

東海大學景觀學系碩士班

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

Department of Landscape Architecture

Tunghai University

指導教授：黃章展 博士

Advisor：Chang-Chan Huang, Ph.D.

以心智地圖解析大學生對台灣各縣市旅遊偏好
空間型態

Spatial Patterns of College Students' Tourism
Preferences for Cities/Counties in Taiwan：
A Perspective of Mental Map

研究生：陳佩諭 撰

Graduate Student：Pei-Yu Chen

中華民國一百年八月

August, 2011

本論文係供東海大學碩士班考試委員審定
景觀學系碩士學位之用並審查通過。
中華民國一百年六月二十五日

The thesis was submitted to the graduate faculty of Tunghai University in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Landscape Architecture.

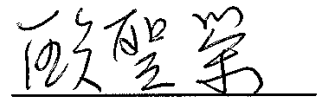
Date : Jun 25, 2011

審查委員 Approved by :

歐聖榮 博士 Dr. Sheng-Jung Ou

國立中興大學園藝系 教授

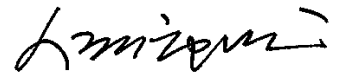
Prof., Dept. of Horticulture, N.C.H.U.



侯錦雄 博士 Dr. Jing-Shoung Hou

東海大學景觀學系 教授

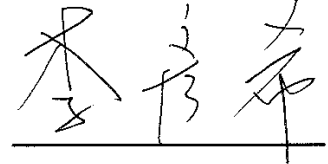
Prof., Dept. of Landscape Architecture, T.H.U.



李彥希 博士 Dr. Yen-Hsi Li

國立虎尾科技大學休閒遊憩系 助理教授

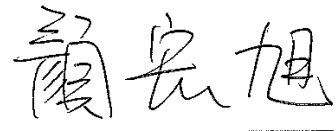
Assist. Prof., Dept. of Leisure and Recreation, N.F.U.



顏宏旭 博士 Dr. Hung-Hsu Ye

國立虎尾科技大學休閒遊憩系 助理教授

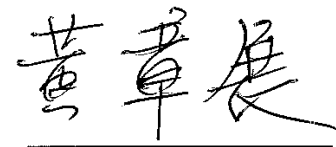
Assist. Prof., Dept. of Leisure and Recreation, N.F.U.



黃章展 博士 Dr. Chang-Chan Huang

東海大學景觀學系 副教授

Assoc. Prof., Dept. of Landscape Architecture, T.H.U.



主任 Chairman :

黃章展 博士 Dr. Chang-Chan Huang

東海大學景觀學系 副教授

Assoc. Prof., Dept. of Landscape Architecture, T.H.U.



以心智地圖解析大學生對台灣各縣市旅遊偏好空間型態

【摘要】

自民國九十年起實施週休二日制使國人的休閒時間增加，加上政府政策上的支持，觀光事業重要性與日俱增，各縣（市）政府除相繼提升觀光單位為一級單位外，更透過各種行銷方式加強其觀光吸引力。然而從 Gunn 提出觀光規劃的三種尺度發現，在觀光資源規劃上不只是考慮單一據點，而是要以區域性的整體考量做觀光資源的整體規劃與行銷，因此，跳脫單一觀光據點尺度，以縣市為單位來評估其旅遊偏好對於旅遊市場有其必要性，並藉由對縣市進行整體觀光發展的檢視，以了解各縣市政府的努力在國內觀光旅遊市場上造成什麼整體效果。對於整體的觀光現象可以用心智地圖的方法來解讀空間上所產生的複雜型態推測其背後隱含的整體社會現象，然而過去尚未有運用心智地圖此一方法在縣市旅遊偏好的研究，因此，本研究的目的是運用心智地圖(Mental Map)的觀點探討台灣各縣市旅遊偏好空間型態。

研究對象為在學大學生，由於旅遊現象會牽涉到時間與空間的影響，因此，分別以「當日往返」及「兩天一夜」為時間範圍，了解大學生對於各縣市旅遊選擇偏好之空間型態並加以分析。研究採封閉式問卷進行調查，總計有效問卷數 407 份。經因素分析萃取共同因素，獲得各縣市旅遊偏好的構面；接續透過單因子變異數分析及 Bonferroni 多重比較分析，比較不同居住地大學生在「當日往返」及「兩天一夜」之旅遊偏好構面上的差異性是否顯著；進行成對樣本 t 檢定，探討當旅遊天數不同時，大學生對於各縣市的旅遊偏好是否有差異；透過多元尺度分析獲得三維度的數值分析結果，利用 x 座標以及 y 座標呈現二維度分佈圖，得到北、中、南部大學生對 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的六個 MDS 二維度空間分佈圖，探討大學生現居地與旅遊天數不同對各縣市旅遊偏好空間型態是否有差異。

研究結果顯示，整體上大學生對於「當日往返」的旅遊目的地偏好具有明顯的「離家範圍效果」(home range effect)；「兩天一夜」旅遊偏好存在著「逃離」(escape) 效果，並發現主要都會區不論在「當日往返」或是「兩天一夜」皆為較受歡迎之處，而有部分縣市則是不論「當日往返」或「兩天一夜」皆未受青睞。從大學生的旅遊偏好空間型態分布上顯示，北、中、南部大學生的旅遊目的地偏好，「當日往返」的第一維度中呈現空間區位與距離的因素，亦即為「離家範圍」效果；在第二維度中，大學生的旅遊目的地偏好則會受到都會區與觀光意象的因素影響。「兩天一夜」的第一維度中亦呈現空間區位與距離的因素，其對旅遊偏好的影響效果卻是相反，「兩天一夜」則呈現出「逃離」效果；在第二維度中，大學生的旅遊目的地偏好除了會受到都會區與觀光意象的因素影響，亦會受到交通便利性的因素影響。

依據本研究結果得知，大學生的現居地與旅遊天數的不同皆顯著的影響其對各縣市旅遊偏好及空間型態，且當旅遊時間僅一日，則都會區的吸引力作用上較明顯，當旅遊時間增長為二日時，則除了都會區之外，觀光旅遊意象的吸引力以及交通便利性亦明顯地影響旅遊偏好。因此建議縣市政府在觀光行銷上，各自鎖定其旅遊目標市場建立，例如：宜蘭縣與台中縣市鎖定北部大學生；中部大學生是以台北縣市與高雄市為主要旅遊市場；南部大學生則是將台中市與屏東縣列為旅遊市場中的核心區域。其次各縣市政府應行銷屬於自己縣市的觀光意象，且更積極加強將主要光據點與縣市連結，例如：將劍湖山與雲林縣連結、將阿里山與嘉義縣連結。最後，可藉由類似交通部觀光局的「國際光點」計畫，將最具吸引力的觀光據點型塑成為該縣市的觀光「地標」，以建立該縣市鮮明的觀光意象，並可善加推廣交通部觀光局所實施的「台灣好行」計畫或「台灣觀光巴士」規劃，提升交通上的便利性及增加其觀光市場競爭力。

【關鍵字】旅遊偏好、心智地圖、多元尺度分析法

Spatial Patterns of College Students' Tourism Preferences for Cities/Counties in Taiwan : A Perspective of Mental Map

【Abstract】

Since “two-day-off-per-week policy” has been enforced in 2001, people in Taiwan have more leisure time to engage in recreational activities. A series of tourism promoting policies from Central Government have made the county/city governments put tourism on their priority. More proportion and efforts were distributed to tourism projects but the effects have not been well evaluated. Based on Gunn’s (2002) concept, planning at regional scale is more comprehensive than at the destination zones and site scales. Thus it’s necessary for the tourism marketers to assess the tourism preferences for Cities/Counties rather than just for individual tourism attractions. Mental maps have been used to interpret the complex spatial patterns and social phenomena underneath the patterns. This merit evidenced that the mental map approach has the potential to be applied to the investigation of tourism phenomena at city/county scale but has not been done yet. Thus, the purpose of this study was to explore the spatial patterns of tourism preferences for cities and counties in Taiwan using mental map approach.

Since the tourism phenomenon might be affected by time and space, the study subjects were drawn from college students at northern, central, and southern Taiwan. Moreover, the tourism preferences were investigated for both one-day and two-day trips. A convenient sampling method was used and 407 valid samples were obtained. The tourism preferences for the 25 cities/counties were factor analyzed to extract dimensions underneath preference structure. One-way ANOVAs with Bonferroni multiple comparisons were used to compare the tourism preference dimensions across the three groups (i.e., college students from northern, central, and southern Taiwan). Paired samples t-tests were used to test the differences between one-day and two-day trips regarding college students’ tourism preferences for cities/counties. Multidimensional Scaling(MDS) techniques were used to analyze the spatial patterns of tourism preferences for the 25 cities/counties. The MDS results were compared across the three groups for one-day and two-day trips.

The result showed that college students revealed significant home range effect in one-day trip and the escape effect in two-day trip in terms of their tourism preferences for 25 counties/cities. The metropolitan areas were popular in both one-day and two-day trips. But some counties were not preferred for either trip. The spatial patterns of destination preference for one-day trip revealed a “home range” effect on the first dimension and

metropolitan/tourism image on the second dimension. On the contrary, the spatial patterns of destination preference for two-day trip revealed an “escape” effect on the first dimension and the mix of metropolitan/tourism image and travel convenience on the second dimension.

It was concluded that the residence and travel days of college students have significant influence on spatial patterns of their tourism preferences for Cities/Counties in Taiwan. In addition, the tourism preference was apparently affected by the attractiveness of metropolitan for one-day trip. For the two-day trip, this preference was influenced by the travel convenience as well as the tourism image of the attractions. It was suggested that the city/county governments focus on the target market in tourism marketing. For example, Yilan County and Taichung County/City focus on college students in northern Taiwan; college students in central Taiwan are the target of Taipei County/City and Kaohsiung City; college students in Southern Taiwan are the focus of Taichung City and Pingtung County. Moreover, the county and city governments should promote their own tourism image by connecting the major tourism attractions to their county/city. For example, marketers can connect JANFUSUN Fancy World to Yunlin County, and Alishan to Jiayi County. Finally, it was also suggested that in order to promote tourism image, county/city governments should build up a must-see tourism landmark via the “International Spotlight” project sponsored by Tourism Bureau of Taiwan, and make good use of the “Taiwan Tourist Shuttle” or “Taiwan Tourism Bus” to improve travel convenience and the competitiveness in tourism market.

