

修平科技大學

觀光與遊憩管理系-觀光三乙

秋紅谷遊憩動機之研究-推拉模式之應用

指導老師:劉士豪老師

姓名:賴庭均學號:BG102076

姓名:黃芮榆學號:BG102091

姓名:王思舒學號:BG102106

姓名:林芷妤學號:BG102508

中華民國 105 年 06 月 08 日

誌謝

回想這三年大學求學生涯的點點滴滴，時光飛逝，總覺得日子過得很快，卻很充實，當初對觀光的一股熱忱考上了修平科技大學，讓我有更多機會學習新事物、認識新朋友與增廣見聞。本專題得以順利完成，首先我要感謝我的爸爸媽媽讓我在這求學的過程中讓我無後顧之憂的努力學習，在我最需要時總在我背後默默的幫助我成長。這一路走下來最為感謝的是指導教授劉士豪老師，從一開始的專題方向，到最後的專題定稿，士豪老師總是細心、耐心、不厭其煩的給予我們在觀念、內文的修正、問題的解答，並於專題撰寫期間不僅在繁忙的工作中撥空悉心教導、殷切指正。更感謝口試委員褚曾文老師、劉士豪老師、鄧秀玉老師、金尚浩老師對專題內容的殷切指正，此外，也謝謝組員林芷妤同學、王思舒同學、賴庭均同學、黃芮榆同學在製作專題的過程中互相扶持、相互成長。自己從一開始對專題研究的懵懂無知到現在的完成，真的是受益良多，在此向老師們致上誠摯的謝意。

林芷妤、王思舒、賴庭均、黃芮榆謹誌於

修平科技大學觀光與遊憩管理系

中華民國 105 年 5 月

摘要

台中市秋紅谷是政府於 2012 新成立的一個生態公園，位於台中市西屯區河南路三段，秋紅谷廣場於 2010 年動土，2012 年完工，兼具生態、景觀、滯洪、排水與調節空氣品質等功能，為了讓台中市民生活更感到輕鬆，秋紅谷廣場還種植了許多綠色植物、興建棧道、景觀台、木棧廣場等等，讓民眾在閒暇之餘，可以來這裡散步，享受愜意的都市悠閒生活。本專題所欲探討的便是有關台中秋紅谷的推拉力研究，藉此了解遊客對園區的休閒滿意度及重遊之意願。

這個研究是了解遊客的休閒滿意度和重遊意願的動機。我們回顧了有關推拉理論文獻進行了研究假說，並用於推斷的假設。我們使用問卷調查法收集研究數據。並用於假設檢驗的回歸分析。推力動機會正向影響休閒滿意度;而休閒滿意度會正向影響重遊意願。根據這一發現，我們提供的相關建議給管理單位。

關鍵詞：推力、拉力、休閒滿意度、重遊意願。

英文摘要

Maple Garden, locates in Sec. 3, Henan Rd., Situn Dist., is an ecological park which was built by Taichung City Government in 2012. It took them two years to construct the plaza. There are a lot of utilities in this park, such as ecology, landscape, flood detention, drainage and regulate the air quality. Additionally, the government also planted thousands of green plants, path and scenic overlook to make its citizens have more leisure in their life. Also, People can take a walk around here and enjoy their free time in such a busy city. This subject is to understand the motivation of tourists for the satisfaction and revisiting. The literatures about Push and Pull theory were reviewed and used for deducing hypotheses. Questionnaire survey is employed for data collection. Regression analysis was used for hypotheses test. Push motivation is positive related to leisure satisfaction; leisure satisfaction is positive related to revisit intention. According to the finding, author provides the suggestion to management unit.

Key words: push, pull, leisure satisfaction, satisfaction, revisit intention.

目錄

誌謝.....	1
摘要.....	2
英文摘要.....	3
目錄.....	4
表目錄.....	5
圖目錄.....	6
第一章緒論.....	7
1.1 研究背景與動機.....	7
1.2 研究目的.....	9
1.3 研究問題.....	10
1.4 研究流程.....	11
第二章文獻回顧.....	12
2.1 旅遊動機.....	12
2.2 推拉力理論.....	12
2.3 休閒滿意度.....	13
2.4 重遊意願之定義.....	15
第三章研究方法.....	16
3.2 操作性定義.....	17
3.3 研究假說.....	17
3.4 問卷量表.....	19
3.5 資料分析方法.....	21
第四章實證結果.....	22
4.1 樣本結構分析.....	22
4.2 量表題項敘述統計.....	23
第五章結論與建議.....	26
5.1 研究結論.....	26
5.2 研究建議.....	27
參考文獻.....	28
附錄一秋紅谷研究問卷.....	30

表目錄

表 2-1 推拉力理論之量表.....	13
表 2-2 休閒滿意度之定義.....	14
表 2-3 重遊意願之定義.....	15
表 3-1 推拉力理論之量表.....	19
表 3-2 休閒滿意度量表.....	20
表 3-3 重遊意願量表.....	20
表 3-4 人口統計變項.....	21
表 4-1 樣本人口統計變項分布百分比.....	22
表 4-2 各構念題項之平均數、標準差係數.....	23
表 4-3 研究構念之相關係數.....	24
表 4-4 休閒滿意度中介模型之迴歸分析.....	25

圖目錄

圖 1-1 近十年國人國內旅遊總次數變化(單位千人次).....	8
圖 1-2 近十年來台旅客及國人出國人數變化(單位千人次).....	9
圖 1-3 研究流程圖.....	11
圖 3-1 研究架構圖.....	16



第一章緒論

本章旨在說明研究之背景與動機，藉此引導出本研究所欲探討之研究問題，進而針對研究問題設定研究目的，其次則就本研究之論文架構作一敘述，最後則說明研究執行之流程。本章第一節為研究背景與動機；第二節為研究目的；第三節為研究問題；第四節為研究流程。

1.1 研究背景與動機

近年來，由於國民所得高、消費結構改變，人類對於休閒旅遊需求日益增加，觀光旅遊活動成為全國趨勢，相同的，在台灣，也隨著國人國民所得及生活水平的提高與近年政府積極推行休閒旅遊產業，使得觀光休閒產業蓬勃發展。台灣自 2000 年實施周休二日以來，工作時間大幅縮短，為社會大眾帶來更多自由的時間，再加上社會價值觀及生活型態的轉變，在物質生活獲得滿足的同時民眾對於休閒的要求也不斷提高，對休閒的安排日趨重視，藉此以滿足精神和心理更高層次的生活水準，此外，政府極力推行國人利用週休進行國內旅遊，且交通便捷性及大眾傳播媒體推廣介紹，使得休閒遊憩已成為現代人們生活中不可或缺的部分。根據交通部觀光局(2014)對國人國內旅遊總旅次變化顯示近十年國民旅遊人數已從 9 千萬攀升至 1.5 億人次，由此統據數據可知，國人旅遊意願明顯提高，至於什麼原因以至於人數提升，我們就推拉動機來做探討。

