

美食旅遊意圖之相關研究

施雅惠

中華大學 餐旅管理學系

通訊作者：施雅惠

聯絡地址：新竹市五福路二段 707 號

電子郵件：yahuishih@chu.edu.tw

投稿日期：2018 年 10 月

接受日期：2018 年 12 月

摘 要

美食在觀光旅遊活動中所扮演的角色越來越重，60%的觀光客認為「飲食」在整體旅遊決策過程中具有重要的影響力，且「飲食」亦是觀光旅遊目的地其吸引力的因素之一。而旅遊業和餐飲業也意識到這個市場的重要性，開發並且促進美食成為旅遊產品的一部分。故，當遊客將「美食」作為第一考量因素，蒐集相關資料及規畫整個旅遊行程，此旅遊活動就可稱為「美食旅遊」。本研究之目的為了解遊客參與美食旅遊之涉入程度、動機、阻礙與行為意圖並預測遊客美食旅遊之行為意圖。本研究採用問卷調查法，於台北市之群眾聚集區域進行問卷的發放，共回收有效問卷 494 份。所得資料利用敘述性統計分析以及結構方程模式分析。研究結果指出，美食旅遊涉入及動機對於行為意向有顯著正向影響，顯示美食旅遊涉入程度越高，動機亦越高，且後續實際採取的行動意願亦越大；美食旅遊阻礙對於行為意向有顯著負向影響，顯示美食旅遊阻礙程度越高，後續實際採取的行動意願越小。

關鍵詞： 涉入、動機、阻礙

壹、緒論

隨著觀光旅遊之目的地的不同，餐飲在休閒遊憩旅遊活動中亦扮演著不同的角色。根據交通部觀光局的統計資料顯示，近年來遊客在從事休閒遊憩活動時，各項支出的最大百分比依序為交通、餐飲、購物和住宿等，其中餐飲所佔比例為 24.39%，為整體支出項目第二高，顯示餐飲在旅遊中是不可或缺的。

在一般休閒旅遊中，飲食所扮演的角色只是為滿足個人生理需求，遊客不會特別去購買食物，也不會為了某道特別的食物而改變旅遊中的其他行程來配合。但如果是以美食為主要目的時，在規畫整個旅遊行程時便會以美食為主，為了

瞭解某道特色美味的餐點，而到發源地去了解該料理之歷史背景；為了想瞭解該料理的製作過程，而到以該料理出名的餐廳或發源地去探究料理方式；甚至為了想一探該道料理的美味，進而起了想進行旅遊的念頭。因此，以「美食」作為出發點，驅使遊客想從事旅遊活動，並在計畫整個旅遊活動過程中，將「美食」作為第一考量因素作為主要考量來安排行程，進而蒐集相關資料，規劃整個旅遊行程等，此旅遊活動就稱為「美食旅遊」。

台南為台灣開台聖地，除擁有古蹟建築外，更有聞名全台的小吃。2009 年 11 月，美國華爾街日報更推崇台南市為「名副其實的食品博物館 (veritable food museum)」(Krich, 2009)。台南不僅在歷史古蹟上有久遠的歷史，飲食文化也具

有耐人玩味的故事可探尋，透過悠久的人文歷史與地理環境及地方生活方式結合，衍生出許多風味獨特的小吃，形成台南特殊的飲食特色。小吃是一種飲食文化，包含了地理區位性、獨特性、大眾普及性及流行長久性的食品（趙榮光，1988）。台南小吃對當地人或外地人而言，是對台南重要的印象與歷史的見證，若想到台灣道地小吃，如「棺材板」、「周氏炸蝦捲」、「度小月擔仔麵」等等，都可以直接聯想到台南這個城市（葉小慧，2002）。近年則有研究指出，飲食是旅遊中的一種特別的興趣，人們可能透過旅遊追求不同飲食，並且從中獲得樂趣，使之成為一種特殊的旅遊體驗（Hall, 2003; McKercher & Okumus, 2008）。