【Keyword】 Tourism Preferences, Mental map, Multidimensional Scaling

謝誌

~~~~~用心體會，唯心造物~~~~~

時光荏苒，回想這三年來的日子，就像是一場理性與感性自相矛盾的拔河比賽，最初帶著滿腔熱情的我，對這趟研究所的旅程充滿新鮮、好奇與期待，然而就在還來不及適應大學生與研究生的不同時，伴隨而來的是龐大課業壓力，對自己一向嚴厲不容許犯錯的個性，讓我備感挫折更使其成為一波波的沮喪感令我無從招架，但個性卻也樂觀開朗的我沒讓這樣的情緒左右我太久，為了證明學長姐們畢業後的經驗談不是隨便說說，我決定拿出做研究的精神，將壓力轉變為動力，亦間接啟動了自我的成長，時時提醒自己用心體會這個過程，謹記著“唯心造物”的道理堅持走到最後，如今這趟旅程即將迎向終點，衷心感謝在旅程中與我相遇的你們。

從踏上研究所旅程的那一步開始直到今天，這一路走來，首要感謝我的指導教授 黃章展老師，因為您的認真嚴謹與傾囊相授，讓珮諭感受到學問的樂趣，再加上您不辭辛勞的悉心指引，助我不致迷失方向，並且從您身上學習到的一切與對學問的要求與堅持，更讓學生終身受用不盡，也因為您的不吝指導，使珮諭的論文奠下穩健基礎，更讓此論文可以一步步地逐漸成形、蛻變、完成。今日論文得以順利完成，歸功於口試老師們竭盡心力的付出。感謝侯錦雄老師的深知灼見，啟發我以新角度思考事物，讓我可以體驗到不同的思考模式，激盪出更多不同的思維，並總是在珮諭最困惑的時候，帶著笑容幫助我解決各種疑難雜症，而您說過火車如何坐到終點的道理也成為我在這旅程中堅持努力學習的動力；歐聖榮老師的妙語如珠，成功化解口試時的倒懸之危，以及處處的提醒，讓論文中的每一處小細節都能有新的一層啟發；李彥希老師的細心指正，促進論文品質更趨完備；顏宏旭老師的鉅細靡遺，幫助我重新檢視不足之處。當然，從系上各位師長中所學習到的事物，也都讓珮諭得到了許多前所未有的新感受。

在研究所求學的旅程中，感謝何郁如老師、素華學姐、維貞學姐、阿美學姐以及 Jeff 學長，無論在學業上的指導、提攜或是生活上的教導與陪伴都給我極大的啟發及幫助，在此獻上衷心的謝意。另外，感謝益欣、禮維、昱倫等諸位學長姐在我初來乍到時給予了莫大的幫助，最佳戰友怡伶、經霓、多多、純婉、嘉容、熊、阿基、良仔、蘇 mini、軒毅、信淵，無論是在學業或生活上彼此加油打氣，尤其是秘密籌劃的日本行更在我們心中留下美好且深刻的回憶，因為你們豐富了珮諭的研究所生活，大家還要一起邁向未來喔！當然還有感謝我親愛的學弟妹們袁蓉、無神、小日本、童童、學俞、阿六、思華、大頭、銘佐，多虧各位的幫忙，令我免於在口試時擔心繁雜瑣事，接下來換你們即將邁向突破自我，蛻變為美麗蝴蝶的過程了，在這除了感謝你們的活潑帶給我很多歡樂，更獻上我對你們深深的祝福。

在此更要感謝大學時的佐佐老師、建堯老師、彥希老師以及晉照老師，因為有你們的鼓勵與栽培，才讓我有機會體驗這段旅程的美好。謝謝大學同學淑貞、寶尼、浩毅、溫凰、老唐、阿竣、小毒以及遠在台北也一直陪在我身邊默默幫助我好朋友們，阿彭、阿歐、寶路，因為有你們一路的支持鼓勵、關心與陪伴，讓我在這趟旅程沮喪時，不曾感到孤單且時常感受到溫暖。

最後，感謝我最重要的精神後盾，也就是從小到大給我滿滿關愛的爸爸，以及常常在我生氣時被我當出氣筒的哥哥，因為有你們的栽培與包容，才讓我有機會在東海完成我與論文奮鬥的奇幻旅程，也因為你們毫無保留的付出，讓我能無後顧之憂的展翅高飛，謝謝你們～我最愛的家人！

*Pei yu*

*August, 2011*



## 目錄

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| 中文摘要              | I         |
| 英文摘要              | III       |
| 謝 誌               | V         |
| 目 錄               | VII       |
| 圖目錄               | IX        |
| 表目錄               | X         |
| <br>              |           |
| <b>第一章 緒論</b>     | <b>1</b>  |
| 第一節 研究動機          | 1         |
| 第二節 研究目的          | 5         |
| 第三節 研究限制          | 5         |
| 第四節 名詞釋義          | 6         |
| <b>第二章 文獻回顧</b>   | <b>7</b>  |
| 第一節 旅遊目的地偏好       | 7         |
| 第二節 旅遊目的地偏好的研究方法  | 11        |
| 第三節 心智地圖空間分析      | 18        |
| <b>第三章 研究方法</b>   | <b>21</b> |
| 第一節 研究架構及假設       | 21        |
| 第二節 研究對象與資料收集方法   | 22        |
| 第三節 資料分析方法        | 22        |
| 第四節 測量工具          | 25        |
| <b>第四章 資料分析結果</b> | <b>26</b> |
| 第一節 樣本描述          | 26        |
| 第二節 研究變項測量結果      | 28        |

|             |                                         |           |
|-------------|-----------------------------------------|-----------|
| 第三節         | 各縣市旅遊偏好因素分析-----                        | 30        |
| 第四節         | 假設檢定結果-----                             | 38        |
| <b>第五章</b>  | <b>結論與建議-----</b>                       | <b>70</b> |
| 第一節         | 結論-----                                 | 70        |
| 第二節         | 討論-----                                 | 72        |
| 第三節         | 建議-----                                 | 73        |
| <b>參考文獻</b> | <b>-----</b>                            | <b>76</b> |
| 網站資料        | -----                                   | 76        |
| 中文文獻        | -----                                   | 77        |
| 英文文獻        | -----                                   | 78        |
| <b>附錄 A</b> | <b>問卷內容-----</b>                        | <b>80</b> |
| <b>附錄 B</b> | <b>北部大學生 MDS 空間型態分佈座標表-----</b>         | <b>82</b> |
| <b>附錄 C</b> | <b>中部大學生 MDS 空間型態分佈座標表-----</b>         | <b>83</b> |
| <b>附錄 D</b> | <b>南部大學生 MDS 空間型態分佈座標表-----</b>         | <b>84</b> |
| <b>附錄 E</b> | <b>2008~2010 年主要觀光遊憩區遊客人次月別統計表-----</b> | <b>85</b> |

## 圖目錄

|        |                                   |    |
|--------|-----------------------------------|----|
| 圖 2-1  | 計畫行為理論、敘述偏好模式與心智地圖觀點比較圖-----      | 16 |
| 圖 3-1  | 研究架構圖-----                        | 21 |
| 圖 3-2  | 假設二說明圖-----                       | 24 |
| 圖 3-3  | 假設四說明圖-----                       | 24 |
| 圖 4-1  | 各縣市「當日往返」旅遊偏好因素分析圖-----           | 33 |
| 圖 4-2  | 各縣市「兩天一夜」旅遊偏好因素分析圖-----           | 35 |
| 圖 4-3  | 比較「當日往返」及「兩天一夜」之因素分析差異結果圖(1)----- | 37 |
| 圖 4-4  | 比較「當日往返」及「兩天一夜」之因素分析差異結果圖(2)----- | 37 |
| 圖 4-5  | 北部當日往返各縣市多元尺度分析圖-----             | 44 |
| 圖 4-6  | 中部當日往返各縣市多元尺度分析圖-----             | 46 |
| 圖 4-7  | 南部當日往返各縣市多元尺度分析圖-----             | 48 |
| 圖 4-8  | 北部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖-----             | 50 |
| 圖 4-9  | 中部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖-----             | 52 |
| 圖 4-10 | 南部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖-----             | 54 |
| 圖 4-11 | 北部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖-----       | 62 |
| 圖 4-12 | 中部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖-----       | 64 |
| 圖 4-13 | 南部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖-----       | 66 |

## 表目錄

|        |                                                    |    |
|--------|----------------------------------------------------|----|
| 表 2-1  | 計畫行為理論、敘述偏好模式與心智地圖觀點比較表-----                       | 17 |
| 表 3-1  | 假設 2、假設 4 說明表-----                                 | 24 |
| 表 4-1  | 抽樣調查地點問卷數量表-----                                   | 26 |
| 表 4-2  | 受訪者背景資料表-----                                      | 28 |
| 表 4-3  | 受訪者對各縣市「當日往返」與「兩天一夜」旅遊偏好表-----                     | 30 |
| 表 4-4  | 各縣市「當日往返」旅遊偏好因素分析表-----                            | 32 |
| 表 4-5  | 各縣市「兩天一夜」旅遊偏好因素分析表-----                            | 34 |
| 表 4-6  | 北、中、南部受訪者「當日往返」旅遊偏好單因子變異數分析表----                   | 39 |
| 表 4-7  | 「當日往返」現居地與旅遊偏好對照表-----                             | 39 |
| 表 4-8  | 北、中、南部受訪者「兩天一夜」旅遊偏好單因子變異數分析表----                   | 41 |
| 表 4-9  | 「兩天一夜」現居地與旅遊偏好對照表-----                             | 41 |
| 表 4-10 | 北中南部大學生「當日往返」、「兩天一夜」集群彙整比較表(1)---                  | 56 |
| 表 4-11 | 受訪者對各縣市「當日往返」與「兩天一夜」旅遊偏好成對樣本 <i>t</i> 檢定<br>表----- | 58 |
| 表 4-12 | 統計數據表-----                                         | 59 |
| 表 4-13 | 樣本數調整後比較表-----                                     | 59 |
| 表 4-14 | 北中南「當日往返」、「兩天一夜」集群彙整比較表(2)-----                    | 68 |

## 第一章 緒論

### 第一節 研究動機

自民國九十年起實施週休二日制，休閒旅遊已經成為國人在忙碌與緊張生活中，不可或缺的舒壓與調劑之活動。並隨著國人的休閒時間增加，對觀光活動的需求也漸漸升高，加上政府政策上的支持，像 2002 年「挑戰 2008 觀光客倍增計畫」，是以追求國際觀光客倍增之目標，集中資源整備觀光旅遊環境臻於國際水準，除吸引外國人來台觀光外，並讓國人樂於留在國內旅遊度假；為了提升國內旅遊品質，更於 2009 年提出「觀光拔尖領航方案」，以發展國際觀光，增加外匯收入為重點。由此可見觀光事業在台灣重要性與日俱增（<http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/doublep/double.htm>）。而觀光局在 2009 年的國人旅遊概況調查中，更指出 2009 年民眾至少曾在國內旅遊一次者占 93.4%，且每人國內平均旅遊次數為 4.85 次，較去年略成長增加 0.04 次（觀光局觀光市場調查摘要，2009）。由此可知，國內旅遊在觀光市場中呈現穩定的成長，且國內旅遊不僅可吸引國人樂於在國內旅遊消費，更有助於傳統特色產業發展，同時隨著國內旅遊品質提升，更可提供優質旅遊產品向世界華人及國際人士行銷。而以往的觀光政策以推動國際觀光為主、發展國內旅遊為輔，遵循既定目標持續推動。為因應所得增加、休閒時間加長、觀光產業前瞻發展及科技運用，暨行政院將觀光指定為國家發展重要策略性產業等主客觀情勢，遂提出國際觀光與國內旅遊並重（[http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp3/3\\_1.1.htm](http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp3/3_1.1.htm)）。

民國九十年行政院經濟建設委員會為了積極發展國內旅遊而訂定「國內旅遊發展方案」以活絡觀光產業，提高國人生活品質，並促進傳統特色之產業發展，帶動地方經濟發展，增加就業機會為目標，使各縣市開始積極著重發展自然資源、人文史蹟資源、地方特色及產業做為開發觀光遊憩據點的目標，提昇旅遊品質也將觀光遊憩發展利益留在當地。而地方政府觀光主管單位除扮演各地方政府推動觀光旅遊的重要角色外，另一方面，也成為中央與地方政府之間的溝通橋樑，幫助各相關的觀光措施能夠全面落實（鄭建雄，2006）。因此各縣（市）政府自九十年起相繼提升

觀光單位為一級單位，將分散在不同的權責單位整合為一個專責的機構來處理與觀光相關的事務，除推廣縣市觀光外，更透過各種行銷方式加強其觀光吸引力，如舉辦季節性的大型活動、旅遊景點的網頁架設、報章雜誌及廣告宣傳等，其中又以配合當地文化及產業舉辦各種觀光活動為重要的行銷策略，像台北縣舉辦的「平溪國際天燈節」，是藉由平溪天燈節活動，結合商圈店家合作，推動特約商店活動，透過周邊活動之產品化、觀光化及國際化，吸引國內外遊客、媒體至平溪觀光，創造地方觀光特色，並增設觀光導覽地圖牌座，提供遊客對於觀光地區資訊之了解。台中縣舉辦的「大甲媽祖文化節」，除了延續傳統外，更重要的是將文化紮根，並且結合當地文化和特產，促進地方的國際觀光；高雄市每年精心策劃舉辦燈會，除了精彩的藝文表演活動表演及燈籠展示，也舉辦學生花燈製作的競賽，並經由不同媒體管道報導，行銷高雄同時也行銷燈會。花蓮縣政府及文化局每兩年舉辦一次花蓮國際石雕藝術季，使國際石雕藝術菁英在花蓮光亮吐納，嵌出別處無法見到的區域文化圖騰。硬體上也陸續在各風景區的公共設施進行整建工程，像街景改善、風景區導覽指標設置、興建入口廣場、人行步道等。

由上述可得知各縣市政府在推動觀光方面，軟體上透過電子、平面媒體報導提昇知名度，也使縣市政府的觀光旅遊網站瀏覽次數增加，以開拓觀光客源達到遊客量增加、創造及活絡當地周邊的商機，如中國時報便在 2010 年 4 月刊登自美國「華府生活」(Washington Life)出版的當月文章，文章標題為「台灣正點」(Yes, Taiwan)，內容則是以圖文並茂的方式介紹台灣各地的美食、風景及文化等，並以台灣許多特色是亞洲其他地區所無做為結論；在硬體方面，配合時代之演進及消費形態之轉型需求，透過導覽系統的設置、觀光設施的增建、特色環境地改造及戶外環境改善，達到地區觀光指標系統的整合及觀光意象的重塑。而各縣市政府觀光業內在的質變，包括軟硬體的磨合調整，在民眾心中是否有足夠的吸引力而產生旅遊偏好促使民眾前往是值得探討的議題。

所謂偏好 (Preference) 乃是一種表示喜好程度的態度，且偏好的形成與心理的直接反應、情緒、過去經驗、家庭或社會等息息相關，而偏好的態度常反應在選擇行為上，往往在決策的過程中可藉由選擇的行為反映出其偏愛喜好，而偏好能否導致最終的實際行為，取決於各種內外部因素的綜合影響(Swarbooke & Homer, 1999)。回顧國內過去關於「偏好」在不同領域方面的許多研究，學者張俊彥 (1994) 在遊客對消費山產性活動偏好研究，曹勝雄、張德儀 (1995) 消費者對旅行社選擇偏好研究、林晏州 (2000) 遊憩區選擇行為之研究、黃章展、李維貞 (2006) 環境屬性偏好對於遊客住宿基地選擇之影響研究。國外關於目的地偏好的研究，Javalgi, Thomas, and Rao(1992)以美國旅客對選定歐洲景點的看法研究、Chen & Gursoy(2001)以韓國為研究地點針對不同國家的遊客調查旅遊目的地忠誠度以及目的地偏好、Hsu, Tsai, and Wu (2009)以台灣為個案研究分析旅遊目的地選擇偏好研究。

從上述過去國內外旅遊偏好的相關研究中歸納整理，將旅遊偏好依主題類型分為特定休閒遊憩觀光活動 (如：張俊彥，1994)、特定目的地 (如：Javalgi, Thomas, and Rao, 1992; Chen & Gursoy, 2001; 黃章展、李維貞，2006; Hsu, Tsai, and Wu, 2009)、特定旅遊產品 (如：曹勝雄、張德儀，1995、林晏州，2000)，過去研究更進一步發現影響偏好的因素包含：個人情緒、環境特色、交通便利性、當地遊憩品質、所需花費影響對旅遊目的地的選擇產生喜好之程度。

依據交通部觀光局 2010 國人旅遊狀況調查報告，國人國內旅遊 70% 的旅次是旅遊 1 天，其次有 19% 是來回共 2 天；平均停留天數 1.49 天，並以利用「週末或星期日」從事旅遊最多，且約有 63% 的旅次是在居住地區內從事旅遊活動。就居住地區來看，不論居住在何地的民眾，皆以在居住地區內從事旅遊較多，其中又以北部及南部地區最高，分別有 65% 及 64%，由此可知，對於各縣市旅遊偏好的空間型態會受到旅遊天數與居住地的影響。

過去關於旅遊目的地偏好之研究可分為屬性偏好 (Attribute preference) 及整體偏好 (Overall preference) 兩種研究取向。屬性偏好研究取向大多以計畫行為理論為基礎 (如：黃章展、李維貞，2006)；整體偏好的研究方法主要有敘述偏好模式及心智地圖兩種類型。心智地圖是讓人直接評價對基地的單一偏好，在實際操作上是較計畫行為理論及敘述偏好模式為容易許多，但缺點在於解析推論時對於整體社會現象的解讀並無客觀測量結果支持，因此所做的推測信效度會受到質疑，但即便如此，其優點是以整體的角度去解析推測影響遊客行為意圖與行為的因子，此觀點常運用在環境及景觀中解讀空間上所產生的複雜型態推測其背後隱含的整體社會現象。

關於運用心智地圖的研究有學者 Huang (1997) 在環境認知、環境偏好與遊憩地點選擇行為之間的關係研究中，針對台灣 20 個遊憩據點直接測量大學生一日遊與三日遊的旅遊偏好，透過多元尺度法 (MDS) 分析旅遊偏好產生的空間型態。卓信佑 (2004) 台灣主題樂園產業結構變動之知覺圖像分析研究，以多元尺度法分析繪製變動前後之遊客知覺圖像，藉此呈現台灣主題遊樂園主要品牌在遊客認知中的定位結構化情形，從心智地圖的過去研究中可發現運用心智地圖不僅能夠將片段的概念完整地作呈現，使人們更清楚地意識到含義及其空間的評價和看法，並可更加了解之間的相互關聯性 (如：Huang, 1997、卓信佑，2004)。由於旅遊已經成為越來越多人重視的休閒活動，而國內旅遊市場又逐漸的在成長當中，因此遊客在旅遊方面的選擇也越來越受到政府的重視，而各地方政府及觀光單位對於推動觀光旅遊上政策的實施及活動的推廣在民眾心中是否有足夠的吸引力促使民眾前往，並且有必要針對潛在的遊客客群前往這些目的地的態度、期望和感覺發展旅遊市場的行銷方案，綜合上述都可藉由了解民眾對於縣市的旅遊偏好得知，然而過去尚未有運用心智地圖此一方法在縣市旅遊偏好的研究。



## 第二節 研究目的

隨著觀光事業在台灣重要性與日俱增，然而在觀光資源規劃上不只是考慮單一據點，而是要以區域性的整體考量做觀光資源的整體規劃與行銷，因此，以縣市為單位來評估其旅遊偏好對於旅遊市場有其必要性，並可了解各縣市政府的努力在國內觀光旅遊市場上造成什麼整體效果，關於旅遊目的地偏好研究方法中有計畫行為理論、敘述偏好模式以及心智地圖三種類型，其中又以心智地圖的方法較能以整體的角度解讀空間上所產生的複雜型態推測其背後隱含的整體社會現象，而這些社會現象有助於了解民眾對於各縣市產生整體旅遊偏好的解讀，然而過去尚未有運用心智地圖此一方法在縣市旅遊偏好的研究，由於旅遊現象會牽涉到時間與空間的影響，因此，本研究的目的是運用心智地圖(Mental Map)的觀點探討：

- 一、 現居地不同者對於各縣市之旅遊偏好之空間型態是否有差異。
- 二、 在不同旅遊天數的狀況下，人們對於各縣市之旅遊偏好之空間型態是否有差異。

## 第三節 研究限制

因受限於人力物力等限制因素因此僅以北部學校（台灣大學、文化大學、東吳大學），中部學校（東海大學、逢甲大學）與南部學校（成功大學、高雄師範大學、高雄應用科技大學）校內為研究抽樣地點，限定在學大學生為研究對象，並因抽樣地點為北、中、南大學，因此研究結果無法類推至一般民眾及東部學校大學生。

#### 第四節 名詞釋義

##### 一、 旅遊目的地偏好

旅遊目的地偏好定義是旅遊目的地本身所具備的景觀價值、提供的旅遊產品和服務，對個人產生的吸引力以及能滿足自己所設定達到之期望的主觀態度，且直接地體現或影響旅遊行為。

##### 二、 心智地圖

心智地圖的定義為人們透過立即式感官反應或是從過去經驗與記憶中擷取而來的資訊產生地方知覺，而過濾資訊的流程會在腦中形成一個快速、獨立的與印象的基本訊息而形成心智的影像，產生對地方的整體偏好空間模式。

##### 三、 各縣市旅遊偏好空間型態

各縣市旅遊偏好空間型態的操作型定義為直接測量民眾對於台灣在縣市合併前的 25 個縣市選擇前往旅遊目的地的喜好程度，再以二維度空間化的視覺方式呈現出 25 個縣市的分佈狀態。

## 第二章 文獻回顧

本研究之目的是透過心智地圖解析台灣各縣市旅遊選擇偏好空間型態，分別以「當日往返」及「兩天一夜」為時間範圍，了解大學生對於各縣市旅遊選擇偏好空間型態並加以分析，因此本章探討的文獻包括「旅遊目的地偏好」、「旅遊目的地偏好的研究方法」、「心智地圖空間分析」等三部分。

### 第一節 旅遊目的地偏好

觀光(tourism)及旅遊(travel)經常被視為同義(Hunt and Layne, 1991)，Mathieson 和 Wall (1982) 將觀光定義為：觀光是指人們離開他們平常工作及居住的地區到觀光據點的暫時性移動，所有人們在觀光據點所從事的活動類型，以及為符合人們需求而建的相關設施（李英弘、李昌勳譯，1999）。

將旅遊的定義加以延伸，在旅遊目的地的定義方面，多數學者都認同旅遊目的地是離開本身居住地，而前往具有景觀價值或其他吸引力的地區，並且能滿足遊客想要藉由旅遊達到放鬆的期望，如 Gunn (1972)曾定義旅遊目的地為：「某地方居民居住的地點變成遠地方另一個地區居民旅遊的地點，此地點需設計成能滿足供給地方居民及遊客旅遊期望」。Van Raaij (1986) 認為旅遊目的地是產品，且分為“已知的”和“人為的”部分：“已知的”部分，是指旅遊目的地的自然特徵，如氣候，風景，海灘，山脈，歷史文化的建築等；而“人為的”是指功能的部分，如酒店，旅行團，交通設施，運動設施和娛樂活動，都可以適應客戶的喜好，但也都受到預算的限制。Coltman (1989)則描述旅遊目的地為「具有不同自然屬性、特徵，或吸引力而吸引非當地遊客的地區」。Buhalis (2000) 認為目的地是明確的地理區域也是遊客認為獨特的，有政府和法律組織對旅遊市場進行行銷和規劃，目的地提供旅遊產品和服務，並包含目的地品牌名稱。Beerli 和 Mortin (2004) 指出，從策略管理的角度來看旅遊目的地必須被視為品牌。Goeldner 與 Ritchie (2006)認為「旅遊目的地可以是一個具體的風景勝地，或者是一個城鎮，一個國家內的某個地區，整個國家，甚至是地

球上一片更大的地方」。

從上述學者對旅遊目的地的定義可以看出，旅遊目的地可以區分為環境及產品兩個層面來定義，環境層面是指前往具有不同自然屬性、景觀價值、特徵或其他吸引力的地區，並能滿足遊客的旅遊期望（例如：Gunn, 1972；Coltman, 1989；Goeldner & Ritchie, 2006）；產品層面則是將旅遊目的地視為品牌，位於明確且獨特的地理區域，有政府機關對其旅遊市場進行行銷、規劃和管理，而旅遊目的地中的自然特徵及功能部分則被視為所提供的產品及服務，必須適應客戶的喜好。由此可知不論是環境或是產品，都在強調吸引力，以及滿足人的需求或是期望。因此一個具有吸引力以及可以滿足遊客旅遊期望的地區會讓人對此一旅遊目的地產生偏好，人們才會有意願前往。

然而目的地區域並非被單一定義，有些政府將區域分割為目的地區域是基於行政管理因素，如此一來這些區域便易於掌管，卻並未考慮其市場的潛力或值得開發的地區，以至於有時市場區域雖被劃分出來，但並沒考慮其尚待開發的資源（Gunn, 2002, p. 233）。Ferrario (1979)便將區域根據現有的發展以及旅遊的趨勢來區分，Ruest 等人 (1979)則以地理資源因素來區分目的地區域（轉引自 Gunn, 2002, p.233），Gunn (2002, p. 23)將觀光規劃從宏觀到微觀分為三種尺度：區域尺度（the regional scale）則是指國家、省、州，並且為了形成最有潛力的一個大範圍的區域，一個區域範圍內的規劃是必要的；目的地尺度（the destination scale），則定義為一個社區（或幾個）及周邊地區，並指經由目的地尺度的規劃將能了解當地的旅遊特色而清楚的看到當地許多對於旅遊方面更好的機會；基地尺度（the site scale），指的是個別發展的資產也是現今最為普遍的，像是飯店、度假村、道路和景點。然而許多政府在觀光上都忙於扮演推銷的角色，以吸引更多遊客，而不是引導供給面的發展，以接待更多的遊客，因此 Gunn (2002, p. 27)提及在觀光規劃中最為重要的是將目的地尺度和地點尺度結合在區域尺度的規劃，且區域尺度的規劃比基地尺度及目的地尺度更

為廣泛，其中包含更多的資源地區在內、也包含更多的行政管轄範圍、並且完成的期限也較長。然而，此宏觀的規劃尺度最重要的原因是為了將全部做一個好的整合，若每個地點和目的地區域之間的關係互相聯繫的越好，個別的觀光事業會更成功，也使整體區域觀光發展更好。

從 Gunn 提出觀光規劃的三種尺度發現，在觀光資源規劃上做一個良好的整合是必要的，且不只是考慮單一據點，而是要從區域尺度的觀點思考，以區域性的整體考量做觀光資源的整體規劃與行銷，因此，跳脫單一觀光據點尺度，對縣市進行整體觀光發展的檢視就顯得相當重要。由上述整理後可得知一個具有吸引力並滿足遊客旅遊期望的旅遊目的地是需要考慮其市場潛力及值得開發的資源做尺度上的規劃及區域性的整合，隨著國人的休閒時間增加，對觀光活動的需求也漸漸升高，各縣市政府的努力在國內觀光旅遊市場上造成什麼效果，則可藉由民眾對於各縣市旅遊目的地的偏好得知。

Howard 與 Sheth (1969) 認為「偏好」可視為一種態度，而這種態度會引導購買決策方向與行為，造成消費者會購買某一特定產品，而不會購買其他產品的一種行為傾向；Norton (1987) 說明「偏好」是消費者心中對於產品的一種主觀的判斷，而其裁判的標準可以來自於產品本身所具有的特色、顧客本身的使用情境與經驗及顧客在接收外界諸多刺激，經由其內在心理變動歷程，而沉澱出的自我回饋經驗，所發展而成的一套屬於自己的價值評斷系統；Kaplan (1987) 以及 Mealey & Theis (1995)，提及偏好的形成並非由於縝密而複雜的思考或推理，相反的它來自心理的直接反應，包括情緒、過去經驗，甚至進化理論，都會引發觀賞者對環境的喜歡與不喜歡 (Kaplan, 1987 以及 Mealey & Theis, 1995；引自李素馨，2000)。過去學者皆提到偏好是一種表示喜好程度的態度，是存在於個人心理的直接反應，透過情緒、過去經驗等，並藉由選擇的行為反映出其偏愛喜好，偏好能否導致最終的實際行為，取決於各種內外部因素的綜合影響 (Swarbooke & Homer, 1999)。

