

私立東海大學

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 : Assoc. Chang-Chan Huang Ph.D.

日月潭國家風景區綠色旅遊機會序列——綠色旅遊
傾向與遊憩體驗之關係

Green Travel Opportunity Spectrum in Sun Moon
Lake National Scenic Area – Relationships between
Green Travel Proneness and Recreation Experience

研究生：袁 蓉

Graduate Student : Jung Yuan

中華民國 101 年 2 月

February, 2012

日月潭國家風景區綠色旅遊機會序列— 綠色旅遊傾向與遊憩體驗之關係

摘要

日月潭國家風景區具有豐富的自然生態及獨特的人文歷史資源，極具有發展綠色旅遊之潛力，區內涵蓋各種類型的旅遊基地，並提供相對應的遊憩體驗，使傾向不同綠色旅遊方式的遊客進行選擇，倘若遊客選擇了不適當的旅遊基地，其所預期的旅遊產品與到達旅遊基地後所認知的產品產生落差，不僅容易造成衝突，降低遊憩體驗品質，更可能對環境造成負面影響，形成 Boyd 與 Butler (1996) 所提出的「錯置」(misdisplacement) 現象。因此，為避免珍貴的遊憩資源受到破壞、遊憩體驗品質降低，造成遊客到訪日月潭後「遺憾終生」的窘況發生，有必要在適當的旅遊基地、規劃相對應的遊憩體驗機會以接待適合的遊客，避免造成遊客與環境的體驗衝突，以做為未來長遠發展之考量。然而回顧過去研究仍未有對此議題進行深入探討，故本研究欲以日月潭國家風景區為研究基地，探討遊客之綠色旅遊傾向、旅遊基地選擇、與遊憩體驗之間的關係。

問卷調查於 2011 年 11 至 12 月間實施，抽樣對象為年滿 18 歲的現地遊客，採用比例抽樣法與便利抽樣法，共獲得 484 個有效樣本。資料分析方法採用描述性統計分析、探索性因素分析、驗證性因素分析、集群分析、卡方獨立性檢定、判別分析、多變量變異數分析。

研究結果顯示：一、到日月潭國家風景區從事旅遊活動的遊客，其綠色旅遊傾向可區分為綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型五種類型。二、不同綠色旅遊傾向遊客其期待遊憩體驗有顯著差異。三、遊客之期待遊憩體驗與其旅遊基地選擇有關。四、選擇不同旅遊基地之遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。五、不同綠色旅遊傾向的遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。六、不同綠色旅遊傾向遊客其旅遊基地選擇有顯著差異。

根據研究結果，對日月潭國家風景區、觀光旅遊業者提出規劃與管理上的建議。以日月潭國家風景區而言，綠色旅遊機會序列架構可用於綠色旅遊地的規劃與經營管理，應納入都市設計審議當中，除對各基地現況檢討改善之外，更可指引未來新旅遊基地之開發；此外，配合行銷方案、正確的資訊提供、適當的設施規劃與設計，以吸引各類綠色旅遊傾向型態之遊客，至其適合之基地從事旅遊活動。以觀光旅遊業者而言，旅行業者可針對不同綠色旅遊傾向類型的遊客規劃適合的旅遊行程，當地業者可針對不同類型的遊客提供適宜之食宿與購物的旅遊產品以滿足遊客需求。

【關鍵字】日月潭國家風景區、綠色旅遊機會序列、綠色旅遊傾向、遊憩體驗、旅遊基地選擇

Green Travel Opportunity Spectrum in Sun Moon Lake National Scenic Area – Relationships between Green Travel Proneness and Recreation Experience

Abstract

Sun Moon Lake National Scenic Area (abbreviated as SMLNSA) in central Taiwan features mountains and water landscape, and varieties of natural and cultural resources. It has unlimited potential to expand green tourism. There are many types of sites which offer different recreation experience opportunities that satisfy visitors who had different types of proneness to green tourism. Visitors with different expected experience are supposed to choose the site which most fits their expectations. However, if the sites were not suitable, the misdisplacement of visitors with different expected experience may cause conflicts among them and, therefore, ruin their experience quality (Butler, 1996). Thus, it is important to plan the opportunities of recreation experiences to the suitable sites to protect the natural resources and avoid damaging visitors' experience quality. However, this has not been thoroughly investigated yet. Thus, the purpose of this study was to investigate the relationship between visitors' green travel proneness, their site choice, and recreation experience within Sun Moon Lake National Scenic Area.

Data were collected from on-site visitors over the age of 18. Surveys using a self-administered questionnaire were conducted from November to December, 2011. A total of 484 valid questionnaires were obtained. Data were analyzed using the descriptive statistics, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, cluster analysis, chi-square test of independence, discriminant analysis, and multivariate analysis of variance.

The results showed that visitors to SMLNSA could be clustered into five groups based on their proneness to green tourism. These included "dark green," "sightseeing," "viridescent," "in-depth but hedonic," and "moderate green." Significant differences were found among these five groups of proneness to green tourism regarding their expected recreation experience, site choices, and on-site recreation experience. It was also found that visitors' site choices were related to their expected recreation experience. Moreover, visitors in different sites experienced differently.

Based on the findings of this study, some suggestions regarding the planning and the management were proposed to SMLNSA and the tourism industries. For SMLNSA Administration, the green travel opportunity spectrum (abbreviated as GTOS) could be used for planning and management of the sites in developing green tourism. GTOS can be a useful tool for managers to review and improve the existing sites, and to guide new sites development. In addition, to attract the visitors with varieties of green travel proneness to the right site, it needs marketing, the provision of precise information, and the well planned and designed facilities. For tourism industries, they can provide different tour packages to meet the needs of different types of green tourism proneness visitors. For the local tourism industries, they can supply suitable product of food and beverage, lodging, and shopping according to GTOS.

【Keywords】Sun Moon Lake National Scenic Area, Green Travel Opportunity Spectrum, GTOS, Green Travel Proneness, Recreation Experience, Site Choice

謝誌

世界上最遙遠的距離，
不是生與死，
而是....

從 Abstract 到 Reference 的距離

大學畢業後，順利考上研究所，繼續當第五年東海景觀學系的學生，也從此開啟對景觀的另一個視野，深深體會研究之路的艱辛，論文真的不好寫，畢業好遙遠！然而近千個研究所生活的日子雖辛苦亦收穫充實豐富，除學業外，也遇到許多考驗，雖記憶猶新但轉眼間就已到了尾聲。因此謹以此謝文代表筆者內心深處的感謝，所有師長、同學、家人、朋友們，在這一路上的陪伴、鼓勵、支持與協助。

首先感謝黃章展老師的辛苦指導，從大學時期的遊憩統計學課程就對老師認真嚴謹的治學態度印象深刻，有幸，老師第一年回東海指導規劃課程，規劃小組又是給老師指導，雖然僅有短短一學期，但也獲得不少寶貴的知識。兩年半的研究所生活，老師總是不厭其煩、鉅細靡遺的指導與督促，並適時的提點，也給予學生很多磨練能力與學習的機會，使我不斷成長，如此師恩學生將永銘記在心。此外，感謝侯錦雄老師，在專討與口試時給予建議，使論文更為完善；學生與老師很有緣份，大學與研究所的兩次出國參訪都與老師同行，在旅途中老師時常提出不一樣的想法與見解，並且也跟著我們一群小毛頭到處吃喝，也認識了不一樣的侯老師！感謝蔡淑美老師，給予修改的建議，使論文寫作上更完整，除了學業外，亦是心靈與生涯的指導老師。感謝口試委員林宗賢老師以及李英弘老師，百忙之中抽空審閱並細心斧正，老師們精闢的建議使本論文更臻豐富完整。

感謝同班近七年的無神、水母、小日本、政建，以及研究所同窗的大頭、思華、小龜、素素、R1、阿六，有你們的陪伴、幫助與鼓勵，令我研究生涯增添許多的色彩與回憶；感謝童童、學俞、盈婷、盈潤、韻英、小鐵、麟翰、雨衡、琇涵，在進行問卷調查時的鼎力相助、幫忙準備口試的繁瑣雜事、以及紓解壓力的碩士班團購等，因為有你們，使論文進行更加順利；以及感謝口試前許多替我加油的朋友們。

感謝隆賢，我們總是心有靈犀，謝謝你陪我走過許多的低潮，並適時的開導及給我加油打氣，並耐心的包容我私底下所有的不完美，感謝命運讓我認識你；感謝豆豆，是甜蜜的負荷，但也帶給我生活更多不一樣的樂趣；生活中有你們的陪伴，時時都感覺幸福滿滿。

最後感謝我的家人，在我離鄉背景就讀大學與研究所的這六年多來，總能體諒我無法時常陪伴左右，也對我無怨無悔地付出與關心，使我不論在物質生活或精神上均不予匱乏，我愛你們。願以本文，獻給我的雙親、家人及所有關心我的朋友。

袁 蓉 2011 立春 於東海心宿

目 錄

摘要.....	I
謝誌.....	II
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究範圍.....	3
第四節 研究限制.....	4
第五節 名詞釋義.....	4
第六節 研究方法類型.....	5
第二章 文獻回顧.....	6
第一節 綠色旅遊傾向.....	6
第二節 綠色旅遊機會序列.....	13
第三節 遊憩體驗.....	18
第四節 旅遊基地類型.....	26
第三章 研究方法.....	30
第一節 研究架構與研究假設.....	30
第二節 測量工具.....	31
第三節 研究對象抽樣及資料收集.....	37
第四節 資料分析方法.....	39
第四章 資料分析結果.....	41
第一節 樣本特性.....	41
第二節 研究變項測量結果.....	44
第三節 研究變項測量結果.....	51
第四節 假設檢定結果.....	80
第五章 結論與建議.....	88
第一節 結論.....	88
第二節 討論.....	89
第三節 建議.....	93
參考文獻.....	95
附錄.....	103
附錄一 綠色旅遊傾向相關量表彙整.....	103
附錄二 遊憩體驗偏好量表.....	105
附錄三 正式問卷.....	109

圖目錄

圖 1-1	2005-2010 年日月潭國家風景區遊客人次統計圖	2
圖 1-2	研究範圍圖	4
圖 2-1	生活型態定義概念圖	7
圖 2-2	生態旅遊機會序列	15
圖 2-3	遊憩體驗理論架構圖	19
圖 2-4	遊憩體驗之重要經歷過程圖	20
圖 2-5	遊憩體驗歷程	21
圖 2-6	遊憩區選擇行為模型	29
圖 3-1	研究架構圖	30
圖 4-1	綠色旅遊傾向評估六大因子平均數分佈圖	47
圖 4-2	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式參數估計路徑圖	57
圖 4-3	綠色旅遊傾向驗證性因素分析之模式初次修正參數估計路徑圖	59
圖 4-4	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式再次修正參數估計路徑圖	61
圖 4-5	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第三次修正參數估計路徑圖	64
圖 4-6	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第四次修正參數估計路徑圖	70
圖 4-7	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第五次修正參數估計路徑圖	71
圖 4-8	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第六次修正參數估計路徑圖	72
圖 4-9	綠色旅遊傾向 CFA 最終模式圖	75
圖 4-10	遊客綠色旅遊傾向群落聚合係數陡坡圖	77
圖 4-11	遊客綠色旅遊傾向群落因素構面剖析圖	77

表目錄

表 2-1	綠色旅遊機會序列	16
表 2-2	遊憩體驗類型與體驗項目彙整表	23
表 2-3	不同遊憩機會資源類型所產生的遊憩體驗	24
表 3-1	綠色旅遊傾向之評估因子與正式問卷	32
表 3-2	日月潭國家風景區環潭遊憩系統遊憩據點資訊表	34
表 3-3	遊憩體驗之評估因子與正式問卷	36
表 3-4	個人社經背景資料問項	37
表 3-5	樣本數計算表	37
表 3-6	遊客人次推估公式表	38
表 3-7	旅遊基地樣本數分配表	38
表 3-8	調整後旅遊基地樣本數分配表	39
表 4-1	抽樣調查結果各遊憩據點有效樣本數表	41
表 4-2	受訪者社經屬性特性次數分配表	42
表 4-3	受訪者此次旅遊特性次數分配表	43
表 4-4	綠色旅遊傾向各測量項目衡量結果	45
表 4-5	期待遊憩體驗各測量項目衡量結果	49
表 4-6	現地遊憩體驗各測量項目衡量結果	50
表 4-7	期待遊憩體驗項目分析總表	52
表 4-8	期待遊憩體驗探索性因素分析表	53
表 4-9	現地遊憩體驗項目分析總表	54
表 4-10	現地遊憩體驗探索性因素分析表	55
表 4-11	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式變項參數估計表	56
表 4-12	綠色旅遊傾向驗證性因素分析之模式初次修正變項參數估計表	58
表 4-13	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式再次修正變項參數估計表	60
表 4-14	綠色旅遊傾向再次修正模式適配指標估計摘要表	62
表 4-15	修正指標 (modification index, MI) 參照表	62
表 4-16	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第三次修正變項參數估計表	63
表 4-17	綠色旅遊傾向第三次修正模式適配指標估計摘要表	65
表 4-18	綠色旅遊傾向驗證性因素分析之構面信度與平均變異抽取量	67
表 4-19	綠色旅遊傾向區別效度檢定表	68
表 4-20	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第四次修正變項參數估計表	69
表 4-21	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第五次修正變項參數估計表	71
表 4-22	綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第六次修正變項參數估計表	72
表 4-23	綠色旅遊傾向第六次修正模式適配指標估計摘要表	73
表 4-24	綠色旅遊傾向驗證性因素分析之構面信度與平均變異抽取量	75
表 4-25	綠色旅遊傾向區別效度檢定表	76
表 4-26	遊客生活型態群組分佈表	77
表 4-27	遊客之綠色旅遊傾向群組類型背景屬性分析表	79
表 4-28	綠色旅遊傾向構面與綠色旅遊傾向群組之判別分析	79
表 4-29	綠色旅遊傾向構面與綠色旅遊傾向群組之交叉驗證表	80

表 4-30 綠色旅遊傾向群組與期待遊憩體驗之單因子變異數分析表	81
表 4-31 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之判別分析	82
表 4-32 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之交叉驗證表	82
表 4-33 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之標準化的典型區別函數係數	83
表 4-34 假設樣本構面因素分數與預測旅遊基地選擇結果	83
表 4-35 假設樣本因素構面分數各別調整之旅遊基地選擇結果摘要	84
表 4-36 旅遊基地選擇與現地遊憩體驗之單因子變異數分析表	85
表 4-37 綠色旅遊傾向群組與現地遊憩體驗之單因子變異數分析表	86
表 4-38 遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇之卡方交叉表	87



第一章 緒論

第一節 研究動機

近年來，全球的觀光產業不斷成長，根據世界觀光旅遊委員會（World Travel & Tourism Council, WTTC）（2007）的統計，觀光產業所創造出來的經濟產值，每年均占全球 GDP 的 9.2% 以上，並提供全球 235 萬（約佔全球 7%）的工作機會，皆顯示觀光旅遊產業已是目前全球最大的產業。觀光遊憩發展一向被視為促進地方經濟發展的重要手段（Butler, 1990, p.40），但有許多學者認為觀光發展對當地繁榮而言，其影響往往是正負衝擊兼具（Allen, Long, Perdue, & Kieselbach, 1988, p. 16; Belisle & Hoy, 1980; Liu & Var, 1986; Milman & Pizam, 1988; Pizam, 1978, p. 8）。就文獻指出，一般將觀光發展衝擊分為三大部分，分別為經濟衝擊、社會文化衝擊、及實質環境的衝擊（Mathieson & Wall, 1982; Pizam, 1978）。

環境議題並非在近年才倍受重視，自 1972 年聯合國於瑞典斯德哥爾摩召開的「人類環境會議」，是為世界各國政府第一次共同探討當代的環境問題與策略，其後有 1992 年聯合國於巴西里約熱內盧召開的「聯合國環境及發展會議」、1997 年在日本京都召開的「聯合國氣候變化框架公約」締約方第三次會議（COP3）、2002 年的南非地球峰會等，分別提出了「人類環境宣言（Declaration on the Human Environment）」、21 世紀議程（Agenda 21）與聯合國氣候變化綱要公約、「京都議定書」等，其中所探討的層面包括永續發展、氣候變遷等，皆顯示環境與氣候日益嚴重的議題在 40 年前就已開始被重視，這是世界各國政府與人民都需共同面對的。2002 年的南非地球峰會除了重新檢視 21 世紀議程外，更明確的提出永續發展需要以「行動」展現推動決心，並改變不永續發展的消費及生活型態。

自 1998 年起，政府為因應「氣候變化綱要公約」及「京都議定書」之規範，已召開三次全國能源會議，並且為建構低碳社會與永續發展法制基石，研訂「永續能源基本法」，需取得全民對永續潔淨能源的共識以建構潔淨能源經濟體系及生活方式，並藉由低碳技術及淨潔能源發展綠色產業與綠色工作機會，創造綠色成長契機。換句話說，為達成低碳社會與永續發展之理念，綠色概念的因應對策涵蓋層面甚廣，包含政策、產業、技術、知識、人民意願與共識，意即人類生活層面中的工作、教育、飲食、消費、休閒、娛樂、觀光旅遊等行為模式均會受到含有綠色概念的價值觀所影響，呈現綠色、環保、永續的型態。

旅遊是為人類生活層面中重要的一部份，亦是目前全球最大的產業，故免除不了走向此趨勢，在觀光旅遊中的飲食、住宿、交通、教育、娛樂、購物等旅遊行為中深植綠色、環保、永續的概念，形成綠色的旅遊型態，綠色旅遊也逐漸蔚為風潮。相較於傳統的、大眾的、以市場為取向的旅遊，綠色旅遊考量環境整體的經濟、生態、社會議題，以對環境衝擊最小的旅遊形

態，秉持節能減碳精神，享生態人文的遊程體驗，對於環境採取友善的態度，並注重環境永續性的維持（Kelly & Godbey, 1992; Sharpley & Sharpley, 1997; Travel

guru, 2008；多倫多綠色旅遊協會，2009；台灣綠色旅遊協會，2010)。為了旅遊目的地在經濟面、社會面、環境面都能永續性的經營與維持，使綠色旅遊逐漸成為民眾主要的旅遊方式，政府單位及旅遊目的地之經營管理單位都應加強政策、行銷、教育上的推動，促使旅遊目的地在軟體面、硬體面、環境面均朝向綠色旅遊的發展方向；做為政府單位所管轄之觀光遊憩區，如國家風景區、國家公園等，更應從自身做起，做為所有觀光遊憩區之表率。

日月潭國家風景區以山水交融、氤氳水氣及層次分明的山景變化等美景聞名，除了具有豐富的自然生態資源外，周遭更擁有獨特的人文歷史資源，為台灣地區最富盛名且最有發展潛力之國家風景區，極具有發展綠色旅遊之潛力。近年來，高速鐵路、國道六號及日月潭九族纜車系統等重要交通建設相繼通車營運，以及政府開放陸客來台之政策實行後，其觀光吸引力倍增。根據交通部觀光局(2010)之統計，日月潭地區之遊客人數從2008年的128萬人次劇升為2010年的638萬人次(圖1-1)，龐大的觀光人潮除了帶來可觀的經濟利益外，當地珍貴的環境資源也可能面臨遭受破壞的危機，為了日月潭國家風景區能永續性的經營與維持，朝向綠色旅遊方向的發展與推動勢必為最佳的解決方式。

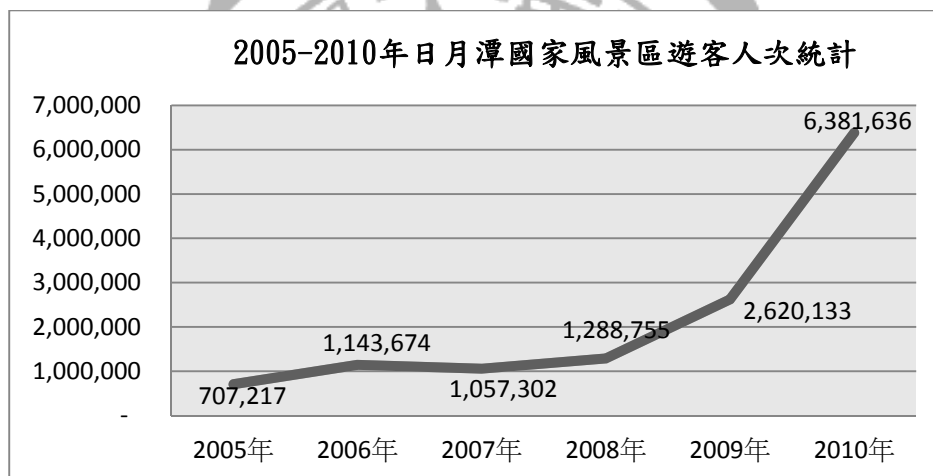


圖1-1 2005-2010年日月潭國家風景區遊客人次統計圖

以日月潭國家風景區而言，區內有水社碼頭與伊達邵碼頭兩大主要遊憩聚點以及寺廟、登山與環湖步道等分佈較零散的遊憩點，不同的遊憩點提供遊客不同主題的旅遊體驗，如水社碼頭與伊達邵碼頭以遊客的需求為導向，提供舒適的、標準化的觀光設施，並呈現出如 Kelly 與 Godbey (1992) 所言的「旅行的方式、觀光的行程、住宿、甚至於紀念品慢慢地越來越相似」的綠色一般型式；而登山與環湖步道則提供景色欣賞(如水社親水步道、貓囓山步道等)、生態體驗(如水蛙頭步道、內湖山步道)、登山健行(如水社大山步道、後尖山步道)等，而水社碼頭與伊達邵碼頭則屬於大眾旅遊的旅遊型態。陳水源(1988)認為，旅遊基地所提供之遊憩體驗符合遊客的喜好，將會使遊客在生理上、心理上的體驗品質均深感滿意，也會提高遊客的滿意度。所以當旅遊型態偏好大眾旅遊的遊客，依期望所得到的遊憩體驗選擇了進行體驗的旅遊基地如水社碼頭、伊達邵碼頭，或是旅遊型態傾向綠色旅遊的遊客期望獲得深入的體驗而選擇了如貓囓山步道、水社大山步道，當地所提供的環境資源、活動性質屬於遊客所追求，則遊客將獲得較滿意的遊憩體驗；若遊客選擇了不適當的旅遊基地，其所預期的旅遊產品與到達旅遊基地後所認知的產品產生落

差，不僅容易造成衝突，降低遊憩體驗品質，更可能對環境造成負面影響，形成 Boyd 與 Butler (1996) 所提出的「錯置」(misdisplacement)現象。所以，為避免珍貴的遊憩資源受到破壞、遊憩體驗品質降低，造成遊客到訪日月潭後「遺憾終生」的窘況發生，對於日月潭國家風景區未來規劃與管理而言，了解遊客的綠色旅遊傾向、旅遊基地選擇、與遊憩體驗的關係是不可或缺的。

回顧國內學術期刊，針對日月潭國家風景區的遊客所進行之研究，大多數探討遊客的旅遊動機、滿意度、遊憩涉入、旅遊意象、市場定位、心理體驗、忠誠度、重遊意願、遊客特性、遊憩需求、遊客行為之間的關係（鄭琦玉，1995；侯錦雄、林宗賢，2001；蔡鳳兒，2006；黃郁婷、黃妙國、高志強，2007；林仁彬、賈凡、簡彩完、張家銘，2007；張良漢、黃孟立，2007；李城忠、沈德裕，2007；高文揚、韋磊、徐聖明，2008；王嘉淳、張允熙，2010；鄭三權，2010；陳科嘉，2010）；相關主題之研究有蘇翰章（2005）以南投縣東埔、日月潭、廬山、清境農場等風景遊憩區為基地，以及黃章展、李維貞（2006）以南投縣廬山、清境農場為研究範圍，探討遊客的生活型態與住宿基地選擇之關係，但選擇住宿基地與選擇旅遊基地的考慮因素不同，除了遊客的綠色旅遊傾向可能會影響遊客在旅遊基地的選擇外，遊客所期望得到的遊憩體驗亦是可能影響選擇的因素之一，然而目前仍未有研究對此進行深入探討。

第二節 研究目的

有鑑於綠色旅遊逐漸成為遊憩區永續經營與維持的解決之道，而日月潭國家風景區即將面臨龐大遊憩壓力，勢必對當地環境、遊客的體驗造成影響，景觀專業者有必要在適當的旅遊基地、規劃相對應的遊憩體驗以接待適合的遊客，避免造成遊客與環境的體驗衝突，以做為未來長遠發展之考量。然而回顧過去研究，缺乏探討遊客綠色旅遊傾向、旅遊基地選擇與遊憩體驗間的關係，故本研究欲以日月潭國家風景區為研究基地，探討遊客之綠色旅遊傾向、旅遊基地選擇、與遊憩體驗之間的關係。

第三節 研究範圍

本研究選定日月潭國家風景區環潭遊憩系統做為研究範圍，環潭遊憩系統為日月潭國家風景區最早開始發展且為遊客主要選擇的遊憩系統，包含水社碼頭與伊達邵碼頭兩大主要據點、十四條不同挑戰程度之登山與親水步道，研究範圍如圖 1-2。

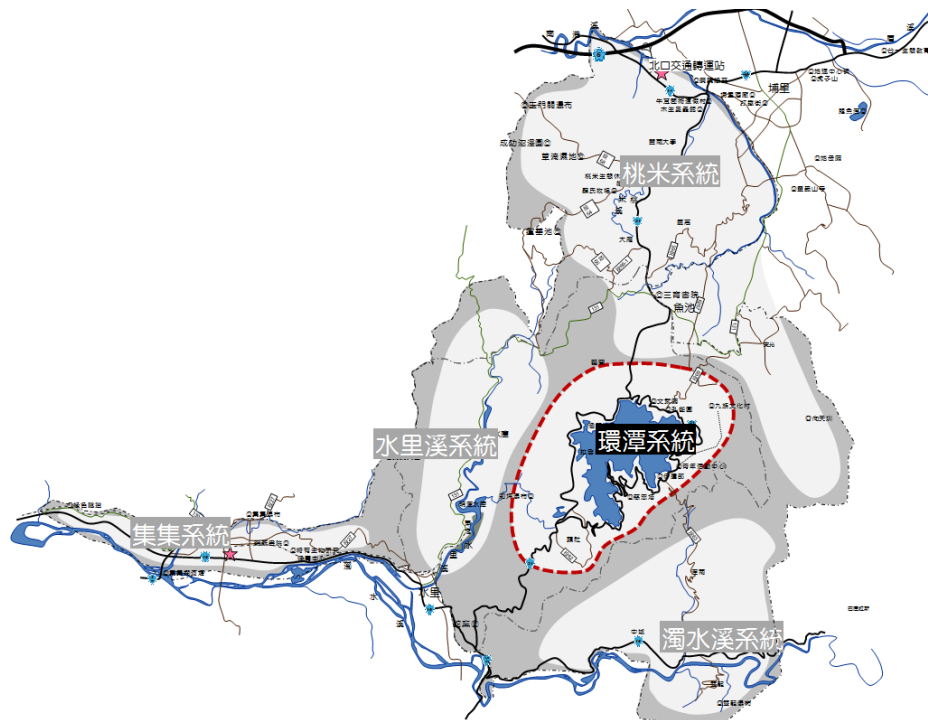


圖1-2 研究範圍圖

第四節 研究限制

本研究針對日月潭國家風景區到遊之遊客為調查對象，且僅針對該次旅遊選擇之旅遊基地為研究範圍，至於其他屬性不同之地區，未必適用同樣之結論。

第五節 名詞釋義

茲將本研究中研究變項的名詞意義說明如下：

一、綠色旅遊傾向

根據過去學者對生活型態的定義，生活型態是特殊個體或團體在社會上所有生活方式與行為模式的組成(Andreasen, 1967; Feldman & Thielbar, 1975; 別蓮蒂, 2000)，而因應環境與氣候惡化之問題，生活型態被指出應朝向符合地球永續性、對環境無害、融入環保概念(行政院經濟建設委員會, 1997; 陳靖怡, 2003)，生活型態亦會表現在旅遊上的行為，因此，本研究對綠色旅遊傾向的定義為：該族群在旅遊時的所有組成，如食、住、行、育、樂、購等面向，表現出生態、低碳、綠色的特徵，即為綠色旅遊傾向。

二、期待遊憩體驗

根據 Clawson 與 Knetsch (1969)、Chubb 與 Chubb (1981) 所提出之遊憩體驗歷程，在遊憩進行之前，遊客根據所希望追求的體驗，選擇所要前往的環境、想參與的遊憩活動，所希望追求的體驗即是期待遊憩體驗。

三、現地遊憩體驗

根據 Clawson 與 Knetsch (1969)、Chubb 與 Chubb (1981) 所提出之遊憩體驗歷程，在遊憩地點從事的遊憩活動、周圍的環境特質，都對當時的遊憩體驗有極重要的影響。因此，將現地遊憩體驗定義為：在遊憩地點從事的遊憩活動、及遊憩地點之環境特質，經由感知的過程而產生的生理及心理反應。

第六節 研究方法類型

依據 Neuman (2002) 對研究的分類，本研究屬於解釋性研究，解釋性研究乃建立於探索性與描述性的研究之上，主要目的是為尋找原因及理由，以確定何種解釋是最佳的，並將理論延伸至新的議題。



第二章 文獻回顧

本研究之目的在探討遊客之綠色旅遊傾向、旅遊基地類型、與遊憩體驗之關係，以下將針對綠色旅遊傾向、遊憩體驗和旅遊基地類型的相關文獻作探討。

第一節 綠色旅遊傾向

旅遊傾向可以從生活型態的觀點來做整體描述，本節首先藉由生活型態的相關文獻瞭解旅遊型態所包含的面向，其次討論旅遊型態的轉變，以提出目前旅遊型態所應具備的內涵，歸納出綠色旅遊傾向之定義，接著回顧相關的旅遊文獻，最後擬訂出綠色旅遊傾向在各個旅遊面向的內容。

一、旅遊型態

(一) 旅遊型態的定義

個人的價值觀已可被用於預測休閒行為，包括休閒活動的選擇(Beatty, Kahle, Homer, & Mirsa, 1985; Boote, 1981; Jackson, 1973; Veroff, Douvan, & Kulka, 1981)、旅遊目的地的選擇(Dalen, 1989; Klenosky, Gengler, & Mulvey, 1993; Muller, 1991; Pitts & Woodside, 1986; Shih, 1986)、休假時休閒活動的選擇(Madrigal & Kahle, 1994)。同樣的，個性也會影響休閒活動的決定(Allen, 1982; Driver & Knopf, 1977; Howard, 1976; Martin & Myrick, 1976; Moss, Shackelford, & Stokes, 1969)以及旅遊的決定(Nickerson & Ellis, 1991; Plog, 1974)(引自 Madrigal, 1995)。

因此，旅遊的地點與從事之休閒活動會受到個人價值觀與個性的影響，意即，旅遊時從事的活動、選擇的旅遊地點、傾向的旅遊方式，與個人對事物的態度、看法、喜好、興趣息息相關，會左右個人的旅遊型態。個人的態度、看法、喜好、興趣等，會顯現出個體獨特的生活模式或特徵，可以用於了解一個遊客的生活型態(Wells, 1974, 引自 Gladwell, 1990, p.15)。

廣義來說，生活型態是整個社會或社會一部份的獨特生活模式或特徵(Lazer, 1963)，它包含特殊個體或團體所有生活方式的組成(Andreasen, 1967, 引自 Demby, 1974, p. 21)。生活型態主要是用來描述與某種文化或群體其生活的型態有所區別的獨特要素或品質。它體現出在社會中顯現出的動態生活的發展形態。因此，生活型態是文化、價值觀、資源、符號象徵、許可、道德約束等力量作用的結果。從某一種觀點視之，消費者購買及消費方式的聚合結果正反映出一個社會的生活型態(Lazer, 1963, 引自 Plummer, 1974, p.33)。

Feldman 與 Thielbar (1975) 則列出生活型態的四個主要概念(引自 Perreault et al., 1977, p. 209)：

1. 生活型態是一種群體現象。一個人的生活型態會受到他所參與的各種社會團體影響，也會受到重要的其它人的關係所影響。
2. 生活型態遍及生活中的很多面向。知道個人在一個區域中會有怎樣的生活行為，使我們預測他在其它方面的行為。
3. 生活型態暗示主要的生活興趣。
4. 不同的生活型態是根據社會學上相關變量的影響。

Mayo 與 Jarvis (1981) 指出，生活型態的特徵反映出個性的特徵，比起臨床心理學的測量儀器，研究這種特點可以解釋更多消費者的行為（引自 Gladwell, 1990, p.15）。

Hawkins、Best 與 Coney (1986) 指出生活型態 (lifestyle) 就是指我們如何過生活而言，由過去經驗、內心特徵、和當時情境共同決定的，且影響消費行為的各個層面，如圖 2-1。

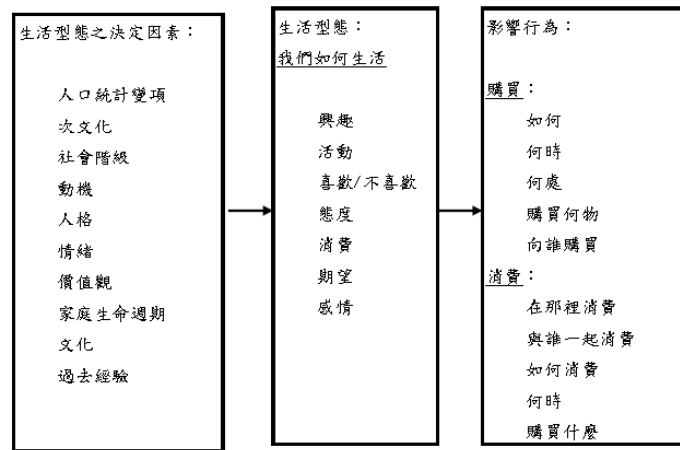


圖2-1 生活型態定義概念圖

國內學者對生活型態的定義多依據國外學者的定義，別蓮蒂 (2000) 整合過去研究，定義生活型態就是一個人或一個團體在社會上的生活與行為模式。由於個人資源的限制，必須對時間、精力及金錢有所分配，而在分配有限資源的過程中，又受到社會、文化、信仰、價值觀及個人性格特質等因素的影響，最後呈現出一個人的活動、興趣、意見、產品使用…等生活行為模式。

回顧過去文獻，最早對於生活型態的定義是整個社會或社會一部份的獨特生活模式或特徵，意即與某種文化或群體其生活型態有所區別的獨特要素或品質 (Lazer, 1963)。生活型態是特殊個體或團體在社會上所有生活方式與行為模式的組成

(Andreasen, 1967; Feldman & Thielbar, 1975; 別蓮蒂, 2000)，可用來推論、解釋消費者的行為 (Lazer, 1963; Andreasen, 1967; Mayo & Jarvis, 1981; Hawkins et al., 1986)。

基於以上學者所提的定義，日常生活方式的所有組成，如食、住、行、育、樂、購等面向，可以用來描述出一個特殊族群其獨特的生活模式或特徵，即是一個族群的生活型態；所以當這些生活上的面向用來描述族群在旅遊時的獨特模式或特徵時，即是此族群的旅遊型態。

(二) 旅遊型態的轉變

自 1972 年聯合國就於瑞典斯德哥爾摩召開「人類環境會議」，為世界各國政府共同探討當代環境問題與策略的第一次國際會議，會中發表「人類環境宣言

(Declaration on the Human Environment)」，呼籲各國政府和人民共同努力以維護及改善人類環境。然而全球暖化問題日益嚴重，1992 年聯合國於巴西里約熱內盧召開「聯合國環境及發展會議」開始重視氣候變遷之議題，並於該次會議提出 21 世紀議程 (Agenda 21)、聯合國氣候變化綱要公約等重要文件，促請各國研擬永續發展的具體政策和計畫；但即使制定氣候變化綱要公約後，全球二氧化碳濃度仍在不斷上升，公約的碳排放減量目標普遍被認為並未被會員國認真執行，在國際上引起極大爭議，21 世紀議程也明確指出，生產與消費，是全球環境持續惡化的重要原因，於

是形成制定具有法定力之議定書的共識(台灣因應氣候變化綱要公約資訊網,2010)。1997年12月在日本京都召開的「聯合國氣候變化框架公約」締約方第三次會議(COP3),38個國家及歐盟在會議中簽署了限制已開發國家溫室氣體排放量以抑制全球變暖的「京都議定書」,以個別或共同的方式控制人為排放之溫室氣體量,以減少溫室效應對全球環境所造成的影響。2002年的南非地球峰會除了重新檢視1992年所通過的21世紀議程外,必需要改變不永續發展的消費及生活型態以落實永續發展,包括於個人生活行為中儘量減少廢棄物產生,儘量再利用、回收利用和使用無害環境的替代物品,因此,從個人生活行為做起,改變以往的生活型態,轉變為綠色、環保、永續的型態。這些國際性的會議中所探討的層面包括環境的永續發展、氣候變遷等,皆顯示環境與氣候日益嚴重的議題在40年前就已開始被重視,這是世界各國政府與人民都需共同面對的。

為因應國際間對於氣候與環境議題的重視,國內於1997年舉行的永續發展論壇圓桌會議中提及,技術是可以解決環境問題之工具,但只靠技術本身是無法達成我們期望的改變,必須整個社會體系與生活行為一起調整,朝向可符合地球永續性的生活方式,亦即以綠色生活方式調整(行政院經濟建設委員會,1997)。