遊客產生旅遊動機前，可能因為其涉入的程度，影響其對旅遊或休閒活動的興趣，或知覺到其活動的價值及重要性，進而產生投入的意願（Selin et al., 1988）。回顧過往文獻發現，涉入相關研究構面多採吸引力、中心性以及自我表現三個構面做為的基準（Dimanche et al., 1991; McIntyre & Pigram, 1992; Havitz et al., 1994; Wiley et al., 2000），藉由上述的三大構面可將美食旅遊涉入的定義為：(1)吸引力：美食對個人的重要性、愉悅程度或其激發的興趣，對其而言美食具有重要性及意義；(2)中心性：涵蓋的範圍包含個人的生活形態，在個人生活中扮演的重要性及其影響力；(3)自我表現：個人能夠藉由參與此活動獲得認同自我的感受。鄭桂玫、吳政隆（2013）探討在澎湖從事海洋遊憩活動參與者在休閒涉入、滿意度對行為意圖的影響，研究結果為海洋遊憩參與者休閒涉入對滿意度有顯著正向之影響、且休閒涉入對行為意圖有明顯正向之影響。故本研究認為，美食旅遊涉入可能來自遊客本身的興趣，也可能是美食旅遊帶給遊客的攸關程度，讓遊客產生參與美食旅遊的動機。

而動機是個體內在的一種動力，該動力可影響行為或造成行為的改變（Adams, 1965）。部分學者認為旅遊動機是結合了內在一心理需求之推力與外部環境影響之拉力兩個因素（Dann, 1977; Crompton, 1979; Uysal & Jurowski, 1994）。Dann (1977, 1981)認為推力是個體透過某種驅力與因素被刺激；拉力為個體被外在因素影響進去從事旅遊活動。由此可知，推力與拉力的運用模式可使遊客的旅遊動機與行為較容易被觀察探討並且較容易概念化（Kim & Lee, 2000 ; Klenosky, 2003）。

Hall (2003)指出倘若遊客對於飲食有高度興趣，會以美食作為主要目的而進行觀光旅遊；或遊客到達某一目的地後，其主要的旅遊動機為拜訪當地特色餐廳或尋訪菜餚之作法，即為美食旅遊。因此 Hall (2003)將美食旅遊定義為，遊客期望可在此趟旅程中體驗當地特色飲食或產品，亦或是品嚐某一特定主廚所烹飪的菜餚，此類活動即為旅遊活動的主

要動機。故本研究認為，美食旅遊動機就是指藉由採取實際行動，來滿足遊客對於美食的興趣或需求。當遊客在進行一般旅遊時，即使遊客在飲食方面沒有獲得高度滿足感，對於該旅遊也不會有太大的影響；但當遊客將美食作為前往某地的主要目的時，美食旅遊動機就是促使該活動進行的真正原因。

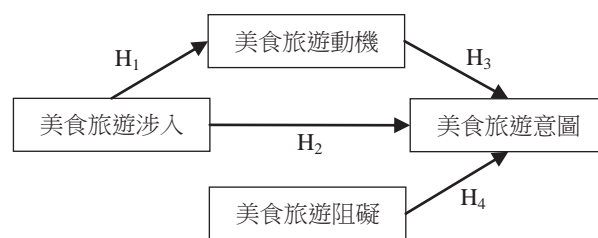
回顧過往文獻，發現當探討遊客未參與休閒活動的原因時，亦會探討到關於休閒阻礙的問題（Raymore, Godbry, Crawford & Von Eye, 1993; Alexandris & Carroll, 1997）。而休閒阻礙（Leisure Constraints）是指抑制、減少或暫停參與休閒活動，且當出現了休閒阻礙，就會影響其休閒參與意願，亦即，休閒阻礙可說是影響個體從事休閒活動的因素之一（Henderson, 1991; Kay & Jackson, 1991）。根據 Crawford & Godbey 於 1987 年提出的三類型休閒阻礙可推論出美食旅遊的阻礙應為：(1)個人內在阻礙：指當遊客在進行美食旅遊前，會因其對於美食旅遊的心理狀態、偏好等，影響其對美食旅遊參與的意願；(2)人際間阻礙：遊客會因為家人、朋友等，而影響其對美食旅遊參與的意願；(3)結構性阻礙：指遊客會因為氣候、金錢等因素，影響其對美食旅遊參與的意願。當出現了上述三類型的阻礙，就可能導致遊客選擇放棄或降低從事美食旅遊的意願。故本研究認為，美食旅遊阻礙就是指當遊客在進行美食旅遊前，會因內在、外在及不可抗拒等眾多的因素，進而產生其對美食旅遊的阻礙，可能會導致遊客選擇放棄或降低此趟旅遊的參與及意願。