國內將偏好的概念應用於觀光旅遊的研究相當多，張俊彥（1994）在遊客對消費山產性活動偏好的研究結果發現，消費山產性活動為所列活動中遊客認為較不重要之活動，遊客對農產品之品質及地域特色則十分注重，且認為銷售之農產品應納入管理，而遊客認為目前陽明山國家公園園內農產品銷售之主要優點為地方特色及其方便性，缺點為交通、景觀及環境污染問題。曹勝雄、張德儀（1995）則針對消費者對旅行社選擇偏好進行研究，並以市場區隔之觀點探討消費者之選擇偏好類型，結果發現消費者在選擇旅行社時以服務品質與經營管理最為重視。林晏州（2000）在遊憩區選擇行為之研究結果指出，遊客選擇遊憩區時均以遊憩及服務設施品質最重要，其次依序為遊憩區所具有之自然景觀資源、旅遊所需花費及遊憩區具有之人文景觀資源，而以遊憩區內所提供之活動機會之多樣性最不重要。黃章展、李維貞（2006）的研究結果指出環境屬性偏好的確會影響住宿基地的選擇行為。

而國外將偏好的概念應用於觀光旅遊的相關研究有Javalgi, Thomas, and Rao(1992)以美國旅客對選定歐洲景點的看法研究中，想了解歐洲的四個旅遊目的地哪一個被認為是一個能真正享受休假的地方，研究結果指出每個目的地皆被發現它有一個或多個特質是具有優勢及有利條件而超過其他三個競爭的目的地，且旅客對於目的地形象能夠幫助歐洲的旅遊業者，以確定目的地的定位，進而發展什麼類型的旅遊方案，利用每個目的地的優勢在吸引潛在的遊客，並建議歐洲旅遊業有必要考慮針對潛在遊客的客群對於前往這些目的地的態度、期望和感覺發展旅遊市場行銷方案。

Chen與Gursoy(2001)以韓國為研究地點針對不同國家的遊客調查旅遊目的地忠誠度以及偏好之關係，想要了解影響目的地選擇偏好的屬性及過去旅遊經驗對於遊客忠誠度的影響，其研究結果指出不同的文化體驗，交通便利及當地的安全性會影響遊客的忠誠度，也發現旅遊經驗會直接影響旅遊者對旅遊目的地選擇。

Hsu、Tsai、與Wu (2009)以台灣為個案分析影響入境遊客對目的地選擇的因素和

遊客對目的地偏好評價的研究，結果顯示，拜訪朋友/親戚和自身安全的考量似乎是旅客來台觀光最重要的兩個因素，而價格是最不重要的，並知道旅客的第一優先是台北101，因為它是在世界最高建築物，位於台北市商業部分，也是台北地標。這項研究可以幫助個人在他們拜訪台灣時作出決定，並提供目的地服務人員更了解遊客和潛在遊客選擇目的地的看法。

從上述國內外旅遊偏好的相關研究中歸納整理，將旅遊偏好依主題類型分為特定休閒遊憩觀光活動(如：張俊彥，1994)、特定目的地(如：Javalgi, Thomas, and Rao, 1992；Chen & Gursoy, 2001；黃章展、李維貞，2006；Hsu, Tsai, and Wu, 2009)、特定旅遊產品(如：曹勝雄、張德儀，1995、林晏州，2000)，而旅遊偏好的定義中延伸到旅遊目的地偏好之定義，則是旅遊目的地透過本身所具備的景觀價值、提供的旅遊產品和服務，對個人產生的吸引力以及能滿足自己所設定達到之期望的主觀態度，且直接地體現或影響旅遊行為，並經由過去國內外關於偏好的研究中可進一步發現並確認影響偏好的因素包含：個人情緒(過去經驗、文化差異認知、目的地熟悉度、旅遊所期望達到之目的)、環境特色(自然景觀、人文景觀)、交通便利性、當地遊憩品質(產品品質、服務設施品質、經營管理品質)、所需花費(金錢、時間)並影響對旅遊目的地的選擇產生喜好之程度。

## 第二節 旅遊目的地偏好的研究方法

旅遊目的地是由許多屬性組成，如環境特色、交通便利性、當地遊憩品質等，且民眾對這些屬性的評價則會影響對於旅遊目的地的偏好，延續過去國內外旅遊偏好相關研究的整理，除了將旅遊偏好依主題類型分為特定休閒遊憩觀光活動、特定目的地、特定旅遊產品，更從過去研究中將旅遊目的地偏好之研究分為屬性偏好(attribute preference)研究及整體偏好(overall preference)研究，而研究的理論取向有計畫行為理論、敘述偏好模式及心智地圖做法三種類型(圖2-1與表2-1)。

## 一、屬性偏好法

屬性偏好法是透過直接測量民眾對旅遊目的地每一個屬性的重要程度或偏好，經過加權總合後回推到民眾對地方的整體偏好，此方法源自於誘因理論 (incentive theory)，認為態度的形成是「一種權衡各種可能情況的利弊，然後採取最佳方案的過程」(Sears et al., 1985, p. 139)，它有兩種版本，第一是認知反應論 (cognitive response theory)，它是假設「人會對於某些正負面想法的溝通產生回應」，而這些正負面想法則反過來「決定人是否改變態度」；第二是預期理論 (expectancy-value theory)，這個理論認為人有趨吉避凶的傾向，採取某一種態度或行為之前，一般人會考慮三件事：(1) 各種可能的結果、(2) 這些結果的價值、(3) 這些結果發生的可能性，然後計算每一種可行方案的淨效益，最後決策以符合效益最大化為原則(黃章展，2007)，其決策計算方式如下：

$$U_i = \sum V_i \times P_i$$

$U_i$ ：採取某一行為後第  $i$  個結果的淨效益

$V_i$ ：採取某一行為後第  $i$  個結果的價值

$P_i$ ：採取某一行為後發生第  $i$  個結果之可能性

Ajzen 與 Fishbein(1980)將其延伸發展為理性行動論(theory of reasoned action)，該理論指出人類的行為是受到態度的影響，而態度則是根基於兩個信念，第一個信念與行為所造成的結果有關，對於此結果的評估則影響人對於行為的態度；第二種信念則與社會團體的知覺(perception)有關，它會形成一的社會常模(social norm)，對於行為的態度加上社會常模共同形成的行為的意圖(intention)，而意圖最後才造成行為。而理性行動論明確指出態度的前驅物(亦即信念)，以及態度與行為的關係，此一理論雖在某一定程度上能有效預測「態度—意圖—行為」的前後關係，但它僅適用於個人意志控制下的行為，當個人無法掌握的外在干擾因素介入時，「態度—意圖—行為」的前後關聯性就不盡然存在(Ajzen, 1985；引自黃章展，2007)。因此 Ajzen (1985) 加入知覺行為控制變項後發展為計畫行為理論 (theory of planned



behavior)’,相較於理性行動論更能準確的預測行為(Ajzen & Madden, 1986: 459-460)。  
由 Ajzen(1985, 1991)提出之「計畫行為理論」模型指出人的態度之前因是對該行為的信念，可以藉由對該行為結果的評估及發生的可能性來預測態度，此態度是由人們依其對該項行為的信念強度及行為結果發生的可能性在經過理性評估後產生(Ajzen,1991, p.411)，且計畫行為理論是假設行為的顯現與否，受到與行為有關的顯著資訊或信念的作用影響，因此行為意向的測量是透過調查個體對於此行為的態度，Ajzen 與 Driver (1992) 也提出對於行為的態度是指個人對於該行為有利的或是有害的評價程度 (Ajzen & Driver, 1992 : p.208)。

依上述之論述，旅遊目的地屬性偏好可視為對於旅遊目的地的態度，而且最後會影響旅遊目的地的選擇決策，這種偏好是由基地的各項屬性所組成，相對於整體偏好它更能呈現出基地各項屬性對於潛在遊客的各種可能影響，包括行為意圖與行為 (黃章展、李維貞，2006)。

國內相關實證研究如黃章展、李維貞 (2006) 環境屬性偏好對於遊客住宿基地選擇之影響研究中，環境屬性偏好會影響住宿基地之選擇，以兩個距離非常接近且特色迥異的住宿基地南投縣仁愛鄉之廬山溫泉和清境地區為實證研究的地點，用來驗證遊客對環境屬性的偏好是否影響住宿基地之選擇行為，其問卷在建構環境屬性偏好的量表共計 17 項，量表測量分為對住宿基地環境屬性的重要程度和表現程度兩大部份，測量方式以五點數李克特尺度 (Liket scale) 測量，問項測量以詢問遊客實際產生的選擇行為做為填答之答案，應用理性行動論將各項環境屬性的重要程度與各項環境屬性在某一住宿基地的表現程度相乘後加總起來，得到遊客對於該住宿基地環境偏好評估結果，研究結果與 Woodside 和 Jeffrey (1988) 的研究結果相同，指出環境屬性偏好的確會影響住宿基地的選擇行為，並發現對於使用環境屬性偏好做為住宿基地的選擇預測是符合理性行動論之理論，也與林晏州 (1984, p.42) 所提出的遊憩區選擇行為模式中提及遊憩基地的屬性和偏好會影響選擇決策吻合。

## 二、整體偏好法

整體偏好法則是直接測量民眾對旅遊目的地或旅遊產品的整體偏好後，透過分析估計其偏好結構，從過去文獻中發現整體偏好的研究方法主要有敘述偏好模式及心智地圖兩種類型。敘述偏好模式（stated preference model）為 1970 年代早期行銷領域的一套預測消費者的偏好、需求的模式，主要為闡述個體在面對具有多種不同屬性及水準特徵的產品或服務，在同樣的時間點下，受訪者以陳述的方式敘述他們對這些產品或服務的整體偏好程度，再透過聯合分析法分解與估計其偏好結構，並推求出不同屬性水準的偏好與效用（Green & Srinivasan, 1978: 104；Timmermans, 1984: 189；Kroes & Sheldon, 1988: 11；Hensher et al., 1988: 45；Louvière & Timmerman, 1990: 10；引自陳明梨，2006），最後再將效用最高的屬性水準組合為最佳整體偏好的产品。

國內研究者已經應用敘述偏好模式於旅遊目的地或產品選擇偏好，林晏州（2000）在遊憩區選擇行為之研究中，整合五項旅遊目的地屬性成為產品並組合成二十的替選方案，提供給受訪者直接針對每一個組合的產品評估偏好，問卷則分成兩種形式進行調查，一種是以評值法來測定受訪者對各替選方案之偏好，另一種是以排序法來測定受訪者之偏好，再以聯合分析法分析所得資料，分析結果會產生每一個屬性的效用值，依序則可了解遊客選擇遊憩區時均以遊憩及服務設施品質最重要，其次依序為遊憩區所具有之自然景觀資源、旅遊所需花費及遊憩區具有之人文景觀資源，而以遊憩區內所提供之活動機會之多樣性最不重要。

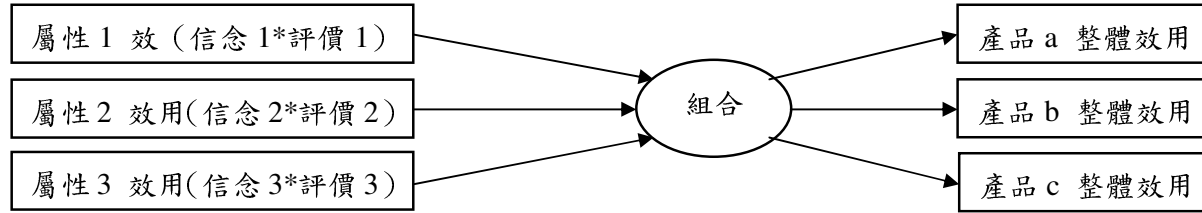
整體偏好的另一種研究方法是心智地圖，其做法是透過民眾對地方的整體偏好空間模式，去解讀所產生的複雜型態可能的現象或屬性偏好。Huang（1997）針對台灣 20 個遊憩據點直接測量大學生一日遊與三日遊的旅遊偏好，透過多元尺度法（MDS）分析旅遊偏好產生的空間型態，結果得知對於旅遊目的地的選擇，一日遊的行程會受到距離與可及性影響，三日遊則與資源類型的偏好有關。

從上述關於旅遊目的地偏好之研究方法的歸納，計畫行為理論的優點在於能呈現並掌握各項屬性對於潛在遊客各種有可能的影響，包括行為意圖與行為，因此有利於行銷人員針對發展產品之市場定位，缺點則是在此理論大多是運用在單一行為的測量分析或是兩項行為的分析比較，也就是說在實際測量上必須對於研究的每一個基地各別測量後再進行比較，因此在針對不同基地測量時操作上所需花費的時間較多，此方法適用於選擇行為的預測及針對旅遊目的地現況的評估；敘述偏好模式雖然剛開始在操作上是測量特定產品的整體偏好，然而最終依舊回歸到屬性偏好的測量操作，使用聯合分析法分解與估計其偏好結構，分析出各屬性水準的偏好以及分解出產品各屬性的效用，此模式能充分反應個人對於各替選方案屬性間之相對重要性、不受限於遊憩資源現有的屬性，但缺點則是當屬性因子及水準太多時，會使設計的產品數量過度膨脹，且回答者須在研究者所假定的一些特殊的決策規則下，不可以使用任何精確的判斷回答其偏好，但回答者未必會正確且真正的實行其所述的偏好（Kroes & Sheldon, 1988: 12-13; Timmermans, Borgers, Van-Dijk, & Oppewal, 1992: 518；引自陳明梨，2006），而此研究結果多適用於新產品的市場測試，因其可客觀分析出各屬性在選擇行為中效用的大小，以提供行銷人員在產品設計上的考量；運用心智地圖則是讓人直接評價對基地的單一偏好，因此在實際操作上是較計畫行為理論及敘述偏好模式為容易許多，但缺點在於解析推論時心智地圖的觀點沒有客觀的依據，而是研究者對於整體社會現象的一個解讀所做的主觀推測，此使得推測的信效度受到質疑。然而，依據格式塔心理學的觀點，「心理上的整體經驗得之於整體知覺，而整體知覺並非由分散的部份知覺之和構成的」（張春興，2000，p. 281），因此，人對於環境的知覺是來自於整體環境，而不是由環境中個別元素知覺的加總，基於如此，即便心智地圖觀點在信效度上受到質疑，但其優點是可以讓研究者從整體的角度去解析推測人們對旅遊目的地形成偏好的隱含原因。

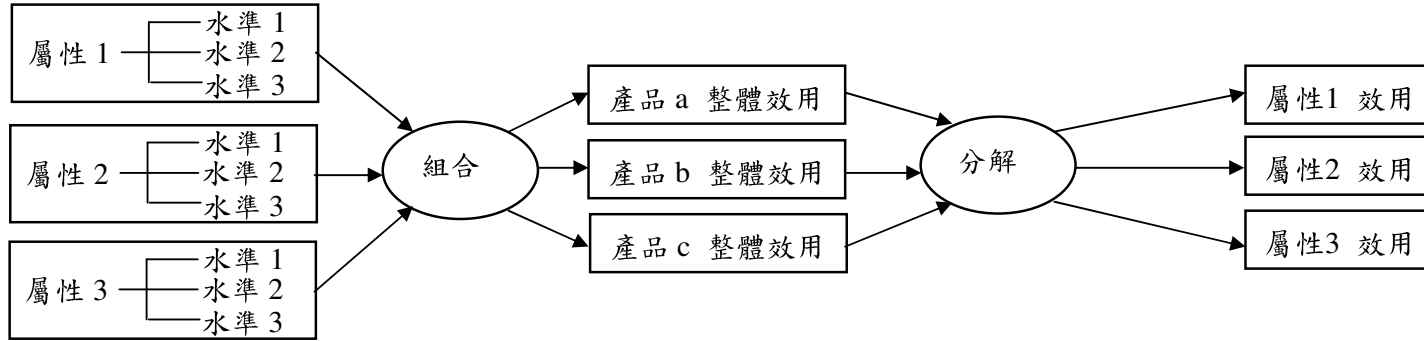
計畫行為理論

第一階段調查

第二階段估計



敘述偏好模式



心智地圖觀點

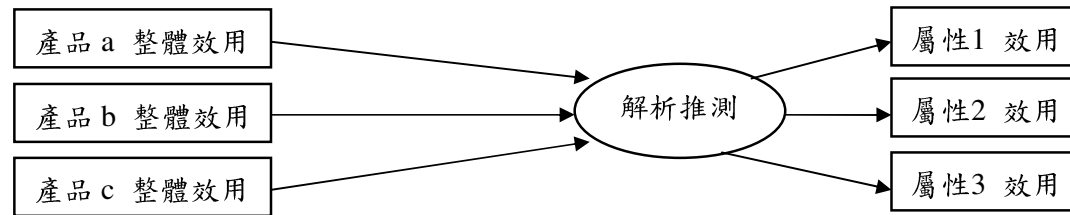


圖 2-1 計畫行為理論、敘述偏好模式與心智地圖觀點比較圖

表 2-1 計畫行為理論、敘述偏好模式與心智地圖觀點比較表

|        | 研究取向 | 優點                                                                                                                   | 缺點                                                                                                                                                     | 適用性                                                                                    |
|--------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 計畫行為理論 | 屬性偏好 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能呈現並掌握各項屬性對於潛在遊客各種有可能的影響。</li> <li>2. 有利於行銷人員針對發展產品之市場定位。</li> </ol>       | <p>針對不同基地測量時操作上所需花費的時間較多。</p>                                                                                                                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 選擇行為的預測。</li> <li>2. 針旅遊目的地地現況評估。</li> </ol> |
| 敘述偏好模式 | 整體偏好 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 充分反應個人對各替選方案屬性間之相對重要性、不受限於遊憩資源現有的屬性。</li> <li>2. 對新產品的市場測試相當有用。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 屬性因子及水準不宜太多，導致實際測量上不易操作。</li> <li>2. 須在研究者所假定的一些特殊的決策規則下，不可以使用任何精確的判斷回答其偏好，但回答者未必會正確且真正的實行其所述的偏好。</li> </ol> | <p>客觀分析出各屬性在選擇行為中效用的大小，提供行銷人員產品設計上的考量。</p>                                             |
| 心智地圖   | 整體偏好 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 實際操作上是較計畫行為理論及敘述偏好模式為容易。</li> <li>2. 整體角度解析推測人們對旅遊目的地形成偏好的隱含原因。</li> </ol> | <p>對於整體社會現象的解讀並無客觀測量結果支持，因此所做的推測信效度會受到質疑。</p>                                                                                                          | <p>解讀空間上所產生的複雜型態推測其背後隱含的整體社會現象。</p>                                                    |

### 第三節 心智地圖空間分析

地圖是人類對地理實體的印象，反應出對世界客觀事實，也部份反應了人類對這些事物的主觀印象。而人類地理學家一直非常有興趣於「這裡」和「那裡」之間的差異，因為此差異造成地方與貨物、人和訊息之間流動明確的不同(Gould & White, 1986)。Harley (1987) 提到，人類意識中一直存在累積著繪製地圖的經驗，包含認知上與空間上兩層面。關於心智地圖(mental map)的定義，過去學者 Gould 與 White (1986) 提到，人們有地方知覺，而過濾資訊的流程會在腦中形成一個快速、獨立的與印象的基本訊息而形成心智的影像，例如特定的地標、路徑、邊界和區域等單一屬性結合，產生對地方的整體偏好空間模式。為了分析與試著了解人類在地表上所產生的這些複雜型態，必須考慮人對於地方的知覺是重要因素之一，而今日看到許多景觀上的人造格局(human patterns)的選址決定，也是透過基礎訊息的感知(perceptual)所做的決策(Gould & White, 1986)。

人類對外在世界心智地圖的形成，是基於立即式感官反應或是從過去經驗與記憶中擷取而來，也可藉由閱讀、廣播、電視、跟其他人交談，甚至從車站和機場的旅行海報上都可獲得一些能構成地方的心智意象的訊息。(mental images of places) (Gould & White, 1986)。實際從地理的角度來看，現代地理學在研究環境知覺時也較著重在人對於他地的意象，以及這些意象如何影響其決策；如何影響人與地方間距離的解釋(意涵)和最終結果，即所謂意象建立的過程；或者是意象如何影響其他形式的空間行為。

總言之，「心智地圖」是人對具體環境的意象，它表達出人與環境相互作用的一種關係，建立在使用者對周圍環境直接或間接的環境體驗基礎之上。由於每個民眾對一個城市或某一地區的了解可能有很大的不同，而如何表現出自身價值的判斷或行為，都與過去的經驗、家庭或社會息息相關，因此成為心智地圖的決策關鍵，因此從他們心智地圖的建立不僅可以反映他們的環境，也反映出許多民眾的生活層面。

心智地圖已經被運用在不同領域的研究中，包括觀光旅遊，Huang (1997) 在環境認知、環境偏好與遊憩地點選擇行為之間的關係研究中，選擇 20 個遊憩據點做

為研究案例，以一日遊與三日遊為時間範疇，直接測量北、中、南大學生的旅遊偏好，研究結果得知對於旅遊目的地的選擇，一日遊的行程會受到距離與可及性影響，三日遊則與資源類型的偏好有關。

關於心智地圖在空間研究上常見的操作方法有素描示意圖 (sketch maps)、對記憶環境產生反應的繪圖 (mapping reactions to remembered environments)、距離估計及統計地圖的建構 (distance estimates and statistical map building) 三種類型 (Bell, Fisher, Baum, and Greene, 1990)。素描示意圖是要求民眾在一張白紙上畫出他們居住城市的街道、校園或其他空間環境的示意圖，此方法主要是建立民眾認知地圖的範圍，如道路，地標，區，節點和邊；對環境記憶產生反應的繪圖主要是運用民眾心智上對一個環境的意象，然後用圖形表示在地圖上，也就是學者 Gould and White (1982) 所提出的心智地圖 (mental map) 觀點，又被稱做「顧爾德式地圖」(Gouldian map)；距離估計及統計地圖的建構是估計在環境中人們與地點之間的距離，關於測量的距離可分為兩種，一種是測兩點之間的歐幾里得距離、一種是認知距離，這兩種情況皆是基於一種認知或知覺的估計，而不是一個實際的測量，其中最常用來評估認知以及估計歐幾里得距離的統計方法為多元尺度法 (Multidimensional Scaling, MDS)。實際操作上，對環境記憶產生反應的繪圖 (mapping reactions to remembered environments)，此種方法的呈現是建構在實質的地圖上做解讀，而距離估計及統計地圖的建構 (distance estimates and statistical map building) 則是建構在抽象的幾何空間做判斷，而此兩種類型經常會結合在一起使用，早期對環境記憶產生反應的繪圖是運用等高線的方式建構在傳統的地圖上解讀等高線的變化 (如：Gould and White, 1982)，後期的研究者則是運用距離估計及統計地圖建構中的 MDS (如：Huang, 1997；卓信佑，2004)。

根據 Norusis (1994) 的說明，多元尺度法 (MDS) 是一種用以分析具有距離概念資料的方法，而所謂距離概念資料，一般指的就是相異性資料，此類資料指出兩件事物間的相異程度 (轉引自：卓信佑，2003)。關於多元尺度法的呈現，Malhotra (1999) 指出多元尺度法是以空間化的視覺呈現方式，描繪出受訪者對產品或其他刺激物之認知與偏好的一種分析方法 (轉引自：卓信佑，2003)，多使用視訊投射技巧來簡化多變量的資訊，然而在使用多元尺度分析所呈現的圖形形式當中，經常會

將這樣多維的複雜資訊，投射到二維的平面當中（二度空間），來做分析（鄧家駒，2004），換言之 MDS 是一種探討樣本對一組客體距離（或相似性）的評估中所涵蓋訊息的統計方式；將客體間之距離轉換成幾何向度之空間表徵（spatial representation），並對這些向度表徵進行解釋，同時達到將客體分類之目的（王保進，2004）。多元尺度法的優點在於簡化客觀事物的多元評量，經由知覺投射建立多元尺度圖像（鄧家駒，2004），並透過 MDS 的應用可以幫助研究者解決因素分析不能對觀察值進行分類的問題，也可以解決集群分析無法找出分類結果背後潛在結構之問題（王保進，2004），而多元尺度法的數學學理依據並不複雜，其缺點反倒是研究者對於視訊平面圖形的分析方法需要相當程度的訓練與經驗的累積（鄧家駒，2004）。

關於應用 MDS 的相關實證研究，Huang（1997）在環境認知、環境偏好與遊憩地點選擇行為之間的關係研究中，選擇 20 個遊憩據點做為研究案例，以一日遊與三日遊為時間範疇，直接測量北、中、南大學生的旅遊偏好，再將數據透過多元尺度法分析環境認知、偏好和目的地選擇行為的空間型態，研究結果得知對於旅遊目的地的選擇，一日遊的行程會受到距離與可及性影響，三日遊則與資源類型的偏好有關。卓信佑（2004）台灣主題樂園產業結構變動之知覺圖像分析研究，透過不同時間點 2000 年與 2003 年之研究結果比較，了解台灣主題遊樂園產業內主要品牌在遊客主觀認知中的定位變異情形，更能進一步觀察這些主要品牌在遊客主觀認知中定位結構之穩定性，並以多元尺度法分析繪製變動前後之遊客知覺圖像，藉此呈現台灣主題遊樂園主要品牌在遊客認知中的定位結構變化情形，研究結果發現：（1）主要品牌的汰換雖造成遊客心中品牌相對定位的變動，但並未出現結構性的變化；（2）遊客對存留品牌間的相對差異呈現了更高的區別能力。



### 第三章 研究方法

本研究之目的在探討並解析大學生對於台灣各縣市旅遊偏好空間型態，並根據 Gould 與 White (1986) 心智地圖 (mental map) 的觀點，以及統計地圖構建的概念 (statistical map building) 進行研究，本章內容包含研究架構與假設、研究對象與資料收集方法、資料分析方法等。

#### 第一節 研究架構與研究假設

##### 一、 研究架構

本研究根據 Gould 與 White (1986) 心智地圖 (mental map) 的觀點，以及統計地圖構建的概念 (statistical map building) 進行研究，研究架構如圖 3-1。

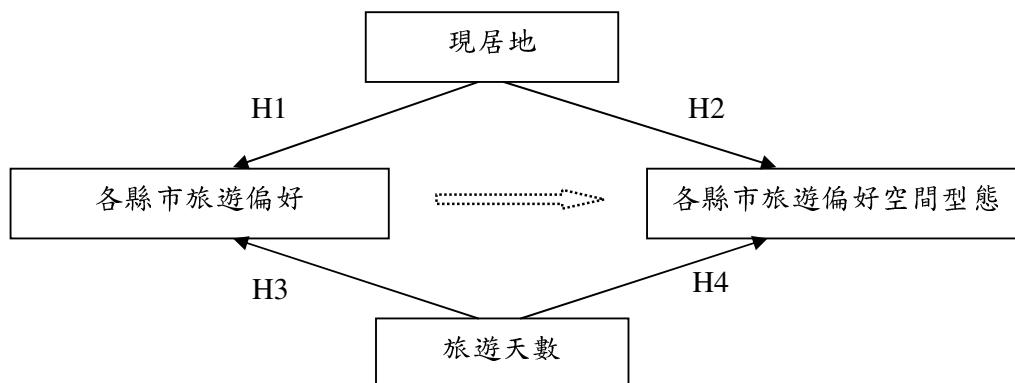


圖 3-1 研究架構圖

##### 二、 研究假設

本研究之目的在探討並解析大學生對於台灣各縣市旅遊偏好空間型態，由於旅遊偏好會受到時間與空間影響 (謝淑芬, 1994)，因此本研究的研究假設如下：

- H1：現居地會影響大學生對各縣市的旅遊偏好。
- H2：現居地會影響受測者對各縣市旅遊偏好之空間型態。
- H3：旅遊天數會影響大學生對各縣市的旅遊偏好。
- H4：旅遊天數會影響受測者對各縣市旅遊偏好之空間型態。

## 第二節 研究對象與資料收集方法

本研究問卷調查期間於九十八年四月起陸續實施，以北部學校，即台灣大學、文化大學、東吳大學、中部學校，東海大學、逢甲大學與南部學校，成功大學、高雄師範大學、高雄應用科技大學，大學校內為研究抽樣地點，抽樣對象限定在學的大學生。採用大學生為研究對象的原因除為了研究上的方便性之外，更因大學生在畢業投入職場後，將成為重要的旅遊市場，故探討大學生對台灣各縣市旅遊偏好，依舊具有實務上的價值。

進行抽樣調查時由研究者事先確認受訪者是否為在學大學生，如果是即說明本研究目的並詢問是否願意幫忙問卷填寫，若受測者同意則將問卷交給他們填寫，填寫完畢後由研究者檢查後收回。問卷調查結果共回收 415 份，扣除 8 份無效問卷，得有效問卷數為 407 份。

## 第三節 資料分析方法

### 一、描述性統計分析

針對受訪者的基本資料，包括人口統計變項中之性別、年齡、居住地等項目分析，為了瞭解受訪者之分佈情形，測量尺度為類別尺度，測量結果以次數分配來表示。

### 二、因素分析 (Factor Analysis)

以 25 個縣市之偏好為變項，分別針對「當日往返」及「兩天一夜」之偏好值進行因素分析，採用主軸因素法萃取共同因素，利用直接斜交法作因素軸旋轉，獲得各縣市旅遊偏好的因素構面，並針對各縣市之因素構面特性加以命名之，並計算各縣市旅遊偏好因素構面分數。

### 三、單因子變異數分析 (one-way ANOVA)

透過單因子變異數分析來驗證假設 1，現居地會影響大學生對各縣市的旅遊偏好，若檢定結果為顯著，則進行 Bonferroni 多重比較分析，比較北、中、南部之大學生在「當日往返」及「兩天一夜」之旅遊偏好構面上的差異性是否顯著。

#### 四、成對樣本 $t$ 檢定 (paired samples $t$ -test)

驗證假設 3，旅遊天數會影響大學生對各縣市的旅遊偏好，以受訪者對 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」之旅遊偏好值為成對資料，進行成對樣本  $t$  檢定，探討當旅遊天數不同時，大學生對於各縣市的旅遊偏好是否有差異。

#### 五、多元尺度分析 (Multidimensional Scaling, MDS)

應用多元尺度法針對假設 2 與假設 4 進行分析，其步驟如下：

1. 針對旅遊天數為「當日往返」時，北、中、南部的大學生對各縣市的旅遊偏好進行 MDS 分析；再針對旅遊天數為「兩天一夜」時，北、中、南部的大學生對各縣市的旅遊偏好進行 MDS 分析，為了提高分析結果之信效度，在 MDS 中採用三維度的數值分析結果，然而，在解讀 MDS 分析結果時，由於視覺效果之故，僅使用第一與第二維度所構成的二維分佈圖。結果得到北、中、南部大學生對 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的六個 MDS 二維度空間分佈圖。
2. 依據大學生對台灣 25 個縣市旅遊偏好在各維度上的位置，判斷其維度呈現的現象意涵。
3. 依各縣市在分佈圖上是否具有明顯的群聚或分佈型態，並針對群聚及分佈型態加以解讀其隱含的現象。
4. 針對北、中、南部大學生對台灣 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的六個 MDS 圖加以比較分析，分別檢視北、中、南部的 MDS 空間型態並加以比較，以驗證北、中、南部大學生對各縣市的旅遊偏好空間型態是否有差異，得到假設二受測者現居地不同會影響其對各縣市旅遊偏好空間型態的結論 (表 3-1 與圖 3-2)。
5. 針對北、中、南部大學生對台灣 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的六個 MDS 圖加以比較分析後，接續檢視「當日往返」及「兩天一夜」的 MDS 空間型態並加以比較，以驗證「當日往返」及「兩天一夜」的旅遊偏好空間型態是否有差異，得到假設四受測者旅遊天數不同會影響其對各縣市旅遊偏好空間型態的結論 (表 3-1 與圖 3-3)。

表 3-1 假設 2、假設 4 說明表

| 旅遊天數 | 現居地               |                   |                   | 整體偏好             |
|------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
|      | 北部                | 中部                | 南部                |                  |
| 當日往返 | MDS <sub>北1</sub> | MDS <sub>中1</sub> | MDS <sub>南1</sub> | MDS <sub>1</sub> |
| 兩天一夜 | MDS <sub>北2</sub> | MDS <sub>中2</sub> | MDS <sub>南2</sub> | MDS <sub>2</sub> |

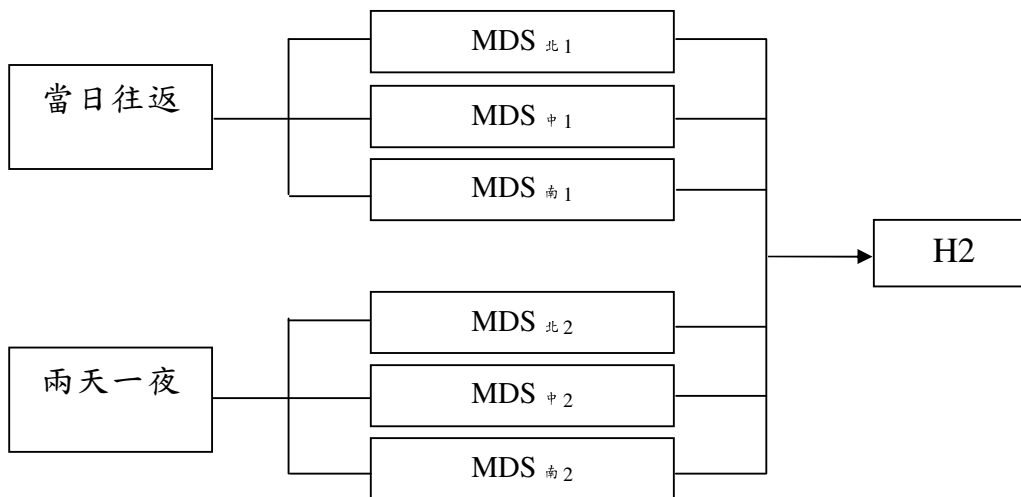


圖 3-2 假設二分析說明圖

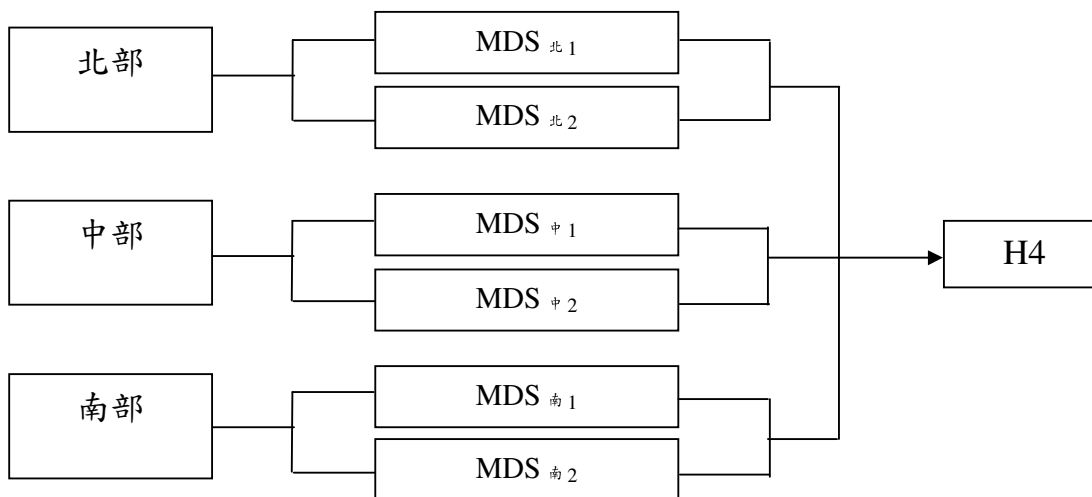


圖 3-3 假設四分析說明圖

