊意願的現況，並探討不同背景的遊客對於西螺老街之真實性知覺、懷舊情感以及重遊意願的差異與相互影響情形。

本研究探討的目的如下：

探討遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願間的關聯性。探討不同遊客對於真實性知覺、懷舊情感與重遊意願間的差異。提供地方政府對於保存西螺老街一個良好的推動觀光建設的參考。

研究方式以問卷調查，收集並參考相關文獻，利用真實性知覺量表、懷舊情感量表及重遊意願量表等研究工具，對走訪西螺老街之受訪遊客進行調查，回收 261 份問卷後，進行各項統計分析，研究發現：

- 一、遊客的真實性知覺正向顯著影響懷舊情感；遊客的懷舊情感正向顯著影響重遊意願；遊客的真實性知覺正向顯著影響懷舊情感。
- 二、不同背景變項的遊客在真實性知覺、懷舊情感與重遊意願上有部分差異。

最後根據上述研究結果，提供管理單位於規劃或推廣西螺老街觀光時之建議，以招攬更多觀光人潮，並使得遊客的願意重遊。

關鍵字：真實性知覺、懷舊情感、重遊意願、西螺老街、古蹟旅遊

Abstract

The purpose on this study was to investigate Heritage Tourists` s authenticity perception , nostalgia affection, and revisiting intention towards Xiluo Historical Blocks , and to explore the differences among Heritage Tourists` s authenticity perception , nostalgia affection and revisiting intention under different background variables .

The purpose of this study was to investigate the following: to explore the relationship among authenticity perception , nostalgia affection , and revisiting intention towards tourists of Xiluo historical blocks . to explore the difference among authenticity perception , and nostalgia affection , and revisiting intention towards tourists of Xiluo historical blocks . to provide the suggestions for the local management towards Xiluo historical blocks to promote tourism.

This study used questionnaires, refer to the relevant literature, the use of self authenticity perception, nostalgia affection and revisiting intention scale as a research tool towards tourists of Xiluo historical blocks, 261 valid questionnaires.

The statistical method of analysis, the study found :

1. Tourists` authenticity perception was significantly predictive of nostalgia affection ; tourists` authenticity perception was significantly predictive of revisiting intention ; tourists` nostalgia affection was significantly predictive of revisiting intention .
2. Part of the tourists` different background significantly differed on their authenticity perception 、 nostalgia affection and revisiting intention ;

Finally, according to the results, we provide suggestions for the management towards Xiluo historical blocks tourism planning and promotion, in a hope to attract more tourists and increase the return rate of tourists.

Keywords : Authenticity Perception, Nostalgia Affection, Revisiting Intention, Xiluo Historical Blocks, Heritage Tourism

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	v
圖目錄	vii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景與動機.....	1
1.2	研究目的.....	2
1.3	研究範圍與對象.....	2
1.4	研究流程.....	3
第二章	文獻探討.....	4
2.1	古蹟旅遊.....	4
2.2	真實性知覺.....	5
2.2.1	客觀真實性知覺.....	5
2.2.2	主觀真實性知覺.....	5
2.3	懷舊情感.....	7
2.4	重遊意願.....	9
2.5	真實性知覺、懷舊情感、重遊意願的相關研究.....	10
2.5.1	真實性知覺對懷舊情感影響的相關研究.....	10
2.5.2	真實性知覺與懷舊情感對重遊意願影響的相關研究.....	11
2.5.3	懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力之中介效果.....	11
2.6	西螺老街.....	12
第三章	研究方法.....	18
3.1	研究架構.....	18
3.2	研究假設.....	18
3.3	名詞界定.....	19
3.3.1	真實性知覺的定義.....	19
3.3.2	懷舊情感的定義.....	19
3.3.3	重遊意願的定義.....	19
3.4	研究設計與工具.....	20
3.4.1	編制問卷.....	20
3.4.2	預試實施.....	21
3.4.3	項目分析與信度分析.....	24
3.4.4	因素分析.....	28
第四章	研究分析與討論.....	33
4.1	遊客基本資料分析.....	33
4.2	遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願現況分析.....	36
4.2.1	遊客的真實性知覺現況分析.....	36
4.2.2	遊客的懷舊情感現況分析.....	37
4.2.3	遊客的重遊意願現況分析.....	39

4.3	真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的關連性.....	39
4.3.1	真實性知覺對懷舊情感的迴歸分析.....	40
4.3.2	真實性知覺對重遊意願的迴歸分析.....	42
4.3.3	懷舊情感對重遊意願的迴歸分析.....	44
4.3.4	懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力之中介效果	46
4.4	不同背景遊客之真實性知覺、懷舊情感與重遊意願差異 分析.....	48
4.4.1	不同背景遊客之真實性知覺差異分析.....	48
4.4.2	不同背景遊客之懷舊情感差異分析.....	50
4.4.3	不同背景遊客之重遊意願差異分析.....	53
第五章	結論與建議.....	55
5.1	研究結論.....	55
5.1.1	遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願現況感受...	55
5.1.2	真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之關聯.....	56
5.1.3	不同背景遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願差 異分析.....	57
5.2	研究建議.....	59
5.2.1	對地方政府的建議.....	59
5.2.2	後續研究之建議.....	61
參考文獻	62
一、中文部份	62
二、英文部份	65
三、網路部份	68
附錄一	69

表目錄

表1-1	國人旅遊時主要從事的休閒活動觀賞文化古蹟統計表	1
表2-1	真實性知覺相關文獻表	6
表2-2	懷舊情感相關文獻表	8
表2-3	重遊意願相關文獻表	9
表 3-1	預試遊客基本資料表	21
表 3-2	真實性知覺量表	22
表 3-3	懷舊情感量表	23
表 3-4	重遊意願量表	24
表 3-5	真實性知覺預試項目分析表	25
表 3-6	懷舊情感預試項目分析表	26
表 3-7	重遊意願預試項目分析表	27
表 3-8	預試問卷項目分析總表	27
表 3-9	真實性知覺因素分析摘要表	29
表 3-10	懷舊情感因素分析摘要表	31
表 3-11	重遊意願因素分析摘要表	32
表 4-1	正式問卷遊客基本資料統計表	35
表 4-2	真實性知覺現況分析表	37
表 4-3	懷舊情感現況分析表	38
表 4-4	重遊意願現況分析表	39
表 4-5	真實性知覺對懷舊情感的迴歸分析表	40
表 4-6	真實性知覺影響懷舊情感多元逐步迴歸摘要表	41
表 4-7	真實性知覺對重遊意願的迴歸分析表	42
表 4-8	真實性知覺影響重遊意願多元逐步迴歸摘要表	43

表 4-9	懷舊情感對重遊意願的迴歸分析表	-----44
表 4-10	懷舊情感預測重遊意願多元逐步迴歸摘要表	-----45
表 4-11	真實性知覺與懷舊情感對重遊意願的迴歸分析表	-----46
表 4-12	不同背景遊客之真實性知覺差異分析表	-----50
表 4-13	不同背景遊客之懷舊情感差異分析表	-----52
表 4-14	不同背景遊客之重遊意願差異分析表	-----54
表 5-1	假設驗證表	-----59



圖目錄

圖 1-1	研究流程	3
圖 2-1	西螺老街地圖	12
圖 2-2	西螺老街街景照片	12
圖 2-3	西螺老街 Art Deco 裝飾派建築物照片	14
圖 2-4	西螺老街堂號、姓氏開模裝飾建築照片	15
圖 2-5	西螺老街立面山頭裝飾建築照片	16
圖 2-6	捷發茶莊內部照片	17
圖 3-1	研究架構圖	18
圖 4-1	真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之徑路分析圖	47

第一章 緒論

本研究是以西螺老街為研究區域，走訪西螺老街之遊客為研究對象，探討真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之關係。本章共分為五節：第一節研究背景與動機；第二節研究目的；第三節研究範圍與對象；第四節研究流程。

1.1 研究背景與動機

近年來休閒旅遊蓬勃發展，民眾每每期盼假期旅遊帶來小確幸。在競爭激烈的旅遊版圖，葉哲銓(2013)指出某些遊客本著對景點真實性、懷舊情感、體驗過去情景等因素，前往有文史古蹟的區域進行觀光。遊客拜訪具有文史古蹟地區，飽覽名勝之餘，不免都是想藉此體驗過去，彷彿回到當初之感，劉子菁(2008)指出遊客所感受的真實性，會影響其文史古蹟觀光的品質。不論是東方的中國四川九寨溝、日本日光的神社與寺院；亦是歐洲義大利的羅馬歷史中心等，還是法國的凡爾賽宮等，都是國際旅遊熱門景點。

依據交通部觀光局「觀光市場摘要」(2014)指出，國人在旅遊時主要從事的休閒活動之文化體驗活動項目裡，觀賞文化古蹟類別的比例逐年增加。從民98年的 5.0 % 逐年上升到102年的 7.3 %，如表1-1，可見國人觀賞文化古蹟類的旅遊風氣是逐年攀升的。

表1-1 國人旅遊時主要從事的休閒活動觀賞文化古蹟統計表

年份	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
百分比	5.0 %	5.1 %	6.2 %	6.8 %	7.3 %

資料來源：本研究整理

台灣擁有豐富歷史建築與街道的老街，目前較受遊客歡迎的老街約有 50 多條(黃沼元，2002；沈文台，2006)，是國內各縣市推展觀光的重點項目之一，(黃宜瑜、謝素卿、林宛儒，2011)。遊客走訪老街不僅是帶來當地的觀光旅遊商機，也讓民眾獲得懷舊情感。近年國內外戲劇流行「穿越劇」，即是期盼懷舊可以引領觀眾目光的，而觀光遊客親自前往老街，是否就能搭上所謂的「穿越風」，並產生「懷舊情感」便是本研究想試圖探究的重點。Hewison(1991)便認為遊客造訪古蹟，主要在追求一種回到過去的情感。

1.2 研究目的

本研究的動機是要以西螺老街為研究個案。從遊客對於西螺老街的真實性知覺是否影響其懷舊情感，探究西螺老街風貌對於遊客是否喚起過去對於西螺的特殊情感或回想自己過去舊時光回憶的影響多寡做探究。而這份個人懷舊引起的專屬情感能否引發遊客再度重遊西螺老街做另一趟的旅遊，也是此研究所要探究的部分。如此，這番結果將可提供地方政府對於保存西螺老街一個良好的推動觀光建設的參考。

本研究的目的是如下：

- 一、探討遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願間的關聯性。
- 二、探討不同背景遊客對於真實性知覺、懷舊情感與重遊意願間的差異。
- 三、提供地方政府對於保存西螺老街一個良好的推動觀光建設的參考。

1.3 研究範圍與對象

本研究透過問卷方式收集資料，發放問卷的對象是：民國 103 年 10 月至民國 104 年 1 月，曾走訪雲林縣西螺老街的遊客。此次問卷共回收 289 份，其中 261 份為有效問卷，在以此 261 份有效問卷進行統計分析。

1.4 研究流程

在研究此議題之前，本人先產生研究動機，接著確定研究主題背景，再來設定研究範圍，在彙整相關文獻資料後，才確定研究的假設。繼而，把收集而來的文獻探討資料與研究假設進行問卷的編制。最後，透過正式問卷的回收，進行資料統計分析，提出結論與建議。

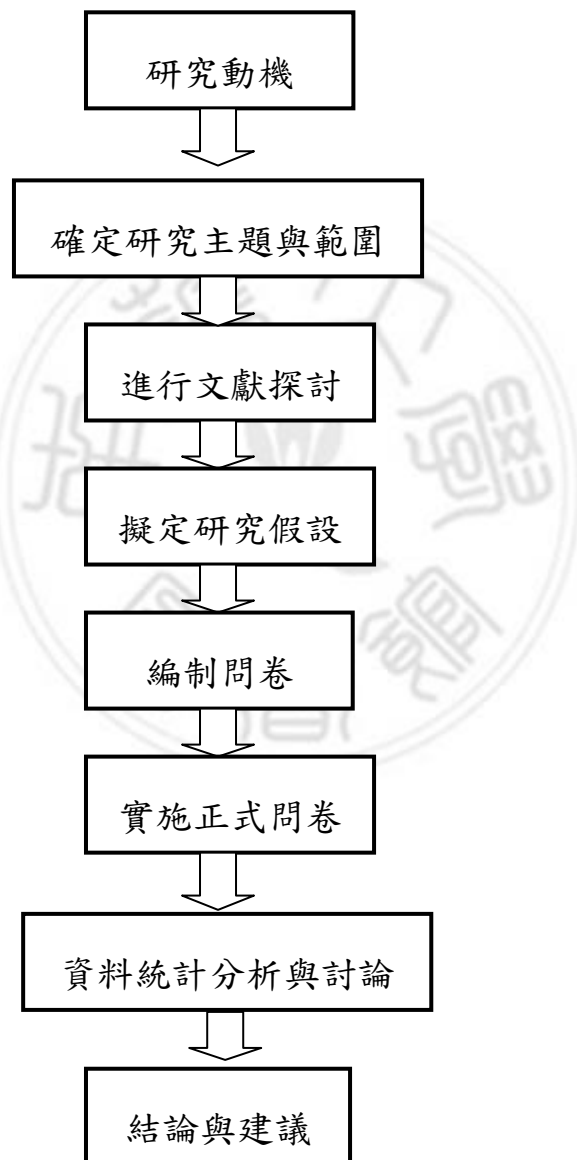


圖 1-1 研究流程

第二章 文獻探討

2.1 古蹟旅遊(Heritage Tourism)

目前世界上最早關於古蹟的概念，是來自「威尼斯憲章」(1964年)中出現的「Historical Monument」，其意涵不單指獨棟的建築，還包含某一特定時期文明特徵、歷史發展或特殊事件。此外，「Historical Monument」不僅僅單指稱謂偉大藝術品，同時，也適用於遺留下來的當代建築(陳諺名，2014)。根據聯合國教科文組織(1972年)頒布的「世界遺產公約」，文化遺產包含文物、建築群和遺址(李雅倩，2013)。台灣頒布「文化資產保存法」(1982年)，希望能透過立法保護這些在台灣珍貴的歷史文物、遺址或景觀，其保護對象有五大類，分別是古物、古蹟、民族藝術、民俗及有關文物、自然文化景觀。「文化資產保護法」第三條指出：「古蹟，意指古建築物、遺址或其他文化遺跡。」黃昱凱等人(2009)提出古蹟的定義：「古代先民們所建造的歷史建築，古蹟累積了文化的傳承，更有見證歷史的代表性地位。」