國內學者鄭先祐(1997)提及,減少消費,是永續之道的開始,然而減少消費,便意味要有「樸素」的生活型態;張隆盛、葉俊宏(1999)認為個人生活方式與地球之永續發展有非常密切的關係,應從日常生活中實踐環保,共同推動「環保新生活運動」,過一個簡樸生活,讓生活簡單,以避免製造過多的污染。陳靖怡(2003)認為追求「永續發展」是二十一世紀國家生存與發展之主要方向,其落實之關鍵在於個人的生活型態。因此,為了追求環境之永續發展,應從改變個人的生活型態做起,朝向符合地球永續性、對環境無害、融入了環保觀念的生活型態。

另外,根據世界旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, WTTC)(2007)的統計,旅遊產業所創造出來的經濟產值,每年均占全球GDP的9.2%以上,並提供全球235萬(約佔全球7%)的工作機會,皆顯示旅遊產業已是目前全球最大的產業,並成為世界各國發展經濟的指標性產業,也因此近年來政府不遺餘力的推動旅遊發展。觀光遊憩發展一向被視為促進地方經濟發展的重要手段(Butler, 1990, p.40),但有許多學者認為觀光發展對當地繁榮而言,其影響往往是正負衝擊兼具(Allen, Long, Perdue, & Kieselbach, 1988, p. 16; Belisle & Hoy, 1980; Liu & Var, 1986; Milman & Pizam, 1988; Pizam, 1978, p. 8)。一般可將觀光發展衝擊分為三大部分,分別為經濟衝擊、社會文化衝擊、及實質環境衝擊三方面(Mathieson & Wall, 1982; Pizam, 1978);經濟衝擊包括收入提升、增加工作機會等正面衝擊,或難以用經濟價格來衡量的負面衝擊如噪音、擁擠、污染等;社會文化衝擊如犯罪率的增加、傳統價值的改變或文化商品化等;環境衝擊可包含實質環境及生態資源條件的變化,如環境的髒亂、過度擁擠、交通混亂等。

針對於傳統的大眾旅遊發展所產生的負面衝擊問題,加上人們對於環境意識的覺醒(Dowling, 2002, p. 210),針對這些旅遊問題所提出來的替代方式焉然產生。因此,替代旅遊被提出來針對大眾旅遊一些本質上的問題進行修正(Bulter, 1990, p. 40),許多學者認為,替代旅遊與綠色旅遊、生態旅遊、及永續旅遊是非常類似的概念(Carey, Gountas, & Gilbert, 1997, p. 427; Holden, 2000, 轉引自Dowling, 2002, p. 211; Kelly & Godbey, 1992, p. 408)。近年來為因應全球氣候變遷問題,低碳旅遊也被提出,被認為是未來旅遊的新趨勢(蔡萌、汪宇明, 2009)。

根據上述,為了追求環境之永續發展,應改變個人的生活型態,朝向符合地球永續性、對環境無害、融入環保觀念的方向,而旅遊是為人類生活層面中重要的一

部份，因此，在旅遊時，也會顯現出具備生態、低碳、綠色內涵的旅遊型態。因此，本研究對綠色旅遊傾向的定義為：該族群在旅遊時的所有組成，如食、住、行、育、樂、購等面向，表現出傾向生態、低碳、綠色的特徵，即為綠色旅遊傾向。

二、綠色旅遊傾向的內涵

根據上述，綠色旅遊傾向會表現出具有生態、低碳、綠色的內涵，因此，在旅遊方式的選擇上，也會表現出傾向生態、低碳、綠色的旅遊方式。

(一) 生態旅遊(Ecotourism)

「生態旅遊」一詞最早出現可追溯至 1965 年 Hetzer 在 Links 雜誌中批評觀光活動在發展中國家所造成的衝擊，並建議對文化、教育以及旅遊再省思，並倡導所謂的生態旅遊，這個建議被認為是第一次提及生態旅遊（郭岱宜，1999）。最初，生態旅遊只是一個沒有驗證的概念，很多人希望它能夠為全世界的自然資源保護做出貢獻。隨著環境運動發展，人們開始審視旅遊的各種環境和社會影響，開始探討如何正確利用自然，如何實現旅遊、保護和永續發展之間的平衡（宋瑞、薛怡珍，2004）。

各國專家學者對於生態旅遊各自以不同的說法來定義它的內涵，列舉幾個較常被引用之定義如下。

最早有國外學者 Hetzer (1965) 認為生態旅遊是文化、教育和旅遊業的綜合體，是一種生態性的旅遊。包括：一、達到最小的環境衝擊。二、利用當地的文化產生最大的經濟效益。三、使旅遊活動對當地造成最小衝擊並使旅遊活動能達到最大的期望。四、提供遊客獲得最大的遊憩體驗。

Ziffer (1989) 認為生態旅遊是一種啟發性的觀光形式，主要建基於當地的自然歷史與原有的文化。遊客是環境資源的一部份，而除了對當地生態保育之外，也同時保留當地住民文化活動，以及需要良好的經營管理，包括：一、加強遊客對生態環境的欣賞及導入環境保育的議題。二、重視當地民眾的特定需求。

國際生態旅遊協會 (The International Ecotourism Society, TIES) (1991) 認為生態旅遊係到自然野地的責任旅遊，這種旅遊活動不但可以保育當地的生態環境，同時也增進了當地人民的福祉。

Boyd 與 Butler (1993) 認為，生態旅遊是負責任的自然旅遊體驗，不僅對保育有貢獻亦能兼顧社區完整性，同時盡可能的採行與環境和諧並存的活動。

澳洲觀光局 (1994) 延伸生態旅遊的概念，加入「解說教育，將自然生態視為永續性管理」，此概念將文化（教育、解說）融入自然環境，而生態永續性指的是保護自然環境作為生態旅遊的資源。

Buckley (1994) 認為生態觀光應整合以自然為基礎的產品與市場，永續經營使衝擊降至最低，對保育提供財政上的支援，並透過環境教育的方式提升個人的環境態度。

國際自然暨自然資源保育聯盟(International Union for Conservation of Nature and natural Resource, IUCN) (1996) 對生態旅遊的定義則與國際生態旅遊協會有類似的概念，定義為「具有環境責任感的旅遊方式，保育自然環境與延續當地住民福祉係其發展之最終目標」。

聯合國訂定 2002 年為國際生態旅遊年，於同年 5 月在加拿大魁北克舉辦「世界生態旅遊高峰會」，並發表「魁北克生態旅遊宣言」(Quebec Declaration of Ecotourism)，此宣言認為生態旅遊應包含以下幾個原則：

1. 於自然與文化遺產的保育有主動的貢獻；

2. 當地或原住民社區居民納入其生態觀光的規劃發展及營運機制，並對於其社區福祉有所助益；
3. 對遊客解說當地的自然與文化遺產；
4. 最好是個別的遊客或是小型的團客。

而國內學者方面，楊宏志（1992）認為生態旅遊是在未經人為干擾或污染之自然地區，以特殊的目的，採崇敬和欣賞風景、野生動植物、歷史文化之態度從事旅遊。

劉吉川（1994）認為生態旅遊是：1. 直接或間接地使用自然環境；2. 強調觀光與自然保育的重要性；3. 生態觀光的效益是多方面的，包括提供遊客活動機會、當地居民之經濟效益，並使居民之文化生活和生態環境得以改善。

交通部觀光局（2002）對生態旅遊定義為「不是一種單純到原始的自然生態環境進行休閒與觀光的活動，而是以環境教育為工具，同時連結對當地居民的社會責任，配合適當的機制，在不改變當地原始生態與社會結構的範圍內，從事休閒遊憩與深度體驗的活動」。

歐聖榮（2002）整理有關台灣地區生態旅遊的研究，引用 Ziffer（1989）強調一個完整的生態旅遊定義，應涵蓋動機（motivation）、行為（behavior）、衝擊（impact）、利益（benefits）、和規劃策略（planned approach）等，並據此檢視國內外學者提出之定義，用以下四個面向來探討生態旅遊之意涵（p. 167-169）：

1. 基於自然（nature-based）：生態旅遊因起源生態保育觀念的興起與人類環境意識的覺醒，生態旅遊意指自然旅遊，也包括部分鄉村旅遊和文化之旅的因素。
2. 永續經營：其引用 Boo（1991）所提出：「生態觀光不僅是一種生態性旅遊，而且必須是透過旅遊加強保育的執行。」
3. 環境意識：生態旅遊結合對自然強烈的使命感，及社會道德的責任感，並應將此責任與義務延伸至遊客。
4. 利益回饋：生態旅遊的永續發展包括另一重要意義，即是對當地社區的利益回饋，除了貢獻於生態系保育之外，更應能尊重當地社區的完整性。

行政院永續發展委員會國土分組的《生態旅遊白皮書》中指出雖然生態旅遊的定義各家不同，然而所有的定義都至少反應了三個要素：比較原始的旅遊地點、提供環境教育機會以增強環境認知進而促進保育生態的行動力、關懷當地社區並將旅遊行為可能產生之負面衝擊降至最低。亦即生態旅遊不是一種單純到原始的自然生態環境進行休閒與觀光的活動，而是以環境教育為工具，同時連結對當地居民的社會責任，並配合適當的機制，以期在不改變當地原始生態與社會結構的範圍內，從事休閒遊憩與深度體驗的活動（交通部觀光局，2002）。

綜合上述學者及機構對生態旅遊所提出的定義，可得知生態旅遊是一種以當地的自然及文化資源為基礎、對當地生態及文化保育、注重環境教育、利益回饋當地社區的永續發展旅遊形式。在供給面上，必須將當地居民及社區納入發展、規劃、及營運機制中，透過適當的行銷、制訂法規等方式，真正落實生態旅遊的發展與管理原則；而在需求面則是遊客需具備從事生態旅遊應有的態度與行為的表現，例如抱持尊重及具有環境意識的態度、學習當地的自然文化資源、體驗當地的生活等等。

（二）低碳旅遊（Low-Carbon Travel）

Simpson 等人（2008）指出，旅遊對氣候變遷的影響重大，旅遊業 2005 年每人平均二氧化碳排放量約佔全球總排放量的 5%，甚至可能更高達 5% 至 14%。有學者指出，為因應全球氣候變遷問題，低碳旅遊應成為未來旅遊的新趨勢（蔡萌、汪宇明，2009）。

全球氣候變遷促使低碳旅遊業的發展，蔡萌與汪宇明（2009）對其旅遊概念包括：以低碳旅遊服務設施（運輸工具、住宿等）和吸引物（旅遊資源）作為實踐工具；以碳匯旅遊體驗環境作為實踐手段（以高碳匯的自然植物作為碳匯機制的載體）；找尋各種途徑減少旅遊過程中所產生的碳足跡，宣導遊客如何減少碳足跡。

Simpson 等人（2008）認為，遊客可透過選擇他們的目的地、有利於環保的運輸方式、選擇環保認證的住宿，以及在餐廳吃本地提供或有機食品來發揮重要作用，可由以下幾個行為來達成低碳旅遊：

1. 減少旅遊或停留在旅遊目的地較長久的時間；
2. 盡量減少空中旅行；
3. 支持有健全環境管理的航空公司；
4. 若無法避免航空旅行，則實行碳抵銷；
5. 支持親環境和有利於環境發展的旅遊經營商；
6. 在具環保認證的旅遊目的地住宿。

邁向低碳旅行及旅遊業 (Towards a Low Carbon Travel and Tourism Sector) (2009) 提出許多建議來減輕溫室氣體在交通運輸上的排放（如空運、海運、陸運），如向航空業收取碳權交易費用，而收取的資金將用於從事綠色經濟的旅遊產業，為「綠色基金旅遊」的概念。政府減少對航空運輸、郵輪旅遊與飯店服務的資助項目，目的是在於鼓勵這些交通運輸業能朝向低碳旅遊發展。

維基百科（2010）認為低碳旅遊著重於旅遊行程中的交通方式，需捨棄自用車，鼓勵搭乘大眾運輸工具，以降低運輸工具的碳排放量，進而達到低碳目的，並對低碳旅遊定義為「同時兼顧到降低碳排放量的一種旅遊方式，亦即在旅遊中，透過捷運、客運、自行車的旅遊結合，將二氧化碳排放降到最低」。常見的交通方式如：共乘遊覽車或火車接駁，大型載具搭乘足夠的乘客；藉由步行完成近距離的移動；藉由自行車完成步行無法達到的距離程度。

從上述文獻資料得知，低碳旅遊是一種反應全球氣候變遷的旅遊方式，重點在於以潔淨燃料作為大眾運輸系統的動力來源，以降低運輸工具的碳排放量，並鼓勵旅客搭乘大眾運輸工具已達成低碳旅遊的目的，以及提供低碳的旅遊服務設施、低碳旅遊吸引物、碳匯旅遊體驗環境，能夠以量化的方式計算旅客在旅遊的過程所產生的碳足跡。

（三）綠色旅遊

綠色旅遊最早起源於歐洲；在法國，起因於法國政府的第二次國家建設五年計劃（1952-1957），農業從事者將農場內閒置空屋改建為民宿，提供都市人租用以獲得政府補助金之獎勵，並且民間相繼成立保護農村傳統建築物與文化組織

（Federation Nationale des Logis et Auberges de France）、農村民宿聯盟（Federation Nationale des Gites Ruraux de France），這些組織除了協助農業從事者整建農村外，也對從城市來的觀光客提倡此種以農村為住宿的旅遊方式，不僅能增加農民副業收入，同時也提供農村居民與都市住民相互交流的場所。

在英國，由於工業革命造成都市化，鄉村人口大量湧向都市，而都市近郊的農村景觀逐漸遭到破壞，於是有心人士成立英國自然環境保護協會（National Trust），希冀能維護廣大的自然空間以供國民休憩之用，並妥善的保存、維護管理、管制開發歷史性建築物，用以傳承後代子孫；英國政府也在 1947 年制定都市農村計劃法，限制休閒旅遊在農村的開發，這些都使得英國鄉村地區看不到大型的觀光度假地，只有廣闊草園的田園景觀點綴著傳統農村建築。另一方面，在第二次世界大戰結束後，農業就業人口大幅減少，以及農業機械化之實行，造成農產過剩、農產品價格

暴跌，農民的收益也隨之減少。為了農業可繼續經營，政府輔導農場走向多元化，農場運用既有的自然田園景觀、歷史性農舍建築，與休閒產業相結合，使得農家增加收益，同時也不會對農村社會與經濟結構造成重大改變，這就是英國的綠色旅遊之起源。

而德國，綠色旅遊起源於德國南部的 Bayern 地區，由於農業生產條件不發達，並且面臨人口外流以及收益不足之問題，Bayern 州政府為振興農業政策，選定小規模農戶與觀光旅遊相結合，促成休閒產業之發展。

法國農村旅遊振興中心(Tourism en Europe Rurale, TER)秘書長席巴禮(Suzanne Thibal)就歐洲各國對於綠色旅遊的定義與摘要，作以下的整理：(轉引自陳盛雄等，2002)

1. 由地方人士所創造出來的觀光活動，或是農業從事者、當地住民所進行的觀光活動。
2. 它與商業觀光最大的不同是：被產業化的觀光總是以提供顧客最好的服務為優先，不論走到哪裡，顧客所期待的服務也跟到那裡，以龐大的組織、團體行動的方式展開在世界各地的活動。
3. 而所謂「綠色旅遊」就是地域性觀光旅遊，其提供各式各樣服務的人必須對地方文化帶有相當的價值觀，因而就得注意下列五點：
 - (1)必須當地的居民具備開發為「綠色旅遊」的意願。
 - (2)其開發必須在當地的居民能夠管控之下，才進行開發與改善的工作。
 - (3)必須由地方的居民經營與管理。
 - (4)必須以當地的文化為基礎，展現地方文化特色的觀光活動。
 - (5)所有經濟性、社會性的利益，應該回饋地方，遊客從地方獲取相對的體驗以及農產品，而將利益留在地方的結構。

Lane (1988) 提出對於綠色旅遊與大眾旅遊之比較，大眾旅遊是以大眾設施的開發為中心，其開發與經營是藉由地域外的經營者，在開發上是以最短時間內將工事完成，不考慮對環境的破壞、對地方的自然、文化、地方居民生活方式的尊重。而旅遊者也是利用安排好的大型交通工具，對於鄉村的純樸之美從不細心觀賞，也就是說，大眾旅遊是將都市的價值觀帶到鄉村，將鄉村當作開發用地來處理。而相對於綠色旅遊，其開發方式是做整體性的考量，以充裕的時間並首先考慮對環境的衝擊，再展開緩慢的開發，對於既有的建築物盡可能保留或整修再利用；對於經營管理也以當地居民為中心並考慮其意見，旅遊者也不只是參觀名勝或採買紀念品為目的，而是要藉由地方去體驗與緬懷過去，從中發現新價值並獲得內心的喜悅，因此旅遊者在造訪前就要先對地方的歷史文化做學習，在到達旅遊地後就要有充裕的時間放鬆心情，深度體驗並融入地方的生活方式。

Kelly 與 Godbey (1992) 認為綠色旅遊 (Green tourism) 的概念在於「保護一個地區的美好景觀，對於舊有建築之再利用，對該地區的發展總量設限，由原有之居民擔任該地區開發者」；「對於環境觀光發展的經濟、生態、社會議題作整體考量，而不是僅考慮經濟」。

日本農業部 (1992) 對綠色旅遊的定義為在具有豐富自然景觀的農村和山區，進行停留型的休閒活動，並以享受自然、文化、與當地居民互動為目標。

Sharpley 與 Sharpley (1997) 定義綠色旅遊為相較於傳統的、大眾的旅遊或以市場取向之旅遊，對於環境的保護多採更為友善的態度，注重環境永續性的維持。

日本高知大學農學院依光良三教授的見解為：都市的人們利用農村、山村的民宿、木屋等設施做短暫的停留，藉由農村生活或農業、林業體驗進行與地域居民的

交流，或是單純的欣賞森林、山川、田園、鄉下景觀達到休閒活動的目的。這種利用農村、山村較為經濟的停留住宿方式，並能融入自然景觀與地方文化之小規模旅遊活動稱為「綠色旅遊」(森 季雄等，1998，轉引自陳盛雄等，2002)。

陳盛雄等(2002)認為，綠色旅遊是一種藉由鄉村田園景觀提供都市人做長期性休假的旅遊方式，它不同於大眾式的旅遊或商業性的旅遊，也就是以小團體、個性化的旅遊方式，深入鄉村地域過一段閒暇的農村生活。

「日本現代用語」對「綠色旅遊」解釋為：「農業旅遊為農業部—在泡沫經濟後所推動的農村度假方式」。其推動原因是因為泡沫經濟後經濟的衰退，促使民眾由原本豪華、物質享受式的大型渡假村轉往農漁山村，由原本的物質面進於尋求心靈的休養與增進生活的體驗。漸減形成一種都市居民以家族為單位長期停留住宿農家民宿的新型旅行方式(轉引自李依亭，2008)。

Travel guru(2008)認為綠色旅遊是保護自然及生態環境，創造更多的利潤促進旅遊業的發展，使用對環境衝擊較小的潔淨運輸燃料，在發展綠色旅遊的同時，讓環保意識深植於當地的旅遊產業中。

多倫多綠色旅遊協會(2009)認為從事綠色旅遊的意義在於「生態的責任(Ecological Responsibility)、地方經濟的活力(Local Economic Vitality)、文化的敏感(Cultural Sensitivity)及體驗的豐富(Experiential Richness)」，並將綠色旅遊的概念導入各項活動中，如交通(步行、人力車、大眾運輸工具等)、住宿(綠色住宿)、飲食(當地食材)、購物(當地產品)，以及提倡3R的概念，減量化(Reduce)、回收(Recycle)、重複使用(Resue)，減少物質、能源的消耗及有害物質的排放。

台灣綠色旅遊協會(Green Tourism Association of Taiwan, GTAT)(2010)將「食、衣、住、行、育、樂、購」的概念融入綠色旅遊的遊程體驗中，定義為「旅客以對環境衝擊最小的旅遊形態，秉持『節能減碳』精神，享『生態人文』的遊程體驗」。

從上述文獻資料得知，綠色旅遊是一種長期性的旅遊，以當地自然與文化做為旅遊資源進行農林業體驗或田園景觀欣賞，住宿以農家民宿或綠色旅館為主，交通型式採以大眾運輸工具或自行車及步行等方式，在旅遊過程中秉持節能減碳精神，並在旅遊過程中提升遊客的環境意識，鼓勵從事停留型的遊憩活動以減少移動時的能量消耗，在規劃、經營管理階段都需將當地社區與居民納入考量。

根據上述，綠色旅遊傾向可能會表現出生態、低碳、綠色的旅遊方式，然而，遊客的旅遊傾向是很多元的，因此不盡然所有的遊客都會偏好生態、低碳或綠色旅遊，也可能會有傾向舒適、便利的大眾旅遊方式，因此，遊客的旅遊傾向會形成一個從綠色旅遊至大眾旅遊的序列。

第二節 綠色旅遊機會序列

對於一個地區而言，提供何種體驗類型的產品可以視為該地區的發展定位，對於不同綠色旅遊傾向之遊客，其旅遊的傾向呈現從大眾旅遊至綠色旅遊的序列形式，然而目前僅有針對生態旅遊有發展生態旅遊機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)，因此，本節首先回顧生態旅遊機會序列，接著以生態旅遊機會序列之概念，結合綠色旅遊傾向之內涵，發展綠色旅遊機會序列。

一、生態旅遊機會序列 (Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)

Boyd 與 Butler (1996) 認為針對不同的觀光旅遊形式需要不同的經營管理架構，因而修改遊憩機會序列 (Recreation Opportunity Spectrum, ROS) 及觀光機會序列 (Tourism Opportunity Spectrum, TOS)，發展出生態旅遊機會序列 (Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)。

ECOS 將生態旅遊體驗類型分為三種：生態專家型 (eco-specialists)、生態中庸型 (intermediate)、生態一般型 (eco-generalists)，其架構包含八個要素 (圖 2-2)，分別為：可及性 (Access)、其他資源相關活動 (Other resource-related activities)、提供的吸引力 (Attractions offered)、現有的基礎設施 (Existing infrastructure)、社會互動 (Social interaction)、技術與知識的程度 (Level of skill and knowledge)、可接受之遊客衝擊程度 (Acceptance of visitor impacts)、可接受之管理方式 (Acceptance of a management regime)。



		生態旅遊機會序列		
		生態專家型.....	生態中庸型.....	生態一般型.....
可及性				
(1)困難度	艱鉅困苦的.....困難與費力的...普通與容易的.....	
(2)可及性的系統運輸	水路、步徑.....飛機(水上飛機).....道路(鬆軟的路面).....道路(林道).....
	道路(柏油路面).....		
市場	個人的體驗.....	朋友	當地的觀光.....	當地觀光業者(露營地和邊遠聚落)
			旅行社.....	
資訊管道	口頭傳播.....	廣告(當地的觀光手冊).....	旅行社的旅遊.....	
(3)交通工具運輸	徒步、獨木舟、馬.....	機動車輛.....		
其他資源相關之活動				
(1)關係	不相容.....依據自然度與開發程度.....大致上可相容	
提供的吸引力				
	較傾向於自然環境.....集中在文化與城市的方面.....		
提供的基礎設施				
(1)程度	無開發.....少數特定據點開發.....中度開發.....	
(2)明顯度	無.....自然風貌為主.....明顯的改變.....	
(3)複雜度	不複雜.....複雜的程度漸增.....		
(4)設施	無.....	搜尋與營救設施.....	農村的設施(露營地和邊遠聚落).....	一些令人舒適及方便的設施(旅社)
		很多令人舒適及方便的設施(飯店和別墅)	
社會互動				
(1)其他生態旅遊客	避免或很少接觸.....	一些接觸(小團體旅行).....	經常接觸.....	(大團體旅行)
(2)當地居民	很少接觸.....	一些解說與基本服務的使用.....	經常接觸.....	服務與獲得手工藝品
技能與知識的程度				
	專業的與知識豐富.....	知識豐富至有限的.....	最低限度至無知識.....	
可接受之遊客衝擊程度				
(1)衝擊的程度	無.....低度至中度.....高度.....	
(2)衝擊的廣泛度	很少的或罕見的.....	小區域,廣泛的.....	廣泛的.....	
(3)控制的程度	無控制.....	最低的控制.....中等至嚴格的控制	

圖2-2 生態旅遊機會序列
資料來源：Boyd & Butler (1996, p. 560)

二、綠色旅遊機會序列

對於欲發展綠色旅遊的地區，建構不同體驗的綠色旅遊產品，發展適用於綠色旅遊的經營管理架構是必要的。因此，整合綠色旅遊傾向之內涵，以 ECOS 為架構基礎，提出以綠色旅遊為發展方向的機會序列（表 2-1）。

表2-1 綠色旅遊機會序列

		綠色旅遊機會序列	
		綠色旅遊.....	大眾旅遊
食	食材性質	有機飲食 ⁴ /生機飲食 ¹⁵	不會特地選擇
	食材選擇	蔬果及天然食材為主 ¹⁵	以肉類為主
		當季的蔬菜 ¹⁷	進口的或非當季的蔬菜 ¹⁷
	器材使用	自行攜帶 ^{14,16}	不會自行攜帶餐具
		使用環保餐具 ^{16,20}	使用免洗餐具
	餐廳選擇	綠色餐廳 ¹⁵ /有機餐廳	不會特地選擇
	飲食特色	當地風味 ¹	具異國風味
住	住宿選擇	綠色民宿 ¹ /環保認證的住宿 ⁴ /低碳住宿 ¹⁰	不會特地選擇
	住宿設施	簡便的設施 ⁹	豪華的設施 ⁹
	住宿特色	具當地特色 ¹³ /鄉村特色 ¹²	具國際特色 ¹³
	一次性用品使用 (如牙刷、牙膏)	自行攜帶 ¹⁷	由民宿/旅館/飯店提供
行	交通工具	徒步 ^{5,9} /自行車 ⁵ /大眾運輸系統 ^{1,5}	自行開車 ⁹
	路程長短	較短的交通路程 ⁴	較長的交通路程 ⁴
	景點內道路情形	步徑 ⁹	柏油道路 ⁹
	路程規劃	較少定點，每定點停留時間長 ⁴	較多定點，每定點停留時間短 ⁴
育	事先了解當地的環境	非常了解 ^{9,12}	完全不了解 ⁹
	解說方式	有解說員深入解說 ²	沒有解說員，自行參觀
	旅遊資訊的管道	口耳相傳 ⁹	旅行社提供 ⁹
樂	旅遊目的	深度體驗當地自然生態 ^{2,3,11}	景色風光瀏覽
		深度體驗當地文化 ^{2,3,7,8,11}	採買特產紀念品 ¹²
	行程安排	自行安排行程 ^{7,9,12}	參加旅行社的行程 ^{9,12}
	與其他遊客接觸程度	沒有或很少接觸的 ⁹	接觸頻繁的 ⁹
	與當地居民接觸程度	沒有或很少接觸的 ⁹	接觸頻繁的 ^{8,9,12}
	同伴性質	個別的散客 ^{7,8}	團體旅遊的遊客
購	產品偏好	環保標章認證的產品 ^{16,18}	不會特地選擇
		強調對環境無害但較昂貴 ^{14,18}	不會特地選擇
		強調具有當地特色 ¹	不會特地選擇
		包裝簡單樸素 ¹⁶	包裝複雜精緻 ^{14,19}
		自備購物袋 ^{14,16}	商家提供的塑膠袋

資料來源：¹Toronto's Green Tourism Association(2009)；²Ziffer(1989)；³楊宏志(1992)；⁴Simpson 等人(2008)；⁵維基百科網站(2010)；⁶森 季雄等(1998)，轉引自陳盛雄等(2002)；⁷陳盛雄等(2002)；⁸魁北克世界生態旅遊高峰會會議報告書(2002)；⁹Boyd & Butler(1996)；¹⁰蔡萌、汪宇明(2009)；¹¹顏建賢(2003)；¹²Lane(1988)，轉引自 Bulter(1990)；¹³張莉汶(2008)；¹⁴王柏歲(2007)；¹⁵王登再(2009)；¹⁶李志敏(2003)；¹⁷The New York Times(2007)；¹⁸王維靖等(2011)；¹⁹阮素娥(2004)

綠色旅遊機會序列架構中有「食」、「住」、「行」、「育」、「樂」、「購」六個要素，此六個要素涵蓋在旅遊的過程中的活動與行為傾向。依據文獻的彙整結果，在「食」要素中，以五種方式描述飲食方面的行為傾向，分別為偏好的食材性質、食材選擇的傾向、飲食器材的使用傾向、餐廳的選擇、飲食特色的選擇；在「住」要素中，以住宿選擇的傾向、住宿設施的偏好、住宿特色的偏好、對於一次性用品使用(如牙刷、牙膏)的偏好來描述在住宿方面的行為傾向；在「行」要素中，以交通工具的使用、路程長短的選擇、偏好景點內的道路情形、路程的規劃描述在交通方面的行為傾向；在「育」要素中，以事先了解當地的環境、傾向的解說方式、獲得旅遊資訊的管道來描述在教育方面的行為傾向；在「樂」要素中，以旅遊目的、行程安排、與其他遊客接觸程度、與當地居民接觸程度、同伴性質來描述在娛樂方面的行為傾向；在「購」要素中，以購買產品時的傾向來描述在購買產品方面的行為。

三、綠色旅遊機會序列的測量方式

過去有學者嘗試運用遊憩機會序列、觀光機會序列、生態旅遊機會序列的概念，設計量表作為調查居民及遊客對於旅遊發展型態的工具，分別論述如下。

Ahn、Lee、及 Shafer (2002) 以美國德州 Gulf 海岸的三個社區 (Port Lavaca、Port O'Connor、與 Seadrift) 為研究地點，以 ROS 概念作為定義觀光發展型態的分析，依據工作坊討論的回饋及文獻回顧而發展出 19 個問項來測量居民所嚮往的觀光發展型態與想接待的遊客，採用五點數李克特尺度進行測量，1 分代表“不嚮往”到 5 分代表“非常嚮往”，其信度分析結果 alpha 值為 0.92，經因素分析萃取出三個因素，分別為消極的低度發展、積極的高度發展、及以自然為基礎的發展，總解釋變異量為 56.65%。雖然 Ahn、Lee、與 Shafer (2002) 並不是直接以 ROS 或 ECOS 中的評估因子來定義及描述觀光發展型態，然而對照其測量項目可以發現，已經涵蓋 ROS 或 ECOS 部分的評估因子。此外，由於 Ahn 等人 (2002) 問卷的發展有根據工作坊的討論，與當地資源較為契合，因此，在研擬測量工具時，可參考其工作坊的作法，先對所要研究的地區進行初步的瞭解 (例如先進行焦點團體的訪談)，調查當地可能的發展方向，以作為問卷發展之依據。

陳攻錡、王証義、許佳穎、謝發益、蕭文君、黃章展 (2005) 研究遊客與當地居民對生態旅遊的認知，以及對於當地未來旅遊發展的態度，其態度量表之問項是根據 ROS 架構發展出 17 個問項，採用五點數李克特尺度進行測量，將量表所有項目的分數加總，分數越高代表受訪者對於當地旅遊發展態度愈傾向生態旅遊。雖然陳攻錡等人 (2005) 是調查居民及遊客對旅遊發展的態度，但其測量結果即顯示出旅遊發展嚮往的型態。

黃章展、李維貞、傅學俞、童玉如 (2010) 以嘉義縣竹崎鄉之光華 (頂笨仔) 社區與奮起湖地區為研究基地，以 ECOS 架構為基礎，了解觀光需求面，探討生態旅遊市場區隔差異，包括對市場現況的探討和不同生態旅遊序列類型的遊客對於生態旅遊產品的市場接受度，包括現有市場及潛在市場。其量表之問項是根據 ECOS 架構發展出 25 個問項，採用五點數語意差異法進行測量，經階層式群落分析法將遊客分為五個群組，分別為生態中庸型群組、生態專家型群組、生態專家孤獨型群組、生態一般型群組和生態一般大眾型群組。

Ahn 等人 (2002) 以及陳攻錡等人 (2005) 皆採用五點數李克特尺度進行測量，李克特尺度是以完整的陳述句來說明測量的內容，分數越高者代表受測者在該題意

見強度越高；黃章展等人（2010）則是採用五點數語意差異法進行測量。李克特尺度及語意差異法（Semantic Differential Scale）的原理是類似的，差別在於語意差異法是以兩極化的形容詞來表示（邱皓政，2002，p. 2-19）從 ROS、TOS、ECOS 的架構而言，均是以兩個極端來描述特性，因此，綠色旅遊機會序列可能以語意差異法來設計測量工具較使用李克特尺度更為適當。

四、綠色旅遊傾向相關研究

過去有關探討生活型態與觀光行為關係的文獻中，較少以綠色旅遊傾向的觀點切入，生活型態的研究分為一般化生活型態研究（general life style research）及特殊化生活型態研究（specific life style research）。在一般化生活型態研究中，主要是著眼於比較廣泛地去了解消費者日常的個人活動、興趣、意見等生活全貌，藉以找出某些共同的價值，並將有類似行為與觀念的消費者歸為一類，以做為市場區隔的基礎（別蓮蒂，2000），因此，一般化生活型態可以全面性區隔整體的消費者所具備的特徵與特性。特殊化生活型態則是為消費者對特定產品的相關行為，並用以提供產品業者管理與區隔消費者市場。生活型態的過去研究頗多，國外研究有 Wells(1975) 對於各種類型旅遊者的生活型態進行研究，分析結果證實生活型態的研究，的確有助於瞭解旅遊行為。Woodside 和 Pitts (1976) 的研究中發現美國的國內外旅遊者在生活型態方面有所差異。Wahlers 和 Etzel (1985) 探討生活型態與渡假型態的影響，研究發現個人的生活型態會影響其渡假偏好，愈傾向追求新奇和刺激的生活型態，其渡假型態愈偏向具結構性及自我充實的渡假型態。Gladwell (1990) 將美國國家公園旅館市場區分為知識旅遊者、預算意識旅遊者、旅遊規劃者，且結果得到渡假生活型態可以有效區隔三種類型的遊客及解釋遊客的旅遊消費行為。

從以上的相關研究中可發現，生活型態對於旅遊目的地的選擇行為是一重要的影響變項，然而生態、低碳、綠色概念日益提昇，此觀念也逐漸影響遊客的旅遊傾向，影響對旅遊基地的選擇、對休閒活動的選擇與決定，進而影響遊憩體驗。因此，綠色旅遊傾向對於遊客在選擇旅遊基地以及追求遊憩體驗上也是一重要的影響變項。

第三節 遊憩體驗

一、遊憩體驗（Recreation Experience）之定義

Driver 與 Tocher (1970) 將遊憩（Recreation）定義為一種人類的經驗，這種經驗是個人在非強制時間內自願參與活動所獲得的回饋，是一種心理與生理的體驗；林晏州 (1984) 則提出，遊憩是一種目標導向之行為，其目的在於滿足個人實質、社會及心理的需求。體驗（Experience）可視為個體受到外刺激後，經由感知的過程而產生的生理及心理反應。因此，遊憩體驗（Recreation Experience）意為遊客在遊憩活動的過程中，從環境中獲得資訊，經過處理之後，對單一活動層面或整體所得的判斷呈現之心理、生理狀態，亦即遊客在一處偏好的環境中，選擇參與一項偏好的遊憩活動，獲得所需求的滿意體驗(Driver and Tocher, 1970)。因此，Driver 與 Tocher 指出遊憩體驗的條件包括：

- (一) 遊憩係由遊憩者參與所產生。
- (二) 遊憩的體驗來自於遊憩者所親身參與的活動。

- (三) 遊憩活動為一種自我報償，遊憩者參與後可從中獲得喜悅感受。
- (四) 遊憩參與係遊憩者在個人的自由意識下，所選擇之參與活動。
- (五) 休閒時間內所從事的活動為遊憩參與。

Driver 和 Brown (1978) 則提出六項遊憩經驗理論 (圖 2-3)：

- (一) 遊客從事遊憩活動的主要目的是為了獲得滿意的遊憩體驗，遊客在從事遊憩前具有明確的目標和動機，促使其選擇遊憩環境和活動以得到滿意的體驗。
- (二) 遊憩的本質和工作並無太大差異，因為用於解釋工作動機的理论亦可用於解釋遊憩動機。
- (三) 遊客從事遊憩活動其決策過程為理性的、自覺的，遊客仔細衡量各種動機被滿足的可能性，進而產生遊憩決策。
- (四) 遊客能明確的意識出真正的遊憩動機，因此可從問卷中獲得，進而加以歸納與分析。
- (五) 經由遊客的動機和體驗做深入的實證研究後，將動機、環境和活動結合，將有助於遊憩區之規劃和經營管理。
- (六) 遊憩經營管理之目標是使遊客獲得滿意之遊憩體驗。

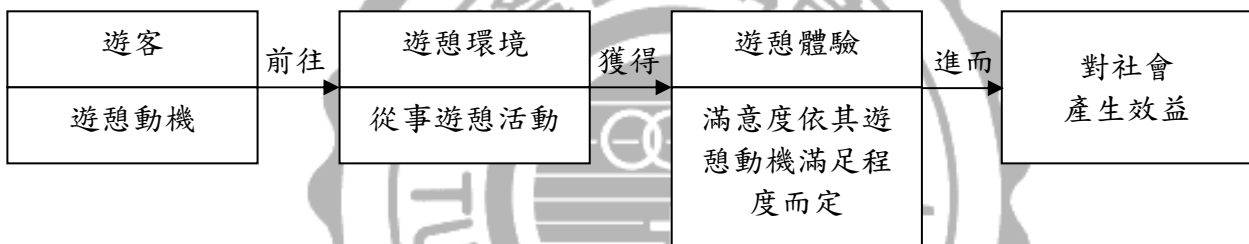


圖2-3 遊憩體驗理論架構圖
資料來源：Driver & Brown (1975)

