

# 布農族射耳祭旅遊期望、地方依附、重遊意願之關係研究-

## 台東縣海端鄉崁頂部落為例

薛凱峯<sup>1</sup>、陳建融<sup>2</sup>、何承融<sup>2</sup>、涂易宏<sup>2</sup>、邱元昊<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 正修科技大學 助理教授

<sup>2</sup> 正修科技大學

### 摘要

本研究主旨是探討布農族崁頂部落文化活動的旅遊期望、地方依附、重遊意願之相關研究。主要目的是：一、探討參與崁頂部落文化活動的遊客在旅遊期望與地方依附之間的關聯性。二、探討參與的遊客在地方依附和重遊意願之間的相互性。三、探討參與的遊客在旅遊期望與重遊意願之間的關聯性。四、探討崁頂部落文化活動的旅遊期望、地方依附、重遊意願間的關係。五、了解參與崁頂部落文化活動的遊客的基本資料與參與行為偏好。研究工具採問卷調查，將收集的資料，採以描述性統計、平均數差異分析、探索性因素分析與相關分析進行研究。對象是以曾參與崁頂部落文化活動的遊客為主，本研究發放了 320 份問卷，其中有 19 份無法採用，有效問卷 301 份。研究結果發現崁頂部落文化活動的旅遊期望、氣氛感受會影響重遊意願，因此崁頂部落可透過提高旅遊氣氛感受，來提高遊客重遊崁頂部落之意願。

**關鍵詞：**旅遊期望、地方依附、重遊意願



## 壹 緒論

台灣具有多元的人文資源和豐富的自然生態，自然與人文景觀複雜且多變化，具有極為豐富之觀光遊憩資源，而「地方特色」更是遍布於全省各個大小城鎮鄉村之中，成為彌足珍貴之觀光旅遊及遊憩發展的重要主題，且多能在傳統中創造出不同風貌，其中又以民俗節慶活動最具代表性，足以滿足多樣、深度性的旅遊需求。透過觀光局自 90 年 2 月起，以生態旅遊、海灣旅遊、小鎮漫遊及脊梁山脈旅遊的四年旅遊主軸特色，強化體驗經濟時代的作為，導引整體觀光環境。篩選每月各具代表性之十二項大型民俗節慶活動列為宣傳推廣重點，再經過整體行銷包裝、提供迅速又有效的旅遊資訊，提升國人的旅遊意願，也可以與國際觀光宣傳相輔相成。

台東縣海端鄉崁頂部落是布農族生活的一個聚落。海端鄉是台東面積最大的鄉，緊鄰的是台東面積最小的關山鎮，從關山火車站到海端鄉不過咫尺之近，所以來到崁頂部落的交通也極其方便快捷。崁頂部落的觀光結合了自然環境的資源、人文文化的資源、產業特色及服務體系，發現崁頂部落有豐富的文化資源，然而文化觀光的特質就是要具備不同的風俗文化體驗，崁頂部落有便利的交通，還能享受到特有的文化風俗。

在原鄉部落的傳統文化活動，在過去的族人是為了向天神祈求一整年的平安及豐收而舉辦的傳統節慶。經

時代的不斷推進，這些傳統活動祭儀，也因應國內外地方文化觀光的潮流，使得國內的地方節慶活動得以蓬勃發展了起來，以及各地方政府積極地舉辦結合了地方產業與民俗文化的活動，強調復興強化地方的文化，推動當地文化特色。文化觀光強調的觀光產業的型態中包含了地方歷史文化的背景，以區域性、地方的意象為發展特質像是藉著古蹟、傳統部落以及產業建築物的保留，以此可以作為提升觀光附加價值的基礎（全紹愷，2012）。

依據最新縣政統計資訊網，我們知道台東縣約莫有 20.1 萬人，而其中台東縣就有多數居民是原住民，台東原住民的各族每年也都會舉辦祭典儀式，像是排灣族的五年祭、阿美族的豐年祭、魯凱族的小米收穫祭、布農族的射耳祭、卑南族的大獵祭，也透過祭典來吸引遊客觀賞或是透過實際的參與便更能感受到當地傳統的原住民文化特色，各族相處融洽也使今天台東呈現出多元豐富得風貌，也創造出台東特有得兼容並蓄的獨特文化。