台灣擁有多元的文化背景，從原住民的部落遺址，再到各地遺留葡萄牙、西班牙與荷蘭人在台置入的歐洲風格建築古蹟，鄭成功來台時期軍事要塞與日治時期各項建設，因此也產下許多珍貴的古蹟資產。著名古蹟如淡水紅毛城、台南赤崁樓、南投八通關古道、屏東恆春古城等。這些古蹟除了保存的價值以外，也提供遊客從事旅遊觀光的功用，讓遊客得以欣賞到過去的文物、建築與景觀。世界各國也有古蹟旅遊的風潮，像柬埔寨的吳哥窟、日本的神社與寺院等，自從被列入世界遺產後遊客紛紛大增(陳妘芯，2013)。古蹟旅遊產品強調文物景點與教育意涵，更成為旅遊熱門形式(Apostolakis & Jaffry，2005)。古蹟觀光因具有體驗、豐富歷史人文、教育意義，是重要的旅遊型態之一(聞鴻儒，2012)。

綜觀以上文獻內容，參考黃昱凱(2009)和聞鴻儒(2012)的文獻後，本研究將古蹟旅遊的定義為：「造訪先民們所建造具有代表性的歷史建築，在旅途中見證並體驗古蹟其豐富歷史人文、教育意義的休閒活動。」

2.2 真實性知覺 (Authenticity Perception)

對於觀光遊客來講，真實性知覺的意涵十分重要。不論是感受外在環境氛圍所帶來的感受，或是遊客本身內在主觀建構的心靈領略，都能達到旅遊的目的。經文獻探討後，國內外學者們多由客觀真實性與主觀真實性這兩個觀點來探究真實性。本研究收集真實性知覺的文獻如下：

2.2.1 客觀真實性知覺：

觀光的真實性概念源自於博物館的使用，Trilling (1972)將真實性定義為：「藝術作品本身是否有呈現出本身或是觀眾所需要的」，此類為有標準可衡量的真實性，也就是客觀的真實性。MacCannell(1973)認為真實性是可以經由測量評估，根據某些標準而定義的，在觀光中如藝術品、美食、民俗，都可以被形容成真實或是不真實的。Reisinger & Steiner(2006)認為真實性是以看得見的物體最為基礎，可以根據某些標準來衡量，真實與否是經專家評定。

2.2.2 主觀真實性知覺：

Moscaedo & Pearce(1986)認為真實性並不是觀光景點的真正財產或可觸及的資產，而是來自觀看者的評論或評價；是一種觀光客的信仰、期待、偏好、刻板印象與對觀光物的透射。Cohen (1988)認為真實性是相對的、彈性的概念，是取決於遊客所追求的體驗形式，即使最初不是真實的，但隨著時間流逝，遊客也逐漸認為是真實的。Wang (1999)認為真實性除了以觀光物件為主體外，也包含觀光活動過程與遊客的知覺與感受。

本研究將歷年學者對真實性知覺的有關文獻整理如表 2-1：

表 2-1 真實性知覺相關文獻表

學者	年代	說明
Trilling	1972	藝術作品本身是否有呈現出本身或是觀眾所需要的
MacCannell	1973	真實性是可以經由測量評估，根據某些標準而定義的，在觀光中如：藝術品、美食、民俗，都可以被形容成真實或是不真實的。
Cohen	1988	由遊客個人的主觀來判斷該地的真實程度。
Wang	1999	傳統文化或其起源的真實性是獨一無二的，是遊客透過觀光經驗本身的結果而來，並非完全來自旅遊環境。
Waitt	2000	遊客透過環境與建築物等實質元素的真實性來感受歷史的再現。
Taylor	2001	在觀光產業，真實性是人們企圖獲得他人真實存在的事物或經驗之感受。
Revilla & Dodd	2003	真實性來自人們對物品的外觀功能、傳統特徵、不易取得、當地生產與低成本的認知程度。
Reisinger & Steiner	2006	真實性是要以看得到的物體作為基礎。
劉子菁	2008	認為襲產觀光中的真實性是遊客認為該地符合歷史情境的程度。
Kolar & Zabkar	2010	遊客透過體驗過的真實程度所獲得的樂趣與知覺程度。
戴有德等	2010	真實性知覺對於該地物品外觀所呈現的歷史和文化意和、功能的運作以及具有原創性的程度。
文芸、傅朝卿	2011	真實性知覺是對現代價值的判斷，是獨特的、特定的，可以是有形的、無形的；對不同的文化、不同的時間及不同的地區的人們其真實性的認知會不同。

資料來源：本研究整理

本研究旨在探究觀光遊客感受旅遊地的真實性，因此採取的真實性的定義是主觀的真實性，也就是遊客感受到的真實性。參考以上有關真實性的文獻並參考戴有德(2010)的真實性量表後，本研究編制成真實性知覺量表，其構面為歷史特徵、功能性與獨特性等三個。

2.3 懷舊情感 (Nostalgia Affection)

經多項文獻表示懷舊(nostalgia)的發表最早是由瑞士醫生 Hofer 於 1934 年所研究提出，nostalgia 是指一種失眠、焦慮、厭食、心悸，甚至輕微精神失常的疾病。後來，懷舊情感的意涵在多種領域皆被提出探討，演變至社會學，Davis (1979) 提出懷舊是一種對於過去生活的正面喚起，不過 Davis 僅認為此現象只能在現實生活中喚起。而 Holbrook (1993) 卻認為懷舊情感是可以從人、地方或是其他事物所獲得。

Goulding (2001) 認為懷舊情感是可以從人、地方或是其他事物，如過往經驗、書中經驗或者電影中所獲得。Stern(1992)將懷舊情感分為個人懷舊與歷史懷舊。個人懷舊指的是懷舊經驗是呈現個人的過去，藉由個人過去經驗中感到珍貴或難忘的物件作為刺激來引發懷舊情感；歷史懷舊則是將過去定義為個人出生前的年代，藉由想像力表現，強調個人未知的部份。

Holak 與 Havlena (1998) 認為懷舊情感是一種由過去的事情所組成正面的複雜感覺、情緒或心情。Batcho (1995) 認為懷舊情感是渴望獲得過去所失去的東西。陳貞吟 (2005) 提出懷舊是一種偏好；懷舊是一種情感體驗。徐錢玉與陳柏蒼(2011)認為人們透過襲產觀光活動及情境，喚起其對於過去的記憶，想回到美好時光的渴望及思念。

本研究將歷年學者對懷舊情感的有關文獻整理如表 2-2：

表 2-2 懷舊情感相關文獻表

學者	年代	說明
Horfer	1934	是一種腦部疾病，來自於思念故鄉的情緒。
Davis	1979	懷舊是對於過去生活的正面喚起，對於作日的嚮往。
Stern	1992	懷舊利用回憶來逃避現實，並藉由過去親身的經驗所引發懷舊。
Holbrook	1993	懷舊是對於過去的渴望、過去思念或過去擁有物的喜愛及過去活動的連結。
Barker & Kennedy	1994	懷舊是個人對於過去經驗、過去物品的喜愛，以及對過去的美好感受的產生。
Holak & Havlena	1998	懷舊是藉由過去的的物品、過去的人、過去的經驗與信念等所引發的正面複雜情緒。
Goulding	2001	懷舊是一種過去的體驗或是偏好；代表著一種暫時性的記憶重現，或是逃離現代的一種解脫。
陳貞吟	2005	懷舊是透過人們對文化、歷史或集體共有生活經驗的產生；是一種情緒體驗、追求快樂的渴望、真實過去的記憶、重新體驗過去的感覺以及自我存在的價值。
程柏舒	2006	對襲產觀光地的記憶，透過旅遊歷程，重新建構過去以滿足現今的渴望。
戴有德等人	2010	對歷史的緬懷及渴望回到過去的一種情感體驗。
徐錢玉與陳柏蒼	2011	透過襲產觀光活動及情境，喚起其對於過去的記憶，想回到美好時光的渴望及思念。

資料來源：本研究整理

綜觀以上文獻內容，本研究採用 Holak & Havlena(1998)、徐錢玉與陳柏蒼(2011)所提出的將懷舊情感文獻理論，定義懷舊情感為：「遊客透過觀光活動及情境喚起對過去的記憶、回想到美好時光的渴望及思念。透過實質的體驗引起的特殊情感，即是懷舊情感。」利用個人懷舊與歷史懷舊兩個構面來設計懷舊情感量表。

2.4 重遊意願 (Revisiting Intention)

重遊意願原本是從行銷學中行為意圖概念衍生而來，是指個人主觀從事某項行為的機率上之判斷。這項機率顯示了個人對某一行為的意願或願意投注的心力(Ajzen & Fishbein, 1980)。在行為意圖來預測後續行為的研究上，Fishbein & Manfredo(1992)提出，如果能對行為意圖進行適當、適宜的度量，得到的結果資料會與大部分實際行為十分接近。

Francken(1993)則提出當消費者對產品或服務感到滿意時，便會出現再度購買的行為。在觀光旅遊學上，Parassuraman (1985) 指出消費者本身願意再次消費遊玩，也願意向他人推薦並給予正面口碑。Jones & Sasser (1995) 提出重遊意願是遊客再度遊玩的意願，亦即忠誠度的再購意願。Guest (1995)認為重遊意願即是旅客會憑之前的旅遊經驗而決定是否重遊該地點。Baker & Crompton (2000) 提出將重遊意願定義為遊客願意再次參與某項活動或設施的可能性。Kozak (2001) 認為重遊意願是遊客對旅遊目的地感到滿意，願意再次回到該目的地或是同一國家內的其他景點。謝金燕 (2003) 表示當遊客選擇到遊憩區遊玩時，遊憩區提供的遊憩機會、環境設施、活動與服務的評價符合遊客的要求，可能讓遊客產生再次造訪的意願。

本研究將歷年學者對重遊意願的有關文獻整理如表 2-3：

表 2-3 重遊意願相關文獻表

學者	年代	說明
Parassuraman	1985	消費者本身願意再次消費遊玩，也願意向他人推薦並給予正面口碑。
Jones & Sasser	1995	重遊意願是遊客再度遊玩的意願，亦即忠誠度的再購意願。
Guest	1995	旅客會憑之前的旅遊經驗而決定是否重遊該地點。

(續上頁)

Kozak	2001	重遊意願是遊客願意再一次旅遊某一地點或同一國家內之其他景點的行為。
謝金燕	2003	遊客選擇到遊憩區遊玩時，遊憩區所提供的遊憩機會、遊憩環境、遊憩活動與服務評價符合遊客的要求，可能使得遊客產生再次造訪的意願。
盧筱筠	2007	重遊意願指遊客對旅遊目的地產生滿意而造成再次前往旅遊的意念、行為。

資料來源：本研究整理

本研究採取 Kozak (2001) 的文獻內容，定義重遊意願為：「遊客對旅遊目的地感到滿意，願意再次回到該目的地或是同一國家內的其他景點。」僅單一構面，即重遊意願。

2.5 真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的相關研究

2.5.1 真實性知覺對懷舊情感影響的相關研究

根據 McIntosh & Prentice (1999) 的研究結果，遊客若在觀光時的真實性知覺將會使其產生懷舊情感。Waite (2000) 的研究也指出，文史古蹟不但能提供遊憩與娛樂的用途，還能提供遊客對過去文化的體驗。

劉沛瑜 (2007) 也指出遊客透過具有歷史文化、老舊物件、保留下來的傳統，及對過去時光的渴望，而產生懷舊的情緒與感受。戴有德等人 (2010) 以三條老街為例，發現懷舊情感的形成確實需要真實性知覺存在。劉子菁 (2008) 與葉哲銓 (2013) 也同樣在古蹟旅遊研究後得到：當遊客在觀光後感受到真實性知覺正向影響遊客之懷舊情感。本研究根據以上學者的文獻，提出本研究的第一個假設：真實性知覺會正向影響懷舊情感。

2.5.2 真實性知覺與懷舊情感對重遊意願影響的相關研究

Wang (1999) 認為真實性除了以觀光物件為主體外，也包含觀光活動過程與遊客的知覺與感受。這樣的感受，能否使遊客產生重遊意願呢？Kolar & Zabkar(2010) 研究在文化古蹟旅遊的文獻中發現真實性知覺正面影響遊客的忠誠度。林裕強、陳美方與楊庭芳(2012) 的研究也指出遊客的真實性知覺使得遊客對觀光地的忠誠度有顯著的影響。忠誠度的定義，根據廖明豐 (2003)指出包含重遊意願、推薦意願、合作態度與主動參與的行為的研究文獻。此外，李雅倩 (2013) 也以台南古蹟為例的研究中則指出，遊客對文史古蹟的真實性知覺對重遊意願有正向影響。

懷舊情感是一種渴望回到過去的一種情感體驗。對於懷舊情感是否能影響遊客產生重遊意願，依據林宗賢、王維靖、劉沛瑜與王乃玉 (2009) 調查九份與金瓜石的遊客研究顯示，初次遊客的重遊行為意圖主要受懷舊意向影響。吳一萍(2009)研究退伍軍人的時候，發現退伍軍人對於原駐地的懷舊情感，會使得他們產生重遊意願。蕭至惠(2013)研究也證實，在襲產觀光旅遊中，懷舊訴求的效果會正向影響消費者的知覺並獲得價值。然而，李雅倩 (2013) 以台南地區古蹟的研究卻得到懷舊情感對於重遊意願無顯著關係。

參考以上文獻內容，本研究提出第二個假設：真實性知覺與懷舊情感會正向影響重遊意願。

2.5.3 懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力之中介效果

根據本研究文獻探討，真實性知覺正向影響懷舊情感且真實性知覺與懷舊情感正向影響重遊意願，因此，本研究提出第三個假設：懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響中具有中介效果。

2.6 西螺老街

傳統的西螺延平老街有分三段，分別是第一段：「市仔頭」由大同路到公正路；第二段：「街中」由公正路到福興宮路口；第三段：「街仔尾」由福興宮路口到平和路(何美慧，2011)。本研究採用西螺老街的範圍以「市仔頭」這一段，即大同路到公正路，如圖 2-1 紅色標示區範圍。



圖 2-1 西螺老街地圖

資料來源：本研究整理



圖 2-2 西螺老街街景照片

資料來源：本研究整理

根據清代諸羅知縣周鍾瑄編撰《諸羅縣志》記載，在1721年已有西螺保。當時居民是平埔族巴布薩人，荷蘭人開墾台灣時，將巴布薩人稱此地的發音譯為「Sorean」。後鄭成功逐走荷蘭人，移居濁水溪南岸的漢人將荷蘭人採用的發音「Sorean」以漢字拼為「西螺」，至此，沿用三百多餘年。