Ittelson(1978)則認為，遊憩體驗是由活動與環境所組合而成，不同的活動與環境組合會產生不同的遊憩體驗。

Hull、Micheal、Walker 與 Roggenbuch (1996)提出，體驗就是遊憩者所希望追求，而遊憩區經營者所希望提供的，因為遊憩場所的環境管理會影響到遊憩體驗型態。

國內學者林淑晴 (1990) 指出，遊憩體驗是一種個人抽象的心理狀態，由於個人生理、心理需求，以及經驗的記憶累積而形成的動機和期望，這些「動機和期望」與所獲得的「遊憩體驗」二者差距即滿意的程度，而任何的遊憩體驗研究之目的，就是要尋出如何能夠達到最大的滿意程度。

陳水源 (1989) 認為，遊憩體驗指遊客經由過去經驗與當時環境影響，產生一種遊憩需要，逐漸形成動機與期望進而產生遊憩行為，並經多次遊憩行為以及產生之聯想，形成生、心理之綜合感受，即為遊憩體驗，並提出遊憩體驗的本質與重要經歷過程 (如圖 2-4)：

- (一) 遊憩體驗是指遊憩者在其周圍環境中，藉由選擇而參與比較喜好之遊憩活動，以獲得其生理、心理上滿意之體驗。
- (二) 遊憩者參與遊憩活動之目的，在於獲得令其滿意之體驗，遊客依照此體驗，主觀的衡量本身的滿意程度，而定出遊憩品質的好壞。然而，不同的遊憩者對相同

之遊憩體驗會有不同之滿意程度。

(三)經營管理者的目的，在於提供遊憩活動與服務，使遊憩者得到遊憩體驗。亦即在提供遊憩體驗之環境屬性，故使遊客選擇到他偏好之環境，並參與他所偏好之遊憩活動，以求得其所需之滿意程度。

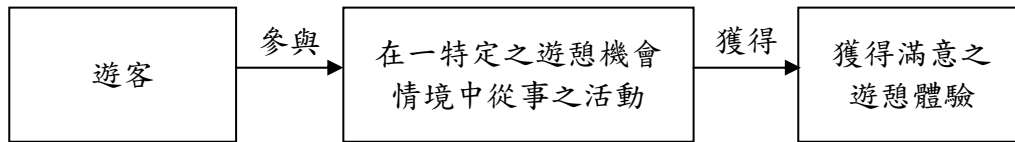


圖2-4 遊憩體驗之重要經歷過程圖
資料來源：陳水源（1989）

國內學者魏朝政（1992）將個人在遊憩活動過程中所提供的各種自然環境、人文環境等訊息，經由人體感官感覺，透過知覺的轉換、重組後所產生的心理狀態，來詮釋環境訊息，而心理所體會到的結果即是遊憩體驗。

鄭琦玉（1995）指出遊客參與休閒、遊憩活動時，先有遊憩需求而後產生遊憩動機，經由動機之強弱、偏好參與不同之活動，參與過程之中遊憩體驗是最終之目的。吳宗瓊等人（1999）指出個人經過去經驗以及目前環境的影響，產生一種遊憩需要，漸漸形成動機、期望，進而產生遊憩行為，經過各種遊憩機會後，再產生回憶聯想，最後形成一種生理及心理的綜合感受，即為遊憩體驗。

根據以上學者對於遊憩體驗之定義可知，遊客在從事遊憩前，是具有明確的目標與動機，這個目標就是使個人實質、社會及心理獲得滿足、得到滿意的體驗（Driver & Brown, 1978; 林晏州, 1984; 陳水源, 1989; 林淑晴, 1990; 鄭琦玉, 1996; 吳宗瓊等, 1999），遊客根據所希望追求的體驗，選擇遊憩的環境、參與偏好的遊憩活動（Driver & Tocher, 1970; Driver & Brown, 1978; Ittelson, 1978; 陳水源, 1989; 鄭琦玉, 1996），而遊客在選擇遊憩環境與遊憩活動的過程，會受到個人心理需求、過往記憶累積、當時環境影響（陳水源, 1989; 林淑晴, 1990）；遊客在從事遊憩活動的過程中，從環境中獲得資訊，經由人體感官、知覺轉換、重組後產生心理狀態，此種心理狀態所體會到的結果即是遊憩體驗（陳水源, 1989; 魏朝政, 1992; 吳宗瓊等, 1999）。簡而言之，遊憩體驗乃是結合環境與遊憩活動，在個體從事遊憩活動後所得之知覺。

而遊憩體驗除了受到環境特色、活動種類、實際現況等因素影響外，還受到遊憩者過去經驗、個人特質、資訊蒐集等個人因素的影響（陳美吟, 1985; 陳水源, 1989）。

二、遊憩體驗的歷程

Clawson與Knetsch（1969）最早依據時間序列的概念，提出遊憩體驗包括五個階段，分別為：預期階段（Anticipated phase）、去程階段（Travel to site）、現場活動階段（On-site activities）、回程階段（Return travel）及回憶階段（Recollection phase），並由此再開始影響以後的遊憩經驗歷程，說明如圖2-5：

(一) 預期階段（Anticipated phase）：預期階段是指遊客在離開家從事活動這定期

間，此階段遊客必須做下各種決策；因此遊客的需求品質有：過去的經驗、完備的資訊及社會的價值觀。

- (二) 去程階段 (Travel to)：本階段是由家中前往遊憩區的過程，遊客必須付出相當的費用與時間，透過交通工具完成此一旅程，因此遊客的需求品質有交通距離、交通時間、遊伴性質及沿途風景。
- (三) 現場活動階段 (On site)：指到遊憩區開始一直到離開遊憩區為止，這段時間從事的遊憩活動，也是整個戶外遊憩經驗發生的原因。因此遊客的需求品質有：
 - 1. 活動機會。
 - 2. 自然環境特質：空氣、湖泊和動植物。
 - 3. 社會環境特質：交誼機會、學習功能。
 - 4. 經營措施特質：維護管理、庭園佈置。
 - 5. 餐飲價格、服務、設備與衛生口味等。
- (四) 回程階段 (Travel back)：由遊憩區返回家中的這段過程，遊客在此階段所需求之品質與去程相似。
- (五) 回憶階段 (Recollection)：此階段的體驗發生在遊憩者於遊憩結束後，個人回憶及整個體驗的一部分或多方面的回憶，會產生與實際體驗不同的感受，與整個體驗互相影響，成為特殊固定的感受。

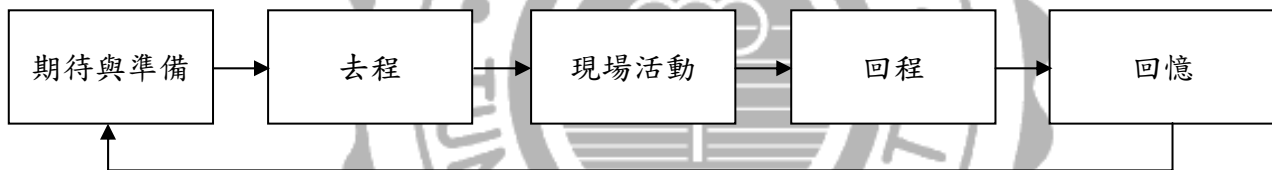


圖2-5 遊憩體驗歷程
資料來源：Clawson & Knetsch (1969)

學者 Chubb 與 Chubb (1981) 則是將遊憩體驗區分成十一個階段：

- 1. 知曉階段 (Awareness phase)
- 2. 最初決定階段 (Initial-decision phase)
- 3. 探索階段 (Exploratory phase)
- 4. 最後決定階段 (Final-decision phase)
- 5. 預期階段 (Anticipate phase)
- 6. 準備階段 (Preparation phase)
- 7. 去程階段 (Outward-travel phase)
- 8. 主要體驗階段 (Main-experience phase)
- 9. 回程階段 (Return-travel phase)
- 10. 緊隨的調整階段 (Follow-up phase)
- 11. 回憶階段 (Recollection phase)

林朝欽、李英弘 (2001) 在「遊憩體驗多階段性驗證」的研究中發現，遊憩體驗的多階段性是相當明顯的，遊憩體驗會隨著不同階段而有所改變，尤其以現場活動階段的表現最為強烈，顯示此階段在整體遊憩體驗上具有極重要的影響，遊客參與現場活動時的心情、身體情況都會對遊憩體驗造成不同影響。王彬如 (1985) 以環島鐵路花蓮二日遊遊客為對象，將遊客旅程分為期望與計劃階段、目的地現場活動階段、回憶階段來探討遊憩體驗歷程之觀念，結果顯示，遊客在各階段遊憩體驗因其個人背景之不同而有所差異，同一遊憩屬性在不同遊憩階段有其差異性。以上

研究結論與 Clawson 與 Knetsch (1969)、Chubb 與 Chubb (1981) 的看法相同，整個遊憩體驗歷程中各個階段均具有其影響力，但以現場活動階段的遊憩體驗最為重要。

因此，根據遊憩體驗之定義與遊憩體驗歷程，在遊憩進行之前，遊客根據所希望追求的體驗，選擇所要前往的環境、想參與的遊憩活動，是為 Clawson 與 Knetsch 所認為的預期階段、Chubb 與 Chubb 所認為的知曉階段至準備階段；而前往遊憩地點的過程，是為 Clawson 與 Knetsch、Chubb 與 Chubb 所認為的去程階段；在遊憩地點的這段時間所從事的遊憩活動、周圍的環境特質，都對當時的遊憩體驗有極重要的影響，此時是為 Clawson 與 Knetsch 所認為的現場活動階段、Chubb 與 Chubb 所認為的主要體驗階段；從遊憩地點返家的過程，是為 Clawson 與 Knetsch、Chubb 與 Chubb 所認為的回程階段；回到家後，個人回憶與整個體驗互相影響，成為特殊固定的感受，此階段是為 Clawson 與 Knetsch 所認為的回憶階段、Chubb 與 Chubb 所認為的緊隨的調整階段與回憶階段。

三、遊憩體驗的分類

Unger 與 Kernan (1983) 將遊客參與遊憩活動所獲得之心理體驗，分為六種：

- (一) 內在滿足感：讓人感覺到滿足且快樂。
- (二) 自由感：讓人感覺到自由自在、不拘束。
- (三) 投入感：高度投入活動中，有人認為是某種程度的逃避現實。
- (四) 興奮感：有追求新奇、刺激、不確定的感覺。
- (五) 精進感：考驗自己、征服環境的感覺。
- (六) 即興感：不照計畫、出乎意料的愉悅感。

林晏州 (1987) 將遊客的旅遊動機分為追求社交機會、接近大自然及追求刺激感三種類型，並發展出不同的遊憩體驗，以追求社交機會為旅遊動機時，其體驗內容包括培養合群精神、發揮技術與能力、學習新知、認識朋友；以接近大自然為旅遊動機時，其體驗內容包括接近大自然、增廣見聞、調劑生活、觀賞特殊自然景觀、鍛鍊體能；以追求刺激感為旅遊動機時，其體驗內容包括尋求刺激感、滿足好奇心、滿足成就感

陳水源 (1988) 則是依據社會及心理環境對遊客的影響，提出其影響所產生之主要體驗項目有：與大自然接觸、逃避實質壓力、適宜健身運動、一般性研習、逃避個人與社會壓力、學習自立、學習與他人相處、自我成就之實現、家庭團聚、安全感、冒險犯難、磨練領導能力及結交新朋友等十三項。

Rossmann (1989) 認為，遊憩體驗的類別包括生理上的體驗、安全上的體驗、社會上的體驗、知識上的體驗及自我滿足的體驗。其內容如下：

- (一) 生理上的體驗：促進身體健康、恢復體力、使身體放鬆、保持健康的身體等。
- (二) 安全上的體驗：排除壓迫感、解除現實生活壓力、使心神安寧、穩定情緒等。
- (三) 社會上的體驗：與朋友相聚、談心、幫助別人、與家人歡聚、結交新朋友、學習與人相處與交往等。
- (四) 知識上的體驗：滿足求知慾、研究學習某種事物、增加學習的新機會等。
- (五) 自我滿足的體驗：肯定自我、成就感、享受美感等。

Lee 等人 (1994) 指出，在參與休閒活動時有許多休閒體驗包涵正向感受及負面的休閒體驗，正向感受包含愉快、放鬆、滿足、社交、人際關係、接觸大自然、身體上刺激、腦力激盪、創意、自省、滿足等，負面休閒體驗如疲憊不堪、神經質

的、擔憂、沮喪、挫折、罪惡感、沉思等等。

Manfredo、Driver、Tarrant 等人 (1996) 則根據遊客期望或是實際身心狀態所獲得的體驗項目，將遊憩體驗區分為 19 種類型，分別為：成就感/刺激感、自主/領導、嘗試冒險、設備、家庭團聚、類似的人、新朋友、學習、享受自然、自我反省、創造性、懷舊、體適能、休養身體、逃離個人社會壓力、逃離實質壓力、社會保障、教導領導他人、減少冒險。

經由以上學者於遊憩體驗的分類，發現遊憩體驗主要可歸納為以下五種類別，包括心理上的體驗、生理上的體驗、環境的體驗、社會的體驗、知識上的體驗，在體驗的項目部份，有許多重疊之處 (表 2-2)。

表2-2 遊憩體驗類型與體驗項目彙整表

遊憩體驗類型	遊憩體驗類型項目	提出學者
心理上的體驗	內在滿足感	Unger 與 Kernan (1983) Lee 等人 (1994)
	追求刺激感	林晏州 (1987) Manfredo 等人 (1996)
	逃避個人/社會/實質壓力	陳水源 (1988) Manfredo 等人 (1996) Rossman (1989)
	自我反省	Lee 等人 (1994) Manfredo 等人 (1996)
	創造性	Lee 等人 (1994) Manfredo 等人 (1996)
生理上的體驗	健身運動	陳水源 (1988) Manfredo 等人 (1996)
	休養身體	Rossman (1989) Manfredo 等人 (1996)
環境的體驗	接近大自然	林晏州 (1987) 陳水源 (1988) Lee 等人 (1994) Manfredo 等人 (1996)
	追求社交機會、 結交新朋友	林晏州 (1987) Manfredo 等人 (1996) 陳水源 (1988) Lee 等人 (1994)
社會的體驗	學習與他人相處、 與家人相處	陳水源 (1988) Rossman (1989) Manfredo 等人 (1996)
	研究學習	陳水源 (1988) Rossman (1989) Manfredo 等人 (1996)

資料來源：由本研究整理

四、遊憩機會序列

遊客到訪旅遊目的地的其中目的之一是為了得到滿意的遊憩體驗，而遊憩資源經營管理者的目的則是要提供給遊客遊憩機會使其獲得各該遊憩活動之體驗 (陳水

源，1988)。遊憩機會序列 (Recreation Opportunity Spectrum, ROS) 是一種遊憩資源分類的系統，它是在說明遊憩者的目的是在於獲得滿意的遊憩體驗，而遊憩體驗的內容除了受到遊憩者主觀的認知、感覺或經驗以外，還受到遊憩環境和遊憩活動的影響。因此，遊憩機會序列的三個主要組成因子即為活動機會(activity opportunities)、環境機會(setting opportunities)與體驗機會(experience opportunities)。Clark 與 Stankey (1979)將遊憩資源類型分為現代化地區(modern)、半現代化地區(semi-modern)、半原始地區(semi-primitive)、與原始地區(primitive)四種類型，每種類型其環境特性皆不同，亦會可能產生不同的遊憩體驗，分述如表 2-3。

表2-3 不同遊憩機會資源類型所產生的遊憩體驗

遊憩資源類型	環境特性	可能產生的遊憩體驗
原始的	<ol style="list-style-type: none"> 1.有大面積之自然環境 2.使用者很少且交互作用低 3.經營管理降低人為限制與管理 4.區域中不准用機動車輛 	<ol style="list-style-type: none"> 1.極高度遠離人群之孤獨感 2.與自然的融合感 3.心情平靜感 4.自立感 5.對自然環境有深刻瞭解以因應冒險性之遊憩環境
半原始	<ol style="list-style-type: none"> 1.有大面積之適度自然環境 2.使用者很少且交互作用低 3.經營管理應在最低限制或管理的狀態下 4.區域中不准用機動車輛 	<ol style="list-style-type: none"> 1.適度遠離人群之孤獨感 2.與自然的融合感 3.心情平靜感 4.自立感 5.冒險挑戰感
半現代化	<ol style="list-style-type: none"> 1.有適度的自然環境，並有與自然協調之人類聲、視覺 2.使用者交互作用適度，有顯而易見之其他使用者 3.自然資源之改變與利用顯著，但能與自然環境調合 4.區域中准許使用機動車輛 	<ol style="list-style-type: none"> 1.適度遠離人群之孤獨體驗 2.有相當高之機會與自然環境接觸 3.較不注重冒險挑戰感 4.體能鍛鍊感
現代化	<ol style="list-style-type: none"> 1.具有實質變動之自然環境特色 2.人類聲、視覺顯著，使用者交互作用由適中到高度範圍車輛使用普及 3.設施數量考慮大多數人的需求，且因應特殊需求而裝置 4.發展據點保持適當密度 5.加強停車場興闢以因應機動車輛之使用 	<ol style="list-style-type: none"> 1.與個人或團體之接觸與交流頻繁 2.不注重冒險挑戰感 3.以競技性、觀賞性或較靜態性的活動為主

資料來源：陳水源(1989)、吳運全(2002)、Clark & Stankey(1979)，引自胡潔欣(2007)

由於日月潭國家風景區內遊憩據點的環境條件多元，涵蓋原始至現代化環境，而環境特性不同其可能產生的遊憩體驗亦不同，為了在進行遊憩體驗的測量時確保涵蓋所有體驗項目，因此將參考表中「可能產生的遊憩體驗」，做為問卷題項修定時的依據。

五、遊憩體驗的測量

Manfredo、Driver、Tarrant 等人於 1996 年根據遊客期望或是實際身心狀態所獲得的體驗項目而建立遊憩體驗偏好量表 (Recreation Experience Preference scale, REP)，通常運用在探討遊客從事遊憩活動時的遊憩動機或遊憩體驗的偏好，是一項對於測量遊憩體驗極為重要的量表，其量表將休閒活動參與者期望獲得之體驗區分為 19 種類型 43 個項目共 107 個題項：

- | | |
|--|---|
| 1. 成就感/刺激感 (Achievement / stimulation) | 11. 創造性 (Creativity) |
| 2. 自主/領導 (自主/領導) | 12. 懷舊 (Nostalgia) |
| 3. 嘗試冒險 (Risk taking) | 13. 體適能 (Physical fitness) |
| 4. 設備 (Equipment) | 14. 休養身體 (Physical rest) |
| 5. 家庭團聚 (Family togetherness) | 15. 逃離個人社會壓力 (Escape Personal-Social-Pressures) |
| 6. 類似的人 (Similar people) | 16. 逃離實質壓力 (Escape physical stressors) |
| 7. 新朋友 (New people) | 17. 社會保障 (Social Security) |
| 8. 學習 (Learning) | 18. 教導領導他人 (Teaching- Leading Others) |
| 9. 享受自然 (Enjoy nature) | 19. 減少冒險 (Risk reduction) |
| 10. 自我反省 (Introspection) | |

Manfredo 等人 (1996) 指出，遊憩體驗偏好量表至今在研究上的應用大致上可分為以下六類：

- (一) 在特定的某些遊憩活動中，著重於描述與比較遊客的遊憩體驗偏好。
- (二) 透過實證研究，得知遊客所獲得的「體驗類型」。
- (三) 建立遊憩體驗與體驗環境及活動偏好之關係。
- (四) 探討著重於休閒、遊憩情況下與體驗偏好之間的關係。
- (五) 探討著重於遊憩體驗與基本主要特性間(如：遊客背景屬性)的關係。
- (六) 是以研究方法論來處理遊憩體驗偏好 (REP)量表的發展與檢驗。

Schmitt (1999)則提出策略體驗模組 (SEMs)的概念，分為「感官體驗」、「情感體驗」、「思考體驗」、「行動體驗」以及「關聯體驗」。

(一) 感官體驗 (Sense)：瞭解感官衝擊，經由視覺、聽覺、觸覺、味覺與嗅覺等方式，提供讓消費者愉悅的美感或興奮、滿足，引發其購買動機，為產品增添附加價值，並完成「刺激→過程→結果」的模式。

(二) 情感體驗 (Feel)：藉由某種情境，以瞭解何種刺激可以引起消費者情緒，並促使消費者的主動參與，進而對產品本身產生好感。

(三) 思考體驗 (Think)：對於不同訊息的刺激，經由驚奇、引起興趣，挑起消費者作集中與分散的思考，主要是用創意的方式使消費者創造認知、與解決問題的體驗，進而改變消費者對產品原有的觀點。

(四) 行動體驗 (Act)：藉由增加身體體驗，指出做事的替代方法、替代的生活形態，並豐富消費者的生活，強調身體的行動經驗與生活形態的關聯。

(五) 關聯體驗 (Relate)：來自於個人與他人、某種社群或社會實體，將品牌的購買與社會文化的環境產生關聯，而獲得的感受。

而本研究欲探討遊客在選擇旅遊基地的前後，期望、以及現地所產生之遊憩體驗。根據以上文獻回顧，策略體驗模組(SEMs)之應用在於產品的行銷；遊憩體驗偏好量表 (Recreation Experience Preference scale, REP) 則較能應用於測量遊憩體驗，因此，將以 REP 量表做為測量遊憩體驗之基礎。再者，日月潭國家風景區內的遊憩據點其環境、活動較無專門化活動或冒險旅遊之特性，因此，修改 REP 問項，選定日月潭國家風景區內遊憩據點之遊憩體驗應包含：家庭關係、體適能、社會關係、自我反省、逃離個人/社會上的壓力、逃離實質的壓力等六個構念，以作為測量遊憩體驗之依據。

六、遊憩體驗相關研究

過去對於遊憩體驗的相關研究，王彬如 (1985) 以環島鐵路花蓮二日遊遊客為對象，將遊客旅程分為期望與計劃階段、目的地現場活動階段、回憶階段來探討遊憩體驗歷程之觀念，結果顯示，遊客在各階段遊憩體驗因其個人背景之不同而有所差異；同一遊憩屬性 (心理體驗、環境景觀、遊憩活動、遊程安排與服務) 在不同遊憩階段有其差異性。Virden (1989) 以科羅拉多州西南部的一個遊憩區為研究基地，研究結果發現：每一種遊憩活動皆有其偏好的遊憩體驗，該種遊憩體驗和其他活動無相關。「鑑賞自然」、「友誼」和「逃離」等體驗在大部份的遊憩活動或遊憩環境中皆受到遊客較大的偏好，和「遊憩環境」以及「遊憩活動」無關。「成就感」、「社會支持」、「分享或領導」等體驗和遊憩環境及活動有顯著相關。薛慕眉 (2011) 以安康旅遊為基礎，探討休閒農場遊客安康生活型態對遊憩活動以及服務需求的影響。結果發現不同安康生活型態在遊憩體驗上有顯著差異。

以上過去文獻顯示，遊憩體驗因個人背景、生活型態之不同而有所差異，遊憩體驗也會受到遊憩的環境及遊憩的活動所影響，意即，生活型態、遊憩的環境均會是遊憩體驗的影響變項。

第四節 旅遊基地類型

Clark 與 Stankey (1979) 提出遊憩機會序列 (Recreation Opportunity Spectrum, ROS)，做為戶外遊憩資源經營管理之架構，此架構乃依據經營管理單位所欲提供的遊憩體驗，將遊憩資源的規劃管理界定於從原始到現代。為了使用方便起見，一般可根據 ROS 將旅遊基地概略劃分為四種類型，分別為現代化地區、半現代化地區、半原始地區、及原始地區。

現代化地區(modern)係指在都市化的人工環境之中，以自然景緻為背景，交通可及性高且容易，以機動車輛即可到達，為提供高使用量之遊憩環境，與個人或團體之接觸與交流頻繁，以競技性、觀賞性或較靜態性的活動為主。

半現代化地區(semi-modern)則指具部份人工化之自然環境，交通可及性稍微困難，因應特殊需求而進行設施之建設，同時享有與他人交流與孤獨的體驗，較不提供具挑戰性、冒險性之活動。

半原始地區(semi-primitive)具有適度之自然環境，交通可及性困難，經營者提供最低限度之管理，提供適度遠離人群之孤獨體驗，並有相當高之機會與自然環境接觸。

原始地區(primitive)則保有大面積之自然環境，可及性極為困難，提供極高度遠離人群的孤獨體驗，享有獨立與自然融合之感，並對自然環境有深刻的瞭解，以因應冒險性之遊憩環境。

Boyd 與 Butler (1996) 所發展的生態旅遊機會序列(Ecotourism Opportunity Spectrum, ECOS)，則是將旅遊基地依生態旅遊的體驗分為三種體驗類型：生態專家型(eco-specialists)、生態中庸型(intermediate)、生態一般型(eco-generalists)。

體驗類型為生態專家型(eco-specialists)的旅遊基地以自然環境為主要的吸引力，可及性最為艱鉅困苦難以機動車輛到達，此類型的旅遊基地幾乎無開發並且不提供基礎的設施，與當地居民或其他生態旅遊遊客很少有接觸與交流，前往此類型旅遊基地的遊客已事先具備非常豐富或專業的知識與技能。

生態中庸型(intermediate)此類型的旅遊基地其吸引力介於自然環境與文化或城市之間，可及性較為困難與費力但可以機動車輛到達，此類型的旅遊基地僅少數特定據點有開發，提供部份的基礎設施，與當地居民或其他生態旅遊遊客有一些的接觸與交流，前往此類型旅遊基地的遊客事先具備有限的專業技能與知識。

生態一般型(eco-generalists)的旅遊基地提供文化或城市方面的吸引力，可及性高、容易到達，此類型的旅遊基地為中度開發，提供舒適與方便的基礎設施，與當地居民或其他生態旅遊遊客經常有接觸與交流。

Haas、Aukerman、Lovejoy 與 Welch (2004) 則是因應具有水資源的旅遊基地，依遊憩機會序列之概念發展水域遊憩機會序列 (Water Recreation Opportunity Spectrum, WROS)，並將水資源體驗機會分為六種類型，分別為都市地區(Urban)、郊區(Suburban)、開發的鄉村地區(Rural Developed)、自然的鄉村地區 (Rural Natural)、半原始地區(Semi Primitive)、原始地區(Primitive)。

都市地區(Urban)指在都市化的環境中，人為發展十分廣泛，以市鎮、工業、商業、住宅使用的人工建築為主要景觀，自然環境出現在小的鄰里公園、商業街景、住宅花園等。為了保護公眾的財產與安全，此處的水資源在人員、設施、服務等均受到高度的控制與管理，具有多樣性的遊憩功能，並提供舒適、便利的設施。無論是遊憩或是非遊憩使用，環境整體均呈現出典型的都市氛圍。

郊區(Suburban)係指位於都市邊緣的地區，人為發展很普遍，以商業與住宅建築等人工環境為主，整體環境呈現明顯且普遍的商業氛圍，自然環境出現在社區公園、林蔭道、步道、開放空間、自然地區、濕地、河口、潮間帶沼澤等。為了保護公眾的財產與安全，此處的水資源普遍受到控制與管理，具有多樣化、安全、便利的遊憩功能。

開發的鄉村地區(Rural Developed)係指位於都會區和郊區的外環區域，包含農場、牧場、小鎮、道路系統等，雖然人為發展很常見，但因為兼具森林、水資源、丘陵地、山谷、濕地、農業用地等的點綴，整體環境具有田園風味，水資源的控制與管理雖然常見，但不如都市地區廣泛，水資源在遊憩功能的使用上多樣化且普遍與便利。

自然的鄉村地區(Rural Natural)則與都市地區有相當的距離，自然景觀為環境的主要特色，人為發展較不常見，農業、旅遊、戶外遊憩往往是本區的主要產業。水資源的是自然的出現，偶爾才有人工的管理或其他結構出現在海岸沿線。遊客渴望能逃離他們的日常工作，追求安寧感。整體呈現自然環境的氛圍。

半原始地區(Semi Primitive)距都市很遙遠、與小聚落或人為發展的區域亦有相當大的距離，天然資源為環境中的主要景觀，人為發展與活動較少，僅有部份的農事操作、小型建築物、舊道路、歷史建築、過去伐木或採礦等人為景觀。水資源往

往屬於遼闊的公有土地和水域範圍內，對於水資源的人工控制與管理很不醒目，進入此區的遊客應具有專業設備和技能以享受此處的環境，他們渴望寧靜也感受到遠離與孤寂。此處環境呈現廣闊的自然氛圍。

原始地區(Primitive)距離有發展的地方最為遙遠，天然資源為環境中的主要景觀，任何人為發展的跡象是非常輕微與罕見的，此區的水資源管理仰賴遊客的合作與自主管理，管理活動主要為資源的保護、復育和監測，此處的遊客以遠離、孤寂感為主要體驗。

回顧以上學者對於旅遊基地類型的分類，均是以序列的方式呈現，並以開發強度最高與環境最原始的基地做為序列的兩個極端，僅有在基地類型分類的數量上有所不同，Clark 與 Stankey (1979) 將旅遊基地分為四類，Boyd 與 Butler (1996) 則分為三類，Haas 等人 (2004) 則是分為六類。以日月潭國家風景區的環潭遊憩系統而言，範圍面積較小，若以 Haas 等人 (2004) 對旅遊基地的分類方式，其目前的開發程度、環境資源均較難分為六種類型，因此，選取 Boyd 與 Butler (1996) 將旅遊基地分為三種類型的方式，旅遊基地的劃分範圍較為寬鬆，分類的操作上也較容易。

二、旅遊基地類型與其他變項之關係

林晏州 (1984, p.42) 提出遊憩區選擇行為模式 (圖 2-6)，其中，遊憩者的特性包括過去遊憩之體驗、人格特質、人格與社經特性、態度 (侯錦雄, 1990)，而過去的經驗、個性的特徵、個人的態度、看法、喜好、興趣等，會反映出個體的生活模式或型態，可用於解釋消費者的行為 (Wells, 1974, 引自 Gladwell, 1990, p.15; Mayo & Jarvis, 1981; Hawkins, Best, & Coney, 1986)，當遊憩者具有綠色的價值觀時，旅遊時的活動與行為即會傾向綠色旅遊的方式，因此，遊憩者的特性會隱含遊客的綠色旅遊傾向，不同綠色旅遊傾向類型也會使遊客選擇不同的旅遊基地；另一方面，遊憩者的特性會使遊客有不同的遊憩需求及所需要的遊憩體驗，因此，遊客所期望得到的遊憩體驗亦會是驅使遊客進行旅遊基地選擇的因素之一。所以，由此選擇行為模式可知，在旅遊基地類型的選擇過程中，遊客期待的遊憩體驗以及綠色旅遊傾向將會對於遊客在進行旅遊基地選擇時扮演重要角色。

當遊客選擇了旅遊基地後，該基地的周圍環境特質與遊客所從事遊憩活動都對當時的遊憩體驗有極重要的影響 (Clawson & Knetsch, 1969; Chubb & Chubb, 1981)，每種類型的旅遊基地其環境特質、氛圍、提供的設施、活動、及體驗情境皆有不同，因此，每位遊客在旅遊基地上的現地遊憩體驗就會有所不同；即使是位於相同的旅遊基地、從事相同的活動，由於每位遊客有不同的綠色旅遊傾向，個人的態度、看法、喜好、興趣亦不相同，因此，對於現地的遊憩體驗亦有不同的看法。所以，現地的遊憩體驗除了受到旅遊基地選擇的影響外，個人的綠色旅遊傾向也是影響原因。

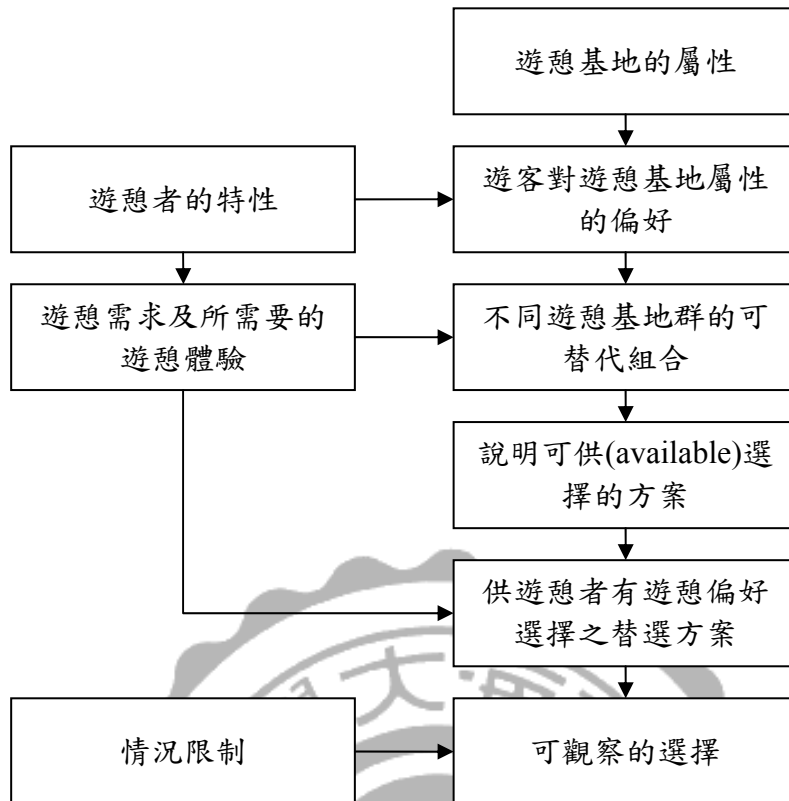


圖2-6 遊憩區選擇行為模型
資料來源：林晏州 (1984, p.42)

第三章 研究方法

本研究之目的在於綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇、遊憩體驗之關係，本章內容包含研究架構與研究假設、測量工具、研究對象抽樣及資料收集、資料分析方法等。

第一節 研究架構與研究假設

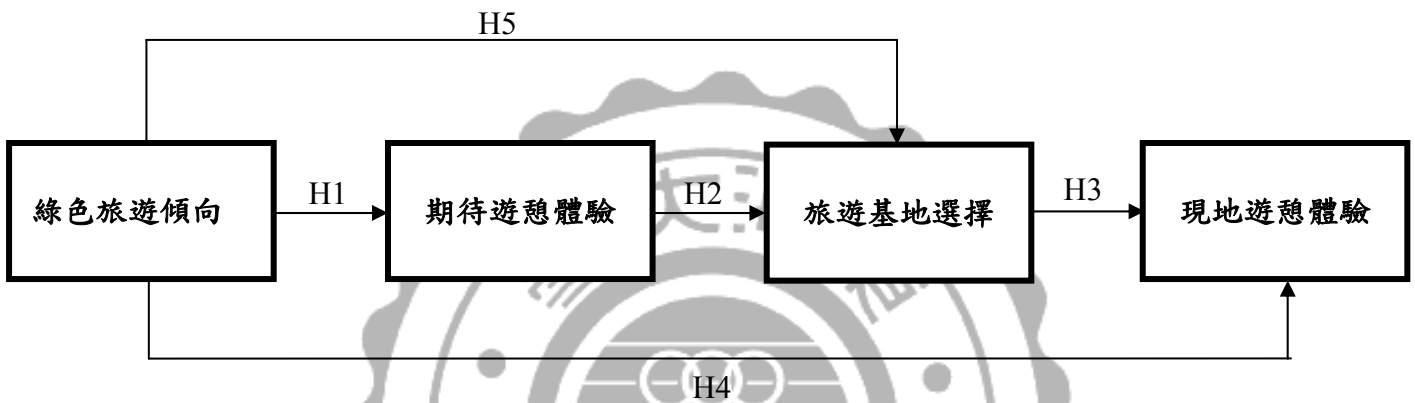


圖3-1 研究架構圖

假設一 (H1)：不同綠色旅遊傾向之遊客在期待之遊憩體驗上有顯著差異。

假設二 (H2)：遊客之旅遊基地選擇與期待之遊憩體驗有關。

假設三 (H3)：不同旅遊基地之遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。

假設四 (H4)：不同綠色旅遊傾向之遊客在現地遊憩體驗上有顯著差異。

假設五 (H5)：旅遊基地選擇與遊客之綠色旅遊傾向有關。

第二節 測量工具

本研究以問卷為測量工具，問卷設計根據前述之理論、文獻、假設及目的而設計，以各研究變項的概念發展出問卷內容。本研究的主要變項有三項，因變項為綠色旅遊傾向，自變項為旅遊基地選擇、遊憩體驗，並調查十一項個人社經背景，各變項之測量方法說明如下。

一、綠色旅遊傾向

在綠色旅遊傾向的測量方面，主要依據生態旅遊、低碳旅遊、綠色旅遊以及Boyd與Butler（1996）生態旅遊機會序列（ECOS）的概念，綜合相關文獻回顧結果，擬定綠色旅遊機會序列，將序列發展為綠色旅遊傾向量表，並有六個評估因子作為此部份測量的主軸，分別包括「食」、「住」、「行」、「育」、「樂」、「購」等六個評估因子，其中，「食」包含7題問項，「住」包含4題問項，「行」包含4題問項，「育」包含3題問項，「樂」包含6題問項，「購」包含5題問項，共計有29題問項，作為測量遊客綠色旅遊傾向的測量工具。