#### 第四節 測量工具

本研究以封閉式問卷作為測量工具，採評點尺度法作為測量偏好之方式，其問卷內容設計包含兩大部份，第一部份分別放入標示本島及外島共 25 個縣市之地圖，詢問受訪者在分別考量「當日往返」及「兩天一夜」的情況下，他們對於選擇前往各縣市旅遊之喜好程度，以 1 分為最低，10 分為最高，由受訪者自行填寫。第二部份為個人基本資料，包括：性別、年齡、戶籍地、居住地及就讀系所（問卷詳附錄 A）。

## 第四章 資料分析結果

### 第一節 樣本描述

#### 一、抽樣結果

本研究以北部地區「台灣大學」、「文化大學」、「東吳大學」為研究之抽樣地點，抽樣日期為 2009 年的 7 月 16 日至 24 日；中部地區「東海大學」、「逢甲大學」為研究之抽樣地點，抽樣日期為同年的 4 月 2 日至 11 日；南部地區「成功大學」、「高雄師範大學」、「高雄應用科技大學」為研究之抽樣地點，抽樣日期亦為同年的 6 月 29 日至 7 月 22 日期間。抽樣調查結果總計獲得 415 份問卷，扣除 8 份無效問卷，實得有效問卷數為 407 份。其中，北部有效問卷為 102 份(25.1%)，中部有效問卷為 201 份(49.4%)，南部有效問卷為 104 份(25.6%)，問卷來源分佈如表 4-1。

表 4-1 抽樣調查地點問卷數量表

| 區域 | 地點                         | 日期               | 總計<br>有效問卷數 (%) |
|----|----------------------------|------------------|-----------------|
| 北部 | 台灣大學<br>文化大學<br>東吳大學       | 2009/07/16~07/24 | 102 (25.1%)     |
| 中部 | 東海大學<br>逢甲大學               | 2009/04/02~04/11 | 201 (49.4%)     |
| 南部 | 成功大學<br>高雄師範大學<br>高雄應用科技大學 | 2009/06/29~07/22 | 104 (25.6%)     |
| 總計 |                            |                  | 407 (100%)      |

#### 二、受訪者背景資料

受測樣本之社經背景資料項目包括有性別、年齡、戶籍地、居住地，教育程度及職業則皆為大學在學學生為受測對象，分析結果請參考表 4-2。

### 1. 性別

受測者性別分佈男性與女性約各佔一半，男性比例為 49.9%，女性比例為 50.1%。

### 2. 年齡

因受測對象以大學生為主，以 20 歲以下 (35.1%) 與 21-30 歲 (61.9%) 的年齡層為主。

### 3. 戶籍地

受測者戶籍地以台北市 (14.3%) 最多，其次依序為台北縣 (11.5%)、高雄市 (9.8%)、台中市 (8.8%) 及台中縣 (8.4%)，最低則是澎湖縣 (0.2%) 和金門 (0.2%)。

### 4. 居住地

受測者的居住區域以居住在台中市最多，佔全部樣本的 27.3%，而台北市與高雄市則為次之，比例皆佔全部樣本的 14.7%，而屏東縣則為比例最低，僅佔 1%。

表 4-2 受訪者背景資料表

|         | 樣本數 | 有效百分比 |     | 樣本數 | 有效百分比 |
|---------|-----|-------|-----|-----|-------|
| 性別      |     |       | 高雄縣 | 20  | 4.9%  |
| 男性      | 203 | 49.9% | 屏東縣 | 14  | 3.4%  |
| 女性      | 204 | 50.1% | 宜蘭縣 | 3   | .7%   |
| 年齡      |     |       | 花蓮縣 | 5   | 1.2%  |
| 20 歲以下  | 143 | 35.1% | 澎湖縣 | 1   | .2%   |
| 21-30 歲 | 252 | 61.9% | 金門  | 1   | .2%   |
| 31-40 歲 | 10  | 2.5%  | 國外  | 8   | 2.0%  |
| 41-50 歲 | 2   | .5%   | 居住地 |     |       |
| 戶籍地     |     |       | 基隆市 | 1   | .2%   |
| 台北市     | 58  | 14.3% | 台北市 | 60  | 14.7% |
| 台北縣     | 47  | 11.5% | 台北縣 | 49  | 12.0% |
| 桃園縣     | 22  | 5.4%  | 桃園縣 | 8   | 2.0%  |
| 新竹市     | 9   | 2.2%  | 新竹市 | 1   | .2%   |
| 新竹縣     | 3   | .7%   | 台中市 | 111 | 27.3% |
| 苗栗縣     | 12  | 2.9%  | 台中縣 | 58  | 14.3% |
| 台中市     | 36  | 8.8%  | 彰化縣 | 8   | 2.0%  |
| 台中縣     | 34  | 8.4%  | 南投縣 | 1   | .2%   |
| 彰化縣     | 21  | 5.2%  | 嘉義縣 | 1   | .2%   |
| 南投縣     | 7   | 1.7%  | 台南市 | 17  | 4.2%  |
| 雲林縣     | 9   | 2.2%  | 台南縣 | 7   | 1.7%  |
| 嘉義市     | 3   | .7%   | 高雄市 | 60  | 14.7% |
| 嘉義縣     | 3   | .7%   | 高雄縣 | 18  | 4.4%  |
| 台南市     | 30  | 7.4%  | 屏東縣 | 4   | 1.0%  |
| 台南縣     | 21  | 5.2%  | 宜蘭縣 | 1   | .2%   |
| 高雄市     | 40  | 9.8%  | 澎湖縣 | 2   | .5%   |

## 第二節 研究變項測量結果

「旅遊偏好」分為兩大部分，首先詢問大學生當旅遊天數為「當日往返」時，對台灣 25 個縣市的旅遊偏好為何，而後詢問大學生當旅遊天數為「兩天一夜」時，對台灣 25 個縣市的旅遊偏好為何，以 1 至 10 分分別代表大學生之偏好程度，結果見表 4-3。

就「當日往返」而言，大學生對台灣 25 個縣市的旅遊偏好平均數分佈在 3.04 至 6.93 之間，旅遊偏好平均數最高為台中市 ( $M = 6.93$ )，其次為台北市 ( $M = 6.72$ )，而旅遊偏好平均數最低則為馬祖 ( $M = 3.04$ )。當旅遊天數為「兩天一夜」時，大學生對台灣 25 個縣市的旅遊偏好平均數分佈在 4.42 至 6.92 之間，旅遊偏好平均數最



高為宜蘭縣 ( $M = 6.92$ )，其次為花蓮縣 ( $M = 6.91$ )，而旅遊偏好平均數最低則為雲林縣 ( $M = 4.42$ )。

整體而言，「當日往返」及「兩天一夜」比較平均數結果可發現，對於台北市、台中市、台南市、和高雄市之相同點為旅遊偏好皆高，平均數分佈介於 6.11 到 6.93 之間，也顯示大學生對於都會區的城市魅力有較高旅遊偏好；至於差異性則在於，「當日往返」的旅遊偏好中，以台中市 ( $M = 6.93$ ) 和台北市 ( $M = 6.72$ ) 最高，到了「兩天一夜」時，則是宜蘭縣 ( $M = 6.92$ ) 和花蓮縣 ( $M = 6.91$ ) 的平均數為最高。而值得一提的為雲林縣與嘉義縣市，不論是當日往返或兩天一夜，受測者對於其旅遊偏好平均數皆低，其平均數分佈在 4.17 到 4.66 之間，可說完全不具吸引力，甚至易被大學生所忽略。

表 4-3 受訪者對各縣市「當日往返」與「兩天一夜」旅遊偏好表

| 縣市  | 當日往返 |      | 兩天一夜 |      |
|-----|------|------|------|------|
|     | 平均數  | 標準差  | 平均數  | 標準差  |
| 基隆市 | 4.89 | 2.78 | 5.32 | 2.73 |
| 台北市 | 6.72 | 2.87 | 6.72 | 2.93 |
| 台北縣 | 6.00 | 2.78 | 6.24 | 2.86 |
| 桃園縣 | 5.20 | 2.59 | 5.33 | 2.59 |
| 新竹市 | 5.34 | 2.51 | 5.20 | 2.46 |
| 新竹縣 | 5.05 | 2.47 | 5.02 | 2.40 |
| 苗栗縣 | 4.88 | 2.50 | 4.80 | 2.48 |
| 台中市 | 6.93 | 2.48 | 6.37 | 2.76 |
| 台中縣 | 6.39 | 2.51 | 5.98 | 2.69 |
| 彰化縣 | 5.02 | 2.47 | 4.80 | 2.37 |
| 南投縣 | 5.51 | 2.66 | 6.16 | 2.63 |
| 雲林縣 | 4.17 | 2.40 | 4.42 | 2.38 |
| 嘉義市 | 4.29 | 2.35 | 4.64 | 2.34 |
| 嘉義縣 | 4.27 | 2.36 | 4.66 | 2.40 |
| 台南市 | 6.11 | 2.69 | 6.24 | 2.62 |
| 台南縣 | 5.62 | 2.63 | 5.78 | 2.50 |
| 高雄市 | 6.27 | 2.86 | 6.71 | 2.68 |
| 高雄縣 | 5.45 | 2.82 | 6.18 | 2.67 |
| 屏東縣 | 5.25 | 3.09 | 6.63 | 2.90 |
| 宜蘭縣 | 5.33 | 3.07 | 6.92 | 2.66 |
| 花蓮縣 | 4.83 | 3.14 | 6.91 | 2.80 |
| 台東縣 | 4.47 | 3.06 | 6.50 | 2.90 |
| 澎湖縣 | 3.94 | 3.27 | 6.30 | 3.17 |
| 金門  | 3.29 | 2.85 | 5.24 | 3.19 |
| 馬祖  | 3.04 | 2.65 | 4.89 | 3.06 |

\*以 1~10 分做為評分標準進行分析。

### 第三節 各縣市旅遊偏好因素分析

本研究以受訪者對台灣25個縣市旅遊偏好為輸入變項，進行因素分析，以探討各縣市旅遊偏好的因素構面組成，在進行因素分析前，先針對大學生的旅遊偏好25個變項及整體量表是否適合進行分析，採用KMO及巴特利球型檢定(Bartlett's test of sphericity)兩個方法來分析。

以「當日往返」而言，分析結果KMO係數值為.826，顯示整體取樣的適切性良好，且Bartlett球型檢定結果顯示整體相關性達顯著水準( $\chi^2 = 8896.712, p < .0005$ )，

因此資料適合進行因素分析。分析結果顯示，大學生對台灣25個縣市之偏好在「當日往返」萃取出5個構面，其累加總解釋變異量為67.9%，並依據因素結構中因素負荷值較大的縣市其共同特性分別命名為：「海闊天空」、「繁華都會」、「農村鄉野」、「南都夜曲」、「壺中天地」(表4-4)。

第一個因素包含花東及離島，其共同特性為沿海地區、景觀特殊且地理位置皆位於台灣的後山，因此命名為「海闊天空」；第二個因素包含桃園縣、台北縣、新竹市、新竹縣、台北市、基隆市，其共同特性為人口密度高、資訊日新月異及科技發達，因此命名為「繁華都會」；第三個因素包含嘉義縣、嘉義市、雲林縣、苗栗縣，其共同特性為民情樸實及農業發達，因此命名為「農村鄉野」；第四個因素包含高雄市、高雄縣、台南縣、台南市、屏東縣，其共同特性為具有南部傳統文化特色及豐富歷史人文，因此命名為「南都夜曲」；第五個因素包含台中市、台中縣、彰化縣、南投縣，其共同特性是地理位置皆位於台灣的中間帶、觀光客必定選擇遊玩的地點，且具有上述所提及的各項特色如：人口密度高、發展迅速、豐富歷史人文等，因此將其命名為「壺中天地」(表4-4與圖4-1)。

表 4-4 各縣市「當日往返」旅遊偏好因素分析表

| 縣市名稱 | 因素一<br>海闊<br>天空 | 因素二<br>繁華<br>都會 | 因素三<br>農村<br>鄉野 | 因素四<br>南都<br>夜曲 | 因素五<br>壺中<br>天地 |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 澎湖縣  | .909            | -.088           | -.024           | -.016           | .018            |
| 金門   | .908            | -.079           | -.057           | -.056           | -.017           |
| 馬祖   | .895            | -.073           | -.084           | -.081           | -.039           |
| 台東縣  | .792            | .028            | .030            | .164            | .058            |
| 花蓮縣  | .756            | .132            | .029            | .125            | .028            |
| 宜蘭縣  | .573            | .328            | .102            | .015            | -.058           |
| 桃園縣  | -.028           | .839            | -.162           | -.072           | -.082           |
| 台北縣  | .008            | .817            | .126            | .052            | -.021           |
| 新竹市  | -.048           | .756            | -.167           | -.064           | .126            |
| 新竹縣  | -.064           | .738            | -.255           | -.105           | .107            |
| 台北市  | .057            | .694            | .287            | .127            | .114            |
| 基隆市  | .087            | .661            | -.006           | -.055           | -.045           |
| 嘉義縣  | .028            | .042            | -.829           | .228            | -.051           |
| 嘉義市  | .049            | .042            | -.793           | .230            | -.030           |
| 雲林縣  | .050            | .038            | -.691           | .072            | .098            |
| 苗栗縣  | -.057           | .356            | -.383           | -.123           | .275            |
| 高雄市  | .040            | .007            | .072            | .845            | .049            |
| 高雄縣  | -.012           | .048            | -.091           | .832            | -.025           |
| 台南縣  | -.058           | -.041           | -.158           | .819            | .021            |
| 台南市  | -.011           | -.091           | -.079           | .801            | .042            |
| 屏東縣  | .388            | -.030           | -.043           | .543            | -.052           |
| 台中市  | -.025           | .043            | .143            | .067            | .938            |
| 台中縣  | -.041           | .045            | .003            | .019            | .889            |
| 彰化縣  | -.018           | -.004           | -.443           | -.062           | .469            |
| 南投縣  | .251            | -.119           | -.368           | .014            | .440            |

特徵值 6.530 4.609 3.229 1.487 1.124  
 累加解釋變異量 26.119 44.554 57.468 63.418 67.914

KMO 值 = .826 Bartlett 球形檢定結果  $\chi^2 = 8896.712, p < .0005$

萃取方法：主軸因子

旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Oblimin 法

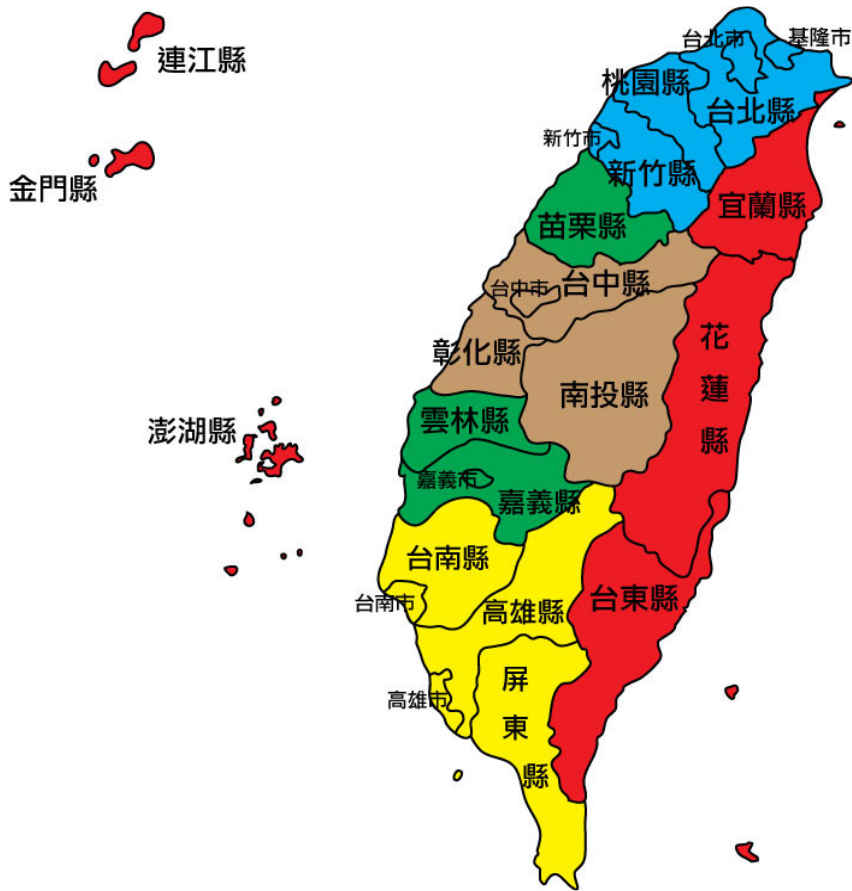


圖 4-1 各縣市「當日往返」旅遊偏好因素分析圖

以「兩天一夜」而言，分析結果 KMO 係數值為.801，顯示整體取樣的適切性良好，且 Bartlett 球型檢定結果顯示整體相關性達顯著水準( $\chi^2 = 7327.249, p < .0005$ )，接著利用因素分析萃取出 6 個構面，其累加總解釋變異量為 65%，並依據因素結構中因素負荷值較大的縣市其共同特性分別命名為：「農村鄉野」、「離島魅力」、「南都夜曲」、「繁華都會」、「鬧中取靜」、「樂活閒適」。

第一個因素包含嘉義縣、嘉義市、雲林縣、南投縣，其共同特性為民情樸實及農業盛行，因此命名為「農村鄉野」；第二個因素包含金門、馬祖、澎湖，其共同特性皆為離島且為軍事要塞地區，因此命名為「離島魅力」；第三個因素包含高雄縣、高雄市、台南縣、台南市，其共同特性為發展迅速、具有傳統文化特色及豐富歷史人文，因此命名為「南都夜曲」；第四個因素包含台北縣、桃園縣、台北市、新竹市、新竹縣、基隆市、苗栗縣，其共同特性為人口密度高、資訊日新月異及科技發達，因此命名為「繁華都會」；第五個因素包含台中縣、台中市、彰化縣，其共同特性為

地理位置皆位於台灣的中間帶、兼具熱鬧繁華及休閒踏青的好去處，因此命名為「鬧中取靜」；第六個因素包含花蓮縣、台東縣、宜蘭縣、屏東縣，其共同特性為沿海地區、景觀特殊、生活步調較慢，因此命名為「樂活閒適」(表 4-5 與圖 4-2)。

表 4-5 各縣市「兩天一夜」旅遊偏好因素分析表

| 縣市名稱 | 因素一<br>農村<br>鄉野 | 因素二<br>離島<br>魅力 | 因素三<br>南都<br>夜曲 | 因素四<br>繁華<br>都會 | 因素五<br>鬧中<br>取靜 | 因素六<br>樂活<br>閒適 |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 嘉義縣  | .864            | .047            | -.112           | .044            | -.111           | -.030           |
| 嘉義市  | .799            | -.015           | -.158           | .045            | -.055           | -.053           |
| 雲林縣  | .643            | .054            | -.044           | .037            | .092            | -.044           |
| 南投縣  | .307            | .017            | .044            | .004            | .273            | -.248           |
| 金門   | -.037           | .995            | -.021           | .019            | .005            | .019            |
| 馬祖   | .011            | .939            | -.011           | .003            | -.032           | .012            |
| 澎湖縣  | -.029           | .612            | -.019           | -.040           | -.014           | -.332           |
| 高雄縣  | .039            | -.057           | -.828           | -.004           | .027            | -.072           |
| 高雄市  | -.130           | .020            | -.809           | .093            | .040            | -.026           |
| 台南縣  | .178            | -.007           | -.737           | -.031           | .035            | .008            |
| 台南市  | .089            | .115            | -.693           | .007            | .062            | .089            |
| 台北縣  | -.113           | -.018           | -.039           | .814            | -.081           | -.042           |
| 桃園縣  | .146            | -.046           | -.022           | .742            | .050            | .045            |
| 台北市  | -.177           | -.023           | -.087           | .733            | -.110           | -.045           |
| 新竹市  | .138            | .005            | -.043           | .672            | .203            | .079            |
| 基隆市  | .091            | .077            | .089            | .663            | -.019           | -.019           |
| 新竹縣  | .210            | .011            | .007            | .608            | .209            | .067            |
| 苗栗縣  | .309            | -.026           | .087            | .334            | .313            | -.025           |
| 台中縣  | -.027           | -.024           | -.071           | -.014           | .912            | -.061           |
| 台中市  | -.152           | -.034           | -.109           | .024            | .827            | -.047           |
| 彰化縣  | .388            | .127            | .012            | -.010           | .572            | .111            |
| 花蓮縣  | -.052           | .076            | .002            | .021            | .000            | -.879           |
| 台東縣  | .064            | .111            | .033            | -.032           | -.029           | -.823           |
| 宜蘭縣  | -.002           | .035            | .032            | .044            | .124            | -.646           |
| 屏東縣  | .134            | .021            | -.307           | -.044           | -.099           | -.471           |

特徵值 6.639 3.894 1.946 1.811 1.189 .781

累加解釋變異量 26.555 42.131 49.914 57.157 61.913 65.038

KMO 值 = .801 Bartlett 球形檢定結果  $\chi^2 = 7327.249, p < .0005$

萃取方法：主軸因子

旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Oblimin 法

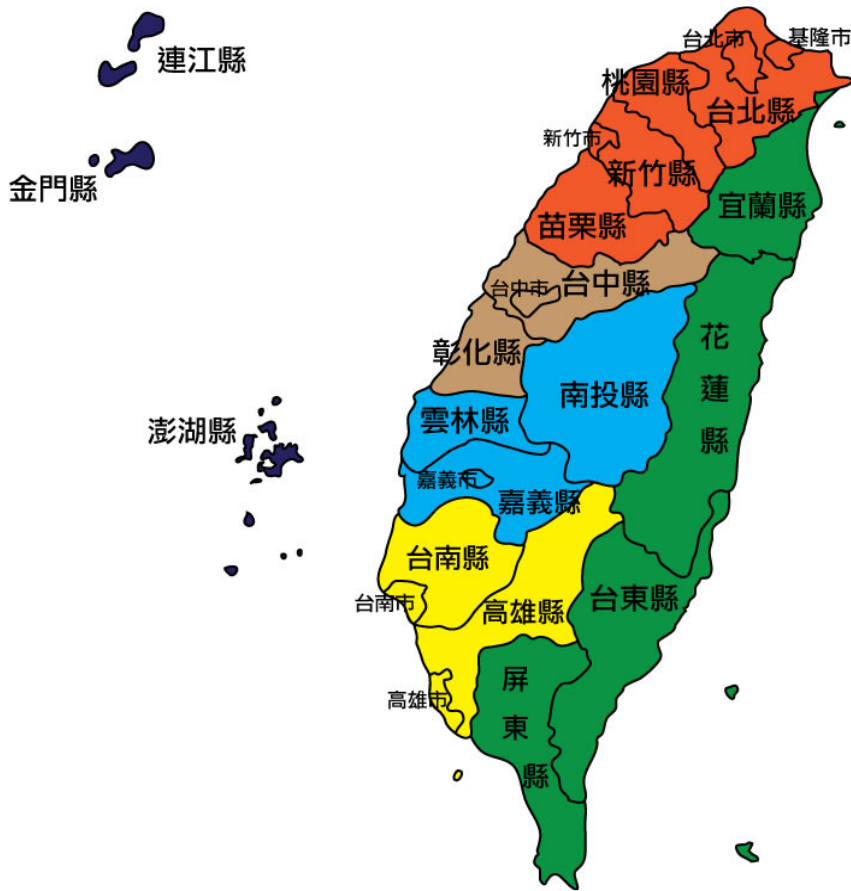


圖 4-2 各縣市「兩天一夜」旅遊偏好因素分析圖

比較「當日往返」及「兩天一夜」之因素分析結果可明顯看出一個相同點，那就是「當日往返」及「兩天一夜」之旅遊偏好因素結構與台灣原本的地理區極為相似，主要可以區分為北部都會區、中部都會區、南部縣市、東部地區、與離島，此顯示大學生對於台灣各縣市旅遊偏好的心智地圖大體上脫離不了地理區位的關連性。至於差異性則在於，「當日往返」的旅遊目的地偏好中，花東與離島是一起的，到了「兩天一夜」時，花東與離島則分屬兩個不同的因素，且花東與南部的屏東結合。當旅遊天數拉長至「兩天一夜」時，苗栗會由雲嘉集群轉變為與北部都會結合，南投縣則由中部都會區轉為與雲嘉結合（圖 4-3、4-4）。由此一現象方可瞭解，大學生對於旅遊目的地偏好會受到距離、交通可及性、旅遊資訊以及花費的因素影響，因此，旅遊天數為「當日往返」時，前往花東、離島，距離較遠交通也較為不便的地區對於大學生而言並無太大的差別，而成為一個群體，而苗栗與雲嘉地區對大學生

而言在交通可及性及旅遊資訊的影響下而成為一個群體；反觀當旅遊天數拉長至「兩天一夜」時，大學生則會受到旅遊時間變寬裕的影響，選擇前往較遠、交通可及性偏低、所需交通及時間成本花費偏高的地區，以花東、離島的群體而言，以離島地區最為偏遠及搭乘交通工具上較麻煩，因此大學生對於花東、離島產生了距離及交通可及性的差異，而使得因素分析結果中群體結構上的改變，而苗栗受距離及旅遊資訊影響與北部結合為一個群體，南投則因距離、交通可及性偏低、所需交通及時間成本花費偏高而與雲嘉地區成為一個群體。



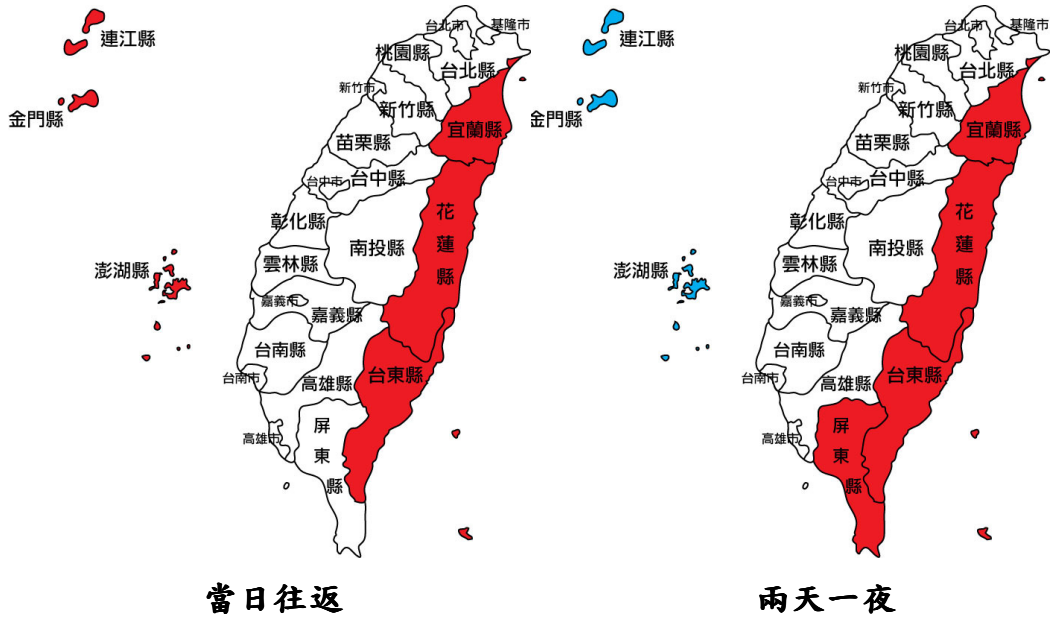


圖 4-3 比較「當日往返」及「兩天一夜」之因素分析差異結果圖(1)

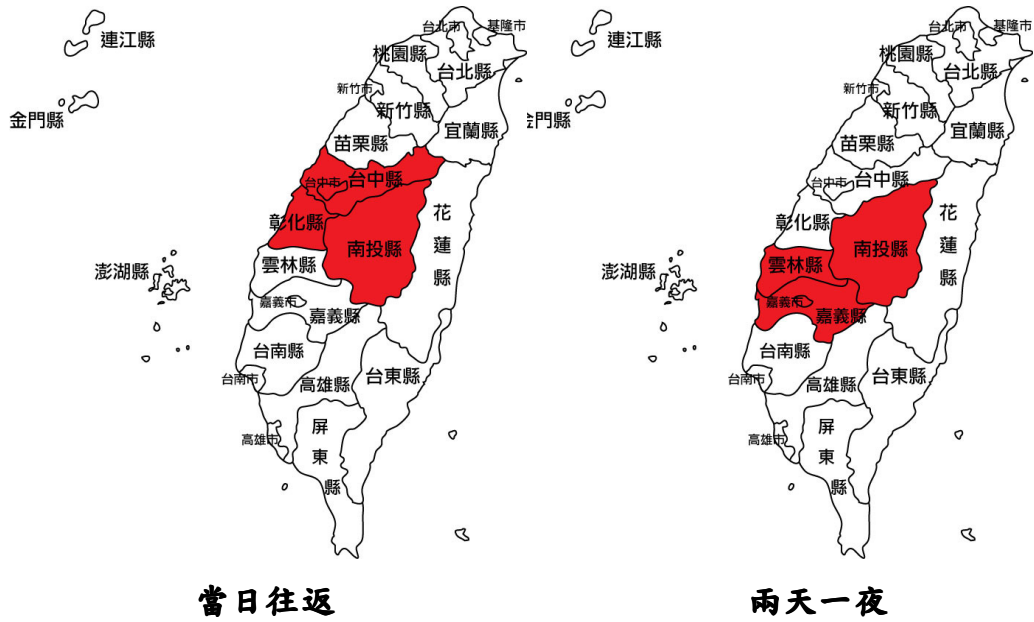


圖 4-4 比較「當日往返」及「兩天一夜」之因素分析差異結果圖(2)

#### 第四節 假設檢定結果

##### 一、 假設一：現居地會影響大學生對各縣市的旅遊偏好

本研究之假設一為「現居地會影響大學生對各縣市的旅遊偏好」，採用單因子變異數分析(one-way ANOVA)進行假設檢定，若單因子變異數分析檢定結果顯著時，則應用Bonferroni多重比較分析，藉以瞭解差異存在於哪些地區。