美國學者丹恩(G. Dann)在 1977 年提出混亂(anomie)及自我提升(ego-enhancement)這兩種動機是導致人們想去旅遊的回答，混亂是指希望透過旅遊讓自己從瑣碎混亂的狀態中脫離出來；而自我提升則是指希望藉由旅遊增加提升自己的需求，顯示出不同的地位身分。並且他也在旅遊研究中將動機概念分為兩種力量推力(push)和拉力(pull)；推力因素(push)是社會心理的動機激發人們去旅行，例如好奇、聲望、消遣、逃避日常工作、自我探索等。而拉力因素(pull)為吸引人們前往某一特定目的地之吸引力，如海灘、陽光、白雪、高山等，與旅客的知覺與期望。因此推力動機通常是來自於內在的驅使力量，而拉力動機則是來自外在或是與目的地選擇、目的地特質、吸引力、屬性有所關聯的；Cha, McCleary and Uysal (1995)則指出推力動機與遊客的慾望有關，拉力動機則與目的地屬性有關。

此外推拉力動機因素是兩個有相互關係(reciprocal relation-ship)的獨立變數(Uysal and Jurowski 1994;Kim et al.,2003)，即拉力動機因素較能吸引且滿

足，因為某一推力動機因素而產生旅遊行為的遊客。瞭解推力拉力動機因素的相互關係不但可以滿足遊客需求，仍可以協助旅遊目的地供給者提供最佳的觀光產品組合(tourism product bundles)、計畫進行產品宣傳及市場區隔策略等(Oh,Uysaland Weaver,1995)。

近年來我國大力推動觀光客倍增計畫(觀光局，2008)，各地不斷以觀光為主力，號招吸引遊客光臨。近十年國人國內旅遊總次數變化如圖 1-1 所示。中部地區甚多觀光旅遊景點中，以秋紅谷景觀生態公園為主要帶動地方觀光成長的旅遊勝地之一(劉士豪，2016)，同時也是觀光客倍增計畫的主角之一，區內兼具綠色生態水池、景觀、排水與調節空氣品質功能，並在景觀公園的湖面四周栽植兩百九十棵喬木及一萬六千平方米灌木，故此，此景觀廣為人知。

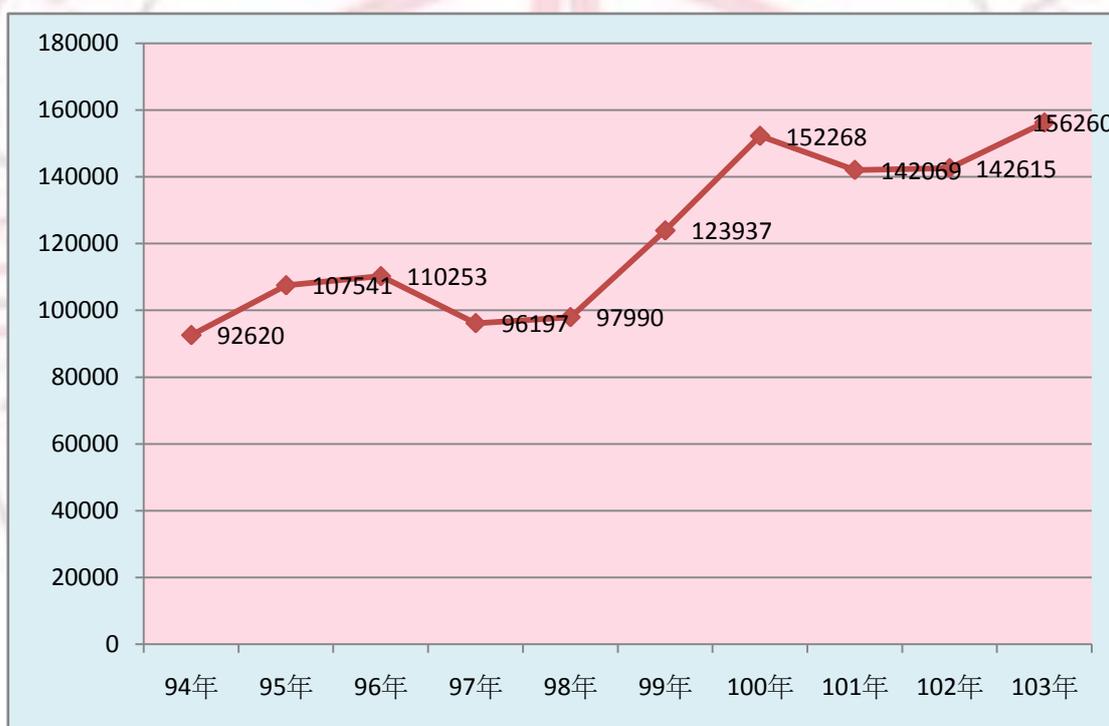


圖1-1近十年國人國內旅遊總次數變化(單位千人次)

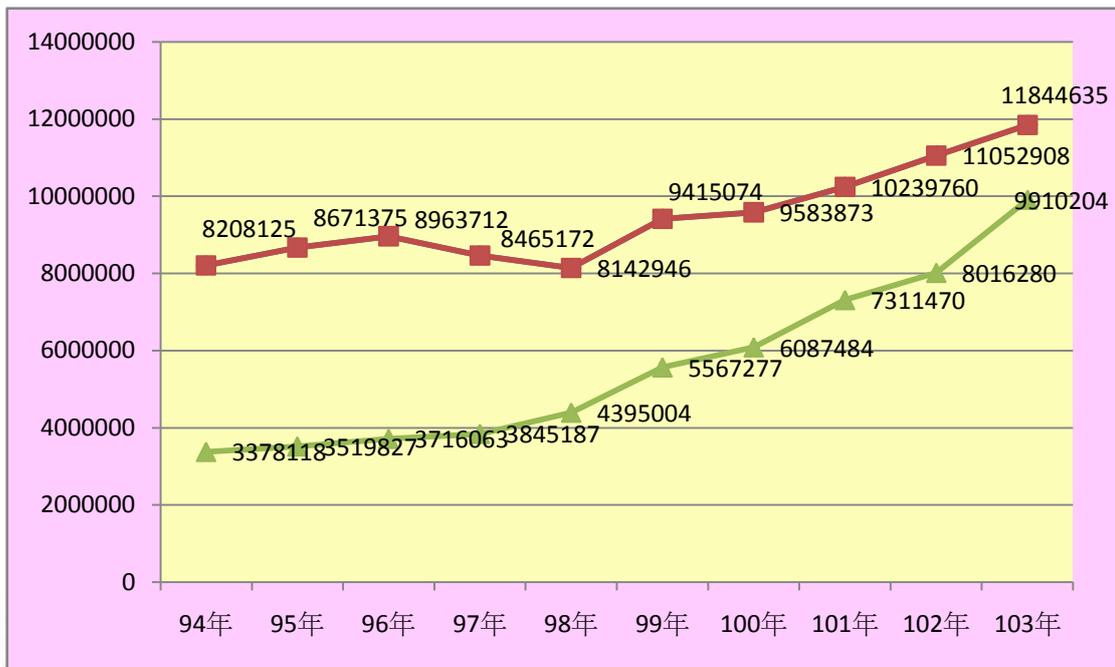


圖1-2近十年來台旅客及國人出國人數變化(單位千人次)