根據上述之背景與研究動機，本研究之研究目的是以台南作為美食旅遊之主要目的地，探究遊客前往台南進行美食旅遊的其美食旅遊涉入、動機、阻礙與行為意向，進而建構美食旅遊涉入、動機、阻礙與行為意向之模式。

貳、方法

一、研究架構與研究假設

本研究主要以美食旅遊涉入、美食旅遊動機及美食旅遊阻礙來探討遊客至台南進行美食旅遊之意向，研究架構如圖一。依據文獻回顧及綜合各項變項間相關的論述，提出下列本研究之假設，說明如下。



圖一 研究架構

(一) 美食旅遊涉入對美食旅遊動機及行為意圖的影響

涉入為特別的刺激事件或狀態，誘發並驅使個體產生動機、念頭亦或是引起個體興趣等無法輕易觀察到的狀態(Havitz, Dimanche & Bogel, 1994)。因此將美食旅遊涉入代入此概念；當個體在了解整體旅遊活動後，對此產生興趣，即會促使個體渴望採取某些行動，並有了投入活動的意願，藉由某特定行為滿足自身需求。鄭桂玫與吳政隆(2007)以在澎湖從事海洋遊憩活動的餐與者為研究對象，探討其在休閒涉入、滿意度對行為意圖具有鄭像顯著之影響。廖獻鎰(2010)以高雄佛光山的遊客做為研究對象，探討宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益三者中間產生調節作用。綜所上述，本研究提出假設一與假設二：

H₁：美食旅遊涉入對美食旅遊動機有正向影響之關係。

H₂：美食旅遊涉入對行為意圖有正向影響之關係。

(二) 美食旅遊動機對行為意圖的影響

旅遊動機是支配旅遊行為最根本的驅力(陳思倫, 2007)，會促使人們產生從事旅遊行為之一項，進而引導人們從事各項旅遊活動，藉此滿足個人心理與社會的需求與目的。Ragheb & Tate (1993)指出休閒動機越強，休閒參與的次數亦會隨之增加；Hall(2003)指出遊客可能以美食做深度旅遊，且遊客可能為了體驗在地產業文化規劃旅遊活動，前往旅遊地進行深度旅遊(McBoyle, 1996)，亦可能為了紓壓放鬆而產生旅遊動機。梁育誠(2010)以至六堆客家文化園區的遊客作為研究對象，探討其旅遊動機、滿意度與行為意向的關係，證實六堆客家仁化園區的遊客，期旅遊動機與行為意具有顯著的正向關係。綜所上述，本研究提出假設三：

H₃：美食旅遊動機對行為意圖有正向影響之關係。

(三) 美食旅遊阻礙對行為意向的影響

休閒阻礙是指原先的一項休閒偏好受到抑制、限制或阻止餐與的因素介入，使此項偏好無法進行，意即，個體無法參與休閒活動或影響其休閒滿意的限制因素(Chiu & Wang, 2011; Crawford & Godbey, 1987; Jackson et al. 1993; Tsai & Coleman, 1999)。回顧過往文獻研究指出，休閒阻礙與休閒餐與頻率是負向關係，意即，當休閒阻礙程度越高，其行為參與的意願及相對降低(Carroll & Alexandris, 1997)。陳律盛(2011)以大學生作為研究對象，探討休閒決策之自由、休閒阻礙對休閒參與之關係，研究證實休閒阻礙會影響大學生的休閒運動參與。以此推論，美食旅遊阻礙與行為意向之間的關係是成立的。綜上所述，本研究提出假設四：

H₄：美食旅遊阻礙對行為意圖有負向影響之關係。

二、研究工具

本研究問卷共分為美食旅遊涉入、美食旅遊動機、美食

旅遊阻礙、行為意圖及個人基本屬性變項五大部分，共 76 題，問卷來源如表一。問卷內容採封閉式問卷設計，依受訪者同意程度自行勾選，第一部份至第四部份題項均以李克特(Likert scale)五點尺度量表來評比其重要性，由最低至最高：「非常不同意」、「不同意」、「無意見」、「同意」及「非常同意」，以 1 至 5 分計算。個人基本屬性變項以類別尺度來衡量。