台東縣的觀光旅遊也常常會結合原住民文化，原住民的風俗民情以及自然環境是吸引國外觀光客的優勢。然而原住民的產業雖然很有觀光價值，但又要如何做才能滿足遊客的遊憩需求呢？原民的文化具有特色，就算經歷了漢人文化的洗禮，也不失去對自己部落文化的執著，藉由著布農族文化傳統祭典活動傳達的訊息，也讓觀光客對於原民文化的了解及認同。基於研究背景與動機，我們的研



究以曾經去過崁頂部落遊玩的遊客為研究對象，希望可以透過研究結果探究來此地遊玩的遊客是為什麼想來崁頂部落遊玩是甚麼吸引了他們；在遊玩的當中對於服務的品質與體驗又是如何，且是否在這個遊憩的過程中得到滿足且有認同感在這片土地上，進而重遊意願的產生及願意分享此旅遊經驗給別人。在透過發放問卷來做數據資料的分析遊客的基本資訊、旅遊特性、旅遊中的經驗與感受及對於重遊意願的感受。以下為本研究目的：

- 一、探討參與布農族文化活動的遊客之基本背景及旅遊感受。
- 二、探討參與布農族文化活動的遊客在旅遊期望及地方依附之間的關聯性。
- 三、探討參與布農族文化活動的遊客在地方依附及重遊意願之間的關聯性。
- 四、探討參與布農族文化活動的遊客在旅遊期望及重遊意願之間的關聯性。

## 貳 文獻探討及研究變數

### 一、旅遊期望

「旅遊期望」會在主觀上影響著旅遊者的整個旅遊過程，因為它常常是旅遊者本人關注其出遊目標將與實際旅遊體驗之間滿足程度如何，並在此過程中希望相互協調達成一致的願望。其次，由於旅遊期望在形成過程中會受到信息的豐富程度、準確程度以及各種媒介傳播的影響，也就會具備諸如總體上的片面性和模糊性、目標指向上的可轉移或替代性、實現過

程中的可感受和評價性等特點。

人們外出旅遊就是為了滿足某種需求，例如，身體健康、獲得知識、娛樂、得到別人的尊重、交朋友等。假如這個旅遊活動能夠滿足他人的需要，旅遊者就會產生肯定的情緒，如高興、喜歡、快樂、滿意等，或是假如這個旅遊活動沒有滿足到他人的需要，旅遊者就會產生否定、不開心、消極、失望、不滿等。

旅遊期望實現程度評價與重要性旅遊期望在實現的過程中逐步明朗化、具體化、真實化，這個過程的關鍵是看旅遊者的旅遊期望值的實現程度，所以其評價是指旅遊者對其旅遊活動的經歷和體驗所作的評估，即將其旅遊經歷與體驗同其旅遊期望進行比較，以確定其期望值實現的程度，它是旅遊決策的最後一個步驟，即旅遊體驗後的感受（李元墩、張偉雄、黃錦照、憲浩，2008）。圍繞著旅遊決策目標期望值的先驗性、片面性、概括性、模糊性和虛擬性，旅遊者的旅遊期望在達到之前，相對於旅遊實際過程的具體性、真實性和延遲性，兩者之間一般會形成一定的差異性，所以它所具有的激發力量最後究竟怎樣，要看其實現的過程和實際結果。這個過程是可以協調的，旅遊期望的這個實現過程，實際上是在起著一個評價旅遊決策價值的指標作用。一般的說，旅遊者的旅遊實際結果與旅遊期望值比較，旅遊期望的實現情況會對旅遊者在以後作同樣的決定時起到重要的影響作用。不管其實現程度如何，都會作為一種成功的或失敗的體



