

國立屏東科技大學農企業管理系

碩士學位論文

遊客對旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究  
— 以花蓮赤柯山金針休閒專業區為例

**The Study of Relationship among Travel Motivation,  
Satisfaction and Willingness to Revisit — Take Chike  
Mountain Agriculture Tourism in Hualien Country  
Recreation Area as example**

指導教授：林永順 博士

研究生：官怡君

中華民國 102 年 5 月 27 日

## 摘要

學號：N10050024

總頁數：91

論文名稱：遊客對旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究－以花蓮  
赤柯山金針休閒專業區為例

學校名稱：國立屏東科技大學

系（所）別：農企業管理系

畢業時間及摘要別：101 學年度第 2 學期碩士學位論文摘要

研究生：官怡君

指導教授：林永順 博士

論文摘要內容：

本研究以來到花蓮赤科山金針休閒專業區旅遊遊客為研究對象，研究之目的主要是探討遊客旅遊動機與滿意度之間的關係及重遊意願之相關性，以問卷調查的方式與SPSS17.0統計分析軟體進行實證分析。研究共回收400 份有效問卷，進行資料分析方法包括描述性統計、信度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、Pearson相關分析、路徑分析等方式進行資料分析。實證結果分述如下：

一、人口統計變數分析顯示，以女性較多、年齡以21~30歲、教育程度大專院校、月收入20,000元以下、未婚多，居住為北部遊客最多。遊客特性方面：第一次前來旅遊、旅遊資訊來自親朋好友、交通工具為自用車、旅遊同伴以家人、朋友及同學為主。

二、依據本研究結果顯示，本研究架構的各項假設部分獲得成立。主要旅遊動機是為了「增進社交人際關係」及「為了欣賞金針花的景觀」為主。滿意度則以「自然景觀的維護」及「林象美觀」、「環境整潔」為分數最高，以上兩項滿意程度愈高者其重遊意願也愈高。

三、透過旅遊動機與滿意度、重遊意願三方面的Pearson相關分析、路徑分析，顯示呈正向之相關。即旅遊動機愈強烈，則滿意度會愈滿意；然而滿意度愈高，則會愈願意重遊此地。

關鍵字：旅遊動機、滿意度、重遊意願。

## **Abstract**

Student ID : N10050024

Total page : 91

Title of thesis : The Study of Relationship among Travel Motivation, Satisfaction and Willingness to Revisit — Take Chike Mountain Agriculture Tourism in Hualien Country Recreation Area as example

Name of Institute : Department of Agibusiness Management, National PingTung University of Science and Technology

Graduate date : June, 2013 Degree Conferred : Master

Name of student : Yi-chin Kuan Adviser : Dr. Lin, Yeong-Shenn

The contents of abstract in this thesis :

This study came to take Chike Mountain agriculture tourism in Hualien county , a special district for leisure travel. The primary purpose of this research is to explore the relationship between tourists' motivation, satisfaction, and willingness to revisit. (Relevant to questionnaire SPSS17.0 Empirical Analysis of Statistical Analysis Software) In a study involving four hundred valid questionnaires, data analysis methods include descriptive statistics, reliability analysis, independent samples of the t-test, analysis of the single factor in changing surname sequences, the Pearson correlation, path analysis, and other approaches to data analysis. Empirical results are as follows:

1. An analysis of demographic variables shows that more females, aged 21-30 with a tertiary education, a monthly income of \$20,000 or below, unmarried and living in the North's most visited area. Visitor characteristics include: tourism, travel information from friends and family for the first time, means of transportation for the car, and the main traveling companion to their families, friends, and classmates.

2. Based on the results of the present study, the hypothesis of this research framework has been established. Main tourism motivation is to “enhance social relationships” and to “appreciate the lily flower landscapes”. “Clean” is the highest score for satisfaction with “the maintenance of the natural landscape” and “forest-like appearance”; it is also indicative of a higher level of satisfaction of their visit.
3. The Pearson Correlation and path analysis show that both tourist motivation and satisfaction and a willingness to revisit were positively associated. The higher the tourists' motivation and, more importantly, the tourists' satisfaction, the more willing you may be to visit here.

**Key words:** tourist motivation, satisfaction, willingness to revisit

## 謝誌

本論文得以順利完成，首先感謝我的指導老師林永順教授，在學分班的鼓勵；常提點我們思考自己要的是什麼？還呼口號—「我要！」來增加自己的自信心。或許是「我」從小到大鮮少了解自己要的是什麼且不太敢主動爭取，對我而言「要」是一種挑戰。讀研究所是我自己選擇要的，為自己而努力來學習學問是一種享受。兩年之間，受到林教授及師母細心照顧、鼓勵及論文的指導，衷心的感謝。對於論文的指正及擔任本論文的口試委員，感謝正修科技大學企業管理系戴志璁博士及楊宗文博士、屏東科技大學企業管理系林豐瑞博士及蔡青園博士，細心指正，使本論文更加充分及完整，特此致上最誠摯的謝意。還有感謝鄭秋桂教授論文上給予許多寶貴的意見，謝謝您。

求學期間，感謝同學兼同事的佑民及美秀，大家一同分工、督促、打氣，使得求學過程增添許多樂趣，很高興求學路上有你們！還要感謝赤科山上的民宿業者在蒐集資料及訪談上熱心的提供協助，使得論文資料更加豐富。最後要感謝老公「矩賢」，謝謝你照顧孩子、分擔家務及不厭其煩的解釋課業上的疑惑，讓我在工作之餘還有多餘的時間，在研究所課業和論文上，是你的支持與陪伴讓我能順利的完成學位。還有兩個可愛孩子~儒與樺，有你們的笑容及擁抱，讓我忘記課業壓力，謝謝你們！再來感謝母親的關心及鼓勵，還有要把此篇論文獻給在天上的父親，您一生努力不懈於教育並兼顧家庭，您「坐而言不如起而行」的精神，深深影響著我，謝謝您！

官怡君 謹誌  
屏東科技大學農企業管理系  
中華民國 102 年 6 月

# 目錄

摘要 .....	I
Abstract .....	II
謝誌 .....	IV
目錄 .....	V
圖表索引 .....	VII
第壹章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機與目的 .....	2
第三節 研究範圍與對象 .....	4
第四節 研究流程 .....	5
第貳章 文獻探討 .....	6
第一節 遊客旅遊動機 .....	6
第二節 遊客旅遊滿意度 .....	14
第三節 遊客重遊意願 .....	20
第四節 各構面的關係 .....	22
第五節 赤柯山金針休閒專業區概況 .....	26
第參章 研究方法 .....	30
第一節 研究架構與研究假設 .....	30
第二節 操作性定義及問卷設計 .....	31
第三節 抽樣設計 .....	38
第四節 資料分析方法 .....	39
第肆章 實證分析 .....	44
第一節 信度分析 .....	44
第二節 敘述性統計分析 .....	45

第三節	人口統計變數對各構面的差異分析.....	53
第四節	旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析.....	62
第五節	路徑分析 .....	64
第六節	研究假設驗證結果.....	69
第伍章	結論與建議.....	70
第一節	結論 .....	70
第二節	建議 .....	75
第三節	研究限制及後續研究建議.....	78
參考文獻	.....	80
附錄	.....	88
作者簡介	.....	91

# 圖表索引

## 圖索引

圖 1-1 赤柯山金針休閒專業區導覽圖 .....	4
圖 1-2 研究流程圖.....	5
圖 3-1 研究架構圖.....	30
圖 4-1 路徑分析圖.....	64
圖 4-2 路徑關係分析圖.....	68

## 表索引

表 2-1 Beard and Ragheb 休閒動機分類表 .....	9
表 2-2 旅遊活動者目的一覽表 .....	11
表 2-3 遊客動機的種類.....	13
表 2-4 國內外學者對滿意度之定義 .....	15
表 3-1 旅遊動機操作性定義 .....	32
表 3-2 旅遊滿意度操作性定義 .....	33
表 3-3 遊客旅遊動機之量表 .....	35
表 3-4 遊客滿意度之量表 .....	36
表 3-5 遊客重遊意願之量表 .....	37
表 3-6 人口統計衡量問項對照表 .....	37
表 3-7 Cronbach's $\alpha$ 係數之參考指標 .....	40
表 3-8 效度檢測係數大小與可信程度 .....	41
表 3-9 相關係數值之參考指標 .....	43

表 4-1 衡量構面之信度分析 .....	44
表 4-2 人口統計變數.....	46
表 4-3 遊客之旅遊特性統計分析 .....	49
表 4-4 動機構面問項的平均值與標準差 .....	51
表 4-5 滿意度構面問項的平均值與標準差 .....	52
表 4-6 重遊意願問項的平均值與標準差 .....	53
表 4-7 基本資料對旅遊動機的差異 .....	55
表 4-8 遊客特性對旅遊動機的差異 .....	56
表 4-9 基本資料對滿意度的差異 .....	58
表 4-10 遊客特性對滿意度的差異 .....	59
表 4-11 基本資料對重遊意願的差異.....	60
表 4-12 遊客特性對重遊意願的差異 .....	61
表 4-13 旅遊動機與滿意度之相關分析 .....	62
表 4-14 旅遊動機與重遊意願之相關分析 .....	63
表 4-15 旅遊滿意度與重遊意願之相關分析 .....	63
表 4-16 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析 .....	64
表 4-17 路徑函數與路徑模式 .....	66
表 4-18 整體模型的路徑分析表 .....	67
表 4-19 整體模型的效果分析表 .....	68
表 4-20 研究假設驗證表 .....	69

# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景

社會經濟的成長與產業結構變遷，使得農業由單純的初級產業活動，逐漸轉型為結合生產、生活及生態三生一體的產業。根據行政院農委會八十五年十二月三十一日核定之「休閒農業輔導辦法」（行政院農委會，1996）第三條第一款：中指出，休閒農業係『利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村體驗為目的之農業經營』。因此，休閒農業一方面繼續維持農業產銷活動，從事農事經營，另一方面則提供遊客休閒遊憩的機會，在經營型態上結合了三及產業的特性（陳昭郎等，1996）。

1994 年，文建會推動之社區總體營造，居民的投入使得休閒農業與地方鄉鎮發展相輔相成；提振了地方的經濟以及創造在地就業的機會。2001 年政府推動週休二日，國人對於休閒生活之需求提升，加上所得增加，使得旅遊的目的、生活型態、價值觀的看法改變，對於休閒活動更加重視，已成為現代生活不可或缺的一部分。

花東受到地理環境的阻隔，雖使東部產業發展較部落後，但卻也為台灣保住最後一塊淨土。台灣東部具有豐富優美的自然景觀、乾淨的土地資源等優勢條件，應掌握樂活、慢活、優質生活的全球休閒旅遊發展趨勢，發展利基型產業，不需要複製西部大量消耗自然資源以換取經濟成長的發展模式。依花蓮特有之地理環境及自然資源，將花蓮規劃

為環保縣，可以將傳統農業生產轉型為具綠色健康概念的產業，發展適合的休閒農業來推廣花蓮在地生活，更能促進地方的發展（花蓮區農業改良場有機農業資訊網，2008）。

## 第二節 研究動機與目的

### 一、研究動機

政府為了發展國內觀光產業，加上聯合國為了呼籲世界各國重視生態教育與環境倫理，訂定 2002 年為國際生態旅遊年。生態旅遊不僅用觀光的發展角度來經營，還需要結合生態、社區文化、解說服務等的方式，才能展現以自然為基礎的生態旅遊魅力。

然而觀光是促使鄉村經濟提升的主要機會之一，且都市居民由於生活空間的擁擠，所得及休閒提升，以致於對戶外休憩的需求俱增，這是鄉村發展的契機。因此，在觀光政策的原則下，產業的發展由一級轉型為三級產業，可以均衡地方的財富，創造就業機會。

行政院農業委員會規劃推動新農業運動，要把台灣打造成為「健康、效率、永續經營」的農業環境，多年來，花蓮的農業朝「創力農業、活力農民、魅力農村」邁進。為提升農業生產競爭力，持續拓展農產行，於 100 年辦理花蓮金針花季活動規劃及媒體行銷及金針留花補助，鼓勵農民不採收金針。金針山（赤柯山及六十石山）留花面積達 60 公頃，前往金針山旅遊人次達 40 萬人次，帶來 9000 萬元以上相關消費（花蓮縣縣長施政報告，2012）。

位於海拔 800~1200 公尺的花蓮縣玉里鎮赤柯山是台灣三大金針產區之一。花蓮縣政府對於兩座金針產區的輔導方向是以低度開發、環境優先為導向，當地居民配合政府施政方針，不只維護當地的環境景觀，更積極進行復育工作，且大量栽植原生樹種，山區生物多樣性才會豐富，也因此增加遊憩資源。金針山旅遊可以規劃欣賞美麗的金針花海，還可以進行賞鳥、生態觀察、夜間觀星、品嚐金針風味餐。來到玉里鎮赤柯山，除了可以品嚐高寮有機栽培的火龍果、原生油菊花茶、苦茶等，還可以到玉溪地區農會精米工廠選購玉溪米系列產品（赤科山永續發展協會，2003）。

在推廣行銷「花蓮金針季」賞金針及旅遊的模式，將能改善農村生活、發展農村經濟，因此地方政府舉辦活動來幫助地方產業，就能刺激遊客前往意願。在金針產業活動環境內，對於參與的遊客能否符合前往旅遊的動機及獲得滿意的回應，了解遊客之旅遊動機、滿意度的回應將是本研究探討動機之一。

此產業活動是否營造遊客願意在此地消費的動機，還有參與後所產生的滿意度，及之後是否願意回來，這三者之間相互影響關係，為本研究探討動機之二。

## 二、研究目的

了解遊客的期望及需求是經營者重要的觀念，要如何能吸引遊客前往及運用有效的行銷手法，將會影響產業文化活動能否永續經營。因此針對遊客參與赤柯山金針休閒專業區的旅遊動機及對活動滿意度與重遊意願間之相關性，做探討。本研究所欲探討之研究目的可歸納如下：

(一) 探討參與花蓮赤科山金針休閒專業區的人口統計變數。

(二) 分析花蓮赤科山金針休閒專業區遊客人口統計特徵在旅遊動機、滿意度及重遊意願上的差異性。

(三) 探討花蓮赤科山金針休閒專業區遊客之旅遊動機、滿意度與重遊意願之間影響關係及其影響效果。

(四) 針對本研究結果藉供花蓮赤科山金針休閒專業區業者及政府單位擬定行銷策略之參考。

### 第三節 研究範圍與對象

#### 一、研究範圍

本研究在於探討赤柯山金針休閒專業區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之關係，故以赤柯山金針休閒專業區研究範圍（如圖 1-1）。



圖 1-1 赤柯山金針休閒專業區導覽圖

資料來源：花東縱谷國家風景區（2012）

## 二、研究對象

本研究對象針對實際參觀過任何一個景點的遊客為本研究對象，是以問卷調查方式對前往赤柯山金針休閒專業區從事旅遊活動的遊客作為實證調查之對象，調查期間為2012年8月至2012年10月。研究內容在探討遊客屬性、旅遊動機、滿意度三者與重遊意願之關係。

## 第四節 研究流程

針對研究動機與目的、理論與文獻探討問卷設計與抽樣方法、資料處理分析、結論等階段。本研究規劃流程如圖 1-2，其研究步驟如下：

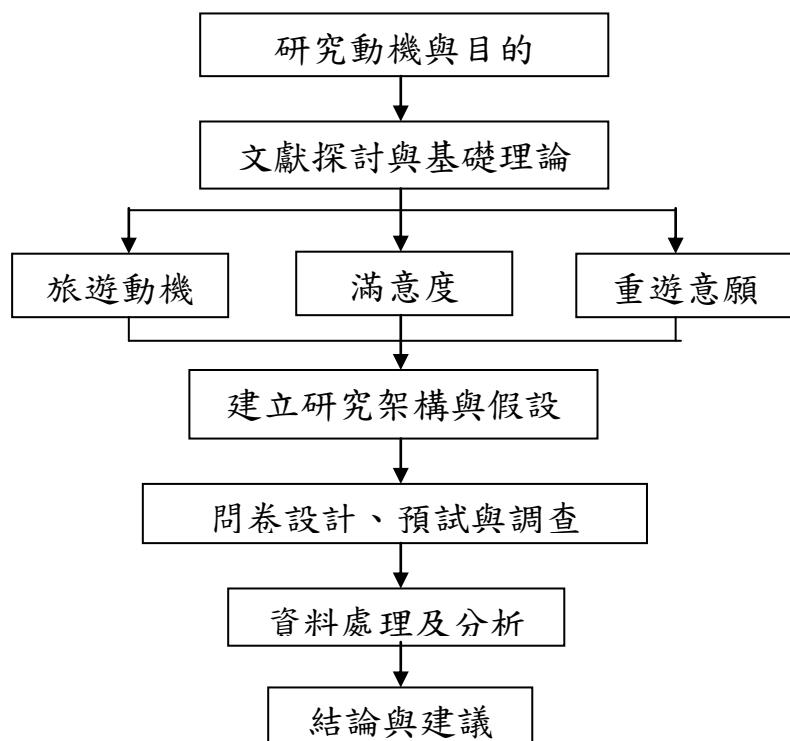


圖 1-2 研究流程圖

資料來源：本研究繪製

## 第二章 文獻探討

本研究在相關理論與文獻探討方面，主要是探討遊客旅遊赤柯山金針花動機、滿意度與重遊意願之間的關係，首先就以相關文獻進行回顧，並針對三者之間的關係做總整理，最後將這些文獻的回顧與理論的探討加以彙整，形成本研究的理論基礎及架構。