在康熙末年至雍正年間的移民熱潮中，福建漳州府詔安縣人，王玉成入墾西螺，接續西螺各地都有移民進入拓墾。大量漢人進駐開墾後，由於西螺地處南來北往商旅的要道，於是在濁水溪南岸聚集成街市，此時期即為西螺老街的前身。

大約乾隆年間，漢人自福建省來西螺經營「玉山商號」、「玉興號」與「廣合商行」等，可知，清初之時西螺街市已具規模。西螺店家相鄰，呈現商街店舖買賣的景象。日治時期，一場地震使西螺街道巷弄毀壞，日本人遂以「市街改正計畫」打造新面貌的延平街屋，其中「二通」延平路就是目前的西螺老街所在。街屋二樓主要使用西方裝飾派（Art Deco）建築，兼有巴洛克式風格。這街屋同時又採納中式裝飾技巧，不少商號、店家，會以自己的堂號、姓氏開模裝飾，緬懷先祖；各間街屋款式多樣的女兒牆，以及各種不同形式的山牆，成就出中式藝術效果。結合中、西與日的元素，讓西螺延平老街面貌具有特色。

日治時期稱為「二通」的延平路（今延平老街），是數十年前日本人在西螺推展「市政改正計畫」工作的重心。西螺鎮內目前所呈現的市街空間概念，大多是日治時期所保留下來的基礎。延平路得利於緊鄰濁水溪渡船頭，交通運輸便利，因此農產品、加工等商業行為更為繁榮，是當時台灣中部地區南北雜貨重要的交易場所。西螺街街頭的店家與東市場成為商業活動最頻繁的地段。

以下介紹為西螺老街目前的重要歷史特色建築(何美慧，2011)：

1. Art Deco 裝飾派建築：

金玉成商行

螺溪齒科



圖 2-3 西螺老街 Art Deco 裝飾派建築物照片

資料來源：本研究整理。

(1)金玉成商行：

建於 1936 年，建築外觀有著自由造型曲線，有別於中國傳統建築的對稱風格，表現出 Art Deco 裝飾主義的美學風格，帶有強烈的藝術與現代主義建築型態，曾獲得老街屋選美時奪得第一名美譽，為延平歷史老街屋的最佳代表建築。早期金玉成商行係經營鐘錶與金飾，目前由螺情滷味經營此特色建築，傳承西螺老街的歷史。(圖 2-3 左圖)

(2)螺陽齒科：

建於 1933 年，獨棟三樓，立面詮釋 Art Deco 裝飾派風格，其不對稱的大弧型以及三角木窗，搭配哥德式尖拱小窗加上突出陽台，在西螺老街屋中自成一格。(圖 2-3 右圖)

2. 堂號、姓氏開模裝飾建築：

廣合商行

龍泉商行



圖 2-4 西螺老街堂號、姓氏開模裝飾建築照片

資料來源：本研究整理。

(1) 廣合商行：

建於 1932 年，為兩百多年前來台經商的林集山後代家族成員所建。此廣合商行早期經營布匹、碗盤與雜糧等，建築特色為二樓陽台欄杆上以羅馬拼音拼成日語音的「RIN KIOGO SHAUKO」即「林廣合商行」。現址為「永豐米糧行」，老闆經營五穀雜糧，延續老商行，打造新風貌。(圖 2-4 左圖)

(2) 龍泉商行：

建於 1935 年，二樓陽台欄杆以羅馬拼音拼出「LIONG CHOAN」，即為「龍泉」商號。其建築特色仿尖哥德式的門窗、雨避下的牛腿、二樓以「LIONG CHOAN」商號拼出的欄杆，及山牆上飾有十字葉家徽紋，形成強烈的視覺焦點。本建築為西螺重要地方仕紳李應鏜的故居，「龍泉商號」的商號為李應鏜先生父親李龍海所創設。(圖 2-4 右圖)

3. 造型多元的立面山牆建築：



說明：各種不同形式的山牆，成就出中式藝術效果。

圖 2-5 西螺老街立面山頭裝飾建築照片

資料來源：本研究整理。

(1) 西螺戲院：

建於 1930~40 年代，由廣合商行家族所興建，二次大戰後改稱「西螺大戲院」，係可供戲劇表現以及電影播放的場所。1980 年代沒落後關閉，2001 年已被公告為雲林縣歷史建築，戲院二樓的弧形大山牆，為巴洛克風格。(圖 2-5 左圖)

(2) 捷發茶莊：

建於 1932 年，前棟山牆的靈芝、算盤珠、雨庇、欄杆等設計，兼具有商業興隆與藝術裝飾意涵。此建築「延平老街文化館」，作為推廣西螺文化藝術暨歷史街屋示範點。許多想一探西螺老街當時三層洋樓，呈現商住合一的三進狹長型建築的研究者，多可由此窺視其中奧妙之處。(圖 2-5 右圖)

整體而言，現今保存完整的延平路老街傳統街屋，大約建於西元 1930~1945 年間。這些建築在型態上捨棄傳統漢人的三合院建築，改建較單間窄面寬，有別三合院的二層或三層樓的「洋樓」建築。這些街屋建築多是磚造而成，立面外牆則是洗石子的，屋內多以木質為建材，屋頂採用斜瓦，幾乎每戶都有陽臺，門窗為木造窗櫺。

當時西螺街屋建築型態雖有變革，居民卻保持漢人傳統大宗族生活模式，每一戶要容納三、四代成員，多達數十口人生活，因此街屋必須採取狹長地形蓋屋，並往上蓋延伸居住空間。這些街屋除了狹長，多數也為二進或三進建築，第一進被使用來當作店舖，第二進則為住家，進與進之間以天井相隔。如此單間窄面寬又狹長型的二或三層洋樓建築中，呈現出商住合一的居住型態。

西螺傳統街屋當中又以捷發茶莊最具代表性，如圖 2-5



圖 2-6 捷發茶莊內部照片

資料來源：本研究整理

第三章 研究方法

本研究為了研究西螺老街遊客的之實性知覺、懷舊情感與重遊意願的關係，先收集文獻與相關理論，接著，擬定研究架構與假設，進行編制問卷，透過回收的問卷進行資料收集與統計分析。

3.1 研究架構

本研究依據文獻內容分析後，擬製以下研究架構圖：

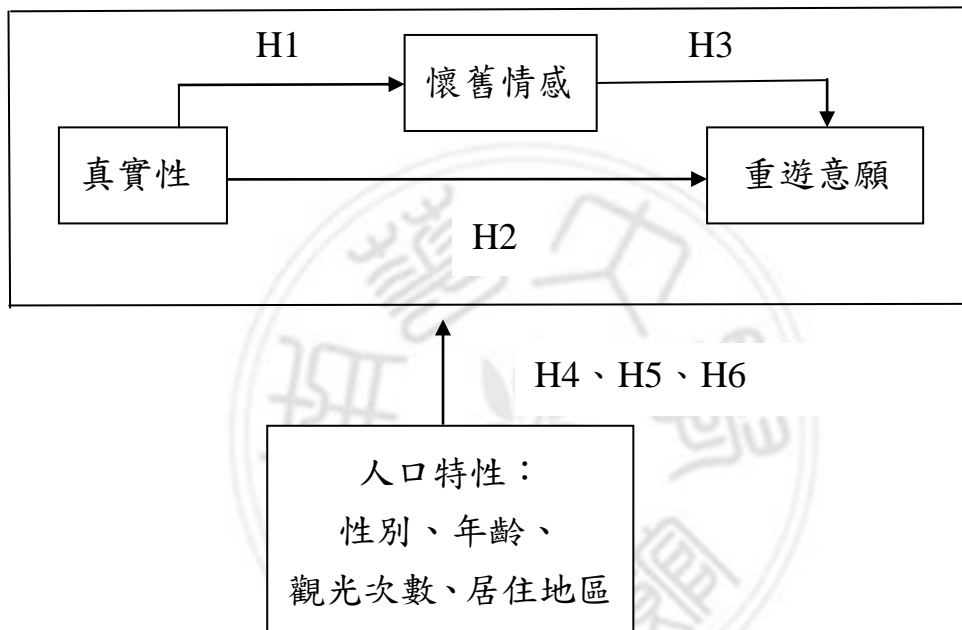


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究假設

- H1：遊客之古蹟的真實性知覺正向影響懷舊情感。
- H2：遊客之古蹟的真實性知覺與懷舊情感正向影響重遊意願。
- H3：遊客之古蹟的真實性知覺透過懷舊情感對重遊意願影響具中介效果。
- H4：不同人口背景遊客令真實性知覺有顯著性差異。
- H5：不同人口背景遊客令懷舊情感有顯著性差異。
- H6：不同人口背景遊客令重遊意願有顯著性差異。

3.3 名詞界定

3.3.1 真實性知覺的定義

「真實」一詞按《教育部國語辭典》解釋為：「真確實而不虛假」。真實性的原文“authenticity”源於希臘羅馬語，是“authentic”的形容詞，意思是指：「the quality of being real or true」，中文可翻譯為：真實性、確實性與可靠性。

本研究將真實性定義為：「文史古蹟旅遊時所處的環境與氛圍帶給遊客真實性的符合程度，主要構面為歷史性、外觀性與獨特性。」

(劉子菁，2008；戴有德、林維榕、陳冠仰，2010)

3.3.2 懷舊情感的定義

懷舊依據《教育部國語辭典》指的是：「念舊、懷念往昔」。在新牛津辭典裡，懷舊定義為對過去情感上的留戀，尤其是透過過去生活經驗上的愉快時光所引起的部份。本研究參照國內外學者的研究，將懷舊情感定義為：「遊客透過觀光活動及情境喚起對過去的記憶、回想到美好時光的渴望及思念。透過實質的體驗引起的特殊情感，即是懷舊情感。」

(Holak & Havlena, 1998；王維靖，2008；徐錢玉與陳柏蒼，2011)，其構面包含「個人懷舊」與「歷史懷舊」。

3.3.3 重遊意願的定義

重遊即舊地重遊，是指：「再度到曾經去過的地方遊玩。」願意再到曾經去過的地方遊玩的意圖、信念即為重遊意願。Kozak(2001)認為：「重遊意願是遊客願意再次旅遊某一地點或選擇同一國家內的其他景點作為旅遊的行為。」本研究即採取 Kozak 的重遊意願定義，為單一構面也就是願意重遊。

3.4 研究設計與工具

本研究之所使用量表依學者理論、相關研究架構與假設，並參考相關文獻等量表加以修改後，設計成本研究問卷的初稿。後經預試結果項目分析與因素分析，針對預試提項做檢視，形成正式問卷。本研究之初稿問卷分為四個部份：一、遊客基本資料；二、真實性知覺量表；三、懷舊情感量表；四、重遊意願量表。

3.4.1 編制問卷

本研究之量表是研究者依研究所需自行編制，參考的文獻如下：劉子菁(2008)、戴有德(2010)、李雅倩(2013)、陳妘芯(2013)、Moscaedo & Pearce(1986)、Wang (1999)、和 Kozak(2001)。經研究者參考以上相關文獻中編制的量表後依所需加以修改，經徵詢相關專家之意見擬定初稿，確定預試量表：真實性知覺量表為 13 題；懷舊情感量表為 12 題；重遊意願量表為 3 題。

遊客基本資料以類別尺度或次序尺度來作答。以類別尺度的有：「性別」、「教育程度」、「交通工具」和「居住地區」；以次序尺度的有：「年齡」、「觀光次數」、以及「停留時間」。

其餘部分，真實性知覺量表、懷舊情感量表和重遊意願量表採 Likert 五點量表，依遊客的實際感受作答，每題有五個選項，分別是「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」與「非常同意」，給分方式為：1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。分數越高，表示對於真實性知覺、懷舊情感、重遊意願的感受越贊同，分數越低則反之。

3.4.2 預試實施

本研究預試於 103 年 7 月至 8 月進行預試問卷發放，地點為西螺老街周邊，總計發放 60 份，有效問卷為 58 份，有效回收率為 96.67 %。

1. 基本資料

內容包括遊客的性別、年齡、教育程度、停留時間、觀光次數、交通工具與居住地區等，利用類別尺度與次序尺度來測量，如表 3-1。

表 3-1 預試遊客基本資料表 (N=58)

項目	選項	次數	百分比	尺度	參考來源
性別	(1) 男性	29	50.0 %	類別尺度	劉子菁(2008) 李雅倩(2013) 陳妘芯(2013)
	(2) 女性	29	50.0 %		
年齡	(1) 20 歲以下	3	5.2 %	次序尺度	
	(2) 21~30 歲	19	32.0 %		
	(3) 31~40 歲	17	29.3 %		
	(4) 41~50 歲	4	6.9 %		
	(5) 51 歲以上	15	25.9 %		
教育程度	(1) 高中(以下)	9	15.5 %	類別尺度	
	(2) 專科大學	25	43.1 %		
	(3) 研究所	24	41.1 %		
停留時間	(1) 不到 1 小時	1	1.7 %	次序尺度	
	(2) 1-2 小時	30	51.7 %		
	(3) 3-4 小時	7	12.1 %		
	(4) 超過 4 小時	20	34.5 %		
觀光次數	(1) 初次到訪	21	36.2 %	次序尺度	
	(2) 2-3 次	11	19.0 %		
	(3) 4-5 次	4	6.9 %		
	(4) 6 次以上	22	37.9 %		
交通工具	(1) 徒步	7	12.1 %	類別尺度	
	(2) 自行車	6	10.3 %		
	(3) 機車	16	27.6 %		
	(4) 汽車	29	50.0 %		
	(5) 大眾運輸	0	0 %		
居住地區	(1) 西螺居民	27	46.6 %	類別尺度	
	(2) 中部	27	46.6 %		
	(3) 北部	4	6.9 %		
	(4) 南部	0	0 %		
	(5) 東部	0	0 %		
	(6) 其他	0	0 %		

註：居住地區的中部遊客，不包含西螺居民。

2. 真實性知覺量表

本研究之真實性知覺量表參考劉子菁(2008)、戴有德(2010)、陳妘芯(2013)等人所提出的真實性文獻並專家意見來編制問卷，將真實性採歷史性、功能性與獨特性三個構面，如表 3-2。

表 3-2 真實性知覺量表

構面	問項	尺度	來源
歷史性	1 西螺老街可以代表當地的特色景點。 2 西螺老街是當地的歷史指標。 3 西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇與市場。 4 西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠。 5 西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。 6 西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。	採 Likert 五點量表 給分方式 為：1~5 分。	陳妘芯 (2013)
功能性	7 西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。 8 西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。 9 西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。 10 西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、 民宿。		劉子菁 (2008)、 戴有德等 (2010)
獨特性	11 西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。 12 西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。 13 西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。		戴有德等 (2010)