驗留存在他的記憶中，影響他對旅遊目的地和旅遊企業甚至旅遊從業人員的看法和態度。本研究的旅遊期望所研究的架構及量表是以李飛（2007）在節慶吸引力的架構中所提及到的三個構面，遊客休閒涉入、體驗、依附影響之研究加以統整。我們也採取類似的做法以節慶活動的吸引力、自然環境的吸引力，和人文景觀的吸引力為參考，因為這些是會影響遊客的旅遊期望，再從中在列出旅遊期望相關問項。

## 二、地方依附

Low & Altman (1992) 地方依附也可以稱為「地方依戀」或「場所依戀」，地方依附是個體對某個地方的一種情感的涉入及歸屬是遊客感到自己與該地方的結合程度。發現遊客的涉入程度、使用的頻率、距離及遊客的特性會影響了地方依附的形成。地方依附是指人對某地有深厚的意涵所產生獨特的情感。戴有得、陳冠仰、李素馨（2008）地方依附感必須親自先認識這個環境，體驗到這個環境，在這當中對活動的參與有深入的認知和涉入之後，漸漸地有正面的連結，當對此地認同感持續上升時，並會將自己融入在此地中，並想要與此地維持密親密的歸屬感。Williams & Roggenbuck (1989) 在休閒領域研究當中的地方依附，常被解釋為個人對某個特定的自然環境所感受到的評價和認可程度。地方依附是多元且複雜的表現，融合了人與該地方的多方向，也涉及人們與該區域間的情感、信仰和知識及關於該地方的行為互相

影響之關係 (Chow & Healey, 2008 ; Rollero & Piccoli, 2010)。

Moore & Grafe (1994) 地方依賴反映出參與者對該地方的重要性，指出參與者感到特別地區或相似的地區依賴程度，而地方認同往往需要一段很長的時間發展而成。李英弘、林朝欽 (1997) 會對此地會有自豪感的情感，會有意願持續地方的發展，對該景點會持續有期待感。擁有私人的情感及人際關係後附於了獨特的價值與意義。對此地衍生出認同與歸屬感。Hammit & Backlund & Bixler (2004) 當自身所處的地方有歸屬感後，自身將會藉由低方地方來表現出認同。而地方依附之構面：一是地方認同及地方依賴所形成的地方依附之感受 (Williams & Vaske, 2003)；第二個地方依附概念是參與者與地方有情感的連接，可依強度、特質不一而構成的地方依附分為五個構面 (陳慧蓉, 2006)。本研究的地方依附所研究的架構及量表是以劉宗穎、蘇維衫在運動休閒管理學報 2009 年節慶體驗價值中，找尋到可能影響游客地方依附的可能的問項，也依據 Moore & Graefe (1994) 認為當個體經驗過某特定場所後，如果認定該地方與其他地方相比，具有無可取代和獨特性的，個體與環境的關係會從被動變到主動的去探求環境資源，並會持續且長期的接觸此特殊地方的需求為參考。

## 三、重遊意願

江依芳 (2004) 指出遊客在旅遊中，如果感受到遊憩的設施對環境衝擊較低、遊憩景點吸引力強以及有良好服務態度與景觀，則相對的會提高





滿意度，增加重遊次數或推薦他人前往旅遊的意願。彭心妮（2009）重遊意願是顧客忠誠的表現，當評價越高重遊的意願也就跟越高，成為優先的選擇或推薦給其他人的可能性就越高。遊客對各項資源屬性（設施、經營管理、活動）的滿意度愈高時，其對遊憩的總滿意度則愈高，而總滿意度又會影響遊客的重遊意願，當總滿意度愈低時，其重遊意願也會愈低。徐靜玟、張詠誠、張孝銘（2008）遊客從事不一樣的活動，會有不一樣的感受和體驗，這樣的體驗與感受會影響到重遊的意願，此外遊客參與活動的滿意程度，更是影響到遊客願意再重遊的因素。