### 第一節 遊客旅遊動機

#### 一、旅遊動機的定義與相關研究

##### (一) 動機的定義

動機（Motive）是指引起個體活動，維持該已引起的活動，並導使該活動朝向某一目標的內在歷程（張春興，1994）。曹勝雄（2001）認為動機的發生是由個體內在的某一種需求而發展，一旦需要的強度轉化到一定程度後，就會提升為一種動機，進而使每一個人尋找滿足需要的東西。

而且自 Maslow (1954) 提出以個人心理需要層級的理論後，將動機理論與發展，分為五大類。所謂的需要層級理論，包括生理需要 (physiological needs) 泛指人類一般需要，如：食、衣、住、行等方面生理需要等方面。安全需要 (safety needs) 包括身體安全、免於恐懼、危險等心理上的安全需要。社會需要 (social needs) 含有歸屬感、認同及友誼等需要性。自我需要 (ego needs) 如別人的欣賞與自我的尊重及本

身獨立自主的需要。最後一個就是要達到自我實現需要 (self-actualization needs) 如同滿足自我、自我成就及發展等。當低階需要獲得滿足時，人們才會追求下一層級的需要。然而動機是一個不能從內部力量的觀察，就可以看見該行為的發生，所以我們不可看到動機，只能從個體的行為當中，去推敲其動機的存在。

因此，由上述學者之理論，本研究相關旅遊動機之定義為：可以了解人們從事旅遊活動時都有動機，但是動機是個體基於生理、心理的某種需求，不同的個體屬性在動機類型上的重要，卻是有著相當大的不同。經過行動後所產生的行為，這些行動包含了內在與外在的因素，而這些綜合因素將會影響個體達到其慾望的一個歷程。

## （二）旅遊動機的意義與種類

Weissinger and Bandalos( 1995 )將休閒內在動機 (Intrinsic Motivation) 定義為「個體從休閒行為中尋求內在酬賞的傾向，以引發個體從事休閒活動的內在力量。」然而，在人們選擇一個特定地點從事休閒戶外的遊憩活動，是因為他們期望能達到所從事旅遊活動的目的，而最後能滿足他個人的需求，就是所謂旅遊動機的意義 (吳佩芬，1997)。

能造成消費者動機差異的原因包括內在與外在的因素，有所謂內在因素是指消費者個人生理上與人格特質的差異；而外在因素包括消費者的薪資所得、職業與社會地位等。消費者的動機有時是這些內在因素與外在因素綜合的影響結果 (簡明輝，2008)。

林國賢 (2004) 指出遊客在從事旅遊活動中，旅遊動機是引發遊客進行活動行為的驅力，也是導引遊客維持預期目標前進的動力，還把動機區分為放鬆、發展、關係、刺激、實現動機等五個層面。因此透過了

解遊客動機，不僅可以得知遊客從事旅遊活動的起因，亦可作為推估遊客之行為。Uysal and Jurowski (1994) 總結內部推力和外部拉力影響，推動動機包含渴望逃避、休息、放鬆、威望、健康和健身、探索以及社會互動；外部動機為目的地吸引力，包含有形資源如海灘、休閒活動、文化景點，旅行者的看法和期望如新穎性、市場形象和預期。

Crompton (1979) 認為可以影響旅遊者如何選擇觀光目的地的因素，都稱為是旅遊動機，在其研究中將旅遊動機分為推力因素動機和拉力因素動機，得出之結論分別為「旅遊動機七大推力」因素：1. 逃離世俗環境；2. 探險與對自己的評價；3. 放輕鬆；4. 追求聲望；5. 恢復；6. 增進親屬關係；7. 促進人際互動。以及「旅遊動機二大拉力」因素：1. 新奇的事物；2. 教育。

根據 McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995) 則將基本的旅遊動機區分為四類：

1. 生理動機 (physical motivators)：包括遊戲、運動與休息、治療.....等動機。這些動機的特點是以身體的活動來消除不安與緊張。主要是可以滿足生理方面的活動為主要原因。
2. 人際動機 (interpersonal motivators)：包括在擺脫日常公事、工作環境、異地、異國結識各種新朋友、家庭事物等動機，主要動機在免除壓力和逃避現實的願望。
3. 文化動機 (cultural motivators)：主要為欣賞及瞭解其他的地點與文化、風俗民情與藝術文化、宗教和語言的動機，這些動機是種求知的慾望。
4. 地位和聲望動機 (status and prestige motivators)：這類動機包括考察、

交流、會議以及從事研究活動...等，主要動機是要滿足其自尊與建立良好人際關係，及能被承認賞識與具有好名聲的願望。

Beard and Ragheb (1983) 編製出休閒動機量表來衡量休閒動機，量表可以分為知識性動機（Intellectual Motivation）、社會性動機（Social Motivation）、能力勝任動機（Competence-mastery Motivation）、刺激避兔動機（Stimulus Avoidance Motivation）四個構面有32 個題項（表2-1）。

表2-1 Beard and Ragheb 休閒動機分類表

休閒動機構面	說明	題項
知識性動機 ( Intellectual Motivation )	藉由參與休閒活動來增進及獲得知識性的動機	1.可以從活動中學習到一些新事物及觀念 2.可以滿足求知慾 3.探究新穎的觀念 4.學習及成長 5.可以擴展知識 6.獲得新事物的啟發 7.增進創造力 8.可以應用智力及機智
社會性動機 ( Social Motivation )	藉由參與休閒活動來增進及改善人際關係的動機	9.和人建立友誼 10.跟其他人互動 11.發展友誼 12.結交新朋友 13.顯示出想法、感覺及技能 14.可以勝任社會所交付的職責 15.獲得歸屬的感覺 16.獲得別人的尊重

資料來源：Beard and Ragheb (1983)

表2-1 Beard and Ragheb 休閒動機分類表（續）

休閒動機構面	說明	題項
能力勝任動機 ( Competence-mastery Motivation )	藉由參與休閒活動來增進及改善應付及解決問題能力的動機	17.可以挑戰自己的能力 18.可以很愉快的完成工作 19.改善技巧及能力去完成工作 20.採取行動 21.發展技能及能力 22.保持身體的健康 23.訓練體能 24.發展體適能
刺激避免動機 ( Stimulus Avoidence Motivation )	該動機並非外在刺激所產生，而是人類天性本能的驅動。	25.沉靜下來 26.有時候自己喜歡一人獨處 27.追求身體上的舒適 28.心靈上的愉悅 29.避免日常生活的忙亂 30.為了休息 31.減輕壓力和緊張 32.善用時間

資料來源：Beard and Ragheb ( 1983 )

吳坤銘 ( 1979 ) 在「遊客行為之觀察與分析」中將旅遊動機歸納為：

- 1.欣賞自然景致、2.逃避日常繁重生活的機會、3.追求健康、4.追求自尊、  
5.發展技能、6.社交上的滿足

交通部觀光局 ( 2000 ) 將旅遊動機與目的看成一體兩面，具有相同的意義。因此旅遊活動者的參與目的、參觀動機及遊憩效益作部份混合作使用，整理出旅遊活動者目的一覽表。見表2-2。

表2-2 旅遊活動者目的一覽表

心理	生理	知識	人際之間
1.追求孤寂	1.健身與鍛練	1.增廣見聞	1.結交朋友
2.逃離文明、人群	身體	2.學習自然	2.尋求團體認同
3.逃避工作或責任壓力	2.減肥	3.增加創作力	3.增加團隊合作精神
4.抒解身心	3.平衡身心、休息	4.提高競爭能力	4.增加家庭情趣
5.調劑生活	4.復健	5.學習生活技巧	及生活樂趣
6.建立自信、自尊、修身	5.發洩多餘精力	6.自我教育提升及尊重、炫耀個人地位	5.建立社會地位、受人注意
7.追求冒險刺激	6.增加反應能力	7.實踐個人興趣	6.人看人、與人閒聊談天
8.享受自然美景		8.發揮個人技術與能力	7.追求權勢、控制慾、支配
9.接近大自然 權			
10.逃離家庭壓力			
11.增加自我實踐能力			
12.有成就感			
13.消磨打發時間			
14.肯定自我價值			
15.追求愉悅快樂			
16.追求獨立自主			
17.追求熱鬧			
18.滿足好奇心			

資料來源：周宏昌（1995）

黃錦照（2002）於「田中森林公園遊客旅遊動機與其滿意度之研究」，將旅遊動機歸納為十二項，分別為：1.登山健行、2.野餐休憩、3.看風景、

4.從事森林浴、5.增進親子關係、6.觀賞動植物、7.鬆弛身心、8.運動健身、9.攝影寫生、10.從事社交活動、11.慕名而來滿足好奇心、12.學習保育知識。

朱珮瑩（2003）調查新竹縣遊客從事鄉野觀光之動機與滿意度，發現旅遊動機有『調劑身心因素』、『充實新知因素』、『體驗活動因素』、『自然生態因素』、『興之所至因素』及『消磨時間因素』。

關羽彤（2005）將動機分為四大構面。個人生理健康有關之動機：休習、運動、遊憩、體能活動等，主要是消除緊張與不安。人際動機：拜訪親友、認識新朋友與建立友誼等。知性動機：學習、思考、探索及冒險等。強化競爭動機：挑戰與實踐目標而進行之旅遊動機。

陳蕙菱（2001）在針對淡水市街觀光地景環境體驗研究中，將遊憩動機分為慕名而來、欣賞山水風景、參觀名勝古蹟交通方便、運動健身、品嚐地方美食、認識自然及動植物、感受老鎮氣氛、增進家人朋友情感、友人介紹、媒體報導、機關學校舉辦活動、順道旅遊、出去走走、其他等十四項動機。

本研究將部分學者對遊客動機的種類作整理如下表 2-3：

表2-3 遊客動機的種類

學者（年代）	遊客動機的種類
McIntosh, Goeldner and Ritchie(1995)	生理動機 (physical motivators)、文化動機 (cultural motivators)、人際動機 (interpersonal)、地位與聲望動機等四類。
Crompton (1979)	「旅遊動機七大推力」因素：逃離世俗環境、探險與對自己的評價、放輕鬆、追求聲望、恢復、增進親屬關係、促進人際互動。以及「旅遊動機二大拉力」因素：新奇的事物、教育。
吳坤銘(1979)	欣賞自然景致、逃避日常繁重生活的機會、追求健康、追求自尊、發展技能、社交上的滿足
Beard and Ragheb (1983)	知識性動機 (intellectual motivators)、社會性動機 (social motivators)、能力勝任動機 (competence-mastery motivation)、刺激避免動機 (stimulus avoidance motivators) 等四類。
Uysal and Jurowski (1994)	推力動機包含渴望逃避、休息、放鬆、威望、健康和健身、探索以及社會互動；外部動機為目的地吸引力，包含有形資源如海灘、休閒活動、文化景點，旅行者的看法和期望如新穎性、市場形象和預期。
周宏昌(1995)	心理、生理、知識、人際之間等四大類
陳蕙菱(2001)	慕名而來、欣賞山水風景、參觀名勝古蹟交通方便、運動健身、品嚐地方美食、認識自然及動植物、感受老鎮氣氛、增進家人朋友情感、友人介紹、媒體報導、機關學校舉辦活動、順道旅遊、出去走走、其他等十四項動機。
黃錦照(2002)	登山健行、野餐休憩、看風景、從事森林浴、增進親子關係、觀賞動植物、鬆弛身心、運動健身、攝影寫生、從事社交活動、慕名而來滿足好奇心、學習保育知識
朱珮瑩(2003)	調劑身心、充實新知、體驗活動、自然生態、興之所至及消磨時間等因素。
林國賢(2004)	放鬆、發展、關係、刺激、實現動機等五個層面。
許仲喬(2011)	人際、娛樂、放鬆、逃避等四個層面

資料來源：本研究整理

本研究認為旅遊動機是影響旅遊行為的最主要驅力，旅遊行為的動機因旅遊者的個性、需求和社經背景而有所不同。根據上述文獻，本研究將參考Beard and Ragheb (1983) 休閒動機分類來衡量遊客對赤柯山金針休閒專業區的旅遊動機，其問項以知識性動機、社會性動機、刺激避免動機三個構面所組成。

### （三）旅遊動機相關研究

Manning (1986) 認為由許多的實證研究可以證實，人們參與遊憩活動是為滿足各種不同的旅遊動機，若能對不同動機的遊客群進行分類，作為遊憩地區的規劃與經營管理的依據，將更能直接滿足各種不同體驗之滿足的需要。李京容 (2007) 遊客之遊憩動機與府城文化觀光吸引力關係之研究，本研究發現遊客在觀光活動時，不同性別、年齡、教育程度、婚姻與職業的遊客在遊憩動機上達顯著差異。

黃錦照 (2002) 研究田中森林公園遊客動機及滿意度，結果指出前往田中森林公園遊憩的遊客，在性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入、婚姻狀況及住地的不同，均會造成旅遊動機上的差異。

依據上述學者個人社經背景亦與休閒活動息息相關。針對遊客人口統計對旅遊動機相關性之研究，本研究假設一：遊客人口統計不同，其旅遊動機亦不相同。

## 第二節 遊客旅遊滿意度

## 一、滿意度定義

滿意度的研究，最早由Cardozo（1965）所提出的概念，他指出顧客滿意會增加再次購買的行為，且顧客會購買同品牌其他的產品。而Kotler（1994）認為滿意乃是遊客比較購買行為之前，對產品或服務的預期（Expectation）與購買服務或產品後所感覺的績效表現（perceived performance）之間的差異。因此，消費者滿意可以說是顧客對過去在一定購買經驗或地點的購後評估，可以提供特定產品或服務績效診斷的資料。

茲將國內、外各學者專家對滿意度的定義相關研究彙整如表2-4所示。

表2-4 國內外學者對滿意度之定義

學者（年代）	滿意度之定義
Dorfman( 1979 )	認為滿意的感覺會因個人參與的動機、偏好、知覺、心理期望等不同而有所不同，各因子使得滿意體驗之感受強度不同而影響需求滿意的因素更為複雜。
Parasursman et al. ( 1985 )	提出PZB服務品質模式，認為若顧客的期望大於實際感受，則顧客會對服務品質感到不滿易，反之若期望小於實際感受，則顧客會感到滿意。
陳水源 ( 1989 )	在其擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究中提及「差異理論」，將遊憩體驗區分為事前期望的「期望體驗」和遊憩後方能感受到的「獲得體驗」，而將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度。
侯錦雄 ( 1990 )	滿意度一直是個研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面之看法的工具，是一項非常有用的衡量行為指標。由文獻中發現，遊客不同的社會經驗、特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同之方式影響其對滿意度及品質的知覺。

資料來源：本研究整理

表 2-4 國內外學者對滿意度之定義（續）

學者（年代）	滿意度之定義
林晏州等 (1998)	「滿意度」(satisfaction) 是一直是各研究用來測量人們對工作、產品、生活品質、戶外遊憩品質及社區等方面之看法的工具，是一項非常實用的行為衡量指標。
余幸娟 (2000)	滿意度是由遊客的期望加上旅遊時實際感受、知覺間之差距來決定，不管在任何情況下，整體滿意度是由現況各層面之差異組合所決定。
Kolter (2003)	指出滿意度是一個人感覺愉悅或失望程度，是來自於自己對產品的性能（或結果）的知覺性與個人對產品的期望。
陳冠曲 (2007)	遊客在旅遊環境後，參與旅遊活動或使用旅遊設施、服務後，所產生生理或心理的感受程度，而此感受是主觀的、情緒的，可以用來評估遊客的滿意度。
廖博元 (2010)	休閒滿意是指個體對休閒活動的期待及成就體驗，而自我感覺滿意的程度。

資料來源：本研究整理

本研究認為滿意度的定義是個人體驗後所產生的感受和之前心理期望的比較，再經由主觀感受所產生滿意或不滿意的結果。所以滿意度與遊客旅遊動機之間必然有其相關性存在，這是本研究所想要探討的目的。

## 二、滿意度之相關文獻研究

通常個人會從過去的旅遊經驗來了解自己的需求還是欲望，是否得到心理預期的滿意。Manning (1986) 指出戶外遊憩活動通常是以遊客的滿意度作為衡量遊憩事業經營的指標。Baker and Crompton (2000) 也提出旅遊滿意度為遊客個人的實際經驗，源自於個人與目的地互動之後所產

生的心理感覺。

Peterson (1974) 其在對獨木舟露營者為實證對象的研究中，利用期望（aspiration）與實際認知（perception）的一致性指標來測量滿意度，他採用的變數為、參與遊憩活動前之期望、參與遊憩活動前之預期體驗（知覺）、參與遊憩活動後之實際體驗以及迴歸模式中滿意變數之權重。研究結果發現當知覺與期望一致時能獲得最大的滿意水準，而且遊憩環境是影響滿意度最重要的變數。

