

海岸型風景區之旅遊意象對遊客行為意圖之影響—以遊客滿意度為仲介變數

林若慧* 陳澤義* 劉瓊如**

(收件日期：91 年 12 月 12 日；接受日期：92 年 3 月 21 日)

【摘要】本文旨在探討海岸風景區遊客對旅遊目的地之意象與其行為意圖之關係，首先依據文獻建立觀念性架構，再以調查方式訪問 654 名東北角海岸國家風景區遊客，最後則以線性結構方程模型(LISREL model)分析研究變數間之關係與進行假設檢定。本文之目的為驗證並精簡 Bigne 等人(2001)所提之「意象—品質—滿意—行為」間之關係。研究發現：自然景觀意象與社會文化意象均是影響海岸風景區整體旅遊意象的主要因素；本文同時亦測試遊憩滿意度的仲介角色，證實整體意象與遊憩活動意象會經由遊客滿意度之仲介效果，進而間接地影響遊客之行為意圖。最後建議主管單位參酌本研究結論，俾便能擬定有助於目的地行銷之策略。

【關鍵字】旅遊意象、滿意度、行為意圖

智慧藏

* 銘傳大學管理科學研究所

Graduate Institute of Management Science, Ming Chuang University.

** 台灣師範大學地理學研究所

Graduate Institute of Geography, National Taiwan Normal University.