在影響重遊意願的因素方面，李銘權（2010）綜合各文獻顯示，影響了重遊意願主要是受到地方的：旅遊地的吸引力、服務品質、旅遊地意象、遊客特性、滿意度之影響。黃淑君、何宗隆（2001）證實了遊客之重遊意願，會受到滿意程度的影響。實際的體驗越高，其重遊意願也越高。呂長賜（2006）證實遊客的重遊意願與旅行動機、行前期望與實際體驗是息息相關的。侯錦雄（1990）而影響重遊的因素有很多種，其因素有：遊憩的次數、時間、家庭、區位關係、花費、人口、社經特性、社會階層等因素。本研究的重遊意願所研究的架構及量表是以全紹愷（2013）重遊意願程度中，找尋到可能影響遊客會再重遊的意願的可能問項，重遊意願是旅客對於旅遊目的地感到滿意驅使行為動作，而在一次遊玩到某一個目的地或是同一個國家的其它景點，並且出現

優先考慮的旅遊可能，以及推薦他人的能性。遊客的重遊意願與行銷學的消費者再購意識極為相似的概念為參考。從中在列出地方依附相關問項。

## 參 研究方法

### 一、研究假設

結合前述的研究背景、動機與國內相關文獻之探討，本研究主要目的在於原住民布農族射耳祭旅遊期望、地方依附、重遊意願之關係研究，因此建立本研究架構，盼能透過問卷調查所蒐集的資料，運用相關分析，驗證這些假說是否成立。研究假說如下：

H1：旅遊期望顯著正向影響地方依附。

H2：地方依附顯著正向影響重遊意願。

H3：旅遊期望顯著正向影響重遊意願。

### 二、發放過程及對象、範圍

本研究問卷調查台東縣海端鄉崁頂部落的旅遊期望、地方依附、重遊意願三個變數的問項，本章節會透過變數探索因素分析，主要使用成分分析法，最大變異法轉軸，特徵值大於1。本次研究透過電腦問卷發放320份問卷，回收301份，問卷回收效率為92%。而本研究的對象是曾經參與過台東崁頂部落文化活動的人為主，研究地點以台東縣海端鄉崁頂部落為研究地點。

### 三、統計方法



分析的工具是 spss22.0 統計套裝軟體，統計方法有：描述性統計、平均

#### 1. 描述性統計

針對問卷資料中的對象，及背景資料中的各變相間特性，進行次數分配、百分比率之統計分析，以便了解背景資料中的分布狀況，對問卷樣本組合特性有更多的了解。

#### 2. 探索性因素分析

探索性因素分析(exploratory factor analysis；EFA)為研究者在進行因素分析前，未對資料的因素結構有任何預期或立場，以統己結構來研判因素結構。

#### 3. 信度分析

信度物要是用來檢測問卷結果的一致性及其可靠性。

#### 4. 相關分析

本研究以皮爾生相關係數(Pearson correlation coefficient)，測量旅遊期望，地方依附、重遊意願兩兩變數的關係。

### 四、效度與信度分析

#### 1. 專家效度

本論文參考以上文獻探討以及國內外文獻與相關問卷，並與指導教授討論後編撰問卷初稿，其中邀請五位正修科大休運系老師評定問卷內容是否適合題項，以及問卷中各構面的分類是否適當後，進行發放再根據填寫問卷者的反應將表達不當的題項進行修改。

#### 2. 信度分析

本次研究各問項之因素負荷量皆在可接受值之中(不適合問項直接刪除)，各構面之 Cronbach's $\alpha$  值也在 0.8~0.95 之間，顯示此問卷之構面配置

數分析、探索性因素分析、信度分析、相關分析及等統計方法，說明如下：適切。

## 肆 結果分析

### 一、描述性統計分析

針對有效問卷，採用敘述統計分析來求各研究的變數之平均值與標準差，藉此了解「旅遊期望」、「地方依附」、「重遊意願」個問項感受的程度。計算其中平均數與其中的標準差，單從構面排序平均數的估計值排序。

1.描述性統計結果。本研究回收 301 份可使用問卷中，遊客男性佔 57.5%，女性 42.5%，性別比例大致相同；年齡部分都落在 21~25 歲佔 79.1，其次為未滿 20 歲佔 13.6%，41 歲以上佔 4.7%，26~30 歲佔 2.0%，31~35 歲佔 7% 表示大部分遊客年齡大多是年輕人；教育程度多為大(專)學佔 78.7%；職業以學生為最多佔 74.8%；個人收入多為 10.001~20.000 元有 39.9%。