黃淑美（1995）亦指出遊客的背景變項（社經地位、年齡、婚姻狀況、教育程度等）均與旅遊滿意度有明顯的相關性。吳忠宏等（2004），對玉山國家公園滿意度衡量分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度，分項滿意度包括有景觀特質、休閒遊憩、喜好、生活體驗、自我成長動機，其中休閒旅遊動機對玉山國家公園的整體滿意度有最強的正向影響。劉慶宗（2001）研究結果認為遊客的性別及婚姻狀況對整體與部分設施的滿意情形有顯著差異。

周文樹（2003）針對台南縣尖山埤水庫風景區遊客滿意度之研究結果顯示，以因素分析得出「景觀環境因素」、「體驗滿足因素」、「休閒社交因素」、「服務品質因素」及「遊憩活動因素」5 個滿意度因素構面，進行單因子變異數分析，得知遊客基本特性與滿意度因素具顯著差異。

魏弘發（1996）以台灣民俗村為例，探討遊客的選擇行為與遊憩阻礙因素，研究結果發現遊憩阻礙認知因素會影響遊客的總滿意度，當遊憩阻礙認知愈大時，遊客的遊憩總滿意度則愈低；遊客對各項資源（如設施、資源環境、經營管理）的滿意度愈高時，其對遊憩的總滿意度愈高，其中以資源環境的滿意度與總滿意度的關係最強。

宋秉明（1983）以鹿角坑溪森林遊憩區為實例探討，提出影響遊客

滿意度之五大因子：

- (一) 遊客內在的心理因子：包括旅遊動機、旅遊目的、旅遊需求期待、過去經驗、興趣、年齡、性別、教育程度及家庭、文化、經濟等背景。
- (二) 遊憩區社會環境因子：遇見之遊客人數多寡、次數與其遊客行為、遊客團體之大小、遊客的空間及時間分佈。
- (三) 遊憩區自然環境因子：環境的特殊性、環境景緻、環境的限制、環境的整潔與環衛生、噪音、遊憩設施的數量、方便度及外觀和位置、交通狀況。
- (四) 遊憩活動因子：遊憩活動的種類與數量、設備適合度、活動進行中所受限制、遊憩所需的費用、時間與活動之安全性。其他因子：氣候、意外事件的發生。
- (五) 其他因子：氣候、意外事件的發生、不明原因。

侯錦雄（1990）從旅遊滿意度的研究中發現，遊客因不同的社經特徵及在不同文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響滿意度。滿意度分為兩種，分別為「整體滿意度」和「分項滿意度」，分項滿意度包括有環境、活動及管理滿意等三個方面，而總滿意度是受個人特質、旅遊動機、遊憩場所、此次遊憩的參與型態等整體性來評估。

### 三、 滿意度的衡量方法

遊客滿意度對赤柯山的經營者來說是重要的，一個擁有較高遊客滿意度的旅遊，會有較高的銷售率和遊客重遊意願的關係。所以，追求高

遊客滿意度，可說是經營者所必須努力達求的目的。

洪武詮（2004）於研究泰安鐵道文化觀光發展提出滿意度測量指標包括4個構面，以及環境特色等11個變項：

（一）心理體驗：以文化特色、空間條件、人際關係等加以測量。

（二）遊憩環境：以環境特色、環境營造等加以測量。

（三）遊憩設施與服務：以公共設施、服務品質、居民參與等來測量。

（四）遊憩活動等：以特產展售、活動功能、導覽解說等加以測量。

衡量遊客滿意度是需要量化的客觀度量，因此曾有許多學者提出不同的衡量尺度（RatingScales），滿意度較常使用之衡量尺度大概有五種，為簡單滿意尺度、混合尺度、期望尺度、態度尺度及情感尺度等（游宗仁，2002），分別說明如下：

（一）簡單滿意尺度：從「完全滿意」、「非常滿意」…到「很少滿意」、「不滿意」等分為三、五至七個尺度。此一度量隱含了一個假設：不滿意或很少滿意的發生，即代表不滿意。

（二）混合尺度：假設非常滿意與非常不滿意是一連續帶的兩端，尺度依非常滿意到非常不滿意，分為2-7個不等尺度。

（三）期望尺度：衡量產品的績效是比較消費者的預期好或壞，此種衡量尺度隱含的觀念為：若產品的績效比消費者的預期要好，則消費者將會覺得滿意；相反地，也就是若產品的績效比消費者的預期要差，則消費者將感到不滿意。

- (四) 態度尺度：衡量消費者對於產品態度與信念。從「非常喜歡」、「喜歡」...到「不喜歡」、「非常不喜歡」等分為三至七個尺度不等，若消費者越喜歡某一產品，則代表對此產品的滿意程度越高。
- (五) 情感尺度：乃在衡量個體對產品之情感反應，正面情感反應象徵個體對於產品的滿意；負面情感之反應則象徵對產品的不滿意。

以上五種衡量尺度，混合尺度為大多學者所採用來衡量消費者的滿意程度。在滿意度的衡量方面，Parasuraman, Zeithmal and Berry (1988)三位學者首先針對顧客知覺的服務品質，進行量化研究以發展出一套衡量的工具，來測量顧客對服務知覺品質的滿意度量表。該量表是測量顧客對服務的預期感受，及測量顧客接受服務後的實際知覺感受，利用實際感受減預期感受的分數，所得的分數愈高表示滿意度高，分數低所代表滿意度低。

根據上述文獻，可以發現「滿意度」是用來測量一個人的旅遊動機是最直接影響到滿意度的，遊客的動機與實際的參與赤柯山金針休閒專業區的體驗間是否可達到平衡，影響到遊客之滿意程度；許多研究結果都顯示，必須要提升遊客的滿意度，才有機會增加遊客的重遊意願。本研究依據研究景點之特性，設定滿意度的主要衡量指標項目將歸納為：環境與景觀、服務設施、旅遊活動等三個構面做評估與探討。

### 第三節 遊客重遊意願

重遊意願是指遊客有意願再回到當地重遊的意願，亦如同忠誠度的

再購意願。就廖明豐（2003）則認為忠誠度包含：1.重遊意願、2.推薦意願、3.合作的態度、4.主動參與的行為，作為忠誠度的衡量構面。而 Kotler (1994) 認為顧客在購買產品或服務後，心理會有某種的滿意或不滿意的感受。假若能使得顧客感到滿意，將會有較高的再購意願，若顧客感到不滿意，將不會有較高的意願。

因此，重遊意願的定義亦指當遊客對由旅遊目的地或同一國家內的其他景點再次旅遊的意願及行為。甚至指出，遊客先前的旅遊經驗和次數、目的地之交通方式、娛樂活動等便利性、當地物價水準、好客程度等經濟或政治因素，以及遊客對旅遊時所購買的產品或服務的滿意程度，都會影響遊客對旅遊目的地或國家的重遊意願（Kozak, 2001）。

陳冠宏（2004）調查龍門露營區遊客的重遊意願，包括下次遊玩的意願、推薦親友的意願。因此本研究重遊意願的意含，包括態度面的再度遊玩的意願與行為面的向他人推薦、旅遊時會優先選擇此景點。

徐同劍（1996）針對國內三家遊樂園區，探討遊樂園區服務品質與遊客再遊意願關連性之研究，研究結果發現遊客的性別、年齡及教育程度對於遊客的再遊意願均有顯著的差異。李國禎（2006）主題樂園服務品質與遊客重遊意願之研究，研究結果發現「不同性別」、「來園次數」與重遊態度有顯著差異；「不同年齡」的遊客在推薦態度上有顯著差異。

吳忠宏等（2004）調查玉山國家公園遊客的重遊意願，係包括下次再度光臨玉山國家公園的意願、建議親友到玉山國家公園旅遊、玉山國家公園是未來旅遊最優先考量景點。

蔡進發等（2008）以墾丁國家公園為例，探討遊客對國家公園所提供之遊憩資訊、滿意度、場所依戀、重遊意願及其間之關係。結果發現

國家公園所提供之遊憩資訊會顯著影響遊客滿意度；遊客滿意度會顯著影響其對國家公園之場所依戀；遊客對國家公園之場所依戀會顯著影響遊客對國家公園的重遊意願。

綜合上述文獻，本研究重遊意願是指旅客的滿意度與再重遊或重購意願之間有很高的相關性，所以了解遊客的需求及想法可以對於需要的改善地方加以修正來提升遊客重遊意願。本研究將探討旅客感到滿意會有再遊之意願，且將會向親友推薦，且旅遊時會優先考量之旅遊景點。

#### 第四節 各構面的關係

##### 一、 旅遊動機與滿意度相關

周佳如（2010）在海外自由行旅遊動機、滿意度與忠誠度之研究中，研究結果發現旅遊動機的推力動機與拉力動機對滿意度均有顯著影響。

蔡侑霓（2007）南投縣國姓鄉民宿旅客投宿動機與滿意度之研究中，投宿動機的因素構面，分別為生理動機、心理動機、文化動機、社會動機等 5 個。滿意度的因素構面，包括服務因素、價格因素、環境因素、設備因素等四個。經相關統計分析發現旅客特性變項會造成投宿動機與滿意度之差異；由複迴歸分析中得知旅客投宿動機對滿意度有正向影響。

賴福瑞（2004）研究結果顯示，金針山休閒農業區的遊客特性不同，將會影響遊客旅遊動機、體驗及滿意度。且遊客的教育程度及個人月所得的不同，均會造成整體滿意度的差異。

陳昭蓉（1996）分析影響鄰里公園滿意度之因素，結果顯示使用動機不同，其整體滿意度亦不同。使用動機中，以遊戲玩耍者的滿意度最高；而以帶小孩來玩者之滿意度最低。其並分析使用者對環境因子滿意度，結果顯示「公園的視覺美感程度」對整體滿意度的影響最大，其次分別為「休憩性設施」、「公園的環境衛生情形」、「公園的面積大小」、「運動及遊戲設施」、「設施的安全性」、「可自由活動的空間」、「損壞物的維修情形」。且性別、年齡、職業、教育程度、家庭平均所得、居住特性、使用頻率、使用時段與鄰里公園使用動機具有相關性。

林愷（2003）以花蓮縣為例，運用線性結構方程模式探討遊客滿意度的研究發現，旅遊動機對實際體驗滿意度存在顯著性正向直接效果，也就是旅遊動機愈強，對於經營實質環境屬性、活動設施環境及解說服務的實際滿意度會產生正面而直接的效果。

根據以上研究結果，旅遊動機需求愈強烈與旅遊滿意程度之間確實存在著影響性。因此，本研究推論之假設為：旅遊動機會對旅遊滿意度有正向影響效果。

## 二、 旅遊動機與重遊意願相關

王偉哲（1997）研究結果指出休閒農場遊客之遊憩動機為，「遠離人群，接近大自然」、「緩和自己工作壓力，抒解精神」、「增加家人相處機會，促進親密關係」等三項動機，顯示國人前往休閒農場之動機仍是以接近大自然為主要訴求。而且也發現遊客動機與滿意度具有顯著相關及遊客之體驗內容與滿意度具有顯著相關性。

遊客的旅遊動機與服務設施的行前期望的相關性，和遊客對所有相關變項的行前期望與親自實際體驗後都有顯著的差異性，但是實際體驗

都低於行前期望。在遊客對旅遊玉山國家公園服務設施的實際體驗與再遊意願之間也有其不同相關性（吳忠宏、黃宗成、邱廷亮，2004）。

張清富（2008）研究結果指出在旅遊動機中，以「自然體驗」和「欣賞景色」對重遊意願的影響程度較大且程顯著正相關。休閒效益中以「心靈內涵」和「生活工作」因素對重遊意願的影響程度較大且程顯著正相關。

林德原（2007）本研究的目的在瞭解阿里山國家森林遊樂區遊客之住宿消費行為，分析人口屬性對遊客旅遊動機及休閒利益之影響關係，並探討影響遊客重宿意願之因素。本研究根據實證結果顯示，遊客以青壯年男性、教育程度高、中高收入、任職私人企業員工之消費族群居多。且多是第一次前來住宿，以家庭旅遊型態為多數，以自行開車者占最高比例。人口屬性會直接影響遊客旅遊動機與休閒利益，而且也會因人口屬性不同，而有不同的重視程度。另旅遊動機與休閒利益經因素分析後，而且「體驗印象」與重宿意願呈現正向影響關係；另外遊客的性別、職業也會影響重宿意願。

### 三、 旅遊滿意度與重遊意願相關

李青松、車成緯（2009），遊客對地方節慶活動認同之研究—以土城桐花節為例，研究結果指出在整體活動滿意度中，則以整體環境、活動宣傳與活動設計會影響其重遊意願。

在旅遊市場定位中，歐聖榮、張集毓（1995）針對四種類型的遊憩區（阿里山、亞歌花園、溪頭、墾丁）進行滿意度和重遊意願作相關分析調查，發現無論是那一種類型的遊憩區，遊客的重遊意願與滿意度間的相關程度十分顯著，即遊客的遊憩滿意度與重遊意願間有正向相關。

因此，遊客可能對於遊憩體驗感到滿意，而產生下次重遊的意願。

鄭琦玉、楊文燦（1995），在遊憩衝擊及其滿意度關係之研究中，以因素分析將滿意度分四個向度：1.經營設施的滿意度 2.自然體驗的滿意度 3.活動參與過程的滿意度 4.對其他遊客行為的滿意度。研究結果證實遊客的滿意度與重遊意願成正相關。

葉茂生（2001）在澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究中顯示，遊客對海域遊憩活動環境屬性的重視度與滿意度之間有顯著相關，並且遊客對海域遊憩活動的總滿意度與重遊意願之間有顯著相關，且呈正相關。

在以上相關研究中，滿意度對重遊意願的正向關係的實證，遊客對旅遊感到滿意時，會有較高的意願重遊此景點，兩者有顯著性關係。

#### 四、 旅遊動機與滿意度對重遊意願之相關研究

鄭惟仁（2010）日本團體套裝旅遊之旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，顯示推力動機與拉力動機、旅遊滿意度與重遊意願之間也都有顯著的正向影響。另外推力動機會透過旅遊滿意度來顯著影響重遊意願。拉力旅遊動機則沒有中介效果。

吳菁雅（2008）研究發現「享受自然」之動機因素、登山客對主峰「沿線設施品質滿意度」和排雲山莊「人員服務環境維護滿意度」之三種因素對重遊意願具影響性。

王鈺文（2011）研究發現觀光動機之子構面「宗教心靈需求」、滿意度之子構面「聖殿整體環境體驗」與重遊意願均存在高預測力，即對宗教觀光動機愈強，其旅客滿意度愈高對重遊意願越高。

余冠樺（2011）經由資料分析結果發現：遊客大部分來自於北部，遊客的社經背景不同對遊憩動機、行前期望、滿意度與重遊意願有顯著差異；動機與滿意度對親近自然及體驗景點、環境設施、服務品質相關顯示成正相關。顯示調劑身心滿意度較高的遊客，重遊意願也較高。

綜合以上多篇研究，發現旅遊動機與滿意度對重遊意願呈顯著的相關性。

## 第五節 赤柯山金針休閒專業區概況

### 一、產業概況

花蓮縣玉里鎮赤柯山，全國最大之三大金針產地，也是花蓮縣南區重要的觀光景點之一。在花蓮縣政府及當地居民由於我國加入世界貿易組織（WTO）後，國產金針將面臨了更加艱困的經營環境，花蓮縣政府於2000年起，為了解決農民困境及為花蓮開發多元性的旅遊據點，輔導赤柯山朝向休閒農業的方向發展觀光，並為花蓮營造另一處結合生態、產業與文化的另類觀光景點。近年來該地遊客逐年增加，旅行業者推出的旅遊計畫也開始將赤柯山納入行程中。赤柯山已成為花蓮夏季重要的賞花休閒的觀光遊憩據點。（農業委員會林務局花蓮林區管理處，2003）。

### 二、地理位置與歷史沿革（赤科山觀光發展協會，2010）

#### （一）赤柯山的位置

赤柯山位於玉里鎮東方，海拔約 800 至 1,200 公尺的海岸山脈陵系上，由台 9 線花東公路 287 公里處轉往「高寮」方向，沿途經高寮大橋、跨過秀姑巒溪，穿過 193 縣道和部落後，向山區前進即可到達。

## （二）赤柯山的故事

日治時代，日本人雇用臺灣伐木工人，專門砍伐山上特有樹種—赤柯木，出口至日本加工成高級家俱，以及製作槍托供軍事訓練之用。臺灣光復後，原住民首先活躍於山區，從事狩獵及開墾工作。不過最後，還是難抵擋當時氣候惡劣環境，紛紛棄守辛苦開墾的土地，離開山上。只剩少數伐木工人，繼續留在山區提煉樟腦油。

1959 年嘉義發生「八七水災」之後，許多居民開始移居花蓮，同時，國民政府也推動『東部開發計畫』政策，鼓勵居民往東部遷移。1963 年邀約一起移民人潮達到高峰。居民以來自嘉義梅山、中埔、竹崎佔多數，也有 1960 年自宜蘭移入的人家和原本居住在高寮當地居民。