在此部份的問項中，為了使問項中的內容能更符合日月潭國家風景區的實際情況，因此將部份問項的形容詞組略為修改，問項「在旅遊景點內的道路情形，我傾向於步徑(1)—柏油道路(5)」其形容詞修改為「石子路、木棧道(1)—柏油道路(5)」，以及問項「在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於徒步/自行車/大眾運輸系統(1)—自行開車前往(5)」其形容詞修改為「自行車/大眾運輸系統(1)—自行開車前往(5)」。

在此部份的測量上，詢問受訪遊客的問題為「此部分題項是用來了解當您在進行旅遊活動時對於各項條件的看法，請勾選您對下列各項敘述形容詞之傾向程度」。計分方式採五點數語意差異法來評量。表 3-1 為衡量遊客綠色旅遊傾向的評估因子與問項的初擬內容。

表3-1 綠色旅遊傾向之評估因子與正式問卷

評估因子	題號	問項	形容詞組
食	1-4	在餐飲的選擇上我傾向於	選擇有機飲食或生機飲食(1)—不會刻意選擇(5)
	1-20	在餐飲的偏好上我傾向於	以蔬果及天然食材為主(1)—以肉類為主(5)
	1-12	在餐具的使用上我傾向於	當季的蔬菜(1)—進口的或非當季的蔬菜(5) 自行攜帶餐具(1)—不會自行攜帶餐具(5)
	1-9	在餐廳的選擇上我傾向於	使用環保餐具(1)—使用免洗餐具(5)
	1-14	在飲食特色的選擇上我傾向於	標榜綠色餐廳或有機餐廳(1)—不會刻意選擇(5) 具有當地風味(1)—不會刻意選擇(5)
住	1-13	在住宿的選擇上我傾向於	選擇有環保認證的旅館/民宿(1)—不會刻意選擇(5)
	1-2	在住宿設施的提供上，我傾向於	簡便的住宿設施(1)—豪華的住宿設施(5)
	1-17	在住宿特色的選擇上我傾向於	強調當地特色(1)—具國際特色(5)
行	1-22	在個人用品(如牙刷、牙膏)的使用上我傾向於	自行攜帶(1)—由民宿/旅館/飯店提供(5)
	1-15	在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於	自行車/大眾運輸系統(1)—自行開車前往(5)
	1-1	在旅遊景點內的道路情形，我傾向於	如石子路、木棧道(1)—如水泥道路、柏油道路(5)
	1-10	在安排行程時，我傾向選擇	離家較近的旅遊景點(1)—離家較遠的旅遊景點(5)
育	1-16	在有限的時間內，遊程規劃上我傾向於	停留較少的景點，每景點停留時間長(1)—停留較多的景點，每景點停留時間短(5)
	1-21	在獲得景點旅遊資訊的管道上，我傾向於	口耳相傳(1)—尋求旅行社提供(5)
	1-3	在旅遊景點進行遊覽時，我傾向	有解說員的深入解說(1)—沒有解說員，自行參觀(5)
樂	1-11	對當地環境的事先了解是	非常了解(1)—完全不了解(5)
	1-7	旅遊活動的行程安排上，我傾向於	自行安排行程(1)—參加旅行社的行程(5)
	1-6	我旅遊的目的傾向於	深度體驗當地自然生態—景色風光瀏覽(5) 深度體驗當地文化(1)—採買特產紀念品(5)
	1-19	旅遊時的性質我傾向於	個別/小團體的散客(1)—團體旅遊的遊客(5)
	1-8	我期望在旅遊景點進行活動時，與其他遊客接觸程度為	沒有或很少接觸的(1)—接觸頻繁的(5)
購	1-18	在旅遊景點進行遊憩活動時，與當地居民接觸程度為	沒有或很少接觸的(1)—接觸頻繁的(5)
	1-5	在購買物品上我傾向於	購買有環保標章認證的產品(1)—不會刻意選擇(5) 強調對環境無害但較昂貴(1)—不會刻意選擇(5) 強調具有當地特色(1)—不會刻意選擇(5) 包裝簡單樸素(1)—包裝複雜精緻(5) 自備購物袋(1)—商家提供的塑膠袋(5)

二、旅遊基地類型

本研究之目的在於探討綠色旅遊傾向與旅遊基地類型之關係，經由第二章文獻回顧對於綠色旅遊的歸納整理後，得知綠色旅遊除了強調在旅遊過程中需秉持節能減碳的精神之外，其旅遊目的是在於能夠獲得當地自然或文化的深度體驗，因此，綠色旅遊的旅遊基地本身必須位於較原始的環境，才能提供豐富的自然生態資源或是純樸的地方文化，使遊客能在旅程中獲得新的回憶與知識，而非僅僅是名勝的瀏覽參觀或採買紀念品。再者，綠色旅遊的基地在進行發展時，是緩慢且謹慎的，並對經濟、生態、社會做整體性的考量，而非快速、輕率、大規模的發展，意即綠色旅遊的基地其開發規模較小，自然度也較高。綠色旅遊不同於大眾旅遊，大眾旅遊期望能在旅遊旺季盡可能地吸引人潮 (Fennell, 2003, p. 4)，綠色旅遊的旅遊市場則是較少量的，因此，提供大眾旅遊的基地相對於提供綠色旅遊的基地而言，其遊客人次明顯偏多。

根據以上敘述，旅遊基地必須涵蓋各種可能的類型，例如旅遊基地是位於原始環境或現代化環境、開發程度的高低不同、遊客人次多寡等，以滿足不同綠色旅遊傾向遊客之需求。因此，依據點的環境原始程度、人為改變程度、遊客人次做為旅遊基地的分類條件，依現地調查的結果區別程度高、中、低之分級，並根據綠色旅遊之定義，給予三種類別共九種分級評值，以三個評值加總後的總分做為後續基地分級的依據。以下做三個分類條件程度分級的準則說明：

(一) 據點環境的原始程度

據點環境的原始程度高 (1 分)：據點的環境以自然資源為主要景觀。

據點環境的原始程度中 (0 分)：據點的環境以自然資源與人造物並存。

據點環境的原始程度低 (-1 分)：據點的環境以人造物為主要景觀。

環境原始程度高



環境原始程度中



環境原始程度低



(二) 人為改變程度

人為改變程度高 (-1 分)：因人為因素而大幅改變了據點原本的樣貌。

人為改變程度中 (0 分)：因人為因素而稍微改變了據點原本的樣貌。

人為改變程度低 (1 分)：據點原本的樣貌受人為因素影響而改變的程度很小。

人為改變程度高



人為改變程度中



人為改變程度低



(三) 遊客人次

遊客人次多 (-1 分)：依假日觀察估計，一日之遊客人次達 200 人以上。

遊客人次中 (0 分)：依假日觀察估計，一日之遊客人次介於 30 至 200 人。

遊客人次少 (1 分)：依假日觀察估計，一日之遊客人次為 30 人以下。

依上述三個分類條件與程度分級準則，據點評值總分將介於-3 至 3 分間，將-3 至-2 分的據點歸類為等級一的旅遊基地，-1 至 1 分的據點歸類為等級二的旅遊基地，2 至 3 分的據點歸類為等級三的旅游基地。而目前日月潭國家風景區的環潭遊憩系統有水社商圈、伊達邵商圈、文武廟、玄光寺等為主要的遊憩據點，依上述三個分類條件與程度分級準則，環潭遊憩系統內各據點之評值與等級分類結果如表 3-2。

表3-2 日月潭國家風景區環潭遊憩系統遊憩據點資訊表

據點名稱	特色	據點環境 原始程度	人為改 變程度	遊客人數	總分	等級
文武廟、年梯步道	廟宇祈福、知性樂趣	-1	-1	-1	-3	
慈恩塔	中國寶塔式建築、日月潭最高點	-1	-1	-1	-3	
玄光寺、玄光寺碼頭	供奉玄奘法師金身神像	-1	-1	-1	-3	
伊達邵商圈	在地小吃、邵族手工藝禮品、原民舞蹈	-1	-1	-1	-3	
水社商圈	徒步購物街、住宿餐飲街	-1	-1	-1	-3	
向山行政暨遊客中心	前衛風格建築物	-1	-1	-1	-3	1
九族文化村	九族文化園區、歐式花園、歡樂世界、纜車	-1	-1	-1	-3	
孔雀園	孔雀、名貴禽鳥、蝴蝶館	-1	-1	0	-2	
梅荷園	日月潭湖畔景致、景觀餐廳	-1	-1	0	-2	
親手窯	製陶、燒陶、展示、教學、住宿餐飲	-1	-1	0	-2	
水社親水步道	浮田景觀、九龍噴泉、竹石園生態池	0	-1	-1	-2	
青龍山步道	寺廟祈福(玄光寺)	0	0	-1	-1	
伊達邵親水步道	依山傍水、纜車、蝴蝶景觀	0	1	0	-1	
玄奘寺	紀念唐玄奘法師	-1	1	1	-1	
水社壩堰堤公園	日月潭全景景觀、觀星	0	-1	0	-1	
耶穌堂	羅馬列柱式風格建築	-1	-1	1	-1	
啟示玄機院	全台唯一孔明廟	-1	-1	1	-1	
涵碧親水步道	湖景、歷史散步	0	0	0	0	
拉魯島	島嶼、邵族祖靈聖地	0	0	0	0	2
內湖山步道	自然生態	0	0	1	1	
松柏崙步道	曲徑通幽、湖畔景觀	0	0	1	1	
大竹湖步道	自然生態	0	0	1	1	
水蛙頭步道	自然生態	0	0	1	1	
土亭仔步道	自然生態	0	0	1	1	
九龍口、竹石園	日式草堂風格庭園、生態公園	0	0	1	1	
青年活動中心	杉木林區、蝴蝶園、森林小木屋	0	0	1	1	
貓囓山自然步道	紅茶梯田、日出景觀、湖景(小百岳)	1	1	0	2	
後尖山步道	自然生態(小百岳)	1	1	1	3	
水社大山步道	自然生態(小百岳)	1	1	1	3	3
頭社水庫步道	頭社水庫、吊橋、生態	1	1	1	3	

資料來源：交通部觀光局日月潭國家風景管理處(2010)、交通部觀光局日月潭國家風景管理處(2011)、以及本研究整理

由於本研究目的為探討遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地類型的關係，為能使問卷調查之地點其特性可以代表該等級之特性，因此從上表選擇具有代表性的地點做調查，等級一基地挑選伊達邵商圈、水社商圈，等級二基地挑選大竹湖步道、水蛙頭步道，等級三基地挑選貓嘯山自然步道、水社大山步道，共六個遊憩據點做為問卷調查之地點，遊客實際所選擇的旅遊基地即為此變項的依據。

三、遊憩體驗

依據遊憩體驗歷程之分類，本研究欲探討之遊憩體驗係指遊客選擇不同之旅遊景點前對該旅遊景點的期望程度，以及到達現地進行遊憩活動之後，對於該旅遊景點之環境屬性實際產生心理或生理上的狀態與感受。因此，本研究是為以預期階段與現地階段之遊憩體驗作為主要的探討重心。再者，考量日月潭國家風景區內旅遊據點的環境資源與活動性質，以及不同的遊憩機會資源類型所產生的遊憩體驗亦有不同，因此，在遊憩體驗的測量上，以 Driver 等人（1996）所發展之遊憩體驗偏好量表（recreation experience preference scale, REP）為基礎，以及遊憩機會序列中從原始至現代化的四種環境機會可能產生的遊憩體驗之概念進行題項的部份修改。

綜合相關文獻回顧結果，採用 REP 量表中的「類似的人」、「新朋友」、「享受自然」、「體適能」、「休養身體」、「逃離個人社會壓力」、「逃離實質壓力」的七個構面，並依據遊憩機會序列中從原始至現代化的四種環境機會可能產生的遊憩體驗之概念將構面合併與題項的部份修改，縮減為「自然體驗」、「社交與價值觀」、「逃離壓力與休養身體」三構面，以及考量日月潭國家風景區內具有當地文化（邵族文化、紅茶產業等）之體驗，因此加入「當地文化體驗」構面；最後得到四個評估因子作為此部份測量的主軸，其中，「自然體驗」包含 8 題問項，「當地文化體驗」包含 6 題問項，「社交與價值觀」包含 6 題問項，「逃離壓力與休養身體」包含 7 題問項，共計有 27 題問項。

在此部份的測量上，詢問受訪遊客的問題為「以下問題請就您目前所在的地點，就體驗前的期望程度與實際體驗後的感受，依照您的意見分別在左、右邊的 勾選您對該問項的認同程度」。問項採用 Likert 量表尺度，分為五個等級尺度計算，預期階段遊憩體驗之測量為 1 分非常不期望至 5 分非常期望，現地階段遊憩體驗之測量為 1 分非常不同意至 5 分非常同意。遊憩體驗之評估因子與正式問卷如表 3-3。

表3-3 遊憩體驗之評估因子與正式問卷

		題號	問項
自然體驗	現代化環境	2-9	可以瀏覽湖泊風光
	↓	2-2	可以享受自然環境的聲音與氣息
		2-25	可以運動健行
		2-18	可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態
		2-22	可以增長生態知識
		2-3	可以得到生態保育的觀念
		2-11	可以體驗與自然的融合感
	原始環境	2-12	可以挑戰體能
當地文化體驗	現代化環境	2-16	可以選購當地紀念品
	↓	2-20	可以品嚐當地風味餐點
		2-27	可以欣賞傳統歌舞表演
		2-24	可以增長文化知識
		2-10	可以與當地居民接觸聊天
	原始環境	2-6	可以觀察到當地居民日常的生活型態
社交與價值觀		2-15	可以與相同類型的人相處
		2-13	可以與朋友相處
		2-4	可以與相同價值觀的人相處
		2-21	可以在這裡認識新朋友
		2-1	可以在這裡觀察到其他人的行為
		2-19	可以不受其他從事不同活動者的干擾
逃離壓力與 休養身體	現代化環境	2-23	可以放鬆我的身體
	↓	2-5	可以讓我的心智獲得休養
		2-8	可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作
		2-26	可以暫時逃離我日常的生活
		2-14	可以體驗平靜與安寧
		2-17	可以暫時逃避擁擠的感覺
	原始環境	2-7	可以體驗遠離人群之孤獨感

四、個人社經背景資料

為反應樣本特性，個人社經背景資料是為了瞭解受訪者之結構，調查內容包含性別、年齡、職業、教育程度、家庭狀況、居住地、交通工具、本次旅遊資訊來源、同伴性質、同遊人數、停留在日月潭的時間、過去五年到訪此地次數等十一項，以分析樣本資料結構、基本資料變項及尺度（基本資料問項如表 3-4）。

表3-4 個人社經背景資料問項

測量問項	測量選項
性別	男、女
年齡	19 歲以下、20-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60 歲以上
職業	農林漁牧、工、商、軍公教、家管、自由業、學生、服務業、無(含退休者)
教育程度	國中(含以下)、高中職、大專院校、研究所以上
居住地	北部地區、中部地區、南部地區、東部地區、離島地區、國外地區
交通工具	自用客車、機車、遊覽車、大眾運輸工具、其他
資訊來源	曾經來過、傳媒宣傳、旅行社行程、親友介紹、折頁宣傳、網路、其他
同伴性質	單獨前來、同學朋友、公司團體、親戚家人、其他
同遊人數	1 至 5 人、6 至 10 人、10 人以上
日月潭 旅遊天數	當天來回、1 至 2 天、3 至 4 天、5 天以上
過去到訪次數	1 次、2 次至 4 次、5 次以上

第三節 研究對象抽樣及資料收集

一、研究對象

問卷調查於 100 年 11 月至 12 月間實施，抽樣對象為問卷調查期間日月潭國家風景區的現地遊客且年滿 18 歲以上作為研究對象。

二、樣本數

本研究所需的樣本數依各統計方法而不同，依因素分析之需求計算。

因素分析 (factor analysis) 之計算，根據 Hair 等人 (2010, p.102) 引述其他研究者之建議，每一個測量項目須有 20 個樣本，至少不得低於 10 個樣本，因此取中數 15 個樣本；因綠色旅遊傾向項目問項最多，共計有 29 項，以此為依據計算，計算結果所需之樣本數為 435 個。

表3-5 樣本數計算表

	變項數量	每一變項所需樣本數	樣本數
因素分析	29	15	435

再者，考量調查結果可能產生無效樣本，將其比例設定為一般常使用的 10%，故修正正式問卷調查份數為：

$$N = \frac{435}{1 - 0.1} = 483$$

因此，問卷調查樣本數以 483 人較佳。

三、抽樣方法

本研究之抽樣方法有比例抽樣法與便利抽樣法，先採比例抽樣法決定各遊憩據點之抽樣數量，再採用便利抽樣法抽取樣本，以下分別就兩種抽樣方法做說明。

(一) 比例抽樣法

1. 根據交通部觀光局 2010 年國人旅遊狀況調查，國人假日出遊比例為 71.9%，選擇平日出遊者為 28.1%，因此，分別在假日抽取 347 個樣本，平日抽取 136 個樣本。
2. 由於各景點之遊客人次不同，因此依據日月潭國家風景管理處（2002, p.108）的遊客人次推估公式與交通部觀光局（2010）國內主要觀光遊憩據點遊客人數統計，進行各景點遊客人次之計算。

表3-6 遊客人次推估公式表

遊憩據點	遊客人次推估公式	遊客人次
伊達邵碼頭	$0.048A+0.059B$	494,720
水社碼頭	$0.095A+0.169B$	1,331,361
大竹湖步道	$0.065A+0.108B$	859,465
貓囑山自然步道	$0.009A+0.014B$	112,570

註 1：A 表九族人次=2,017,316

2：B 表車埕人次=6,743,883

資料來源：日月潭國家風景管理處（2002, p.108）

根據此遊客人次推估公式所試算出的遊客人次，水社碼頭（等級一）、大竹湖步道（等級二）、貓囑山自然步道（等級三）三遊憩據點的人次比例為 12:8:1。然而與目前現況相對照，伊達邵碼頭因臨近最近開始營運的九族纜車站，使得伊達邵碼頭有遊客人次增加之趨勢，而日月潭國家風景管理處（2002, p.108）的遊客人次推估公式中，可發現伊達邵碼頭推估的遊客人次較大竹湖步道少，明顯與現況不符；以及根據現地的觀察，大竹湖步道（等級二）其遊客人次約等於貓囑山自然步道（等級三）之人次。日月潭國家風景管理處（2002, p.107）認為，區內若有重大相關建設完成時，應自行斟酌調整各據點之遊客到訪率。因此，調整等級一、等級二、等級三遊憩據點的人次比例為 6:1:1，各旅遊基地之樣本數分配如表 3-7。

表3-7 旅遊基地樣本數分配表

遊憩據點	平日	假日	小計
等級一：水社碼頭、伊達邵碼頭	102	261	363
等級二：大竹湖步道、水蛙頭步道	17	43	60
等級三：貓囑山自然步道、水社大山步道	17	43	60
合計	136	347	483

因應未來資料分析方法將使用判別分析法，以判定樣本應屬於那個等級之遊憩據點，為必免各等級遊憩據點之樣本比例彼此間差異過大，因此調整等級一、等級二、等級三遊憩據點的樣本比例為 4:3:3，調整後的旅遊基地樣本數分配如表 3-8。

表3-8 調整後旅遊基地樣本數分配表

遊憩據點	平日	假日	小計
等級一：水社碼頭、伊達邵碼頭	54	139	193
等級二：大竹湖步道、水蛙頭步道	41	104	145
等級三：貓囑山自然步道、水社大山步道	41	104	145
合計	136	347	483

考量接受調查之遊客已實際在旅遊基地進行體驗，因此以旅遊基地內的休憩平台為主要調查地點。

(二) 便利抽樣法部份

遊客之抽樣方法採便利抽樣法(Convenience sampling)，由訪員先行詢問受訪者是否願意接受調查，若受訪者不接受，訪員則選擇下一位受訪者，若受訪者接受，訪員再說明問卷內容與填答方式，並給予受訪者自行填答，填答完畢經由訪員檢查後才收回。

另外，日月潭國家風景區為大陸旅遊團體必造訪之景點，但由於此類旅遊團體遊程大多為旅行業掌控，並非遊客自發性之旅遊傾向，因此大陸團體客並不在調查範圍內。

第四節 資料分析方法

本研究資料分析方法運用之資料處理系統為 SPSS17.0 與 LISREL 8.51 進行資料分析工具、部份統計圖形則使用 Excel 繪製。

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、職業、教育程度、居住地、交通工具、資訊來源、同伴性質、同遊人數、旅遊天數、過去到訪次數等十一個項目分析，目的為瞭解受訪遊客之分佈情形，測量尺度為類別尺度，測量結果以次數分配來表示。接著分析各項主要變項之調查結果，包括綠色旅遊傾向和遊憩體驗等，測量尺度為等距尺度，測量結果以平均數、標準差來表示。

二、探索性因素分析 (exploratory factor analysis, EFA)

本研究採用探索性因素分析以了解期待遊憩體驗與現地遊憩體驗之隱含構面，以主成分分析法 (principal component analysis)，以直角轉軸法 (orthogonal rotation method) 之最大變異法 (varimax) 為旋轉因素方式，以萃取期待遊憩體驗與現地遊憩體驗之因素構面。

三、驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA)

本研究將針對「綠色旅遊傾向量表」中的六個構面進行驗證性因素分析，檢定其量表的適配性，並且進一步檢驗其各向度的因素組成關係為何。驗證性因素分析所進行的分析包括基本模式適配度之評鑑、整體適配指標之評鑑、模式的修正、內在結構適配指標、及區別效度之檢測。

四、集群分析 (cluster analysis)

以因素分析所簡化成綠色旅遊傾向構面做為分群變項，運用二階段集群法，第一階段先利用階層式群落分析法 (hierarchical cluster analysis) 進行分群，歐幾里得距離平方方法 (squared Euclidean distance) 計算觀察值之相似性，並以華德法 (Ward's method) 做為各階段群落聚合之方法，依據群組聚合係數遞減情形趨於平緩的臨界點來決定群組數目；第二階段以前一階段分析所得之群組數為基準，並以群落中心點為起始種子點 (seed)，進行 *K-means* 集群分析，將樣本分成幾個不同綠色旅遊傾向的群組。

五、卡方獨立性檢定 (chi-square test of independence)

以卡方獨立性檢定 (chi-square test of independence) 來檢定假設五，自變項為綠色旅遊傾向 (集群分析所得之群組)，因變項為旅遊基地選擇，其目的在檢定綠色旅遊傾向的群組與旅遊基地選擇是否有關。

六、判別分析 (Discriminant Analysis)

以判別分析檢定假設二，自變項為期待遊憩體驗，因變項為旅遊基地選擇，其目的在於檢定遊客之期待遊憩體驗與旅遊基地選擇有關。

七、多變量變異數分析 (Multivariate Analysis of Variance, MANOVA)

以多變量變異數分析 (MANOVA) 分別檢定假設一、假設三、假設四是否成立。

假設一為遊客之綠色旅遊傾向與其期待遊憩體驗有關。自變項為綠色旅遊傾向，因變項為期待遊憩體驗。

假設三為遊客之旅遊基地選擇與現地遊憩體驗有關。自變項為旅遊基地選擇，因變項為現地遊憩體驗。

假設四為遊客之綠色旅遊傾向與現地遊憩體驗有關。自變項為綠色旅遊傾向，因變項為現地遊憩體驗。

第四章 資料分析結果

本研究經問卷調查後，對受測樣本進行分析，首先對受訪者之社經屬性與此次旅遊特性進行描述性統計分析，結果以次數分配來表示；接著以平均數、標準差、次數分配來表示綠色旅遊傾向與遊憩體驗之特性；接著進行綠色旅遊傾向與遊憩體驗之探索性因素分析，以評估題項的適切性，縮減資料以萃取其因素構面進行後續分析；確立因素構面後，綠色旅遊傾向進行集群分析以分析出群組數；最後以卡方獨立性檢定、判別分析、多變量變異數分析檢定研究假設。

第一節 樣本特性

問卷調查於 100 年 11 月至 12 月間的 4 天平日與 4 天假日實施，抽樣對象為問卷調查期間日月潭國家風景區的現地遊客且年滿 18 歲以上作為研究對象。

經問卷調查後，等級一之遊憩據點平日抽取 54 個樣本，假日抽取 145 個樣本；等級二之遊憩據點平日抽取 41 個樣本，假日抽取 104 個樣本；等級三之遊憩據點平日抽取 41 個樣本，假日抽取 104 個樣本，共計抽取 489 個樣本，扣除無效樣本 5 個，有效樣本數共 484 個，各遊憩據點之有效樣本數詳見表 4-1。

表4-1 抽樣調查結果各遊憩據點有效樣本數表

遊憩據點	平日	假日	小計
等級一：水社碼頭、伊達邵碼頭	54	140	194
等級二：大竹湖步道、水蛙頭步道	41	104	145
等級三：貓囑山自然步道、水社大山步道	41	104	145
合計	136	347	484

一、社經屬性特性

社經屬性包括性別、年齡、學歷、職業、家庭狀況、目前居住地等六項，其結果之次數分配比例分析詳見表 4-2。

(一) 性別

男性佔總樣本數 50.6%，女性佔總樣本數 49.4%，男性與女性的受訪者比例大約是 1:1。

(二) 年齡

有效樣本中比例最高的年齡層是 20-29 歲佔總樣本數 43.2%，其次為 30-39 歲佔總樣本數 26.9%，第三高者為 40-49 歲佔總樣本數 16.9%，顯示受訪者為大多為青壯年族群。

(三) 教育程度

以教育程度為大專院校者佔總樣本數 63.0%為最多，其次為研究所以上佔總樣本數 25.8%。

(四) 職業

職業以從事服務業佔總樣本數 23.1%為最多，其次職業為學生佔總樣本數 19.8%。

(五) 婚姻狀況

以未婚者佔總樣本數 48.6%為最多，其次為已婚有小孩者佔總樣本 35.1%。

(六) 目前居住地

目前居住於中部地區者佔總樣本數 50.0%為最多，其次為居住於北部地區佔總樣本 33.7%。

表4-2 受訪者社經屬性特性次數分配表

社經屬性(N=484)					
變項	樣本數	百分比	變項	樣本數	百分比
性別			職業		
男生	245	50.6	農林漁牧	1	0.2
女生	239	49.4	工	50	10.3
年齡			商	65	13.4
19歲以下	17	3.5	軍公教	55	11.4
20-29歲	209	43.2	家管	19	3.9
30-39歲	130	26.9	自由業	63	13.0
40-49歲	82	16.9	學生	96	19.8
50-59歲	44	9.1	服務業	112	23.1
60歲以上	2	0.4	無(含退休者)	23	4.8
教育程度			目前居住地		
國中(含以下)	12	2.5	北部地區	163	33.7
高中職	42	8.7	中部地區	242	50.0
大專院校	305	63.0	南部地區	61	12.6
研究所以上	125	25.8	東部地區	12	2.5
婚姻狀況			國外地區	6	1.2
未婚	235	48.6			
已婚(無小孩)	77	15.9			
已婚(有小孩)	170	35.1			
其他	2	0.4			

二、此次旅遊特性

除了受訪者的社經背景外，本研究也針對受訪者進行此次旅遊特性的調查，包括此次交通工具、旅遊資訊來源、同伴性質、同遊人數、日月潭旅遊天數、過去五年到訪此景點次數等共六項，其結果之次數分配比例分析如表 4-3。

(一) 使用交通工具

此次旅遊的交通工具以使用自用客車者佔總樣本數 79.5%為最多，第二高為使用機車佔總樣本數 9.1%。

(二) 旅遊資訊來源

受訪者此次旅遊資訊的來源，以曾經來過者佔總樣本數 60.1% 為最多，其次為親友介紹，佔總樣本數 44.0%。

(三) 同伴性質

受訪者此次旅遊的同伴，以同學或朋友為最多，佔總樣本數 61.4%，其次為親戚或家人，佔總樣本數 41.3%。

(四) 同遊人數

受訪者此次旅遊的同遊人數，以 1 至 5 人為最多，共佔總樣本數 68.6%，其次為 6-10 人，共佔總樣本數 20.6%。

(五) 日月潭旅遊天數

此次在日月潭的旅遊天數以當天來回者最多，佔總樣本數 55.0%，其次為 1 至 2 天佔總樣本數 39.7%。

(六) 過去五年到訪此景點次數

過去五年以到訪此景點 2 至 4 次者為最多，佔總樣本數 43.8%，其次為第一次到訪此景點，佔總樣本數 41.1%。

表4-3 受訪者此次旅遊特性次數分配表

此次旅遊特性(N=484)					
變項	樣本數	百分比	變項	樣本數	百分比
此次交通工具			同伴性質		
自用客車	385	79.5	單獨前來	18	3.7
機車	44	9.1	同學或朋友	297	61.4
遊覽車	19	3.9	公司或團體	38	7.9
大眾運輸工具(火車、客運)	33	6.8	親戚或家人	200	41.3
其他	3	0.6	其他	2	0.4
旅遊資訊來源			同遊人數		
曾經來過	291	60.1	1-5 人	334	69.0
宣傳媒體	87	18.0	6-10 人	94	19.4
旅行社行程	21	4.3	10 人以上	56	11.6
親友介紹	213	44.0	日月潭旅遊天數		
折頁宣傳	17	3.5	當天來回	266	55.0
網路	99	20.5	1 至 2 天	192	39.7
其他	19	3.9	3 至 4 天	23	4.8
過去五年到訪此景點次數			5 天以上	3	0.6
1 次	199	41.1			
2 至 4 次	212	43.8			
5 次以上	73	15.1			

第二節 研究變項測量結果

一、綠色旅遊傾向特性

綠色旅遊傾向包含了食、住、行、育、樂、購六個構面，根據六個構面發展出 29 個問項來測量，問項包括食構面有 7 題、住構面有 4 題、行構面有 4 題、育構面有 3 題、樂構面有 6 題、購構面有 5 題，五點數語意差異法來測量，分數越趨近 5 表示越傾向大眾旅遊，相反地，分數越趨近 1 表示越傾向綠色旅遊，測量分析結果見表 4-4。

整體來看，各測量項目的平均數分佈在 1.67 至 3.52 之間，分數最高的是「在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於自行車/大眾運輸系統—自行開車前往」($M = 3.52$)，其次為「在餐飲的選擇上我傾向於選擇有機飲食或生機飲食—不會刻意選擇」($M = 3.21$)、「在餐廳的選擇上我傾向於標榜綠色餐廳或有機餐廳—不會刻意選擇」($M = 3.20$)；分數最低則是「旅遊活動的行程安排上，我傾向於自行安排行程—參加旅行社的行程」($M = 1.67$)，其次是「旅遊的性質我傾向於我是個別/小團體的散客—我是團體旅遊的遊客」($M = 1.76$)和「在餐飲的偏好上我傾向於以蔬果及天然食材為主—以肉類為主」($M = 1.81$)。

從量表構面來看，在食的部份，平均數最高為「在餐飲的選擇上我傾向於選擇有機飲食或生機飲食—不會刻意選擇」($M = 3.21$)，意即在餐飲選擇上，遊客偏向不會刻意選擇有機或生機飲食；分數最低則是「在餐飲的偏好上我傾向於以蔬果及天然食材為主—以肉類為主」($M = 1.81$)，意即在餐飲的偏好上，遊客偏向以蔬果及天然食材為主。

在住構面來看，平均數最高為「在住宿的選擇上我傾向於選擇有環保認證的旅館或民宿—沒有特別偏好」($M = 2.92$)，意即在住宿的選擇上，遊客偏向選擇有環保認證的旅館或民宿；分數最低則是「在住宿特色的選擇上我傾向於強調當地特色—具國際特色」($M = 1.89$)，意即在住宿特色的選擇上，遊客偏向選擇強調當地特色的旅館或民宿。

在行構面來看，平均數最高為「在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於使用自行車/大眾運輸系統—自行開車前往」($M = 3.52$)，意即在交通工具的選擇上，遊客偏向自行開車前往；分數最低則是「在旅遊景點內的道路情形，我傾向於如石子路、木棧道—如水泥道路、柏油道路」($M = 1.91$)，意即在旅遊景點內的道路情形，遊客偏向景點內為石子路、木棧道的道路。

在育構面來看，平均數最高為「在旅遊景點進行遊覽時，我傾向有解說員的深入解說—沒有解說員，自行參觀」($M = 2.67$)，意即遊客傾向遊覽時有解說員的深入解說；分數最低則是「在獲得景點旅遊資訊的管道上，我傾向於口耳相傳—尋求旅行社提供」($M = 2.33$)，意即遊客傾向以口耳相傳的方式獲得景點旅遊資訊。

在樂構面來看，平均數最高為「在旅遊景點進行遊憩活動時，與當地居民接觸程度為沒有或很少接觸的—接觸頻繁的」($M = 2.93$)，意即在旅遊景點進行遊憩活動時，遊客對於與當地居民接觸持普通的態度，分數最低則是「旅遊活動的行程安排上，我傾向於自行安排行程—參加旅行社的行程」($M = 1.67$)，意即遊客傾向自行安排旅遊行程。

在購構面來看，平均數最高為「在購買物品上我傾向於強調對環境無害但較昂貴—不會刻意選擇」($M = 2.93$)，意即遊客購買強調對環境無害但較昂貴的物品時，持較中間的態度，分數最低則是「在購買物品上我傾向於強調具有當地特色—不會刻意選擇」($M = 2.02$)，意即遊客購買物品時，傾向購買具有當地特色的產品。

表4-4 綠色旅遊傾向各測量項目衡量結果

綠色旅遊傾向之測量項目(N=484)	1	2	3	4	5	平均數	標準差
食							
1-4 在餐飲的選擇上我傾向於選擇有機飲食或生機飲食(1)–不會刻意選擇(5)	69 ^a 14.3 ^b	84 17.4	124 25.6	902 18.6	117 24.2	3.21	1.36
1-9 在餐廳的選擇上我傾向於標榜綠色餐廳或有機餐廳(1)–不會刻意選擇(5)	49 10.1	99 20.5	142 29.3	95 19.6	99 20.5	3.20	1.26
1-12-1 在餐具的使用上我傾向於自行攜帶餐具(1)–不會自行攜帶餐具(5)	121 25.0	80 16.5	109 22.5	96 19.8	78 16.1	2.86	1.41
1-20-2 在餐飲的偏好上我傾向於當季的蔬菜(1)–進口的或非當季的蔬菜(5)	154 31.8	142 29.3	154 31.8	26 5.4	8 1.7	2.39	1.05
1-12-2 在餐具的使用上我傾向於使用環保餐具(1)–使用免洗餐具(5)	182 37.6	113 23.3	113 23.3	45 9.3	31 6.4	2.24	1.23
1-14 在飲食特色的選擇上我傾向於具有當地風味(1)–不會刻意選擇(5)	212 43.8	183 37.8	68 14.0	13 2.7	8 1.7	2.16	0.99
1-20-1 在餐飲的偏好上我傾向於以蔬果及天然食材為主(1)–以肉類為主(5)	124 25.6	121 25.0	169 34.9	64 13.2	6 1.3	1.81	0.89
住							
1-13 在住宿的選擇上我傾向於選擇有環保認證的旅館或民宿(1)–沒有特別偏好(5)	66 13.6	126 26.0	146 30.2	71 14.7	75 15.5	2.92	1.25
1-2 在住宿設施的提供上，我傾向於簡便的設施(1)–豪華的設施(5)	81 16.7	113 23.3	172 35.5	85 17.6	33 6.8	2.74	1.14
1-22 在個人用品(如牙刷、牙膏)的使用上我傾向於自行攜帶(1)–由民宿/旅館/飯店提供(5)	191 39.5	78 16.1	62 12.8	67 13.8	86 17.8	2.54	1.54
1-17 在住宿特色的選擇上我傾向於強調當地特色(1)–具國際特色(5)	202 41.7	164 33.9	95 19.6	17 3.5	6 1.2	1.89	0.92
行							
1-15 在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於自行車/大眾運輸系統(1)–自行開車前往(5)	48 9.9	57 11.8	122 25.2	108 22.3	149 30.8	3.52	1.30
1-10 在安排行程時，我傾向選擇離家較近的旅遊景點(1)–離家較遠的旅遊景點(5)	32 6.6	50 10.3	255 52.7	95 19.6	52 10.7	3.18	0.98
1-16 在有限的時間內，遊程規劃上我傾向於停留較少的景點，每景點停留時間長(1)–停留較多的景點，每景點停留時間短(5)	147 30.4	145 30.0	118 24.4	50 10.3	24 5.0	2.30	1.15
1-1 在旅遊景點內的道路情形，我傾向於如石子路、木棧道(1)–如水泥道路、柏油道路(5)	223 46.1	165 34.1	41 8.5	27 5.6	28 5.8	1.91	1.13
育							
1-3 在旅遊景點進行遊覽時，我傾向有解說員的深入解說(1)–沒有解說員，自行參觀(5)	110 13.8	116 35.7	132 37.6	76 9.3	50 3.5	2.67	1.27
1-11 對當地環境的事先了解是非常了解(1)–完全不了解(5)	67 13.8	173 35.7	182 37.6	45 9.3	17 3.5	2.53	0.96
1-21 在獲得景點旅遊資訊的管道上，我傾向於口耳相傳(1)–尋求旅行社提供(5)	87 18.0	181 37.3	194 40.1	11 2.3	11 2.3	2.33	0.87
樂							
1-18 在旅遊景點進行遊憩活動時，與當地居民接觸程度為沒有或很少接觸的(1)–接觸頻繁的(5)	39 8.1	120 24.8	183 37.8	120 24.8	22 4.5	2.93	1.00
1-6-1 我旅遊的目的傾向於深度體驗當地自然生態–景色風光瀏覽(5)	151 31.2	127 26.2	85 17.6	65 13.4	56 11.6	2.48	1.36