1.2 研究目的

本研究欲探討推拉力動機對遊客休閒滿意度與重遊意願之探討並以秋紅谷為例，遊客造訪的旅遊地點會受到決定因素所影響，這概念也道出目的地的選擇與內部(如旅客的旅遊動機與背景)和外部(如旅遊景點的特性)的因素有關。而「休閒滿意度」是遊客對休閒經驗及情境感到滿意或滿足的程度。「重遊意願」是遊客因產生滿意的旅遊經驗，而願意再次參訪相同的目的地，且願意將該目的地推薦給朋友，形成口碑建議或忠誠度。

根據美國學者丹恩(G. Dann)內在推力動機因素會促使人們去旅行，與外在目的地有關的拉力動機因素則會吸引人們選擇特定的目的地(Dann,1981)，且推力動機因素決策制定的影響通常在拉力動機因素之前(Goossens,2000;Klenosky,2002;Crompton,1979;Kim et al.,2003)。「休閒」一詞其英文「leisure」主要來自拉丁文中的「licere」，其意義為「從工作處獲得自由」，即從日常例行性事務中暫時脫離，使身體與精神兩方面有完全的休息、恢復和重整(林新龍，2000)。休閒活動的種類很多，一般來，可分下列幾類:旅遊類(如旅行、露營)、體型類(游泳、騎馬)、收藏類(收集郵票、卡片)、思考類(圍棋、拼圖)、創作類(繪畫、書法)、社會服務類(參加社團、育幼院)、栽培飼養

類(種花、飼養寵物)、娛樂類(看電影、舞台劇)。故本研究在探討推拉力動機對遊客休閒滿意度與重遊意願之影響，休閒滿意來自個體經由參與休閒活動所獲得正面而良好感受，其表現個體對本身目前休閒經驗及需求所感受之滿意程度(Beard & Ragheb, 1980)。對於休閒滿意認為(Lee, Shafer and Kang, 2005)是個人對一般之休閒經驗與從事休閒情形滿意或喜愛的程度，是個人形成休閒經驗產生的一種作用，會受到個人主觀因素或衡量標準影響。(李志恭, 2011)在其研究中提出對於休閒滿意度定義是，休閒滿意包含了心理(獲得成就感，展現個性，表達自我)、教育(學習新事物，拓展生活經驗)、社會(互動、溝通，取得社會尊重與他人的尊敬)、放鬆(休息、放鬆並紓解壓力)、生理(維持健康，保持良好體態)、美感(審美觀)等六個層面之知覺體驗。

根據上述研究背景與動機和研究目的，本研究欲探討推拉力動機與遊客休閒滿意度與重遊意願之關係以秋紅谷為例，而本研究所引伸出研究目的如下：

1. 拉力動機是否會影響重遊意願。
2. 推力動機是否會影響重遊意願。
3. 拉力動機是否會影響休閒滿意度。
4. 推力動機是否會影響休閒滿意度。
5. 休閒滿意度是否會影響重遊意願。

1.3 研究問題

根據上述研究目的，本研究欲探討的研究問題如下：

1. 拉力動機是否會影響重遊意願?
2. 推力動機是否會影響重遊意願?
3. 拉力動機是否會影響休閒滿意度?
4. 推力動機是否會影響休閒滿意度?
5. 休閒滿意度是否會影響重遊意願?