資料來源：本研究整理

3. 懷舊情感量表

本問卷之懷舊情感量表參考了劉子菁(2008)、戴有德等人(2010)、陳妘芯(2013)的文獻並參考專家意見後編制而成，分為歷史懷舊與個人懷舊兩個構面，如表 3-3。

表 3-3 懷舊情感量表

構面	問項	尺度	來源
歷史懷舊	1 西螺老街會使我感受以前老街居民的生活。	採 Likert 五點量表給分方式為：1~5分。	劉子菁(2008) 戴有德等(2010) 陳妘芯(2013)
	2 西螺老街會使我感受以前老街居民的風俗。		
	3 西螺老街會使我感受以前老街居民的飲食。		
	4 西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。		
	5 西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。		
	6 西螺老街會使我感受以前老街的貿易買賣。		
個人懷舊	7 西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。		
	8 西螺老街會使我回想起自己以前的友人。		
	9 西螺老街會使我回想起自己以前的場所。		
	10 西螺老街會使我回想起自己以前的生活。		
	11 西螺老街會使我想翻找到自己以前的相片。		
	12 西螺老街會使我想重溫自己以前的生活。		

資料來源：本研究整理

4. 重遊意願量表

本研究之重遊意願預試問卷內容係參考 Kozak (2001)與李雅倩(2013)等人的文獻並經專家意見後編制而成，為單一構面是重遊意願，如表 3-4。

表 3-4 重遊意願量表

構面	問 項	尺 度	來 源
重遊 意願	1 我會重遊西螺老街。 2 即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。 3 即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。	採 Likert 五 點量表給分 方式為：1~5 分。	李雅倩 (2013) Kozak(2001)

資料來源：本研究整理

3.4.3 項目分析與信度分析

研究樣本為預試問卷的 58 份有效問卷，依吳明隆（2013）之預試問卷分析方法，將各題目進行加總，按照總分遞減從最高排至最低後，取出高分組(前 27%)與低分組(後 27%)，進行 t 檢定，求出 t 值作為臨界比(CR 值)，以此再來做題項刪減之參考。信度就是量表的可靠性或穩定性在態度量表裡常用於考驗信度的方法為 Cronbach 所創的 α 係數(吳明隆，2013)。當 Cronbach' α 係數大於 0.7 時屬於高信度；當 Cronbach' α 係數係數介於 0.7 到 0.35 之間，屬於中信度；當 Cronbach' α 係數小於 0.35 時，屬於低信度；但若信度係數 Cronbach' α 小於 0.35，表示量表不具有信度，題項應予以排除。

真實性知覺所量表經項目分析與信度分析之後，本量表中的題項之決斷值介於 3.294~10.517，均大於 3；且構面信度分別為：歷史性=0.801、功能性=0.818、獨特性=0.797 均良好，總信度=0.892，皆屬於高信度，因此，此本研究之真實性知覺量表的題目全保留，結果如表 3-5。

表 3-5 真實性知覺預試項目分析表

構面	題 項	高低分組 比較決斷 值(CR 值)	Cronbach α 係數	總信度	備註
歷史性	1 西螺老街可以代表當地的特色景點。	10.356	0.801	0.892	保留
	2 西螺老街是當地的歷史指標。	4.610			保留
	3 西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇與市場。	3.770			保留
	4 西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠。	3.294			保留
	5 西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。	4.792			保留
	6 西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。	5.042			保留
功能性	7 西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。	4.854	0.818		保留
	8 西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。	6.984			保留
	9 西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。	6.934			保留
	10 西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、民宿。	5.529			保留
獨特性	11 西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。	3.807	0.797		保留
	12 西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。	10.517			保留
	13 西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。	4.555			保留

資料來源：本研究整理

懷舊情感量表經項目分析與信度分析之後，量表中的題目之決斷值介於 3.114~8.755，均大於 3；且構面信度分別為歷史懷舊=0.768、個人懷舊=0.874，均為高信度，總信度=0.890，因此，此懷舊情感量表之所有題項全數保留，結果如表 3-6。

表 3-6 懷舊情感預試項目分析表

構面	題 項	高低分組 比較決斷 值(CR 值)	Cronbach α 係數	總信度	備註
歷史懷舊	1 西螺老街會使我感受以前 老街居民的生活。	6.418	0.768	0.890	保留
	2 西螺老街會使我感受以前 老街居民的風俗。	5.460			保留
	3 西螺老街會使我感受以前 老街居民的飲食。	7.337			保留
	4 西螺老街會使我感受以前 老街的建築風格。	5.531			保留
	5 西螺老街會使我感受以前 老街的興衰起落。	3.338			保留
	6 西螺老街會使我感受以前 老街的貿易買賣。	3.955			保留
個人懷舊	7 西螺老街會使我好像回到 以前的西螺舊時光。	3.114	0.874		保留
	8 西螺老街會使我回想起自 己以前的友人。	8.755			保留
	9 西螺老街會使我回想起自 己以前的場所。	4.069			保留
	10 西螺老街會使我回想起自 己以前的生活。	7.315			保留
	11 西螺老街會使我想翻找自 己以前的相片。	5.483			保留
	12 西螺老街會使我想重溫自 己以前的生活。	3.530			保留

資料來源：本研究整理

重遊意願量表經項目分析與信度分析之後，量表中的題目之決斷值介於 8.820~11.700，均大於 3；且構面信度=0.916，屬於高度信度。此量表之題項全數保留，結果如表 3-7。

表 3-7 重遊意願預試項目分析表

構面	題 項	高低分組 比較決斷 值(CR 值)	Cronbach α 係數	備註
願意 重遊	1 我會重遊西螺老街。	10.184	0.916	保留
	2 即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。	8.820		保留
	3 即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。	11.700		保留

資料來源：本研究整理

本研究的信度是以 Cronbach α 係數衡量問卷內部一致性，從表 3-8 各構面的 Cronbach α 係數介於 0.888~0.916，可以得知此量表的信度良好。根據吳明隆(2013)指出量表總信度達 0.8 以上是有可靠性及穩定性的。根據預試問卷結果，進行項目分析與信度分析後，得到各項變數的信度皆達 0.7 以上，且決斷值皆達於 3.0，故將真實性知覺量表、懷舊情感量表與重遊意願量表之所有問項保留，進行正式問卷的發放。

表 3-8 預試問卷項目分析總表

變數	構面	構面 Cronbach α 係數	變數 Cronbach α 係數
真實性知覺	歷史性	0.801	0.892
	功能性	0.818	
	獨特性	0.797	
懷舊情感	歷史懷舊	0.768	0.890
	個人懷舊	0.874	
重遊意願	意願重遊	0.916	0.916

資料來源：本研究整理

3.4.4 因素分析

1. 真實性知覺的因素分析

將本研究的真實性知覺各構面題目，利用轉軸法進行因素分析，選取特徵值大於 1 的因子為選取因素的依據。再利用極值法做正交轉軸，取負荷量 0.40 以上的題目，經過轉軸後的成分矩陣，刪除不符條件的題目為：「西螺老街保有傳統的行業與產業」。因素分析後重新命名新的構面有四個，分別為：「歷史性」、「功能性」、「樣貌性」與「獨特性」。此四構面的累積解釋變異量為 69.714 %，構面信度介於 0.707 到 0.796 之間，表示此量表有良好的一致性，如表 3-9。

轉軸後的「歷史性」構面由題目「西螺老街可以代表當地的特色景點」、「西螺老街是當地的歷史指標」、「西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇與市場」建構而成，採取的是原構面的「歷史性」名稱，取決於這三個題目內涵必須要有長遠年代才能具代表歷史意義。「功能性」構面由題目「西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。」、「西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。」、「西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、民宿。」建構而成，也是採取的是原構面的「功能性」名稱，藉以表示在管理者、遊客以及店家等三種身分都能使西螺老街發揮其功能與作用。

「樣貌性」構面由題目「西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。」、「西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。」、「西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。」所建構而成，取決於題目中皆牽涉到外觀樣貌，因此，決定命名此構面為「樣貌性」。「獨特性」構面由題目「西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。」、「西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。」、「西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。」

所建構，採取的是原構面的「獨特性」名稱，取決於題目中皆指出西螺老街的與眾不同之處以及有無可取代的意義。

表 3-9 真實性知覺因素分析摘要表

構面	題項	共同性	因素負荷量	構面信度	特徵值	解說變易量 (%)	累積解說變易量 (%)
歷史性	2 西螺老街是當地的歷史指標。	0.709	0.844	0.796	4.675	20.120	20.120
	1 西螺老街可以代表當地的特色景點。	0.770	0.793				
	3 西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇與市場。	0.697	0.739				
功能性	9 西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。	0.718	0.727	0.724	1.407	18.678	38.799
	10 西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、民宿。	0.783	0.715				
	8 西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。	0.614	0.695				
樣貌性	6 西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。	0.712	0.826	0.727	1.182	16.493	55.292
	5 西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。	0.665	0.764				
	7 西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。	0.596	0.647				
獨特性	11 西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。	0.684	0.755	0.707	1.103	14.422	69.714
	12 西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。	0.781	0.753				
	13 西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。	0.636	0.557				

註：KMO 係數值=0.809；Bartlett 的球形檢定，近似卡方分配 =1200.785；顯著性 < 0.000
資料來源：本研究整理

2. 懷舊情感的因素分析

利用本研究整理的重遊意願量表的題目，利用轉軸法進行因素分析，選取特徵值大於 1 的因子為選取因素的依據。再利用最大變異數法進行直交轉軸，取負荷量 0.40 以上的題目，經過轉軸後的成分矩陣，刪除不符條件的題目為：「西螺老街會使我感受以前老街居民的風俗」。

因素分析後仍維持有二個構面為：「歷史懷舊」與「個人懷舊」。此兩構面的累積解釋變異量為 63.193 %，構面信度為 0.927 與 0.797，表示此量表有良好的一致性，如表 3-10。在懷舊情的因素分析，大部分的構面其題目變動情形不大，因此，構面名稱皆維持原來的名稱，也就是「個人懷舊」與「歷史懷舊」。

「歷史懷舊」構面依舊保留的題目有：「西螺老街會使我感受以前老街居民的生活。」、「西螺老街會使我感受以前老街居民的飲食。」、「西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。」、「西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。」、「西螺老街會使我感受以前老街的貿易買賣。」與「西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。」

因素分析後，「歷史懷舊」新增的題目「西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。」來自「個人懷舊」構面，而被剔除掉的題目「西螺老街會使我感受以前老街居民的風俗」，原因可能是遊客若沒有在傳統節慶時來到西螺老街，是無法領略傳統習俗感受的。

「個人懷舊」構面則保留其餘題目，「西螺老街會使我回想起自己以前的友人。」、「西螺老街會使我回想起自己以前的場所。」、「西螺老街會使我回想起自己以前的生活。」、「西螺老街會使我想翻找自己以前的相片。」、「西螺老街會使我想重溫自己以前的生活。」

表 3-10 懷舊情感因素分析摘要表

構面	題 項	共同性	因素 負荷量	構面 信度	特徵值	解說 變異量 (%)	累積解說 變異量 (%)
歷史 懷 舊	1 西螺老街會使我感受以前老街居民的生活。	0.452	0.572	0.927	5.446	35.994	35.994
	3 西螺老街會使我感受以前老街居民的飲食。	0.459	0.569				
	4 西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。	0.562	0.746				
	5 西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。	0.486	0.682				
	6 西螺老街會使我感受以前老街的貿易買賣。	0.566	0.706				
	7 西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。	0.557	0.719				
個 人 懷 舊	8 西螺老街會使我回想起自己以前的友人。	0.701	0.784	0.797	1.505	27.199	63.193
	9 西螺老街會使我回想起自己以前的場所。	0.766	0.857				
	10 西螺老街會使我回想起自己以前的生活。	0.848	0.896				
	11 西螺老街會使我想翻找自己以前的相片。	0.832	0.882				
	12 西螺老街會使我想重溫自己以前的生活。	0.721	0.795				

註：KMO 係數值=0.890；Bartlett 的球形檢定，近似卡方分配 =1594.042；顯著性 < 0.000

資料來源：本研究整理

3. 重遊意願的因素分析

進行重遊意願的因素分析時，採用本研究整理的重遊意願題項。由於僅有一個構面，沒有進行萃取，然而，KMO 係數值達 0.879，且具顯著性，其累積解說變異量為 81.863%，如表 3-11，其總信度為 0.944，故此量表為可依靠的測量工具。

表 3-11 重遊意願因素分析摘要表

構面	題 項	共同性	因素負荷量	構面信度	特徵值	解說變異量 (%)	累積解說變異量 (%)
願意重遊	1 我會重遊西螺老街。	0.830	0.931	0.914	2.559	85.306	85.306
	2 即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。	0.862	0.929				
	3 即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。	0.867	0.911				

註：KMO 係數值=0.755；Bartlett 的球形檢定，近似卡方分配 =543.492；顯著性 < 0.000

資料來源：本研究整理

第四章 研究分析與討論

本章將研究結果分成四部份，分別是：1、遊客之基本資料分析：百分比次數分配及平均數說明不同遊客在不同背景的分布情況。2、現況分析：係以百分比次數分配及平均數來分析說明不同遊客在各變數的分布概況，以及說明真實性知覺、懷舊情感與重遊意願等變數的現況。3、迴歸分析：係以多元逐步迴歸的方法探討真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之間的影響，最後驗證假設 H1、H2 與 H3。4、差異分析：以 t 檢定與單因子變異數分析來說明不同遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的差異情形並驗證假設 H4、H5 與 H6。

4.1 遊客基本資料分析

本研究要探討遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之間關連性，將對象設定為走訪雲林縣西螺老街之遊客，探討各變數的現況、差異與影響關係，因此採用問卷調查，抽樣方法為非隨機之便利抽樣方法。為求研究成果能有效、準確，在選擇研究對象以 16 歲以上有意願、能力填答問卷的受訪者為本研究之對象。本研究設定地點為西螺老街，以延平路與大同路交叉口至延平路與公正路口這一段。

正式問卷的個人基本資料 7 題，其餘問卷題目共 30 題，於民 103 年 10 月到 104 年 1 月在西螺老街現場發放，採隨機抽樣方式。受訪遊客有 289 人，回收問卷後刪除填答不完整以及不正確的無效問卷後，共得到有效問卷 261 份，有效問卷回收率達 90.31 %