1-8 我期望在旅遊景點進行活動時，與其他遊客接觸程度為沒有或很少接觸的(1)–接觸頻繁的(5)	106 21.9	158 32.6	173 35.7	41 8.5	6 1.2	2.35	0.95
1-6-2 我旅遊的目的傾向於深度體驗當地文化(1)–採買特產紀念品(5)	161 33.3	167 34.5	112 23.1	31 6.4	13 2.7	2.11	1.03
1-19 旅遊的性質我傾向於我是個別/小團體的散客(1)–我是團體旅遊的遊客(5)	219 45.2	179 37.0	73 15.1	10 2.1	3 0.6	1.76	0.83
1-7 旅遊活動的行程安排上，我傾向於自行安排行程(1)–參加旅行社的行程(5)	271 56.0	135 27.9	55 11.4	14 2.9	9 1.9	1.67	0.92
購							
1-5-2 在購買物品上我傾向於強調對環境無害但較昂貴(1)–不會刻意選擇(5)	54 11.2	130 26.9	158 32.6	80 16.5	62 12.8	2.93	1.18
1-5-1 在購買物品上我傾向於購買有環保標章認證的產品(1)–不會刻意選擇(5)	78 16.1	124 25.6	146 30.2	70 14.5	66 13.6	2.84	1.25
1-5-5 在購買物品上我傾向於自備購物袋(1)–商家提供的塑膠袋(5)	139 28.7	122 25.2	149 30.8	44 9.1	30 6.2	2.39	1.17
1-5-4 在購買物品上我傾向於包裝簡單樸素(1)–包裝複雜精緻(5)	158 32.6	127 26.2	145 30.0	37 7.6	17 3.5	2.23	1.09
1-5-3 在購買物品上我傾向於強調具有當地特色(1)–不會刻意選擇(5)	187 38.6	186 38.4	59 12.2	20 4.1	32 6.6	2.02	1.13

註 1：^a 為次數，^b 為百分比

註 2：本表依各構面問項之平均數順序排列

此外，綜合以上六個評估因子來看（見圖 4-1），可發現在 29 個測量項目中有 5 個項目其平均數介於 1 至 2 之間，有 20 個項目其平均數介於 2 至 3 之間，有 4 個項目其平均數介於 3 至 4 之間，平均數介於 4 至 5 之間者則無。

5 個項目其平均數介於 1 至 2 之間，表示遊客在這 5 個項目的選擇上，傾向綠色旅遊的方式，在餐飲的偏好上較傾向於以蔬果及天然食材為主，傾向強調當地特色的住宿設施，傾向旅遊景點內的道路情形為石子路或木棧道，傾向以個別或是小團體的散客進行旅遊，傾向自行安排旅遊行程。

4 個項目其平均數介於 3 至 4 之間，表示遊客在這 4 個項目的選擇上，較傾向大眾旅遊的方式，在餐飲的選擇上較不會刻意選擇有機飲食或生機飲食，也不會刻意選擇綠色餐廳或有機餐廳用餐，前往旅遊景點傾向於自行開車前往，並且也較傾向選擇離家較遠的旅遊景點去旅遊。

因此，整體來看綠色旅遊傾向 29 個評估項目的分佈，可發現此次到日月潭國家風景區旅遊的遊客其旅遊型態較傾向綠色旅遊的方式，但並未達到深度的綠色旅遊，若以 Boyd 與 Butler (1996) 的生態旅遊機會序列的概念說明，其體驗程度尚未達到「生態專家型」，而是介於「生態中庸型」與「生態專家型」之間。

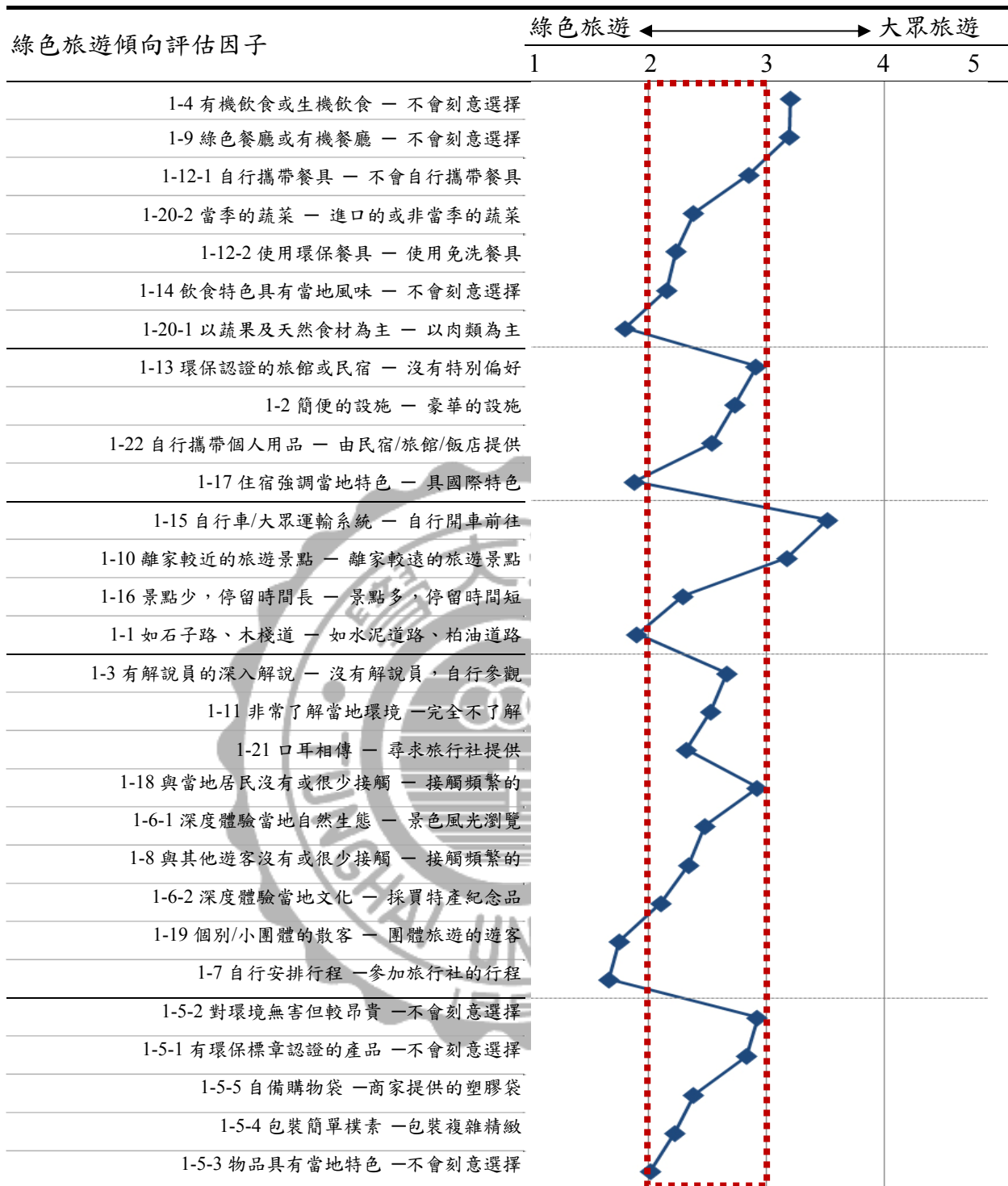


圖4-1 綠色旅遊傾向評估六大因子平均數分佈圖

二、遊憩體驗之特性

遊憩體驗分為預期階段與現地階段，均有「自然體驗」、「當地文化體驗」、「社交與價值觀」、「逃離壓力與休養身體」等四個構面，並根據四個構面發展出 27 個問項，其中，「自然體驗」包含 8 題問項，「當地文化體驗」包含 6 題問項，「社交與價值觀」包含 6 題問項，「逃離壓力與休養身體」包含 7 題問項，以五點數李克特尺度(Liket scale)加以測量構面，預期階段從 1 分到 5 分分別表示非常不期待、不期待、普通、期待、非常期待，測量分析結果見表 4-5。現地階段從 1 分到 5 分分別表示非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意，測量分析結果見表 4-5。

(一) 期待遊憩體驗

期待遊憩體驗之分析結果如表 4-5，整體來看，各測量項目的平均數分佈在 2.75 至 4.30 之間，分數最高的是「可以瀏覽湖泊風光」($M=4.30$)，其次為「可以讓我的心智獲得休養」($M=4.19$)、「可以放鬆我的身體」($M=4.17$)；分數最低則是「可以欣賞傳統歌舞表演」($M=2.75$)，其次是「可以選購當地紀念品」($M=2.79$)與「可以在這裡觀察到其他人的行為」($M=2.79$)。

從量表構面來看，在自然體驗的部份，平均數最高為「可以瀏覽湖泊風光」($M=4.30$)，分數最低的則是「可以挑戰體能」($M=3.14$)。

在當地文化體驗的部份，平均數最高為「可以增長文化知識」($M=3.46$)，分數最低的則是「可以欣賞傳統歌舞表演」($M=2.75$)。

在社交與價值觀的部份，平均數最高為「可以與朋友相處」($M=4.04$)，分數最低的則是「可以在這裡觀察到其他人的行為」($M=2.79$)。

在逃離壓力與休養身體的部份，平均數最高為「可以放鬆我的身體」($M=4.21$)，分數最低的則是「可以體驗遠離人群之孤獨感」($M=3.51$)。

(二) 現地遊憩體驗

現地遊憩體驗之分析結果如表 4-6，整體來看，各測量項目的平均數分佈在 2.92 至 4.33 之間，分數最高的是「可以瀏覽湖泊風光」($M=4.33$)，其次為「可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作」($M=4.23$)、「可以暫時逃離我日常的生活」($M=4.21$)和「可以放鬆我的身體」($M=4.20$)；分數最低則是「可以欣賞傳統歌舞表演」($M=2.77$)，其次是「可以選購當地紀念品」($M=2.91$)和「可以在這裡認識新朋友」($M=3.01$)。

從量表構面來看，在自然體驗的部份，平均數最高為「可以瀏覽湖泊風光」($M=4.33$)，分數最低的則是「可以挑戰體能」($M=3.37$)。

在當地文化體驗的部份，平均數最高為「可以增長文化知識」($M=3.45$)，分數最低的則是「可以欣賞傳統歌舞表演」($M=2.77$)。

在社交與價值觀的部份，平均數最高為「可以與朋友相處」($M=4.10$)，分數最低則是「可以在這裡認識新朋友」($M=3.01$)。

在逃離壓力與休養身體的部份，平均數最高為「可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作」($M=4.23$)，分數最低的則是「可以體驗遠離人群之孤獨感」($M=3.63$)。

表4-5 期待遊憩體驗各測量項目衡量結果

期待遊憩體驗之測量項目(N=484)		1	2	3	4	5	平均數	標準差
		非常不期待	不期待	普通	期待	非常期待		
自然體驗								
2-9	可以瀏覽湖泊風光	2 ^a 0.4 ^b	5 1.0	45 9.3	225 46.5	207 42.8	4.30	0.71
2-2	可以享受自然環境的聲音與氣息	5 1.0	5 1.0	60 12.4	258 53.3	156 32.2	4.15	0.75
2-11	可以體驗與自然的融合感	6 1.2	6 1.2	97 20.0	254 52.5	121 25.0	3.99	0.78
2-18	可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	9 1.9	6 1.2	123 25.4	236 48.8	110 22.7	3.89	0.83
2-25	可以運動健行	4 0.8	24 5.0	152 31.4	223 46.1	81 16.7	3.73	0.83
2-3	可以得到生態保育的觀念	6 1.2	26 5.4	188 38.8	195 40.3	69 14.3	3.61	0.84
2-22	可以增長生態知識	9 1.9	25 5.2	200 41.3	185 38.2	65 13.4	3.56	0.86
2-12	可以挑戰體能	28 5.8	82 16.9	211 43.6	120 24.8	43 8.9	3.14	0.99
當地文化體驗								
2-24	可以增長文化知識	11 2.3	46 9.5	190 39.3	183 37.8	54 11.2	3.46	0.89
2-20	可以品嚐當地風味餐點	23 4.8	62 12.8	200 41.3	144 29.8	55 11.4	3.30	0.99
2-6	可以觀察到當地居民日常的生活型態	25 5.2	79 16.3	205 42.4	156 32.2	19 3.9	3.13	0.91
2-10	可以與當地居民接觸聊天	31 6.4	116 24.0	236 48.8	87 18.0	14 2.9	2.87	0.88
2-16	可以選購當地紀念品	59 12.2	125 25.8	187 38.6	86 17.8	27 5.6	2.79	1.05
2-27	可以欣賞傳統歌舞表演	59 12.2	118 24.4	213 44.0	75 15.5	19 3.9	2.75	0.99
社交與價值觀								
2-13	可以與朋友相處	2 0.4	13 2.7	83 17.1	251 51.9	135 27.9	4.04	0.77
2-19	可以不受其他從事不同活動者的干擾	4 0.8	27 5.6	134 27.7	230 47.5	89 18.4	3.77	0.84
2-15	可以與相同類型的人相處	6 1.2	40 8.3	201 41.5	169 34.9	68 14.0	3.52	0.88
2-4	可以與相同價值觀的人相處	9 1.9	65 13.4	205 42.4	162 33.5	43 8.9	3.34	0.89
2-21	可以在這裡認識新朋友	51 10.5	114 23.6	215 44.4	88 18.2	16 3.3	2.80	0.97
2-1	可以在這裡觀察到其他人的行為	37 7.6	142 29.3	207 42.8	83 17.1	15 3.1	2.79	0.92
逃離壓力與休養身體								
2-23	可以放鬆我的身體	3 0.6	4 0.8	45 9.3	268 66.4	164 33.9	4.21	0.69
2-8	可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	4 0.8	13 2.7	55 11.4	228 47.1	184 38.0	4.19	0.80
2-5	可以讓我的心智獲得休養	4 0.8	5 1.0	60 12.4	249 51.4	166 34.3	4.17	0.74
2-14	可以體驗平靜與安寧	4 0.8	13 2.7	48 9.9	255 52.7	164 33.9	4.16	0.77
2-26	可以暫時逃離我日常的生活	7 1.4	17 3.5	62 12.8	244 50.4	154 31.8	4.08	0.84
2-17	可以暫時逃避擁擠的感覺	8 1.7	12 2.5	90 18.6	247 51.0	127 26.2	3.98	0.83
2-7	可以體驗遠離人群之孤獨感	14 2.9	46 9.5	171 35.3	185 38.2	68 14.0	3.51	0.95

註1：^a為次數，^b為百分比

註2：本表依各構面問項之平均數順序排列

表4-6 現地遊憩體驗各測量項目衡量結果

現地遊憩體驗之測量項目(N=484)		1	2	3	4	5	平均數	標準差
		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意		
自然體驗								
2-9	可以瀏覽湖泊風光	5 ^a 1.0 ^b	4 0.8	42 8.7	210 43.4	223 46.1	4.33	0.75
2-2	可以享受自然環境的聲音與氣息	4 0.8	10 2.1	64 13.2	233 48.1	173 35.7	4.16	0.79
2-11	可以體驗與自然的融合感	4 0.8	8 1.7	87 18.0	240 49.6	145 30.0	4.06	0.79
2-18	可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	4 0.8	17 3.5	98 20.2	224 46.3	141 29.1	3.99	0.84
2-25	可以運動健行	3 0.6	19 3.9	162 33.5	183 37.8	117 24.2	3.81	0.87
2-3	可以得到生態保育的觀念	4 0.8	38 7.9	193 39.9	167 34.5	82 16.9	3.59	0.89
2-22	可以增長生態知識	14 2.9	35 7.2	183 37.8	164 33.9	88 18.2	3.57	0.96
2-12	可以挑戰體能	10 2.1	69 14.3	208 43.0	127 26.2	70 14.5	3.37	0.97
當地文化體驗								
2-24	可以增長文化知識	12 2.5	47 9.7	196 40.5	170 35.1	59 12.2	3.45	0.91
2-20	可以品嚐當地風味餐點	17 3.5	63 13.0	199 41.1	153 31.6	52 10.7	3.33	0.95
2-6	可以觀察到當地居民日常的生活型態	19 3.9	72 14.9	216 44.6	133 27.5	44 9.1	3.23	0.95
2-10	可以與當地居民接觸聊天	24 5.0	101 20.9	231 47.7	97 20.0	31 6.4	3.02	0.93
2-16	可以選購當地紀念品	45 9.3	116 24.0	194 40.1	95 19.6	34 7.0	2.91	1.04
2-27	可以欣賞傳統歌舞表演	60 12.0	115 23.0	209 41.8	77 15.4	23 4.6	2.77	1.02
社交與價值觀								
2-13	可以與朋友相處	3 0.6	9 1.9	92 19.0	215 44.4	165 34.1	4.10	0.81
2-19	可以不受其他從事不同活動者的干擾	6 1.2	31 6.4	149 30.8	188 38.8	110 22.7	3.75	0.92
2-15	可以與相同類型的人相處	9 1.9	41 8.5	203 41.9	149 30.8	82 16.9	3.52	0.93
2-4	可以與相同價值觀的人相處	9 1.9	50 10.3	194 40.1	161 33.3	70 14.5	3.48	0.93
2-1	可以在這裡觀察到其他人的行為	17 3.5	60 12.4	220 45.5	155 32.0	32 6.6	3.26	0.89
2-21	可以在這裡認識新朋友	33 6.8	90 18.6	226 46.7	110 22.7	25 5.2	3.01	0.95
逃離壓力與休養身體								
2-8	可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	4 0.8	6 1.2	63 13.0	211 43.6	200 41.3	4.23	0.78
2-26	可以暫時逃離我日常的生活	3 0.6	9 1.9	76 15.7	191 39.5	205 42.4	4.21	0.82
2-23	可以放鬆我的身體	3 0.6	8 1.7	68 14.0	216 44.6	189 39.0	4.20	0.78
2-5	可以讓我的心智獲得休養	1 0.2	8 1.7	66 12.6	235 48.6	174 36.0	4.18	0.74
2-14	可以體驗平靜與安寧	8 1.7	16 3.3	63 13.0	214 44.2	183 37.8	4.13	0.88
2-17	可以暫時逃避擁擠的感覺	5 1.0	19 3.9	93 19.2	208 43.0	159 32.9	4.03	0.88
2-7	可以體驗遠離人群之孤獨感	14 2.9	50 10.3	150 31.0	158 32.6	112 23.1	3.63	1.04

註1：^a為次數，^b為百分比

註2：本表依各構面問項之平均數順序排列

第三節 研究變項測量結果

一、期待遊憩體驗

(一) 期待遊憩體驗項目分析

進行期待遊憩體驗探索性因素分析前，為評估遊憩體驗題項的適切性，透過 8 個項目的項目分析，並根據邱皓政 (2006, p. 16-8~16-11) 項目分析評估標準。刪除鑑別度不佳的題項後，分析結果顯示，遺漏值檢驗高於 1% 者便不予通過，分析結果所有題項皆符合標準；平均數高於 4.30 或低於 2.90 者便不予通過，共計有 5 題未達標準；標準差未達 0.75 者便不予通過，共計有 3 題未達標準；偏態係數絕對值高於 0.8 或小於 0.2 者便不予通過，共計有 16 題未達標準；峰度係數絕對值大於 1.0 者便不予通過，共計有 10 題未達標準；極端組 T 檢定未達顯著者便不予通過，分析結果所有題項皆符合標準；相關係數未達 0.3 者不予通過，共計有 1 題未達標準；因素負荷量小於 0.3 者便不予通過，共計有 1 題未達標準。針對期待遊憩體驗 27 題問項，項目分析檢驗結果，可得項目結果總表 4-7。

累計 3 項不通過之題項予以刪除，以上由總表可得知，將題項 2-5、2-9、2-16、2-23 等題項予以刪除，共刪除 4 個題項。

(二) 期待遊憩體驗探索性因素分析

經項目分析後，共刪除 2-5、2-9、2-16、2-23 等 4 個題項，之後開始執行探索性因素分析，逐一刪除不適合之題項。Nie、Hull、Jenkins、Steinbrenner 與 Bent (1975) 建議，每一題問項在所屬構面內之因素負荷量 (factor loading) 至少需與在其他構面內之因素負荷量高出 0.1 以上才予以保留 (Child, 1970)，不符合此標準的問項便刪除，因此刪除題項 2-21；依據 Hair、Anderson、Tatham 與 Black (1992) 對探索性因素分析的看法，被刪除之題項應被理解為無法與其他問項「一起共同」反應同一個概念，因此刪除題項 2-13。共計刪除 2 個題項。

本研究在期待遊憩體驗的因素萃取，採主成份分析法 (principal component analysis)，並以直角轉軸法 (orthogonal rotation method) 之最大變異法 (varimax) 為旋轉因素方式，以萃取現地遊憩體驗之因素構面，期待遊憩體驗探索性因素分析見表 4-8。

結果顯示，KMO 值 (.892) 與顯著的 Bartlett 球形檢定值 ($\chi^2(210, N=484) = 4312.735, p < .0001$) 均顯示該量表具有良好的抽樣妥適性 (KMO 值 > 0.6) (Kaiser, 1974)，適合繼續進行因素分析。選擇主成份分析法並以最大變異法進行因素旋轉，成功萃取出享受自然、逃離現實、文化接觸、物以類聚、強身健體等五個因素構面，各問項的共通性在 .384 至 .656，皆大於 .3 (Kaiser, 1974)，各個構面特徵值在 1.31 至 4.10，皆大於 1.0 以上 (Child, 1970)，全量表之 Cronbach's Alpha 值為 0.772，各個構面之 Cronbach's Alpha 值從 .621 至 .850，各構面 Cronbach's Alpha 值分別為：享受自然 .850、逃離現實 .806、文化接觸 .782、同質相聚 .625、強身健體 .621。量表總解釋變異量為 62.753%，Hair 等人 (2010, p.109) 認為在社會科學研究中，一組變項的總解釋變異量達 60% 即可接受，因此，此結果為可接受範圍。

表4-7 期待遊憩體驗項目分析總表

期待遊憩體驗題目內容	描述性統計評估				極端組 T 檢定 ^c		同質性檢驗		未達理想累計 ^h
	平均數 ^a	標準差 ^b	偏態 ^c	峰度 ^d	t	p 值	相關 ^f	因素負荷 ^g	
2-9 可以瀏覽湖泊風光	4.30	0.71	-0.96	1.49	-9.75	***	0.47	0.56	3
2-2 可以享受自然環境的聲音與氣息	4.15	0.75	-0.99	2.21	-10.61	***	0.53	0.63	2
2-11 可以體驗與自然的融合感	3.99	0.78	-0.76	1.40	-12.75	***	0.60	0.69	1
2-18 可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	3.89	0.83	-0.71	1.19	-14.08	***	0.60	0.70	1
2-25 可以運動健行	3.73	0.83	-0.35	0.10	-10.48	***	0.51	0.58	
2-3 可以得到生態保育的觀念	3.61	0.84	-0.21	0.09	-16.53	***	0.62	0.67	
2-22 可以增長生態知識	3.56	0.86	-0.24	0.28	-15.70	***	0.64	0.69	
2-12 可以挑戰體能	3.14	0.99	-0.09	-0.20	-9.87	***	0.42	0.45	1
2-24 可以增長文化知識	3.46	0.89	-0.29	0.06	-13.22	***	0.59	0.61	
2-20 可以品嚐當地風味餐點	3.30	0.99	-0.22	-0.15	-10.81	***	0.43	0.41	
2-6 可以觀察到當地居民日常的生活型態	3.13	0.91	-0.37	-0.10	-11.47	***	0.47	0.46	
2-10 可以與當地居民接觸聊天	2.87	0.88	-0.05	0.03	-11.89	***	0.50	0.48	2
2-16 可以選購當地紀念品	2.79	1.05	0.09	-0.47	-5.91	***	0.26	0.21	4
2-27 可以欣賞傳統歌舞表演	2.75	0.99	0.01	-0.27	-8.21	***	0.37	0.33	2
2-13 可以與朋友相處	4.04	0.77	-0.64	0.59	-9.13	***	0.41	0.48	
2-19 可以不受其他從事不同活動者的干擾	3.77	0.84	-0.45	0.14	-14.47	***	0.63	0.70	
2-15 可以與相同類型的人相處	3.52	0.88	-0.09	-0.18	-13.52	***	0.53	0.57	1
2-4 可以與相同價值觀的人相處	3.34	0.89	-0.11	-0.16	-11.99	***	0.50	0.52	1
2-1 可以在這裡觀察到其他人的行為	2.79	0.92	0.09	-0.21	-8.24	***	0.32	0.30	2
2-21 可以在這裡認識新朋友	2.80	0.97	-0.08	-0.28	-12.01	***	0.50	0.48	2
2-8 可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	4.19	0.80	-1.06	1.57	-9.07	***	0.44	0.54	2
2-26 可以暫時逃離我日常的生活	4.08	0.84	-1.08	1.68	-9.10	***	0.47	0.56	2
2-23 可以放鬆我的身體	4.21	0.69	-0.91	2.28	-9.98	***	0.53	0.62	3
2-5 可以讓我的心智獲得休養	4.17	0.74	-0.93	1.83	-9.67	***	0.51	0.61	3
2-14 可以體驗平靜與安寧	4.16	0.77	-1.07	2.02	-11.74	***	0.58	0.68	2
2-17 可以暫時逃避擁擠的感覺	3.98	0.83	-0.90	1.44	-11.65	***	0.54	0.64	2
2-7 可以體驗遠離人群之孤獨感	3.51	0.95	-0.38	-0.01	-9.06	***	0.38	0.46	

註：a. 項目平均數超過全量表平均數±1.5 個標準差（即大於 4.30 或小於 2.90）者不予通過。

b. 項目標準差低於 0.75 者不予通過。

c. 項目偏態係數絕對值大於 0.8 或小於 0.2 者不予通過。

d. 項目峰度係數超過±1 者不予通過。

e. 極端組 T 檢定：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ ，未達顯著者不予通過。

f. 校正項目總分相關係數的絕對值小於 0.3 者便不予通過。

g. 因素負荷量未達 0.3 者不予通過；因素負荷量萃取方法：主成分分析，共萃取 1 個成分。

h. 未達理想累計為統計不通過之項目數量。

表4-8 期待遊憩體驗探索性因素分析表

期待遊憩體驗	期待遊憩體驗構面				
	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
	享受自然	逃離現實	文化接觸	同質相聚	強身健體
可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	.739	.197	.073	.050	.283
可以享受自然環境的聲音與氣息	.717	.266	-.023	.117	.002
可以體驗與自然的融合感	.659	.381	.000	.193	.075
可以得到生態保育的觀念	.645	-.021	.204	.416	.220
可以不受其他從事不同活動者的干擾	.599	.299	.215	.186	.144
可以增長生態知識	.567	.064	.336	.156	.416
可以暫時逃離我日常的生活	.108	.837	.127	-.033	.110
可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	.126	.836	.072	.017	.010
可以暫時逃避擁擠的感覺	.399	.659	.017	.085	.104
可以體驗平靜與安寧	.473	.610	.057	.068	.065
可以體驗遠離人群之孤獨感	.157	.477	-.172	.358	.276
可以品嚐當地風味餐點	.144	.070	.800	.016	-.060
可以欣賞傳統歌舞表演	-.098	.101	.771	.181	.002
可以增長文化知識	.362	.102	.644	.000	.294
可以觀察到當地居民日常的生活型態	.233	-.098	.530	.436	.143
可以與當地居民接觸聊天	.079	-.018	.504	.430	.382
可以與相同價值觀的人相處	.319	.053	.100	.747	.038
可以在這裡觀察到其他人的行為	-.091	-.021	.445	.597	.007
可以與相同類型的人相處	.272	.219	.067	.591	.200
可以挑戰體能	.131	.059	.044	.236	.835
可以運動健行	.321	.288	.099	-.024	.648
個別構面之 Cronbach's Alpha 值	.850	.806	.782	.625	.621
旋轉後特徵值 (eigenvalue)	3.553	2.955	2.668	2.155	1.846
解釋變異量 (%)	16.920	14.073	12.705	10.263	8.791
累加解釋變異量 (%)	16.920	30.993	43.698	53.962	62.753

有效樣本數：484 份。各問項得分範圍從 1~5，1 表示非常不期待，5 表示非常期待。

全量表之 Cronbach's Alpha 值=0.772

KMO 值=0.892，Bartlett 球形檢定= 4312.735, $p < 0.001$

因素萃取方法：主成分分析法

因素旋轉方法：含 Kaiser 常態化的最大變異法(varimax)

二、現地遊憩體驗探索性因素分析

(一) 現地遊憩體驗項目分析

進行現地遊憩體驗探索性因素分析前，為評估遊憩體驗題項的適切性，透過 8 個項目的項目分析，並根據邱皓政 (2006, p. 16-8 ~16-11) 項目分析評估標準。刪除鑑別度不佳的題項後，分析結果顯示，遺漏值檢驗高於 1% 者便不予通過，分析結果所有題項皆符合標準；平均數高於 4.07 或低於 2.78 者便不予通過，共計有 8 題未達標準；標準差未達 0.75 者便不予通過，共計有 1 題未達標準；偏態係數絕對值高於 0.8 或小於 0.2 者便不予通過，共計有 12 題未達標準；峰度係數絕對值大於 1.0 者便不予通過，共計有 4 題未達標準；極端組 T 檢定未達顯著者便不予通過，分析結果所有題項皆符合標準；相關係數未達 0.3 者不予通過，共計有 2 題未達標準；因素負荷量小於 0.3 者便不予通過，共計有 4 題未達標準。針對期待遊憩體驗 27 題問項，項目分析檢驗結果，可得項目結果總表 4-9。

累計 2 項不通過之題項予以刪除，以上由總表可得知，將題項 2-2、2-5、2-8、2-9、2-14、2-16、2-27 等題項予以刪除，共刪除 7 個題項。

表4-9 現地遊憩體驗項目分析總表

現地遊憩體驗題目內容	描述性統計評估				極端組 T 檢定 ^e		同質性檢驗		未達理想累計 ^h
	平均數 ^a	標準差 ^b	偏態 ^c	峰度 ^d	t	p 值	相關 ^f	因素負荷 ^g	
2-9 可以瀏覽湖泊風光	4.33	0.75	-1.32	2.88	-10.69	***	0.42	0.52	3
2-2 可以享受自然環境的聲音與氣息	4.16	0.79	-0.95	1.40	-14.09	***	0.58	0.70	3
2-11 可以體驗與自然的融合感	4.06	0.79	-0.73	0.94	-14.75	***	0.61	0.72	
2-18 可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	3.99	0.84	-0.68	0.43	-17.12	***	0.65	0.76	
2-25 可以運動健行	3.81	0.87	-0.21	-0.46	-12.96	***	0.50	0.57	
2-3 可以得到生態保育的觀念	3.59	0.89	-0.06	-0.41	-14.58	***	0.61	0.66	1
2-22 可以增長生態知識	3.57	0.96	-0.32	-0.06	-16.98	***	0.65	0.69	
2-12 可以挑戰體能	3.37	0.97	0.04	-0.42	-11.74	***	0.48	0.54	1
2-24 可以增長文化知識	3.45	0.91	-0.24	-0.01	-13.67	***	0.54	0.50	
2-20 可以品嚐當地風味餐點	3.33	0.95	-0.20	-0.14	-7.51	***	0.31	0.22	1
2-6 可以觀察到當地居民日常的生活型態	3.23	0.95	-0.10	-0.09	-9.77	***	0.46	0.39	1
2-10 可以與當地居民接觸聊天	3.02	0.93	0.07	-0.01	-8.24	***	0.41	0.32	1
2-16 可以選購當地紀念品	2.91	1.04	0.06	-0.41	-3.07	**	0.08	-0.03	3
2-27 可以欣賞傳統歌舞表演	2.77	1.02	0.04	-0.31	-4.00	***	0.18	0.07	3
2-13 可以與朋友相處	4.10	0.81	-0.67	0.38	-10.62	***	0.44	0.53	1
2-19 可以不受其他從事不同活動者的干擾	3.75	0.92	-0.38	-0.22	-16.15	***	0.62	0.69	
2-15 可以與相同類型的人相處	3.52	0.93	-0.10	-0.26	-13.05	***	0.59	0.61	1
2-4 可以與相同價值觀的人相處	3.48	0.93	-0.14	-0.24	-12.01	***	0.54	0.56	1
2-1 可以在這裡觀察到其他人的行為	3.26	0.89	-0.26	0.17	-6.82	***	0.31	0.27	1
2-21 可以在這裡認識新朋友	3.01	0.95	-0.13	-0.06	-10.02	***	0.43	0.39	1
2-8 可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	4.23	0.78	-1.01	1.44	-11.25	***	0.42	0.56	3
2-26 可以暫時逃離我日常的生活	4.21	0.82	-0.89	0.63	-12.18	***	0.48	0.59	1
2-23 可以放鬆我的身體	4.20	0.78	-0.88	0.97	-16.98	***	0.62	0.70	1
2-5 可以讓我的心智獲得休養	4.18	0.74	-0.68	0.42	-16.03	***	0.57	0.69	2
2-14 可以體驗平靜與安寧	4.13	0.88	-1.14	1.57	-14.68	***	0.58	0.71	2
2-17 可以暫時逃避擁擠的感覺	4.03	0.88	-0.77	0.45	-12.28	***	0.48	0.62	
2-7 可以體驗遠離人群之孤獨感	3.63	1.04	-0.39	-0.42	-11.77	***	0.42	0.56	

- 註：a. 項目平均數超過全量表平均數±1.5 個標準差（即大於 4.07 或小於 2.78）者不予通過。
 b. 項目標準差低於 0.75 者不予通過。
 c. 項目偏態係數絕對值大於 0.8 或小於 0.2 者不予通過。
 d. 項目峰度係數超過±1 者不予通過。
 e. 極端組 T 檢定：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ ，未達顯著者不予通過。
 f. 校正項目總分相關係數的絕對值小於 0.3 者便不予通過。
 g. 因素負荷量未達 0.3 者不予通過；因素負荷量萃取方法：主成分分析，共萃取 1 個成分。
 h. 未達理想累計為統計不通過之項目數量。

（二）現地遊憩體驗探索性因素分析

經項目分析後，共刪除 2-2、2-5、2-8、2-9、2-14、2-16、2-27 等 7 個題項，之後開始執行探索性因素分析，逐一刪除不適合之題項，刪除了兩因子因素負荷值過於接近的題項 2-19，共計刪除 1 個題項。

本研究在現地遊憩體驗的因素萃取，採主成份分析法 (principal component analysis)，並以直角轉軸法 (orthogonal rotation method) 之最大變異法 (varimax) 為旋轉因素方式，以萃取現地遊憩體驗之因素構面，現地遊憩體驗探索性因素分析見表 4-10。

結果顯示，KMO 值 (.887) 與顯著的 Bartlett 球形檢定值 ($\chi^2(171, N=484) = 3677.744, p < .0001$) 均顯示該量表具有良好的抽樣妥適性 (KMO 值 > 0.6) (Kaiser, 1974)，適合繼續進行因素分析。選擇主成份分析法並以最大變異法進行因素旋轉，成功萃取出陶冶身心、遠離塵囂、文化體驗、拓展人脈、同質相聚等五個因素構面，各問項的共通性在 .384 至 .656，皆大於 .3 (Kaiser, 1974)，各個構面特徵值在 1.75 至 3.45，皆大於 1.0 以上 (Child, 1970)，全量表之 Cronbach's Alpha 值為 0.794，各個構面之 Cronbach's Alpha 值從 .581 至 .821，分別為陶冶身心 .821、遠離塵囂 .801、文化體驗 .581、拓展人脈 .642、同質相聚 .724，皆大於 .5 之標準 (吳統雄，1984)，量表總解釋變異量為 64.47%，Hair 等人 (2010, p.109) 認為在社會科學研究中，一組變項的總解釋變異量達 60% 即可接受，因此，此結果為可接受範圍。

表4-10 現地遊憩體驗探索性因素分析表

現地遊憩體驗	現地遊憩體驗構面				
	因素一 陶冶身心	因素二 遠離塵囂	因素三 文化體驗	因素四 拓展人脈	因素五 同質相聚
可以挑戰體能	.774	.090	-.028	.112	.102
可以運動健行	.710	.179	.115	-.026	.124
可以得到生態保育的觀念	.663	.204	.293	.192	.065
可以增長生態知識	.626	.290	.373	.099	.136
可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	.584	.501	.049	.097	.147
可以暫時逃離我日常的生活	-.035	.802	.134	-.039	.081
可以暫時逃避擁擠的感覺	.211	.760	-.181	.129	.081
可以放鬆我的身體	.149	.695	.304	-.041	.309
可以體驗遠離人群之孤獨感	.351	.608	-.294	.217	-.056
可以體驗與自然的融合感	.422	.579	-.003	.114	.213
可以品嚐當地風味餐點	.022	-.086	.762	.177	.109
可以增長文化知識	.391	.061	.732	.092	.151
可以觀察到當地居民日常的生活型態	.108	.099	.602	.510	-.010
可以在這裡認識新朋友	.279	.088	.117	.695	.026
可以在這裡觀察到其他人的行為	-.107	.081	.043	.689	.266
可以與當地居民接觸聊天	.153	-.015	.434	.665	-.033
可以與朋友相處	.035	.340	.088	-.070	.792
可以與相同類型的人相處	.354	.097	.124	.334	.682
可以與相同價值觀的人相處	.418	.029	.117	.374	.561
個別構面之 Cronbach's Alpha 值	.821	.801	.581	.642	.724
旋轉後特徵值 (eigenvalue)	3.225	2.987	2.190	2.105	1.742
解釋變異量 (%)	16.973	15.721	11.528	11.080	9.168
累加解釋變異量 (%)	16.973	32.694	44.222	55.302	64.470