#### 2. 旅遊期望敘述性統計分析

分別針對受訪者旅遊的特性，包括受訪者每次前往參與活動的次數、分別到布農族文化部落吸引的次數和那些最多、受訪者喜歡體驗的文化特色、到布農族文化旅遊的程度、以及到台東崁頂部落旅遊作為參考景點等主要 16 項資料進行分析。根據資料顯示以總排序首選是「透過旅遊經驗，遊走紅石林步道享受當地自然景色」。其次「想透過旅遊經驗體驗部落風味餐」，所以對於受訪者旅遊的構面不是以「文化特色」為優先考量，是以自然環境作為受訪者考慮的因素。



表 4-1 旅遊研究-(文化特色)

構面	問項	平均數	標準差	總排序
文 化 特 色	1.想透過旅遊經驗了解布農族的射耳祭嗎?	4.2193	0.76491	7
	2.想透過旅遊經驗了解布農族的八部合音嗎?	4.2126	0.72202	10
	3.想透過旅遊經驗了解布農族的傳統歌謠嗎?	4.1628	0.75061	13
	4.想透過旅遊經驗了解布農族的傳統族服嗎?	4.1528	0.73251	14
	5.想透過旅遊經驗了解布農族的歷史由來嗎?	4.1661	0.74765	12
	6.想透過旅遊經驗了布農族的信仰活動嗎?	4.1229	0.74934	15
	7.想透過旅遊經驗體驗打獵文化嗎?	4.2425	0.72869	6
	8.想透過旅遊經驗體驗布農族的傳統美食嗎?	4.4053	0.65968	3
	9.想透過旅遊經驗購買布農族的特色手工藝品嗎?	4.1163	0.74146	16

表 4-2 旅遊研究-(自然)

構面	問項	平均數	標準差	總排序
自 然	1.想透過旅遊經驗，遊走紅石林步道享受當地自然景色嗎?	4.8290	0.768764	1
	2.想透過旅遊經驗了解當地自產的農物嗎?	4.1927	0.76773	11

表 4-3 旅遊研究-(人文景觀)

構面	問項	平均數	標準差	總排序
人 文 景 觀	1.想透過旅遊經驗體驗皮雕製作嗎?	4.2060	0.75106	8
	2.想透過旅遊經驗體驗小米體驗(脫粒、過篩、搗小米、小米甜點製)嗎?	4.3854	0.63586	4
	3.想透過旅遊經驗體驗做陷阱嗎?	4.2625	0.71709	5
	4.想透過旅遊經驗體驗編織網袋嗎?	4.2027	0.70861	9
	5.想透過旅遊經驗體驗部落風味餐嗎?	4.4518	0.62330	2

#### (二)地方依附敘述性統計分析

台東崁頂部落旅遊的地方依附結果分析如下，本研究的地方依附有兩個構面，分別是「服務感受」和「氣氛感受」。兩個構面以「氣氛感受」中的第一個問項(活動整體環境規劃完整)

為最高，「服務感受」中的第七個問項(周邊的商品價格合理)為最低。此表顯示，受訪者前往部落旅遊活動中活動的規劃決定是否要在次參加的主要原因。



表 4-4 地方研究-(服務感受)

構面	問項	平均差	標準差	總排序
服務感受	1.旅遊的花費值回票價	4.2633	0.65988	11
	2.旅遊的交通便利	4.2027	0.67488	13
	3.在此旅遊的服務人員品質可靠	4.2425	0.61993	12
	4.在此旅遊感受到熱情	4.3123	0.59622	4
	5.在此旅遊服務人員有危機處理	4.2824	0.61913	10
	6.在此旅遊服務人有提供專業服務	4.3023	0.61506	5
	7.周邊的商品價格合理	4.1860	0.70138	14

表 4-5 地方研究-(氣氛感受)