在 261 份有效問卷當中，129 份為男性，佔 49.4%；132 份為女性，佔 50.6%，據研究結果顯示前往西螺老街的遊客男、女比例相近。20 歲以下的遊客有 26 人，約佔 10%；21~30 歲的遊客有 68 人，約佔 26.1%；31~40 歲的遊客有 88 人，約佔 33.7%；41~50 歲的遊客有 33 人，約佔

12.6%；51歲以上的遊客有46人，約佔17.6%。本調查的樣本中以31~40歲的遊客佔最多受訪者比例，21~30歲的遊客次之。

受訪遊客的教育程度當中以專科、大學的人數為最多有162人，約佔62.1%；研究所以上有56人，約佔21.5%；高中職以下有43人，約佔16.5%。由此顯示，本次研究願意受訪填寫問卷的遊客當中，以專科大學以上的高學歷者偏多，約佔83.6%。受訪的遊客以停留西螺老街1~2小時的時間佔最多比例，約佔46.7%；停留超過4小時與停留2~3小時也約有21.1%與18%；停留不到1小時者，僅約佔14.2%。由此可知，受訪的遊客當中有85.8%人能在西螺老街停留1小時以上。

受訪的遊客裡以初次到訪西螺老街的比例為最多達39.8%；受訪者到過西螺老街達2~3次的遊客為第二高，約佔25.7%；6次以上佔25.3%。遊客裡以汽車為主要交通工具，約佔61.3%；使用機車為交通工具者約佔16.5%為第二高；使用大眾運輸工具者約佔10.7%；最後步行與使用自行車者約佔6.5%與5%，此部份之遊客推估主要為西螺鎮居民。本研究的受訪者當中，以居住在中部地區(台中、彰化、雲林、南投)的非西螺鎮居民為最多，約佔59%；西螺鎮居民佔約17.6%為次高比例；其他地區部分，北部約佔11.9%，南部約佔9.2%。最後，其他地區佔1.5%，東部僅約0.8%。

總體來看，本研究的受訪遊客當中，男、女比例相當，接近一比一；年紀以31~40歲的遊客最多，約佔33.7%，其次是21~30歲的遊客，約佔26.1%。教育程度部分，有62.1%的比例有專科、大學學歷；具有21.5%的遊客具有研究所以上的學歷。在停留時間方面，46.7%遊客，會在西螺老街停留達1~2個小時遊覽老街，甚至21.1%會停留達3小時，可見西螺老街是適合慢遊體會的地方。而受訪的遊客當中，有39.8%

的遊客是初次到訪。至於，遊客到達所使用的交通工具，有 61.3% 的比例是開車，與當下民眾開車出遊習慣大致相同。受訪的遊客裡，有 59.0% 的比例來自中部地區，當地西螺居民有 17.6% 的比例次之。完整之正式問卷基本資料統計，如表 4-1。

問項	組別	次數	百分比	問項	組別	次數	百分比
性別	男性	129	49.4 %	觀光 次數	初次到訪	104	39.8 %
	女性	132	50.6 %		2 ~ 3 次	67	25.7 %
年齡	20 歲以下	26	10.0 %		4 ~ 5 次	20	7.7 %
	21~30 歲	68	26.1 %		6 次以上	70	25.3 %
	31~40 歲	88	33.7 %		交通 工具	步行	17
	41~50 歲	33	12.6 %	自行車		13	5.0 %
	51 歲以上	46	17.6 %	機車		43	16.5 %
教育 程度	高中職以下	43	16.5 %	汽車		160	61.3 %
	專科、大學	162	62.1 %	大眾運輸工具		28	10.7 %
	研究所以上	56	21.5 %	居住 地區	西螺居民	46	17.6 %
停留 時間	不到 1 小時	37	14.2 %		中部地區 (西螺除外)	154	59.0 %
	1 ~ 2 小時	122	46.7 %		北部地區	31	11.9 %
	3 ~ 4 小時	47	18.0 %		南部地區	24	9.2 %
	超過 4 小時	55	21.1 %		東部地區	2	0.8 %
					其他地區	4	1.5 %

資料來源：本研究整理

4.2 遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願現況分析

現況分析的用意是想要了解本研究中受訪者遊客對於真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的感受程度。

4.2.1 遊客的真實性知覺現況分析

此部分想探究的是分析真實性知覺的現況以自編量表作為指標，以 261 份正式問卷最為樣本，採構面平均與題目平均來對真實性知覺的現況進行分析與比較。

遊客對西螺老街的真實性知覺從現況分析表(如下一頁表 4-2。)看來，在構面平均部份，獨特性(平均=4.192)最高，其次是歷史性(平均=4.188)，最後才是功能性(平均=3.748)。題目中前三名反應依序為：(1)西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要(平均=4.590)、(2)西螺老街是當地的歷史指標(平均=4.420)；(4)西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠 (平均=4.320)。

從這樣結果看來，遊客對於西螺老街真實性知覺部分的感受，在具有獨特性上最為認同，認為西螺老街是珍貴的景觀古蹟需要保存，而且與其他老街有差異，是獨一無二的老街；同時，遊客們也普遍認為西螺老街在西螺歷史上佔有其的份量，認為老街有代表性是一項歷史指標。可見來西螺觀光的遊客較能從老街感受到過去年代的建築景觀。而老街的現階段維護與發展，在本研究受訪遊客的心目中卻感到不足，各項功能的運用也被認為較為缺乏。以住宿為例，目前的西螺老街僅有一間名為背包客棧的旅店可供遊客住宿。而在管理者整體維護上，遊客停車的規劃地點也不是很理想，使得遊客不易察覺。

表 4-2 真實性知覺現況分析表

構面名稱	題目名稱	題目平均	題目標準差	題目排序	構面平均
歷史性	1 西螺老街可以代表當地的特色景點。	4.220	0.636	4	4.188
	2 西螺老街是當地的歷史指標。	4.420	0.593	2	
	3 西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇市場。	4.170	0.648	6	
	4 西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠。	4.320	0.682	3	
	5 西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。	4.180	0.634	5	
	6 西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。	3.820	0.763	10	
功能性	7 西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。	3.700	0.809	12	3.748
	8 西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。	3.830	0.763	9	
	9 西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。	3.810	0.701	11	
	10 西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、民宿。	3.650	0.897	13	
獨特性	11 西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。	4.590	0.551	1	4.197
	12 西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。	3.940	0.832	8	
	13 西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。	4.060	0.736	7	
總平均		4.056	0.437		4.056

資料來源：本研究整理

4.2.2 遊客的懷舊情感現況分析

此部分想探究的是分析懷舊情感的現況以自編的量表作為指標，以 261 份正式問卷最為樣本，採構面平均與題目平均來對懷舊情感的現況進行分析與比較，統計結果如表 4-3。

遊客對重遊意願的現況感受上，首先是構面的比較，歷史懷舊(平均=3.848)大於個人懷舊(平均=3.272)；題目前三名反應依序為：(4)西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。(平均=4.260)；(5)西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。(平均=3.890)；(1)西螺老街會使我

感受以前老街居民的生活。(平均數=3.820)。

從這樣的結果看來，遊客對西螺老街感受最深的懷舊情感部分，是歷史懷舊，尤其是建築風格上所給予的感受，可見西螺老街在西方裝飾派，兼雜巴洛克風格的建築特色最能引起其歷史懷舊感。而本研究受訪遊客中，較不能引發感受遊客本身過往的懷舊情感，也就是個人懷舊，可見有部份到訪遊客的年齡層偏低，較無法從西螺老街的景觀或環境得到過去兒時的生活感受。而部份較年長的遊客，其過去成長的環境可能也與西螺老街西方裝飾派建築風格的是不同的，因此無法引起個人懷舊。

表 4-3 懷舊情感現況分析表

構面名稱	題目名稱	題目平均	題目標準差	題目排序	構面平均
歷史懷舊	1 西螺老街會使我感受以前老街居民的生活。	3.820	0.763	3	3.848
	2 西螺老街是當地的歷史指標。	3.710	0.857	5	
	3 西螺老街會使我感受以前老街居民的飲食。	3.720	0.698	4	
	4 西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。	4.260	0.687	1	
	5 西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。	3.890	0.909	2	
	6 西螺老街會使我感受以前老街的貿易買賣。	3.690	0.804	7	
個人懷舊	7 西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。	3.700	0.801	6	3.272
	8 西螺老街會使我回想起自己以前的友人。	3.100	1.029	12	
	9 西螺老街會使我回想起自己以前的場所。	3.140	1.037	10	
	10 西螺老街會使我回想起自己以前的生活。	3.330	1.008	8	
	11 西螺老街會使我想翻找自己以前的相片。	3.120	1.064	11	
	12 西螺老街會使我想重溫自己以前的生活。	3.240	1.003	9	
總平均		3.560	0.630		3.560

資料來源：本研究整理

4.2.3 遊客的重遊意願現況分析

此部分為遊客對重遊意願的現況感受，以本研究自編的量表作為指標，採題目平均來對遊客的重遊意願現況做分析與比較，結果如表 4-4。

本研究之重遊意願的現況感受反應依序為：(1)我會重遊西螺老街。(平均=4.100)；(3)即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。(平均=3.980)；(2)即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。(平均=3.870)。從結果可知，遊客普遍能從旅程中引發再一次體驗西螺老街的感受，贊同重遊意願的比例高。題目中若加入其他景點或其他老街的因素時，雖然遊客仍有重遊西螺老街的意願，卻出現意願降低的情況。原因可能是仍有不足以全然吸引遊客重遊的動力，值得供管理者或後續研究者繼續探討。

表 4-4 重遊意願現況分析表

	題目名稱	題目 平均數	題目 標準差	題目 排序
重遊 意願	1 我會重遊西螺老街。	4.100	0.840	1
	2 即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。	3.870	0.812	3
	3 即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。	3.980	0.881	2
	平均	3.960	0.799	

資料來源：本研究整理

4.3 真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的關連性

為研究各變數之間的影响程度，並驗證本研的假設是否成立，此部份以「真實性知覺」、「懷舊情感」、「重遊意願」三個變數進行迴歸分析。

4.3.1 真實性知覺對懷舊情感的迴歸分析

以「真實性知覺」為自變數，「懷舊情感」為依變數，進行迴歸分析，得到調整後的 R^2 為 0.285，Beta 值為 0.520，t 值為 9.788，P 值小於 0.000，已達顯著水準，可知真實性知覺可正向影響懷舊情感，結果如表 4-5。由此可知，本研究之遊客的真實性知覺確實影響懷舊情感，此結果與劉子菁(2008)、戴有德等人(2010)、與葉哲銓(2013)的研究結果一致，同時也驗證了假設 H1 是成立的。

表 4-5 真實性知覺對懷舊情感的迴歸分析表

Anova							
模式	平方和		df	平均平方和	F	顯著性	
迴歸	27.911		1	27.911	95.806	0.000	
殘差	75.454		259	0.291			
總數	103.365		260				
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	0.517	0.313		1.653	0.100		
真實性知覺	0.750	0.077	0.520	9.788	0.000	1.000	1.000

註：自變數：真實性知覺；依變數：懷舊情感。調整過 R^2 ：0.285

資料來源：本研究整理

進一步將把萃取後真實性知覺的四個構面作為變項，分別為「歷史性」、「樣貌性」、「功能性」與「獨特性」，採取逐步迴歸分析法進行分析，分析本研究受訪遊客的西螺老街的真實性知覺各構面影響懷舊情感的程
度，分析結果如下頁表 4-6。

表 4-6 真實性知覺影響懷舊情感多元逐步迴歸摘要表

自變數	B 之估計值	標準誤差	Beta(β)	t 值
(常數)	5.819	3.659		1.590
獨特性	1.465	0.274	0.330	5.337***
歷史性	0.995	0.299	0.208	3.331*
功能性	0.504	0.243	0.127	2.075

註： $R^2=0.294$ ；調整後 $R^2=0.285$ ； $F=35.590$ ***
 *： $p < 0.05$ ；**： $p < 0.01$ ；***： $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

由表 4-6 得知迴歸方程式如下：

$$\text{懷舊情感} = 0.330 \times \text{獨特性} + 0.208 \times \text{歷史性}$$

以聯合解釋變異量(R^2) 僅 0.285 來看，影響力是 28.5%，表示本研究中的真實性知覺影響懷舊情感的程度不大，也就是受訪者遊客的懷舊情感會因為西螺老街景觀與感受呈現的真實性知覺而受到影響，但影響程度不大。在四個真實性知覺的構面當中，經多元逐步迴歸後保留「獨特性」、「歷史性」三個構面，排除「樣貌性」與「功能性」這構面，因為其中僅「獨特性」與「歷史性」達顯著水準。

其中以「獨特性」的 β 係數最大，為 0.330，「歷史性」的 β 係數則為 0.208，表示「獨特性」與「歷史性」正面影響著遊客的懷舊情感，真實性知覺中的「獨特性」最能正面影響遊客的懷舊情感，其次才是「歷史性」。可見遊客心目中的真實性知覺感受，以西螺老街的獨一無二以及歷史價值最能影響遊客產生懷舊情感。然而，「樣貌性」與「功能性」被排除，可見部份遊客不了解西螺老街的特色建築，也無法認同西螺老街經營者的各項營運情形。

4.3.2 真實性知覺對重遊意願的迴歸分析

以「真實性知覺」為自變數，「重遊意願」為依變數，進行迴歸分析，以了解遊客的真實性知覺影響重遊意願的程度，結果如表 4-7。調整後的 R^2 為 0.253，Beta 值為 0.494，t 值為 9.148，P 值小於 0.000，已達顯著水準。本研究結果為遊客於西螺老街的真實性知覺會影響遊客產生重遊意願，這樣的研究結果與林裕強、陳美方與楊庭芳(2012) 和李雅倩(2013) 的研究結果相同。可見西螺老街是有指標性的老街，其歷史風華、古蹟風貌足以影響遊客的再一次造訪意願。

表 4-7 真實性知覺對重遊意願的迴歸分析表

Anova							
模式	平方和		df	平均平方和	F	顯著性	
迴歸	38.062		1	38.062	83.681	0.000	
殘差	117.805		259	0.455			
總數	155.868		260				
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數 真實性知覺	0.373	0.391		0.954	0.341		
	0.876	0.096	0.494	9.148	0.000	1.000	1.000
自變數：真實性知覺；依變數：重遊意願。 調整過 R^2 ：0.253							

資料來源：本研究整理

進一步將此部份將把真實性知覺的四個構面作為自變數，分別為「歷史性」、「樣貌性」、「功能性」與「獨特性」，「重遊意願」作為依變數，採取逐步迴歸分析法進行分析，分析遊客的真實性知覺中四個構面影響重遊意願的程度。分析後，僅「獨特性」與「歷史性」影響著重遊意願，「樣貌性」與「功能性」被排除，如表 4-8。