有效樣本數：484 份。各問項得分範圍從 1~5，1 表示非常不同意，5 表示非常同意。

全量表之 Cronbach's Alpha 值=0.794

KMO 值=0.887，Bartlett 球形檢定=3677.744, $p < 0.001$

因素萃取方法：主成分分析法

因素旋轉方法：含 Kaiser 常態化的最大變異法(varimax)

三、綠色旅遊傾向

將以驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA) 驗證由文獻理論所建構出綠色旅遊傾向中的食、住、行、育、樂、購等六個構面，先執行一階驗證性因素分析檢定其題項的適配程度，並將不適合的題項刪除，並再次進行一階驗證性因素分析以檢定修正後的模式。驗證性因素分析所進行的分析包括基本模式適配度評鑑、整體適配指標之評鑑、模式的修正、內在結構適配指標、及區別效度之檢測。

(一) 綠色旅遊傾向之驗證性因素分析初始模式

本研究共蒐集有效樣本 484 位，針對綠色旅遊傾向的食、住、行、育、樂、購等六個構面進行驗證，其中，食構面共有七題問項，為變數 a1 至 a7；住構面共有四題問項，為變數 b1 至 b4；行構面共有四題問項，為變數 c1 至 c4；育構面共有三題問項，為變數 d1 至 d4；樂構面共有六題問項，為變數 e1 至 e6；購構面共有五題問項，為變數 f1 至 f5。以一階驗證性因素分析檢驗各問項的適配程度，並列出模式變項之參數估計與參數估計路徑模式，模式變項參數估計如表 4-11 所示，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-2 所示。

表4-11 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式變項參數估計表

變數	問項	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化 參數值(λ)	誤差變異
a1	有機/生機飲食—不會刻意選擇	.82	.06	13.35***	.60	.64
a2	綠色/有機餐廳—不會刻意選擇	.83	.06	15.09***	.66	.56
a3	自行攜帶—不會自行攜帶餐具	.78	.06	12.15***	.55	.69
a4	使用環保餐具—使用免洗餐具	.69	.06	12.43***	.56	.68
a5	具有當地風味—不會刻意選擇	.34	.04	7.88***	.38	.86
a6	蔬果及天然食材為主—肉類為主	.44	.05	8.99***	.42	.82
a7	當季蔬菜—進口或非當季蔬菜	.44	.05	9.47***	.45	.80
b1	簡便的設施—豪華的設施	.32	.05	6.26***	.28	.92
b2	具有當地風味—不會刻意選擇	.61	.06	9.94***	.48	.77
b3	強調當地特色—具國際特色	.30	.04	7.13***	.33	.89
b4	自行攜帶—由民宿旅館飯店提供	.64	.07	8.80***	.42	.83
c1	石子/木棧道—水泥/柏油道路	.70	.08	8.56***	.62	.62
c2	離家較近的—離家較遠的	-.06	.06	-1.03	-.06	1.00
c3	自行車/大眾系統—自行開車	.19	.08	2.46*	.15	.98
c4	景點少時間長—景點多時間短	.47	.07	6.79***	.40	.84
d1	有解說員—沒有解說員	.57	.09	6.51***	.45	.80
d2	非常了解—完全不了解	.32	.06	5.58***	.33	.89
d3	口耳相傳—尋求旅行社提供	.10	.04	2.35*	.11	.99
e1	深度體驗—景色風光瀏覽	1.02	.07	15.57***	.76	.43
e2	深度體驗—採買特產紀念品	.66	.05	13.37***	.64	.59
e3	自行安排行程—旅行社的行程	.19	.05	3.98***	.21	.96
e4	與遊客很少接觸—接觸頻繁	.08	.05	1.64	.09	.99
e5	與居民很少接觸—接觸頻繁	-.21	.05	-4.09***	-.21	.96
e6	個別/小團體客—團體旅遊	.02	.04	0.49	.03	1.00
f1	有環保標章認證—不會刻意選擇	.86	.06	15.38***	.68	.53
f2	對環境無害但貴—不會刻意選擇	.80	.05	15.28***	.68	.54
f3	具有當地特色—不會刻意選擇	.61	.05	11.61***	.54	.71
f4	包裝簡單樸素—包裝複雜精緻	.61	.05	12.10***	.56	.68
f5	自備購物袋—商家提供的塑膠袋	.69	.05	12.94***	.59	.65

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 未達顯著者該題項刪除

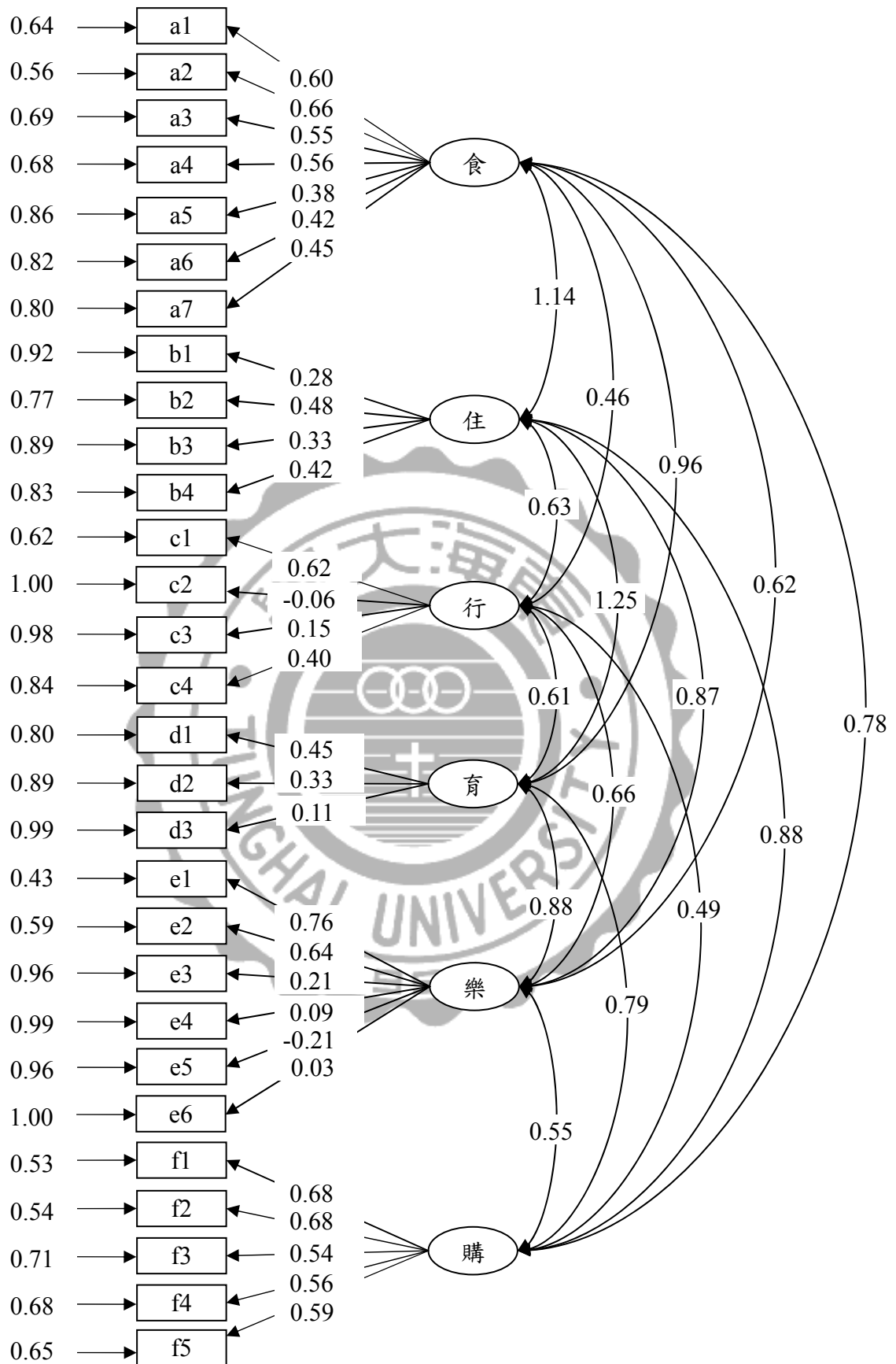


圖4-2 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式參數估計路徑圖

1. 基本模式適配度評鑑

首先進行基本模式適配度(preliminary model-fit evaluation)之檢驗，其旨在檢視模型的違犯估計(offending estimates)，違犯估計是指不論是結構模式或測量模式中，統計所輸出的估計係數超出可接受的範圍，也就是模式獲得不適當的解。若在統計輸出結果裡發現違犯估計的現象，那麼所獲得的統計估計係數是有問題的，則表示整個模式的估計是不正確的，因此必須加以解決（黃芳銘，2003，p.169）。Hair 等人（1998, p.610）認為一般常發生的違犯估計有下列三點：有負的誤差變異數存在，或是在任何構面中存在著無意義的變異誤差、標準化係數超過或太接近 1（通常以大於.95 為標準）、有太大的標準誤。

結果顯示，有三個題項之標準化參數之 t 值未達顯著，有「離家較近的—離家較遠的」(c2)、「與遊客很少接觸—接觸頻繁」(e4)、「個別/小團體客—團體旅遊」(e6) 共三個題項。

由結果可知，綠色旅遊傾向初始模式部份變項參數表現不甚理想，因此需進行模式的修正。

(二) 綠色旅遊傾向之驗證性因素分析模式初次修正

首先刪除三個 t 值未達顯著的題項 (c2、e4、e6)，再次執行一階驗證性因素分析，模式變項參數估計如表 4-12 所示，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-3 所示。

表4-12 綠色旅遊傾向驗證性因素分析之模式初次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化 參數值(λ)	誤差變異
a1	有機/生機飲食—不會刻意選擇	0.82	0.06	13.37***	.60	.64
a2	綠色/有機餐廳—不會刻意選擇	0.83	0.06	15.11***	.66	.56
a3	自行攜帶—不會自行攜帶餐具	0.78	0.06	12.15***	.55	.69
a4	使用環保餐具—使用免洗餐具	0.69	0.06	12.42***	.56	.68
a5	具有當地風味—不會刻意選擇	0.34	0.04	7.86***	.38	.86
a6	蔬果及天然食材為主—肉類為主	0.44	0.05	8.98***	.42	.82
a7	當季蔬菜—進口或非當季蔬菜	0.44	0.05	9.47***	.45	.80
b1	簡便的設施—豪華的設施	0.32	0.05	6.25***	.28	.92
b2	具有當地風味—不會刻意選擇	0.61	0.06	9.95***	.48	.77
b3	強調當地特色—具國際特色	0.30	0.04	7.11***	.33	.89
b4	自行攜帶—由民宿旅館飯店提供	0.64	0.07	8.78***	.42	.83
c1	石子/木棧道—水泥/柏油道路	0.70	0.08	8.46***	.62	.62
c3	自行車/大眾系統—自行開車	0.19	0.08	2.49*	.15	.98
c4	景點少時間長—景點多時間短	0.46	0.07	6.73***	.40	.84
d1	有解說員—沒有解說員	0.57	0.09	6.52***	.45	.80
d2	非常了解—完全不了解	0.32	0.06	5.57***	.33	.89
d3	口耳相傳—尋求旅行社提供	0.10	0.04	2.30**	.11	.99
e1	深度體驗—景色風光瀏覽	1.04	0.07	15.70***	.77	.41
e2	深度體驗—採買特產紀念品	0.66	0.05	13.27***	.64	.59
e3	自行安排行程—旅行社的行程	0.18	0.05	3.69***	.19	.96
e5	與居民很少接觸—接觸頻繁	-0.22	0.05	-4.24***	-.22	.95
f1	有環保標章認證—不會刻意選擇	0.86	0.06	15.39***	.68	.53
f2	對環境無害但貴—不會刻意選擇	0.80	0.05	15.29***	.68	.54
f3	具有當地特色—不會刻意選擇	0.61	0.05	11.61***	.54	.71
f4	包裝簡單樸素—包裝複雜精緻	0.61	0.05	12.10***	.56	.69
f5	自備購物袋—商家提供的塑膠袋	0.69	0.05	12.94***	.59	.65

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

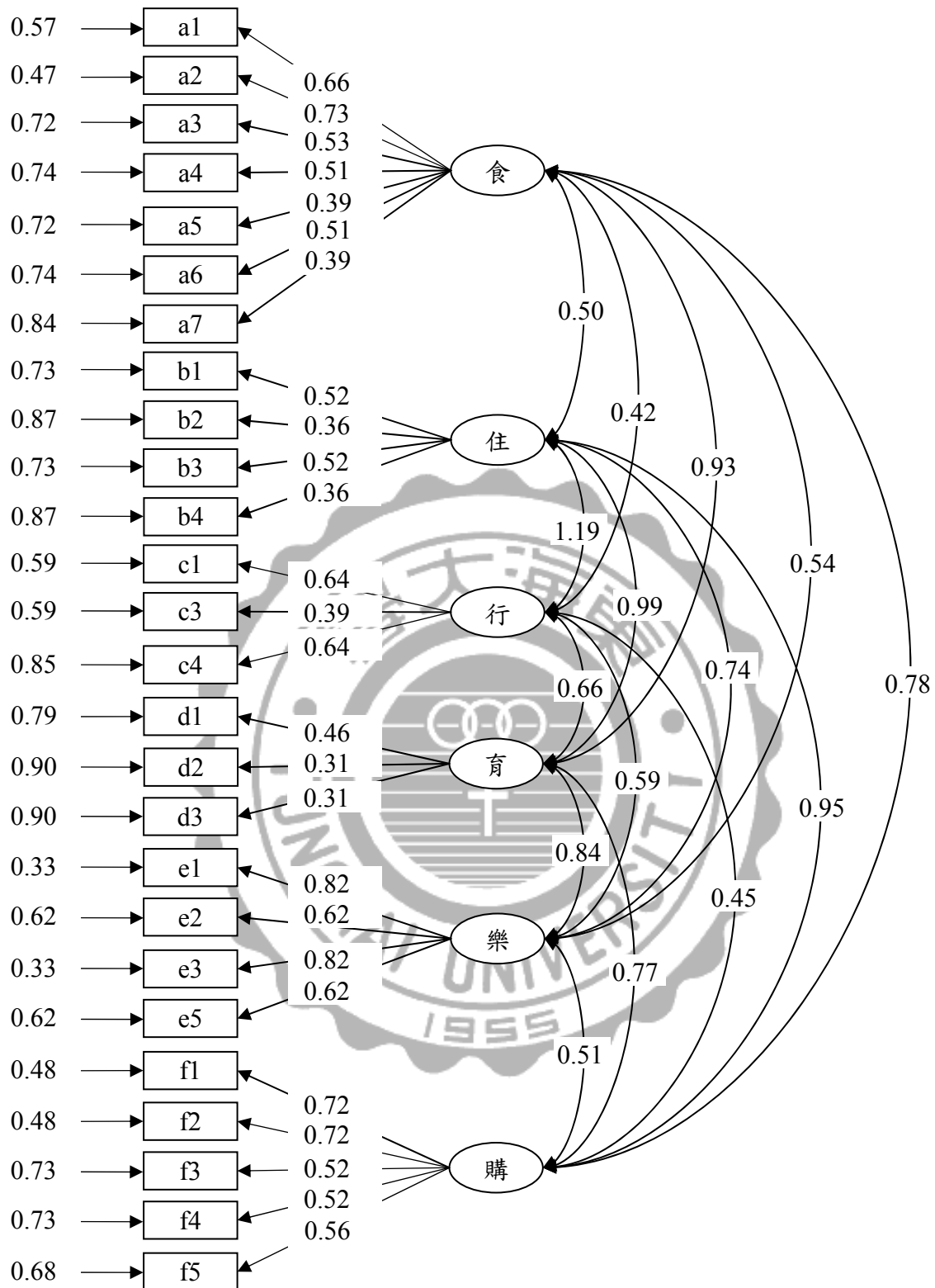


圖4-3 綠色旅遊傾向驗證性因素分析之模式初次修正參數估計路徑圖

根據上述學者提出之準則，檢視初次修正之綠色旅遊傾向驗證性因素分析之誤差變異數，結果顯示測量估計值之誤差變異數皆大於0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準化係數均未大於.95的標準，標準誤介於.04至.09間，亦無過大的情形存在。

然而根據 Bentler 與 Wu (1993) 及 Jöreskog 和 Sörbom (1989) 認為，驗證性因素分析之門檻條件為其因素負荷值必須在.45 以上。根據結果顯示，有十四個題項之因素負荷值未達到.45 之標準，分別為「具有當地風味—不會刻意選擇」(a5)、「蔬果及天然食材為主—肉類為主」(a6)、「簡便的設施—豪華的設施」(b1)、「強調當地特色—具國際特色」(b3)、「自行攜帶—由民宿旅館飯店提供」(b4)、「離家較近的—離家較遠的」(c2)、「自行車/大眾系統—自行開車」(c3)、「景點少時間長—景點多時間短」(c4)、「非常了解—完全不了解」(d2)、「口耳相傳—尋求旅行社提供」(d3)、「自行安排行程—旅行社的行程」(e3)、「與遊客很少接觸—接觸頻繁」(e4)、「與居民很少接觸—接觸頻繁」(e5)、「個別/小團體客—團體旅遊」(e6)。依因素負荷值之大小，從最小之題項開始依序刪題，以及有學者指出觀察變項建構一個潛在變項時至少用兩個(含)以上的變項來測量(黃芳銘，2007，p. 16)，因此將使每個構面至少包含兩個題項，在此兩個前提下，刪除因素負荷值未達.45 之題項，有 a5、a6、b1、b3、c3、d3、e3、e5 共 8 題。

(三) 綠色旅遊傾向之驗證性因素分析模式再次修正

經過第一階段的題項刪除後，再次執行一階驗證性因素分析，模式變項參數估計如表 4-13 所示，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-4 所示。

表4-13 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式再次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化 參數值(λ)	誤差變異
a1	有機/生機飲食—不會刻意選擇	0.90	0.06	14.94***	.66	.57
a2	綠色/有機餐廳—不會刻意選擇	0.92	0.05	17.02***	.73	.47
a3	自行攜帶—不會自行攜帶餐具	0.75	0.07	11.53***	.53	.72
a4	使用環保餐具—使用免洗餐具	0.63	0.06	11.02***	.51	.74
a7	當季蔬菜—進口或非當季蔬菜	0.39	0.05	8.24***	.39	.84
b2	具有當地風味—不會刻意選擇	0.65	0.08	8.06***	.52	.73
b4	自行攜帶—由民宿旅館飯店提供	0.56	0.09	6.52***	.36	.87
c1	石子/木棧道—水泥/柏油道路	0.73	0.09	7.92***	.64	.59
c4	景點少時間長—景點多時間短	0.45	0.07	6.37***	.39	.85
d1	有解說員—沒有解說員	0.59	0.10	6.03***	.46	.79
d2	非常了解—完全不了解	0.30	0.06	5.05***	.31	.90
e1	深度體驗—景色風光瀏覽	1.11	0.07	15.57***	.82	.33
e2	深度體驗—採買特產紀念品	0.64	0.05	12.47***	.62	.62
f1	有環保標章認證—不會刻意選擇	0.90	0.05	16.57***	.72	.48
f2	對環境無害但貴—不會刻意選擇	0.85	0.05	16.55***	.72	.48
f3	具有當地特色—不會刻意選擇	0.59	0.05	11.13***	.52	.73
f4	包裝簡單樸素—包裝複雜精緻	0.57	0.05	11.23***	.52	.73
f5	自備購物袋—商家提供的塑膠袋	0.66	0.05	12.23***	.56	.68

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

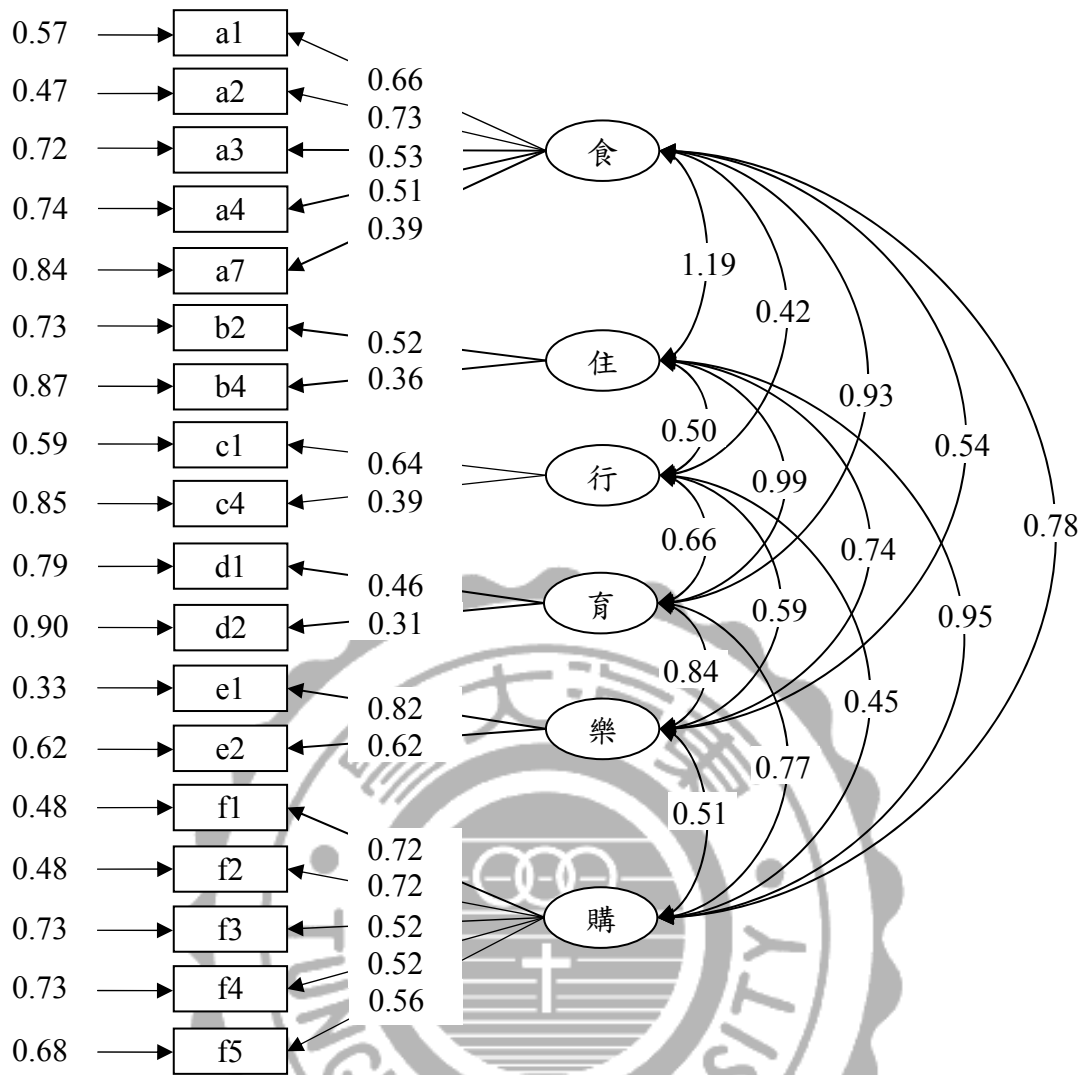


圖4-4 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式再次修正參數估計路徑圖

(四) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式再次修正評鑑

1. 基本模式適配度評鑑

檢視初次修正之綠色旅遊傾向驗證性因素分析之誤差變異數，結果顯示測量估計值之誤差變異數皆大於0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準化係數介於.39至.82間（見圖4-4），均未大於.95的標準，標準誤介於.04至.1間（見表4-13），亦無過大的情形存在。顯示修正過之環境偏好矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。確定沒有產生違犯估計後，即可利用適配度衡量來評估模式的整體適配度。

2. 整體模式適配度評鑑

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據Hair等人（1998, p. 611）針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後綠色旅遊傾向之各項整體模式適配指標參照表4-14。

表4-14 綠色旅遊傾向再次修正模式適配指標估計摘要表

適配指標	檢驗值	標準值	結果
絕對適配指標			
良性適配指標 (GFI)	0.84	≥.9	未達標準
近似誤差均方根係數 (RMSEA)	0.11	≤.08	未達標準
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.073	≤.05	未達標準
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.72	≥.9	未達標準
比較適配指標 (CFI)	0.78	≥.9	未達標準
簡效適配指標			
簡效規範適配指標 (PNFI)	0.58	≥.5	未達標準
胡特的臨界數 (CN)	122.27	≥200	未達標準

從表 4-14 的整體適配指標來看，GFI 值為.84，並未達到大於.9 之可接受標準；RMSEA 值為.11，未達到小於.08 之標準；SRMR 值為.73，未達到小於.05 之可接受標準；NNFI 值為.72，未達到大於.9 之可接受標準；CFI 值為.78，未達到大於.9 之可接受標準；PNFI 值為.58，未達到大於.5 之可接受標準；CN 值為 122.27，亦未達到大於 200 之可接受標準，整體而言，所有指標均未達到模式整體適配指標之可接受標準，因此將參照分析結果中的修正指標 (modification index, MI) (表 4-14) 來逐一檢視並篩選發生適配不良之問項，原則上 MI 值大於 3.84 才有被修正的可能。

表4-15 修正指標 (modification index, MI) 參照表

	a1	a2	a3	a4	a7	b2	b4	c1	c4
a1	--								
a2	51.59	--							
a3	4.10	22.31	--						
a4	15.71	30.47	107.95	--					
a7	0.03	0.33	0.29	0.59	--				
b2	0.00	16.90	5.26	6.75	0.10	--			
b4	15.78	21.68	32.08	27.39	0.39	--	--		
c1	0.00	1.98	0.12	1.33	3.41	0.00	0.07	--	
c4	5.99	1.64	5.44	5.49	0.30	0.00	0.04	--	--
d1	2.89	0.94	0.10	1.69	7.26	3.45	2.67	1.78	0.01
d2	0.58	2.91	1.13	12.27	0.48	0.48	4.20	0.45	2.03
e1	0.52	1.50	1.01	7.43	0.96	7.85	5.96	5.05	0.26
e2	4.20	3.51	0.84	0.56	14.40	0.04	2.03	3.72	2.45
f1	2.83	18.36	8.78	35.56	0.31	7.86	13.57	0.87	7.65
f2	10.03	5.07	3.62	13.55	1.89	0.04	8.76	1.40	0.03
f3	0.04	0.45	3.42	0.00	0.67	0.04	0.39	5.99	1.60
f4	10.88	0.03	0.02	2.49	7.38	0.00	0.12	2.78	0.00
f5	17.89	3.56	12.42	47.69	0.12	1.46	30.83	0.02	1.84

表 4-15 修正指標 (modification index, MI) 參照表 (續)

	d1	d2	e1	e2	f1	f2	f3	f4	f5
d1	--								
d2	--	--							
e1	7.50	0.10	--						
e2	6.15	1.84	--	--					
f1	2.08	7.13	8.19	4.27	--				
f2	0.54	3.14	2.21	1.29	101.45	--			
f3	1.32	3.77	2.65	1.21	7.62	1.86	--		
f4	0.16	0.11	0.83	0.01	8.45	16.18	9.53	--	
f5	0.68	8.43	4.95	2.35	22.25	16.29	1.14	32.46	--

從表 4-15 之 MI 值來看，其可修正之 MI 值分布在 4.20 至 107.95 之間，顯示當中有許多問項待篩選，從最大之 MI 值開始，逐步予以刪除並測試其適配性，以達到整體適配及問項精簡之原則。

(五) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第三次修正

再次重新執行一次驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計 (表 4-16)，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-5 所示。

表 4-16 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第三次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化 參數值(λ)	誤差變異
a1	有機/生機飲食—不會刻意選擇	0.95	0.06	15.41***	.69	0.52
a2	綠色/有機餐廳—不會刻意選擇	1.08	0.06	19.08***	.86	.27
b2	具有當地風味—不會刻意選擇	0.70	0.08	8.26***	.56	.69
b4	自行攜帶—由民宿旅館飯店提供	0.52	0.08	6.17***	.34	.89
c1	石子/木棧道—水泥/柏油道路	0.70	0.09	8.21***	.62	.61
c4	景點少時間長—景點多時間短	0.46	0.07	6.69***	.40	.84
d1	有解說員—沒有解說員	0.58	0.10	5.97***	.46	.79
d2	非常了解—完全不了解	0.30	0.06	5.03***	.31	.90
e1	深度體驗—景色風光瀏覽	1.13	0.07	15.55***	.83	.31
e2	深度體驗—採買特產紀念品	0.63	0.05	12.24***	.61	.63
f2	對環境無害但貴—不會刻意選擇	0.70	0.06	12.51***	.59	.65
f3	具有當地特色—不會刻意選擇	0.65	0.05	12.07***	.57	.67
f4	包裝簡單樸素—包裝複雜精緻	0.64	0.05	12.31***	.58	.66
f5	自備購物袋—商家提供的塑膠袋	0.73	0.05	13.24***	.62	.61

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

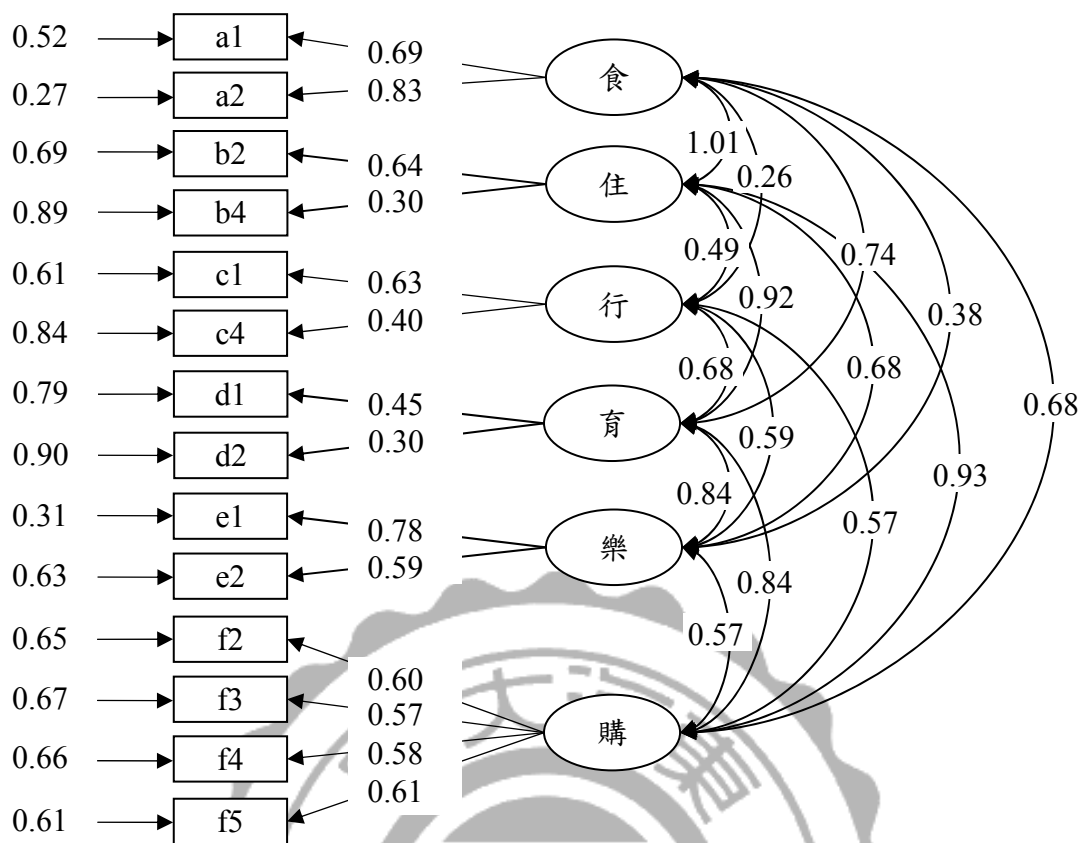


圖4-5 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第三次修正參數估計路徑圖

經由參照 MI 值逐步刪除適配不良之問項，共刪除四題問項，依刪除次序分別為「自行攜帶—不會自行攜帶餐具」(a7)、「使用環保餐具—使用免洗餐具」(a3)、「當季蔬菜—進口或非當季蔬菜」(a4)、「有環保標章認證—不會刻意選擇」(f1)。剩下十四題問項，每一綠色旅遊傾向之構面至少有二個問項。

(六) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第三次修正評鑑

1. 基本模式適配度評鑑

檢視第三次修正之綠色旅遊傾向驗證性因素分析之誤差變異數，結果顯示測量估計值之誤差變異數皆大於 0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準化係數介於.31 至.86 間（見圖 4-5），均未大於.95 的標準，標準誤介於.05 至.1 間（見表 4-16），亦無過大的情形存在。顯示修正過之環境偏好矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。確定沒有產生違犯估計後，即可利用適配度衡量來評估模式的整體適配度。

2. 整體模式適配度評鑑

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據 Hair 等人（1998, p. 611）針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後綠色旅遊傾向之各項整體模式適配指標參照表 4-17。

表4-17 綠色旅遊傾向第三次修正模式適配指標估計摘要表

適配指標	檢驗值	標準值	結果
絕對適配指標			
良性適配指標 (GFI)	0.94	$\geq .9$	符合
近似誤差均方根係數 (RMSEA)	0.068	$\leq .08$	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.051	$\leq .05$	接近
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.86	$\geq .9$	接近
比較適配指標 (CFI)	0.91	$\geq .9$	符合
簡效適配指標			
簡效規範適配指標 (PNFI)	0.59	$\geq .5$	符合
胡特的臨界數 (CN)	223.37	≥ 200	符合

(1) 絕對適配指標

絕對適配指標用以決定理論的整體模式能夠預測觀察共變數或相關矩陣的程度，也就是說，評鑑一個事前的模式能夠再製樣本資料的程度（黃芳銘，2003，p.172），絕對適配指標包含 Chi-Square 指標、GFI 指標、RMSEA 值、SRMR 值。Bentler 與 Bonett(1980) 以及 Rigdon(1998)皆認為， χ^2 值對樣本數相當敏感，當樣本數越大時，越容易達到顯著，導致理論模式遭受拒絕。大部分的研究者均同意，使用真實世界的資料來評鑑模式時， χ^2 值通常沒有任何實質的助益。因此以下分別就 GFI 指標、RMSEA 值、SRMR 值做說明。

a. 良性適配指標 (GFI)

良性適配指標(goodness of fit index, GFI)指標可以解釋樣本資料變異數與共變數的程度，其範圍大小介於 0 與 1 之間，此種指標可顯現整體適配的程度，但也受到樣本大小的影響。通常學者建議 GFI 值大於 .9 時表示良好的適配（黃芳銘，2003，p.174）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 GFI 值為 .94，顯示模式在良性適配指標上屬於良好的適配。

b. 近似誤差均方根係數 (RMSEA)

近似誤差均方根係數 (root mean square error of approximation, RMSEA)，主要在比較理論模式與完美契合的飽和模式 (saturated model) 的差距程度。數值越大代表模式越不理想，反之則代表模式契合度越理想，McDonald 與 Ho (2002) 建議以 .05 為良好契合的門檻，以 .08 為可接受的模式契合門檻（轉引自邱皓政，2004，p. 5-17）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 RMSEA 值為 .068，在可接受的模式契合門檻之內。

c. 標準化均方根殘差 (SRMR)

標準化均方根殘差 (standardized root mean square residual, SRMR)。SRMR 值的範圍大小介於 0 與 1 之間，當模式獲得完美適配時，SRMR 值為 0，值越大代表模式適配越差。Sörbom 與 Jöreskog (1982) 認為，模式獲得接受的 SRMR 值為小於或等於 .05（黃芳銘，2003，p. 176）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 SRMR 值為 .051，接近 .05 之門檻，尚在可接受範圍內。

(2) 相對適配指標

目的在於用一個比較嚴格的或是套層的底線模式 (baseline model) 來和理論模式相比較，測量其適配改進比率的程度 (黃芳銘, 2003, p. 179)。分別有 NNFI 指標、CFI 指標、AGFI 指標、NFI 指標，以下分別敘述。

a. 非規範適配指標 (NNFI)

非規範適配指標 (non-normed fit index, NNFI)，一般認為 NNFI 值在 .9 以上表示模式可以接受。其值越高，理論模式越適配 (黃芳銘, 2004, p. 117)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 NNFI 值為 .86，接近 .9 之門檻，尚在可接受範圍內。

b. 比較適配指標 (CFI)

比較適配指標 (comparative fit index, CFI) 反映了假設模式與無任何共變關係的獨立模式差異程度的量數 (邱皓政, 2004, p. 5-17)，CFI 的值介於 0 與 1 之間，值越大代表模式適配越好，要判斷模式是否可以接受時，CFI 值通常需大於 .9 (黃芳銘, 2003, p. 181)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 CFI 值為 .91，顯示模式適配性良好。