表一 問項構面及來源

變項名稱	構面/題項	文獻來源
美食涉入	中心性、吸引力、自我肯定等三個構面，共 18 題。	Kyle et al. (2007)
美食旅遊動機	推力：知識與學習、新奇與不同的經驗及與家人朋友放鬆等三個構面，共 14 題。 拉力：該地品質與價值、活動的品質(滿意度)、多樣化的飲食等三個構面，共 14 題。	Crompton (1979) Dann (1981) Kim, Goh & Yuan (2010)
美食旅遊阻礙	個人內在、人際間、結構性等三個構面，共 18 題。	Crawford & Godbey (1987)
行為意圖	單一構面，共 5 題。	劉泳倫，賴雯玲 (2011)
遊客基本屬性	性別、年齡、學歷、收入、婚姻狀況、居住區域、是否曾至台南進行美食旅遊，共 7 題。	

三、研究樣本與資料分析方法

本研究採用便利抽樣的方式進行樣本的發放，選擇周五及假日分別在台北市信義區、台北車站、東區、士林區及西門町等五大群眾聚集區進行問卷的發放，每區發放 100 份，總發放問卷為 500 份。本研究先進行樣本描述性分析，再確認問卷之信度，最後進行結構方程模式分析，並依據估計值進行研究假設檢定。

本研究是以 SPSS 統計分析軟體進行各項分析，首先會利用敘述性統計說明受測者之旅遊特性及個人基本屬性等基本資料，再以信度分析(Cronbach's α 係數) 驗證問卷量表項目之內部一致性，進而評估整份量表的可靠程度及穩定程度。本研究藉由獨立樣本 T 檢定，來分析不同的樣本對美食旅遊動機、涉入，以及阻礙及行為意向是否有顯著差異性，最後再以結構方程模型來建構旅客之美食旅遊行為意圖模式。

參、結果

一、個人基本屬性分析

本研究共發放 500 份問卷，回收 494 份，有效回收率 98.8%。描述性統計分析結果得知受訪者的背景變項所分布的情形如下：男性為 248 人，佔 50.5%；女性為 243 人，佔 49.5%；年齡以 18 至 24 歲的為主，共 156 人，佔 31.7%；34.3% 的受訪者收入在 20,000 元以下；多數的受訪者多為未婚，共 297 人，佔 60.1%，而多數受訪者中沒有小孩，共 308 位，佔 62.3%，且有 66.2% 的受訪者曾前往台南進行美食旅遊，詳細結果如表二。

二、信效度分析

本問卷一共分為四大構面，第一部分為涉入，第二部分為動機，第三部份阻礙，第四部分為行為意向。在效度部分，本研究先請專家學者進行效度分析，以確保本問卷之問項是具代表性的，且確實包含欲測量之主題內容。在信度部分，本研究之信度分析如表三，四大構面（包含子構面）的 Cronbach's α 值皆大於 0.7。根據 Cronbach (1951) 所提出之 Cronbach's α 值 ≥ 0.7 隸屬於高信度，由此可得知本研究結果之構面有高信度，且具有一致性及穩定性。

表二 個人基本屬性分析

變項	人數	百分比
性別		
男	248	50.5 %
女	243	49.5 %
年齡		
18-24 歲	156	31.7 %
25-34 歲	111	22.6 %
35-44 歲	103	20.9 %
45 歲以上	122	24.8 %
婚姻狀況		
未婚	297	60.1 %
已婚	195	39.5 %
收入		
20,000 以下	96	34.3 %
20,001-30,000	73	25.0 %
30,001-40,000	123	22.8 %
40,001 以上	200	17.9 %
小孩		
有	186	37.7 %
無	308	62.3 %
是否曾至台南進行美食旅遊		
是	327	66.5 %
否	165	33.5 %

表三 美食旅遊涉入、動機、阻礙與行為意向信度分析

變項與構面	Cronbach's Alpha
美食旅遊涉入	0.72
吸引力	0.86
中心性	0.82
自我表現	0.82
美食旅遊動機	0.94
推力因素	0.90
拉力因素	0.92
美食旅遊阻礙	0.91
結構性阻礙	0.87
個人內在阻礙	0.79
人際間阻礙	0.71
行為意向	0.87

三、主要變項之平均數、標準差分析

表四顯示美食旅遊涉入、動機及阻礙三個構面之平均數介於 3.15 ~ 3.70 之間，表示多數遊客對美食旅遊的涉入及動機較高，而對美食旅遊的阻礙相對較低，且其美食旅遊意向亦偏高。

表四 主要變項之平均數、標準差分析

構面	平均值	標準差
美食旅遊涉入	3.4906	0.5805
美食旅遊動機	3.7003	0.4878
美食旅遊阻礙	3.1547	0.7376
行為意向	3.6551	0.6428