表 4-8 真實性知覺影響重遊意願多元逐步迴歸摘要表

變數	B 之估計值	標準誤差	Beta(β)	T 值
(常數)	0.302	0.390		0.774
獨特性	0.432	0.085	0.307	5.062***
歷史性	0.432	0.092	0.285	4.697***

註： $R^2=0.258$ ；調整後 $R^2=0.253$ ； $F=44.970$ ***
*： $p < 0.05$ ；**： $p < 0.01$ ；***： $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

由表 4-8 得知迴歸方程式如下：

$$\text{重遊意願} = 0.307 \times \text{獨特性} + 0.285 \times \text{歷史性}$$

以聯合解釋變異量(R^2)僅 0.253 來看，影響力是 25.3%，表示本研究中的真實性知覺影響重遊意願的程度不大，也就是受訪者遊客的重遊意願會因為西螺老街景觀與感受呈現而影響，但影響力不高。

在四個構面當中，經多元逐步迴歸後保留「獨特性」、「歷史性」等構面，排除「功能性」與「樣貌性」這兩個構面。其中，「獨特性」與「歷史性」皆達顯著水準，其中以「獨特性」的 β 係數最大，為 0.307，「歷史性」的 β 係數則為 0.285，表示「獨特性」與「歷史性」正面影響著遊客的重遊意願，「獨特性」比「歷史性」更能對遊客重遊意願產生影響。

4.3.3 懷舊情感對重遊意願的迴歸分析

以「懷舊情感」為自變數，「重遊意願」為依變數，進行迴歸分析，結果如表 4-9，調整後的 R^2 為 0.413，Beta 值為 0.653，t 值為 13.886，P 值小於 0.000，已達顯著水準。可知，遊客的懷舊情感正向影響重遊意願。這樣的結果與林宗賢、王維靖、劉沛瑜與王乃玉（2009）、吳一萍（2009）、蕭至惠（2013）一致，不過與李雅倩（2013）結果不同。

表 4-9 懷舊情感對重遊意願的迴歸分析表

Anova							
模式	平方和		df	平均平方和		F	顯著性
迴歸	66.517		1	66.517		192.815	0.000
殘差	89.350		259	0.345			
總數	155.868		260				
係數							
	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	1.071	0.209		5.126	0.000		
懷舊情感	0.802	0.058	0.653	13.886	0.000	1.000	1.000
自變數：懷舊情感；依變數：重遊意願。 調整過 R^2 ：0.413							

資料來源：本研究整理

根據以上真實性知覺與懷舊情感對重遊意願的迴歸的分析結果，本研究之遊客的真實性知覺與懷舊情感皆正向影響重遊意願，使得本研究之假設 H2 成立。

此外，進一步將把懷舊情感的二個構面作為自變數，重遊意願作為依變數，採取逐步迴歸分析法進行分析，檢測本研究受訪遊客的懷舊情感是否影響重遊意願，分析結果如表 4-10。

表 4-10 懷舊情感預測重遊意願多元逐步迴歸摘要表

變數	B 之估計值	標準誤差	Beta(β)	t 值
(常數)	1.090	0.269		4.050 ^{***}
個人懷舊	0.378	0.051	0.428	7.403 ^{***}
歷史懷舊	0.433	0.084	0.298	5.163 ^{***}

註： $R^2=0.413$ ；調整後 $R^2=0.413$ ； $F=92.285$ ^{***}

*： $p < 0.5$ ；**： $p < 0.01$ ；***： $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

由表 4-10 可知，其多元迴歸方程式為：

$$\text{重遊意願} = 0.428 \times \text{個人懷舊} + 0.298 \times \text{歷史懷舊}$$

以聯合解釋變異量(R^2) 是 0.413 來看，影響力是 41.3%，表示本研究中的懷舊情感確實會影響重遊意願的程度，也就是受訪者遊客的重遊意願會因為個人懷舊與歷史懷舊而影響。

經多元逐步迴歸後保留「個人懷舊」與「歷史懷舊」等兩個構面，且皆達顯著水準，其中以「個人懷舊」的 β 係數為 0.428，「歷史懷舊」的 β 係數則為 0.298，表示「個人懷舊」與「歷史懷舊」皆正面影響著遊客的重遊意願，懷舊情感中的「個人懷舊」最能正面影響遊客的重遊意願，其次是「歷史懷舊」。會產生「個人懷舊」影響力大於「歷史懷舊」的原因，研究者認為是對過往的懷舊僅能吸引嚐鮮遊客或專業古蹟迷的遊客，而遊客因旅遊經驗產生的個人懷舊情感更能使其產生重遊的念頭。

4.3.4 懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力之中介效果

此部份以「真實性知覺」、「懷舊情感」為自變數，「重遊意願」為依變數，進行迴歸分析，結果如表 4-11。研究變數「真實性知覺」和「懷舊情感」調整後的 R^2 為 0.455。「真實性知覺」的 Beta 分配值為 0.543，t 值為 10.139，P 值小於 0.000；「懷舊情感」的 Beta 分配值為 0.212，t 值為 3.956，顯著性 0.000。由此可知，真實性知覺和懷舊情感皆對重遊意願皆有正向影響。

表 4-11 真實性知覺與懷舊情感對重遊意願的迴歸分析表

Anova							
模式	平方和		df	平均平方和	F	顯著性	
迴歸	71.628		2	35.814	109.686	0.000	
殘差	84.240		258	0.327			
總數	155.868		260				
係數							
	未標準化係數		標準化係數	T	顯著性	共線性統計量	
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配			允差	VIF
常數	0.028	0.333		0.084	0.933		
真實性知覺	0.667	0.066	0.543	10.139	0.000	0.730	1.370
懷舊情感	0.376	0.095	0.212	3.956	0.000	0.730	1.370
自變數：真實性知覺、懷舊情感；依變數：重遊意願。調整過 R^2 ：0.455							

資料來源：本研究整理

從表 4-11 與表 4-5 的分析結果相比，表 4-11 的真實性知覺對懷舊情感的 Beta 分配值為 0.543 大於表 4-5 真實性知覺對懷舊情感的 Beta 分配值 0.520，由此可知懷舊情感在真實性知覺對懷舊情感的影響中不具有中介效果，因此，本研究之假設 H3 不成立。本研究之遊客的真實性知

覺對重遊意願的影響，主要來自遊客真實性知覺中的獨特性，而非歷史性，如此使得懷舊情感無法在此影響上產生中介效果。遊客在西螺老街的獨一無二的感受上即可影響遊客產生重遊意願，不必透過想體驗懷舊氛圍。

綜合上述的迴歸分析，得到的徑路分析之因果模式，如圖 4-1：

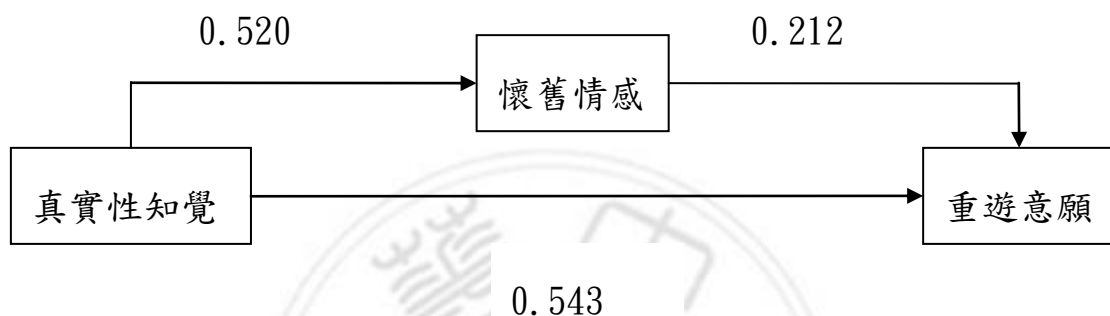


圖 4-1 真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之徑路分析圖

經以上各變數的迴歸分析後，可以了解到本研究真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之間的因果關係，整體說明如下。

從表 4-5 可知，真實性知覺對懷舊情感的徑路係數為 0.520，且達顯著水準($p < 0.000$)，解釋了真實性知覺解釋懷舊情感變異的 52.0%。從表 4-7 可知，真實性知覺對重遊意願的徑路係數為 0.494，且 $p < 0.000$ ，解釋了真實性知覺解釋重遊意願變異的 49.4%。

懷舊情感對重遊意願的徑路係數為 0.653，且 $p < 0.000$ ，表 4-9，說明了懷舊情感可以解釋重遊意願變異的 65.3%。但若考慮懷舊情感的中介效果，參考表 4-11 的分析結果，懷舊情感可以僅解釋重遊意願變異的 21.2%。其中，懷舊情感對於重遊意願的影響高於真實性知覺對重遊意願的影響。

4.4 不同背景遊客之真實性知覺、懷舊情感與重遊意願差異分析

將 261 份有效樣本，性別部份利用獨立樣本 t 檢定；年齡、觀光次數以及居住地區利用單因子變異數分析來檢測本研究受訪遊客中不同背景遊客其真實性知覺的差異，分析檢驗後，並利用 Scheffé 檢定找出其差異的部份。此外，研究結果並針對本研究之 H4、H5 與 H6 的假設做驗證，整理結果如下：

4.4.1 不同背景遊客之真實性知覺差異分析

從表 4-12 得知，在不同「性別」遊客之真實性知覺差異分析部分，經獨立樣本 t 檢定，t 值為-0.510，表示本研究地點之受訪遊客中，性別為女生其真實性知覺的感受與男性有差異。本研究有效樣本分析結果為性別會影響對其真實性知覺。西螺老街的傳統景觀、歷史氛圍對於鎮民或是外地遊客來講，女性的感受與男性有所差異，女性較男性對於西螺老街的風格樣貌都能產生真實性知覺的感受。

接著，不同「年齡」遊客之真實性知覺差異分析結果如表 4-12，F 值為 4.231 且達顯著水準(0.002**)，經 Scheffé 檢定，得知：「51歲以上」的遊客其在「真實性知覺」的感受與「20歲以下」的遊客有所差異；「51歲以上」的遊客其「真實性知覺」的感受也與「31~40 歲」的遊客有所差異。「51歲以上」的遊客對於老街的閱歷自然要比「20歲以下」的遊客來得豐富，西螺老街的傳統樣貌已超過70年以上，「51歲以上」的遊客來到西螺老街很隨意地能感受那種兒時記憶的氛圍，並欣賞過去的街道建築。「20歲以下」的遊客一來缺乏過往的經歷，若又未能知覺這些街道與建築的特色，也許只抱持著採購特色商品、拍照留念的意圖，其對真實性知覺的感受自然與「51歲以上」的遊客會有差異。至於，「51歲以上」的遊客與「31~40 歲」的遊客差異，經研究者觀察分析，

31~40 歲的遊客多為家庭旅遊，通常是攜帶家中幼小的孩童來到西螺老街，不似「51歲以上」的遊客為三五好友結伴出遊。如此，「31~40 歲」的遊客有可能對於西螺老街的環境氛圍冀望產生能以孩童陪伴做樂的出發點為主，反而尚失點滴感受老街的機會。

不同「觀光次數」的遊客之真實性知覺差異分析結果如表 4-12，其 F 值為 3.901，且達顯著水準(0.009**)，經 Scheffé 檢定，結果在西螺老街旅遊達「6 次以上」的遊客與旅遊「4~5 次」的遊客在「真實性知覺」產生差異。研究者認為旅遊超過「6 次以上」的遊客想必對於老街再熟悉不過，西螺鎮居民想必多含括在內，其餘應為來自鄰近鄉鎮的經常性遊客。而來過西螺老街「4~5 次」的遊客，應是相當喜愛西螺老街，且居住地較遠的遊客。然而，這些居住地較遠的遊客或許 1、2 年來一趟，甚至更久才來一趟，其對於西螺老街的環境印象可能往往都停留在上一次的記憶。因此，這些來過「4~5 次」的遊客會去比較每一次旅遊時觀察到環境改變上的差異，而不似西螺鎮居民或是鄰近鄉鎮的經常性遊客，會比較了解原有的街道、建築所存在的旅遊價值。

不同「居住地區」遊客之真實性知覺差異分析結果如表 4-12，其 F 值為 3.765，且達顯著水準 (0.003**)，經 Scheffé 檢定後顯示不同「居住地區」遊客在「真實性知覺」方面有產生差異的是「西螺居民」與「中部地區」的遊客。研究者認為「西螺居民」的遊客在西螺老街旅遊時較容易察覺西螺老街的歷史街道與建築物。而「中部地區」的遊客來到西螺遠比南部、北部，甚至其他地區的遊客來得容易，因此，旅遊的重點多放在休閒透氣，放鬆身心。「中部地區」遊客既然旅程短，目的為休閒放鬆，較不在意西螺老街的街道景觀和建築特色，也因此會與「西螺居民」的遊客在真實性知覺方面有產生差異。

表 4-12 不同背景遊客之真實性知覺差異分析表

變數名稱	組別	平均數	標準差	T值	F值	P值	Scheff'e 檢定
性別	(1)男 (2)女	4.041 4.069	0.385 0.482	-0.510		0.010*	(2) > (1)
年齡	(1)20歲以下 (2)21~30歲 (3)31~40歲 (4)41~50歲 (5)51歲以上	3.893 4.093 4.000 3.976 4.254	0.516 0.432 0.402 0.295 0.480		4.231	0.002**	(5) > (1)、(3)
觀光次數	(1)初次到訪 (2)2~3次 (3)4~5次 (4)6次上	4.010 4.035 3.880 4.192	0.440 0.435 0.333 0.430		3.901	0.009**	(4) > (3)
居住地區	(1)西螺居民 (2)中部地區 (3)北部地區 (4)南部地區 (5)東部地區 (6)其他地區	4.299 3.999 3.985 4.032 4.076 4.115	0.437 0.421 0.383 0.447 0.000 0.677		3.765	0.003**	(1) > (2)

備註：*p 值 < 0.05，**p 值 < 0.01，***p 值 < 0.001

4.4.2 不同背景遊客之懷舊情感差異分析

不同「性別」遊客的懷舊情感差異分析結果如表4-13，經獨立樣本 t 檢定後，t 值為-1.277，且未達顯著水準，可知本研究的樣本分析後顯示不同「性別」的遊客其懷舊情感程度是沒有差異的。

在不同「年齡部分」遊客的懷舊情感差異分析結果如表 4-13，經單因子變異數分析後，F 值為 14.227，且達顯著水準(0.000***)，經 Scheff'e 檢定後，產生不同遊客在「年齡部分」的「懷舊情感」差異結果是，「51歲以上」的遊客會分別與「20歲以下」、「21~30歲」、「31~40歲」與「41~50歲」的遊客產生差異。