1.4研究流程

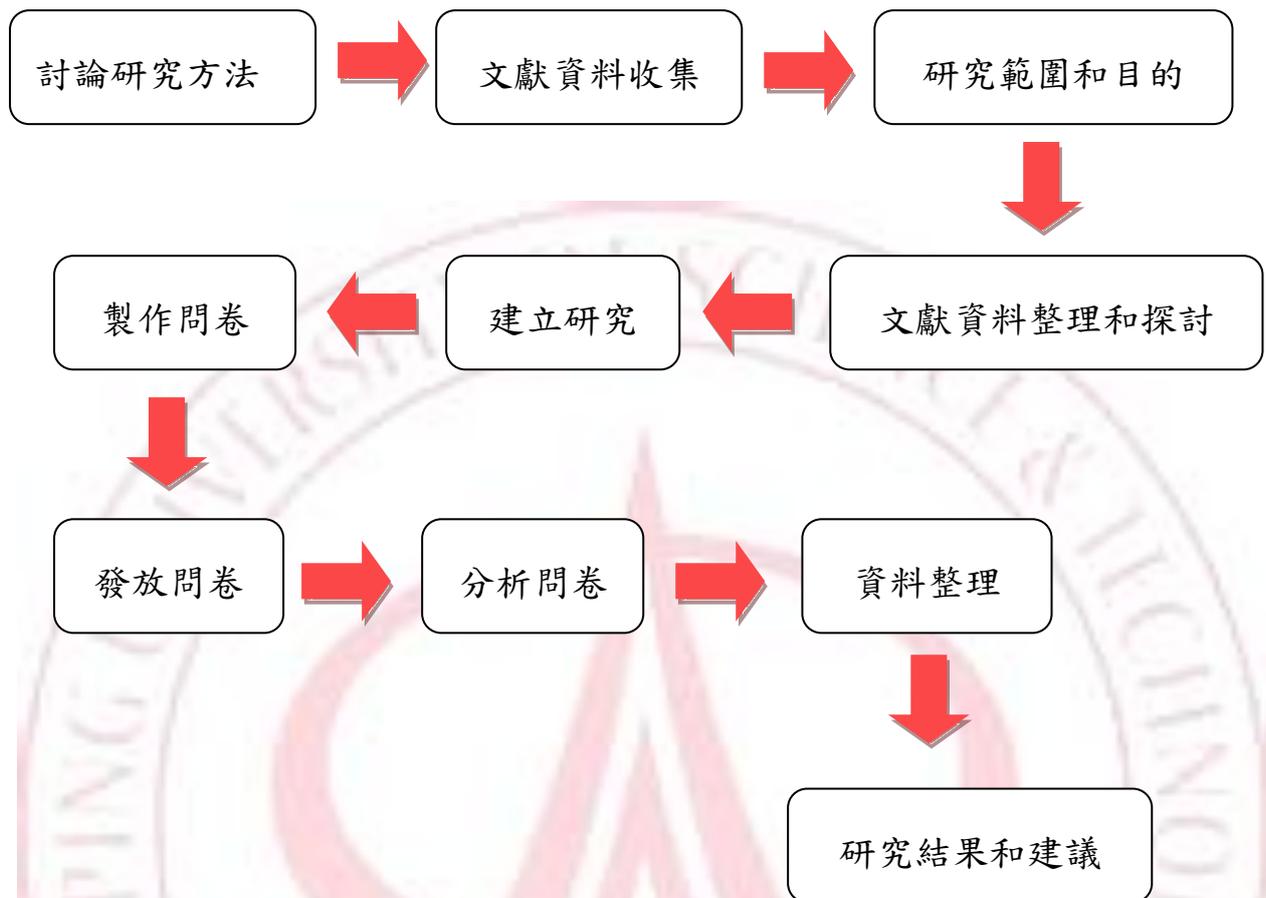


圖1-3研究流程圖

第二章文獻回顧

本章文獻探討共分為四節，第一節為旅遊動機，第二節為推拉力理論，第三節為休閒滿意度，第四節為重遊意願之相關研究，分述如下：

2.1 旅遊動機

Kotler and Armstrong(1999)指出動機是誘發消費者產生行為的原動力。而旅遊動機是一種驅力，驅使遊客產生滿足內心與心理的不同需求，是遊客從事旅遊活動的真正原因(Iso-Ahola&Allen,1982)。而在旅遊體驗中，旅遊動機亦被認為是支配旅遊行為的最根本驅力(Iso-Ahola&Allen,1982)。且觀光客的旅遊動機的產生是從需求到行動，至接下來一連串的遊憩體驗，則會因個人特性、體驗、對遊憩體驗的不同期望，從而引發產生遊客不同的遊憩行為，旅遊動機驅使遊客為了逃避平常所居住之生活環境，引發從事不同的遊憩活動與行為，從而滿足個體本身內心、社會和心理的不同需求。根據 Ross and Iso-Ahola(1991)指出要了解遊客的旅遊行為，最重要的因素是要了解遊客的旅遊動機，從遊客的旅遊動機即可得之遊客選擇此地做為旅遊目的的因素。Crompton and Mckay(1997)指出觀光旅遊文獻中提及歡樂的旅程很少是單一動機的結果，觀光客的旅遊動機可能是多重動機，因此多面向的動機較符合實際現象。

2.2 推拉力理論

推力拉力動機理論(push-pull motivational framework)是檢測遊客造訪行為的一種簡單有用的方法(Dann,1977;Kim, Lee, and Klenosky,2003;Klenosky,2002)。遊客在旅遊決策形成前會受到兩個觀點影響，一是推力動機，二是拉力動機。推力拉力動機因素是一體兩面的，它們與兩個不同的決策制定有關，即「是否要旅行?」、「去哪裡旅行?」，內在的推力動機因素會促使人們去旅行，與外在目的地有關的拉力動機因素則會吸引人們選擇特定的目的地(Dann,1981)，且推力動機因素對旅遊決策制定的影響通常在拉力動機因素之前(Goossens,2000;Klenosky,2002;Crompton,1979;Kim et al.,2003)。推力拉力旅遊動機理論再被延伸與運用，分為心理與文化兩類(Crompton,1979)。被歸類為推力(心理)動機的部份包括從逃離平時生活環境(escape)、放鬆身心(rest and

relaxation)、提高聲望名氣(prestige)、追求健康(health and fitness)、強化與家人或親族關係(family togetherness)、增加社交機會(social interaction)以及自我探索和評價(self-discover)。拉力(文化)動機的部份則有新奇的事物(如好奇心、冒險心)以及目的地的教育價值觀。此外動機也會影響旅客旅遊目的地的選擇的概念(Crompton,1979)。研究回顧過往文獻發現動機不會是單獨存在的，主要可從內在動機與外在誘因進行探討，而此理論除了討論遊客內在動機，也同時包含外在誘因。

表 2-1 推拉力理論之量表

學者(年代)	定義
Crompton(1979)	推力因素為遊客最初的覺醒、激勵，而拉力因素則為遊客對特定目的地直接有關的潛力，包括：目的地本身的特性、吸引力或屬性，如：陽光、海岸、運動設施及廉價航空費率等。
Dann(1977)	指出拉力因素係在遊程(目的地)決定後有關何時出發、看什麼、做什麼，而推力因素則為是否出發。
Baloglu and Shoemaker(2001)	假期整體成本、風景與景點、實體活動的設施、氣候。
Kim, Lee and Klenosky(2003)	重要遊客資源、設施的資訊與方便性、可及性與交通運輸等 3 個拉力因素。

綜合上述本研究所為之推力動機是指個人內部或情感相關的因素；拉力動機是指傾向於外部、情境或認知層面的因素。

2.3 休閒滿意度

滿意度可分為四個向度：經營設施之滿意度、活動參與過程之滿意度、對其他遊客行為之滿意度、自然體驗之滿意度(楊文燦、鄭綺昱，1995)，而休閒滿意程度的探討，是為了更有效的探討人們處在休閒情境中所體驗到的休閒品質及內涵(吳衍潔，2002)。「滿意度」是研究者用來衡量人們對產品、工作、生活品質或各項服務品質看法的工具，也是相當有用的行為指標。所以這種消費經驗也就是顧客在使用產品或服務後所產生的評價，而這種感覺並非單一因素或特質所能決定，而是整體性、全面性的(羅應嘉，

2010)Beard&Ragheb(1980)定義休閒滿意是個體知覺目前的休閒經驗及情境感到滿意或滿足的程度，這種正向的滿足感來自個體自身所查覺到的，或未察覺到的需求滿足。而根據吳明蒼、柳立偉、林青輝(2005)提及休閒滿意是個人從事休閒行為所產生的重要心理結果，個人經由從事休閒活動，針對其所獲得的或所期待的結果進行比較，個人所獲得與其所期待之及結果差距越小，則休閒滿意程度越高。Lee、Shafer and Kang(2005)對於休閒滿意度認為是個人對一般之休閒經驗與從事休閒情形滿意或喜愛的程度，是個人形成休閒經驗產生的一種作用，會受到個人主觀因素或衡量標準影響。個人經由從事休閒活動來滿足其需求，感受實際獲得與內心期待之滿足，進而形成休閒滿意度。由以上觀點論述，滿意度高可代表顧客對於旅遊產品或服務結果觀感是好的、正面的，反之，滿意度低則表示對於服務過程或產品較不滿意。而調查顧客滿意度的高低可做為研究者的參考指標。整理如表 2-1 所示

表 2-2 休閒滿意度之定義

學者(年代)	定義
Kraus(1971)	自我實現、社區更新及重建、維持個人健康促進個人參與及投入。
Argyle & Lu	個人在其自由時間內，選擇從事任何形式的活動，不為了報酬，僅為了獲得愉悅感、有意義、有價值。
Beard and Ragheb (1980)	指「個體從事休閒活動所獲得的正向感受，是一種個人於休閒經驗及情境中所感受到的滿意、滿足的程度。
Beard and Ragheb (1980)	提出休閒滿意的六個層面：心理層面、教育層面、社會層面放鬆層面、生理層面、美感層面。

綜合上述本研究所為休閒滿意度之定義為：個體於休閒活動中所獲得的滿足、滿意的正向感受，可分為心理、教育、社會、放鬆、生理及美感六個層面，滿意感受則受到休閒參與者個人動機需求、情感、認知及人格特質等因素影響。