早期種植玉米、番薯、花生等雜糧作物為主，1962 年由嘉義移植金針到赤柯山栽種，生長良好，採收情形也不錯。1964 年金針製成乾製品，挑下山販賣，有人願意買，於是開始大面積栽種，成為今天赤柯山的最主要經濟作物。1981 年到 1991 年是金針產業的黃金期。1985 年以後，居民將部份園地改種茶葉，現以烏龍茶及金萱品種為主，產業也多元化起來。

1998 年由鎮公所開始舉辦小規模金針花季宣傳活動，邀請遊客上山賞花。2000 年，在金針價格滑落、我國加入 WTO 等因素之下，花蓮縣政府乃輔導赤柯山居民轉型，朝向休閒農業發展，縣政府農業局在赤柯山舉辦大型活動，地方玉溪農會也參與配合。2001 年開始由玉溪農會接

手辦理，於金針花季舉辦農特產品促銷宣傳活動。

赤柯山已有 16 戶金針農轉型發展觀光、經營民宿。赤柯山產業朝多元化方向邁進。自 2002 年起，社區意識抬頭，開始推動『社區總體營造』，向文建會及林務局申請小額補助經費，舉辦社區小型活動、植樹環境綠美化活動，結合赤柯山的人文特色，持續營造社區，居民觀念漸漸改變，主動積極關懷山上的生態環境問題。

### 三、自然環境、生態資源與藝術人文

#### (一) 自然環境

赤柯山除了經濟產業的金針相關產品，還有優美的自然環境和豐富的生態資源。一年四季景色皆宜，春天徹夜冷凝、四季茶香；夏天碧野綠波、清新舒暢；秋天金色浪漫、光耀璀璨；冬天晨曦雲海、櫻姿嬌媚。還有千噸石龜、春田小徑、忘憂谷、小瑞士和竹林湖等景色美不勝收。

#### (二) 生態資源

往上山走，即常有台灣藍鵲在路口相迎，綠鳩、五色鳥，還有少見的小啄木、遠來作客的虎鶲也常令人驚喜。空中盤旋的大冠鷲、夜裡鶲啼畫破星空。看似寧靜的赤柯山夏夜，陰暗潮濕的野地裡正上演著八部合唱，此起彼落的蛙鳴聲，莫氏樹蛙、貢德氏赤蛙、豪氏赤蛙，音色、音調各異，顯示了許多不同種的蛙類正齊聚一堂。蔥翠茂密的山崗，竹林、樹木被風搔癢，發出沙沙聲響。隨風傳來的，還有野生動物的氣息。山林間的小徑、花草叢間，翩翩飛舞的彩蝶和看似慵懶的甲蟲，也都盛裝出席，投入這場自然樂章的展演。

#### (三) 藝術人文發展

赤科山永續發展協會及十三彎劇團皆由在地的農民組成，為社區的人文與生態環境，做第一線的維護與保衛，凝聚住民的感情，促進社區的發展。

## 第三章 研究方法

### 第一節 研究架構與研究假設

#### 一、研究架構

本研究綜合相關文獻的探討及依據研究之目的，擬定研究架構，對遊客的基本特性加以分析，依序瞭解旅遊動機、遊客滿意度與重遊意願。遊客因其基本特性不同，會有不同的旅遊動機；為了解遊客的旅遊動機與滿意度之間的關係，探討後是否會影響遊客之重遊赤柯山的意願。

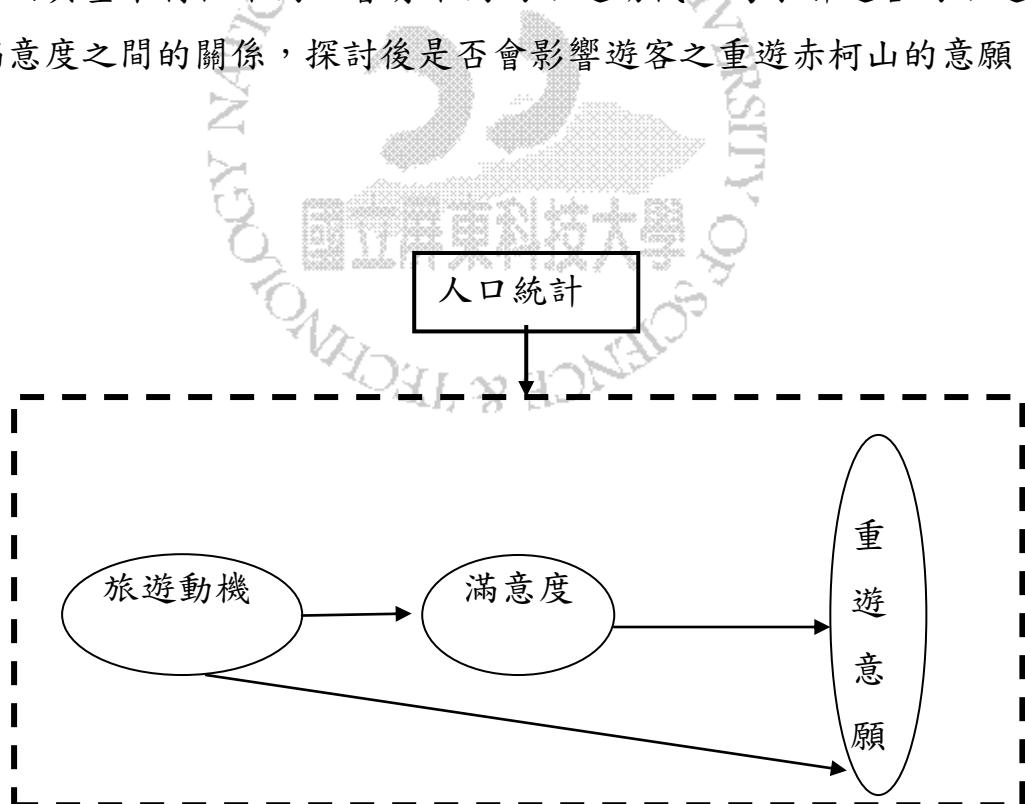


圖 3-1 研究架構圖

資料來源：本研究繪製

## 二、研究假設

根據本研究目的、相關理論及文獻的整理、建立之研究架構，本論文研究假設如下：

假設一（H1）：遊客之人口統計在旅遊動機上有顯著差異。

假設二（H2）：遊客之人口統計在滿意度上有顯著差異。

假設三（H3）：遊客之人口統計在重遊意願上有顯著差異。

假設四（H4）：遊客的旅遊動機在滿意度上有直接影響。

假設五（H5）：遊客的旅遊動機在重遊意願上有直接影響。

假設六（H6）：遊客的滿意度在重遊意願上有直接影響。

## 第二節 操作性定義及問卷設計

根據本研究的各個構面即旅遊動機、滿意度、重遊意願與人口統計變數等四大部分，分別說明本研究之操作型定義，及本研究對其評量之問項設計。

### 一、操作性定義

#### （一）旅遊動機

遊客在從事旅遊活動中，動機將會是產生旅遊行為的驅力，也會將遊客持續朝期望的目標前進的動力，因此藉由知道遊客動機，可以了解遊客從事旅遊活動的因素，亦可作為推估遊客從事旅遊活動的內在力量之行為。

能造成消費者動機差異的原因包括內在與外在的因素，有所謂內在因素是指消費者個人生理上與人格特質的差異；而外在因素包括消費者的薪資所得、職業與社會地位等。消費者的動機有時是這些內在因素與外在因素綜合的影響結果（簡明輝，2008）。本研究採用 Beard and Ragheb (1983) 編製出休閒動機量表來衡量旅遊動機，量表可以分為知識性動機、社會性動機、能力勝任動機、刺激避免動機四個變數，其中能力勝任動機變數大都是挑戰自我、發展運動技能等與運動類較為相關，此變數本研究將不探討，只採用其他三個變數作為本研究評量問項。操作性定義如表3-1。

表3-1 旅遊動機操作性定義

變數	操作性定義	參考文獻	衡量尺度
知識性	因未體驗過而產生好奇心 不斷驅使人們探索生活 圈以外的動力。	Beard and Ragheb (1983) 的動機量表	區間尺度 (李克特 量表)
社會性	與他人發展出有價值的關係。	Beard and Ragheb (1983) 的動機量表	
刺激避免	為了紓解壓力而透過對身體有益的旅遊活動來達到鬆弛身心的動力。	Beard and Ragheb (1983) 的動機量表	

資料來源： 本研究整理

## (二) 滿意度

Fornell (1992) 認為整體滿意度是衡量消費者對產品整體使用結果，視為一個整體性的評估。認為一般衡量方式大致分為二種：整體滿意度：衡量消費者對產品整體使用結果視為一個整體性的評估。分項滿意度：是指「產品各屬性的滿意度」。

因此在滿意度的衡量上，本研究採用朱珮瑩（2003）、洪武詮（2004）滿意度衡量變數並以遊客參與赤柯山金針休閒專業區活動後，對整體旅遊的經驗感受，修正符合本研究需求，以分項滿意度的衡量分成環境與景觀、服務設施、旅遊活動等三個變數來建立本研究評量問項，操作性定義如表 3-2

表3-2 旅遊滿意度操作性定義

滿意度變數	操作性定義	參考文獻	測量尺度
服務設施	遊客對設施與服務品質之期望程度與使用後之實際認知程度的差異	朱珮瑩（2003）、 洪武詮（2004）	區間尺度
旅遊活動	遊客參與旅遊地點所提供的遊憩活動之期望程度與參與後之實際認知程度的差異	朱珮瑩（2003）、 洪武詮（2004）	區間尺度
環境與景觀	遊客參與旅遊的景觀與環境之期望程度與參與後之實際認知程度的差異	朱珮瑩（2003）、 洪武詮（2004）	區間尺度

資料來源： 本研究整理

### (三) 重遊意願

重遊意願的定義亦指當遊客對由旅遊目的地或同一國家內的其他景點再次旅遊的意願及行為。甚至指出，遊客先前的旅遊經驗和次數、目的地之交通方式、娛樂活動等便利性、當地物價水準、好客程度等經濟或政治因素，以及遊客對旅遊時所購買的產品或服務的滿意程度，都會影響遊客對旅遊目的地或國家的重遊意願 (Kozak,2001)。

因此在重遊意願的衡量上，本研究採用呂長賜(2006)、余冠樺(2011)重遊意願衡量變數並以遊客參與赤柯山金針休閒專業區活動後，對整體旅遊的經驗感受和之前的動機及過程的滿意度來衡量遊客是否願意重遊此地，本研究將重遊意願的變數設定為（1）我對赤柯山金針休閒專業區的整體滿意面度、（2）建議親友到赤柯山金針休閒專業區的遊玩意願、（3）赤柯山金針休閒專業區是未來旅遊最優先考量景點、（4）我願意再重遊赤柯山金針休閒專業區等四個變項來建立本研究評量問項。衡量尺度以區間尺度為主。

### (四) 人口統計之操作性定義

人口統計是參考 Kotler(1997)所提出的人口統計為主，分為性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度及個人月收入為人口統計。

人口統計變項係指研究對象個人基本資料，通常包括有性別、年齡、學歷、工作年資及職業等等，人口統計變項容易取得且容易衡量，在社會科學研究領域中常常被用來作為基礎變項。本研究針對研究樣本及問項設計以性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度及個人月收入六項作為人口統計變項。

## 二、問卷設計

本研究之衡量問項將採用李克特尺度（Likert Scale）五點量表，作為衡量的方法，並給予 1 到 5 分來作衡量。分別為非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意。

### （一）旅遊動機：

本研究採用問卷構面是以 Beard and Ragheb (1983) 的動機量表並參考余冠樺（2011）、沈憲政（2006）所提之觀點，依各變數共設計十一題問項。衡量尺度為區間尺度，並依照遊客對赤柯山金針休閒專業區之旅遊動機認同程度，來衡量遊客對旅遊動機的類別。旅客旅遊動機之量表，如表 3-3。

表3-3 遊客旅遊動機之量表

衡量構面	變數名稱	衡量問項	衡量尺度
旅遊動機	知識性動機	慕名而來，滿足好奇心 從事攝影或拍照的活動 為了豐富自己的旅遊經驗 認識豐富的生態資源	李克特尺度（Likert Scale）五點量表
	社會動機	為了品嘗當地的美食或農特產品 親朋好友的推薦 增加家人情感與生活樂趣 增進社交人際關係	
	刺激避免動機	為了欣賞金針花的景觀 放鬆心情，紓解壓力 尋求身心靈寧靜，恢復體力與精神	

資料來源：本研究整理

## (二) 旅遊滿意度：

本研究採用問卷衡量問項是參考朱珮瑩（2003）、洪武詮（2004）、黃錦照（2002）所提之觀點，依各變數共設計十題問項。衡量尺度為區間尺度，並依照遊客參與赤柯山金針休閒專業區之經驗感受的旅遊滿意程度，來衡量遊客對旅遊滿意的類別。遊客滿意度之量表，如表 3-4。

表3-4 遊客滿意度之量表

衡量構面	變數名稱	衡量問項	衡量尺度
遊客滿意度	服務設施	遊覽動線導覽指標 遮蔭休憩場所 餐飲設施 住宿設施	李克特尺度 ( Likert Scale ) 五點量表
	旅遊活動	解說導覽活動 農業體驗活動 遊客旅遊諮詢服務的提供	
	環境與景觀	自然景觀的維護 林象美觀 環境整潔	

資料來源：本研究整理

## (三) 重遊意願：

本研究採用呂長賜（2006）、余冠樺（2011）所提之觀點，依各變數共設計十題問項。衡量尺度為區間尺度，並依照遊客參與赤柯山金針休閒專業區之旅遊滿意程度是否願意重遊，來衡量遊客。遊客重遊意願之量表，如表 3-5。

表3-5 遊客重遊意願之量表

衡量構面	衡量問項	衡量尺度
重遊意願	遊客對赤柯山金針休閒專業區的整體滿意度是否下次會再來旅遊 還會建議或邀約親友一起重遊 未來旅遊會優先考量此地	李克特尺度 ( Likert Scale ) 五點量表

資料來源：本研究整理

#### （四）人口統計變數：

遊客基本資料包含性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業、平均月收入、居住地等 7 個問項。旅遊特性：旅遊次數、旅遊資訊來源、出遊是否事先計畫、交通工具以及同遊對象與人數等 6 個問項。將此問卷設計如表 3-6。

表3-6 人口統計衡量問項對照表

構面	變數	衡量尺度	衡量問項
人口統計	性別	名目尺度	(1) 男 (2) 女
	年齡	順序尺度	(1) 20 歲以下 (2) 21 歲～30 歲 (3) 31 歲～40 歲 (4) 41 歲～50 歲 (5) 51 歲以上
	教育程度	順序尺度	(1) 高中職以下 (2) 大專院校 (3) 研究所以上

資料來源：本研究整理

表3-6 人口統計衡量問項對照表（續）

構面	變數	衡量尺度	衡量問項
人口統計	職業	名目尺度	(1) 學生 (2) 軍公教 (3) 工、商、服務業 (4) 無
	婚姻狀況	名目尺度	(1) 未婚 (2) 已婚
	個人月收入	順序尺度	(1) 20,000 元以下 (2) 20,001 元～30,000 元 (3) 30,001 元～40,000 元 (4) 40,001 元～50,000 元 (5) 50,001 以上
	居住地區	名目尺度	(1) 北部（基隆、台北、桃園、新竹） (2) 南部（嘉義、臺南、高雄、屏東） (3) 中部（苗栗、台中、彰化、雲林、南投） (4) 東部（宜蘭、花蓮、台東）

資料來源：本研究整理

### 第三節 抽樣設計

#### 一、母體界定

本研究調查對象為曾經至赤柯山金針休閒專業區的遊客為主要研究對象。問卷前測期間為 2012 年 7 月中至 7 月底止，發出問卷 50 份，回收 43 份，信度分析 Cronbach's  $\alpha$  值 0.878。正式問卷發放時間與回收時間為 2012 年 8 月至 10 月止。發出 430 份，回收 400 份，回收率 93%。

#### 二、樣本大小

本研究以赤柯山金針休閒專業區為研究範圍，以便利性抽樣去針對遊客進行抽樣。本研究引用黃俊英（2001）多變量分析之書籍提及有效樣本公式，在95%的信賴區間下，可以以下列公式計算有效樣本數：

$$N = P(1-P) [Z(\alpha/2)/e]^2$$

式中N=有效樣本數、P=機率值、 $\alpha$ =精確度值、 $Z(\alpha/2)$ =標準化之常態值、e=可容許之抽樣誤差值，由於機率值P為未知數，無法估計，故取其保孚估計值0.5，且要求達到95%的信賴度，可容許之抽樣誤差小於5%之條件下（即 $e < 0.05$ ），若 $e=0.05$ ， $\alpha=(1-0.95)=0.05$ ，得知 $\alpha/2=0.025$ ， $Z(\alpha/2)=1.96$ ， $[Z \sim N(0,1)]$ （由常態分配表得知），帶入公式計算樣本至少應抽出384位。本研究將總樣本數提高至400份。