據分析結果，51 歲以上的遊客的「懷舊情感」明顯的分別與其他各年齡層產生差異性，顯示達 51 歲年齡的遊客對於西螺老街所能引發的歷史懷舊與個人懷舊會與其他各年齡有所不同。此部分的原因，本研究認為「51 歲以上」的遊客閱歷豐富、見多識廣，較其他年齡層的遊客能從西螺老街的氛圍產生懷念過往景觀的感觸。

在不同「觀光次數」遊客的懷舊情感差異分析結果如表 4-13，F 值為 9.881，且達顯著水準(0.000***)，經 Scheffé 檢定後產生「觀光次數」在「6 次以上」的遊客其懷舊情感的程度會分別與「初次到訪」、「2~3 次」、「4~5 次」的遊客在「懷舊情感」上有所差異。由此可知，本研究的結果顯示，不到「6 次」的遊客，其在西螺老街旅遊的過程中不會感受到懷念西螺老街的情感。也因此，觀光次數「6 次以上」的遊客會分別與觀光次數「6 次以下」的遊客懷舊情感的感受有差異。研究者觀察認為「6 次以上」的遊客會產生懷舊情感的主因，在於這麼多的次數要靠多年以上旅遊經歷累積才得以達成。多年來在西螺老街累積旅遊經歷，使得遊客產生的懷舊感受，可能有對於遊客個人發生在西螺老街愉快經歷的懷舊，以及對於西螺老街街道場景、建築風格的懷舊。

在不同「居住地區」遊客的懷舊情感差異分析結果如表 4-13，F 值為 5.856，且達顯著水準(0.000***)，經 Scheffé 檢定後，得知「西螺鎮居民」的遊客會分別與「中部地區」、「南部地區」與「北部地區」遊客在「懷舊情感」上產生差異。「西螺居民」的遊客會與「中部地區」遊客在「懷舊情感」上產生差異，研究者認為西螺鎮在地居民從小到大深受當地老街環境的影響所致，使其產生的「懷舊情感」不同於其他地區的遊客。而多數「中部地區」遊客對於老街的印象是高知名度與高觀光人潮的「鹿港老街」，於是「西螺居民」的遊客對於老街的懷舊情感

的產生，會與「中部地區」遊客產生差異。

「北部地區」遊客不易在西螺老街產生類似的「懷舊情感」，研究者認為也是由於北部地區既有高人氣的「淡水老街」與「大溪老街」等，會使得「北部地區」遊客產生懷舊氛圍的地點不是來自西螺老街，於是「北部地區」遊客的「懷舊情感」會與「西螺鎮居民」遊客的懷舊情感有所差異。南部的「安平老街」與「旗山老街」同樣在名聲上、人氣上皆高，也使得「南部地區」遊客產生的「懷舊情感」產生懷舊氛圍的地點會與「西螺居民」的遊客產生的懷舊情感有所差異。

表 4-13 不同背景遊客之懷舊情感差異分析表

變數名稱	組別	平均數	標準差	t值	F值	p值	Scheff'e檢定
性別	(1)男	3.511	0.680	-1.227		0.052	
	(2)女	3.607	0.575				
年齡	(1)20歲以下	3.198	0.598		14.227	0.000***	(5)>
	(2)21~30歲	3.500	0.641				(1)、
	(3)31~40歲	3.406	0.516				(2)、
	(4)41~50歲	3.641	0.531				(3)、
	(5)51歲以上	4.088	0.592				(4)
觀光次數	(1)初次到訪	3.461	0.672		9.881	0.000***	(4)>
	(2)2~3次	3.473	0.535				(1)、
	(3)4~5次	3.241	0.237				(2)、
	(4)6次上	3.879	0.614				(3)
居住地區	(1)西螺居民	3.954	0.628		5.856	0.000***	(1)>
	(2)中部地區	3.510	0.620				(2)、
	(3)北部地區	3.451	0.593				(3)、
	(4)南部地區	3.229	0.467				(4)
	(5)東部地區	3.583	0.000				
	(6)其他地區	3.729	0.321				

備註：*p 值<0.05，**p 值<0.01，***p 值<0.001

資料來源：本研究整理

4.4.3 不同背景遊客之重遊意願差異分析

不同「性別」遊客的重遊意願差異分析結果如表 4-14，t 值是-1.266，且未達顯著水準，如表 4-14，顯示不同「性別」遊客不因其為男性或女性而改變其「重遊意願」，他們的願意重遊或不願意重遊與「性別」無關。

在不同「年齡」重遊意願差異分析結果如表 4-14，F 值為 2.686，但未達顯著水準(0.032*)，經 Scheffé 檢定後，各年齡層的「重遊意願」沒有差異，如表 4-14。其結果顯示不管是哪一種年齡層，不會改變其「重遊意願」，也就是說「年齡」不會影響遊客的「重遊意願」。在「觀光次數」部分，F 值為 3.342，但未達顯著水準(0.032*)，經 Scheffé 檢定後，不同「觀光次數」的遊客其「重遊意願」沒有差異。其結果顯示不管是旅遊次數多或少，不會改變其「重遊意願」。

不同「居住地區」遊客的重遊意願差異分析結果如表 4-14，F 值為 12.098，且達顯著水準，(0.000***)，如表 4-14，經 Scheffé 檢定後，顯示不同的「居住地區」遊客其「重遊意願」的差異結果如下；「西螺居民」遊客的「重遊意願」會分別與「中部地區」、「北部地區」與「南部地區」遊客有所差異。研究者研究發現「西螺居民」對於重遊老街的比例相當高，儼然已成為生活中的一部分。西螺老街有不少傳統美味小吃，文創聚集的東市場，近幾年公所、螺陽基金會等多利用此地舉辦各項活動，重振西螺老街的名聲，藉以吸引觀光人潮。

「中部地區」、「北部地區」與「南部地區」遊客重遊西螺老街的目的，有可能是慕名而來；有可能是為了西螺特產而來，如醬油或濁水米；以也有可能是深度知性之旅，想飽覽老街歷史風光。這些具有觀光目的的其他地區遊客，自然與在地「西螺居民」之遊客其重遊意願產生差異。

表 4-14 不同背景遊客之重遊意願差異分析表

變數名稱	組別	平均數	標準差	t值	F值	p值	Scheff'e 檢定
性別	(1)男	3.865	0.807	-1.266		0.228	
	(2)女	3.986	0.738				
年齡	(1)20歲以下	3.715	0.850		2.686	0.032*	差異 不顯著
	(2)21~30歲	3.858	0.861				
	(3)31~40歲	3.881	0.724				
	(4)41~50歲	3.909	0.531				
	(5)51歲以上	4.243	0.775				
觀光 次數	(1)初次到訪	3.838	0.790		3.342	0.020*	差異 不顯著
	(2)2~3次	3.865	0.693				
	(3)4~5次	3.740	0.887				
	(4)6次上	4.168	0.751				
居住 地區	(1)西螺居民	4.621	0.481		12.098	0.000** *	(1)> (2)、 (3)、 (4)
	(2)中部地區	3.840	0.775				
	(3)北部地區	3.677	0.724				
	(4)南部地區	3.500	0.556				
	(5)東部地區	4.000	0.000				
	(6)其他地區	3.700	0.476				

備註：* p 值 < 0.05，** p 值 < 0.01，*** p 值 < 0.001

第五章 結論與建議

本研究主要探討遊客對於西螺老街的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之間的關係。分成兩個章節，分別為研究討論與結論：將研究結果進行說明並提出結論；建議：根據研究結論提出務實的建議給西螺老街相關單位，並給後續相關研究者提出建議與參考。

5.1 研究結論

透過基本資料分析、現況分析、迴歸分析與差異分析後，旅遊對西螺老街之真實性知覺、懷舊情感與重遊意願的研究結果如下：

5.1.1 遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願現況感受

1、遊客的真實性知覺

遊客對於西螺老街的真實性知覺感受最主要來自於「獨特性」的層面，如：西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要；其次是「歷史性」如：西螺老街是當地的歷史指標。由此可知，西螺老街中保有傳統建築、街道面貌最能引發遊客的真實性知覺，遊客們也普遍認為西螺老街具有獨特性，與其他老街不同。此外，遊客也反映了西螺老街的特產，如：西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠。由此可知，除有形的建築街道與無形的歷史意義外，遊客也在乎特產作為真實性知覺的感受。

2、遊客的西螺老街懷舊情感

Waite(2000)的研究指出，文史古蹟不但能提供遊憩與娛樂的用途，還能提供遊客對過去文化的體驗。本研究的遊客認同西螺老街是可以體驗懷舊情感的地方，對遊客來說，懷舊的感受主要來自於「歷史懷舊」，如：西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。遊客們藉由西螺老街的歷史景觀讓遊客體驗穿越時空重回過去的懷舊感受。然而，「個人懷舊」比較不是遊客能感受的部份，顯示現今生活型態多與過去迥異。

3、遊客的西螺老街重遊意願

Kozak (2001) 認為重遊意願是遊客對旅遊目的地感到滿意，願意再次回到該目的地或是同一國家內的其他景點。本研究的遊客願意重遊西螺老街，顯示遊客除了對西螺老街的觀光景觀等感到滿意之外，目前管理者所營運的公共設施以及商家住戶所維持的形象，讓遊客願意重遊這個地方。

5.1.2 真實性知覺、懷舊情感與重遊意願之關聯

1、遊客的真實性知覺對懷舊情感之影響

根據本研究結果，西螺老街遊客的真實性知覺確實會正向影響懷舊情感，與劉子菁(2008)、戴有德等人 (2010)、與葉哲銓 (2013)所作的研究一致。真實性知覺影響的程度以西螺老街的「獨特性」最高，顯示了當遊客感受西螺老街與其他老街是不同的歷史景觀面貌時，越能對引發其懷舊的情感。這樣的結果使得本研究之研究假設 H1 成立。

此外，研究者發現西螺老街傳統產業日趨受到遊客的重視，這些數十年的老商號，甚至是百年的醬油品牌，管理者或是商家若要發展西螺老街觀光，未來不可忽視這些傳統產業的真實性知覺，那會是引發懷舊感的重要指標。

2、遊客的真實性知覺對重遊意願之影響

經本研究分析，真實性知覺會對重遊意願有正面的影響，其結果與林裕強、陳美方與楊庭芳(2012) 和李雅倩 (2013)的研究結果相似，這樣的結果使得本研究之研究假設 H2 成立。此外，真實性知覺影響的程度以西螺老街的「獨特性」最高，顯示了遊客會因為西螺老街是獨一無二的地方而願意再一次重遊。這樣的研究結果對於管理西螺老街街道與建築的管理者來說，是一項值得參考的指標。

3、遊客的懷舊情感對重遊意願之影響

據本研究結果，懷舊情感正向影響著遊客的重遊意願，這樣的結果使得本研究之研究假設 H2 成立。本研究結果與林宗賢、王維靖、劉沛瑜與王乃玉（2009）、吳一萍（2009）、蕭至惠（2013）一致，不過與李雅倩（2013）結果不同。

本研究結果指出能引發其懷舊情感，這些遊客將願意再一次重遊西螺老街，這樣的研究結果可提供給管理者對於是否保留西螺老街傳統面貌決策時一項參考指標。除建築與街道這些有形的懷舊環境，舉辦復古的節慶活動，不僅同時結合歡度節日與身處傳統環境的氛圍，更能增添西螺老街的觀光優勢。

4、遊客的懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力之中介效果

遊客的懷舊情感在真實性知覺對重遊意願的影響力不具有中介效果，這樣的結果使得本研究之研究假設 H3 不成立。遊客的真實性知覺對重遊意願的影響，主要來自遊客真實性知覺中的獨特性，而非歷史性，如此使得懷舊情感無法在此影響上產生中介效果。遊客在西螺老街的獨一無二的感受上即可影響遊客產生重遊意願，不必透過想體驗懷舊氛圍影響才產生重遊意願。

5.1.3 不同背景遊客的真實性知覺、懷舊情感與重遊意願差異分析

1、不同背景遊客對於西螺老街之真實性知覺的看法

遊客對西螺老街真實性知覺，會因為「年齡」、「觀光次數」以及「居住地區」而有所差異。在「性別」部份，不同遊客對西螺老街的真實性知覺男女有別，女性的感受大於男性。年齡部分，在「51 歲以上」的遊客對於真實性知覺的感受會分別與「21~30 歲」和「31~40 歲」的遊客有

所差異。「居住地區」部分，「西螺居民」的遊客其真實性知覺感受會分別與「中區」、「北區」、「南區」的遊客有所差異。由此可知，本研究之研究假設 H4 部分成立。

2、不同背景遊客對於西螺老街之懷舊情感的看法

據本研究的結果，遊客對西螺老街懷舊情感的看法，會因為「年齡」、「觀光次數」以及「居住地區」的有所差異。在性別部份，不同「性別」的遊客並沒有差異性。

在「年齡」部份，「51 歲以上」的遊客對於西螺老街的懷舊情感會分別與「31~40 歲」、「21~30 歲」和「20 歲以下」的遊客有所差異。在「觀光次數」部份，到訪「6 次以上」的遊客其懷舊情感會分別與「4~5 次」、「2~3 次」和「初次到訪」的遊客有所差異。以「居住地區」看，「西螺居民」的遊客其懷舊情感與「中部」、「北部」和「南部」的遊客皆有所差異。這樣的結果使得本研究之研究假設 H5 部分成立。

3、不同遊客對於西螺老街之重遊意願的看法

據本研究的結果，遊客對西螺老街重遊意願的看法，會因為「居住地區」而有所差異。「西螺居民」遊客的「重遊意願」會分別與「中部地區」、「北部地區」與「南部地區」遊客有所差異。

在「性別」、「年齡」以及「觀光次數」部分，遊客對於西螺老街的重遊意願並無差異。這樣的結果使得本研究之研究假設 H6 部分成立。

本研究之假設驗證結果，如表 5-1。

表 5-1 假設驗證表

研究假設	驗證結果	頁次
H1：遊客之古蹟的真實性知覺正向影響懷舊情感。	成立	p. 40~p. 41
H2：遊客之古蹟的真實性知覺與懷舊情感正向影響重遊意願。	成立	p. 42~p. 45
H3：遊客之古蹟的真實性知覺透過懷舊情感對重遊意願影響具中介效果。	不成立	p. 46~p. 47
H4：不同人口背景遊客令真實性知覺有顯著性差異。	部分成立	p. 48~p. 50
H5：不同人口背景遊客令懷舊情感有顯著性差異。	部分成立	p. 50~p. 52
H6：不同人口背景遊客令重遊意願有顯著性差異。	部分成立	p. 53~p. 54