2.4 重遊意願之定義

Parasuramen, ZeithmalandBerry (1985)將重遊意願定義為除了本身願意再次消費遊玩外，包括願意向他人推薦並給予正面口碑的行為。指遊客因產生滿意的旅遊經驗，而願意再次參訪相同的目的地，且願意將該目的地推薦給朋友，形成口碑建議或忠誠度。

表 2-3 重遊意願之定義

學者(年代)	定義
Ajzen and Fishbein(1980)	為人們對某行為化為實際行動，泛指遊客願意再次到某一目的地或是國家內之其他景點旅遊。
Fishbein and Ajzen(1975)	個人在主觀判斷下，知道自身從事某特定行為的機率，也就是願意表現何種行為的意願及再次做某種行為的可能性。
Kozak (2001)	指遊客願意再次旅遊某一個目的地或同一國家內之其他景點。
謝金燕(2003)	當遊客選擇到遊憩區遊玩時，遊憩區所提供的遊憩機會、環境設施、活動與服務的評價符合遊客的要求，可能讓遊客產生再訪的意願。
林政荻(2004)	指遊客獲得旅遊滿意，會產生重遊意願及行為，遊憩區會透過遊客推薦及口碑宣傳而獲得遊客的青睞。
彭心妮(2009)	遊客願意再次到訪某一目的地或某一景點，且願意將此地推薦給朋友的意願。
劉永倫、施昱伶(2009)	遊客對遊憩活動參與感到滿意，而願意再度參與該項遊憩活動。

第三章研究方法

本研究探討秋紅谷生態公園造訪遊客為研究對象，探討推拉力與休閒滿意度及重遊意願之關係。本章第一節為研究架構；第二節為操作性定義；第三節為研究假說；第四節為問卷量表；第五節為資料分析方法；第六章為敘述統計。

3.1 研究架構

本研究依前述及相關文獻整理，探討推拉力與休閒滿意度及重遊意願之關係，以秋紅谷生態公園造訪遊客為自變項。研究架構如圖 3-1 所示：

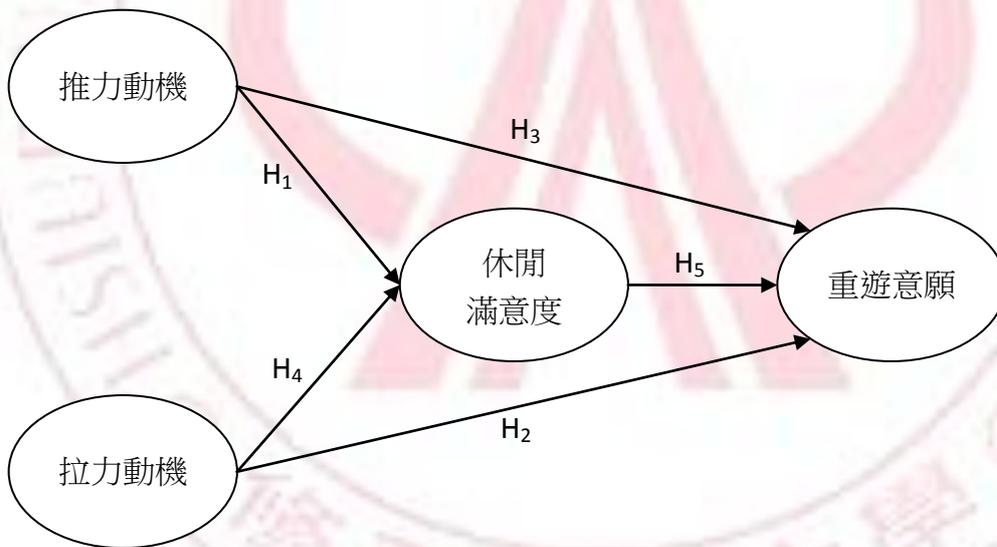


圖3-1研究架構圖

3.2 操作性定義

本研究根據文獻回顧並配合量表問卷之測量概念內容，整理出各研究變數之操作性定義。分述如下：

3.2.1 推拉力動機

一、推力動機

推力動機是指社會心理的動機激發人們去旅行，例如自然生態、新奇體驗、環境知名度高、景觀多元、自我探索等。

二、拉力動機

拉力動機是指吸引人們前往某一特定目的地之吸引力，例如交通便利、地方建設、地理設施良好、人為公共設施等。

3.2.2 休閒滿意度

個人參與休閒活動時所得到的正面評價或滿足感，及個人參與休閒活動時所感受到愉悅或滿意的程度即為休閒滿意度。

3.2.3 重遊意願

重遊意願行為是指遊客願意再次旅遊某一個目的地或同一國家內之其他景點。

3.3 研究假說

根據第二章有關推拉力理論、休閒滿意度、重遊意願等相關文獻之歸納，並依理論邏輯進行假說推演，釐清上述研究構念間之關係並引導出本研究之研究假說。

3.3.1 推力動機與休閒滿意度之關係

- (一)、造訪秋紅谷可以放鬆心靈，可以使休閒滿意度提高。
- (二)、造訪秋紅谷可以騎i-bike促進身心健康，可以使休閒滿意度提高。
- (三)、造訪秋紅谷可以逃避壓力，可以使休閒滿意度提高。

綜合上述，提出以下假說

H1: 推力動機對休閒滿意度具有正向影響。

3.3.2 拉力動機與重遊意願之關係

- (一)、秋紅谷有街頭藝人的表演，可以使重遊意願提高。
- (二)、秋紅谷的自然生態很棒，可以使重遊意願提高。
- (三)、秋紅谷的景觀優美，可以使重遊意願提高。

綜合上述，提出以下假說

H2: 拉力動機對重遊意願具有正向影響。

3.3.3 推力動機與重遊意願之關係

- (一)、造訪秋紅谷可以使身心愉悅，再次造訪秋紅谷。
- (二)、造訪秋紅谷可以放鬆心理，再次造訪秋紅谷。
- (三)、造訪秋紅谷可以逃避生活壓力，再次造訪秋紅谷。

綜合上述，提出以下假說

H3: 推力動機對重遊意願具有正向影響。

3.3.4 拉力動機與休閒滿意度之關係

- (一)、秋紅谷有景觀餐廳，可以使休閒滿意度提高。
- (二)、秋紅谷周遭交通便利，可以使休閒滿意度提高。
- (三)、秋紅谷周遭生活機能便利，可以使休閒滿意度提高。

綜合上述，提出以下假說

H4: 拉力動機對休閒滿意度具有正向影響。

3.3.5 休閒滿意度與重遊意願之關係

- (一)、休閒滿意度提高，對秋紅谷重遊意願也會提高。

根據上述，提出以下假說

H5: 休閒滿意度對重遊意願具有正向影響。

3.3.6 休閒滿意度扮演中介變數角色之關係(推力)

- (一)、造訪秋紅谷可以放鬆身心，而使休閒滿意度提高，造成重遊意願也相對提高，故休閒滿意度扮演中介變數角色。

根據上述，提出以下假說

H6:休閒滿意度在推力動機與重遊意願間扮演中介變數之角色。

3.3.7 休閒滿意度扮演中介變數角色之關係(拉力)