### 三、抽樣方法

問卷以便利抽樣方式為主，便利抽樣（Convenience Sampling）。顧名思義即是以選樣的便利為基礎的一種抽樣方法。研究者在旅遊路途上，或是其他場所，經由攔下路人做訪問的工作即是一種便利抽樣（吳萬益，2000）。

本研究抽樣母體與主要研究對象皆為曾至赤柯山金針休閒專業區之遊客。而本研究抽樣方法是以參與赤柯山金針休閒專業區活動的遊客中有意願填寫問卷者，屬於便利抽樣方法。

## 第四節 資料分析方法

本研究將問卷回收後，利用 SPSS17 統計套裝軟體進行資料分析，將採用下列幾項統計方法對研究假設進行結果分析與檢定，分析方法如下：

### 一、信度分析（reliability analysis）

吳萬益（2000）指出信度是衡量沒有誤差的程度，也是測驗結果的一致性程度，信度是以衡量的變異理論為基礎。Cronbach 量表係針對信度測量需要，所推導的信度係數  $\alpha$  值來檢定變項， $\alpha$  值越大表示各變項相關越大，內部一致性越高，也表示問卷設計切題。SPSS 統計套裝軟體之信度檢定程序即折半相關方法，Cronbach's  $\alpha$  的計算主要是求取題目之間相關情形的平均值評定內不一致性，故參考吳統雄（1990）再衡量信度是否足以判斷時，建議以下範圍作為可信度之參考標準，如表 3-7 所示。

表3-7 Cronbach's  $\alpha$ 係數之參考指標

範圍	範圍評定標準
$0.9 \leq \text{Cronbach's } \alpha$	十分可信
$0.7 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.9$	很可信
$0.5 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.7$	可信
$0.4 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.5$	稍微可信
$0.3 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.4$	勉強可信
$\text{Cronbach's } \alpha < 0.3$	不可信

資料來源： 吳統雄（1990）

### 二、效度分析

所謂效度（Validity）是指一個測驗能夠測到該測驗所欲測的心理或

行為特質到何種的程度。研究的效度包括內在效度與外在效度兩種，內在效度指研究敘述的正確性與真實性；外在效度則研究推論的正確性（吳明隆、涂金堂，2008）。

所以效度的評估是指測量工具的設計是否能充份及有效的檢定假設，以達研究之目的，依測量與相關型態來探求效度，可分為內容效度、效標關聯效度與建構效度等三大主要類型（莊立民、王鼎銘，2003）。張紹勳（2007）認為效度與信度具有相當關係，若 Cronbach's  $\alpha$  係數的平方根大於 0.8，則效度很高。說明如表 3-8 所示。

表3-8 效度檢測係數大小與可信程度

$\alpha$ 值	可信程度
$\alpha \leq 0.3$	不可信
$0.3 < \alpha \leq 0.4$	初步研究、勉強可信
$0.4 < \alpha \leq 0.5$	稍微可信
$0.5 < \alpha \leq 0.7$	可信
$0.7 < \alpha \leq 0.9$	很可信
$\alpha > 0.9$	十分可信

資料來源：張紹勳（2007）

### 三、描述性統計分析（descriptive statistics）

可經過編碼將問卷中之回答給予量化，以計算各問項之平均數及標準差。標準差則可視為評量回收的樣本對於該問項一致性指標，樣本標準差越小，表示受訪者對於該問項有一致的看法；平均數則代表一般人對問項的看法，平均數越高代表愈為受訪者所重視（張紹勳，2007）。

本研究將針對參與赤柯山金針休閒專業區的遊客回收問卷，使用描述性統計分析法中的平均數、標準差，次數分配與百分比等數值，以了解回收樣本結構在各問項所呈現的分佈情形。

#### 四、變異數分析與 t 檢定

將一組資料的總變量，依可能造成變動的因素分解成不同的部分，比較的樣本數超過兩個時，就要對兩個以上的樣本平均數差異進行檢定的方法，依變項為等距或等比尺度，而自變項為類別尺度即必須為三個或三個以上類別者，並檢視其值是否顯著差異（吳明隆、涂金堂，2008）。本研究應用獨立樣本 t 檢定，檢測遊客基本資料、特性與旅遊動機、滿意度與重遊意願之因素各構面上是否有顯著性差異。即檢定本研究假設 H1、H2、H3。

#### 五、相關分析

本研究採用皮爾森（Pearson）積差相關分析，是利用樣本共變數除以 X 的標準差與 Y 的標準差之乘積來衡量兩個變數之間直線關係的強弱與方向程度，藉以了解遊客旅遊動機、滿意度、重遊意願等各構面之相關程度。即檢定本研究假設 H4、H5、H6。相關係數計算的是 X 與 Y 的線性相關，非線性則無法估計。根據兩個變數之間的相關係數值 ( $\gamma$  值) 與其相關程度的劃分，相關係數參考的標準，如表 3-9 所示。

表3-9 相關係數值之參考指標

範圍	範圍評定標準
$0.8 \leq \gamma$ 值	很高相關
$0.6 \leq \gamma$ 值 $< 0.8$	高相關
$0.4 \leq \gamma$ 值 $< 0.6$	中相關
$0.2 \leq \gamma$ 值 $< 0.4$	低相關
$\gamma$ 值 $< 0.2$	很低相關（微弱相關）

資料來源： 吳明隆、涂金堂（2008）

## 六、路徑分析

路徑分析又稱結構方程模式，可同時讓所有預測變項進入回歸模式中，是多元迴歸分析之應用，也可用來處理因果關係模式的方法。首先以可觀測變數間的關係進行檢定，再將潛在變數與其他潛在變數的因果關係模式做假設檢定（吳萬益，2000）。即檢定本研究假設 H4、H5、H6。

## 第肆章 實證分析

本研究探討遊客對花蓮赤科山金針休閒專業區之旅遊動機、滿意度、重遊意願之研究，將以花蓮赤科山金針休閒專業區之遊客為研究對象，共發 430 份問卷，有效問卷 400 份，以便利抽樣的方式來進行現場發放問卷之調查，探討花蓮赤科山金針休閒專業區之旅遊動機、滿意度及重遊意願之影響程度。

### 第一節 信度分析

吳萬益（2000）指出信度是衡量沒有誤差的程度，也是測驗結果的一致性程度，信度是以衡量的變異理論為基礎。信度檢定以 Cronbach's 的係數  $\alpha$  值判斷， $\alpha$  值越高表示信度越佳。由表 4-1 得知旅遊動機、滿意度、重遊意願等三個構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數皆達 0.8 以上，代表此問卷信度頗佳。

表4-1 衡量構面之信度分析

構面	Cronbach's $\alpha$ 係數
旅遊動機	0.807
滿意度	0.857
重遊意願	0.869

資料來源：本研究整理

## 第二節 敘述性統計分析

### 一、人口統計分析

本研究發 430 份，有效問卷 400 份。針對訪者的基本資料包含性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業、平均月收入、居住地等 7 個問項。進行資料分析結果如表 4-2。

#### (一) 性別

在 400 個有效樣本中，「男性」有 169 人（42.3%），「女性」有 231 人（57.8%），女性高於男性。

#### (二) 年齡

年齡層方面以 21-30 歲者最多為 105 人（26.3%），其次依序為 31-40 歲 95 人（23.8%），41-50 歲 80 人（20%），51 歲以上 65 人（16.3%），20 歲以下 55 人（13.8%）。

#### (三) 教育程度

教育程度以大專院校最多 241 人（60.3%），其次依序高中職以下 94 人（23.5%），研究所以上最少 65 人（16.3%）。

#### (四) 職業

職業方面以工商服務業最多 166 人（41.5%），其次依序為軍公教人

員 99 人 (24.8%)，學生 92 人 (23%)，無工作最少 43 人 (10.8%)。

### (五) 婚姻狀況

婚姻狀況以未婚 217 人 (54.3%)，已婚 183 人 (45.8%)。未婚多於已婚人數。

### (六) 平均月收入

平均月收方面以 20,000 以下者最多為 129 人 (32.3%)，其次依序為 30,001-40,000 元 88 人 (22%)，50,001 元以上 78 人 (19.5%)，40,001-50,000 元 88 人 (22%)，20,001-30,000 元最少 47 人 (11.8%)。

### (七) 居住地點

居住地點以北部地區最多為 203 人 (50.8%)，其次為東部地區為 108 人 (27%)、中部地區 53 人 (13.3%)；南部地區遊客最少為 36 人 (9%)。

表4-2 人口統計變數

項目	人口統計變數	個數	百分比 (%)
性別	男	169	42.3
	女	231	57.8
年齡	20 歲以下	55	13.8
	21 歲 - 30 歲	105	26.3
	31 歲 - 40 歲	95	23.8
	41 歲 - 50 歲	80	20.0
	51 以上	65	16.3

資料來源：本研究整理

表 4-2 人口統計變數（續）

項目	人口統計變數	個數	百分比 (%)
教育程度	高中職以下	94	23.5
	大專院校	241	60.3
	研究所以上	65	16.3
職業	學生	92	23
	軍公教人員	99	24.8
	工、商、服務業	166	41.5
	無	43	10.8
婚姻狀況	未婚	217	54.3
	已婚	183	45.8
月收入	20,000 元以下	129	32.3
	20,001 元 - 30,000 元	47	11.8
	30,001 元 - 40,000 元	88	22.0
	40,001 元 - 50,000 元	58	14.5
	50,001 以上	78	19.5
居住地區	北部	203	50.8
	南部	36	9.0
	中部	53	13.3
	東部	108	27.0

資料來源：本研究整理

## 二、遊客之旅遊特性

主要針對遊客旅遊特性進行敘述統計分析，問卷設計主要有6項旅遊特性；分別為旅遊次數、資訊來源、旅遊計畫、交通工具、同遊成員、同行人數等，如表4-3並分別敘述如下：

### （一）旅遊次數

以第一次前來遊玩者最多，計172人，佔43%；其次第四次前來遊玩者計112人，佔28.1%；第二次前來遊玩者計74人，佔18.5%；第三次前來遊玩者計42人，佔10.5%；顯示多數遊客為初次前來赤科山金針休閒專業區旅遊。

## （二）資訊來源

資訊取得以親友推薦最多 203人，佔 50.8%；其次為網路資訊，73人佔 18.3%；經由報章雜誌者、電視位居第三、四；各佔 10.8%及 9.8%。其他有 22 人占 5.5%，最少是由路邊旗幟得知資訊為 5 人 1.3%。顯示多數遊客由親友之間互相推薦而來旅遊。

## （三）旅遊計畫

到赤科山金針休閒專業區旅遊最多為行程計畫293人，佔73.3%；臨時起意較少107人，佔26.8%。

## （四）交通工具

遊客交通工具以汽車為主，220人佔了55%；其次為火車及租車、機車，各佔27.5%及8.3%、5.5%，顯示遊客多半自行開車或騎車前往，凸顯赤科山金針休閒專業區缺乏了大眾運輸交通工具的問題。

## （五）同遊成員

同遊成員同事朋友、家人親戚同遊為最多，大約佔46.8%、46.3%。其次為自己一人前來，大約佔4.3%；團體旅遊者約佔2.8%；顯示與同事朋友、家人親戚同遊居多。

## (六) 同行人數

同行人數以4-6人為最多，大佔36.8%以上，其次為1-3人，大約佔34%；再次之為7人以上占24.8%；無同行人數為最少11人，占2.8%。

表4-3 遊客之旅遊特性統計分析

項目	旅遊特性變數	個數	百分比(%)
旅遊次數	第一次	172	43
	第二次	74	18.5
	第三次	42	10.5
	第四次(含)以上	112	28
資訊來源	電視媒體	39	9.8
	報章雜誌介紹	43	10.8
	網路	73	18.3
	旅行社	15	3.8
	親朋好友介紹	203	50.8
	路邊旗幟海報	5	1.3
	其他	22	5.5
旅遊計畫	臨時起意	107	26.8
	行程計畫中	293	73.3
交通工具(至玉里鎮)	火車	110	27.5
	公車	3	0.8
	遊覽車	12	3.0
	自用車	220	55.0
	機車	22	5.5
	租車	33	8.3
交通工具(由玉里至金針山)	接駁車	34	8.5
	計程車	12	3.0
	機車	50	12.5
	自用車	238	59.5
	租車	66	16.5

資料來源：本研究整理

表 4-3 遊客之旅遊特性統計分析（續）

項目	旅遊特性變數	個數	百分比(%)
旅遊伴侶	自己一人	17	4.3
	家人親戚	185	46.3
	同事、朋友、同學	187	46.8
	團體旅遊	11	2.8
同行人數	無	18	4.5
	1-3	136	34.0
	4-6	147	36.8
	7 以上	99	24.8

資料來源：本研究整理

### 三、各構面問項之敘述統計分析

以敘述統計分析方法來分析有效問卷資料，求得各問項平均數與標準差，因此能瞭解遊客對問項的感受情形。

#### （一）旅遊動機

本研究問卷中，遊客的旅遊動機有11個問項，根據表4-4得知，整體遊客動機平均數為4.13。得分較高的前三個問項為「增進社交人際關係」、「為了欣賞金針花的景觀」及「放鬆心情，紓解壓力」；得分較低的兩個問項為「尋求身心靈寧靜，恢復體力與精神」及「從事攝影或拍照的活動」。顯示到金針山旅遊的遊客主要動機是增進社交人際關係與紓解壓力，也想要欣賞金針花自然環境景觀，對於是否可以拍下美麗景色及尋求心靈寧靜較不重視。

表4-4 動機構面問項的平均值與標準差

問項		平均數	標準差	排名
知識性 動機	慕名而來，滿足好奇心	4.04	0.791	6
	從事攝影或拍照的活動	3.78	1.074	10
	為了豐富自己的旅遊經驗	4.25	0.731	4
	認識豐富的生態資源	4.14	0.730	5
社會性 動機	為了品嘗當地的美食或農特產品	3.94	0.817	8
	親朋好友的推薦	4.00	0.860	7
	增加家人情感與生活樂趣	3.84	0.858	9
	增進社交人際關係	4.54	0.926	1
刺激避免 動機	為了欣賞金針花的景觀	4.48	0.628	2
	放鬆心情，紓解壓力	4.30	0.633	3
	尋求身心靈寧靜，恢復體力與精神	3.53	0.775	11

資料來源：本研究整理

## (二) 旅遊滿意度

本研究問卷中，遊客的旅遊滿意度有 10 個問項，根據表 4-5 得知，整體遊客滿意度平均數為 3.77。得分較高的前三個問項為環境與景觀構面的滿意度較高，分別為「林象美觀」、「自然景觀的維護」及「環境整潔」；得分較低的問項為「遊覽動線導覽指標」及旅遊活動的三個問項都顯著低，「解說導覽活動」、「遊客旅遊諮詢服務的提供」、「農業體驗活動」。顯示到金針山旅遊的遊客最滿意是金針山的環境與景觀；對於旅遊活動較不滿意，因為較少導覽、體驗及諮詢服務的提供。

表4-5 滿意度構面問項的平均值與標準差

問項		平均數	標準差	排名
服務設施	遊覽動線導覽指標	3.53	0.837	9
	遮蔭休憩場所	3.62	0.867	6
	餐飲設施	3.77	0.803	4
	住宿設施	3.73	1.219	5
旅遊活動	解說導覽活動	3.56	0.859	8
	農業體驗活動	3.60	0.785	7
	遊客旅遊諮詢服務的提供	3.56	0.916	8
環境與景觀	自然景觀的維護	4.06	0.718	2
	林象美觀	4.20	0.707	1
	環境整潔	4.02	0.684	3

資料來源：本研究整理

### (三) 旅遊重遊意願

本研究問卷中，遊客的旅遊動機有4個問項，根據表4-6得知，整體遊客動機平均數為4.11。得分較高的問項為「會再來重遊」，其次為「建議親友旅遊」、「整體滿意度」，而最低為「未來旅遊優先考慮」。顯示遊客重遊意願高，但金針山未必是下次旅遊第一選擇，表示遊客之動機與滿意度之間必有落差，而使得遊客下次以赤科山金針休閒專業區做旅遊景點之選擇，較不強烈。

表4-6 重遊意願問項的平均值與標準差

問項	平均數	標準差	排名
整體滿意度	4.04	0.661	3
未來旅遊優先考慮	3.98	0.711	4
建議親友旅遊	4.20	0.659	2
會再來重遊	4.22	0.689	1

資料來源：本研究整理

### 第三節 人口統計變數對各構面的差異分析

本節將運用單因子變異分析與獨立樣本t檢定，來檢定人口統計變數在遊客對於旅遊動機、滿意度與重遊意願等構面的變數認同程度之差異性。

#### 一、人口統計變數對旅遊動機的差異

由表 4-7 得知，在旅遊動機方面，不同性別在「刺激避免動機」有達顯著差異，其中女性較男性有顯著差異。

年齡在「刺激避免動機」上也達顯著差異，「21-30 歲」、「31-40 歲」、「41-50 歲」與「51 歲以上」皆顯著地高於「20 歲以下」。

職業在「知識性動機」有達顯著，「軍公教」、「工、商、服務業」皆顯著地高於「學生」。另外在「社會性動機」有達顯著差異，「無」高於「學生」。而在「刺激避免動機」上也達顯著差異，「軍公教」、「工、商、服務業」與「無」皆顯著地高於「學生」。