構面	問項	平均差	標準差	總排序
氣氛感受	1.崁頂部落活動整體環境規劃完整	4.3488	0.63344	1
	2.崁頂部落節慶活動映象深刻	4.2890	0.64253	8
	3.崁頂部落活動很吸引人	4.2890	0.63732	9
	4.喜歡此活動整理的氣氛	4.3289	0.62833	3
	5.此次活動覺得非常充實	4.2924	0.60628	6
	6.此次活動覺得非常快樂	4.3422	0.57083	2
	7.此次活動非常享受在其中	4.2924	0.60076	7

## (三)重遊意願敘述性統計分析

台東崁頂部落的重遊意願分析結果如下表，本研究的重遊意願只有一個構面，分別是「重遊意願」。從總排序構面中第一個問項是最高的，其次

則是第四個問項是最低的，受訪者都還蠻願意去推薦身邊親友來參與活動，但不樂意自己再來參加活動，值得我們去檢討。

表 4-6 重遊研究-(重遊意願)

構面	問項	平均數	標準差	總排序
重遊意願	1.我會非常樂意推薦崁頂部落相關活動給我身邊的親朋好友	4.2824	0.66582	1
	2.我對崁頂部落此次活動整體而言，我非常滿意	4.2126	0.66931	4
	3.我肯定及認同這次的崁頂部落之	4.2392	0.62391	3
	4.有機會我會願意再參加崁頂部落的文化活動	4.1827	0.71868	5
	5.我會把崁頂部落文化之旅分享或傳遞訊息給其他人	4.2525	0.63982	2





## 二、相關分析

本文想了解旅遊期望、地方依

附、重遊意願的關係，以旅遊期望、地方依附、重遊意願再進行相關分析，來了解這三大項是否有關係。

表 4-7 了解旅遊期望、地方依附、重遊意願的關係

	文化特色	自然	人文景觀	服務感受	氣氛感受	重遊意願
文化特色	1					
自然	0.814**	1				
人文景觀	0.770**	0.743**	1			
服務感受	0.690**	0.607**	0.607**	1		
氣氛感受	0.672**	0.609**	0.635**	0.864**	1	
重遊意願	0.709**	0.588**	0.647**	0.770**	0.784**	1

註:顯示\*\*在顯著水準 0.01(雙尾)時，相關顯著。

### 一、相關分析(旅遊期望—地方依附)

1、文化特色與服務感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.690$ 。

2、自然與服務感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.607$ 。

3、人文景觀與服務感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.607$ 。

4、文化特色與氣氛感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.672$ 。

5、自然與氣氛感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.609$ 。

6、人文景觀與氣氛感受為顯著正相關，相關係數  $r=0.635$ 。

經由此分析可說明，旅遊期望文化特色、自然、人文景觀、及地方依附之服務感受，氣氛感受之間都有顯著的正相關，其中又以服務感受相關係數為最高，相關係數為  $r=0.690$ ，顯示大多數遊客都還蠻注重服務的感受度。

### 二、相關分析(地方依附—重遊意願)

1、服務感受與重遊意願為顯著正相關，相關係數  $r=0.770$ 。

2、氣氛感受與重遊意願為顯著正相關，相關係數  $r=0.784$ 。

地方依附之服務感受、氣氛感受及重遊意願之間有顯著的正相關性存在，其中又以氣氛感受與重遊意願相關係數為最高，相關係數  $r=0.784$ 。顯示氣氛感受是遊客願意再次回來的主要考量之一。

### 三、相關分析(旅遊期望—重遊意願)

1、文化特色與重遊意願為顯著正相關，相關係數  $r=0.709$ 。

2、自然與重遊意願為顯著正相關，相關係數  $r=0.588$ 。

3、人文景觀與重遊意願為顯著正相關，相關係數  $r=0.647$ 。

旅遊期望之文化特色，自然，人文景觀及重遊意願之間有顯著的正相關性存在，又以文化特色與重遊意願為最高，文化特色與重遊意願相關係數  $r=0.709$ ，顯示文化特色是會遊客較重