(一)、秋紅谷有特殊的自然生態景觀，而使休閒滿意度提高，造成重遊意願也相對提高，故休閒滿意度扮演中介變數角色。

根據上述，提出以下假說

H7:休閒滿意度在拉力動機與重遊意願間扮演中介變數之角色。

3.4 問卷量表

本研究透過回顧國內外相關文獻，定義本研究之各研究構念之操作性定義，並發展出適合之的衡量工具。本研究之問卷旨在測量遊客所知覺到的推力拉力動機、休閒滿意度、重遊意願。上述各量表問項尺度均為Likert五點量表，由(1)「非常不同意」到(5)「非常同意」。

3.4.1 推拉力理論量表

表 3-1 推拉力理論之量表

問項	引用文獻
推力動機	
1.我想要去遊覽我以前沒有去過的地方。	
2.我想要遠離家庭的瑣事。	
3.我想要和我的旅遊夥伴享受愉快的時光。	
4.我希望能於旅遊的景點追尋自我。	
5.我想要欣賞一些自然資源。	
6.我想要探索一些文化資源。	
7.我希望能放鬆身心讓身體休息。	
拉力動機	
1.該觀光地點的交通便利。	
2.該觀光地區具有特殊的美景。	
3.該觀光地點的治安狀況良好。	
4.該觀光地點具有戶外活動。	

Mohammad
et al.(2010)
洪梓晏(2012)

3.4.2 休閒滿意度量表

表 3-2 休閒滿意度量表

問項	引用文獻
1.我為了逃避日常生活的擁擠吵雜而從事休閒活動。	Beard and Ragheb(1983)) 謝智謀(1998) 吳衍潔(2002) 李枝樺(2004)
2.我為了讓身體獲得舒緩而從事休閒活動。	
3.我為了排除時間的壓迫感而從事休閒活動。	
4 我為了保持身體健康而從事休閒活動。	
5 我為了滿足我的好奇心而從事休閒活動。	
6 我為了舒解壓力和緊張而從事休閒活動。	
7.從事休閒活動後讓我有信心。	
8.從事休閒活動後讓我對周遭事物更佳了解。	
9.在從事休閒活動後，我從事了更多新的事物。	
10.在從事休閒活動時，他人對我的態度是友善的。	
11.從事休閒活動是一件有趣的事。	
12.在從事休閒活動後，我與他人有更多的互動。	
13.在從事休閒活動後，我與他人建立更親密的關係。	

3.4.3 重遊意願量表

表 3-3 重遊意願量表

問項	引用文獻
1.會推薦給其他親人或朋友來此地旅遊。	盧筱筠(2007) 張孝銘(2008)
2.將來還會選擇此地做為旅遊景點。	
3.下次來台中旅遊時會優先選擇來此觀光地點。	
4.遇見需改善之處，我會很樂意向相關旅遊主管單位人員建議。	

3.4.4 人口統計變項

本研究將針對性別、婚姻、年齡、教育程度、職業等人口統計特徵進行調查，以了解研究對象之背景分布情況，如表3-4所示。

表 3-4 人口統計變項

-
1. 性別：女 男
 2. 婚姻：已婚 未婚 其他
 3. 年齡：30歲(含以下) 31~40歲 41~50歲 51歲以上
 4. 教育程度：高中職(或以下) 大學(含專科) 研究所(或以上)
 5. 職業：學生 上班族 其他
 6. 此次同行遊覽秋紅谷人數：_____人
 7. 您平均每次至秋紅谷休閒時間，大約_____小時
 8. 請問您到秋紅谷旅遊造訪次數：一次 二次~五次 五次以上
-

3.5 資料分析方法

下面就本研究所運用之各種統計分析方法進行概述。主要包括有敘述性統計分析、信度。

壹、敘述統計

本研究以平均數、標準差和百分比等統計量來呈現回收之有效樣本資料分布情況，並描述樣本所具有的特性。

貳、相關分析

以Pearson相關係數進行兩變數相關性的評估，若相關係數小於0.4表示有低度相關；大於0.4，小於0.7表中度相關；大於0.7為高度相關。

參、Cronbach's α

本研究以Cronbach's α 評估內部一致性。當Cronbach's α 大於0.7表示各量表據內部一致性。

肆、迴歸分析

本研究以迴歸分析進行假說檢定，迴歸係數之t值大於1.96時，表示自變數對應變數有顯著的影響。若迴歸係數大於0，表示自變數對應變數有正向影響，若迴歸係數小於0，表示自變數對應變數有負向影響。

第四章實證結果

本研究透過問卷調查法，針對研究對象發出243份問卷，回收200份問卷；剔除漏填或填答不實之無效問卷43份，獲得有效問卷200份。有效樣本回收率為82.30%。本研究將以回收之有效問卷進行資料分析並驗證本研究所提出之研究假說。本章首先就回收樣本之人口統計特徵以百分比分析進行說明。其次則就各構念題項之平均數、標準差係數進行估計。再者則進行信度與效度分析。最後以迴歸分析進行假說檢定。

4.1 樣本結構分析

表 4-1 樣本人口統計變項分布百分比

變項	類別	次數	百分比
性別	男性	89	44.5%
	女性	111	55.5%
	總和	200	100%
婚姻	未婚	151	75.5%
	已婚	49	24.5%
	總和	200	100%
年齡	30歲(含以下)	144	72.0%
	31~40歲	36	18.0%
	40~50歲	11	5.5%
	50歲以上	9	4.5%
	總和	200	100%
教育程度	高中職(或以下)	51	25.5%
	大學(含專科)	143	71.5%
	研究所(或以上)	6	3%
	總和	200	100%
職業	學生	116	58.0%
	上班族	73	36.5%
	其他	11	5.5%
	總和	200	100%

依樣本人口統計變項分布百分比如表4-所示，性別調查比率以女性佔大多數(55.5%)。婚姻調查比率以未婚佔大多數(75.5%)。年齡調查比率以30歲(含以下)佔大多數(72.0%)；其次為31~40歲(18.0%)；最低為50歲以上(4.5%)。教育程度調查比率以大學(含專科)佔大多數(71.5%)；高中職(或以下)為其次(25.5%)；