(3) 簡效適配指標

簡效適配指標用以呈現需要達成某一特殊水準的模式適配的估計係數 (estimated coefficients) 的數目為多少。其主要目的為更正模式的任何有過度適配的情形，在程序上，簡效適配相當類似多元迴歸中的調適 R^2 (黃芳銘, 2003, p. 183)。包含 PNFI 指標、CN 值，如下所述。

a. 簡效規範適配指標 (PNFI)

簡效規範適配指標 (parsimonious normed fit index, PNFI) 是 NFI 的修正。PNFI 的簡效定義為每一個自由度所能達成的較高適配程度，因此其值越高越好。學者漸漸 PNFI 在 .05 以上為模式通過與否的標準 (黃芳銘, 2004, p. 120)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 PNFI 值為 .59，顯示模式適配性良好。

b. 胡特的臨界數 (CN)

胡特的臨界數 (Hoelter's critical N, CN) 能夠替使用者之樣本提出一個合理的指標，使研究者知道其所用的樣本數是否足夠用來估計模式的參數以及模式的適配，Hoelter (1983) 建議 CN 值大於 200 是決定模式是否能夠接受的一個門檻 (黃芳銘, 2004, p. 121)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 CN 值為 223.37，已達到 CN 值大於 200 的門檻標準。

整體而言，綠色旅遊傾向 CFA 之整體適配指標已屬於可接受標準，雖然 SRMR 為 .051 值略高於學者建議之 .05 的標準，以及 NNFI 值為 .86 略低於學者建議之 .9 的門檻，但參照其他適配指標之適配性均已相當良好，因此，本模式在整體適配指標上來看，仍屬於可被接受的良好模式。

3. 內在結構適配指標評鑑

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構適配指標進行評鑑，內在結構適配的評鑑可以包括兩個方面：測量模式的評鑑、結構模式的評鑑。測量模式的評鑑重視觀察變項是否足夠反映相對應的潛在變項，因此，其目標在

於了解潛在建構的效度與信度。結構模式的評鑑是評鑑理論階段所鋪設的因果關係是否能夠成立（黃芳銘，2003，p. 186）。

Bollen（1989）認為測量模式中個別指標的效度評鑑可以用檢定每一個潛在變項與其指標間係數大小以及顯著性來處理，由於個別指標在其潛在變項上的自由度是1，因此t值之絕對值至少為1.96，測量模式指標的個別信度則是 R^2 ，大致上只要t值達到顯著， R^2 就可以接受（黃芳銘，2003，p. 187）。

另一方面，平均變異數抽取量（average variance extracted）也可以檢定一種補充的測量。從平均變異數抽取量中，可以看到多少的變異性來自於潛在建構的變異量，其他的變異量則是由測量誤所貢獻的（黃芳銘，2004，p. 123）。Bagozzi與Yi（1988）建議個別潛在變項之構面信度宜大於.60，Raines-Eudy（2000）則建議大於.5即可。所抽取之潛在變項的平均變異量必須大於.50（Bagozzi & Yi, 1988）（轉引自黃芳銘，2003，p. 188）。

綠色旅遊傾向 CFA 模式之內在結構適配部份，結果見表 4-18，食之構面信度為.95，平均變異抽取量（average variance extracted）為.91；住之構面信度為.84，平均變異抽取量為.73；行之構面信度為.87，平均變異抽取量為.77；育之構面信度為.79，平均變異抽取量為.66；樂之構面信度為.95，平均變異抽取量為.90；購之構面信度為.96，平均變異抽取量為.87。

表4-18 綠色旅遊傾向驗證性因素分析之構面信度與平均變異抽取量

潛在構面	題項	t 值	R^2	構面信度	平均變異抽取量
食	a1	15.41***	.48	.95	.91
	a2	19.08***	.73		
住	b2	8.26***	.31	.84	.73
	b4	6.17***	.11		
行	c1	8.21***	.39	.87	.77
	c4	6.69***	.16		
育	d1	5.97***	.21	.79	.66
	d2	5.03***	.10		
樂	e1	15.55***	.69	.95	.90
	e2	12.24***	.37		
購	f2	12.51***	.35	.96	.87
	f3	12.07***	.33		
	f4	12.31***	.34		
	f5	13.24***	.39		

由表 4-18 可以看出，個別項目的 R^2 值偏低，但 Bollen（1989）曾指出，個別項目只要t值大於1.96達到顯著，則其 R^2 便可接受，而本模式中之t值皆達顯著水準，因此其個別項目之 R^2 是可被接受的。另外，潛在因素的構面信度部份，六個構面信度皆

達到 Bagozzi 與 Yi (1988) 建議的大於.60 之標準；而反映出聚合效度的平均變異抽取量方面，六個構面之平均變異抽取量介於.66 至.91 間，皆達到大於.5 的標準，這顯示所有潛在因素的變異性是受誤差變異的影響較小。因此，此綠色旅遊傾向之修正模式的內在結構屬於良好適配。

4. 區別效度之評鑑

區別效度 (discriminant validity) 主要在檢測潛在構面是否能夠區別，使用潛在變項配對相關信賴區間檢定法。此種檢定方法為將構面間之相關係數加減 1.96 個標準差，如果信賴區間值並未包含 1.00 的值，則表示這兩個構念是有區別的。換言之，如果信賴區間值包含 1.00，表示兩個構面間在性質上有很大的重疊性，因此無法有所區別。

以本研究來說，綠色旅遊傾向 CFA 最終模式之潛在構面為食、住、行、育、樂、購，其區間效度估計表如表 4-19 所示。

表4-19 綠色旅遊傾向區別效度檢定表

		食	住	行	育	樂	購
食	相關係數	1.00					
	標準差	--					
	相關信賴區間	--					
住	相關係數	1.01	1.00				
	標準差	0.10	--				
	相關信賴區間	[.85, 1.17]	--				
行	相關係數	0.26	0.49	1.00			
	標準差	0.08	0.12	--			
	相關信賴區間	[.10, .42]	[.25, .73]	--			
育	相關係數	0.74	0.92	0.68	1.00		
	標準差	0.12	0.18	0.15	--		
	相關信賴區間	[.50, .98]	[.57, 1.27]	[.39, .97]	--		
樂	相關係數	0.38	0.68	0.59	0.84	1.00	
	標準差	0.05	0.09	0.08	0.13	--	
	相關信賴區間	[.28, .48]	[.50, .86]	[.43, .75]	[.59, 1.09]	--	
購	相關係數	0.68	0.93	0.57	0.84	0.57	1.00
	標準差	0.04	0.10	0.08	0.13	0.05	--
	相關信賴區間	[.60, .76]	[.73, 1.13]	[.41, .73]	[.59, 1.09]	[.47, .67]	--

由表 4-19 可以看出，經計算後，二潛在變項具有區別效度的有：食與行、食與育、食與樂、食與購、住與行、住與樂、行與育、行與樂、行與購、樂與購，其相關信賴區間均未包含有 1.00 的數值。而二潛在變項不具有區別效度的有：食與住、住與育、住與購、育與樂、育與購。二潛在變項不具有區別效度表示兩潛在變項有一定的重疊性而無法有所區別，因此將無法區別的構面合而為一。

因應綠色旅遊而成立的綠色民宿，其資源基礎在於提供豐富的自然資源和本身內部的資源，如當地食材、當地特色文化及與自然和諧相處 (王月鶯, 2010, 轉引自行政院農業委員會, 2010)，由此可知，提供當地食材做為料理，亦是綠色旅遊住宿層面中不可或缺的一部份，據此，將食與住兩構面合併為「食宿」構面。

Lane (1988) 提出綠色旅遊是要藉由地方去體驗與緬懷過去，從中發現新價值，在造訪旅遊地前就要先對地方的歷史文化做學習，在到達旅遊地後就要深度體驗，並融入地方的生活方式。意即綠色旅遊的遊程是既富娛樂性，又具有教育意義，據此，將育與樂兩構面合併為「育樂」構面。

因此，最後得四個構面：食宿、行、育樂、購，並再次執行驗證性因素分析。

(七) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第四次修正

再次重新執行一次驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計(表 4-20)，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-6 所示。

表4-20 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第四次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化 參數值(λ)	誤差變異
食宿						
a1	有機/生機飲食—不會刻意選擇	0.94	0.06	15.49	0.69	0.53
a2	綠色/有機餐廳—不會刻意選擇	1.05	0.05	19.4	0.83	0.31
b2	具有當地風味—不會刻意選擇	0.8	0.06	14.08	0.64	0.5
b4	自行攜帶—由民宿旅館飯店提供	0.46	0.08	6.13	<u>0.30</u>	0.91
行						
c1	石子/木棧道—水泥/柏油道路	0.71	0.09	8.22	0.63	0.61
c4	景點少時間長—景點多時間短	0.46	0.07	6.67	0.40	0.84
育樂						
d1	有解說員—沒有解說員	0.57	0.06	8.96	0.45	0.8
d2	非常了解—完全不了解	0.29	0.05	5.86	<u>0.30</u>	0.91
e1	深度體驗—景色風光瀏覽	1.06	0.07	16.14	0.78	0.38
e2	深度體驗—採買特產紀念品	0.61	0.05	12.23	0.59	0.65
購						
f2	對環境無害但貴—不會刻意選擇	0.71	0.06	12.72	0.60	0.64
f3	具有當地特色—不會刻意選擇	0.65	0.05	12.05	0.57	0.67
f4	包裝簡單樸素—包裝複雜精緻	0.64	0.05	12.24	0.58	0.66
f5	自備購物袋—商家提供的塑膠袋	0.71	0.06	12.91	0.61	0.63

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

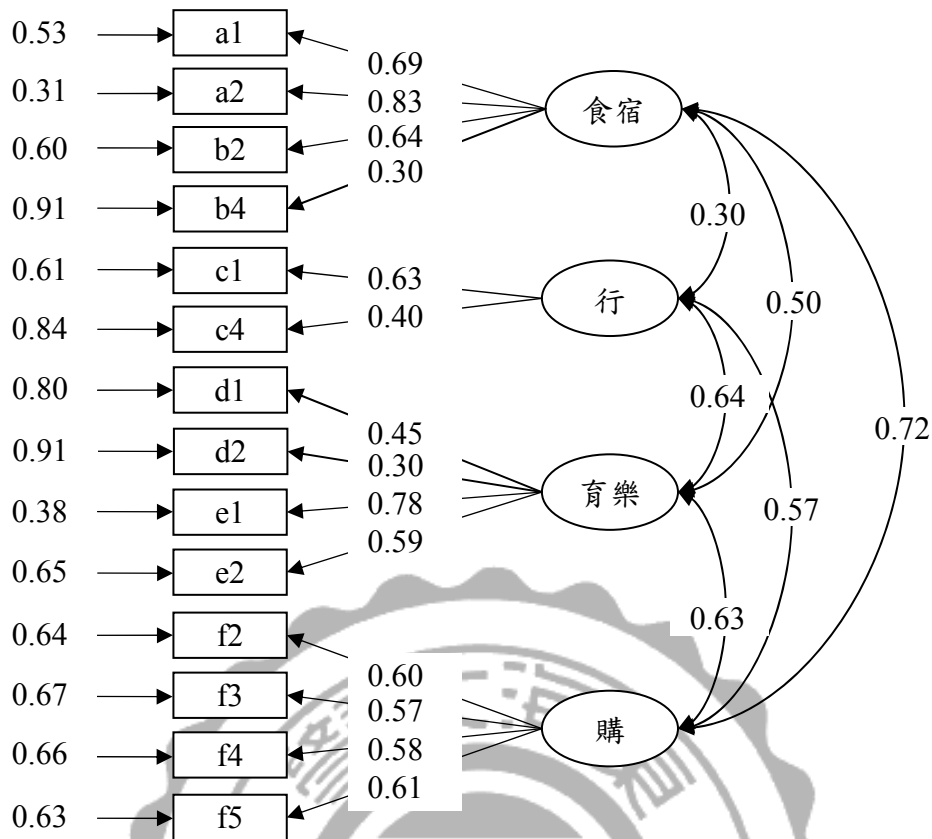


圖4-6 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第四次修正參數估計路徑圖

然而根據 Bentler 與 Wu (1993) 及 Jöreskog 和 Sörbom (1989) 認為，驗證性因素分析之門檻條件為其因素負荷值必須在.45 以上，因此刪除 b4、d2 題項。

(八) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第五次修正

再次執行一次驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計 (表 4-21)，因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-7 所示。

驗證性因素分析之門檻條件為其因素負荷值必須在.45 以上 (Jöreskog & Sörbom, 1989; Bentler & Wu, 1993)，因此刪除 d1 題項。

表4-21 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第五次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化參數值	標準誤	t 值	標準化參數值(λ)	誤差變異
食宿						
a1	有機/生機飲食-不會刻意選擇	0.94	0.06	15.41	0.69	0.53
a2	綠色/有機餐廳-不會刻意選擇	1.07	0.05	19.81	0.85	0.27
b2	具有當地風味-不會刻意選擇	0.79	0.06	13.92	0.63	0.60
行						
c1	石子/木棧道-水泥/柏油道路	0.72	0.09	8.12	0.63	0.60
c4	景點少時間長-景點多時間短	0.45	0.07	6.56	0.40	0.84
育樂						
d1	有解說員-沒有解說員	0.55	0.06	8.69	0.44	0.81
e1	深度體驗-景色風光瀏覽	1.09	0.07	15.99	0.81	0.35
e2	深度體驗-採買特產紀念品	0.62	0.05	12.28	0.60	0.63
購						
f2	對環境無害但貴-不會刻意選擇	0.71	0.06	12.76	0.60	0.63
f3	具有當地特色-不會刻意選擇	0.65	0.05	12.06	0.58	0.67
f4	包裝簡單樸素-包裝複雜精緻	0.64	0.05	12.25	0.58	0.66
f5	自備購物袋-商家提供的塑膠袋	0.70	0.06	12.70	0.60	0.64

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

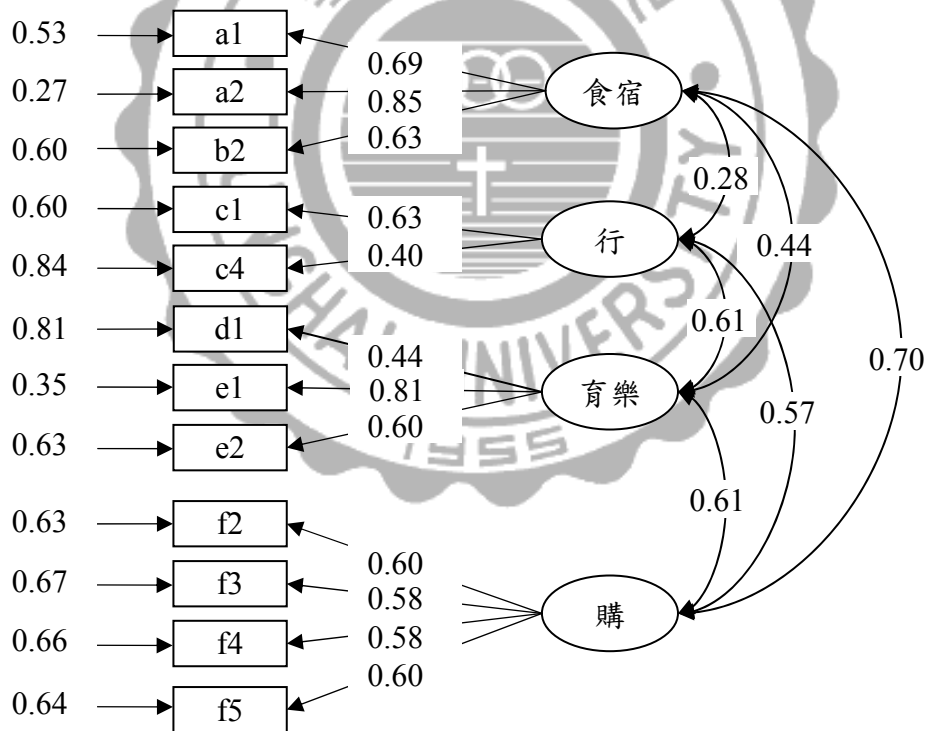


圖4-7 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第五次修正參數估計路徑圖

(九) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第六次修正

再次執行一次驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計（表 4-22），因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-8 所示。

表4-22 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第六次修正變項參數估計表

變數	問項	非標準化參數值	標準誤	t 值	標準化參數值(λ)	誤差變異
食宿						
a1	有機/生機飲食-不會刻意選擇	0.93	0.06	15.33***	0.68	0.53
a2	綠色/有機餐廳-不會刻意選擇	1.08	0.05	19.83***	0.85	0.27
b2	具有當地風味-不會刻意選擇	0.79	0.06	13.91***	0.64	0.60
行						
c1	石子/木棧道-水泥/柏油道路	0.72	0.09	8.14***	0.63	0.60
c4	景點少時間長-景點多時間短	0.45	0.07	6.56***	0.39	0.84
育樂						
e1	深度體驗-景色風光瀏覽	1.07	0.08	14.28***	0.79	0.37
e2	深度體驗-採買特產紀念品	0.66	0.05	12.26***	0.64	0.59
購						
f2	對環境無害但貴-不會刻意選擇	0.71	0.06	12.77***	0.61	0.63
f3	具有當地特色-不會刻意選擇	0.65	0.05	11.99***	0.57	0.67
f4	包裝簡單樸素-包裝複雜精緻	0.64	0.05	12.26***	0.58	0.66
f5	自備購物袋-商家提供的塑膠袋	0.70	0.06	12.69***	0.60	0.64

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$

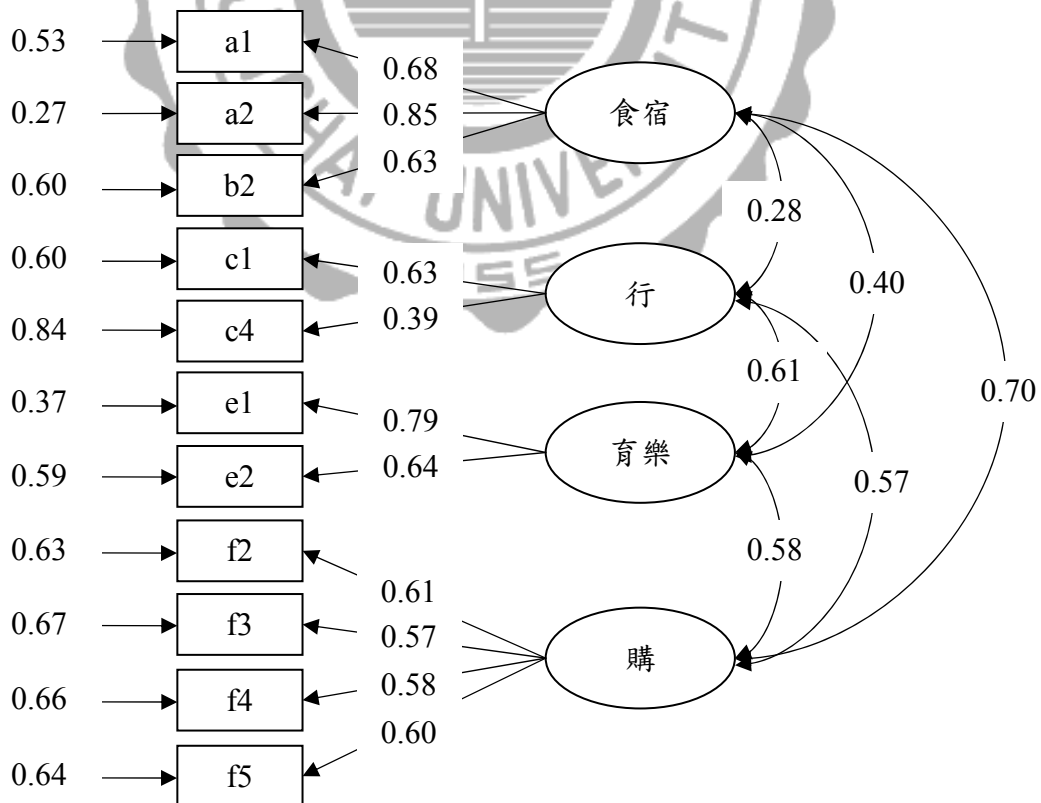


圖4-8 綠色旅遊傾向一階驗證性因素分析之模式第六次修正參數估計路徑圖

(十) 綠色旅遊傾向之一階驗證性因素分析模式第六次修正評鑑

1. 基本模式適配度評鑑

檢視第六次修正之綠色旅遊傾向驗證性因素分析之誤差變異數，結果顯示測量估計值之誤差變異數皆大於 0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準化係數介於.39 至.85 間（見圖 4-8），均未大於.95 的標準，標準誤介於.05 至.09 間（見表 4-22），亦無過大的情形存在。顯示修正過之環境偏好矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。確定沒有產生違犯估計後，即可利用適配度衡量來評估模式的整體適配度。

2. 整體模式適配度評鑑

Hair 等人(1998, p. 611)針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後綠色旅遊傾向之各項整體模式適配指標參照表 4-23。

表4-23 綠色旅遊傾向第六次修正模式適配指標估計摘要表

適配指標	檢驗值	標準值	結果
絕對適配指標			
良性適配指標 (GFI)	0.97	$\geq .9$	符合
近似誤差均方根係數 (RMSEA)	0.055	$\leq .08$	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.042	$\leq .05$	符合
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.93	$\geq .9$	符合
比較適配指標 (CFI)	0.95	$\geq .9$	符合
簡效適配指標			
簡效規範適配指標 (PNFI)	0.64	$\geq .5$	符合
胡特的臨界數 (CN)	318.78	≥ 200	符合

(1) 絕對適配指標

a. 良性適配指標 (GFI)

學者建議 GFI 值大於.9 時表示良好的適配（黃芳銘，2003，p.174）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 GFI 值為.97，顯示模式在良性適配指標上屬於良好的適配。

b. 近似誤差均方根係數 (RMSEA)

McDonald 與 Ho (2002) 建議以.05 為良好契合的門檻，以.08 為可接受的模式契合門檻（轉引自邱皓政，2004，p. 5-17）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 RMSEA 值為.055，在可接受的模式契合門檻之內。

c. 標準化均方根殘差 (SRMR)

Sörbom 與 Jöreskog (1982) 認為，模式獲得接受的 SRMR 值為小於或等於.05（黃芳銘，2003，p. 176）。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 SRMR 值為.042，在可接受的範圍內。

(2)相對適配指標

a. 非規範適配指標 (NNFI)

非規範適配指標 (non-normed fit index, NNFI)，一般認為 NNFI 值在.9 以上表示模式可以接受。其值越高，理論模式越適配 (黃芳銘，2004，p. 117)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 NNFI 值為.93，接近.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

b. 比較適配指標 (CFI)

CFI 的值介於 0 與 1 之間，值越大代表模式適配越好，要判斷模式是否可以接受時，CFI 值通常需大於.9 (黃芳銘，2003，p. 181)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 CFI 值為.95，顯示模式適配性良好。

(3)簡效適配指標

a. 簡效規範適配指標 (PNFI)

學者建議 PNFI 在.05 以上為模式通過與否的標準 (黃芳銘，2004，p. 120)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 PNFI 值為.64，顯示模式適配性良好。

b. 胡特的臨界數 (CN)

Hoelter (1983) 建議 CN 值大於 200 是決定模式是否能夠接受的一個門檻 (黃芳銘，2004，p. 121)。而本研究修正後的綠色旅遊傾向 CFA 模式之 CN 值為 318.78，已達到 CN 值大於 200 的門檻標準。

整體而言，綠色旅遊傾向 CFA 之整體適配指標已屬於可接受標準，屬於可被接受的良好模式。

3. 內在結構適配指標評鑑

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構適配指標進行評鑑，內在結構適配的評鑑可以包括兩個方面：測量模式的評鑑、結構模式的評鑑。

綠色旅遊傾向 CFA 模式之內在結構適配部份，結果見表 4-24，食之構面信度為.95，平均變異抽取量為.91；住之構面信度為.84，平均變異抽取量為.73；行之構面信度為.87，平均變異抽取量為.77；育之構面信度為.79，平均變異抽取量為.66；樂之構面信度為.95，平均變異抽取量為.90；購之構面信度為.96，平均變異抽取量為.87。

表4-24 綠色旅遊傾向驗證性因素分析之構面信度與平均變異抽取量

潛在構面	題項	t 值	R^2	構面信度	平均變異抽取量
食宿	a1	15.33***	.47	0.96	0.87
	a2	19.83***	.73		
	b2	13.91***	.40		
行	c1	8.14***	.40	0.87	0.78
	c4	6.56***	.16		
育樂	e1	14.28***	.63	0.94	0.89
	e2	12.26***	.41		
購	f2	12.77***	.37	0.96	0.86
	f3	11.99***	.33		
	f4	12.26***	.34		
	f5	12.69***	.36		

由表 4-24 可以看出，個別項目 t 值大於 1.96 達到顯著，因此其個別項目之 R^2 是可被接受的。另外，六個構面信度皆達到 Bagozzi 與 Yi (1988) 建議的大於 .60 之標準；六個構面之平均變異抽取量介於 .78 至 .89 間，皆達到大於 .5 的標準，這顯示綠色旅遊傾向之修正模式其內在結構具有良好適配，最終模式圖如圖 4-9。

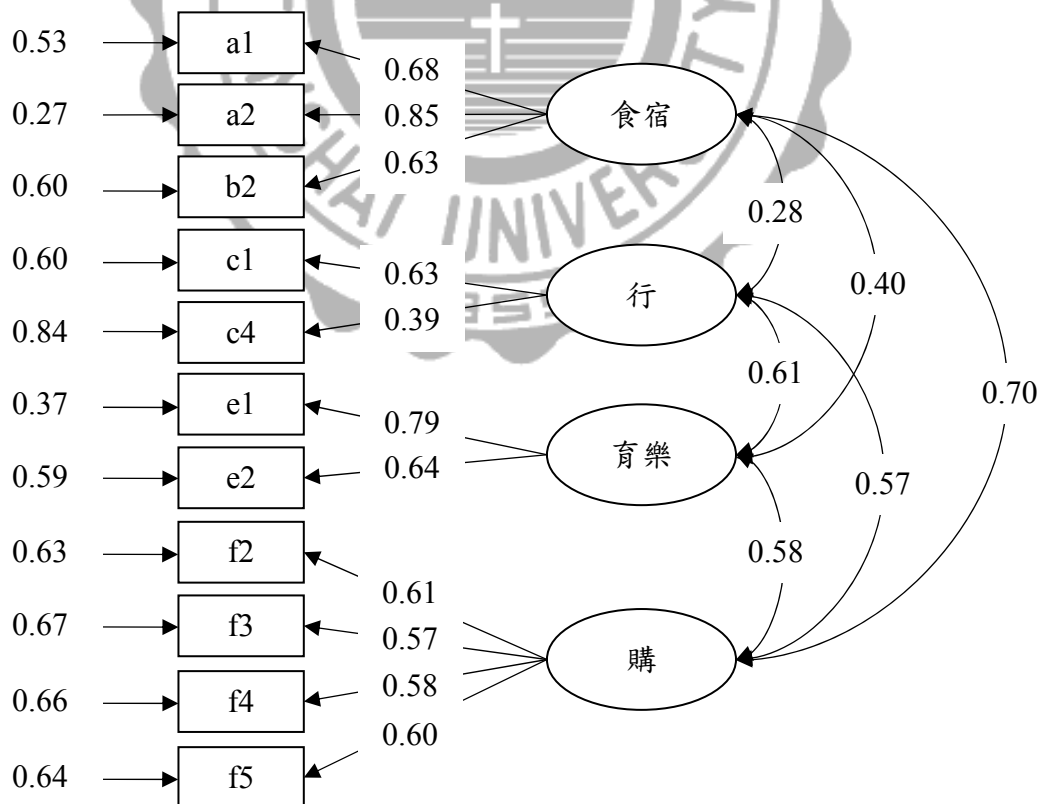


圖4-9 綠色旅遊傾向 CFA 最終模式圖

4. 區別效度之評鑑

使用潛在變項配對相關信賴區間檢定潛在構面是否能夠區別。此種檢定方法為將構面間之相關係數加減 1.96 個標準差，如果信賴區間值並未包含 1.00 的值，則表示這兩個構念是有區別的。

以本研究來說，綠色旅遊傾向 CFA 最終模式之潛在構面為食、住、行、育、樂、購，其區間效度估計表如表 4-25 所示。

表4-25 綠色旅遊傾向區別效度檢定表

		食宿	行	育樂	購
食宿	相關係數	1.00			
	標準差	--			
	相關信賴區間	--			
行	相關係數	0.28	1.00		
	標準差	0.07	--		
	相關信賴區間	[.14, .41]	--		
育樂	相關係數	0.4	0.61	1.00	
	標準差	0.05	0.08	--	
	相關信賴區間	[.30, .50]	[.45, .77]	--	
購	相關係數	0.7	0.57	0.58	1.00
	標準差	0.04	0.08	0.05	--
	相關信賴區間	[.62, .78]	[.41, .73]	[.48, .68]	--

由表 4-25 可以看出，經計算後，食宿、行、育樂、購等四個潛在構面之相關信賴區間介於.14 至.78 之間，並未包含有 1.00 的數值，因此可以看出此四潛在變項具有區別效度。

此結果顯示本模式經過了前面一階 CFA 的潛在變項與觀察變項之篩選、修正後，所得出來的最終 CFA 模式是同時具有信度與效度之最佳模式，並以此模式進行集群分析與本研究之假設檢定。

(十一) 綠色旅遊傾向分群

為了得到受訪者的綠色旅遊傾向類型，本研究以驗證性因素分析簡化綠色旅遊傾向的四個構面（食宿、行、育樂、購）結果做為分群變項，將四個構面的所屬題項分數分別加總平均得該構面之分數，運用二階段集群法，第一階段先利用階層式群落分析法（hierarchical cluster analysis）進行分群，歐幾里得距離平方法（squared Euclidean distance）計算觀察值之相似性，並以華德法（Ward's method）做為各階段群落聚合之方法，依據群組聚合係數遞減情形趨於平緩的臨界點來決定群組數目，分析結果可將受訪遊客分為 5 個群組（圖 4-10）；第二階段以前一階段分析所得之 5 群組數為基準，並以群落中心點為起始種子點（seed），進行 K-means 集群分析，將樣本分成 5 不同綠色旅遊傾向的群組，其各群組在各個因素構面上平均數的分佈情形（圖 4-11）、人數及所佔比例和命名如下（表 4-26）：

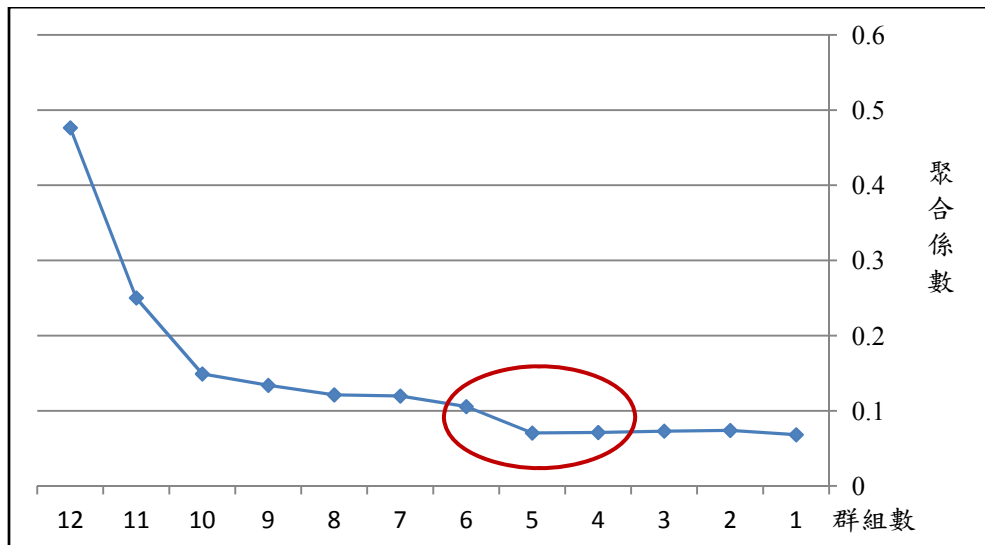


圖4-10 遊客綠色旅遊傾向群落聚合係數陡坡圖
 註：聚合係數依 Ward's method 之計算結果

表4-26 遊客生活型態群組分佈表

群組命名	人數	百分比	食宿	行	育樂	購
群組 1 綠色深度型	128	26.4%	1.85	1.49	1.51	1.58
群組 2 瀏覽享樂型	116	24.0%	3.22	1.77	3.23	2.77
群組 3 綠色一般型	62	12.8%	3.35	3.66	3.56	3.09
群組 4 深度享樂型	90	18.6%	3.49	1.84	1.53	2.67
群組 5 綠色中庸型	88	18.2%	2.34	2.61	2.09	2.30
<i>F</i> 值			159.684***	189.053***	222.774***	91.242***

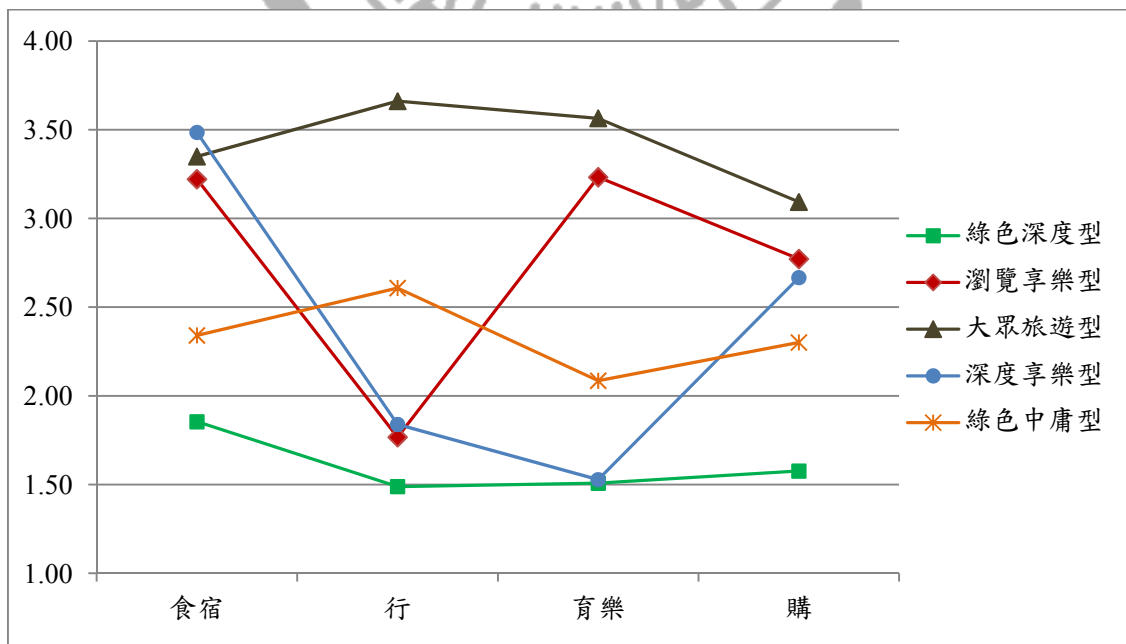


圖4-11 遊客綠色旅遊傾向群落因素構面剖析圖

第一群組命名為「綠色深度型」，人數有 128 人，佔總樣本數的 26.43%，此組當中在各因素構面上的平均數波動較小，較無特殊突出之因素構面，與其他四個群組相比較，此群組的六個因素分數最為偏低，顯示此群組在四個構面皆傾向深度的綠色旅遊體驗，因此命名為綠色深度型。

第二群組命名為「瀏覽享樂型」，人數有 116 人，佔總樣本數的 24.0%，此群組當中，以住宿及育樂之因素分數均為最高，顯示此群組較傾向非綠色的食宿，以及風光瀏覽型的育樂體驗，因此命名為瀏覽享樂型。

第三群組命名為「綠色一般型」，人數有 62 人，佔總樣本數的 12.8%，此群組與綠色深度型相反，在食宿、行、育樂、購之因素分數均為最高，顯示此群組在四個構面皆傾向一般的綠色旅遊型態，因此命名為綠色一般型。

第四群組命名為「深度享樂型」，人數有 90 人，佔總樣本數的 18.6%，此群組當中，以食宿之因素分數均為最高，但在育樂的因素上則傾向深度旅遊，因此命名為深度享樂型。

第五群組命名為「綠色中庸型」，人數有 88 人，佔總樣本數的 18.2%，此組在各因素構面上的平均數皆為中間值，波動亦較小，無特殊突出之因素構面，顯示此群組在四個構面皆傾向介於綠色深度型與綠色一般型之間的中庸旅遊方式，因此命名為綠色中庸型。

經集群分析所得到之 5 個群組其社經背景的分佈上部份項目有顯著差異(表 4-27)。分別為年齡， $\chi^2(20, N=484)=89.787, p < .0005$ ；家庭狀況， $\chi^2(12, N=484)=46.250, p < .0005$ ；職業， $\chi^2(32, N=484)=61.688, p = .001$ 。