接下來，針對遊客之性別、婚姻狀況與有無小孩進行 T 檢定，探討該統計變數之美食旅遊涉入、美食旅遊動機、美食旅遊阻礙及行為意向等因素是否有顯著差異。研究結果顯示，性別部分並無顯著差異；但是在婚姻狀況與有無小孩部分是有差異的。未婚者與已婚者在美食旅遊涉入 ($t = 5.84, p \leq .05$) 及美食旅遊動機 ($t = 6.28, p \leq .05$) 呈現顯著差異。未婚者之於美食旅遊涉入為 3.61，顯著的高於已婚者的 3.30；未婚者之於美食旅遊動機之平均數為 3.81，也顯著的高於已婚者的 3.54。

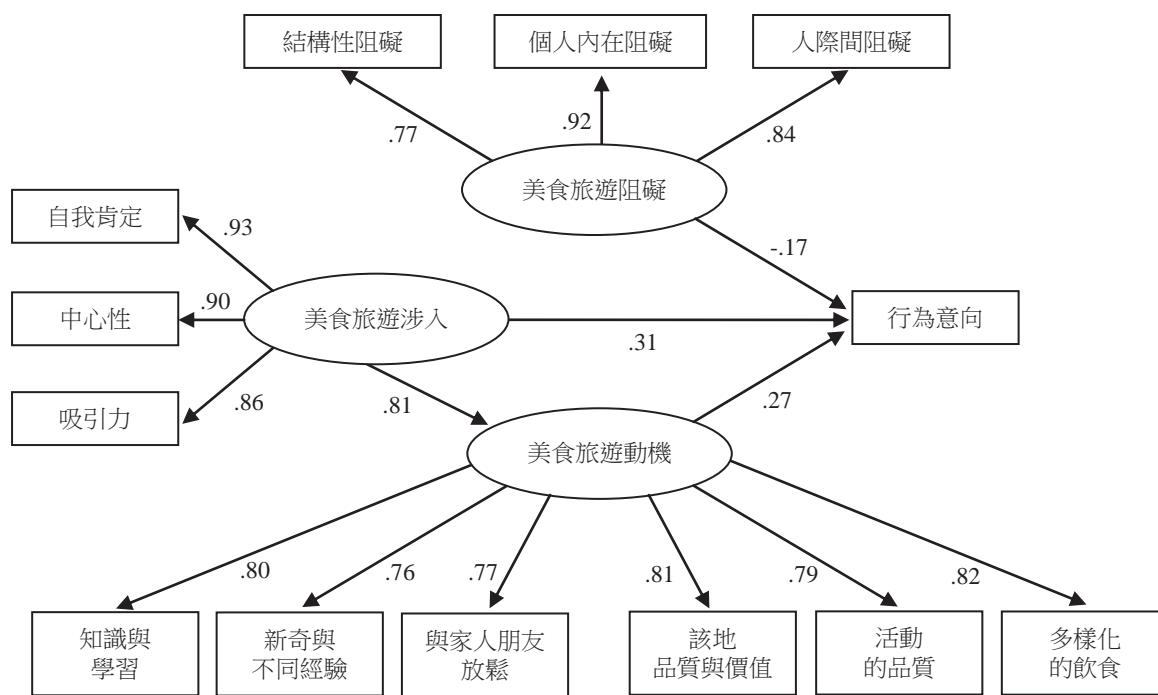
有無小孩的遊客在美食旅遊涉入 ($t = 7.99, p \leq .05$) 及美食旅遊動機 ($t = 7.73, p \leq .05$) 呈現顯著差異。無小孩遊客之美食旅遊涉入的平均數為 3.64，顯著高於有小孩者的 3.24；且無小孩遊客之美食旅遊動機之平均數為 3.82，也顯著高於有小孩者的 3.49。

四、整體模配適度

本研究模式之基本配適指標如表五，主要採用學者 Hair et al. (1998)分類之整體適配度評鑑指標，由以上各項綜合指標判斷，各項指標多數皆在可接受範圍內，其誤差變異皆為正值且估計多數達顯著水準，顯示模式估計結果皆在可接受之水準。本研究之結構方程模式圖形如圖二。