每月所得在「刺激避免動機」上也達顯著差異「50,001 元以上」顯著地高於「20,000 元以下」及「30,001-40,000 元」。

由表 4-8 得知，在旅遊動機方面，不同資訊來源在「社會性動機」有達顯著差異，其中「旅行社」顯著地高於「電視媒體」、「報章雜誌」、「網路」、「親朋好友」、「路邊旗幟」。「電視媒體」顯著地高於「報章雜誌」。

旅遊計畫在「知識性」、「社會性」動機上都有達顯著。以「行前計畫」顯著地高於「臨時起意」。旅遊伴侶在「知識性動機」上有達顯著，以「自己一人」、「團體旅遊」顯著地高於「家人親戚」。同行人數在「社會性動機」上有達顯著。以「7 人以上」顯著地高於「1-3 人」及「無」。

表4-7 基本資料對旅遊動機的差異

旅遊動機		知識性				社會性				刺激避免			
		平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定
人口統計變數													
性別	a.男性	4.02	t值 = 0.827	0.364		3.92	2.480	0.116		4.37	4.499	0.035*	b > a
	b.女性	4.08				4.02				4.44			
年齡	a.20歲以下	3.86	2.346	0.054		3.98	1.300	0.270		4.21	3.038	0.017*	b、c、d、e > a
	b.21-30歲	4.07				3.91				4.44			
	c.31-40歲	4.06				3.93				4.50			
	d.41-50歲	4.05				4.01				4.46			
	e.51歲以上	4.18				4.11				4.51			
教育程度	a.高中職以下	4.00	0.639	0.529		4.03	1.091	0.337		4.41	0.436	0.647	
	b.大專院校	4.08				3.98				4.43			
	c.研究所以上	4.05				3.89				4.39			
職業	a.學生	3.90	3.115	0.026*	b、c > a	3.86	1.846	0.138		4.22	6.834	0.000*	b、c、d > a
	b.軍公教	4.10				4.01				4.50			
	c.工、商、服務業	4.12				3.99				4.51			
	d.無	4.01				4.09				4.48			
婚姻狀況	a.未婚	4.05	t值 = 0.019	0.890		3.94	1.438	0.231		4.43	0.261	0.610	
	b.已婚	4.06				4.02				4.45			
月收入	a.20,000元以下	3.97	1.423	0.226		3.94	1.089	0.361		4.33	3.046	0.017*	e > a、c
	b.20,001 - 30,000元	4.12				4.11				4.47			
	c.30,001 - 40,000元	4.06				3.90				4.43			
	d.40,001 - 50,000元	4.05				4.02				4.47			
	e.50,001以上	4.15				4.01				4.60			
居住地區	a.北部	4.06	2.555	0.055		3.93	1.401	0.242		4.43	0.099	0.960	
	b.南部	4.05				3.91				4.44			
	c.中部	4.23				4.06				4.47			
	d.東部	3.96				4.05				4.44			

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$ 

資料來源：本研究整理

表4-8 遊客特性對旅遊動機的差異

旅遊動機		知識性				社會性				刺激避免			
		平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定
人口統計變數													
旅遊 次數	a.第一次	4.07	0.35 0	0.789		3.91	1.683	0.170		4.43	0.009	0.999	
	b.第二次	3.99				3.96				4.44			
	c.第三次	4.08				4.12				4.43			
	d.第四次以上	4.06				4.03				4.44			
資訊 來源	a.電視媒體	4.15	0.78 0	0.586		4.02	2.686	0.014*		4.45	0.932	0.472	
	b.報章雜誌	4.09				3.79				d>			
	c.網路	4.08				3.93				a、b、			
	d.旅行社	4.27				4.47				c、e、			
	e.親朋好友	4.01				4.00				g			
	f.路邊旗幟	3.95				3.90				a>b			
	g.其他	4.01				3.83							
旅遊 計畫	a.臨時起意	3.94	5.87 9	0.016*	b> a	3.83	7.838	0.005*	b>a	4.43	0.035	0.853	
	b.行程計畫	4.10				4.03							
交通工具 至玉里鎮	a.火車	4.12	1.31 9	0.255		4.00	1.213	0.302		4.42	1.892	0.095	
	b.公車	3.92				4.41							
	c.遊覽車	4.01				4.12							
	d.自用車	4.00				3.98							
	e.機車	4.24				3.93							
	f.租車	4.14				3.79							
交通工具 至今針山	a.接駁車	4.00	1.51 5	0.197		4.06	1.034	0.390		4.44	0.540	0.706	
	b.計程車	4.35				4.04							
	c.機車	4.14				3.90							
	d.自用車	4.02				4.01							
	e.租車	4.10				3.87							
旅遊 伴侶	a.自己一人	4.25	3.50 1	0.016*	a、d >b	3.85	0.826	0.480		4.41	0.670	0.571	
	b.家人親戚	3.96				4.02							
	c.同事朋友	4.13				3.94							
	d.團體旅遊	4.16				4.07							
同行 人數	a.無	4.25	1.21 8	0.303		3.90	4.301	0.005*	d> a、b	4.43	0.106	0.957	
	b.1-3人	4.00				3.86							
	c.4-6人	4.05				3.97							
	d.7以上	4.09				4.15							

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$ 

資料來源：本研究整理

## 二、人口統計變數對滿意度的差異

由表 4-9 得知，居住所在地在「服務設施滿意度」方面有達顯著，以「南部」顯著高於「東部」、「西部」、「北部」。

由表 4-10 得知，在旅遊滿意度方面對遊客特性，資訊來源在「服務設施滿意度」有達顯著，「旅行社」顯著地高於「報章雜誌、網路、親朋好友」。「電視媒體」顯著地高於「報章雜誌、親朋好友」。「其他」顯著地高於「報章雜誌」。旅遊計畫在「旅遊設施滿意度」有達顯著，「行前計畫」顯著地高於「臨時起意」。

交通工具至玉里鎮在「服務設施滿意度」有達顯著，「火車」顯著地高於「公車、租車」。「遊覽車」顯著地高於「公車、租車」。「機車」顯著地高於「租車」。在「旅遊設施滿意度」有達顯著，「火車」顯著地高於「租車」。「遊覽車」顯著地高於「火車、自用車、機車、租車」。在「環境與景觀滿意度」有達顯著，「火車」顯著地高於「公車、自用車」。「遊覽車」顯著地高於「公車、自用車、租車」。「自用車、租車」顯著地高於「公車」。

表4-9 基本資料對滿意度的差異

滿意度 人口統計變數		服務設施				旅遊設施				環境與景觀			
		平均 數	F值	P值	事後 檢定	平均 數	F值	P值	事後 檢定	平均 數	F值	P值	事後 檢定
性別	a.男性	3.65	0.162	0.687		3.55	0.246	0.620		4.03	3.704	0.055	
	b.女性	3.67				3.59				4.14			
年齡	a.20歲以下	3.78	1.833	0.122		3.53	0.483	0.748		4.11	0.690	0.599	
	b.21-30歲	3.72				3.60				4.17			
	c.31-40歲	3.58				3.55				4.04			
	d.41-50歲	3.73				3.65				4.06			
	e.51歲以上	3.52				3.51				4.06			
教育 程度	a.高中職以 下	3.74	1.180	0.308		3.57	0.589	0.555		4.04	0.950	0.388	
	b.大專院校	3.65				3.60				4.13			
	c.研究所以 上	3.58				3.49				4.05			
職業	a.學生	3.73	0.689	0.559		3.58	0.173	0.914		4.10	0.389	0.761	
	b.軍公教	3.65				3.58				4.09			
	c.工、商、 服務業	3.66				3.59				4.12			
	d.無	3.56				3.50				4.01			
婚姻 狀況	a.未婚	3.71	2.173	0.141		3.56	0.332	0.565		4.15	3.852	0.050	
	b.已婚	3.61				3.60				4.03			
月收 入	a.20,000元 以下	3.67	1.677	0.154		3.51	0.657	0.622		4.04	0.997	0.409	
	b.20,001 - 30,000元	3.87				3.63				4.17			
	c.30,001 - 40,000元	3.66				3.65				4.18			
	d.40,001 - 50,000元	3.60				3.61				4.08			
	e.50,001以 上	3.56				3.55				4.05			
居住 地區	a.北部	3.60	3.002	0.030*	b> a、 c、d	3.58	0.302	0.824		4.01	0.746	0.525	
	b.南部	3.96				3.67				4.22			
	c.中部	3.66				3.54				4.11			
	d.東部	3.69				3.55				4.10			

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$ 

資料來源：本研究整理

表4-10 遊客特性對滿意度的差異

旅遊動機		服務設施				旅遊設施				環境與景觀			
		平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定	平均數	F值	P值	事後檢定
人口統計變數													
旅遊次數	a.第一次	3.59	1.746	0.157		3.51	0.918	0.432		4.11	0.267	0.849	
	b.第二次	3.62				3.60				4.05			
	c.第三次	3.75				3.67				4.13			
	d.第四次以上	3.76				3.63				4.08			
資訊來源	a 電視媒體	3.86	2.345	0.031*	a>b、e d>b、 c、e g>b	3.69	1.496	0.178		4.13	0.891	0.501	
	b 報章雜誌	3.51				3.50				3.97			
	c 網路	3.62				3.59				4.11			
	d 旅行社	4.07				4.04				4.36			
	e 親朋好友	3.62				3.53				4.08			
	f 路邊旗幟	3.70				3.60				4.20			
	g 其他	3.86				3.56				4.11			
旅遊計畫	a.臨時起意	3.55	t值 = 3.751	0.53		3.44	5.567	0.019*	b>a	4.08	0.110	0.741	
	b.行程計畫	3.70				3.63				4.10			
交通工具至玉里鎮	a.火車	3.82	5.539	0.000*	a>b、f c>b、f e>f	3.66	2.669	0.022*	a>f c>a、 d、e、f	4.17	3.488	0.004*	a> b、d c> b、 d、f d>b f>b
	b.公車	3.50				3.67				3.33			
	c.遊覽車	4.17				4.14				4.50			
	d.自用車	3.59				3.54				4.03			
	e.機車	3.86				3.58				4.27			
	f.租車	3.30				3.34				4.07			
交通工具至今針山	a.接駁車	4.06	4.724	0.001*	a>d、e c>e	3.89	2.463	0.045*	a>d、e c>d	4.31	2.350	0.054	
	b.計程車	3.79				3.67				4.06			
	c.機車	3.80				3.66				4.23			
	d.自用車	3.61				3.54				4.05			
	e.租車	3.52				3.47				4.05			
旅遊伴侶	a.自己一人	4.00	1.817	0.144		3.94	2.259	0.081		4.20	1.056	0.368	
	b.家人親戚	3.62				3.53				4.07			
	c.同事朋友	3.66				3.57				4.10			
	d.團體旅遊	3.82				3.85				4.36			
同行人數	a.無	3.96	1.303	0.273		3.93	2.786	0.041*	a>b	4.19	1.085	0.355	
	b.1-3人	3.62				3.47				4.05			
	c..4-6人	3.67				3.63				4.07			
	d.7以上	3.66				3.58				4.18			

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$ 

資料來源：本研究整理

### 三、人口統計變數對重遊意願的差異

由表 4-11 得知，在重遊意願方面，不同居住地在「重遊意願」上有達顯著，「南部」顯著地高於「北部」及「東部」；「中部」顯著地高於「北部」及「東部」。由表 4-12 得知，旅遊伴侶在「重遊意願」上有達顯著，「團體旅遊」顯著地高於「家人、親戚」。

表4-11 基本資料對重遊意願的差異

人口統計變數		重遊意願			
		平均數	F值	P值	事後檢定
性別	a.男性	4.05	t值 = 2.91	0.89	
	b.女性	4.15			
年齡	a.20歲以下	4.06	0.714	0.583	
	b.21-30歲	4.17			
	c.31-40歲	4.12			
	d.41-50歲	4.04			
	e.51歲以上	4.13			
教育程度	a.高中職以下	4.08	0.201	0.818	
	b.大專院校	4.12			
	c.研究所以上	4.13			
職業	a.學生	4.13	0.257	0.856	
	b.軍公教	4.14			
	c.工、商、服務業	4.09			
	d.無	4.08			
婚姻狀況	a.未婚	4.14.	t值 = 1.704	0.192	
	b.已婚	4.07			
月收入	a.20,000元以下	4.12	0.304	0.875	
	b.20,001-30,000元	4.10			
	c.30,001-40,000元	4.11			
	d.40,001-50,000元	4.04			
	e.50,001以上	4.14			
居住地區	a.北部	4.06	3.393	0.018*	c>a、d b>a、d
	b.南部	4.28			
	c.中部	4.27			
	d.東部	4.06			

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$

資料來源：本研究整理

表4-12 遊客特性對重遊意願的差異

旅遊動機 人口統計變數		重遊意願			
		平均數	F值	P值	事後檢定
旅遊次數	a.第一次	4.06	1.590	0.191	
	b.第二次	4.10			
	c.第三次	4.09			
	d.第四次以上	4.21			
資訊來源	a 電視媒體	4.22	1.359	0.230	
	b 報章雜誌	4.08			
	c 網路	4.13			
	d 旅行社	4.35			
	e 親朋好友	4.07			
	f 路邊旗幟	3.75			
	g 其他	4.23			
旅遊計畫	a.臨時起意	4.02	t值 = 3.365	0.067	
	b.行程計畫	4.14			
交通工具 至玉里鎮	a.火車	4.19	2.044	0.072	
	b.公車	4.08			
	c.遊覽車	4.38			
	d.自用車	4.06			
	e.機車	4.27			
	f.租車	3.95			
交通工具 至金針山	a.接駁車	4.20	1.948	0.102	
	b.計程車	4.33			
	c.機車	4.25			
	d.自用車	5.08			
	e.租車	4.02			
旅遊伴侶	a.自己一人	4.18	2.964	0.032*	d>b
	b.家人親戚	4.02			
	c.同事朋友	4.19			
	d.團體旅遊	4.23			
同行人數	a.無	4.17	0.324	0.808	
	b.1-3人	4.09			
	c.4-6人	4.14			
	d.7以上	4.08			

註：\*數據表示  $P < \alpha = 0.05$ 

資料來源：本研究整理

## 第四節 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析

### 一、遊客旅遊動機與滿意度之相關分析

表 4-13 呈現旅遊動機與滿意度之相關性。由表可得知，旅遊動機之各構面與滿意度之構面，皆有顯著關係。旅遊動機與滿意度各各構面皆呈現正向影響作用，表示旅遊動機與滿意度任一方之提升，皆將會使另一方明顯提升。

表4-13 旅遊動機與滿意度之相關分析

		知識性動機	社會性動機	刺激避免動機
Pearson 相關	服務設施滿意度	0.353 **	0.400 **	0.261 **
	旅遊設施滿意度	0.320 **	0.416 **	0.231 **
	環境與景觀滿意度	0.351 **	0.411 **	0.385 **

註：\*\*在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著

資料來源：本研究整理

### 二、遊客旅遊動機與重遊意願之相關分析

表 4-14 呈現旅遊動機與重遊意願之相關性。由表可得知，旅遊動機之各構面與重遊意願之構面，皆有顯著關係。旅遊動機各構面與重遊意願皆呈現正向影響作用，表示旅遊動機與重遊意願任一方之提升，皆將會使另一方明顯提升。

表4-14 旅遊動機與重遊意願之相關分析

		知識性動機	社會性動機	刺激避免動機
Pearson 相關	重遊意願	0.399 **	0.333 **	0.355 **

註：\*\*在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著

資料來源：本研究整理

### 三、遊客旅遊滿意度與重遊意願之相關分析

表 4-15 呈現旅遊滿意度與重遊意願之相關性。由表可得知，旅遊滿意度之各構面與重遊意願之構面，皆有顯著關係。旅遊滿意度各構面與重遊意願皆呈現正向影響作用，表示旅遊滿意度與重遊意願任一方之提升，皆將會使另一方明顯提升。

表4-15 旅遊滿意度與重遊意願之相關分析

		服務設施滿意度	旅遊活動滿意度	環境與景觀滿意度
Pearson相關	重遊意願	0.536 **	0.524 **	0.635 **

註：\*\*在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著

資料來源：本研究整理

### 四、遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析

在表4-16呈現旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關性。由表可得知，旅遊動機、滿意度與重遊意願，皆有顯著關係。旅遊動機、滿意度與重遊意願皆呈現正向影響作用。

表4-16 旅遊動機、滿意度與重遊意願之相關分析

		旅遊動機	滿意度	重遊意願
Pearson 相關	旅遊動機	1		
	滿意度	0.505 <sup>**</sup>	1	
	重遊意願	0.437 <sup>**</sup>	0.660 <sup>**</sup>	1