就「當日往返」的旅遊目的地偏好而言，單因子變異數分析結果顯示，北部、中部、與南部的大學生對於五個主要的旅遊目的地區域的偏好皆有顯著差異(表4-6)。接續再進行 Bonferroni 多重比較分析結果顯示，北部與南部大學生對於花東離島「樂活閒適」區的旅遊偏好( $M$  分別為.11 與.15)顯著高於中部大學生( $M = -.13$ ); 北部大學生對於桃園縣、台北縣市、新竹縣市、基隆市「繁華都會」區的旅遊偏好( $M = .43$ ) 顯著高於中部大學生( $M = .02$ ) 與南部大學生( $M = -.48$ ); 北部大學生對於雲林縣、嘉義縣市、苗栗縣「農村鄉野」區的旅遊偏好( $M = .30$ ) 顯著高於中部大學生( $M = -.15$ ) 與南部大學生( $M = -.02$ ); 南部大學生對於台南縣市、高雄縣市、屏東縣「南都夜曲」區的旅遊偏好( $M = .57$ ) 顯著高於北部大學生( $M = -.34$ ) 及中部大學生( $M = -.12$ ); 中部大學生對於台中縣市、彰化縣、南投縣「休閒放鬆」區的旅遊偏好( $M = .26$ ) 顯著高於北部大學生( $M = -.17$ ) 及南部大學生( $M = -.34$ )。

表 4-6 北、中、南部受訪者「當日往返」旅遊偏好單因子變異數分析表

| 當日往返因素       | 施測地點(現居地) | 平均數 <sup>a</sup> | F 值    | p    | Bonferroni 多重比較 |
|--------------|-----------|------------------|--------|------|-----------------|
| 花東離島<br>海闊天空 | 1 北部      | .11              | 3.896  | .021 | 南 > 中           |
|              | 2 中部      | -.13             |        |      |                 |
|              | 3 南部      | .15              |        |      |                 |
| 北部<br>繁華都會   | 1 北部      | .43              | 25.345 | .000 | 北 > 中           |
|              | 2 中部      | .02              |        |      | 北 > 南           |
|              | 3 南部      | -.48             |        |      | 中 > 南           |
| 雲嘉苗<br>農村鄉野  | 1 北部      | .30              | 7.922  | .000 | 北 > 中           |
|              | 2 中部      | -.15             |        |      | 北 > 南           |
|              | 3 南部      | -.02             |        |      |                 |
| 南高屏<br>南都夜曲  | 1 北部      | -.34             | 29.522 | .000 | 南 > 北           |
|              | 2 中部      | -.12             |        |      | 南 > 中           |
|              | 3 南部      | .57              |        |      |                 |
| 中彰投<br>壺中天地  | 1 北部      | -.17             | 16.376 | .000 | 中 > 北           |
|              | 2 中部      | .26              |        |      | 中 > 南           |
|              | 3 南部      | -.34             |        |      |                 |

註：(北部 n = 102 中部 n = 201 南部 n = 104 總 N = 407)

<sup>a</sup> 因素分數之平均數

整體而言，大學生對於「當日往返」的旅遊目的地偏好具有明顯的「離家範圍效果」(home range effect) (表 4-6)，亦即，北部大學生偏好北部「繁華都會」區，中部大學生偏好中部「休閒放鬆」區，南部大學生偏好南部「南都夜曲」區，受限於距離以及交通成本，此一結果屬合理。較值得注意之處是，大學生對於花東離島「樂活閒適」區與雲嘉苗「農村鄉野」區的「當日往返」旅遊偏好雖然偏低，然而仍可看出南部大學生對於花東離島「樂活閒適」區的偏好高於中部大學生，而北部大學生對於雲嘉苗「農村鄉野」區的偏好高於中部大學生及南部大學生，此一結果已然超脫距離因素。

表 4-7 「當日往返」現居地與旅遊偏好對照表

| 現居地 | 旅遊偏好         |            |             |             |             |
|-----|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|
|     | 花東離島<br>海闊天空 | 北部<br>繁華都會 | 雲嘉苗<br>農村鄉野 | 南高屏<br>南都夜曲 | 中彰投<br>壺中天地 |
| 北部  | .11          | .43        | .30         | -.34        | -.17        |
| 中部  | -.13         | .02        | -.15        | -.12        | .26         |
| 南部  | .15          | -.48       | -.02        | .57         | -.34        |

就「兩天一夜」的旅遊目的地偏好而言，單因子變異數分析結果顯示，北部、中部、與南部的大學生對於其中五個主要的旅遊目的地區域的偏好有顯著差異，僅對於雲林縣、嘉義縣市、南投縣「農村鄉野」區的旅遊偏好沒有明顯差異（請參考表 4-8）。針對單因子變異數分析結果有顯著差異的五個主要的旅遊目的地區域再進行 Bonferroni 多重比較分析，結果顯示南部大學生對於金門、馬祖、澎湖等「離島魅力」區的旅遊偏好 ( $M = .18$ ) 高於北部大學生 ( $M = .09$ )，而北部大學生 ( $M = .09$ ) 又高於中部大學生 ( $M = -.14$ )；南部大學生對於台南縣市高雄縣市「南都夜曲」區的旅遊偏好 ( $M = .02$ ) 高於中部大學生 ( $M = -.02$ ) 與北部大學生 ( $M = -.14$ )；中部大學生對於桃園縣、台北縣市、新竹縣市、基隆市、苗栗縣「繁華都會」區的旅遊偏好 ( $M = .13$ ) 顯著高於北部大學生 ( $M = -.25$ )；北部大學生 ( $M = .35$ ) 與南部大學生 ( $M = .11$ ) 對於台中縣市、彰化縣「休閒放鬆」區的旅遊偏好顯著高於中部大學生 ( $M = -.23$ )。至於北、中、南部大學生對於雲林縣、嘉義縣市、南投縣等「農村鄉野」區，以及宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、屏東縣等「樂活閒適」區的旅遊偏好，經多重比較分析結果則無顯著差異。

從上述分析可以看出「兩天一夜」旅遊偏好存在著「逃離」(escape) 效果 (表 4-8)，尤其是北部與中部大學生，中部大學生對於北部「繁華都會」區的「兩天一夜」旅遊偏好高於北部大學生，而北部及南部大學生對於中彰「休閒放鬆」區的「兩天一夜」旅遊偏好則高於中部大學生。比較特殊的是南部大學生，其對於台南、高雄「南都夜曲」區「兩天一夜」的旅遊偏好高於北部大學生，其對於「離島魅力」區的偏好亦高於北部大學生與中部大學生。此現象可看出南部大學生與北部、中部大學生相比，對於「兩天一夜」的旅遊偏好為遠離繁華都會、交通擁塞的地區，而前往消費較低以及生活步調緩慢的台南、高雄「南都夜曲」區與「離島魅力」區。

表 4-8 北、中、南部受訪者「兩天一夜」旅遊偏好單因子變異數分析表

| 兩天一夜<br>因素   | 施測地點<br>(現居地) | 平均數 <sup>a</sup> | F 值    | p    | Bonferroni<br>多重比較 |
|--------------|---------------|------------------|--------|------|--------------------|
| 雲嘉投<br>農村鄉野  | 1 北部          | .04              | .362   | .697 |                    |
|              | 2 中部          | -.04             |        |      |                    |
|              | 3 南部          | .04              |        |      |                    |
| 金馬澎<br>離島魅力  | 1 北部          | .09              | 4.160  | .016 | 南 > 中              |
|              | 2 中部          | -.14             |        |      |                    |
|              | 3 南部          | .18              |        |      |                    |
| 台南高雄<br>南都夜曲 | 1 北部          | -.14             | 3.436  | .033 | 南 > 北              |
|              | 2 中部          | -.02             |        |      |                    |
|              | 3 南部          | .02              |        |      |                    |
| 北部<br>繁華都會   | 1 北部          | -.25             | 5.856  | .003 | 中 > 北              |
|              | 2 中部          | .13              |        |      |                    |
|              | 3 南部          | -.01             |        |      |                    |
| 中彰<br>鬧中取靜   | 1 北部          | .35              | 14.386 | .000 | 北 > 中<br>南 > 中     |
|              | 2 中部          | -.23             |        |      |                    |
|              | 3 南部          | .11              |        |      |                    |
| 宜花東屏<br>樂活閒適 | 1 北部          | -.13             | 3.144  | .044 |                    |
|              | 2 中部          | .12              |        |      |                    |
|              | 3 南部          | -.11             |        |      |                    |

註：北部  $n = 102$ ，中部  $n = 201$ ，南部  $n = 104$ ，總  $N = 407$ 。

<sup>a</sup> 因素分數之平均數

表 4-9 「兩天一夜」現居地與旅遊偏好對照表

| 現居地 | 旅遊偏好        |             |              |            |              |
|-----|-------------|-------------|--------------|------------|--------------|
|     | 雲嘉投<br>農村鄉野 | 金馬澎<br>離島魅力 | 台南高雄<br>南都夜曲 | 中彰<br>休閒放鬆 | 宜花東屏<br>樂活閒適 |
| 北部  | .04         | .09         | -.14         | -.25       | -.13         |
| 中部  | -.04        | -.14        | -.02         | .13        | .12          |
| 南部  | .04         | .18         | .02          | -.01       | -.11         |

## 二、 假設二：現居地會影響受測者現對各縣市旅遊偏好之空間型態

本研究之假設二為「現居地會影響受測者對各縣市旅遊偏好之空間型態」，採用多元尺度分析(MDS)進行分析，得到北、中、南部大學生對25個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的MDS二維度空間分佈圖，分別檢視北、中、南部的MDS空間型態並加以比較，藉以瞭解北、中、南部大學生對各縣市的旅遊偏好空間型態是否有差異。

依據Malhotra (1999) 檢測MDS分析結果之信度與效度的方法中，以Kruskal's S-stress 值以及R-square值兩種檢測指標最重要且具代表性，Stress之值域在0至1之間，數值越高表示分析結果的不適合度相對越高，當Stress的百分比值為0、2.5、5、10以及20時，其分析結果的適合度分別為：完美(perfect)、優異(excellent)、良好(good)、平平(fair)、以及不良(poor)五個等級；R-square (RSQ) 之值域同樣介於在0至1之間，且其數值越趨近1則表示適合度越高 (Malhotra, 1999)。本研究為了提高分析結果之信效度，在MDS中採用三維度的數值分析結果，然而，由於視覺效果之故，在解讀MDS分析結果時，僅使用第一與第二維度所構成的二維分佈圖。

### (一) 北、中、南部大學生「當日往返」旅遊偏好空間型態

#### 1. 北部大學生「當日往返」旅遊偏好空間型態

就「當日往返」而言，北部大學生旅遊偏好的三維度 MDS 分佈圖是可以被接受且相當適合的 (Stress = .0609, RSQ = .9801)。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上 (圖 4-5)，第一個維度區隔出四個區域，從右至左第一個區域內 (宜蘭縣、台北市、台北縣、基隆市、新竹市、新竹縣、桃園縣) 多為北部地區，第二個區域 (台中市、台中縣、苗栗縣) 則多為中部地區，第三個區域 (花蓮縣、高雄市、台南市、高雄縣、台南縣、南投縣、嘉義市、嘉義縣、彰化縣、雲林縣) 以南部地區占多數，第四個區域 (屏東縣、台東縣、澎湖縣、金門、馬祖) 則以東南部與離島為主，且透過各縣市偏好平均數的對照發現越往左的區域偏好值有逐漸降低的趨勢，由於本研究在北部地區的調查地點為台北縣市，因此，此現象顯示出北部大學生對台灣各縣市一日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越低。值得注意之處是，在第一維度中，花蓮縣、南投縣與彰

化縣被區隔在南部區域，至於屏東縣與台東縣則是被區隔在離島地區，此一結果已然超脫實質空間距離因素，而是受到旅遊偏好的心理距離影響。

第二個維度區隔出兩個區域，上半部為第一個區域共 14 個縣市，其中台北市、台中市、台南市、與高雄市為主要大都會區域，而宜蘭縣、南投縣、屏東縣、花蓮縣、台東縣、與澎湖縣則為觀光意象鮮明之地區，至於台北縣、台中縣、台南縣、與高雄縣則可能因為接近主要都會區之故，亦屬於此區域中；下半部為第二個區域，包含基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、嘉義縣、嘉義市、雲林縣、金門、馬祖等 11 個縣市，這些縣市大多為非都會區、或觀光意象較不鮮明的地區。

整體而言，第一維度呈現出各縣市與現居地距離的遠近；第二維度則傾向區隔出主要都會區、觀光意象鮮明的縣市與非主要都會區、觀光意象鮮明不鮮明的縣市，在同一距離帶內上半部的縣市偏好高於下半部，兩個維度將北部大學生對於台灣 25 個縣市的旅遊偏好區隔成四大部份，第一象限為距離近，加上屬都會區或觀光意象鮮明，其當日往返的旅遊偏好最高；第二象限雖屬都會區或具明顯觀光意象，然因距離較遠，旅遊偏好不若前者；第三象限距離遠、交通不便，非都會區又不具觀光意象，旅遊偏好最低；第四象限雖非都會區，亦無鮮明觀光意象，然因距離近，其「當日往返」旅遊偏好尚高。

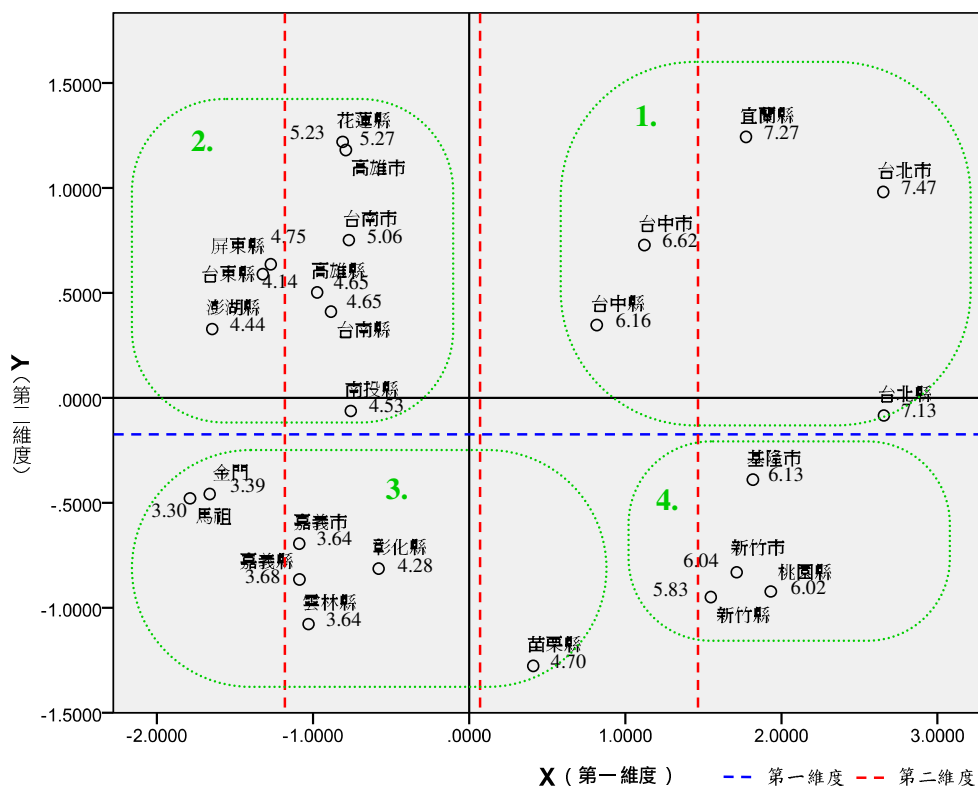


圖 4-5 北部當日往返各縣市多元尺度分析圖

## 2. 中部大學生「當日往返」旅遊偏好空間型態

中部大學生「當日往返」旅遊偏好的三維度 MDS 分佈圖是可以被接受且相當適合的 (Stress = .0421, RSQ = .9887)。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上 (圖 4-6)，第一個維度區隔出三個區域，從右至左第一個區域 (台中市、台中縣) 為中部地區，第二個區域 (台北市、台北縣、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、南投縣、彰化縣、高雄市、高雄縣、基隆市、台南縣、台南市、嘉義市、嘉義縣、雲林縣) 為北部、中部與南部地區，第三個區域 (花蓮縣、宜蘭縣、屏東縣、台東縣、澎湖縣、金門、馬祖) 則以東部與離島地區為主。透過各縣市偏好平均數的對照發現越往左的區域偏好值有逐漸降低的趨勢，由於本研究在中部地區的調查地點為台中縣市，此現象顯示出中部大學生對台灣各縣市一日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越低。值得注意之處是，在第一維度中 (空間區位與距離)，台北市與彰化縣在同一區位，甚至比新竹還接近



台中，至於基隆則與台南、高雄在同一區位，此現象顯示，對於居住在台中的大學生而言，客觀距離上，去台北、基隆與去台南、高雄的距離相當，然而，可能因為台北市的各項旅遊吸引力較大(包括大都會、交通便利等)，其在旅遊偏好的心理距離上反而較高雄、台南來得近。

第二個維度區隔出兩個區域，上半部包含大都會區(台北市、台中市、高雄市、台南市)及東部地區(花蓮縣、宜蘭縣、屏東縣、台東縣)，至於基隆市、台北縣、桃園縣、新竹市、台南縣、高雄縣，則因鄰近都會區，亦屬此區域中；下半部為第二個區域，包含非都會區(新竹縣、苗栗縣、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣)與離島地區(澎湖縣、金門、馬祖、)。若與第一維度結合來看可以發現，在第一維度的同一距離帶中，中部大學生對於落在第二維度上半部區域的縣市之旅遊偏好皆高於下半區域的縣市，第一距離帶中，對於上半部的台中市偏好高於下半部的台中縣；在第二距離帶中，上半部的縣市(台北市、台北縣、高雄市)為主要都會區，下半部的縣市(高雄縣、基隆市、台南市、台南縣、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、南投縣、彰化縣、嘉義市、嘉義縣、雲林縣)則屬非主要都會區，中部大學生在此一距離帶內對於主要都會區的當日往返旅遊偏好皆高於非主要都會區；而在第三距離帶內，對於上半部的花東地區(花蓮縣、宜蘭縣、屏東縣、台東縣)旅遊偏好則高於下半部的離島地區(澎湖縣、金門、馬祖)。

整體而言，第一維度呈現出各縣市與現居地距離的遠近；第二維度則區隔出大都會區、東部地區與非都會區、離島地區，且在同一距離帶內上半部的縣市偏好高於下半部，兩個維度將中部大學生對於台灣 25 個縣市的當日往返旅遊偏好區隔成四大部分，第一部分為主要都會區、近距離到中距離，交通較為便利，其當日往返的旅遊偏好最高；第二部份為非主要都會區、近距離到中距離，然因交通便利性不若前者，因此，旅遊偏好也低於前者；第三部份主要為距離遠、交通不便的花東地區，旅遊偏好位居第三；第四部份為距離遠、交通更為不便的離島地區，旅遊偏好最低。

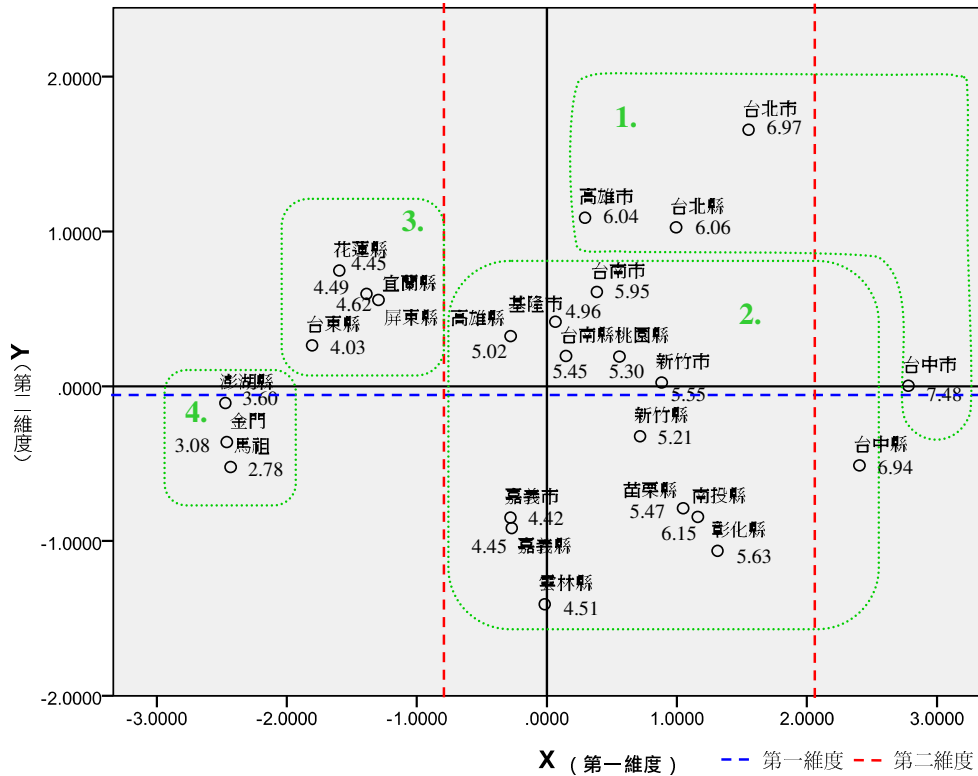


圖 4-6 中部當日往返各縣市多元尺度分析圖

### 3. 南部大學生「當日往返」旅遊偏好空間型態

南部大學生對各縣市「當日往返」旅遊偏好的三維度 MDS 分佈圖，是可以被接受且相當適合的 ( $Stress = .0441$ ,  $RSQ = .9886$ )。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上 (圖 4-7)，第一個維度區隔出四個區域，從左至右第一個區域 (高雄市、高雄縣、台南市、台南縣、屏東縣) 為南部地區，第二個區域為台中市，第三個區域 (台東縣、花蓮縣、宜蘭縣、澎湖縣、台北市、台北縣、台中縣、南投縣、嘉義縣、嘉義市、彰化縣、雲林縣、新竹市、新竹縣、桃園縣、苗栗縣) 則為北部、中部與東部地區，第四個區域 (金門、馬祖、基隆市) 則以離島為主，透過各縣市偏好平均數的對照發現越往右的區域偏好值有逐漸降低的趨勢，由於本研究在南部地區的調查地點為台南市與高雄市，因此，此現象顯示出南部大學生對台灣各縣市一日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越低。值得注意之處是，在第一維度中，嘉義縣、市被區隔在北部、中部與東部地區；台中市在區位上則比與苗栗縣、彰化縣、雲林縣與嘉義縣、市近；至於台北縣、市在區位上與台南、高雄之間的距離則呈現比桃園、新竹近。此現象而言值得

討論的是，對於居住在台南、高雄的大學生而言，客觀距離上，從南部去嘉義、雲林、彰化的距離皆比前往台中近，去桃園、新竹則比台北近，然而可能因為台中與台北都會區其各項旅遊吸引力較大(包括大都會、交通便利等)，因此，在旅遊偏好的心理距離上台中反而較彰化、雲林與嘉義來得近，台北縣、市則是比桃園及新竹近。

第二維度區隔出三個區域，上半部主要為觀光意象鮮明的地區(屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、澎湖縣、金門、馬祖)，這些縣市大多為花、東、離島；第二個區域包含主要大都會區(台北市、台中市、台南市、高雄市)，以及觀光意象鮮明的南投縣，至於台北縣、台中縣、台南縣與高雄縣則可能因為接近主要都會區之故，亦屬於此區域中；下半部為第三個區域，包含基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣等 10 個縣市，這些則多為非都會區且觀光意象較不鮮明的地區。

整體而言，第一維度呈現出距離的遠近；第二維度則區隔出觀光意象鮮明的縣市與非都會區、觀光意象鮮明不鮮明的縣市，且在同一距離帶內上半部的縣市旅遊偏好高於下半部，兩個維度將南部大學生對於台灣 25 個縣市的旅遊偏好區隔成四大部分，第一部分純粹為南部區位因素，其中的縣市包含高雄縣、市、台南縣、市、屏東縣；第二部份為跳脫南部區域之距離範圍外，可以沿第二維度明顯區隔為三個集群，自上而下分別為花東離島(台東縣、花蓮縣、宜蘭縣、澎湖縣、金門、馬祖)、大都會區(台北縣、台北市、台中市)與南投縣、非主要都會區(台中縣、嘉義縣、嘉義市、彰化縣、雲林縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、桃園縣、基隆市)。

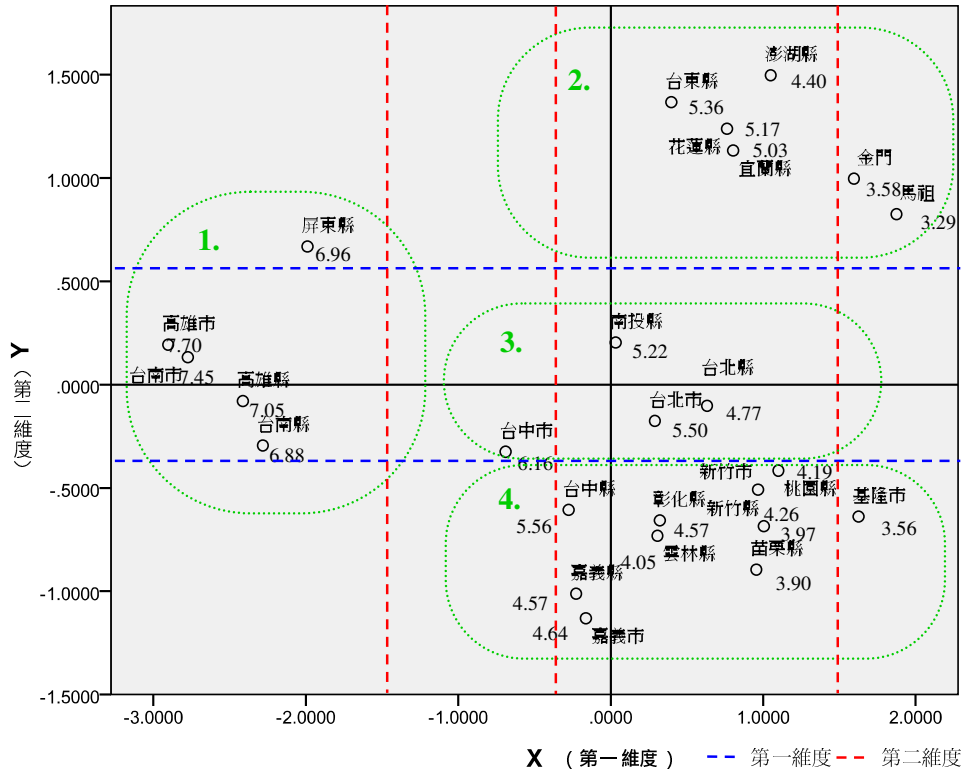


圖 4-7 南部當日往返各縣市多元尺度分析圖

## (二) 北、中、南部大學生「兩天一夜」旅遊偏好空間型態

### 1. 北部大學生「兩天一夜」旅遊偏好空間型態

就「兩天一夜」而言，北部大學生旅遊偏好的三維度 MDS 分佈圖，是可以被接受且相當適合的 ( $Stress = .0715$ ,  $RSQ = .9665$ )。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上 (圖 4-8)，第一個維度區隔出四個區域，從右至左第一個區域 (台北市、台北縣、桃園縣、基隆市、新竹市、新竹縣) 為北部地區，第二個區域 (苗栗縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣) 則為中南部地區，第三個區域 (台中市、台中縣、南投縣、宜蘭縣、高雄市、高雄縣、台南市、台南縣、金門、馬祖) 以中部及南部占多數，第四個區域 (花蓮縣、台東縣、屏東縣、澎湖縣) 則以東部為主，透過各縣市偏好平均數的對照發現越往左的區域偏好值呈逐漸升高的趨勢，由於本研究在北部地區的調查地點為台北市，因此，此現象顯示出北部大學生對台灣各縣市二日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越高。值得注意之處是，在第一維度中，宜蘭縣、金門與馬祖與中部及南部地區在同一距離帶，至於屏東縣與澎湖縣則是被區隔在花東部地區，此一結果已然超

脫實質空間距離因素，而是受到旅遊偏好的心理距離影響，此現象值得討論的是，對於居住在台北縣、市的大學生而言，在第一維度中（空間區位與距離），宜蘭縣與中部及南部都會區在同一區位，甚至比中部及南部都會區還遠離台北，至於澎湖則與花東地區在同一距離帶，雖然在客觀距離上，從台北都會區去宜蘭的距離比去中部及南部都會區近，去澎湖則比金門與馬祖近，不過，可能因為宜蘭與澎湖的各項吸引力(包括觀光意象、交通便利等)對於居住在台北的大學生而言較高，在兩天一夜旅遊偏好的心理距離上，宜蘭反而較中部、南部都會區遠，澎湖則較金門、馬祖來得遠。

第二維度區隔出兩個區域，上半部包含主要都會區（台北市、台北縣、台中縣、台中市、高雄市、高雄縣、台南市、台南縣）、北部地區（基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣）、及觀光意象鮮明之地區（南投縣、宜蘭縣、花蓮縣、屏東縣）；下半部為第二個區域，除了台東、屏東、澎湖等觀光意象明顯之地區外，主要為金門、馬祖等離島偏遠區，以及苗栗縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣等，這些縣市大多為非都會區，觀光意象較不鮮明、交通便利性低的地區。

整體而言，第一維度呈現出距離的遠近；第二維度則區隔出主要都會區、北部地區、觀光意象鮮明的縣市與非都會區、離島地區、觀光意象鮮明不鮮明的縣市，且在同一距離帶內上半部的縣市偏好高於下半部，兩個維度將北部大學生對於台灣 25 個縣市的旅遊偏好區隔成四大部份，第一象限為北部區域，因距離近，其「兩天一夜」旅遊偏好中等；第二象限為都會區及觀光意象鮮明的縣市，因距離較遠，交通便利性高，其旅遊偏好最高；第三象限為金馬離島，雖然距離遠，但交通便利性較低，因此旅遊偏好不若前者；第四象限主要為雲、嘉、及彰化、苗栗，距離不夠遠，既非都會區，觀光意象又不鮮明，加上交通便利性低，其「兩天一夜」旅遊偏好最低。

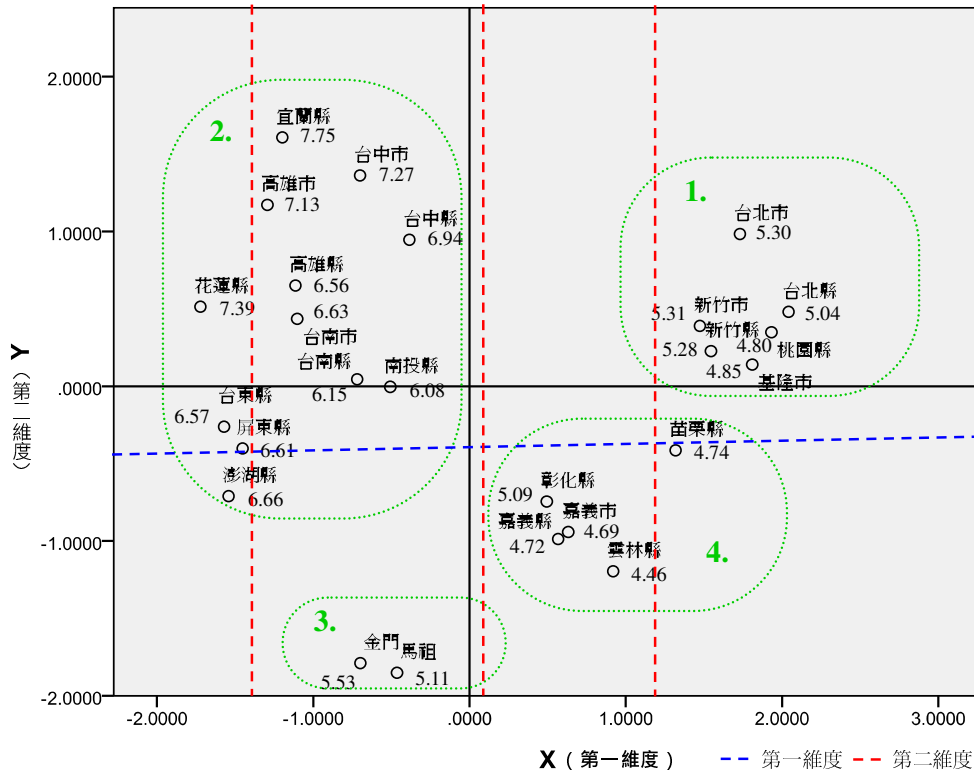


圖 4-8 北部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖

## 2. 中部大學生「兩天一夜」旅遊偏好空間型態

中部大學生兩天一夜旅遊偏好三維度的 MDS 分佈圖，是可以被接受且相當適合的 (Stress = .0888, RSQ = .9466)。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上(圖 4-9)，第一個維度區隔出四個區域，從右至左第一個區域(台中市、台中縣、苗栗縣、彰化縣)為中部地區，第二個區域(桃園縣、新竹縣、基隆市、新竹市、嘉義市、雲林縣、台南縣、南投縣、嘉義縣、台北市、台北縣、高雄市、台南市、高雄縣)則多為北部及南部地區，第三個區域(金門、馬祖)為離島地區，第四個區域(屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、澎湖縣)則以東部地區占多數，透過各縣市偏好平均數的對照發現越往左的區域偏好值呈逐漸升高的趨勢，由於本研究在中部地區的調查地點為台中縣、市，因此，此現象顯示出中部大學生對台灣各縣市二日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越高。值得注意之處是，在第一維度中，南投縣被區隔在北部及南部地區；澎湖縣則較金門與馬祖來得遠，而與東部地區在一起，此一結果已然超脫實質空間距離因素，而是受到旅遊偏好的心理距離影響，就此現象而言值得討論的是，對於居住在台中

的大學生而言，客觀距離上，去南投的距離比基隆、桃園近，與台北相當，然而，可能因為南投縣幅員較廣，主要的觀光吸引力在日月潭與中橫霧社支線，且各項旅遊吸引力較大(包括觀光意象、交通便利等)，因此，其在旅遊偏好的心理距離上反而較基隆、桃園來得遠；澎湖在客觀距離上則是比金門、馬祖來的近，然而，可能因為澎湖觀光意象比金馬地區鮮明，因此，其在旅遊偏好的心理距離上反而較金門與馬祖來得遠。

第二維度區隔出三個區域，最上方為台北都會區及高雄都會區，中間區域則包含中南部都會區(台中縣、市、台南縣、市、與高雄縣)、北部地區(基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣)、與觀光意象鮮明之地區(南投縣、宜蘭縣、花蓮縣、屏東縣、台東縣、澎湖縣)及苗栗縣；最下方為第三區域，包含觀光意象較不鮮明、交通便利性低的地區(彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣)及離島地區(金門、馬祖)。