資料來源：本研究整理

5.2 研究建議

經過以上的各項分析，研究者想針對地方政府以及後續研究者建議，建議的內容如下：

5.2.1 對地方政府的建議

1、結合西螺地方特產與小吃

本研究當中，探討真實性知覺與重遊意願的關連性，其結果顯示真實性知覺當中的「獨特性」最能遊客產生「重遊意願」。除了本研究已經探討的建築街道風貌外，一般遊客對西螺老街的「獨特性」最眾所皆知的就是「醬油」，很多堅持傳統方式釀造的醬油工廠就在此深耕。期盼地方政府能重視到西螺這農業大鎮的這傳統產業，並給予能量讓在地醬油商家得以有與西螺老街共榮的發展。此外，西螺的小吃同樣與老街度過許多年頭，像是九層粿、碗糕等以米食為製作的小吃，也是來到西螺老街得以品嚐的美食，期盼地方政府能運用一些巧思讓這些傳統產業與米食文化得以與西螺老街一起振興。最後，西螺是農業首都雲林縣裡的蔬菜集散重鎮，地方政府若能時常舉辦「假日有機果菜市集」，不僅能幫助部分農民轉型也能促進西螺老街的觀光，發展專屬西螺老街的觀光特色。

2、保存固有歷史建築與產業

以本研究之結果：遊客的懷舊情感能正向影響其重遊意願，以及：真實性知覺中的「歷史性」也能影響遊客重遊意願，西螺老街上足以產生的「歷史懷舊」或真實性知覺的「歷史性」的部份，以建築特色風貌來看，即是日治時期興建的西式裝飾派（Art Deco）建築，兼少數巴洛克風格的屋街。在已經開放的「延平老街地方文化館」，還是經營「永豐米糧行」，亦或是「西螺背包客棧」都能使遊客一窺究竟當時的建築風貌。

期盼地方政府以及西螺老街的當地居民能妥善運用這樣的資產，來讓這一條具有歷史年代風華的老街帶來一番別出心裁文化氣息。

3、搭配習俗節慶規劃觀光活動

本研究當中，「懷舊情感」可以正面影響遊客的「重遊意願」。西螺老街位於西螺大橋南岸，西螺大橋觀光文化祭的活動已在近年多次與延平老街一起舉辦相關慶祝活動，連帶促進西螺老街的觀光人潮。而西螺老街本身獨立舉辦的活動也開始從西螺老街東市場的重興啟幕接連舉辦。近年，地方政府於春節、元宵節等傳統節日也在西螺老街東市場舉民俗活動讓西螺老街瀰漫年節氛圍。期盼地方政府可以多藉由西螺老街舉辦習俗節慶等活動，讓西螺老街可以藉著這樣的傳統「懷舊風」讓遊客可以來此緬懷，達到體驗穿越時空的感受，促進西螺老街的觀光。

5.2.2 後續研究之建議

1、本研究係以古蹟類型的西螺老街作為研究範圍，相關文獻也多以廟宇、老街或其他古蹟等人文資產地點作為真實性知覺、懷舊情感與重遊意願等相關議題來做研究。建議後續研究相關議題的研究者，可以大自然景點，如花蓮太魯閣峽谷、野柳女王頭景觀為對象來進行研究。人文景觀的真實性知覺與懷舊情感較容易產生，畢竟是某一段時期經常生活的環境使然，但其實以現今旅遊風氣盛行的年代，很多大自然熱門景點也是遊客多次造訪並且投入情感的地方。因此，在多位研究者多以人文類型的地點研究過後，後續研究者若試圖研究真實性知覺、懷舊情感與重遊意願等相關性研究，不仿以歷史悠久的大自然景點一試，如日月潭、八通關古道和阿里山神木區等。

參考文獻

中文參考文獻

1. 文芸、傅朝卿(2011)，重思文化遺產的真實性概念-從過去到現在的理解。建築學報，76，23-46。
2. 王維靖(2008)，重新檢視一般旅遊決策模式-以襲產觀光遊客為例，逢甲大學土地管理所碩士論文。
3. 李雅倩(2013)，文化資產中真實性知覺對懷舊情感、場所依戀與重遊意願之影響，國立澎湖科技大學服務業經營管理研究所碩士論文。
4. 林宗賢、王維靖、劉沛瑜和王乃玉(2009)，重新檢視一般遊客旅遊決策模式-以襲產觀光遊客為例。戶外遊憩研究，22(4)，81-104。
5. 林裕強、陳美芳、楊庭芳(2012)，探討文化遺產真實性對旅遊忠誠度之影響，區域與社會發展研究，第四期，318-335。
6. 何美慧(2011)，西螺延平老街的日記，財團法人雲林縣螺陽文教基金會。
7. 何美慧(2013)，從廢墟老屋到青年聚落之路，財團法人雲林縣螺陽文教基金會。
8. 沈文台(2006)，台灣老街圖鑑，台北：貓頭鷹。
9. 吳一萍(2009)，退伍軍人懷舊情感、地方依附及戰地觀光意願之研究-兼論金門戰地觀光政策，靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文。
10. 吳明隆(2013)，SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，易習圖書。
11. 徐錢玉與陳柏蒼(2011)，體驗、情緒與地方依戀之研究-以淡水老街為例。運動與遊憩研究，5(4)，1-18。
12. 陳貞吟(2004)，以方法目的鍊探討旅客懷舊體驗的內涵與價值，中正

大學企業管理研究所博士論文。

13. 陳貞吟(2005)，懷舊體驗之情緒與價值-以遺跡觀光為例。國立中正大學企業管理所博士論文。
14. 陳妘芯(2013)，鹿港老街之真實性、懷舊情感與地方依附關係之探討-從居民與遊客觀點。
15. 陳諺名(2014)，古蹟保存區居民對觀光及古蹟保存認知之研究-以鹿港古蹟保存區為例，國立彰化師範大學地理系環境暨觀光遊憩碩士班碩士論文。
16. 黃沼元(2002)，台灣的老街，台北：遠足文化。
17. 黃昱凱、蘇展平、謝瑋莉(2009)，安平古堡園區服務品質、遊客滿意度與行為意象之研究，文化事業與管理研究，2，第 47-66 頁。
18. 黃宜瑜、謝素卿、林宛儒(2011)，老街旅遊體驗價值之研究，發表於 2011 年海峽兩岸旅遊觀光研討會。
19. 程柏舒 (2005)，遺跡觀光遊客懷舊情感及其影響因素-以舊山線為例，亞洲大學休閒與遊憩學系碩士班碩士論文。
20. 彭心妮 (2009)，整合行銷傳播、旅遊體驗、旅遊意象與重遊意願關係之研究—以古坑柳丁節為例，南華大學傳播學研究所碩士論文。
21. 葉哲銓 (2013)，鐵道觀光中遊客真實性知覺、懷舊情感、體驗價值、行為意圖之研究，國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文。
22. 聞鴻儒(2012)，鹿港古蹟旅遊涉入程度、體驗價值、地方依附與地方意象的關聯性研究，南華大學旅遊管理學系碩士論文。
23. 劉子菁 (2008)，遺產觀光中懷舊情感是否需要真實性-兼論解說導覽

之影響角色，國立嘉義大學休閒事業管理研究所碩士論文。

24. 盧筱筠(2007)，旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-瑞士團體套裝旅遊為例，世新大學觀光學研究所碩士論文。
25. 蕭至惠(2013)，操弄懷舊情素真能為旅遊產品增值？戶外遊憩研究，26(1)，31~68。
26. 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。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
27. 戴有德、林濰榕、陳冠仰（2010），襲產觀光中的懷舊情感是否需要真實性？兼論解說之調節角色，戶外遊憩研究，23（3），61-86。



英文參考文獻

1. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
2. Apostolakis, A., & Jaffry, S. (2005) .A choice modeling application for Greek heritage attractions. Journal of Travel Research, 43,309-318.
3. Baker, & Kennedy. (1994). Death by Nostalgia : A diagnosis of context-specific cases, Advance in Consumer Research, 21, 169-174.
4. Batcho, K. I. (1995). Nostalgia : a psychological perspective, Perceptual and Motor Skills, 80, 131-143.
5. Baker, D. A. & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research, 27(3), 785-804.
6. Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. Annals of Tourism Research, 15, 371-386.
7. Davis, F. (1979). Yearning for yesterday : sociology of nostalgia. New York : Free press.
8. Fishbein, M. , & Manfredi, M. J. (1992). A theory of behaviour change. In M. J. Manfredi (Ed.), Influencing human behaviour: Theory and applications in recreation, tourism and natural resource management, 32.
9. Francken, D. A. (1993), Post-purchase Consumer Evaluation, Complaint Actions and Repurchase Behavior, Journal of Economic Psychology, 273-290.
10. Goulding, C. (2001). Romancing The Past : Heritage Visiting and The Nostalgia Consumer, Psychology & Marketing, 18 (6) , 565-592.
11. Guest, L. P. (1995) Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It. Simmonand Schuster Inc.

12. Hewison, R. (1991). The heritage industry revisited. *Museums Journal*, 9(1), 23-26.
13. Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences : Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 245-256.
14. Holak, S. L & Havlena, W. J. (1998). Feeling, fantasies, and memories : An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42(3), 217-226.
15. Jones, T. O. & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73 (6) , 88-89.
16. Kozak, M. (2001). Repeater` behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28 (3) , 784-807.
17. Kolar, T. & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity : An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing ? *Tourism Management*, 31, 562-664.
18. MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity : Arrangements of Social Space in Tourist Setting. *The American Journal of Sociology*, 79 (3) , 589-603.
19. McIntosh, A. J. & Prentice, R. C. (1999). Affirming authenticity : Consuming cultural heritage. *Annals of Tourism Research*, 26 (3) , 589-612.
20. Revilla, G. & Dodd, T. H. (2003). Authenticity perceptions of Talavera pottery. *Journal of Travel Research*, 42, 94-99.
21. Reisinger, Y. , & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33 (1) , 65-86.
22. Stern, B. B. (1992). Historical and personal nostalgia in advertising text :

- The fide siecle effect. *Journal of Advertising*, 21 (4) , 11-22.
24. Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 7-26.
25. Trilling, L. (1972). *Sincerity and Authenticity*. London : Oxford University Press.
26. Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2) , 349-370.
27. Waite, G. (2000). Consuming heritage : Perceived historical authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27 (4) , 835-862.



網路文獻

1. 西螺鎮公所-西螺鎮誌。線上檢索日期：2013 年 12 月 12 日。網址：
<http://www.hsilo.gov.tw/2011/index.php?op=records>
2. 維基百科。台灣古蹟。線上檢索日期：2013 年 11 月 20 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%87%BA%E7%81%A3%E5%8F%A4%E8%B9%9F%E5%88%97%E8%A1%A8>
3. 維基百科。周鍾瑄。線上檢索日期：2013 年 11 月 26 日。網址：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%91%A8%E9%8D%BE%E7%91%84>
4. 觀光局網站。國人旅遊狀況調查。線上檢索日期：2013 年 11 月 19 日。
網址：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>



附錄一：

「真實性知覺、懷舊情感與重遊意願關係之研究-以西螺老街為例」 (正式問卷)

親愛的女士、先生，您好：

感謝您撥出寶貴時間，本問卷為學術性問卷，目的是探討遊客對於西螺老街的真實性、懷舊情感與重遊意願。本研究僅供學術分析之用，所有資料絕對保密，請安心填答。懇請提供寶貴意見，感謝您的支持與協助。

敬祝

身體健康 萬事如意

南華大學 休閒環境管理研究所
指導教授：于 健 博士
研究生：鍾振芳 敬上

第一部份：個人基本資料

- 一、性別： 男性 女性
- 二、年齡： 20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲
 51 歲以上
- 三、教育程度： 高中職(以下) 專科、大學 研究所
- 四、停留時間： 1 小時以下 1 ~ 2 小時 3 ~ 4 小時
 4 小時以上
- 五、觀光次數： 初次到訪 2 ~ 3 次 4 ~ 5 次
 6 次以上
- 六、交通工具： 徒步 自行車 機車 汽車
 大眾運輸 其他
- 七、居住地區： 西螺鎮居民
 中部：台中市、彰化、南投、雲林（西螺除外）
 北部：台北市、新北市、基隆、桃園、新竹、苗栗等
 南部：嘉義縣市、台南市、高雄市、屏東等
 東部：宜蘭、花蓮、台東等
 其他：外島、香港、大陸等

【請翻面，開始作答】

※ 請您依照對每一小題的同意程度，在適當空格中打「√」，謝謝。

【第一部分】真實性知覺					
	非常 不同 同意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1 西螺老街可以代表當地的特色景點。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 西螺老街是當地的歷史指標。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 西螺老街有多樣歷史性的面貌，如廟宇與市場。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 西螺老街保有傳統的產業與行業，如醬油廠。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 西螺老街保有日治時的建築設計樣貌。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 西螺老街建築、街道巷弄維持日治時的完整性。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 西螺老街建築、街道的風格有整體一致性。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 西螺老街建築、街道得到管理者妥善維護。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 西螺老街建築、街道得到旅遊民眾的愛惜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 西螺老街建築、街道被多元的利用：餐飲、民宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 西螺老街建築、街道面貌具有被保存的必要。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 西螺老街建築、街道與其他老街有所差異。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 西螺老街在旅客心目中是具有特色的老街。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【請接下頁，繼續作答】

※ 請您依照對每一小題的同意程度，在適當空格中打「√」，謝謝。

【第三部分】懷舊情感					
	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 西螺老街會使我感受以前老街居民的生活。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 西螺老街會使我感受以前老街居民的風俗。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 西螺老街會使我感受以前老街居民的飲食。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 西螺老街會使我感受以前老街的建築風格。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 西螺老街會使我感受以前老街的興衰起落。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 西螺老街會使我感受以前老街的貿易買賣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 西螺老街會使我好像回到以前的西螺舊時光。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 西螺老街會使我回想起自己以前的友人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 西螺老街會使我回想起自己以前的場所。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 西螺老街會使我回想起自己以前的生活。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 西螺老街會使我想翻找自己以前的相片。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 西螺老街會使我想重溫自己以前的生活。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【第四部分】重遊意願					
	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 我會重遊西螺老街。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 即使西螺有其他景點，我還是會重遊西螺老街。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 即使有其他老街，我還是會重遊西螺老街。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

感謝您耐心的完成，祝福您旅途順心愉快！