研究所(或以上)為最低(3%)。職業調查比率，以學生佔大多數(58.0%)；其次為上班族(36.5%)；最低為其他(11%)。

4.2 量表題項敘述統計

接著就各研究構念之測量量表題項進行敘述統計分析，主要就測量各量表題項之平均數、標準差進行估計。其分析結果如表4-2所示。

表 4-2 各構念題項之平均數、標準差係數

構念	題項	平均數	標準差
拉力動機	1.秋紅谷能能提供市民有更多休閒活動場所。	4.260	0.636
	2.秋紅谷在繁華都市具有特色。	4.160	0.719
	3.秋紅谷提供遊客的便利性(例如：I-Bike、公車)。	4.300	0.723
	4.秋紅谷周遭景觀優美、視野佳。	4.235	0.665
	5.秋紅谷交通方便容易到達。	4.275	0.722
	6.秋紅谷路標指引很清楚。	4.080	0.759
	7.秋紅谷具有知名度且有良好的評價和口碑。	4.080	0.683
	8.秋紅谷夠大且寬敞。	3.840	1.015
	9.秋紅谷有安全的管制和設施。	3.725	0.856
推力動機	1.秋紅谷能有效促進身心健康。	4.240	0.689
	2.我想要和我的旅遊夥伴享受在秋紅谷愉快的時光。	4.195	0.728
	3.我想要欣賞一些街頭藝人表演。	3.995	0.818
	4.我希望能能在秋紅谷放鬆身心。	4.415	0.652
	5.秋紅谷具有特殊的美景。	4.040	0.742
	6.秋紅谷的治安狀況良好。	3.760	0.797
休閒滿意度	1.為了逃避日常生活的壓力而來秋紅谷從事休閒活動。	4.005	0.767
	2.為了滿足我的好奇心而選擇秋紅谷從事休閒活動。	4.005	0.773
	3.造訪秋紅谷後讓我對周遭事物更佳了解。	3.935	0.821
	4.造訪秋紅谷後，我與他人建立更親密的關係。	3.940	0.781
	5.造訪秋紅谷是為了保持身體健康。	3.920	0.915
	6.造訪秋紅谷是一件有趣的事。	3.880	0.787
	7.造訪秋紅谷是為了舒解壓力和緊張。	4.130	0.779
	8.您對秋紅谷之整體自然環境感到滿意。	4.180	0.721
	9.您對於本次來到秋紅谷感到滿意。	4.165	0.728
	10.您對秋紅谷提供設施及整體服務品質感到滿意。	4.010	0.802

構念	題項	平均數	標準差
重遊意願	1.您未來還願意再度造訪秋紅谷。	4.235	0.757
	2.若秋紅谷推出生態導覽活動，會增加您再來的意願。	4.090	0.822
	3.您再度造訪時，會推薦親友或同學一同參加秋紅谷生態旅遊。	4.150	0.781
	4.您下次若要出遊，會優先考慮秋紅谷生態旅遊。	3.970	0.879
	5.遇見需改善之處，我會很樂意向秋紅谷相關旅遊主管單位人員建議。	3.955	0.893

依各構念題項之平均數、標準差係數如表 4-2 所示，在拉力動機方面，以「秋紅谷提供遊客的便利性(例如：I-Bike、公車)。」最高(4.300)；「秋紅谷有安全的管制和設施。」最低(3.725)。在推力動機方面，以「我希望能在秋紅谷放鬆身心。」最高(4.415)；「秋紅谷的治安狀況良好。」最低(3.760)。在休閒滿意度方面，以「您對秋紅谷之整體自然環境感到滿意。」最高(4.180)；「造訪秋紅谷是一件有趣的事。」最低(3.880)。在重遊意願方面，以「您未來還願意再度造訪秋紅谷。」最高(4.235)；「遇見需改善之處，我會很樂意向秋紅谷相關旅遊主管單位人員建議。」最低(3.955)。

各研究構面間的相關係數如表 4-3 所示，其中休閒滿意度與重遊意願間具高度正向關 ($r=0.808$)，而拉力動機與休閒滿意度之相關性最低,兩者具中度正相關($r=0.441$)。

表 4-3 研究構念之相關係數

	Aa	Ab	B	C
Aa	0.818			
Ab	0.679	0.732		
B	0.441	0.611	0.894	
C	0.483	0.611	0.808	0.911
平均數	4.106	4.108	3.974	4.094
標準差	0.486	0.484	0.630	0.628

對角線粗體字數值為 Cronbach's α

表 4-4 休閒滿意度中介模型之迴歸分析

自變數	休閒滿意度		重遊意願	
	未標準化係數	t 值	未標準化係數 b	t 值
常數項	0.832	2.028	0.899	3.615
控制變數				
性別	0.041	0.562	0.899	3.615
婚姻	0.151	1.280	0.067	1.226
年齡	-0.149	-2.046	0.057	0.660
教育程度	-0.101	-1.316	-0.017	-0.315
職業	0.095	1.134	0.014	0.252
同行遊覽秋紅谷人數	0.001	0.113	-0.082	-1.354
平均每次至秋紅谷休閒時間	0.007	0.290	-0.010	-1.105
造訪次數	-0.012	-0.220	0.003	0.170
研究變數				
拉力動機	0.096	0.935	0.181	1.788
推力動機	0.718	7.009*	0.673	6.641*
休閒滿意度			0.809	18.923*
R ²	0.404		0.404	
	0.667		0.694	

如表4-4所示，由分析結果可知，性別、婚姻、年齡、教育程度、職業、同行遊覽秋紅谷人數、平均每次至秋紅谷休閒時間、造訪次數皆沒有顯著的影響力，但是休閒滿意度對於重遊意願有顯著的正向影響($b = 0.809$, $t = 18.923$)。

由分析結果可知，推力動機會顯著影響休閒滿意度與重遊意願，而休閒滿意度又對重遊意願具正向影響，換句話說推力動機可以透過休閒滿意度進而影響旅客的重遊意願。故休閒滿意度在推力動機與重遊意願間扮演中介變數的角色。

第五章結論與建議

本章主要分為結論與建議兩個部分，結論部分在說明第四章實證分析所得之結果，同時與過往研究之結果進行比較討論；建議部分，首先就本研究理論之管理意涵與實務應用進行討論，其次則針對本研究之研究限制進行說明，並且就後續研究方向提供建議。

5.1 研究結論

本節針對資料分析所得之結果進行說明，其次則探討本研究之研究貢獻與發現。

5.1.1 研究結果

根據本研究第四章之分析結果可知，推力動機對於休閒滿意度與重遊意願有高度影響力，意思就是造成休閒滿意度與重遊意願的結果，是人們基於本身所需(如:放鬆身心、心情愉快、逃避壓力)而再次造訪秋紅谷。休閒滿意度對於重遊意願也有高度影響力，意思就是有提供完善的設施與整體提供的服務品質感到滿意，所以才會再度造訪秋紅谷。

以上結論，推力動機對於秋紅谷有明顯的顯著影響力。

5.1.2 研究貢獻與發現

本研究首先將就研究結論在理論上之貢獻進行說明，其次則就研究上之發現進行說明。

一、研究貢獻

根據第四章研究可知主要貢獻有三個方面。第一方面，推力動機對於休閒滿意度有明顯的顯著結果，第二方面推力動機對於重遊意願有正向影響，第三方面休閒滿意度對於重遊意願有正向關係。

二、研究發現

根據第四章問卷統計結果可知性別調查比率以女性佔大多數，婚姻調查比率以未婚佔大多數，年齡調查比率以 30 歲(含以下)佔大多數，教育程度調查比率以大學(含專科)佔大多數，職業調查比率，以學生佔大多數。而從問卷分析結果發現推力動機會顯著影響休閒滿意度與重遊意願，而休閒滿意度又對重遊意願具正向影響，換句話說推力動機可以透過休閒滿意度進而影響旅客的重遊意願。故休閒滿意度在推力動機與重遊意願間扮演中介變數的角色。