整體而言，第一維度呈現出距離的遠近；第二維度則呈現出北、高都會區與觀光意象鮮明不鮮明、交通便利性低的縣市，且在同一距離帶中，上方的縣市旅遊偏好高於中間區域，中間區域又高於下方區域，兩個維度將中部大學生對於台灣 25 個縣市的旅遊偏好區隔成四大部分，第一部分為「北、高都會區」，距離遠，交通便利性高，因此，其「兩天一夜」旅遊偏好最高；第二部份為觀光意象鮮明且距離遠之地區，旅遊偏好低於前者；第三部份包含台中都會區，和距離不夠遠或是觀光意象不夠鮮明的縣市，其兩天一夜旅遊偏好低於前二者；第四部份為金、馬離島，距離遠，交通便利性低，因此，旅遊偏好低於前三者；第五部份為雲、嘉、彰化等非主要都會區，觀光意象不鮮明、交通便利性低，更因距離近，其「兩天一夜」旅遊偏好最低。

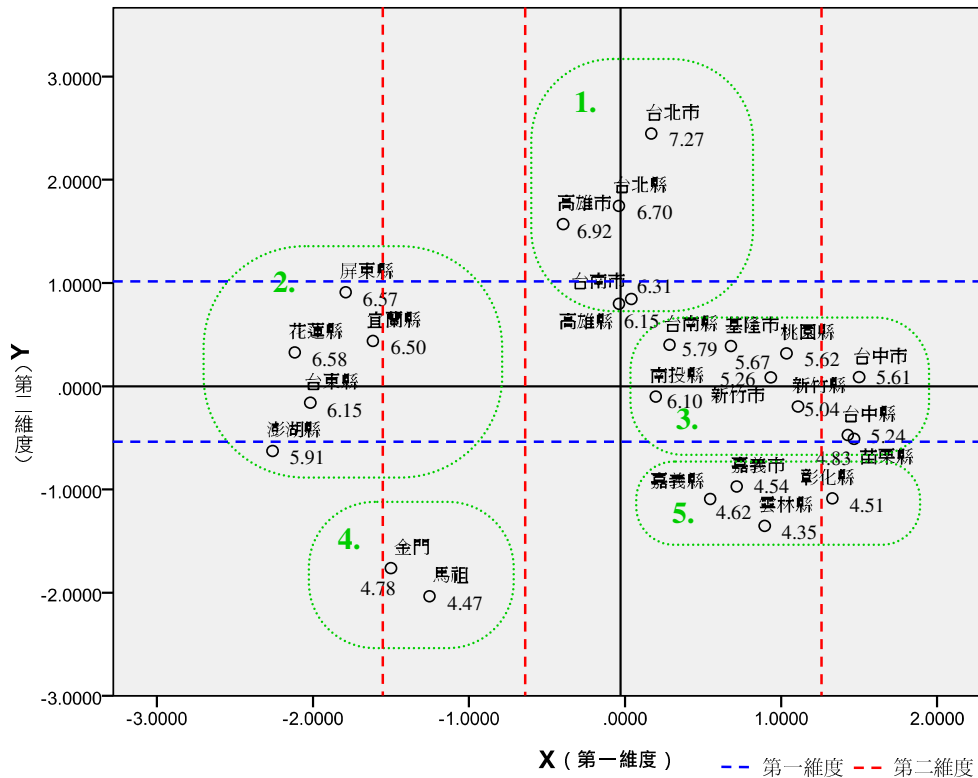


圖 4-9 中部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖

### 3. 南部大學生「兩天一夜」旅遊偏好空間型態

南部大學生旅遊偏好的三維度 MDS 分佈圖是可以被接受且相當適合的 (Stress = .0873, RSQ = .9393)。從第一與第二維度組成的圖面所呈現之旅遊偏好空間型態上 (圖 4-10)，第一個維度區隔出兩個區域，右邊為第一個區域 (台北縣、台北市、基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、台中市、台中縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、台南縣、台南市、高雄市、高雄縣) 為都會區、非都會區與觀光意象低的地區，左側第二個區域 (宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、屏東縣、南投縣、澎湖縣、金門、馬祖) 則以觀光意象高及離島地區為主。

第二個維度區隔出兩個區域，上半部包含北部地區 (基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣、台北縣、台北市)、中部地區 (苗栗縣、彰化縣、台中縣、台中市、) 及觀光意象鮮明之地區 (南投縣、宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、屏東縣)；下半部為第二個區域，主要為南部及離島地區。透過各縣市偏好平均數的對照，發現南部大學生的旅遊偏好值亦是呈現距離越遠的地區，偏好值有逐漸升高的趨勢，由於本研究在南



部地區的調查地點為台南市與高雄市，因此，此現象顯示出南部大學生對台灣各縣市二日遊的旅遊偏好具有空間區位與距離效果，整體而言，距離越遠，偏好越高。值得注意之處是，在第二維度中(空間區位與距離)，台北縣、市的區位較基隆市遠，台中縣、市的區位亦比基隆市遠；屏東與澎湖的區位則是較金門、馬祖遠。此一結果已然超脫實質空間距離因素，而是受到旅遊偏好的心理距離影響，就此現象而言有以下幾點值得討論，第一，對於居住在台南、高雄的大學生而言，客觀距離上，去基隆市比去台北與台中來的遠，然而可能因為台北與台中的各項旅遊吸引力較大(包括大都會區、交通便利等)，因此其在旅遊偏好的心理距離上反而較基隆市來得遠；第二，在客觀距離上，南部大學生去屏東與澎湖比去金門、馬祖近，然而可能因為屏東與澎湖的觀光意象明顯且吸引力較大，因此其在旅遊偏好的心理距離上反而金門、馬祖來得遠。

整體而言，第一維度呈現出都會、非都會、觀光意象不鮮明的縣市與離島地區、觀光意象鮮明鮮明的縣市；第二維度則呈現出距離的遠近，且同一距離帶內上半部的縣市偏好高於下半部，兩個維度將南部大學生對於台灣 25 個縣市的旅遊偏好區隔成四個象限，第一部份為台北、台中的都會區與非都會區，距離遠，因此，其「兩天一夜」旅遊偏好為高；第二部份為觀光意象鮮明、距離遠，因此，其旅遊偏好最高；第三部份為南部都會區與離島地區，因其距離不夠遠，旅遊偏好中等；第四部份為非都會區，然因觀光意象不鮮明且距離近，其「兩天一夜」旅遊偏好最低。

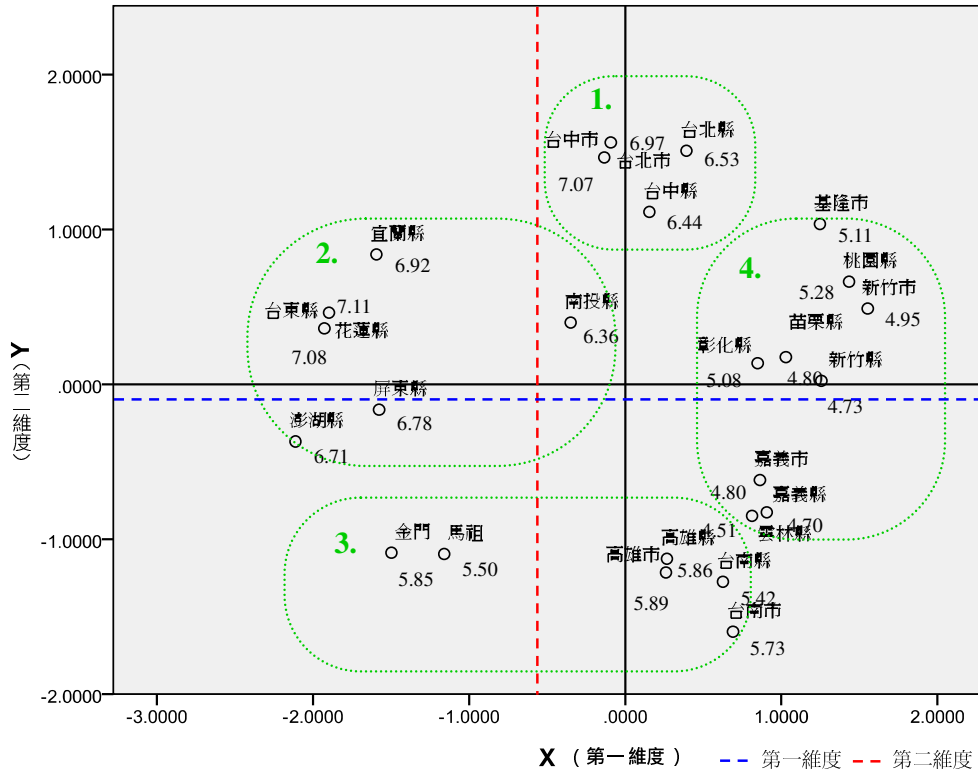


圖 4-10 南部兩天一夜各縣市多元尺度分析圖

經由上述分析整體而言，北、中、南部大學生在「當日往返」的旅遊偏好空間型態上（表 4-10），相同點在第一維度中，北、中、南部大學生皆具有空間區位與距離效果，因此，在旅遊偏好上會優先考慮到距離的遠近，而偏好前往近距離的地區，亦即，具有明顯的「離家範圍效果」(home range effect)。相異點則是在第二維度中看出北部與南部大學生除了考量距離因素外還會受到觀光意象的因素影響，偏好前往近距離且觀光意象較鮮明的區域；中部大學生則是除了距離因素外，還受到都會吸引力的因素影響，偏好前往屬於主要都會區的區域。

旅遊天數為「兩天一夜」時，北、中、南部大學生的旅遊偏好空間型態在第一維度中，相同點在北部及中部大學生皆具有空間區位與距離效果，因此，皆會優先考慮到距離的遠近，而偏好前往距離較遠的地區，亦即，具有明顯的「逃離」(escape) 效果，相異點則是南部大學生將第一維度明顯區隔出都會、非都會區與觀光意象鮮明的地區兩大部分，旅遊偏好前往都會區及觀光意象鮮明的地區；第二維度中，相同點在北部及中部大學生除了考量距離因素外，還會受到觀光意象與交通便利性的

影響，偏好前往遠距離、觀光意象與交通便利性高的區域，而相異點則是南部大學生則是除了考慮到距離的遠近，亦具有明顯的「逃離」(escape)效果，偏好前往距離較遠的地區。

表 4-10 北中南部大學生「當日往返」、「兩天一夜」集群彙整比較表(1)

|      | 北部                                                                                                                                                                                                                       | 中部                                                                                                                                                                                                                                                       | 南部                                                                                                                                                                                  | 相同點                                                                                                   | 相異點                                                                                                                             |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 當日往返 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 距離近<br/>都會區<br/>觀光意象鮮明</li> <li>2. 距離較遠<br/>都會區<br/>具明顯觀光意象</li> <li>3. 距離遠<br/>交通不便<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明</li> <li>4. 距離近<br/>非都會區<br/>無鮮明觀光意象</li> </ol>                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 北部區域<br/>距離近</li> <li>2. 都會區<br/>觀光意象鮮明的縣市<br/>距離較遠<br/>交通便利性高</li> <li>3. 金馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性較低</li> <li>4. 雲、嘉、彰化、苗栗<br/>距離不夠遠<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低</li> </ol>                                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 南部區位因素</li> <li>2. 花東離島</li> <li>3. 大都會區<br/>南投縣</li> <li>4. 非主要都會區</li> </ol>                                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 考量距離因素。</li> <li>2. 「離家範圍效果」(home range effect)。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 北部與南部大學生偏好前往近距離且觀光意象較鮮明的區域。</li> <li>2. 中部大學生偏好前往屬於主要都會區的區域。</li> </ol>               |
| 兩天一夜 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 北部區域<br/>距離近</li> <li>2. 都會區<br/>觀光意象鮮明的縣市<br/>距離較遠<br/>交通便利性高</li> <li>3. 金馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性較低</li> <li>4. 雲、嘉、彰化、苗栗<br/>距離不夠遠<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「北、高都會區」<br/>距離遠<br/>交通便利性高</li> <li>2. 觀光意象鮮明<br/>距離遠之地區</li> <li>3. 台中都會區<br/>距離不夠遠<br/>觀光意象不夠鮮明的縣市</li> <li>4. 金、馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性低</li> <li>5. 雲、嘉、彰化等非主要都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低<br/>距離近</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台北、台中都會區<br/>非都會區<br/>距離遠</li> <li>2. 觀光意象鮮明<br/>距離遠</li> <li>3. 南部都會區<br/>離島地區<br/>距離不夠遠</li> <li>4. 非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>距離近</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 考量距離因素。</li> <li>2. 「逃離」(escape)效果。</li> </ol>              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 南部大學生的旅遊偏好前往遠距離、都會區及觀光意象鮮明的地區。</li> <li>2. 北部及中部大學生偏好前往遠距離、觀光意象與交通便利性高的區域。</li> </ol> |

### 三、 假設三：旅遊天數會影響大學生對各縣市旅遊的偏好

本研究之假設三為「旅遊天數會影響大學生對各縣市旅遊的偏好」，採用成對樣本  $t$  檢定分析進行假設檢定，以受訪者對 25 個縣市「當日往返」及「兩天一夜」之旅遊偏好值為成對資料，藉以瞭解旅遊天數不同時，大學生對於各縣市的旅遊偏好是否有差異。

經由成對樣本  $t$  檢定分析結果，大學生對於旅遊天數為「當日往返」與「兩天一夜」的旅遊偏好中在 16 個縣市呈現顯著的差異（表 4-11），而差異顯著的縣市（ $p < .001$ ）分別為台中市（ $M$  分別為 6.93 與 6.37）、南投縣（ $M$  分別為 5.51 與 6.16）、嘉義縣（ $M$  分別為 4.27 與 4.66）、高雄縣（ $M$  分別為 5.45 與 6.18）、屏東縣（ $M$  分別為 5.25 與 6.63）、宜蘭縣（ $M$  分別為 5.33 與 6.92）、花蓮縣（ $M$  分別為 4.83 與 6.91）、台東縣（ $M$  分別為 4.47 與 6.50）與外島地區的澎湖縣（ $M$  分別為 3.94 與 6.30）、金門（ $M$  分別為 3.29 與 5.24）以及馬祖（ $M$  分別為 3.04 與 4.89），其次為（ $p < .01$ ）基隆市（ $M$  分別為 4.89 與 5.32）、台中縣（ $M$  分別為 6.39 與 5.98）、嘉義市（ $M$  分別為 4.29 與 4.64）及高雄市（ $M$  分別為 6.27 與 6.71），再次為（ $p < .05$ ）雲林縣（ $M$  分別為 4.17 與 4.42）。由「當日往返」及「兩天一夜」平均數差異之分析結果，可看出四種趨勢來加以說明之。

第一種趨勢為最不顯著的北部地區（基隆市、台北縣市、桃園縣、新竹縣市、苗栗縣），旅遊天數由「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生對於北部各縣市的旅遊偏好除基隆市有顯著提升外，其他縣市皆未顯著改變。第二種則是部分顯著的中部地區（台中縣市、彰化縣、南投縣、雲林縣），旅遊天數由「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生僅對南投縣與雲林縣的旅遊偏好有顯著的提升，對彰化縣的旅遊偏好提升幅度則不顯著；較特殊的現象是，大學生對於台中縣、市「兩天一夜」的旅遊目的地偏好顯著低於「當日往返」的旅遊偏好。第三種是多為顯著的南部地區（嘉義縣市、台南縣市、高雄縣市、屏東縣），旅遊天數由「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生對於南部各縣市的旅遊偏好皆呈現顯著的提升，僅有台南縣、市的提升幅度不顯著。第四種則是最顯著的東部地區及離島地區（宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、澎湖縣、金門、馬祖），旅遊天數從「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生對東部、離島的旅遊偏好皆呈現顯著的提升。

當旅遊天數由「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生對於台中市與台中縣的旅遊偏好則是呈現降低的趨勢，此現象可能是因為中部樣本數（ $n = 201$ ）偏高所致，當中部樣本數降低至與北部及南部樣本數相當時，大學生對台中市與台中縣當日往返與兩天一夜的旅遊偏好則無顯著差異（表 4-12），基隆市則從顯著轉為不顯著（表 4-13）。

表 4-11 受訪者對各縣市「當日往返」與「兩天一夜」旅遊偏好成對樣本  $t$  檢定表

| 縣市  | 當日往返 |      | 兩天一夜 |      | $t$ 值   | $P$ 值   |
|-----|------|------|------|------|---------|---------|
|     | 平均數  | 標準差  | 平均數  | 標準差  |         |         |
| 基隆市 | 4.89 | 2.78 | 5.32 | 2.73 | -2.941  | .003**  |
| 台北市 | 6.72 | 2.87 | 6.72 | 2.93 | -.031   | .976    |
| 台北縣 | 6.00 | 2.78 | 6.24 | 2.86 | -1.438  | .151    |
| 桃園縣 | 5.20 | 2.59 | 5.33 | 2.59 | -.975   | .330    |
| 新竹市 | 5.34 | 2.51 | 5.20 | 2.46 | 1.212   | .226    |
| 新竹縣 | 5.05 | 2.47 | 5.02 | 2.40 | .224    | .823    |
| 苗栗縣 | 4.88 | 2.50 | 4.80 | 2.48 | .629    | .530    |
| 台中市 | 6.93 | 2.48 | 6.37 | 2.76 | 3.560   | .000*** |
| 台中縣 | 6.39 | 2.51 | 5.98 | 2.69 | 2.739   | .006**  |
| 彰化縣 | 5.02 | 2.47 | 4.80 | 2.37 | 1.686   | .092    |
| 南投縣 | 5.51 | 2.66 | 6.16 | 2.63 | -4.779  | .000*** |
| 雲林縣 | 4.17 | 2.40 | 4.42 | 2.38 | -2.259  | .024*   |
| 嘉義市 | 4.29 | 2.35 | 4.64 | 2.34 | -3.195  | .002**  |
| 嘉義縣 | 4.27 | 2.36 | 4.66 | 2.40 | -3.552  | .000*** |
| 台南市 | 6.11 | 2.69 | 6.24 | 2.62 | -.882   | .378    |
| 台南縣 | 5.62 | 2.63 | 5.78 | 2.50 | -1.181  | .238    |
| 高雄市 | 6.27 | 2.86 | 6.71 | 2.68 | -2.830  | .005**  |
| 高雄縣 | 5.45 | 2.82 | 6.18 | 2.67 | -4.779  | .000*** |
| 屏東縣 | 5.25 | 3.09 | 6.63 | 2.90 | -8.793  | .000*** |
| 宜蘭縣 | 5.33 | 3.07 | 6.92 | 2.66 | -11.13  | .000*** |
| 花蓮縣 | 4.83 | 3.14 | 6.91 | 2.80 | -13.191 | .000*** |
| 台東縣 | 4.47 | 3.06 | 6.50 | 2.90 | -13.419 | .000*** |
| 澎湖縣 | 3.94 | 3.27 | 6.30 | 3.17 | -15.346 | .000*** |
| 金門  | 3.29 | 2.85 | 5.24 | 3.19 | -13.476 | .000*** |
| 馬祖  | 3.04 | 2.65 | 4.89 | 3.06 | -13.327 | .000*** |

註：\*  $p < .05$ ，\*\*  $p < .01$ ，\*\*\*  $p < .001$

表 4-12 樣本數調整後統計數據表

|     | N = 407<br>(北 n=102 , 中 n=201 , 南 n=104 ) |       |       |      | N = 309<br>(北 n=102 , 中 n=103 南 , n=104 ) |       |       |      |
|-----|-------------------------------------------|-------|-------|------|-------------------------------------------|-------|-------|------|
|     | 平均數                                       | 標準差   | t 值   | p 值  | 平均數                                       | 標準差   | t 值   | p 值  |
| 台中市 | .555                                      | 3.147 | 3.560 | .000 | .217                                      | 3.057 | 1.247 | .213 |
| 台中縣 | .413                                      | 3.040 | 2.739 | .006 | .071                                      | 2.936 | .046  | .670 |

表 4-13 樣本數調整後比較表

| 縣市  | N = 407<br>(北 n=102 , 中 n=201 , 南 n=104 ) |         | N = 309<br>(北 n=102 , 中 n=103 南 , n=104 ) |         |
|-----|-------------------------------------------|---------|-------------------------------------------|---------|
|     | t 值                                       | P 值     | t 值                                       | P 值     |
| 基隆市 | -2.941                                    | .003**  | -1.588                                    | .113    |
| 台北市 | -.031                                     | .976    | .929                                      | .354    |
| 台北縣 | -1.438                                    | .151    | -.177                                     | .859    |
| 桃園縣 | -.975                                     | .330    | -.241                                     | .810    |
| 新竹市 | 1.212                                     | .226    | 1.309                                     | .192    |
| 新竹縣 | .224                                      | .823    | .665                                      | .506    |
| 苗栗縣 | .629                                      | .530    | -.043                                     | .966    |
| 台中市 | 3.560                                     | .000*** | 1.247                                     | .213    |
| 台中縣 | 2.739                                     | .006**  | .426                                      | .670    |
| 彰化縣 | 1.686                                     | .092    | -.467                                     | .641    |
| 南投縣 | -4.779                                    | .000*** | -5.133                                    | .000*** |
| 雲林縣 | -2.259                                    | .024*   | -2.384                                    | .018*   |
| 嘉義市 | -3.195                                    | .002**  | -3.177                                    | .002**  |
| 嘉義縣 | -3.552                                    | .000*** | -3.848                                    | .000*** |
| 台南市 | -.882                                     | .378    | -.918                                     | .359    |
| 台南縣 | -1.181                                    | .238    | -1.110                                    | .268    |
| 高雄市 | -2.830                                    | .005**  | -1.977                                    | .049**  |
| 高雄縣 | -4.779                                    | .000*** | -3.888                                    | .000*** |
| 屏東縣 | -8.793                                    | .000*** | -7.072                                    | .000*** |
| 宜蘭縣 | -11.13                                    | .000*** | -8.989                                    | .000*** |
| 花蓮縣 | -13.191                                   | .000*** | -11.323                                   | .000*** |
| 台東縣 | -13.419                                   | .000*** | -11.760                                   | .000*** |
| 澎湖縣 | -15.346                                   | .000*** | -13.473                                   | .000*** |
| 金門  | -13.476                                   | .000*** | -11.740                                   | .000*** |
| 馬祖  | -13.327                                   | .000*** | -11.341                                   | .000*** |

註：\*  $p < .05$  , \*\*  $p < .01$  , \*\*\*  $p < .001$

#### 四、 假設四：旅遊天數會影響受測者對各縣市旅遊偏好之空間型態

本研究之假設四為「旅遊天數不同會影響受測者對各縣市旅遊偏好之空間型態」，採用多元尺度（MDS）分析，得到北、中、南部大學生對25個縣市「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的MDS二維度空間分佈圖，接續檢視北、中、南部大學生「當日往返」及「兩天一夜」的MDS空間型態並加以比較，藉以瞭解北、中、南部大學生「當日往返」及「兩天一夜」的旅遊偏好空間型態是否有差異。