視的目的之一。由上述一、二、三數據表示；要讓遊客會來的主要原因為『氣氛感受』為主要考量。

## 伍 結論與建議

### 一、結論

1.探討參與布農族文化活動的遊客在旅遊期望對地方依附之間的關聯性。在旅遊期望部分以「想透過旅遊經驗，遊走石林步道」(4.34)為最高，而「透過旅遊經驗購買布農族特色手工藝品」(4.11)為最低。表示大部分遊客都蠻願意到當地走走體驗氣氛，但是可能因為是因為賣給觀光客的商品價格偏高，所以不願意購買手工藝品。

2.探討參與布農族文化活動的遊客在地方依附對重遊意願之間的關聯性。在地方依附部分以「炭頂部落旅活動整體環境規劃完整」(4.34)為最高，而以「周邊價格合理」(4.18)為最低。表示大部分當地活動規劃都蠻完整的，但一樣是因為賣給觀光客的商品所以遊客不太滿意。

3.探討參與布農族文化活動的遊客在旅遊期望為重遊意願之間的關聯性。在重遊意願部分以「我會非常樂意推薦炭頂部落相關活動給我身邊的親朋好友」(4.28)為最高，而「有機會我會願意再參加炭頂部落的文化活動」(4.18)為最低。表示大部分遊客都蠻願意推薦當地部落的活動讓親朋好友參加，但也許是因為有來過或是對於本部落已經沒有什麼吸引人的設施

或是活動，所以都不太願意自己再次前來。

4.檢定結果顯示，所有變數中，性別及職業對於旅遊期望、地方依附、重遊意願無顯著影響。在旅遊期望、地方依附與重遊意願關聯性上，研究發現遊客旅遊期望與氣氛感受關聯係數為 0.690 及 0.784，整體而言旅遊期望、氣氛感受會影響重遊意願，因此炭頂部落可透過提高旅遊氣氛感受，來提高遊客重遊炭頂部落之意願。

### 二、建議

(一)本研究使用問卷作為資料收機方式，由於礙於時間、物力、人力等因素建議後續研究者可利用訪談等方式，深入了解受訪者對旅遊地的情感、地方依附藉此增加研究結果的完整性。

(二)本研究調查的對象沒有外國觀光客，建議後續研究者可以加入外國觀光客的建議與感受。

(三)由於本研究主要探討布農族射耳祭旅遊期望、地方依附、重遊意願之關係研究，由於不同的部落擁有的文化都不一樣建議後續研究者可以從不同面相來進行研究。

(四)旅遊期望建議後續研究者可以與當地慶典的活動進行體驗了解研究的成效。





## 參考文獻

1. 全紹愷(2012)。布農族節慶活動吸引力、體驗價值、重遊意願之關係研究—以南投縣信義鄉為例，嶺東科技大學未出版學術論文。
2. 江依芳(2004)。生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究—以日月潭步道生態之旅為例，朝陽科技大學未出版學術論文。
3. 李元墩、張偉雄、黃錦照、憲浩(2008)。森林公園遊客特性、旅遊動機、實際體驗與滿意度影響關係之研究—以彰化縣田中森林公園為調查範圍，長榮運動休閒學刊，第2期，123-140。
4. 李英弘、林朝欽(1997)。地方情感概念在戶外遊憩研究上之探討。休閒與遊憩行為論文集(281-294)。
5. 李飛(2007)。旅遊前準備行為、遊客成熟度與旅遊期望的相互關係。旅遊期刊年，第12期，上海財經大學國際工商管理學院。
6. 李銘權(2010)。休閒農場遊憩體驗滿意度與重遊意願之研究-以獨角仙休閒農場農場為例，逢甲大學未出版之碩士論文。
7. 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，南華大學未出版之碩士論文。
8. 侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立臺灣大學未出版之碩士論文。
9. 海樹兒·友刺拉菲(2006)。布農族部落起源及部落遷徙史，台北：國史館台灣文獻館。
10. 海樹兒·友刺拉菲(2018)。布農族郡大社部落歷史研究，台北：國史館台灣文獻館。
11. 徐靜玟、張詠誠、張孝銘(2008)。遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗與重遊意願之研究—以清境農場為實證。休閒產業管理學刊，1(3)，72-86。
12. 陳慧蓉(2006)。貓空地區觀光意象對遊客選擇行為影響之路徑分析。政治大學地政研究所學位論文，1-102。
13. 侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立臺灣大學未出版之碩士論文。
14. 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，南華大學未出版之碩士論文。
15. 劉宗穎、蘇維衫(2009)。生態旅遊遊客環境態度、旅遊動機、遊憩體驗與地方依附之關西研究-以塔塔加遊憩區為例。運動休閒管理學報 12 01。
16. 戴有得、陳冠仰、李素馨(2008)。襲產觀光遊客環境負責任行為前置變數之研究：以真實性、懷舊情感與場所依戀觀點探討之。戶外遊憩研究期刊，27(4)，59-91。