註：\*\*在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著

資料來源：本研究整理

## 第五節 路徑分析

### 一、路徑分析的流程

本研究採用路徑分析主要估計路徑係數，結果所得的標準化回歸係數即為路徑係數。檢定研究假設中的旅遊動機、滿意度對重遊意願的路徑圖，如圖 4-1 所示。

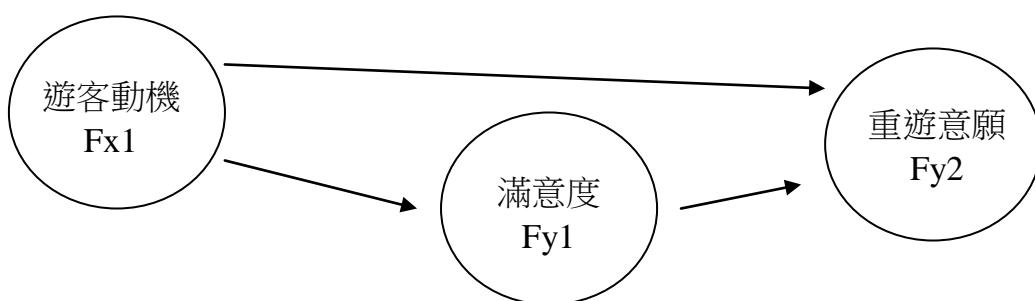


圖 4-1 路徑分析圖

資料來源：本研究整理

本研究之變數間因果關係影響路徑共有：

(一) 旅遊動機變數對重遊意願的影響路徑有兩條

一為旅遊動機直接影響重遊意願，此為直接影響；二為以遊客滿意度為中介變數，而影響重遊意願，此為間接影響。

(二) 遊客滿意度對重遊意願的影響

遊客滿意度直接影響重遊意願，此為直接影響。

經由研究路徑分析圖，要進行以下迴歸分析，如表4-17。

(一) 第一個迴歸：

效標變數為遊客動機，用來預測變數為遊客滿意度。

(二) 第二個迴歸：

效標變數為遊客動機，用來預測變數為重遊意願。

(三) 第三個複迴歸：

效標變數為遊客滿意度，用來預測變數為重遊意願。

表4-17 路徑函數與路徑模式

迴歸	路徑函數	路徑模式
一	$Fy1=f(Fx1)$	$Fy1=py1Fx1+e1$
二	$Fy2=f(Fy1)$	$Fy2=py2Fy1+e2$

註:  $Fx1$ 為遊客動機； $Fy1$ 為遊客滿意度； $Fy2$ 為重遊意願； $py1$ 代表滿意度的係數； $py2$ 代表重遊意願的係數； $e1$ 、 $e2$ 為殘差。

資料來源：本研究整理

## 二、路徑分析的結果

### (一) 第一個迴歸分析

由表4-18回歸可得知，旅遊動機為自變數，滿意度為依變數，旅遊動機對滿意度的 $R^2$ （解釋變異量）=0.254，Beta值（路徑係數）為0.477，再由P值觀察旅遊動機對滿意度具有顯著影響。

### (二) 第二個迴歸分析

由表4-18回歸可得知，旅遊動機為自變數，重遊意願為依變數，旅遊動機對重遊意願的 $R^2$ （解釋變異量）=0.189，Beta值（路徑係數）為0.437，再由P值觀察旅遊動機對滿意度具有顯著影響。

### (三) 第三個複迴歸分析

由表4-18回歸可得知，旅遊動機、滿意度為自變數，重遊意願為依變數，旅遊動機、滿意度對重遊意願的 $R^2$ （解釋變異量）=0.447，Beta值（標準化迴歸係數）分別為0.437與0.590，再由P值觀察旅遊動機與滿意

度對重遊意願具有顯著影響。

表4-18 整體模型的路徑分析表

迴歸	依變數	自變數	R <sup>2</sup>	Beta 值	t 值	P 值
一	滿意度	旅遊動機	0.254	0.505	11.684	0.000***
二	重遊意願	旅遊動機	0.189	0.437	9.682	0.000***
三	重遊意願	旅遊動機	0.447	0.437	3.214	0.001***
		滿意度		0.590	13.662	0.000***

註：\*數據表示 P 值大小， $P < \alpha = 0.05$ ；\*\*數據表示 P 值大小， $P < \alpha = 0.01$ ；

\*\*\*數據表示 P 值大小， $P < \alpha = 0.001$

資料來源：本研究整理

### 三、路徑分析的效果

分析後的路徑與路徑係數如圖4-2、表4-19所列，各構面間之路徑分析效果均達到顯著水準，說明如下：

#### (一) 旅遊動機對滿意度的直接顯著效果

路徑係數為 0.437 ( $P < 0.000$ )，因此旅遊動機對滿意度變數影響的總效果值 0.437。

#### (二) 旅遊動機對重遊意願的直接顯著效果

路徑係數為 0.505 ( $P < 0.000$ )，因此旅遊動機對重遊意願變數影響的總效果值 0.505。

### (三) 旅遊動機、滿意度對重遊意願的直接顯著效果

路徑係數分別為  $0.437 (P<0.000)$ 、 $0.590 (P<0.000)$ ，因此旅遊動機透過滿意度的中介變數到重遊意願的間接效果值等於  $0.505 \times 0.590 = 0.2980$ ，因此休閒動機對重遊意願變數的總效果值等於  $0.437 + 0.2980 = 0.735$ ，而遊客滿意度對重遊意願變數影響的總效果值等於  $0.590$ 。

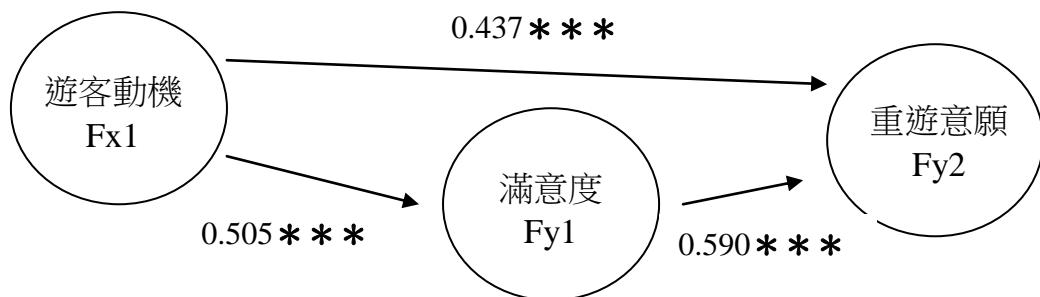


圖 4-2 路徑關係分析圖

註：\*數據表示  $P$  值大小， $P<\alpha=0.05$ ；\*\*數據表示  $P$  值大小， $P<\alpha=0.01$ ；\*\*\*數據表示  $P$  值大小， $P<\alpha=0.001$

資料來源：本研究整理

表4-19 整體模型的效果分析表

迴歸	依變數	自變數	殘差係數	直接效果	間接效果	總效果
一	滿意度	旅遊動機	0.237	0.505	—	0.505
二	重遊意願	旅遊動機	0.270	0.437	—	0.437
三	重遊意願	旅遊動機	0.184	0.437	0.2980	0.735
		滿意度		0.590	—	0.590

資料來源：本研究整理

## 第六節 研究假設驗證結果

經由本研究實證分析後，對於遊客 400 位有效問卷調查中發現，在六項的假設當中，完全成立、部分成立的各有三項，詳如表 4-20 所示：

表4-20 研究假設驗證表

研究假設	驗證方法	驗證結果
H1：遊客之人口統計在旅遊動機上有顯著差異。	t 檢定、單因子變異數分析	部分成立
H2：遊客之人口統計在滿意度上有顯著差異。	t 檢定、單因子變異數分析	部分成立
H3：遊客之人口統計在重遊意願上有顯著差異。	t 檢定、單因子變異數分析	部分成立
H4：遊客的旅遊動機在滿意度上有直接影響。	相關分析、路徑分析	成立
H5：遊客的旅遊動機在重遊意願上有直接影響。	相關分析、路徑分析	成立
H6：遊客的滿意度在重遊意願上有直接影響。	相關分析、路徑分析	成立

資料來源：本研究整理

## 第五章 結論與建議

本研究在於探討赤柯山金針休閒專業區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，藉由問卷調查方式來進行資料的蒐集、分析與討論，來達到研究之目的。研究對象為現場遊客，有效問卷為 400 份，以下根據問卷調查之各項分析結果作為整理，並歸納出結論與建議。

### 第一節 結論

#### 一、分析遊客基本資料

由人口統計變數分析顯示，參與赤柯山金針休閒專業區的遊客的特性由下：

(一) 女性人數比男性人數略多。

(二) 年齡主要分佈於21-30 歲 (26.3%) 、31-40 (26.3%) 。

(三) 居住地區以北部最多佔50.8%。

(四) 遊客的教育程度以大專院校最多，佔其中的60.3%。

由上述可知，來此的遊客多屬女生、青壯年且以居住北部者居多。

## 二、遊客旅遊特性分析

(一) 在參與者的職業與個人月所得中，可以發現來此的遊客以：

1. 工商服務業最多，佔總人數的41.5%。
2. 而個人月所得以2萬元以下為最多，佔32.3%，其次為3-4萬元者，佔22%。

由此可知，來此的遊客多屬從事工商服務者月薪約2萬左右。

(二) 在參與頻率方面：

1. 以來過一次者最多，佔43%。
2. 旅遊原因，以有行程計劃者佔73.3%最多。
3. 交通工具，分為來到玉里鎮及玉里鎮到金針山以自用車最高，分別佔55%及59.5%。

而遊客多半第一次遊玩且自行開車前往，凸顯赤科山金針休閒專業區旅遊的遊客第一次旅遊者居多又缺乏大眾運輸交通工具的問題。

(三) 而訊息來源：

1. 親朋好友推薦佔50.8%為最多。
2. 旅遊的同伴則以同事朋友、家人親戚最多，分別佔46.8%及46.3%；同

遊人數以4-6人佔36.8%最多。

旅遊目的則是以接近自然為主，資訊多由親朋好友提供，並且以「家庭式」出遊為主。

### 三、遊客基本特性不同對旅遊動機、滿意度與重遊意願分析

(一) H1：遊客之人口統計在旅遊動機上有顯著差異。

將不同人口統計的遊客在動機三個構面來進行差異性分析。在「知識性動機」有達顯著性：

1. 於基本資料上有達顯著性的有職業為「工商服務業、軍公教」高於學生。
2. 在遊客特性上有達顯著的有：旅遊計畫「有行程計畫」高於臨時起意、旅遊伴侶「自己一人、團體旅遊」高於家人親戚。

在「社會性動機」對在遊客特性上有達顯著的：

1. 資訊來源為「旅行社」者高於報章雜誌、路邊旗幟、網路及電視媒體。
2. 旅遊計畫以「有行程計畫」高於臨時起意；同行人數「7人以上」高於0~3人。

在「刺激避免動機」對於基本資料上有達顯著性者：

1. 以「女生」高於男生、年齡「21-51歲以上」三組皆顯著地高於20歲

以下組。

2. 職業為「所有行業」高於學生。
3. 每月收入「5 萬以上」高於 2 萬以下。

經由差異性分析顯示遊客特性之不同，部分會影響旅遊動機之形成，且具有趨勢性。

## (二) H2：遊客之人口統計在滿意度上有顯著差異。

將不同人口統計的遊客在滿意度三個構面來進行差異性分析。在「服務設施滿意度」方面：

1. 基本資料上有達顯著性是：以居住所在地「南部」組顯著高於東、西、北部組。
2. 在遊客特性上有達顯著的有：資訊來源為「旅行社」高於報章雜誌、路邊旗幟、網路及電視媒體；旅遊伴侶「自己一人」高於家人親戚。

在「旅遊設施」對遊客特性上有達顯著的有：

1. 旅遊計畫「有行程計畫」高於臨時起意。
2. 「遊覽車」高於其他交通工具、「自己一人」高於有人陪伴。

在「環境與景觀」對於遊客特性上有達顯著性的交通工具「遊覽車」的滿意度高於其他車種。

經由差異性分析顯示遊客特性之不同，部分會影響旅遊滿意度之形成，且具有趨勢性。

### (三) H3：遊客之人口統計在重遊意願上有顯著差異。

將不同人口統計的遊客在重遊意願構面來進行差異性分析：

1. 在基本資料上有達顯著性是居住所在地以「中、南部」組顯著高於東、北部組。
2. 在遊客特性上有達顯著的有旅遊伴侶「團體旅遊」高於家人親戚。

## 四、旅遊動機與滿意度及重遊意願之間具顯著相關

### (一) H4：遊客的旅遊動機在滿意度上有直接影響。

對旅遊動機之「知識性動機」、「社會性動機」與「刺激避免動機」三個因素構面與滿意度之「服務設施滿意度」、「旅遊設施滿意度」、「環境與景觀滿意度」三個因素構面皆有顯著相關性；經分析研究發現，各面向均為正相關，顯示旅遊動機與滿意度變動方向相同。顯示遊客至赤柯山金針休閒專業區進行旅遊的遊客動機到實際體驗後的滿意度是正向的相互影響，不論提升哪一個因素，皆有助提升其他因素之效果。

### (二) H5：遊客的旅遊動機在重遊意願上有直接影響。

以旅遊動機之「知識性動機」、「社會性動機」與「刺激避免動機」三個因素構面與重遊意願皆有顯著相關性。經分析發現，各面向之相關性均為正相關。顯示遊客至赤柯山金針休閒專業區進行旅遊的遊客動機

到最後是否願意重遊是正向的相互影響。

### (三) H6：遊客的滿意度在重遊意願上有直接影響。

滿意度因素構面之「服務設施滿意度」、「旅遊設施滿意度」、「環境與景觀滿意度」與重遊意願皆有顯著相關性。經分析發現，各面向之相關性均為正相關。顯示遊客至赤柯山金針休閒專業區進行旅遊的遊客滿意度到遊客未來重遊與否有正向的相互影響。

## 第二節 建議

本節綜合前述之分析結果，結合參考遊客所填寫問卷時問答意見與研究者自身的觀察發現，提出對赤柯山金針休閒專業區研究之相關建議，供經營管理單位做為參考，分述如下：

### 一、對赤柯山金針休閒專業區業者之建議：

#### (一) 在「服務設施」方面：

1. 遊客反應上山的道路須再加強維護，如反光鏡、圍欄、增設路燈等，俾利遊客上、下山之安全性。
2. 在指標方面，插旗幟及定期維護上山指標及路標，使得遊客前往旅遊之便利及安全性。
3. 公共停車處很少，假若能集中金針開花的地方規劃腳踏車觀光，使遊

客多一些停留，欣賞金針花之美景會更棒。

## （二）在「旅遊活動」方面：

1. 遊客對於農業體驗活動較少，能多一些體驗活動，諸如採金針、曬金針及金針花相關 DIY（金針花手工皂、壓花卡片）。
2. 赤科山生態豐富但欠缺解說導覽員、遊客諮詢服務，假若能設置一些解說植物牌、園區內生態摺頁解說，將使得遊客更了解此區生態。

## （三）在「環境與景觀」方面：

遊客旅遊其他過度開發的風景區，享受到赤科山的天然景觀之美景，深深吸引真正享受山林美景的人前來遊玩。希望未來規劃此地能保有原始風貌，不要過度設計，能與其它兩座金針山園區的規劃做出區隔。

## 二、對當地相關單位的建議：

### （一）交通便利性

許多遊客反應至赤柯山金針休閒專業區交通不便，加上園區距離玉里鎮火車站約 22.3 公里左右，缺乏大眾運輸交通工具，除非遊客是自行開車、騎乘機車及搭遊覽車前來，不然由玉里鎮火車站至赤柯山金針休閒專業區僅有計程車及租機車可利用，價格為 350~400 元左右；但大型遊覽車又無法開上去，需要山上民宿業者接洽接駁車，且無法同時大型車會車，因此還要有交通管制，以免影響上、下山的交通便利性及旅遊興致。還有居住在北部的遊客反應景色優美心動前往，但要到花蓮的火車票一票難求，接駁車的整體規劃無法銜接，影響再遊意願及此園區的

經濟發展。

(二) 台九線路口指標欠明顯、路標偏少，容易走錯叉路而迷路，可以設置金針入口意象及指標上指引。

(三) 遮蔭休憩之處不多，大多為民宿業者提供，欠缺公共涼亭及廁所；加上賞金針花之旺季為夏季，是非常炎熱的天氣，無遮蔭休憩及公廁之處真的很不方便。

(四) 遊客旅遊動機是以「增進社交人際關係」及「為了欣賞金針花的景觀」為主，規劃金針花不採收的集中性欠佳、電線桿未地下化，無法欣賞及拍攝一望無際「金針花海」之美。

(五) 行銷多元化

在「旅遊資訊取得」的問項當中，以「親友推薦」前來所佔的比例最高，約 50.8%，而透過網路或電視媒體、報章雜誌等傳播媒介獲取資訊的比例各佔不到 20%；然而現在網路資訊發達、使用普遍，智慧型手機普遍以及資訊分享非常快速的時代，赤科山金針花園區的介紹除了官方的『花蓮洄瀾網、觀光資訊』網站簡單介紹之外，其他的豐富資訊來源就是遊客透過實地旅遊或民宿業者在網路上拍出美景後，傳上網或是利用智慧型手機即時發佈在網路社群（如 facebook）內的方式分享，吸引其他未來遊玩的人心動前往，疏忽了網路的強大宣傳功用。除此之外，在行銷方面建議能做與當地政府做整合性的行銷：