##### （一）北部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好空間型態之比較

比較北部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好呈現的MDS分佈圖（圖4-11），從第一個維度中，北部大學生在旅遊天數的改變下，第一個維度皆呈現出地理空間區位與距離因素，然而其效果卻不同，當日往返之距離呈現「離家範圍」效果，亦即，對於距離居住地較近之縣市旅遊偏好較高；反觀兩天一夜，其距離則呈現出「逃離」效果，對於離居住地較遠之縣市旅遊偏好較高；第二維度中，北部大學生無論是「當日往返」或「兩天一夜」旅遊天數中，皆以都會區或觀光意象鮮明的地區為首要考量。相異點則在第二維度中，旅遊天數為「當日往返」時會受到都會區與觀光意象鮮明的影響，到「兩天一夜」時更會受到交通便利性等因素影響，此現象可瞭解旅遊天數為「當日往返」時，從MDS的分佈可看出北部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好上的心理距離，並礙於時間短促的情況，其旅遊偏好會受限於距離的因素而選擇離距離較近的都會區或觀光意象鮮明的地區，當旅遊天數拉長至「兩天一夜」時，則可看出北部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好心理距離的改變，其旅遊偏好則轉變為偏好往前距離較遠的地區且為都會區或觀光意象鮮明的地區，但在距離較遠的地區中則又會受限於交通便利性因素而偏好交通便利性高的地區。值得注意之處是，第一，嘉義縣、市、雲林縣與彰化縣無論是在「當日往返」或「兩天一夜」，皆群聚為一個集群，金門與馬祖亦是如此，此現象對照旅遊偏好平均數顯示，上述的縣市在北部大學生心中皆屬於非都會區，觀光意象不鮮明、交通便利性低的地區，因此較不受到青睞；第二，宜蘭縣及台中縣、市在「當日往返」時，北部大學生將其區隔在距離近，都會區或觀光鮮明的區域，到了「兩天一夜」時，則轉為被區隔在距離遠，觀光意象鮮明，交通便利性高的區域，其無論在何種旅遊天數中，旅遊偏好皆為最高，此現象說明，宜蘭及台中對於北部大學生旅遊偏



好的心理距離而言，同時兼具「離家範圍」及「逃離」的效果。

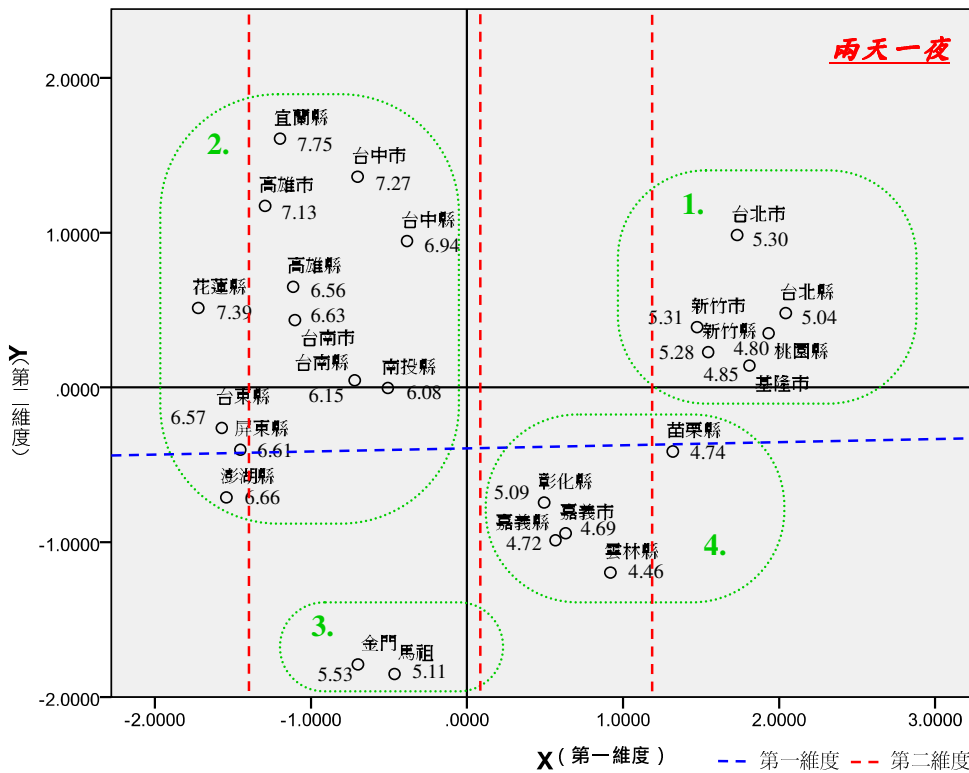
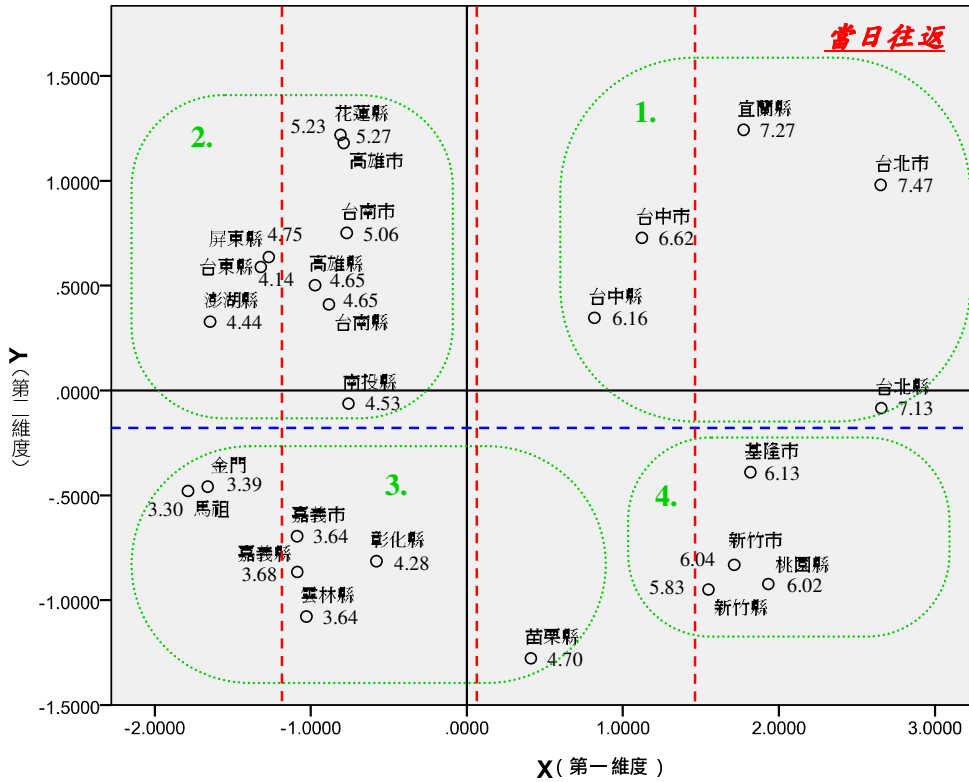


圖 4-11 北部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖

## (二) 中部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好的空間型態之比較

比較中部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好呈現的 MDS 分佈圖(圖 4-12)，從第一個維度中，中部大學生在旅遊天數的改變下，第一個維度皆呈現出地理空間區位與距離因素，然而其效果卻不同，當日往返之距離呈現「離家範圍」效果，亦即，對於距離居住地較近之縣市旅遊偏好較高；反觀兩天一夜，其距離則呈現出「逃離」效果，對於離居住地較遠之縣市旅遊偏好較高；第二維度中，中部大學生無論是「當日往返」或「兩天一夜」旅遊天數中，皆以都會區為首要考量。相異點則在第二維度中，旅遊天數為「當日往返」時會受到是否為主要都會區域的影響，到「兩天一夜」時更會受到觀光意象，交通便利性等因素影響，此現象可瞭解旅遊天數為「當日往返」時，從 MDS 的分佈可看出中部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好上的心理距離，而其旅遊偏好會受限於距離的因素而選擇離距離較近的主要都會地區，而「兩天一夜」時，則可看出中部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好心理距離的改變，並發現其旅遊偏好則轉變為偏好往前距離較遠的地區且為都會區或觀光意象鮮明的地區，但在距離較遠的地區中則又會受限於交通便利性等因素，偏好交通便利性高的地區。值得注意之處是，第一，彰化縣、南投縣、苗栗縣在「當日往返」的第一維度中在同一區位，澎湖縣、金門與馬祖亦是如此，到了「兩天一夜」時，彰化縣則轉為與嘉義縣、嘉義市、雲林縣為同一區位，金門、馬祖則與澎湖縣分開在同一區位，此現象對照旅遊偏好平均數顯示，中部大學生在「當日往返」確實受到了「離家範圍」效果的影響，而選擇前往距離近的地區，因此，彰化縣、南投縣、苗栗縣被區隔為同一區位，且旅遊偏好尚高，而澎湖縣、金門與馬祖則是因為距離遠而被區隔在同一區位，而旅遊偏好最低，在「兩天一夜」時則是受到「逃離」效果的影響，因此，彰化縣則轉為與嘉義縣、嘉義市、雲林縣為同一區位，而金門與馬祖則自成一個區位，值得討論是，這兩個集群在「當日往返」及「兩天一夜」的旅遊偏好皆低，此現象說明，這些地區對中部大學生而言，屬非都會區、觀光意象不鮮明等，因此較不受到青睞。第二，台北縣、市與高雄市在「當日往返」時，中部大學生將其區隔在主要都會區、近距離到中距離，交通較為便利的區域，到了「兩天一夜」時，則轉為被區隔在「北、高都會區」，距離遠，交通便利性高的區域，並且無論在何種旅遊天數中，旅遊偏好皆為最高，此現象說明，台北縣、市與高雄市對於中部大學生旅遊偏好的心理距離而言，同時兼具「離家範圍」及「逃離」的效果。

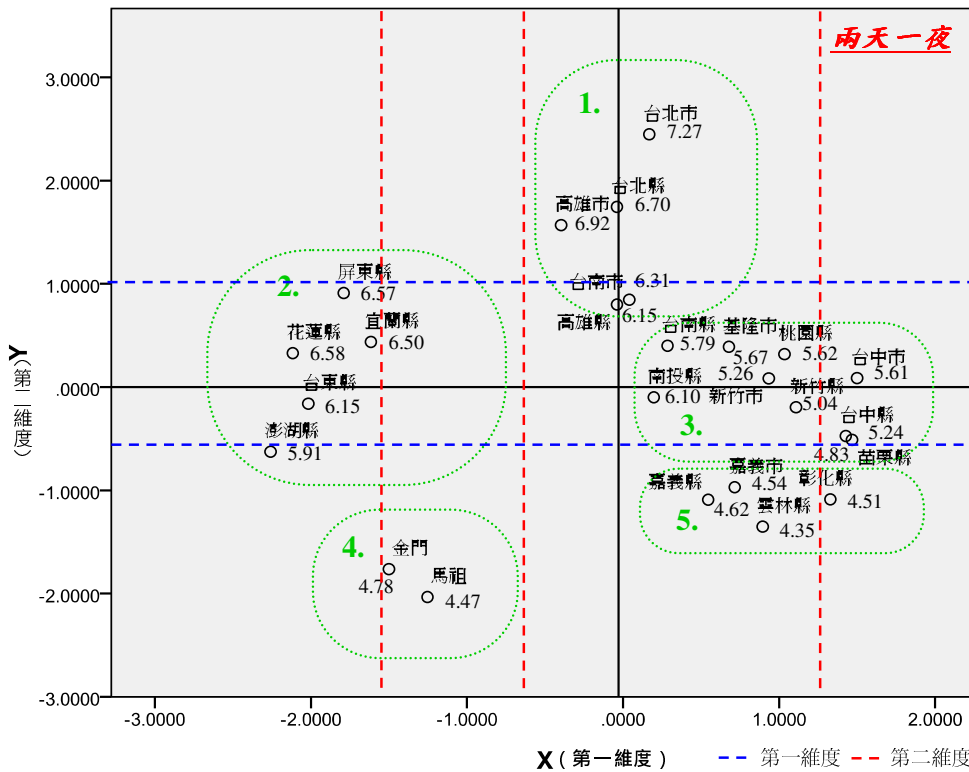
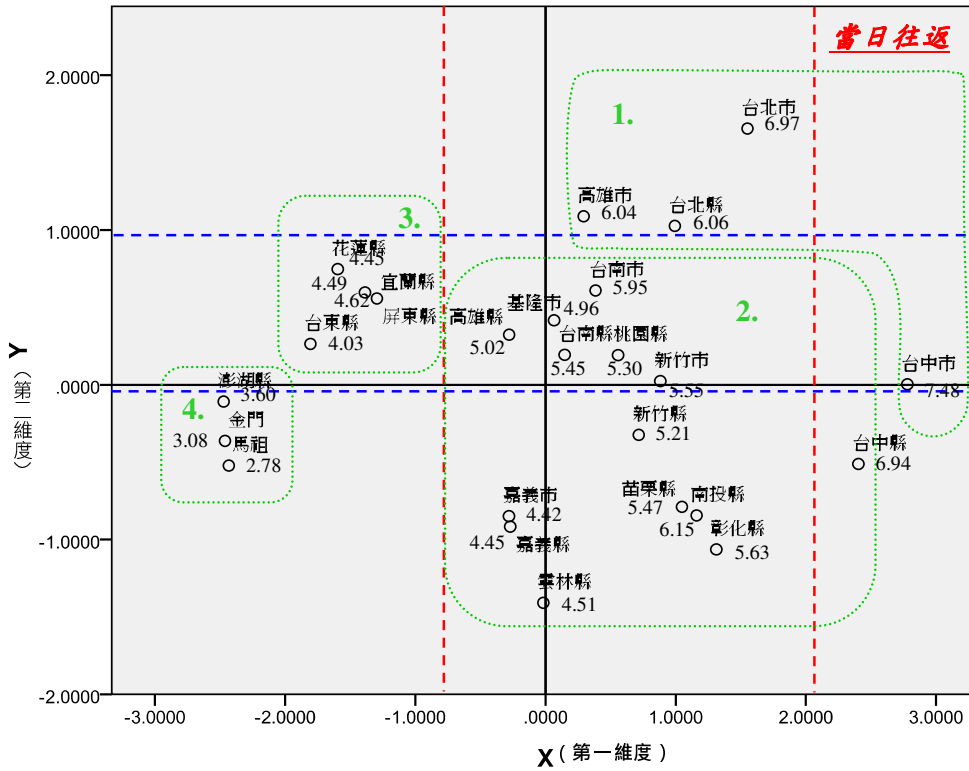


圖 4-12 中部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖

### (三) 南部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好空間型態之比較

進一步比較南部大學生「當日往返」及「兩天一夜」旅遊偏好呈現的 MDS 分佈圖(圖 4-13)，從第一個維度中，南部大學生在旅遊天數的改變下，「當日往返」呈現出地理空間區位與距離因素，具有「離家範圍」效果，亦即，對於距離居住地較近之縣市旅遊偏好較高，「兩天一夜」則是呈現都會、非都會區與觀光意象鮮明的地區；第二維度中，南部大學生「當日往返」呈現都會、非都會與光觀意象區，「兩天一夜」時則呈現出地理空間區位與距離因素，具有「逃離」效果，亦即，對於離居住地較遠之縣市旅遊偏好較高。且從第二維度中，南部大學生無論是「當日往返」或「兩天一夜」旅遊天數中，皆以都會區為首要考量。異同點則在第二維度中，旅遊天數為「兩天一夜」時更會受到觀光意象的因素影響，此現象可瞭解旅遊天數為「當日往返」時，可看出南部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好心理距離的改變，並發現其旅遊偏好則轉變為偏好往前距離較遠的都會區或觀光意象鮮明的地區，而「兩天一夜」時，從 MDS 的分佈可看出南部大學生對於台灣地理區位旅遊偏好上心理距離，而其旅遊偏好會受限於距離的因素而選擇離距離較遠的都會區及觀光意象鮮明的地區。值得注意之處是，台中市在「當日往返」的第一維度中獨立成為一個區域，屏東縣則與台南、高雄區隔為同一區位，到了「兩天一夜」時，台中市轉為與都會區、觀光意象鮮明的台北同一區位，屏東則與澎湖是與觀光意象鮮明的東部地區為同一區位，此現象對照旅遊偏好平均數顯示，台中市、屏東縣對於南部大學生在「當日往返」的「離家範圍」效果中，在距離上是可被接受的且偏好較高，而到了「兩天一夜」時，亦可因「逃離」效果的影響，而被區隔在距離遠、都會區或觀光意象鮮明的地區。此現象說明，台中市、屏東縣對南部大學生而言，無論旅遊天數的長短，皆是具有都會區或觀光意象鮮明的高吸引力，而受到青睞。

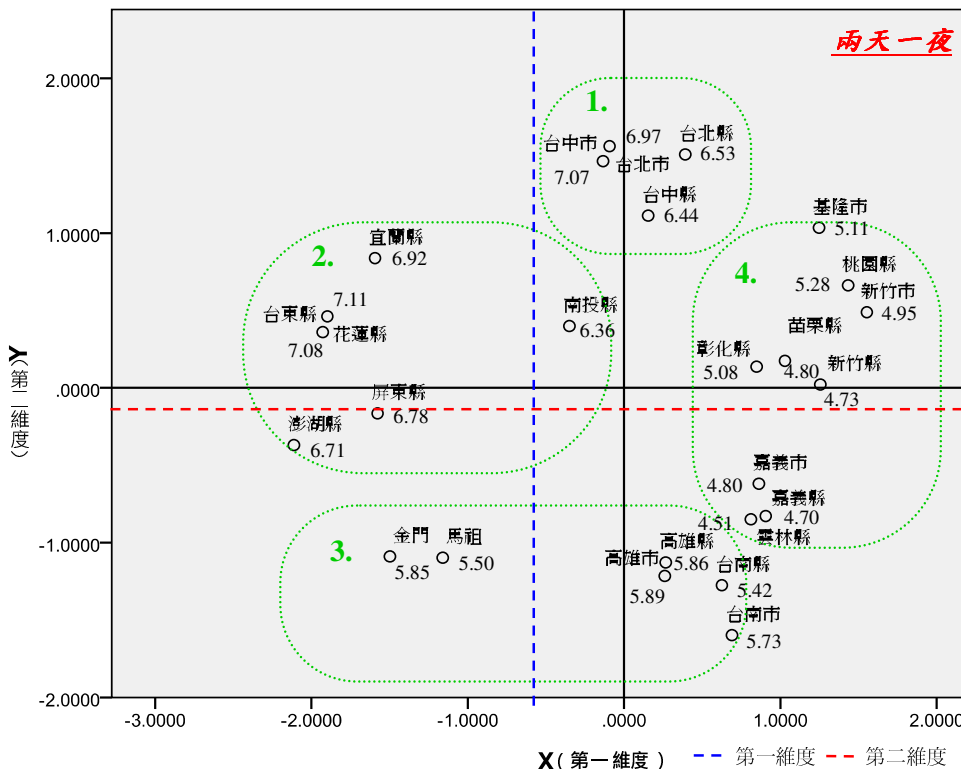
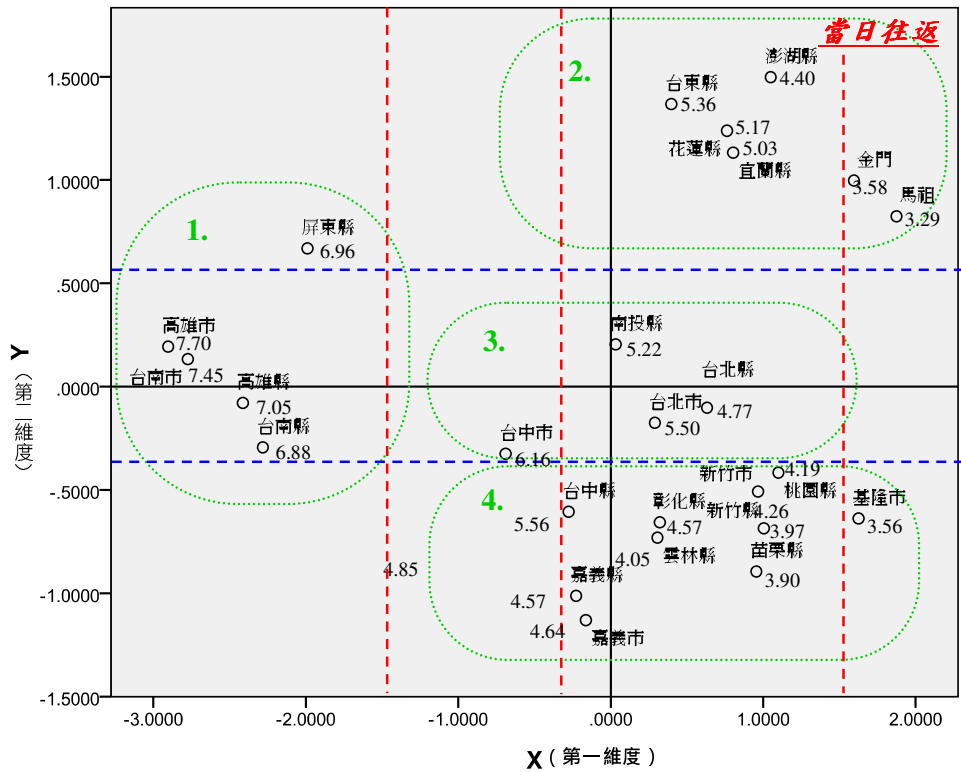


圖 4-13 南部「當日往返」與「兩天一夜」多元尺度比較圖

經由上述分整體而言，旅遊天數會影響大學生對台灣 25 個縣市旅遊偏好之空間型態（表 4-14），在旅遊偏好之空間型態上，不論是「當日往返」或「兩天一夜」，在第一維度中雖然都是呈現空間區位與距離的因素，然而其對旅遊偏好的影響效果卻是相反，「當日往返」在空間區位與距離上呈現的是「離家範圍」效果，亦即，對於距離居住地較近之縣市旅遊偏好較高，相對的，「兩天一夜」在空間區位及距離上則呈現出「逃離」效果，亦即，對於離居住地較遠之縣市旅遊偏好較高，而此一趨勢不論是對於北、中、南部的大學生在旅遊偏好之空間型態上皆相同；在第二維度中，「當日往返」或「兩天一夜」皆會受到都會區與觀光意象的因素影響，而偏好前往都會區及觀光意象鮮明的地區，然而差異則在於「兩天一夜」時，大學生亦會受到交通便利性的因素影響，而偏好前往而都會區、觀光意象鮮明且交通便利性高的地區。此有一個趣味的現象是，雖然「當日往返」在空間區位與距離上呈現的「離家範圍」效果，而「兩天一夜」在空間區位及距離上呈現出「逃離」效果，但某些縣市對大學生來說卻兼具「離家範圍」與「逃離」效果，此一現象在北、中、南部的大學生在旅遊偏好之空間型態上皆存在，以北部大學生而言，宜蘭縣及台中縣市便兼具「離家範圍」與「逃離」效果；中部大學生將台北縣市與高雄市列為「當日往返」或「兩天一夜」的旅遊目的地；對於南部大學生，台中市與屏東縣則是兼具「離家範圍」與「逃離」效果。反之，某些縣市對大學生來說，皆不具有「當日往返」在空間區位與距離上呈現的「離家範圍」效果，或「兩天一夜」在空間區位及距離上呈現出「逃離」效果，以北部大學生而言，嘉義縣市、雲林縣、彰化縣、金門與馬祖便不具有「離家範圍」或「逃離」效果；中部大學生完全不將嘉義縣市與雲林縣列為「當日往返」或「兩天一夜」的旅遊目的地；對於南部大學生，嘉義縣市與雲林縣則是完全不具有「離家範圍」或「逃離」效果。

表 4-14 北中南「當日往返」、「兩天一夜」集群彙整比較表(2)

|    | 當日往返                                                                                                                                                                                                                     | 兩天一夜                                                                                                                                                                                                                                                     | 相同點                                                                                                   | 相異點                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 北部 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 距離近<br/>都會區<br/>觀光意象鮮明</li> <li>2. 距離較遠<br/>都會區<br/>明顯觀光意象</li> <li>3. 距離遠<br/>交通不便<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明</li> <li>4. 距離近<br/>非都會區<br/>亦無鮮明觀光意象</li> </ol>                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 北部區域<br/>距離近</li> <li>2. 都會區<br/>觀光意象鮮明的縣市<br/>距離較遠<br/>交通便利性高</li> <li>3. 金馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性較低</li> <li>4. 雲、嘉、及彰化、苗栗<br/>距離不夠遠<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低</li> </ol>                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 呈現出地理空間區位與距離因素。</li> <li>2. 以都會區或觀光意象鮮明的地區為首要考量。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 當日往返之距離呈現「離家範圍」效果，兩天一夜之距離呈現「逃離」效果。</li> <li>2. 「當日往返」時會受到都會區與觀光意象鮮明的影響，到「兩天一夜」時更會受到交通便利性等因素影響，但在距離較遠的地區中則又會受限於交通便利性因素而偏好交通便利性高的地區。</li> </ol>      |
| 中部 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 北部區域<br/>距離近</li> <li>2. 都會區<br/>觀光意象鮮明的縣市<br/>距離較遠<br/>交通便利性高</li> <li>3. 金馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性較低</li> <li>4. 雲、嘉、彰化、苗栗<br/>距離不夠遠<br/>非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「北、高都會區」<br/>距離遠<br/>交通便利性高</li> <li>2. 觀光意象鮮明<br/>距離遠之地區</li> <li>3. 台中都會區<br/>距離不夠遠<br/>觀光意象不夠鮮明之縣市</li> <li>4. 金、馬離島<br/>距離遠<br/>交通便利性低</li> <li>5. 雲、嘉、彰化等非主要都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>交通便利性低<br/>距離近</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 呈現出地理空間區位與距離因素。</li> <li>2. 以都會區為首要考量。</li> </ol>           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 當日往返之距離呈現「離家範圍」效果，兩天一夜之距離呈現「逃離」效果。</li> <li>2. 「當日往返」時會受到是否為主要都會區域的影響，到「兩天一夜」時更會受到觀光意象，交通便利性等因素影響，但在距離較遠的地區中則又會受限於交通便利性等因素，偏好交通便利性高的地區。</li> </ol> |

(接下頁)



表 4-? 北中南當日往返、兩天一夜集群彙整比較表

(緒)

|    | 當日往返                                                                                                                     | 兩天一夜                                                                                                                                                                                | 相同點                                                                                         | 相異點                                                                                                                                   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 南部 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 南部區位因素</li> <li>2. 花東離島</li> <li>3. 大都會區<br/>南投縣</li> <li>4. 非主要都會區</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台北、台中都會區<br/>非都會區<br/>距離遠</li> <li>2. 觀光意象鮮明<br/>距離遠</li> <li>3. 南部都會區<br/>離島地區<br/>距離不夠遠</li> <li>4. 非都會區<br/>觀光意象不鮮明<br/>距離近</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 呈現出地理空間區位與距離因素。</li> <li>2. 以都會區為首要考量。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 當日往返之距離呈現「離家範圍」效果，兩天一夜之距離呈現「逃離」效果。</li> <li>2. 在第二維度中，旅遊天數為「兩天一夜」時更會受到觀光意象的因素影響。</li> </ol> |

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

本研究之目的是運用心智地圖 (Mental Map) 的觀點探討：(1) 現居地不同者對於各縣市旅遊偏好之空間型態是否有差異、(2) 在不同旅遊天數的狀況下，人們對於各縣市旅遊偏好之空間型態是否有差異，並以北、中、南部大學生為研究對象。依據本研究之結果與研究限制，歸納出以下之結論：

一、北、中、南部大學生對各縣市旅遊偏好有顯著差異。

#### (一) 「當日往返」

北、中、南部大學生在「當日往返」旅遊偏好上，對於花東離島與雲嘉苗地區的「當日往返」旅遊偏好雖然偏低，然而仍可看出南部大學生對於花東離島的偏好高於中部，而北部大學生對於雲嘉苗區域的偏好高於中部及南部，結果顯示，在「當日往返」時，現居地不同會顯著影響大學生對各縣市旅遊偏好。

#### (二) 「兩天一夜」

北、中、南部大學生在「兩天一夜」旅遊偏好上，中部大學生對於北部繁華都會區的「兩天一夜」旅遊偏好高於北部大學生，而北部及南部大學生對於中彰休閒放鬆區域的「兩天一夜」旅遊偏好則高於中部大學生；南部大學生，其對於台南、高雄「南都夜曲」區「兩天一夜」的旅遊偏好高於北部大學生，其對於「離島魅力」區的偏好亦高於北部大學生與中部大學生，結果顯示，在「兩天一夜」時，現居地不同會顯著影響大學生對各縣市旅遊偏好。

二、北、中、南部大學生對旅遊各縣市旅遊偏好空間型態有顯著差異。

#### (一) 「當日往返」

北部大學生在「當日往返」旅遊偏好都會區或觀光意象鮮明的縣市（台北縣、台北市、台中縣、台中市、宜蘭縣），中部大學生旅遊偏好主要都會區、距離適中，交通較為便利（台北市、台中市、高雄市、台南市）；南部大學生旅遊偏好南部地區（高雄市、高雄縣、台南市、台南縣、屏東縣），結果顯示，在「當日往返」時，現居地不同會顯著影響大學生的各縣市旅遊偏好型態。

#### (二) 「兩天一夜」

北部大學生在「兩天一夜」旅遊偏好距離較遠、交通便利性高的都會區及觀光

意象鮮明的縣市（台中市、台中縣、南投縣、宜蘭縣、高雄市、高雄縣、台南市、台南縣、花蓮縣、台東縣、屏東縣、澎湖縣）；中部大學生旅遊偏好距離遠、交通便利性高的台北與高雄都會區（台北市、台北縣、高雄市、台南市、高雄縣）；南部大學生旅遊偏好距離遠的台北、台中都會區與非都會區，結果顯示，在「兩天一夜」時，現居地不同會顯著影響大學生的各縣市旅遊偏好型態。

### 三、大學生對各縣市旅遊偏好會因為旅遊天數不同而有顯著差異。

旅遊天數由「當日往返」拉長至「兩天一夜」時，大學生對於各縣市的旅遊偏好皆有明顯增加的趨勢，且大學生皆較偏好前往距離較遠的地區，此現象顯示，旅遊天數不同會影響大學生對各縣市的旅遊偏好。

### 四、大學生對各縣市旅遊偏好空間型態會因為旅遊天數不同而有顯著差異。

整體而言，大學生旅遊偏好空間型態上，第一個維度皆呈現空間區位與距離因素，然而旅遊天數不同，其空間區位與距離效果也不同，「當日往返」具有明顯的「離家範圍效果」（home range effect），偏好選擇現居地或鄰近地區，且以都會區較易達的縣市為優先考量；「兩天一夜」則存在著「逃離」（escape）效果，偏好前往距離較遠、交通便利性高的地區，並符合觀光上離家一段距離的概念。第二維度在「當日往返」時，大學生主要會受到都會區、觀光意象的因素影響，而偏好前往都會區及觀光意象鮮明的地區，到了「兩天一夜」時亦會受到交通便利性的影響，而偏好前往而都會區、觀光意象鮮明且交通便利性高的地區，結果顯示，旅遊天數不同會影響大學生對各縣市旅遊偏好空間型態。

### 五、大學生對於部分縣市的旅遊偏好兼具「離家範圍」及「逃離」效果，且此一現象在北、中、南部皆存在。對於北部大學生而言，宜蘭縣及台中縣、市為「當日往返」與「兩天一夜」皆受歡迎之處；中部大學生則將台北縣、市及高雄市同時列為「當日往返」與「兩天一夜」的旅遊目的地名單；對於南部大學生，台中市與屏東縣則同時兼具「離家範圍」及「逃離」的效果。

## 第二節 討論

針對本研究之目的，經研究結果發現，可由以下幾個方面深入探討：

- 一、透過交通部觀光局 2008 至 2010 年遊客量統計資料顯示，雲林縣的劍湖山與北港朝天宮、嘉義縣的阿里山國家森林遊樂區與塔塔加遊憩區、苗栗的獅頭山風景區等觀光旅遊據點，其遊客量數據皆高（詳見附錄 E），可得知這些據點本身的觀光吸引力已達一定水準，然而在本研究結果中發現這些據點所在的縣市不論「當日往返」或「兩天一夜」，在北、中、南部大學生的心中旅遊偏好皆未受青睞，推測造成上述現象的原因是觀光據點吸引力與縣市觀光意象無法連結，例如：年輕的大學生可能偏好去劍湖山從事觀光旅遊，但卻無法從劍湖山聯想到雲林縣。
- 二、研究結果顯示，台北縣市、台中縣市、高雄市、宜蘭縣及屏東縣皆受到都會區、觀光鮮明及交通便利性高的因素影響，而在北、中、南部大學生的旅遊偏好中，兼具「當日往返」的「離家範圍」效果，以及「兩天一夜」的「逃離」的效果，此現象除了與觀光吸引力及都會便利性等因素有關之外，尚與台灣地理空間區位有關，台中市位居台灣西部中心位置，成為大都會間不論在「當日往返」或「兩天一夜」的旅遊偏好空間距離臨界點，造就了台中市與台北縣市及高雄市分別形成了雙向互惠的旅遊空間流動關係。
- 三、自 2010 年 12 月 25 日五都改制縣市合併後，台中縣、市合併為台中市，台南縣、市合併為台南市，高雄縣、市則合併為高雄市，由於民眾對於「市」的觀光意象皆比「縣」的觀光意象高，因此推測縣市合併後對於原來的「縣」之觀光意象而言應該是正面的。然而，縣市合併後的五都觀光意象是否轉變，以及大學生對於合併後的五都之旅遊偏好是否轉變，則有待進一步探討。
- 四、本研究以縣市為單位探討大學生旅遊目的地偏好，Huang（1997）則是以觀光旅遊據點為單位來探討民眾旅遊偏好，比較後發現相同點在於一日遊時，大學生旅遊目的地偏好皆會受到距離與可及性的影響，相異點在於本研究結果發現大學生在「兩天一夜」時旅遊目的地偏好會受到距離、觀光意象以及交通便利性等因素影響，而 Huang（1997）的研究則發現在三日遊時，大學生旅遊目的地偏好會受到資源類型的影響。依此推論，大學生對於旅遊目的地的偏好在「當

日往返」及「兩天一夜」時皆會受到距離及交通便利性的影響，至於三日遊時距離的影響力則不明顯，而是資源類型的影響，且資源類型中又以自然資源較受到偏好。

- 五、本研究結果僅探討在當日往返及兩天一夜的情況下，北中南部大學生對於台灣各縣市的旅遊偏好空間型態，然而，大學生對台灣各縣市地理空間及觀光資源的熟悉及瞭解程度可能影響其對台灣各縣市旅遊目的地偏好的空間型態，因此，此一情況是否影響本研究結果，則有待進一步探討。
- 六、本研究主要以大學生的現居地探討其對台灣各縣市旅遊目的地偏好並解析其產生之空間型態，然而，當現居地與戶籍地在空間上有明顯差異時（如：戶籍地在台北市但卻在台中市就讀大學），故鄉的吸引力以及回家的渴望有可能會影響大學生對旅遊目的地的偏好，此一現象可能對現居地與台灣各縣市旅遊目的地的偏好之關係造成干擾，究竟大學生的戶籍地如何影響其對台灣各縣市旅遊目的地的偏好，則有待進一步探討。

### 第三節 建議

#### 一、對各縣市政府觀光行銷之建議

(一) 藉由分析結果發現不論在「當日往返」或是「兩天一夜」主要都會區及觀光意象鮮明的地區皆為較受歡迎之處，而雲林縣、嘉義縣市及苗栗縣則是不論「當日往返」或「兩天一夜」皆未受青睞。然而就單一觀光據點而言，雲、嘉、苗等縣市不乏具觀光吸引力之據點，因此建議雲林縣、嘉義縣市及苗栗縣政府，在觀光行銷上，應更積極加強將主要光據點與縣市連結，例如，應用類似交通部觀光局的「國際光點」計畫，將最具吸引力的觀光據點型塑成為該縣市的觀光「地標」，以建立該縣市鮮明的觀光意象。

(二) 除了觀光意象不明顯外，雲嘉苗地區不受青睞之原因可能還有交通便利性問題，因此建議雲林縣、嘉義縣市及苗栗縣市政府應該善加推廣交通部觀光局所實施的「台灣好行」計畫或「台灣觀光巴士」規劃，亦即，縣市政府以觀光據點所在地的主要交通站起，交通工具的提供以大眾運輸為主，

建立友善及高品質的旅遊交通服務，更可在觀光據點提供便捷且具固定行程的導覽旅遊巴士服務，提升交通上的便利性及增加其觀光市場競爭力。

(三) 從北、中、南部大學生不論在「當日往返」或「兩天一夜」時，皆屬於旅遊偏好較高之都會區、觀光意象鮮明及交通便利性高的地區中，可發現對於這些即將畢業或在未來幾年陸續畢業的社會新鮮人而言，此研究結果顯示將來在地理上目標市場的定位，北部大學生的旅遊市場重心是在宜蘭縣與台中縣市；中部大學生是以台北縣市與高雄市為主要旅遊市場；南部大學生則是將台中市與屏東縣列為旅遊市場中的核心區域。因此建議台北縣市、台中縣市、高雄市、宜蘭縣與屏東縣等主要的旅遊目的地，在「當日往返」與「兩天一夜」的觀光旅遊行銷上可以各自鎖定其旅遊市場加強行銷。

(四) 五都改制縣市合併後，原台北縣更名後的新北市，在縣市觀光意象上是否能與原台北縣之觀光意象結合尚待研究，而將來在發展縣市觀光意象上的塑造與行銷上，建議新北市在短期內仍須依附在台北市的觀光意象下結合同行銷，至中長期時，則可透過類似交通部觀光局所提出的「國際光點」計畫，將最具吸引力的觀光據點型塑成為該縣市的觀光「地標」，最後則建立及行銷屬於新北市自己的觀光意象。

## 二、對未來研究之建議

(一) 本研究以 Mental map 的概念為基礎，透過 MDS 分析探討大學生對台灣各縣市旅遊偏好之空間型態，解讀出第一維度「當日往返」大學生皆具有「離家範圍」效果；「兩天一夜」則具有「逃離」效果，第二維度「當日往返」大學生偏好都會區及觀光意象鮮明的地區；「兩天一夜」則偏好都會區、觀光意象鮮明及交通便利性高的地區，並依據此研究結果，對各縣市政府提出具體之觀光行銷建議，獲致具體結果，此顯示利用此方法論是有用的，且可藉由 MDS 的第三維度座標結合 3D 軟體呈現，以更進一步解讀所呈現之空間型態；此外，mental map 在空間呈現上的方法有多種，如等高線、... 等，皆可從不同角度解讀觀光旅遊空間型態上的現象，為了更進一步從客觀的角度解讀空間型態呈現的心理距離背後所隱藏的含意，因此建議未來

亦可朝向此部分進行研究。

- (二) 縣市合併後，未來台灣的發展將會以五都為重點核心，而對於觀光旅遊上的版圖是否會因此改變而產生影響，建議未來可持續進行 Mental map 的研究，以瞭解其旅遊偏好心智地圖在空間型態上是否有造成改變。
- (三) 縣市合併後，原來「縣」合併成「市」，經上述推論其可能受惠，因此實際上未來仍需持續的探討此現象是否造成旅遊偏好空間型態上的改變。
- (四) 本研究對象主要是以北、中、南部大學生為主，因大學生在畢業投入職場後，將成為重要的旅遊市場，故探討大學生對台灣各縣市旅遊偏好，依舊具有實務上的價值，而為了增加研究之可信度，因此對於未來研究建議可採不同族群以一般民眾作為研究對象探討旅遊偏好所產生在空間型態上的變化。
- (五) 本研究推論大學生旅遊目的地偏好與大學生對縣市地理空間認知有關，且可能影響本研究結果，因此，未來研究可加入大學生其對台灣各縣市地理空間及觀光資源的熟悉及瞭解程度，增加研究之可信度。
- (六) 本研究主要以大學生的現居地來探討其對各縣市旅遊目的地偏好的空間型態分佈，並運用 MDS 解析其所造成之空間型態所隱藏的含意，為了更進一步了解大學生在現居地與戶籍地交互作用下，對台灣各縣市旅遊目的地偏好空間型態產生的影響，建議未來研究可再加上大學生的戶籍地探討其對台灣各縣市旅遊目的地偏好的空間型態分佈，並運用 MDS 解析其所造成之空間型態所隱藏的含意。
- (七) 本研究探討旅遊天數主要是以為「當日往返」及「兩天一夜」時，大學生對台灣各縣市之旅遊目的地偏好的影響，為了更進一步了解旅遊天數的長短對台灣各縣市旅遊目的地偏好的影響，因此建議未來可朝旅遊天數拉長為三日遊進行研究，亦可加入各縣市景點的豐富度作比較分析的研究。

## 參考文獻

### 一、網站資料

1. 中華民國交通部觀光局，(2001)，交通部觀光局之觀光政策白皮書，下載日：2010/03/03，取自：[http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp3/3\\_1.1.htm](http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp3/3_1.1.htm)。
2. 中華民國交通部觀光局，(2007)，觀光局觀光市場調查摘要，下載日期：2010/04/07，<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。
3. 中華民國交通部觀光局，(2009)，觀光行政體系，下載日期：2009/11/15，取自：<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。
4. 中華民國交通部觀光局，(2009)，觀光政策，下載日期：2009/11/29，<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。
5. 台中縣大甲媽祖國際觀光文化節，(2009)，活動介紹，下載日期：2010/01/10，取自：<http://mazu.taichung.gov.tw/htm/t014.asp>。
6. 台北縣政府觀光旅遊局，(2010)，施政成果，下載日期：2010/01/10，取自：<http://www.tourism.tpc.gov.tw/web/Home?command=display&page=flash>。