表五 適配度指標摘要表

配適指標	配適標準值	檢定結果數值	配適判斷
χ^2	p-value>0.05	343,375	符合
RMSEA	≤ 0.05 良好配適， 0.05 到 0.08 不錯配適， 0.08 到 0.10 中度配適， ≥ 0.10 不良配適	0.096	中度配適
NFI	≥ 0.90	0.922	符合
RFI	≥ 0.90	0.902	符合
IFI	≥ 0.90	0.935	符合
NNFI(TLI)	≥ 0.90	0.918	符合
CFI	≥ 0.90	0.935	符合



圖二 美食旅遊涉入、美食旅遊動機、美食旅遊阻礙及行為意向之關係模式圖

本研究所建構的結構方程模式之配適度相關統計量如表六，分析結果顯示，本研究之四個研究假設皆成立。從本研究的結果可發現，遊客在進行美食旅遊時會因涉入程度的不同而影響到遊客的美食旅遊動機，並影響遊客的行為意向。故本研究之假設一：美食旅遊涉入對美食旅遊動機有正向影響關係，與假設二：美食旅遊涉入對行為意向有正向影響關係皆成立。除此之外，Ragheb & Tate (1993)指出休閒動機愈強，休閒參與的次數就會愈多，同理，美食旅遊亦為如此，Hall (2003)亦證實「美食旅遊動機」會影響「行為意向」，亦

為遊客產生了美食旅遊動機後，會進而規劃計畫旅遊活動，並實際採取該行動，故證實本研究之假設三：美食旅遊動機對行為意向有正向影響之關係。Caroll & Alexandri (1997)證實，休閒阻礙與休閒參與頻率是負向關係，亦即，當休閒阻礙程度愈高，其行為參與意願即相對降低。從本研究的結果看來，與此研究理論符合，亦即遊客會受到美食旅遊阻礙影響，若該阻礙無法克服，便會進而影響到遊客的行為意向，固本研究之假設四：美食旅遊阻礙對行為意向有負向影響之關係成立。

表六 研究假設檢定結果

研究假設	參數估計	t 值	結果
H ₁ : 美食旅遊涉入對美食旅遊動機有正向影響	0.815*	17.667	成立
H ₂ : 美食旅遊涉入對行為意向有正向影響	0.307*	3.851	成立
H ₃ : 美食旅遊動機對行為意向有正向影響	0.273*	3.418	成立
H ₄ : 美食旅遊阻礙對行為影響有負向影響	-0.175*	-4.344	成立

相關統計量: $\chi^2=343.375$ 、NFI=0.922、RFI=0.902、IFI=0.935、TLI=0.918、CFI=0.935

* $P < 0.01$

肆、結論

一、研究結論

本研究係探討遊客至台南從事美食旅遊的涉入程度、動機、阻礙及行為意向，並建構美食旅遊意向之模式。由研究結果可知，美食旅遊涉入、動機、阻礙及行為意向之平均數之結果的平均值介於 3.15 ~ 3.70 之間，表示多數遊客有較高的美食旅遊涉入、動機及行為意向，美食旅遊阻礙則是相對較低。

本研究所建構的結構方程模式之配適度佳，分析結果亦顯示本研究的四個研究假設皆獲得支持；即表示美食旅遊涉入程度越高，動機亦越高，實際採取的行動意願亦越大；美食旅遊阻礙程度越高，則後續實際採取的行動意願越小。

二、建議

隨著飲食在旅遊中所扮演的角色比重越來越高，如何展現美食特色，使該美食成為觀光吸引力，並帶動相關產業，乃為美食旅遊中重要的一環。經由實證分析發現，遊客的涉入程度為影響行為意向之最重要因子，而遊客的涉入程度亦會透過動機，間接影響遊客的行為意向，顯示遊客對於美食的需求與其感興趣的程度越高，即使有阻礙因子出現，也會盡力降低阻礙因子，以使美食旅遊順利成行。

倘若要再提升遊客的涉入程度以及動機，本研究認為應增加台南的吸引力。因此針對台南美食「吸引力」的部分給予建議，此項建議乃是參考澳洲墨爾本觀光推廣的方案「遙控器遊客」(賴治怡, 2014)，將此方案套用在台南上。該方案是先在官網上釋出消息，讓尚未到過墨爾本的網友提出想去的地方，待統整好這些地方後，由 2 位遙控器遊客裝戴著 GPS 及實時影音傳輸功能的麥克風頭盔，開始進行旅遊，其所到之處會透過小型攝影機立即傳給世界各地的網友，使網