5.2 研究建議

從本研究的結果可得知拉力動機較無顯著性，為了改善拉力動機的不足，故可增加：

- 一、增加秋紅谷的生態導覽活動。
 - 二、希望秋紅谷加強夜間巡邏，以避免發生危險。
 - 三、在夜間照明設備方面，不論數量、位置、亮度，針對缺點加以改進。
 - 四、提高旅遊服務中心的曝光，增加其使用效率。能有效利用旅遊服務中心提供遊客相關旅遊資訊，未免浪費其觀光資源。
- 就可增進「拉力動機」進而使遊客再度重遊秋紅谷。

參考文獻

劉士豪(2014)，工作對休閒衝突與工作/休閒生活滿意度之關係-驗證工作壓力之調節性中介模型。

張孝銘(Hsiao-Ming Chang);李豪(Ho Lee) ,(2008)休閒產業管理學刊, 1(2),Journal of Leisure and Recreation Industry Management, 1(2)

吳忠宏Homer C. Wu,黃文雄Wen-Shiung Huang,李介祿Chieh-Lu Li,李雅鳳 Yia-Feng Lee(2007)，旅遊動機、滿意度與忠誠度之模式建構與驗證：以宜蘭賞鯨活動為例。

盧筱筠(2007)，旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究—以瑞士團體套裝旅遊為例。

陳政位(2010)，遊客旅遊動機、休閒體驗、滿意度與重遊意願之研究-以日月潭大陸觀光客為例。

謝其昇、蔡智恆(2011)，遊客對生態旅遊環境態度、旅遊動機、環境行為、遊憩滿意度之研究—以台江國家公園黑面琵鷺保護區為例。

呂金達(2014)，社區居民參與社區活動之休閒動機、休閒參與及休閒滿意度之研究-以高雄市城鄉社區為例。

張惟剴(2014)，高雄餐旅大學學生休閒參與動機、休閒滿意度與幸福感關係之研究。

陳玉菁(2015)，樂齡者休閒活動參與動機、阻礙因素對幸福感之相關研究。

丁冠元(2013)，體驗行銷對旅遊產品購滿意願之研究-探討推力與拉力旅遊動機所扮演之角色。

王薇茹、林芳儀、王正平、賴宏昇(2006)，台北市大學生之休閒參與及幸福感之研究。

王崇旗、王偉琴、謝智謀(2006)，休閒參與、休閒滿意及主觀幸福感之線性結構關係模式建構與驗證。

台中觀光旅遊網

<http://travel.taichung.gov.tw/zh-tw/Attractions/Intro/818/%E7%A7%8B%E7%B4%85%E8%B0%B7%E5%BB%A3%E5%A0%B4>

交通部觀光局(2016)。近十年國人國內旅遊總旅次變化，2016年1月26日，取自交通部觀光局行政資訊系

統:<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>

附錄一秋紅谷研究問卷

親愛的秋紅谷生態公園的遊客您好！

此問卷在於探討秋紅谷生態公園的旅遊動機之推力拉力與滿意度及重遊意願之研究。本問卷採不記名方式，請你放心填答，且所得資料僅為學術之用，絕不對外公開。最後對於您的參與本研究不勝感激。您所提供的意見對於本研究具有關鍵性的影響，懇請您撥冗填答，感謝您！

敬祝平安快樂

修平科技大學觀光遊憩管理系

指導老師：劉士豪老師

學生：賴庭均、黃芮榆、王思舒、林芷好

民國一〇五年五月 日

請您仔細閱讀每一題，依您個人真實感受回答以下各部份的問項，請您於最適當的方格□打勾“✓”。

	非常 同意	同 意	普 通	不 同意	非常 不同意
1. 秋紅谷能能提供市民有更多休閒活動場所。	<input type="checkbox"/>				
2. 秋紅谷在繁華都市具有特色。	<input type="checkbox"/>				
3. 秋紅谷能有效促進身心健康。	<input type="checkbox"/>				
4. 秋紅谷提供遊客的便利性(例如：I-Bike、公車)。	<input type="checkbox"/>				
5. 秋紅谷周遭景觀優美、視野佳。	<input type="checkbox"/>				
6. 秋紅谷交通方便容易到達。	<input type="checkbox"/>				
7. 秋紅谷路標指引很清楚。	<input type="checkbox"/>				
8. 秋紅谷具有知名度且有良好的評價和口碑。	<input type="checkbox"/>				
9. 秋紅谷夠大且寬敞。	<input type="checkbox"/>				
10. 秋紅谷有安全的管制和設施。	<input type="checkbox"/>				
11. 我想要和我的旅遊夥伴享受在秋紅谷愉快的時光。	<input type="checkbox"/>				
12. 我想要欣賞一些街頭藝人表演。	<input type="checkbox"/>				
13. 我希望能能在秋紅谷放鬆身心。	<input type="checkbox"/>				

【請繼續回答下頁問題，謝謝！】

	非常 同意	同 意	普 通	不 同意	非常 不同意
14.秋紅谷具有特殊的美景。	<input type="checkbox"/>				
15.秋紅谷的治安狀況良好。	<input type="checkbox"/>				
16.為了逃避日常生活的壓力而來秋紅谷從事休閒活動。	<input type="checkbox"/>				
17.為了滿足我的好奇心而選擇秋紅谷從事休閒活動。	<input type="checkbox"/>				
18.造訪秋紅谷後讓我對周遭事物更佳了解。	<input type="checkbox"/>				
19.造訪秋紅谷後，我與他人建立更親密的關係。	<input type="checkbox"/>				
20.造訪秋紅谷是為了保持身體健康。	<input type="checkbox"/>				
21.造訪秋紅谷是一件有趣的事。	<input type="checkbox"/>				
22.造訪秋紅谷是為了舒解壓力和緊張。	<input type="checkbox"/>				
23.您對秋紅谷之整體自然環境感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
24.您對於本次來到秋紅谷感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
25.您對秋紅谷提供設施及整體服務品質感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
26.您未來還願意再度造訪秋紅谷。	<input type="checkbox"/>				
27.若秋紅谷推出生態導覽活動，會增加您再來的意願。	<input type="checkbox"/>				
28.您再度造訪時，會推薦親友或同學一同參加秋紅谷生態旅遊。	<input type="checkbox"/>				
29.您下次若要出遊，會優先考慮秋紅谷生態旅遊。	<input type="checkbox"/>				
30.遇見需改善之處，我會很樂意向秋紅谷相關旅遊主管單位人員建議。	<input type="checkbox"/>				

個人基本資料（請勾選適當的)

- 性別：女 男
- 婚姻：已婚未婚
- 年齡：30歲(含以下)31~40歲41~50歲51歲以上
- 教育程度：高中職(或以下)大學(含專科)研究所(或以上)
- 職業：學生上班族 其他_____
- 此次同行遊覽秋紅谷人數：_____人
- 您平均每次至秋紅谷休閒時間，大約_____小時
- 請問您到秋紅谷旅遊造訪次數：一次 二次~五次 五次以上