7. 花蓮縣全球資訊服務網，(1997)，花蓮縣政府施政成果報告，下載日期：2010/04/06，取自：[http://www.hl.gov.tw/workbook/96/plan\\_index.asp?dept=TR0](http://www.hl.gov.tw/workbook/96/plan_index.asp?dept=TR0)：觀光旅遊局。
8. 花蓮縣政府觀光旅遊處，(2010)，花蓮觀光資訊網，下載日期：2010/02/01，取自：  
<http://tour-hualien.hl.gov.tw/index.jsp?page=travelGuideDetail&class=6&type=11&SceneId=580>。
9. 高雄市政府全球資訊網，(2010)，2010高雄燈會藝術節，下載日期：2010/02/01，取自：<http://www.2010khl.com/index.html>。



## 二、中文文獻

1. 王保進，(2004)，多變量分析：套裝程式與資料分析，台北：王保進。
2. 吳玲玲譯，R. L. Solso 著，(1998)，認知心理學，台北：華泰書局。
3. 沈進成、廖若岑、周君妍，(2005)，遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究—以華山咖啡為例，戶外遊憩研究，18 (3)，59-79。
4. 李英弘、李昌勳譯，C. A. Gunn 著，(1999)，觀光規劃—基本原理、概念與案例，台北：田園城市。
5. 李素馨，(2000)，中山高速公路土地使用環境偏好探討，造園學報，6(1/2)，19-34。
6. 李建坤、張瑞觀，(2007)，探討大學生的資訊倫理素養之研究，2007 南台灣資訊科技與應用研討會論文集，高雄師範大學資訊教育研究所，高雄。
7. 林晏州，(2000)，遊憩區選擇行為之研究—敘述偏好模式之應用，戶外遊憩研究，13 (1)，63-86。
8. 邱文彬，(2005)，焦慮與難過對旅遊偏好的差異性效應，戶外遊憩研究，18(2)，71-88。
9. 卓信佑，(2003)，以遊客重疊機率取代品牌相異程度認知資料於繪製知覺圖像之可行性驗證，東海學報，(44)，159-173。
10. 卓信佑，(2004)，台灣主題樂園產業結構變動之知覺圖像分析，東海學報，(45)，121-133。
11. 張俊彥，(1994)，國家公園遊客對消費山產性活動偏好之研究：以陽明山國家公園為例，戶外遊憩研究，7 (3)，23-37。
12. 張春興 (2000)。 心理學思想的流變。台北市：台灣東華。
13. 曹勝雄、張德儀，(1995)，消費者對旅行社選擇偏好之研究，觀光研究學報，1(3)，53-75。
14. 陳明梨，(2006)，渡假生活型態與金門套裝旅遊產品選擇偏好關係之研究—敘述偏好模式之應用，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系暨研究所，台中。
15. 陳建雄、張文智、張文德，(2007)，「尋路積效自我評鑑量表」之發展，測驗學刊，54 (2)，355-376。
16. 黃章展、李維貞，(2006)，環境屬性偏好對於遊客住宿基地選擇之影響，造園景觀學報，12 (4)，23-35。
17. 黃章展，(2007)，休閒遊憩社會心理分析，休閒遊憩：理論與實務，歐聖榮編，(p. 116-134)，台北：前程文化企業。
18. 劉屏，(2010)，亞洲特色遊 美讚「台灣正點」，中國時報，4月13日，A2版。
19. 鄭建雄，(2006)，休閒與遊憩概論：產業觀點，台北：雙葉書廊。
20. 賴進貴、黃清琦、施雅軒，(2004)，1878年臺灣前後山輿圖之量化分析，第一屆地名研討會論文集，中央研究院歷史語言研究所，台北。
21. 蔡麗伶，(1990)，旅遊心理學，台北：揚智文化。
22. 鄧家駒，(2004)，多變量分析，台北：華泰。
23. 歐聖榮，(2007)，休閒遊憩：理論與實務，台北：前程文化。
24. 謝永得，(2008)，旅遊動機與旅遊目的地意象對旅遊目的地選擇意願之影響研究—以苗栗地區為例，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系暨研究所，台中。
25. 謝淑芬，(1994)，觀光心理學，台北：五南。

### 三、英文文献

1. Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
2. Ajzen, I. (1991). Benefits of Leisure: A social psychological perspective. In B.L. Driver, P. J.
3. Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
4. Brown, & G. L. Peterson. ( Eds.), *Benefits of leisure*, (pp. 411-417). State College, PA: Venture Publishing.
5. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
6. Bell, P. A., Fisher, J. D., Baum, A., & Greene, T. C. (1990). *Environmental psychology* (3rd ed.). Fort Worth, TA: Harcourt Brace Jovanovich.
7. Baloglu, S., and McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
8. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
9. Beerli, A., & Mortin, J. D. (2004). Tourist's characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis - a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25, 623-636.
10. Coltman, Michael M. (1989) *Tourism Marketing*, N.Y.: Van Nostrand Reinhold.
11. Choi, Chang & Wu. (1999). A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination. *Tourism Management*, 20(3), 361-365.
12. Echtner & Ritchie. (1993). The measurement of destination image: An empirical
13. assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
14. Chen, J. S. and Gursoy, D. (2001), "An investigation of tourists' destination loyalty and preferences," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79.
15. Ditcher , E. (1985). What's in an image . *The Journal of Customer Marketing* , 2 ,75-81.
16. Gould P., & White R. (1986). *Mental Maps* (2<sup>nd</sup> ed.). Winchester, MA: Allen & Unwin.
17. Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape : Designing tourist regions*. Austin : Bureau of Business Research, University of Texas.
18. Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases* (4<sup>th</sup> ed.). New York: Taylor & Francis Group.
19. Goeldner, Charles R., and Ritchie, J. R. Brent (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (11th ed.) Hoboken, HJ: John Wiley & Sons.
20. Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing Tourist Regions* (2nd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold Publishers, 23-28.
21. Hunt, J. D., & Layne D. (1991). Evaluation of travel and tourism terminology and definitions. *Journal of Travel Research*, 29(4), 7-11.
22. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York:

- Wiley.
23. Hsu, T. K., Tsai, Y.F., and Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 288-297.
  24. Huang, C. C. (1997). *Relationships among environmental cognitions, environmental preferences, and recreational site choice behavior: A Case study using recreational sites in Taiwan*. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University, University Park.
  25. Javalgi, R. G., Thomas, E. G., and Rao, S. R. (1992). Us. Pleasure Travelers' Perceptions of Selected European Destinations. *European Journal of Marketing*, 26(7),45-64.
  26. MacKay & Fesenmaier. (1997). Pictorial element of destination in image formation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 537-565.
  27. Malhotra, N. K. (1999) , *Market Research : An Applied Orientation*(3rd ed.). NJ : Prentice - Hall.
  28. Norton, F. (1987). The case Theorem and suboptimization in marketing channels. *Marketing Science*, 6(3), 268-285.
  29. Swarbrooke, J., & Horner S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism* (2nd ed.), MA; Butterworth Heinemann.
  30. Selby, M., and Morgan, N. J. (1996). Reconstructing place image: A case study of its role in destination market research. *Tourism Management*, 17(4), 287-294.
  31. Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (1985). *Social psychology* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.
  32. Van Raaij, W. F. (1986). Consumer research on tourism: mental and behavioural constructs. *Annual of Tourism Research*, 13, 1-9.

附錄 A  
問卷內容

受訪日期：2009 年\_\_月\_\_日

|            |                   |
|------------|-------------------|
|            | 性質，<br>您的合<br>的寶貴 |
| <b>研究所</b> |                   |

**第一部份：**

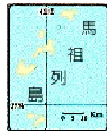
1. 考量「當日往返」的情況下，您對於選擇前往旅遊目的地之喜好程度，以 1~10 分作為評分(1-最低，10-最高)，每欄均需填寫評分。



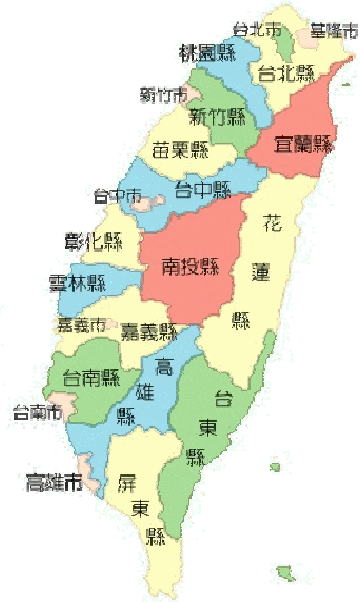
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**—背面尚有試題—**

2. 考量「2 天 1 夜」的情況下，您對於選擇前往旅遊目的地之喜好程度，以 1~10 分作為評分(1-最低，10-最高)，每欄均需填寫評分。



澎湖縣



-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**第二部份：請教您的基本資料**

1. 性別：男 女
2. 年齡：20歲以下 21至30歲 31至40歲  
41至50歲 51至60歲 61歲以上
3. 戶籍地(縣/市)\_\_\_\_\_
4. 目前居住地(縣/市)\_\_\_\_\_
5. 系所\_\_\_\_\_

—問卷到此結束感謝您的幫忙與協助—

附錄 B  
北部大學生 MDS 空間型態分佈座標表

|        | 當日往返    |         |         | 兩天一夜    |         |         |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|        | X       | Y       | Z       | X       | Y       | Z       |
| 基隆市    | 1.8179  | -0.3904 | -0.3215 | 1.8098  | 0.1406  | -0.4900 |
| 台北市    | 2.6525  | 0.9804  | -0.7155 | 1.7311  | 0.9839  | -1.6838 |
| 台北縣    | 2.6562  | -0.0846 | -0.5835 | 2.0423  | 0.4798  | -1.3247 |
| 桃園縣    | 1.9323  | -0.9233 | -0.0536 | 1.9325  | 0.3492  | -0.1051 |
| 新竹市    | 1.7137  | -0.8315 | 0.2862  | 1.4745  | 0.3895  | 0.2989  |
| 新竹縣    | 1.5482  | -0.9497 | 0.2392  | 1.5455  | 0.2274  | 0.3319  |
| 苗栗縣    | 0.4111  | -1.2775 | 0.4306  | 1.3190  | -0.4137 | 0.7024  |
| 台中市    | 1.1227  | 0.7276  | 0.5530  | -0.7004 | 1.3615  | 0.4905  |
| 台中縣    | 0.8179  | 0.3463  | 0.5858  | -0.3845 | 0.9462  | 0.7069  |
| 彰化縣    | -0.5790 | -0.8142 | 0.6951  | 0.4944  | -0.7443 | 0.9076  |
| 南投縣    | -0.7578 | -0.0628 | 0.4797  | -0.5069 | -0.0040 | 0.7018  |
| 雲林縣    | -1.0278 | -1.0783 | 0.1419  | 0.9193  | -1.1952 | 1.0110  |
| 嘉義市    | -1.0876 | -0.6952 | 0.1729  | 0.6321  | -0.9420 | 0.7305  |
| 嘉義縣    | -1.0861 | -0.8655 | 0.2119  | 0.5669  | -0.9876 | 0.7453  |
| 台南市    | -0.7695 | 0.7513  | 0.4044  | -1.1023 | 0.4354  | 0.3119  |
| 台南縣    | -0.8841 | 0.4101  | 0.2328  | -0.7193 | 0.0452  | 0.5075  |
| 高雄市    | -0.7892 | 1.1803  | 0.2231  | -1.2937 | 1.1717  | -0.3077 |
| 高雄縣    | -0.9725 | 0.5018  | 0.2054  | -1.1135 | 0.6504  | 0.3934  |
| 屏東縣    | -1.2697 | 0.6357  | -0.4109 | -1.4520 | -0.4027 | -0.2090 |
| 宜蘭縣    | 1.7737  | 1.2428  | 1.0035  | -1.1977 | 1.6072  | 0.3549  |
| 花蓮縣    | -0.8093 | 1.2190  | -0.2451 | -1.7218 | 0.5130  | -0.4150 |
| 台東縣    | -1.3210 | 0.5887  | -0.3926 | -1.5709 | -0.2620 | -0.2922 |
| 澎湖縣    | -1.6451 | 0.3274  | -1.0747 | -1.5417 | -0.7106 | -1.2663 |
| 金門     | -1.6606 | -0.4590 | -1.0657 | -0.6985 | -1.7884 | -1.2343 |
| 馬祖     | -1.7868 | -0.4794 | -1.0025 | -0.4642 | -1.8505 | -0.8665 |
| Stress | 0.0609  |         |         | 0.0715  |         |         |
| RSQ    | 0.9801  |         |         | 0.9665  |         |         |

附錄 C  
中部大學生 MDS 空間型態分佈座標表

|        | 當日往返    |         |         | 兩天一夜    |         |         |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|        | X       | Y       | Z       | X       | Y       | Z       |
| 基隆市    | 0.0656  | 0.4158  | -1.3417 | 0.6786  | 0.3890  | -1.2773 |
| 台北市    | 1.5516  | 1.6558  | -0.5178 | 0.1681  | 2.4476  | -0.0392 |
| 台北縣    | 0.9936  | 1.0258  | -0.9614 | -0.0392 | 1.7461  | -0.2963 |
| 桃園縣    | 0.5578  | 0.1923  | -1.0782 | 1.0344  | 0.3187  | -0.3299 |
| 新竹市    | 0.8824  | 0.0233  | -0.6340 | 0.9336  | 0.0848  | -0.2364 |
| 新竹縣    | 0.7165  | -0.3234 | -0.6916 | 1.1082  | -0.1962 | -0.3316 |
| 苗栗縣    | 1.0480  | -0.7880 | -0.5388 | 1.4673  | -0.5108 | 0.1456  |
| 台中市    | 2.7798  | 0.0024  | 0.5851  | 1.4995  | 0.0874  | 1.4734  |
| 台中縣    | 2.4040  | -0.5113 | 0.3908  | 1.4275  | -0.4735 | 0.9716  |
| 彰化縣    | 1.3127  | -1.0634 | -0.0539 | 1.3281  | -1.0878 | 0.1606  |
| 南投縣    | 1.1608  | -0.8434 | 0.8193  | 0.1971  | -0.0991 | 1.5313  |
| 雲林縣    | -0.0167 | -1.4080 | 0.0152  | 0.8949  | -1.3530 | -0.0904 |
| 嘉義市    | -0.2805 | -0.8487 | 0.0407  | 0.7153  | -0.9708 | -0.3015 |
| 嘉義縣    | -0.2708 | -0.9160 | 0.0197  | 0.5457  | -1.0915 | -0.3983 |
| 台南市    | 0.3843  | 0.6094  | 1.0414  | 0.0401  | 0.8463  | -0.3617 |
| 台南縣    | 0.1470  | 0.1945  | 0.8829  | 0.2852  | 0.4013  | -0.4536 |
| 高雄市    | 0.2930  | 1.0878  | 0.9323  | -0.3964 | 1.5695  | 0.2239  |
| 高雄縣    | -0.2790 | 0.3234  | 0.8497  | -0.0388 | 0.7994  | -0.8137 |
| 屏東縣    | -1.2953 | 0.5576  | 0.6354  | -1.7899 | 0.9105  | 0.1159  |
| 宜蘭縣    | -1.3869 | 0.5963  | -0.1887 | -1.6156 | 0.4385  | 0.5758  |
| 花蓮縣    | -1.5959 | 0.7467  | -0.0265 | -2.1162 | 0.3286  | 0.3543  |
| 台東縣    | -1.8056 | 0.2642  | 0.2662  | -2.0165 | -0.1607 | 0.2268  |
| 澎湖縣    | -2.4725 | -0.1092 | -0.0666 | -2.2581 | -0.6262 | 0.0103  |
| 金門     | -2.4617 | -0.3615 | -0.0961 | -1.5001 | -1.7637 | -0.2468 |
| 馬祖     | -2.4324 | -0.5225 | -0.2832 | -1.2530 | -2.0345 | -0.6127 |
| Stress | 0.0421  |         |         | 0.0888  |         |         |
| RSQ    | 0.9887  |         |         | 0.9466  |         |         |

附錄 D  
南部大學生 MDS 空間型態分佈座標表

|        | 當日往返    |         |         | 兩天一夜    |         |         |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|        | X       | Y       | Z       | X       | Y       | Z       |
| 基隆市    | 1.6258  | -0.6383 | 0.4235  | 1.2476  | 1.0352  | -1.0178 |
| 台北市    | 0.2896  | -0.1756 | 1.6995  | -0.0927 | 1.5609  | 1.4512  |
| 台北縣    | 0.6318  | -0.1022 | 1.0205  | 0.3918  | 1.5079  | 0.9823  |
| 桃園縣    | 1.0997  | -0.4161 | 0.3311  | 1.4338  | 0.6625  | -0.0361 |
| 新竹市    | 0.9661  | -0.5078 | 0.3671  | 1.5534  | 0.4889  | -0.0708 |
| 新竹縣    | 1.0041  | -0.6855 | 0.2040  | 1.2560  | 0.0225  | -0.3492 |
| 苗栗縣    | 0.9552  | -0.8950 | -0.3777 | 1.0291  | 0.1755  | -1.2411 |
| 台中市    | -0.6893 | -0.3247 | 0.8912  | -0.1341 | 1.4651  | 0.8251  |
| 台中縣    | -0.2761 | -0.6062 | 0.3939  | 0.1547  | 1.1125  | 0.0779  |
| 彰化縣    | 0.3223  | -0.6571 | -0.3148 | 0.8483  | 0.1365  | -0.6866 |
| 南投縣    | 0.0325  | 0.2040  | -0.6230 | -0.3492 | 0.3993  | -0.9676 |
| 雲林縣    | 0.3065  | -0.7316 | -0.8670 | 0.8120  | -0.8493 | -0.6228 |
| 嘉義市    | -0.1632 | -1.1302 | -0.9568 | 0.8629  | -0.6186 | -0.5732 |
| 嘉義縣    | -0.2267 | -1.0123 | -0.9948 | 0.9064  | -0.8267 | -0.5898 |
| 台南市    | -2.7741 | 0.1327  | -0.1357 | 0.6905  | -1.5971 | 1.0798  |
| 台南縣    | -2.2818 | -0.2940 | -0.3913 | 0.6259  | -1.2748 | 0.7606  |
| 高雄市    | -2.9031 | 0.1933  | 0.6201  | 0.2607  | -1.2149 | 1.6902  |
| 高雄縣    | -2.4124 | -0.0795 | 0.0519  | 0.2670  | -1.1269 | 1.2607  |
| 屏東縣    | -1.9894 | 0.6685  | 0.0262  | -1.5766 | -0.1646 | 1.2084  |
| 宜蘭縣    | 0.8035  | 1.1330  | 0.6241  | -1.5933 | 0.8383  | -0.3260 |
| 花蓮縣    | 0.7625  | 1.2384  | 0.4284  | -1.8976 | 0.4622  | -0.0134 |
| 台東縣    | 0.3972  | 1.3673  | 0.2065  | -1.9272 | 0.3602  | -0.0704 |
| 澎湖縣    | 1.0493  | 1.4974  | -0.6316 | -2.1122 | -0.3694 | -0.7904 |
| 金門     | 1.5955  | 0.9969  | -0.9947 | -1.4975 | -1.0884 | -0.8706 |
| 馬祖     | 1.8745  | 0.8247  | -1.0008 | -1.1596 | -1.0967 | -1.1103 |
| Stress | 0.0441  |         |         | 0.0873  |         |         |
| RSQ    | 0.9886  |         |         | 0.9393  |         |         |



附錄 E

2008~2010 年主要觀光遊憩區遊客人次月別統計表

2008~2010 年主要觀光遊憩區遊客人次月別統計表

| 觀光遊憩區      | 縣市別        | 2008 年    | 2009 年    | 2010 年    |
|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 劍湖山世界      | 雲林縣        | 1,237,413 | 1,133,176 | 1,272,558 |
| 北港朝天宮      | 雲林縣        | 6,118,500 | 6,273,200 | 5,166,650 |
| 阿里山國家森林遊樂區 | 嘉義縣        | 908,513   | 1,064,742 | 710,354   |
| 塔塔加遊憩區     | 南投縣<br>嘉義縣 | 741,842   | 596,984   | 360,355   |
| 獅頭山風景區     | 新竹縣<br>苗栗縣 | 4,243,414 | 5,135,143 | 360,355   |

(本研究整理)