17. 黃淑君、何宗隆(2001)。台北縣坪林茶葉博物館遊客滿意度對重遊意願之影響。觀光研究學報, 7(2), 111-123。
18. Moore & Graefe. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16 (1), 17-31.
19. Moore & Graefe. (1994). Place Attachment and Context: Comparing a Park and a Trail Within. *Forest Science* 49 (6) :877-884.
20. Low & Altman. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place, *Place attachment* New York: Springer 253-278.
21. Williams & Roggenbuck. (1989). Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results. Virginia Polytechnic Institute and State University Blacksburg, Virginia.
22. Chow & Healey. (2008). Place Attachment and Place Identity: First-Year Undergraduates Making the Transition from Home to University. *Journal of Environmental Psychology* 28 (4) 362-372.
23. Rollero & Piccoli. (2010). Does place attachment affect social well-being *Revue Européenne de Psychologie Appliquée* 60 (4) :233-238.
24. Hammitt & Backlund & Bixler. (2004). Experience Use History, Place Bonding and Resource Substitution of Trout Anglers During Recreation Engagements. *Journal of Leisure Research* 36 (3) :356-378.
25. Williams & Vaske. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach, *Forest Science* 67 (6) :830-840.
26. Moor & Scott. (2003). Mindful Eating and Its Relationship to Body Mass Index and Physical Activity Among University Students, *Mindfulness* 4(3).



# Study of the Relationships among Bunun's Mala-Hodaigian Tourism Expectation, Local Attachment, and Willingness to Revisit-An Example from Kandingo, Haiduan Township, Taitung County

Kai-Feng Hsueh, Jian-Rong Chen, Cheng-Rong He, Yi-Hong Tu, Yuan-Hao Ciou  
Department of Leisure and Sport Management, Cheng Shiu University

## Abstract

The study aims at examining the relationships among tourist expectations, place attachment, and willingness to revisit towards tourists who participated in the cultural activities in Kamcing of Bunun. Also, the four purposes in this study are explored as follows: 1) The relationship between tourist expectations and place attachment towards the tourists who participated in cultural activities at Kamcing of Bunun may be explored. 2) It may be explored in this study between place attachment and willingness to revisit towards the tourists. 3) The relationship between tourist expectations and willingness to revisit would be examined. 4) The relationships among tourist expectations, place attachment, and willingness to revisit towards tourists who participated in the cultural activities in Kamcing of Bunun may be analyzed in this study. 5) It may be examined and discussed regarding the demographic descriptive statistics and the analysis of participation behavior preference towards tourists in this study as well. Of 320 questionnaires distributed in this study, a total of 301 valid questionnaires were returned, yet 19 invalid ones. The data obtained from the returned survey instruments were computed and analyzed via descriptive analysis, analysis for difference between means, explorative factor analysis and regression analysis. The results revealed that tourist expectations have a positive impact on place attachment. Further, place attachment has a positive effect upon willingness to revisit. Finally, tourist expectations have a positive influence on willingness to revisit as well.

**Key words: Tourism Expectation, Local Attachment, Willingness to Revisit.**