友有身歷其境的感覺。以此模式作為出發點，透過「遙控器遊客」可讓遊客看見台南的美食小吃，利用遊客「只能看但吃不到」的心理狀態，使網友對此產生興趣並進而想要前往台南進行美食旅遊。而台南市政府為提升遊客前往台南進行美食旅遊的意願，每年皆會舉辦美食節活動，迄今已舉辦了 3 年，但皆未獲得廣大迴響。根據本研究的研究結果，建議可將活動移至寒暑假或較長的連結假期舉辦，不僅可吸引返鄉人潮，亦便於學生族群、親子等族群有較長時間可規劃。亦可以美食節作為出發點，結合觀光巴士及店家規劃一連串的活動行程，以吸引家庭攜子前來進行美食旅遊。倘若須提升台南美食整體之印象，除了每年舉辦知美食節活動外，亦可在其他城市舉行活動時，主動爭取負責該項活動之餐飲部分，並與當地特色店家合作，將台南特色美食精緻化，打破一般大眾對於平民美食即等於路邊攤抑或是較為平民的印象，進而增加遊客之行為意向。

相關部門亦可在規畫推廣活動時，與業者合作，利用媒體傳播、廣播、資訊服務以及網站等管道，藉由古蹟文化與特色小吃的結合、用餐的氛圍、濃厚的人情味、特殊的烹調方式等因素，提高遊客的涉入程度。有鑑於遊客在進行美食旅遊前，對於其相關資訊較不清楚、不了解，因此無法前往台南進行美食旅遊。而台南多為特色小吃，且餐廳以個人經營而非知名連鎖的居多，當遊客在進行美食旅遊時，要尋找餐廳等相關資料時較為困難。針對此部分，觀光部門可將各特色美食的餐廳資訊蒐集起來，製作成手機 APP 供民眾下載，並時常關注餐廳的動態即時更新 APP 資訊。另外亦可與餐廳合作，如使用此 APP 前往該餐廳消費的遊客可免費贈送一盤小吃或有打折優惠。倘若餐廳配合美食節推出相關優惠活動亦可在 APP 上進行宣傳，以增加遊客的行為意向。

參考文獻

- 中華民國交通部觀光局 (2011, 5月9日)。一百年來台旅客消費及動向調查報告，資料引自 2017 年 10 月 15 日，<http://recreation.tboc.gov.tw/asp1/statistics/year/INIT.ASP>。
- 梁育誠 (2010)。遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究——以六堆客家文化園區為例。碩士論文，屏東縣，國立屏東教育大學生態休閒教育研究所。
- 廖獻鎰 (2010)。宗教的涉入程度對宗教之旅的旅遊動機、旅遊意象與旅遊效益間關係調節效果之研究——以佛光山為例。碩士論文，嘉義縣，南華大學旅遊事業管理學研究所。
- 趙榮光 (1998)。中國古代庶民飲食生活。台北市：台灣商務印書館。