1. 在網路行銷方面花蓮縣政府觀光資訊網可以與赤科山居民合作，提供園區內即時動態、以視訊方式提供即時影像、宣傳園區內的生態變化。

2. 將舉辦的夏戀嘉年華活動能分北、中、南三區吸引人潮，再設計花蓮此三區一系列的旅遊特色配套行程；宣傳花蓮在地特有的風光、美食特色；來增加遊客旅遊動機，使嘉賓與參與的遊客能有不同體驗，也可以增加遊客量，居民經濟收入也有提升的機會，達到雙方互惠。由這些有特色的在地風光來吸引遊客前往而達到廣告之功效，平面報章媒體就會關注，達成宣傳之目的。

### 第三節 研究限制及後續研究建議

本研究受限於研究者的時間、人力、天候（颱風）等因素，今年有兩次颱風使得遊客比去年少了許多，且赤科山的金針未有影響但是遊客擔心火車無法前往只好取消行程。這次針對前往赤科山金針休閒專業區旅遊的遊客為主，進行調查分析研究，而無法作完整的深入研究。因此，提出以下研究方向供後續研究者之參考。

一、本研究調查時間主要在2012年8月至10月份採用便利抽樣方式對遊客發放問卷進行調查，調查有可能受到時間、季節及天候（颱風）等方面的影響，而赤科山一年四季各有不同景色及人文景觀，且淡、旺季差別極大，其調查結果只能代表部分遊客的看法，無法充分反應全年遊客之意見及想法，建議後續能延長調查時間。

二、本研究調查對象只限於遊客旅遊赤科山金針休閒專業區的動機、滿意度及是否願意重遊；因此後續研究者，可增加設計質性研究，了解經營業者對赤科山金針休閒專業區的規劃想法來增加研究的參考價值，提供相關單位做參考。

三、後續研究能針對遊客旅遊東台灣三座金針花的活動做擴大研究範圍，比較遊客的需求性的差異化，以進行更豐富的探討，應能對金針花永續經營更有助益及貢獻。

## 參考文獻

### 一、中文

王偉哲，1997，遊客對休閒農業之認知與體驗之研究，碩士論文，逢甲大學建築及都市計畫系。

王鈺文，2011，宗教旅客旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究—以耶穌基督後期聖徒教會台灣台北聖殿為例，碩士論文，大葉大學休閒事業管理系。

朱珮瑩，2003，遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究—以新竹縣為例，碩士論文，世新大學觀光系。

交通部觀光局，2000，二十一世紀台灣發展觀光新戰略，台北市：交通部觀光局。

李國禎，2006，主題樂園服務品質與遊客重遊意願之研究—以月眉育樂世界為例的探討，碩士論文，大葉大學運動事業管理學系。

李京容，2007，遊客之遊憩動機與府城文化觀光吸引力關係之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。

李青松、車成緯，2009，遊客對地方節慶活動認同之研究—以土城桐花節為例，運動與遊憩研究，4卷，2期，73-92。

余幸娟，2000，宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以台南南鯤鯓代天府為例，碩士論文，中國文化大學觀光事業系。

余冠樺，2011，遊客遊憩動機、滿意度與重遊意願之研究—以內洞國家森林遊樂區為例，碩士論文，國立嘉義大學森林暨自然資源學系。

沈憲政，2006，雲林縣古坑鄉華山咖啡園區遊客旅遊動機與滿意度之研究，碩士論文，國立臺灣師範大學體育系。

宋秉明，1983，遊憩容納量理論的研究，碩士論文，國立台灣大學森林

系。

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，碩士論文，南華大學旅遊事業管理學系。

吳忠宏、黃宗成、邱廷亮，2004，玉山國家公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報，14卷，2期，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，碩士論文，逢甲大學土地管理系。

吳菁雅，2008，登山客攀登玉山主峰之動機.期望.滿意度與重遊意願之研究，碩士論文，國立嘉義大學農學系。

吳明隆、涂金堂，2008，SPSS 與統計應用分析，台北：五南文化事業。

吳萬益，2000，企業研究方法，台北：華泰文化。

吳統雄，1990，電話調查：理論與方法，台北：聯經出版事業。

吳坤銘，1979，遊客行為之觀察與分析，碩士論文，國立臺灣大學森林系。

周文樹，2003，台南縣尖山埤水庫風景區登山客滿意度之研究，碩士論文，逢甲大學土地管理研究系。

周佳如，2010，海外自由行旅遊動機、滿意度與忠誠度之研究—以日本地區為例，碩士論文，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系。

周宏昌，1995，台灣地區民營遊樂區遊客需求特性之研究——以雅哥花園為例，碩士論文，逢甲大學建築及都市計劃系。

林國賢，2004，大陸名眾來台旅遊態度與動機之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。

林晏州、陳惠美、顏家芝，1998，高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究，戶外遊憩研究，11卷，4期，59-71。

林德原，2007，遊客旅遊動機與休閒利益影響重宿意願之研究—以阿里山國家森林遊樂區為例，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。

林愷，2003，運用LISREL模式探討遊客滿意度之研究—以花蓮縣為例，碩士論文，國立東華大學企業管理學系。

侯錦雄，1990，遊憩區動機與遊憩認知間關係之研究，博士論文，國立台灣大學園藝系。

徐同劍，1996，遊樂區業服務品質與遊客再遊意願關連之研究，碩士論文，大葉工學院事業經營系。

洪武詮，2004，泰安鐵道文化觀光發展之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。

莊立民、王鼎銘，2003，企業研究方法：質化與量化方法之應用，台北：雙葉書廊。

陳冠曲，2007，遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係之研究-以溪頭森林遊樂區為例，碩士論文，國立嘉義大學農學院林業暨自然資源系。

陳昭郎、段兆麟、李謀監、方威尊，1996，休閒農業工作手冊，台北：台大農業推廣學系。

陳水源，1989，遊憩體驗理論與實證研究專論選集（二）~理論基礎與實證研究之探討，台北：淑馨出版社。

陳昭蓉，1996，鄰里公園使用者滿意度影響因素之探討，碩士論文，國立台灣大學園藝研究系。

陳蕙菱，2001，淡水市街觀光地景環境體驗之研究，碩士論文，世新大學觀光系。

陳冠宏，2004，遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，碩士論文，世新大學觀光所。

曹勝雄，2001，觀光行銷學，台北：揚智文化事業。

張春興，1994，教育心理學，台北：東華書局。

張紹勳，2007，研究方法，台北：滄海書局。

張清富，2008，農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願影響之研究—以苗栗縣大湖鄉薑麻園為例，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。

許仲喬，2011，女性自助旅行者旅遊動機、行前期望、實際體驗與行為意向之研究—以澎湖為例，碩士論文，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理系。

- 游宗仁，2002，全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。
- 黃淑美，1995，遊客對北海岸風景特定區住宿設備及服務的偏好與滿意度之研究，碩士論文，東海大學景觀系。
- 黃錦照，2002，田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究，碩士論文，南華大學旅遊事業管理系。
- 黃俊英，2001，多變量分析第七版，台北：華泰文化。
- 葉茂生，2001，澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究，碩士論文，世新大學觀光學系。
- 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，碩士論文，南華大學旅遊事業管理系。
- 廖博元，2010，銀髮族休閒參與動機與滿意度之研究—以彰化縣老人大學為例，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。
- 歐聖榮、張集毓，1995，遊憩區市場定位之研究，戶外遊憩研究，8卷，3期，15-45。
- 蔡侑霓，2007，南投縣國姓鄉民宿旅客投宿動機與滿意度之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系。
- 蔡進發、甘唐沖、江靜宜，2008，遊客對國家公園遊憩資訊、滿意度、場所依戀與重遊意願之研究，運動與遊憩研究，3卷，1期，125-152。
- 鄭惟仁，2010，日本團體套裝旅遊之旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，碩士論文，大同大學事業經營系。
- 鄭琦玉、楊文燦，1995，遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，8卷，2期，109-132。
- 劉慶宗，2001，博物館觀眾參觀經驗之研究—以國立海洋生物博物館為例，碩士論文，國立中山大學公共事務管理系。
- 賴福瑞，2004，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，碩士論文，國立屏東科技大學森林系。
- 簡明輝，2008，消費者行為，台北：新文京開發出版有限公司。

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，碩士論文，逢甲大學建築及都市計畫系。

關羽彤，2005，太魯閣國家公園旅客旅遊滿意度之研究，碩士論文，中華大學科學管理系。

## 二、英文

- Baker, D. A. and J. L. Crompton, 2000, Quality satisfaction and behavioral intentions, *Annals of Tourism Research*, 27, 3: 785-804.
- Beard, J. G. and M. G. Ragheb, 1983, Measuring Leisure Motivation, *Journal of Leisure Research*, 15, 3:219-228.
- Cardozo, R. N., 1965, An Experimental Study of Consumer Effort-Expectations and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 5, 2:224-249.
- Crompton, J. L., 1979, Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 4, 4:408-424.
- Dorfman, P.W., 1979, Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction: A CaseStudy in Camping, *Environment and Behavior*, 11, 4:483-510.
- Fornell, C., 1992, A Ntional Customer Satisfaction Barometer : the Swedish Experience, *Journal of Marketing*, 56, 1:6-27.
- Kozak, M., 2001, Repeater's behavior at two distinct destinations, *Annals of Tourism Research*, 28, 3:784-807.
- Kotler, P., 1994, *Marketing management: Analysis planning implementation and control*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., 1997, *Marketing Management:Analysis, planning, Implementation and Control*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Manning, R. E. 1986. *Studies in outdoor recreation: A review and synthesis of social science literature in outdoor recreation*. Corvallis, OR: Oregon State University. Press.
- Maslow, A. K., 1954, *Motivation and Personality*, New York: Harper and Row.
- McIntosh, R. W., C. R., Goeldner, and Ritchie , J. R. B., 1995, Tourism Principles, Practices, Pbilosopbies ,Wiley, New York: 34-35.

- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, 1988, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64, 1:12-40.
- Peterson, G. L., 1974, Evaluating the Quality of the Wilderness Environment: Congruence between Perception and Aspiration, *Environment and Behavior*, 6, 2:169-193.
- Uysal, M. and C. Jurowski, 1994, Testing the push and pull factors, *Annals of Tourism Research*, 21, 4:844–846.
- Weissinger, E. and D. L. Bandalos, 1995, Development, reliability and validity of a scale to measure intrinsic motivation in leisure, *Journal of leisure Research*, 27, 4:379-400.

### 三、網站

文化旅遊資訊入口網，2012，景點介紹~赤科山永續發展協會，取自  
<http://tour.moc.gov.tw/frontsite/scenery/sceneryDetailAction.do?method=doDetail&serNo=200907020132&siteId=101&subMenuItemId=301>

花東縱谷國家風景區，2012，縱谷景點~赤科山，取自  
<http://www.erv-nsa.gov.tw/user/article.aspx?Lang=1&SNo=03000139>

花蓮區農業改良場有機農業資訊網，2008，東部有機農業概況，取自  
[http://organic.hdais.gov.tw/east\\_profile.html](http://organic.hdais.gov.tw/east_profile.html)

花蓮縣赤柯山觀光發展促進會，2010，取自  
<http://www.chikeshan.com.tw/tra.php>

花蓮縣縣長施政報告，2012，花蓮縣議會第17屆第5次定期大會施政總報告，取自  
[http://www1.hl.gov.tw/workreport/workreport.asp?sel=17\\_05\\_1\\_101\\_05\\_08\\_pm\\_%B3%C5%B1X%DBm.html#\\_Toc325445938](http://www1.hl.gov.tw/workreport/workreport.asp?sel=17_05_1_101_05_08_pm_%B3%C5%B1X%DBm.html#_Toc325445938)

## 附錄

### 「花蓮縣赤柯山金針休閒專業區~遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究」調查問卷

親愛的遊客您好：

感謝您接受訪問，這是一份學術性的研究問卷，主要目的是為了了解赤柯山金針休閒專區遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願之間的關係，希望經由您依照個人實際狀況針對問卷作答，將可提供的寶貴資料。並透過學術研究彙集分析，使金針文化產業的工作能永續經營。資料僅供學術研究，絕不對外公開。很感謝您的協助，更感謝您的熱誠！

祝您 旅途愉快

國立屏東科技大學農企業管理研究系

指導教授：林永順 博士

研究 生：官怡君

敬上

#### 第一部份、遊客的旅遊動機：請問您此次到赤柯山金針休閒專業區之旅

遊動機為何？(各項單選，請依你的感受在適當的□內打「V」)謝謝！

非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
-----------------------	-------------	-------------	--------	------------------

- |                              |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.慕名而來，滿足好奇心 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |
| 2.從事攝影或拍照的活動 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |
| 3.為了豐富自己的旅遊經驗 · · · · ·      | <input type="checkbox"/> |
| 4.能認識豐富的生態資源 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |
| 5.為了品嘗當地的美食或農特產品 · · · · ·   | <input type="checkbox"/> |
| 6.親朋好友的推薦 · · · · ·          | <input type="checkbox"/> |
| 7.增加家人情感與生活樂趣 · · · · ·      | <input type="checkbox"/> |
| 8.增進社交人際關係 · · · · ·         | <input type="checkbox"/> |
| 9.為了欣賞金針花的景觀 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |
| 10.放鬆心情，紓解壓力 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |
| 11.尋求身心靈寧靜，恢復體力與精神 · · · · · | <input type="checkbox"/> |

**第二部份、遊客的旅遊滿意度：請以您旅遊赤柯山金針休閒專業區實際所感覺的滿意程度(各項單選，請依你的感受在適當的□內打「V」)謝謝！**

非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
-----------------------	-------------	--------	--------	------------------

- |                         |                          |                          |                          |                          |                          |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.遊覽動線導覽指標 · · · · ·    | <input type="checkbox"/> |
| 2.遮蔭休憩場所 · · · · ·      | <input type="checkbox"/> |
| 3.餐飲設施 · · · · ·        | <input type="checkbox"/> |
| 4.住宿設施 · · · · ·        | <input type="checkbox"/> |
| 5.解說導覽活動 · · · · ·      | <input type="checkbox"/> |
| 6.農業體驗活動 · · · · ·      | <input type="checkbox"/> |
| 7.遊客旅遊諮詢服務的提供 · · · · · | <input type="checkbox"/> |
| 8.自然景觀的維護 · · · · ·     | <input type="checkbox"/> |
| 9.林象美觀 · · · · ·        | <input type="checkbox"/> |
| 10.環境整潔 · · · · ·       | <input type="checkbox"/> |

**第三部份、您對赤柯山金針休閒專業區的重遊意願：**

非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
-----------------------	-------------	--------	--------	------------------

- |                            |                          |                          |                          |                          |                          |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.我對赤柯山金針休閒專業區的整體滿意度 · ·   | <input type="checkbox"/> |
| 2.我未來旅遊會優先考量赤柯山金針休閒專業區 · · | <input type="checkbox"/> |
| 3.我會建議親友到赤柯山金針休閒專業區遊玩 · ·  | <input type="checkbox"/> |
| 4.我願意再重遊赤柯山金針休閒專業區 · · · · | <input type="checkbox"/> |

#### 第四部份、基本資料(單選，請在適當的□內打” V” )

- 1.性 別：男 女
- 2.年 齡：20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51 歲以上
- 3.教育程度：高中(職)以下 大專院校 研究所以上
- 4.職 業：學生 軍公教人員 工、商、服務業 無
- 5.婚姻狀況：未婚 已婚
- 6.月收入： 20000 以下  20001~30000  30001~40000  
 40001~50000  50001 元以上
- 7.居住地區：  
北部(基隆、台北、桃園、新竹) 南部(嘉義、台南、高雄、屏東)  
中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投) 東部(宜蘭、花蓮、台東)

#### 第五部份、遊客特性：

- 1.請問這是您第幾次來赤柯山金針休閒專業區？  
(1)第一次 (2)第二次 (3)第三次 (4)第四次(含)以上
- 2.請問您主要從哪知道赤柯山金針休閒專業區資訊的來源是：(請單選)  
(1)電視媒體報導 (2)報章雜誌介紹 (3)網路 (4)旅行社  
(5)親朋好友介紹 (6)路邊旗幟海報 (7)其他 ( \_\_\_\_\_ )
- 3.請問您這次到金針山休閒農業區是因為？  
(1)臨時起意 (2)行程計畫中
- 4.請問你是搭乘何種交通工具來到玉里鎮？(請單選)  
(1)火車 (2)公車 (3)遊覽車 (4)自用車 (5)機車 (6)租車
- 5.請問您從玉里鎮搭乘何種交通工具來到金針山休閒專業區？(請單選)  
(1)接駁車 (2)計程車 (3)機車 (4)自用車 (5)租車
- 6.請問您此次旅遊的伴侶為何？(請單選)  
(1)單獨一人 (2)家人親戚 (3)同事、朋友、同學  
(4)團體旅遊
- 7.請問這次與您同行的同伴有幾位？(請單選)  
(1) 無 (2) 1~3 人 (3) 4~6 人 (4) 7 人以上

問卷到此結束，非常感謝您的耐心填答，謝謝！敬祝旅途平安愉快！