- 葉小慧 (2002)。台南市小吃之地方感詮釋與地理實察路線設計研究。碩士論文，高雄市，國立高雄大學地理系研究所。
- 劉泳倫、賴雯玲 (2010)。鹿港小鎮觀光吸引力與遊客體驗價值、行為意向之研究。嘉大體育健康休閒期刊，10卷3期，3-14頁。
- 陳思倫 (2007)。觀光學：從供需觀點解析產業。台北市：前程文化。
- 陳律盛 (2011)。大學生休閒覺知自由、休閒阻礙和休閒參與之關係。台灣體育學術研究，51卷，45-62頁。
- 鄭桂玫、吳政隆 (2013)。海洋遊憩參與者活動涉入、滿意度及行為意向之研究。運動與觀光研究，2卷1期，7-20頁。
- 賴治怡 (2014，12月10日)。實時故事、眾包內容—墨爾本觀光推廣的「遙控器遊客」，資料引自2017年10月15日，<http://yahoo-emarketing.tumblr.com/post/120506505111/>。
- Adams, J. S. (1965). *Inequity in social exchange*. In L. Berkowitz (Ed.). *Advances in experimental social psychology* 2. New York: Academic Press.
- Alexandris, K., & Carroll, B. (1997). Demographic differences in the perception of constraints on recreational sport participation: Results from a study in Greece. *Leisure Studies*, 16(12), 107-125.
- Carroll, B., & Alexandris, K. (1997). Perceptions of constraints and strength of motivation: Their relationship to recreational sport participation in Greece. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 279-299.
- Chiu, F. R., & Wang, C. Y., (2011). A case-based reasoning system with two-dimensional reduction techniques for classification of leisure constraints. *International Conference on Financial Management and Economics*, 11, 236-240.
- Crawford, D.W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-428.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334
- Dann, G. M. S., (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. S., (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991). Testing the involvement profile (IP) Scale in the context of selected recreational and touristy activities. *Journal of Leisure Research*, 23(1), 51-66.
- Hall, C. M., (2003). *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*. Boston: Butterworth Heinemann.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). New York: Macmillan.
- Havitz, M. E., Dimanche, F., & Bogle, T. (1994). Segmenting the adult fitness market using involvement profiles. *Journal of Recreation and Park Administration*, 12(3), 35-56.
- Henderson, K. A. (1991). The contribution of feminism to an understanding of leisure constraints. *Journal of Leisure Research*, 23(4), 363-377.
- Kay, T., & Jackson, G. (1991). Leisure despite constraint: The impact of leisure constraints on leisure participation. *Journal of Leisure Research*, 23(4), 301-313.
- Kim, C., & Lee, S. (2000). Understanding the cultural differences in tourist motivation between Anglo-American and Japanese tourists. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9(1/2), 153-170.
- Kim, S., Lee, C., & Klenosky, D. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24, 169-180
- Kim, Y. H., Goh, B. K., & Yuan, J. (2010). Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring Food Tourist Motivations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 56-71.
- Krich, J. (2009, 11, 6). Old Favorites. *The Wall Street Journal*, Retrieved November, 15, 2017, from <https://www.wsj.com/articles/SB125740051133830371>.
- Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Test the dimensionality of place attachment in recreational setting. *Environment and Behavior*, 37(2), 153-177.
- McBoyle, G. (1996). Green Tourism and Scottish Distilleries. *Tourism Management*, 17(4), 255-263.
- McIntyre, N., & Pigram, J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle- base campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-15.
- McKercher, B., Okumus, F. & Okumus, O. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 137 – 148.

- Ragheb, M., & Tate, R. (1993). A behavioral model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction. *Leisure Studies, 12*(1), 61-70.
- Raymore, L., Godbey, G., Crawford, D., & von Eye, A. (1993). Nature and process of leisure constraints: An empirical test. *Leisure Sciences, 13*, 99-113.
- Selin, S. D. R., Howard, E. U., & Cable, T. (1988). An Analysis of Consumer Loyalty to Municipal recreation Programs. *Leisure Science, 10*(3), 210-223.
- Tsai, E. H., & Coleman, D. J. (1999). Leisure constraints of Chinese immigrants: An exploratory study. *Society and Leisure, 22*(1), 243-264.
- Uysal, M., & Hagan, L.A.R. (1993). *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Wiley, C. G. E., Shaw S. M. & Havitz, M. E. (2000). Men's and women's involvement in sports: An examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure Science, 22*, 19-31.

The Behavior Intention of Culinary Tourism

Yahui Shih

Department of Hospitality Management, Chung Hua University

Abstract

Food has played an increasingly important role in tourist activities. Sixty percent of tourist thinks that “food” is an important influence on the overall tourism decision-making process, and that “food” is a factor for attracting tourists to destinations. The tourism and catering industry is also aware of the importance of this market segment, as a result the development and promotion of food has become part of the tourism product. Therefore, when visitors make food their first priority for travelling, gather relevant information prior to the trip and plan food related activities throughout their travel, the tourism activity can be referred to as “culinary tourism”. The purpose of current study is 1) to understand the culinary tourist’s involvement, motivation, constraints and behavioral intention, and 2) to predict tourist behavior intentions towards culinary tourism. This study used questionnaires distributed in Taipei City, 494 valid questionnaires were consequently collected. Descriptive statistical analysis and structural equation modeling (SEM) were used to process the collected questionnaire data. The study results suggested that culinary tourism involvement and motivation has a significant positive effect on behavioral intention. The results revealed that when culinary tourism involvement increases, motivation and behavioral intention increases simultaneously. The study also showed that as culinary tourism constraints increases, behavioral intention decreases, concluding that it has a significant negative effect. To increase tourist’s behavioral intention towards culinary tourism participation, this research concludes that by reducing culinary tourism constraints, and enhancing tourist involvement and motivation, it would have a positive effect.

Keywords: involvement, motivation, constraints