為了瞭解綠色旅遊傾向分群結果之準確率，以判別分析法重新檢視，因變項為綠色旅遊傾向的四個構面分別為食宿、行、育樂、購，自變項為綠色旅遊傾向的五個群組分別為綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型。總計有四個判別函數，均達到顯著水準。第一個判別函數的典型相關係數為.889，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .063, $\chi^2=1325.628, df=16, p = .000$)；第二個判別函數的典型相關係數為.710，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .300, $\chi^2=576.451, df=9, p = .000$)；第三個判別函數的典型相關係數為.625，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .604, $\chi^2=241.197, df=4, p = .000$)；第四個判別函數的典型相關係數為.093，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .991, $\chi^2=4.158, df=1, p = .041$)，其分析結果如表 4-28。

根據表 4-29 顯示，整體之預測準確率達 97.5% (交叉驗證之預測準確率)，因此整體而言，此判別模式可以解釋綠色旅遊傾向構面對於遊客的綠色旅遊傾向。

表4-27 遊客之綠色旅遊傾向群組類型背景屬性分析表

綠色旅遊傾向 群組	綠色深度型 (N/%)	瀏覽享樂型 (N/%)	綠色一般型 (N/%)	深度享樂型 (N/%)	綠色中庸型 (N/%)	合計 (N/%)
性別, $\chi^2(4, N=484) = 2.876, p = .579$						
男性	68(53.1)	56(48.3)	32(51.6)	40(44.4)	49(55.7)	245(50.6)
女性	60(46.9)	60(51.7)	30(48.4)	50(55.6)	39(44.3)	239(49.4)
年齡, $\chi^2(20, N=484) = 89.787, p < .0005$						
19歲以下	0(0)	5(4.3)	5(8.1)	4(4.4)	3(3.4)	17(3.5)
20-29歲	31(24.2)	66(56.9)	33(53.2)	43(47.8)	36(40.9)	209(43.2)
30-39歲	35(27.3)	31(26.7)	12(19.4)	22(24.4)	30(34.1)	130(26.9)
40-49歲	28(21.9)	12(10.3)	10(16.1)	18(20.0)	14(15.9)	82(16.9)
50歲以上	34(26.6)	2(1.7)	2(3.2)	3(3.3)	5(5.7)	46(9.5)
教育程度, $\chi^2(12, N=484) = 14.751, p = .255$						
國中(含以下)	5(3.9)	1(0.9)	0(0)	3(3.3)	3(3.4)	12(2.5)
高中職	8(6.3)	12(10.3)	8(12.9)	5(5.6)	9(10.2)	42(8.7)
大專院校	86(67.2)	66(56.9)	43(69.4)	54(60.0)	56(63.6)	305(63.0)
研究所以上	29(22.7)	37(31.9)	11(17.7)	28(31.1)	20(22.7)	125(25.8)
家庭狀況, $\chi^2(12, N=484) = 46.250, p < .0005$						
未婚	35(27.3)	72(62.1)	33(53.2)	53(58.9)	42(47.7)	235(48.6)
已婚(無小孩)	21(16.4)	16(13.8)	12(19.4)	12(13.3)	16(18.2)	77(15.9)
已婚(有小孩)	72(56.3)	27(23.3)	17(27.4)	25(27.8)	29(33.0)	170(35.1)
其他	0(0)	1(0.9)	0(0)	0(0)	1(1.1)	2(0.4)
職業, $\chi^2(32, N=484) = 61.688, p = .001$						
農林漁牧	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(1.1)	1(0.2)
工	15(11.7)	12(10.3)	9(14.5)	8(8.9)	6(6.8)	50(10.3)
商	15(11.7)	12(10.3)	10(16.1)	13(14.4)	15(17.0)	65(13.4)
軍公教	12(9.4)	17(14.7)	5(8.1)	13(14.4)	8(9.1)	55(11.4)
家管	9(7.0)	4(3.4)	3(4.8)	1(1.1)	2(2.3)	19(3.9)
自由業	13(10.2)	15(12.9)	9(14.5)	14(15.6)	12(13.6)	63(13.0)
學生	11(8.6)	31(26.7)	13(21.0)	21(23.3)	20(22.7)	96(19.8)
服務業	37(28.9)	24(20.7)	9(14.5)	20(22.2)	22(25.0)	112(23.1)
無(含退休者)	16(12.5)	1(0.9)	4(6.5)	0(0)	2(2.3)	23(4.8)

表4-28 綠色旅遊傾向構面與綠色旅遊傾向群組之判別分析

函數檢定	特徵值	變異數 的%	累積%	典型 相關	Wilks' Lambda 值	卡方	自由度	顯著性
1 到 4	3.786 ^a	69.5	69.5	.889	.063	1325.628	16	.000
2 到 4	1.015 ^a	18.6	88.1	.710	.300	576.451	9	.000
3 到 4	.641 ^a	11.8	99.8	.625	.604	241.197	4	.000
4	.009 ^a	.2	100.0	.093	.991	4.158	1	.041

註 1:^a 分析時會使用前 4 個 典型區別函數。

表4-29 綠色旅遊傾向構面與綠色旅遊傾向群組之交叉驗證表

綠色旅遊傾向群組		預測的各組成員					總和	
		綠色 深度型	瀏覽 享樂型	大眾 旅遊型	深度 享樂型	綠色 中庸型		
原始的	個數	綠色深度型	128	0	0	0	0	128
		瀏覽享樂型	0	116	0	0	0	116
		綠色一般型	0	0	62	0	0	62
		深度享樂型	0	0	0	86	4	90
		綠色中庸型	2	0	0	0	86	88
	%	綠色深度型	100.0	.0	.0	.0	.0	100.0
		瀏覽享樂型	.0	100.0	.0	.0	.0	100.0
		綠色一般型	.0	.0	100.0	.0	.0	100.0
		深度享樂型	.0	.0	.0	95.6	4.4	100.0
		綠色中庸型	2.3	.0	.0	.0	97.7	100.0
交叉驗證 ^a	個數	綠色深度型	128	0	0	0	0	128
		瀏覽享樂型	0	113	0	1	2	116
		綠色一般型	0	0	62	0	0	62
		深度享樂型	0	0	0	86	4	90
		綠色中庸型	4	0	0	1	83	88
	%	綠色深度型	100.0	.0	.0	.0	.0	100.0
		瀏覽享樂型	.0	97.4	.0	.9	1.7	100.0
		綠色一般型	.0	.0	100.0	.0	.0	100.0
		深度享樂型	.0	.0	.0	95.6	4.4	100.0
		綠色中庸型	4.5	.0	.0	1.1	94.3	100.0

^a 只針對分析中的那些觀察值進行交叉驗證。在交叉驗證時，每個觀察值都是以它本身以外其他所有觀察值的函數加以分類

^b 98.8% 個原始組別觀察值已正確分類。

^c 97.5% 個交叉驗證組別觀察值已正確分類。

第四節 假設檢定結果

一、假設一之檢定

本研究之假設一為不同綠色旅遊傾向之遊客在期待之遊憩體驗上有顯著差異，以多變量變異數分析 (MANOVA) 檢定假設一，自變項為遊客之綠色旅遊傾向，分別有綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型 5 個群組，因變項為期待遊憩體驗，分別有享受自然、逃離現實、文化接觸、同質相聚、強身健體等 5 個因素構面。

檢定結果發現不同綠色旅遊傾向群組的遊客對於期待遊憩體驗有顯著差異 (Pillai's Trace = .243, $p < .0005$)，接著以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討綠色旅遊傾向不同的遊客在期待遊憩體驗個別構面上的差異性。

分析結果顯示 (表 4-30) 不同綠色旅遊傾向群組對於期待遊憩體驗達顯著差異的因素構面有五個，第一個因素構面是享受自然構面， $F(4, 484) = 6.93, p < .0005$ ，第二個因素構面是逃離現實， $F(4, 484) = 2.95, p = .02$ ，第三個因素構面是文化接觸， $F(4,$

484) = 6.02, $p < .0005$ ，第四個因素構面是同質相聚， $F(4, 484) = 3.52, p = .0008$ ，第五個因素構面是強身健體， $F(4, 484) = 11.55, p < .0005$ 。

經 Scheff'e 多重比較分析結果顯示，在期待遊憩體驗中，綠色深度型遊客對於享受自然因素構面 ($M = .30$) 高於綠色一般型遊客 ($M = -.46$)，也高於瀏覽享樂型遊客 ($M = -.10$)，深度享樂型遊客對於享受自然因素構面 ($M = .08$) 高於綠色中庸型遊客 ($M = -.06$)。

在期待遊憩體驗中，瀏覽享樂型遊客對於逃離現實因素構面 ($M = .21$) 高於綠色深度型遊客 ($M = -.21$)。

在期待遊憩體驗中，綠色一般型遊客對於文化接觸因素構面 ($M = .54$) 高於綠色中庸型 ($M = -.03$)、綠色深度型 ($M = -.07$)、瀏覽享樂型 ($M = -.07$) 與深度享樂型遊客 ($M = -.20$)。

在期待遊憩體驗中，不同綠色旅遊傾向群組間對於同質相聚構面並未發現兩群組間有顯著差異。

綠色深度型遊客對於強身健體因素構面 ($M = .36$) 高於綠色一般型遊客 ($M = -.20$) 與瀏覽享樂型遊客 ($M = -.42$)；綠色中庸型遊客 ($M = .17$) 與深度享樂型遊客 ($M = -.01$) 則高於瀏覽享樂型遊客 ($M = -.42$)。

表4-30 綠色旅遊傾向群組與期待遊憩體驗之單因子變異數分析表

預期遊憩 體驗構面	各綠色旅遊傾向群組之平均數					F 值	p 值	Scheff'e 顯著差異
	綠色 深度型	瀏覽 享樂型	大眾 旅遊型	深度 享樂型	綠色 中庸型			
享受自然	.30	-.10	-.46	.08	-.06	6.93	$p < .0005$	1>2* 1>3*** 4>3*
逃離現實	-.21	.21	.06	.01	-.04	2.95	$p = .02$	1<2*
文化接觸	-.07	-.07	.54	-.20	.03	6.02	$p < .0005$	1<3** 2<3** 4<3*** 5<3*
同質相聚	.15	-.20	-.09	-.11	.23	3.52	$p = .008$	
強身健體	.36	-.42	-.20	-.01	.17	11.55	$p < .0005$	1>2*** 1>3** 4>2* 5>2**

註 1: 綠色旅遊傾向群組：1 為綠色深度型、2 為瀏覽享樂型、3 為綠色一般型、4 為深度享樂型、5 為綠色中庸型

二、假設二之檢定

本研究之假設二為遊客之旅遊基地選擇與期待之遊憩體驗有關，以判別分析檢定假設二，因變項為旅遊基地選擇，分別為等級一、等級二、等級三的旅游基地，等級一表示該旅遊基地環境原始程度低、人為改變程度高、遊客人次多，等級二表示該旅遊基地

環境原始程度中等、人為改變程度中等、遊客人次中等，等級三表示該旅遊基地環境原始程度高、人為改變程度低、遊客人次少，屬於類別尺度，自變項為期待遊憩體驗，共有 5 個因素構面，分別為享受自然、逃離現實、文化接觸、同質相聚、強身健體，為等距尺度。

根據判別分析結果，總計有兩個判別函數，均達到顯著水準。第一個判別函數的典型相關係數為.671，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .491, $\chi^2 = 341.196$, $df = 10$, $p = .000$); 第二個判別函數的典型相關係數為.328，判別函數達顯著 (Wilks' Lambda = .892, $\chi^2 = 54.599$, $df = 4$, $p = .000$)，其分析結果如表 4-31。

表4-31 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之判別分析

函數檢定	特徵值	變異數的%	累積%	典型相關	Wilks' Lambda 值	卡方	自由度	顯著性
1 到 2	.819a	87.2	87.2	.671	.491	341.196	10	.000
2	.121a	12.8	100.0	.328	.892	54.599	4	.000

註 1:^a 分析時會使用前 2 個典型區別函數。

在經過表 4-32 的分類統計原始顯示，整體之預測準確率達 69.8% (交叉驗證之預測準確率)，整體而言，此判別模式可以解釋期待遊憩體驗對於遊客的旅遊基地選擇。

表4-32 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之交叉驗證表

旅遊基地等級		預測的各組成員			總和	
		等級一 旅遊基地	等級二 旅遊基地	等級三 旅遊基地		
原始的	個數	等級一旅遊基地	140	29	25	194
		等級二旅遊基地	31	87	27	145
		等級三旅遊基地	8	22	115	145
	%	等級一旅遊基地	72.2	14.9	12.9	100.0
		等級二旅遊基地	21.4	60.0	18.6	100.0
		等級三旅遊基地	5.5	15.2	79.3	100.0
交叉驗證 ^a	個數	等級一旅遊基地	139	30	25	194
		等級二旅遊基地	33	85	27	145
		等級三旅遊基地	8	23	114	145
	%	等級一旅遊基地	71.6	15.5	12.9	100.0
		等級二旅遊基地	22.8	58.6	18.6	100.0
		等級三旅遊基地	5.5	15.9	78.6	100.0

^a 只針對分析中的那些觀察值進行交叉驗證。在交叉驗證時，每個觀察值都是以它本身以外其他所有觀察值的函數加以分類

^b 70.7%個原始組別觀察值已正確分類

^c 69.8%個交叉驗證組別觀察值已正確分類

分析結果顯示（表 4-32），判別函數對於預測旅遊基地選擇的準確率，以基地三的預測準確率為最高（78.6%），其次為基地一（71.6%），最後是基地二（58.6%）。

在期待遊憩體驗的 5 個因素構面對於遊客在選擇旅遊基地時的影響程度部份（表 4-33），對判別函數一而言，以強身健體因素構面的影響最大（.897），對判別函數二而言，則是以文化接觸因素構面的影響最大（.749）。

表4-33 期待遊憩體驗與旅遊基地選擇之標準化的典型區別函數係數

	函數	
	1	2
享受自然	.308	.391
逃離現實	-.123	-.272
文化接觸	-.649	.749
同質相聚	.190	.205
強身健體	.897	.319

為了進一步探討期待遊憩體驗的 5 個因素構面會分別使遊客傾向於選擇哪個旅遊基地，因此採用 5 個因素構面分數的最大值、中位數、最小值以排列組合方式建立假設樣本，以期待遊憩體驗與旅遊基地選擇所建立的兩個判別函數做為預測假設樣本選擇旅遊基地的判別函數，最後觀察假設樣本本身的因素分數組合方式與預測的旅遊基地選擇結果，以分析出期待遊憩體驗的 5 個因素構面使遊客傾向選擇的旅遊基地。假設樣本共計有 $3^5 = 243$ 種組合方式，受限於人力與時間因素，因此選擇其中的 11 種組合方式做為假設樣本，樣本的構面因素分數組合方式與預測旅遊基地選擇之結果見表 4-34。

表4-34 假設樣本構面因素分數與預測旅遊基地選擇結果

享受自然	逃離現實	文化接觸	同質相聚	強身健體	旅遊基地 選擇結果	構面因素分數組合方式說明
3.220	2.142	2.611	2.537	2.453	等級二	5 構面因素分數均為最大值
-.008	.019	.080	-.016	.008	等級一	5 構面因素分數均為中位數
-5.283	-4.213	-3.596	-5.260	-3.118	等級一	5 構面因素分數均為最小值
3.220	.019	.080	-.016	.008	等級二	享受自然為最大值，其他為中位數
-5.283	.019	.080	-.016	.008	等級一	享受自然為最小值，其他為中位數
-.008	2.142	.080	-.016	.008	等級二	逃離現實為最大值，其他為中位數
-.008	-4.213	.080	-.016	.008	等級三	逃離現實為最小值，其他為中位數
-.008	.019	2.611	-.016	.008	等級一	文化接觸為最大值，其他為中位數
-.008	.019	-3.596	-.016	.008	等級三	文化接觸為最小值，其他為中位數
-.008	.019	.080	2.537	.008	等級三	同質相聚為最大值，其他為中位數
-.008	.019	.080	-5.260	.008	等級一	同質相聚為最小值，其他為中位數
-.008	.019	.080	-.016	2.453	等級三	強身健體為最大值，其他為中位數
-.008	.019	.080	-.016	-3.118	等級一	強身健體為最小值，其他為中位數

結果顯示(表 4-34)，以期待遊憩體驗與旅遊基地選擇所建立的兩個判別函數做為預測函數，樣本之 5 個構面因素分數均為最大值時，樣本會傾向選擇等級二的旅遊基地；當樣本之 5 個構面因素分數均為中間值與最小值時，樣本會傾向選擇等級一的旅遊基地。

各別調整假設樣本的因素構面分數結果分別敘述如下，並摘要整理於表 4-34：

1. 享受自然為最大值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級二的旅遊基地；
享受自然為最小值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級一的旅遊基地。
2. 逃離現實為最大值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級二的旅遊基地；
逃離現實為最小值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級三的旅游基地。
3. 文化接觸為最大值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級一的旅遊基地；
文化接觸為最小值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級三的旅游基地。
4. 同質相聚為最大值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級三的旅游基地；
同質相聚為最小值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級一的旅遊基地。
5. 強身健體為最大值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級三的旅游基地；
強身健體為最小值、其他構面為中位數時，樣本會傾向選擇等級一的旅遊基地。

表4-35 假設樣本因素構面分數各別調整之旅遊基地選擇結果摘要

旅遊基地選擇		
	因素構面分數小	因素構面分數大
享受自然	等級一	等級二
逃離現實	等級三	等級二
文化接觸	等級三	等級一
同質相聚	等級一	等級三
強身健體	等級一	等級三

由表 4-35 結果可知，當享受自然、逃離現實兩者的因素構面分數越大，越使遊客傾向選擇等級二的旅遊基地，意即遊客期望可在環境原始程度中等、人為改變程度中等、遊客人次中等的旅遊基地有享受自然、逃離現實的遊憩體驗；當文化接觸因素構面分數越大，越使遊客傾向選擇等級一的旅遊基地，顯示遊客期望在環境原始程度低、人為改變程度高、遊客人次多的旅遊基地能有文化接觸的遊憩體驗；當同質相聚、強身健體兩者的因素構面分數越大，越使遊客傾向選擇等級三的旅游基地，顯示遊客期望在環境原始程度高、人為改變程度低、遊客人次少的旅遊基地有同質相聚、強身健體的遊憩體驗。

三、假設三之檢定

本研究之假設三為不同旅遊基地之遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。以多變量變異

數分析 (MANOVA) 檢定假設三, 自變項為旅遊基地選擇, 分別為等級一、等級二、等級三的旅游基地, 等級一表示該旅游基地環境原始程度低、人為改變程度高、遊客人次多, 等級二表示該旅游基地環境原始程度中等、人為改變程度中等、遊客人次中等, 等級三表示該旅游基地環境原始程度高、人為改變程度低、遊客人次少; 因變項為現地遊憩體驗, 分別為陶冶身心、遠離塵囂、文化體驗、拓展人脈、同質相聚等 5 個因素構面。

檢定結果發現選擇不同旅游基地的遊客對於現地遊憩體驗有顯著差異 (Pillai's Trace = .599, $p < .0005$), 接著以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討選擇不同旅游基地的遊客在現地遊憩體驗個別構面上的差異性。

分析結果顯示 (表 4-36) 選擇不同旅游基地的遊客對於現地遊憩體驗有顯著差異的因素構面有四個, 第一個因素構面是陶冶身心, $F(2, 484) = 106.97, p < .0005$, 第二個因素構面是遠離塵囂, $F(2, 484) = 22.41, p < .0005$, 第三個因素構面是文化體驗, $F(2, 484) = 46.76, p < .0005$, 第四個因素構面是拓展人脈, $F(2, 484) = 7.96, p < .0005$ 。

經 Scheff'e 多重比較分析結果顯示, 在現地遊憩體驗當中, 等級三旅游基地對於陶冶身心構面 ($M = .84$) 高於等級二旅游基地 ($M = -.29$), 也高於等級一旅游基地 ($M = -.41$)。

在遠離塵囂因素構面當中, 等級二旅游基地 ($M = .41$) 高於等級三旅游基地 ($M = -.03$) 以及等級一旅游基地 ($M = -.29$)。

在文化體驗因素構面當中, 等級一旅游基地 ($M = .45$) 高於等級三旅游基地 ($M = -.10$) 與等級二旅游基地 ($M = -.51$)。

在拓展人脈因素構面當中, 等級二旅游基地 ($M = .22$) 高於等級一旅游基地 ($M = -.21$)。

表4-36 旅遊基地選擇與現地遊憩體驗之單因子變異數分析表

現地遊憩 體驗構面	各等級旅遊基地之平均數			F 值	p 值	Scheff'e 顯著差異
	等級一 旅遊基地	等級二 旅遊基地	等級三 旅遊基地			
陶冶身心	-.41	-.29	.84	106.97	$p < .0005$	3>1*** 3>2***
遠離塵囂	-.29	.41	-.03	22.41	$p < .0005$	2>1*** 3>1* 2>3**
文化體驗	.45	-.51	-.10	46.76	$p < .0005$	1>2*** 1>3*** 3>2**
拓展人脈	-.21	.22	.06	7.96	$p < .0005$	2>1**
同質相聚	-.02	-.12	.15	2.77	$p = .064$	

註 1: 各等級旅遊基地: 1 為等級一旅遊基地、2 為等級二旅遊基地、3 為等級三旅遊基地

四、假設四之檢定

本研究之假設四為不同綠色旅遊傾向之遊客在現地遊憩體驗上有顯著差異，以多變量變異數分析 (MANOVA) 檢定假設，自變項為綠色旅遊傾向，分別有綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型共 5 個群組，因變項為現地遊憩體驗，分別為陶冶身心、遠離塵囂、文化體驗、拓展人脈、同質相聚等 5 個因素構面。

檢定結果發現，不同綠色旅遊傾向的遊客對於現地遊憩體驗有顯著差異 (Pillai's Trace = .599, $p < .0005$)，接著以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同的綠色旅遊傾向在現地遊憩體驗個別構面上的差異性。

分析結果顯示 (表 4-37) 不同綠色旅遊傾向群組的遊客對於現地遊憩體驗達顯著差異的因素構面有三個，第一個因素構面是陶冶身心， $F(4, 484) = 17.92, p < .0005$ ，第二個因素構面是遠離塵囂， $F(4, 484) = 3.11, p = .015$ ，第三個因素構面是拓展人脈， $F(4, 484) = 2.55, p = .039$ 。

經 Scheff'e 多重比較分析結果顯示，在現地遊憩體驗中，綠色深度型遊客對於陶冶身心 ($M = .49$) 高於深度享樂型 ($M = -.06$) 與瀏覽享樂型遊客 ($M = -.48$)，亦高於綠色一般型 ($M = -.26$)，綠色中庸型遊客 ($M = .17$) 也高於瀏覽享樂型遊客 ($M = -.48$)。

在遠離塵囂中，瀏覽享樂型遊客 ($M = .12$) 高於綠色一般型遊客 ($M = -.39$)。

在拓展人脈中，綠色深度型遊客 ($M = .19$) 高於瀏覽享樂型遊客 ($M = -.20$)。

表4-37 綠色旅遊傾向群組與現地遊憩體驗之單因子變異數分析表

現地遊憩 體驗構面	各綠色旅遊傾向群組之平均數					F 值	p 值	Scheff'e 顯著差異
	綠色 深度型	瀏覽 享樂型	大眾 旅遊型	深度 享樂型	綠色 中庸型			
陶冶身心	.49	-.48	-.26	-.06	.17	17.92	$p < .0005$	1>2*** 1>3*** 1>4** 4>2* 5>2***
遠離塵囂	.07	.12	-.39	.07	-.07	3.11	$p = .015$	2>3*
文化體驗	-.08	-.02	.31	-.07	.01	1.81	$p = .126$	
拓展人脈	.19	-.20	-.04	-.04	.05	2.55	$p = .039$	1>2*
同質相聚	.18	.07	-.13	-.08	-.18	2.37	$p = .052$	

註 1: 綠色旅遊傾向群組：1 為綠色深度型、2 為瀏覽享樂型、3 為綠色一般型、4 為深度享樂型、5 為綠色中庸型

五、假設五之檢定

本研究之假設五為「遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇有關」，使用的統計檢定方法為卡方獨立性檢定 (chi-square test of independence)。綠色旅遊傾向分別有綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型 5 個群組，旅遊基地選擇分別為等級一、等級二、等級三的旅游基地，等級一表示該旅遊基地環境原始程度低、人為改變程度高、遊客人次多，等級二表示該旅遊基地環境原始程度中等、人為改變程度中等、遊客人次中等，等級三表示該旅遊基地環境原始程度高、人為改變程度低、遊客人次少。

檢定結果發現(表 4-38),遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇有關, $\chi^2(8, N=484) = 87.095, p < .0005$, 顯示遊客的綠色旅遊傾向顯著的影響其旅遊基地選擇(表 4-37)。

綠色深度型(49.2%)與綠色中庸型遊客(42.0%)以選擇等級三的旅游基地為主; 瀏覽享樂型(55.2%)與綠色一般型遊客(71.0%)選擇等級一的旅遊基地為主; 當遊客屬於深度享樂型時, 在旅遊基地的選擇上比例較平均, 較高比例選擇等級一(35.6%), 其次為等級二(34.4%)、等級三(30.0%)。

表4-38 遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇之卡方交叉表

遊客之綠色旅遊傾向	旅遊基地選擇			樣本數
	等級一 旅遊基地	等級二 旅遊基地	等級三 旅遊基地	
綠色深度型	23 ^a	42	63	128
遊客之綠色旅遊傾向(%)	18.0%	32.8%	49.2%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	11.9%	29.0%	43.4%	26.4%
瀏覽享樂型	64	40	12	116
遊客之綠色旅遊傾向(%)	55.2%	34.5%	10.3%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	33.0%	27.6%	8.3%	24.0%
綠色一般型	44	12	6	62
遊客之綠色旅遊傾向(%)	71.0%	19.4%	9.7%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	22.7%	8.3%	4.1%	12.8%
深度享樂型	32	31	27	90
遊客之綠色旅遊傾向(%)	35.6%	34.4%	30.0%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	16.5%	21.4%	18.6%	18.6%
綠色中庸型	31	20	37	88
遊客之綠色旅遊傾向(%)	35.2%	22.7%	42.0%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	16.0%	13.8%	25.5%	18.2%
總和	194	145	145	484
遊客之綠色旅遊傾向(%)	40.1%	30.0%	30.0%	100.0%
旅遊基地選擇(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2(8, N=484) = 87.095^b, p < .0005$, Cramer's V = .300

註 1:^a 為次數

註 2:^b 格 (.0%)的預期個數少於 5。最小的預期個數為 18.57。

第五章 結論與建議

本研究主要目的為探討遊客之綠色生活型態、旅遊基地選擇與遊憩體驗的關係，本章依據研究限制與研究分析之結果彙整提出結論，並依據研究結果提出對日月潭國家風景區、觀光旅遊業者建議，以及後續研究方向。

第一節 結論

依據本研究目的、研究範圍、研究限制、以及分析結果，本研究獲得以下結論：

- 一、到日月潭國家風景區從事旅遊活動的遊客，其綠色旅遊傾向可區分為五種類型，分別為綠色深度型、瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型、綠色中庸型。綠色深度型遊客數量最多，其次依序為瀏覽享樂型、深度享樂型、綠色中庸型、綠色一般型。
- 二、不同綠色旅遊傾向遊客其期待遊憩體驗有顯著差異。
 1. 對於享受自然遊憩體驗之預期，綠色深度型遊客顯著高於綠色一般型、瀏覽享樂型遊客，深度享樂型顯著高於綠色中庸型遊客。
 2. 對於逃離現實遊憩體驗之預期，瀏覽享樂型顯著高於綠色深度型遊客。
 3. 對於文化接觸遊憩體驗之預期，綠色一般型顯著高於綠色中庸型、綠色深度型、瀏覽享樂型、深度享樂型遊客。
 4. 對於強身健體遊憩體驗之預期，綠色深度型顯著高於綠色一般型、瀏覽享樂型遊客，綠色中庸型與深度享樂型顯著高於瀏覽享樂型。
 5. 不同綠色旅遊傾向之遊客其對於「同質相聚」遊憩體驗之預期並無顯著差異。
- 三、遊客之期待遊憩體驗與其旅遊基地選擇有關。
 1. 期待遊憩體驗為享受自然、逃離現實會使遊客傾向選擇等級二旅遊基地。
 2. 期待遊憩體驗為文化接觸會使遊客傾向選擇等級一旅遊基地。
 3. 期待遊憩體驗為同質相聚、強身健體會使遊客傾向選擇等級三旅遊基地。
- 四、選擇不同旅遊基地之遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。
 1. 選擇等級三旅遊基地之遊客對陶冶身心之遊憩體驗顯著高於選擇等級二與等級一旅遊基地之遊客。
 2. 選擇等級二旅遊基地之遊客對遠離塵囂之遊憩體驗顯著高於選擇等級三與等級一旅遊基地。
 3. 選擇等級一旅遊基地之遊客對文化體驗之遊憩體驗顯著高於選擇等級三與等級二旅遊基地。
 4. 選擇等級二旅遊基地之遊客對拓展人脈之遊憩體驗顯著高於選擇等級一旅遊基地。
- 五、不同綠色旅遊傾向的遊客其現地遊憩體驗有顯著差異。
 1. 對於陶冶身心之現地遊憩體驗，綠色深度型遊客顯著高於深度享樂型、綠色一般型、瀏覽享樂型遊客，綠色中庸型與深度享樂型顯著高於瀏覽享樂型遊客。

2. 對於遠離塵囂之現地遊憩體驗，瀏覽享樂型顯著高於綠色一般型遊客
3. 對於拓展人脈之現地遊憩體驗，綠色深度型顯著高於瀏覽享樂型遊客。

六、不同綠色旅遊傾向遊客其旅遊基地選擇有顯著差異。

1. 綠色深度型遊客主要選擇等級三旅遊基地。
2. 瀏覽享樂型、綠色一般型遊客主要選擇等級一旅遊基地。
3. 綠色中庸型遊客主要選擇等級二旅遊基地。
4. 深度享樂型遊客在旅遊基地選擇之比例較平均，但以選擇等級一旅遊基地的比例較高。

第二節 討論

針對本研究之目的、研究範圍、研究限制，經研究結果發現，可從研究方法、測量工具、綠色旅遊傾向、旅遊基地選擇、遊憩體驗、及三個研究變項之間的關係等方面進行深入探討，以下詳細說明。

一、測量工具

(一) 綠色旅遊傾向

在綠色旅遊傾向方面，本研究主要依據生態旅遊、低碳旅遊、綠色旅遊以及 Boyd 與 Butler (1996) 生態旅遊機會序列 (ECOS) 的概念，擬定綠色旅遊機會序列 (GTOS)，彙整出六個評估因子作為此部份測量的主軸，並以五點數語意差異法來評量，語意差異法是以兩極化的形容詞來表示 (邱皓政, 2002, p. 2-19)。然而檢視綠色旅遊機會序列，因受限於缺乏文獻依據，故並非所有的測量項目都能有兩極化的形容詞來描述兩個極端之特性，因此在綠色旅遊機會序列與量表的設計上，以「不會刻意選擇」做為描述形容詞，使用此方式是否適切、以及可否完整表達題項兩極化的內涵，也可能會影響本研究的結果。

其次，綠色旅遊傾向是依據理論基礎而設計的架構，最後彙整出「食」、「住」、「行」、「育」、「樂」、「購」六個構面，然而在驗證性因素分析進行區別效度檢驗時，產生「食」與「宿」之間、「育」與「樂」之間構面無法區別的情況。根據文獻回顧，因應綠色旅遊而成立的綠色民宿，其資源基礎在於提供豐富的自然資源和本身內部的資源，如當地食材、當地特色文化及與自然和諧相處 (王月鶯, 2010)，故提供當地食材做為料理亦是綠色旅遊住宿層面中不可或缺的一部份，推測這可能是「食」與「宿」構面無法被區別的可能原因；在「育」與「樂」部份，從生態旅遊的文獻可知，生態旅遊是建基於當地的環境資源，並透過環境教育方式以提升個人的環境態度 (Ziffer, 1989; Buckley, 1994; 澳洲觀光局, 1994); Lane (1991) 也提出綠色旅遊是要藉由地方去體驗與緬懷過去，從中發現新價值，在造訪旅遊地前就要先對地方的歷史文化做學習，在到達旅遊地後就要深度體驗，並融入地方的生活方式。因此，無論是生態旅遊或綠色旅遊，其遊程均是既富娛樂性又具有教育意義的「寓教於樂」概念，據此，推測這可能是「育」與「樂」構面無法被區別的原因。

因此，綠色旅遊傾向的量表在構面上包含食宿、行、育樂、購四個構面，測量尺度上以語意差異法來評量較能完整呈現量表之原意，然測量項目需以兩極化形容詞進行描述，此為量表仍有待進一步發展之處。

(二) 旅遊基地選擇

在旅遊基地選擇部份，因應資料分析方法使用判別分析法，為避免各等級遊憩據點之樣本比例彼此間差異過大，因此並未依據現地遊客人次多寡之比例來計算樣本數，改為立意取樣，使等級一、等級二、等級三遊憩據點的樣本數差異減少，使得最後研究結果呈現出綠色深度型遊客（26.4%）與綠色中庸型遊客（18.2%）佔將近五成的比例（44.6%），而綠色一般型遊客卻為數最少（12.8%），然而根據實地觀察，日月潭國家風景區之遊客大多數仍以大眾旅遊為主要的旅遊方式，因此，研究結果可能與實際情況有所出入。

進一步探討綠色一般型之遊客在旅遊基地選擇的情形，從表 4-37 可知，雖然七成的綠色一般型遊客選擇了可以得到其期待遊憩體驗的等級一旅遊基地，但仍有近三成的綠色一般型遊客選擇的是等級二、等級三旅遊基地，顯示目前日月潭國家風景區的旅遊據點可能有 Boyd 與 Butler (1996) 認為的「錯置」(misdisplacement)現象，這樣的情形下，選擇等級二、等級三旅遊基地的綠色一般型遊客可能無法獲得欲追求的體驗，但其遊憩滿意度如何、是否會對該旅遊基地的環境與其他遊客造成衝擊，有待進一步探討；觀察等級一旅遊基地內遊客綠色旅遊傾向之類型，屬於綠色一般型的遊客僅佔 22.7%，且約有 12% 屬於綠色深度型遊客，顯示等級一旅遊基地可能也有錯置情形，選擇等級一旅遊基地的綠色深度型遊客，其是否能夠獲得滿意的遊憩體驗也有待商榷。不恰當的行銷訊息、或是資訊提供不足的情況下，都有可能使遊客錯置於不適當的旅遊基地，在旅遊基地的設施規劃與設計亦是可著手之處，綠色一般型遊客傾向舒適、便利的遊憩設施，在等級一旅遊基地的遊憩設施規劃越便利舒適自然能吸引綠色一般型遊客前往。

(三) 遊憩體驗

在遊憩體驗的測量部份，主要以 Driver 等人 (1996) 所發展之遊憩體驗偏好量表 (recreation experience preference scale, REP) 為基礎，由於考量日月潭國家風景區內旅遊據點的環境資源與活動性質，故僅採用 REP 量表中的「類似的人」、「新朋友」、「享受自然」、「體適能」、「休養身體」、「逃離個人社會壓力」、「逃離實質壓力」的七個構面，並考量日月潭國家風景區內也具有當地文化（邵族文化、紅茶產業等）之體驗，因此加入「當地文化體驗」構面；由於原始量表題目數量較多，本研究因受限於研究資源和研究時間的限制，無法使用原始量表進行研究，因此在量表題項縮減的過程中，依據遊憩機會序列中從原始至現代化的四種環境機會可能產生的遊憩體驗之概念將構面合併，及題項的部份修改，以期能完整呈現日月潭國家風景區內所有旅遊據點的遊憩體驗項目。取得之題項可否完整表達原始構面的內涵、使用此方式是否適切，所篩選出來的問項其量表的信效度和鑑別度等都可能與原始量表有所差異；另在測量方式上，採用的方式為請現地遊客填答預期的遊憩體驗與現地之遊憩體驗，其回答結果可能會受已在現地進行體驗後的因素而影響，因此也可能會影響本研究的結果。

二、研究變項間的關係

(一) 綠色旅遊傾向與遊憩體驗

王彬如 (1985) 以環島鐵路花蓮二日遊遊客為對象，將遊客旅程分為期望與計劃階段、目的地現場活動階段、回憶階段來探討遊憩體驗歷程之觀念，結果顯示，遊客在各階段遊憩體驗因其個人背景之不同而有所差異；薛慕眉 (2011) 以安康旅遊為基礎，探討休閒農場遊客安康生活型態對遊憩活動以及服務需求的影響。結果發現不同安康生活型態在遊憩體驗上有顯著差異。侯錦雄、黃章展、趙仁傑等 (2011) 以福特客序列的消費模式概念來度量觀光客消費群體，並進一步探討不同觀光客消費群體的差異與其空間

上的偏好，結果發現不同的觀光客消費群體在九族文化村、慈恩塔、向山遊客中心、水蛙頭步道以及水社遊客中心之景點的空間偏好上有顯著差異，對於該景點有偏好代表觀光客在景點獲得了較滿意的遊憩體驗，因而影響對景點之偏好。以上文獻皆間接顯示，遊客生活型態的不同，對於遊憩體驗會有顯著差異，此結果與本研究之結果相符。

（二）綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇

本研究結果發現遊客之綠色旅遊傾向與旅遊基地選擇有關，顯示遊客的綠色旅遊傾向顯著的影響其旅遊基地選擇，綠色旅遊傾向量表乃另行建構用以區隔綠色旅遊市場之遊客，其概念如同生活型態，過去文獻指出生活型態可做為市場區隔的有效變項

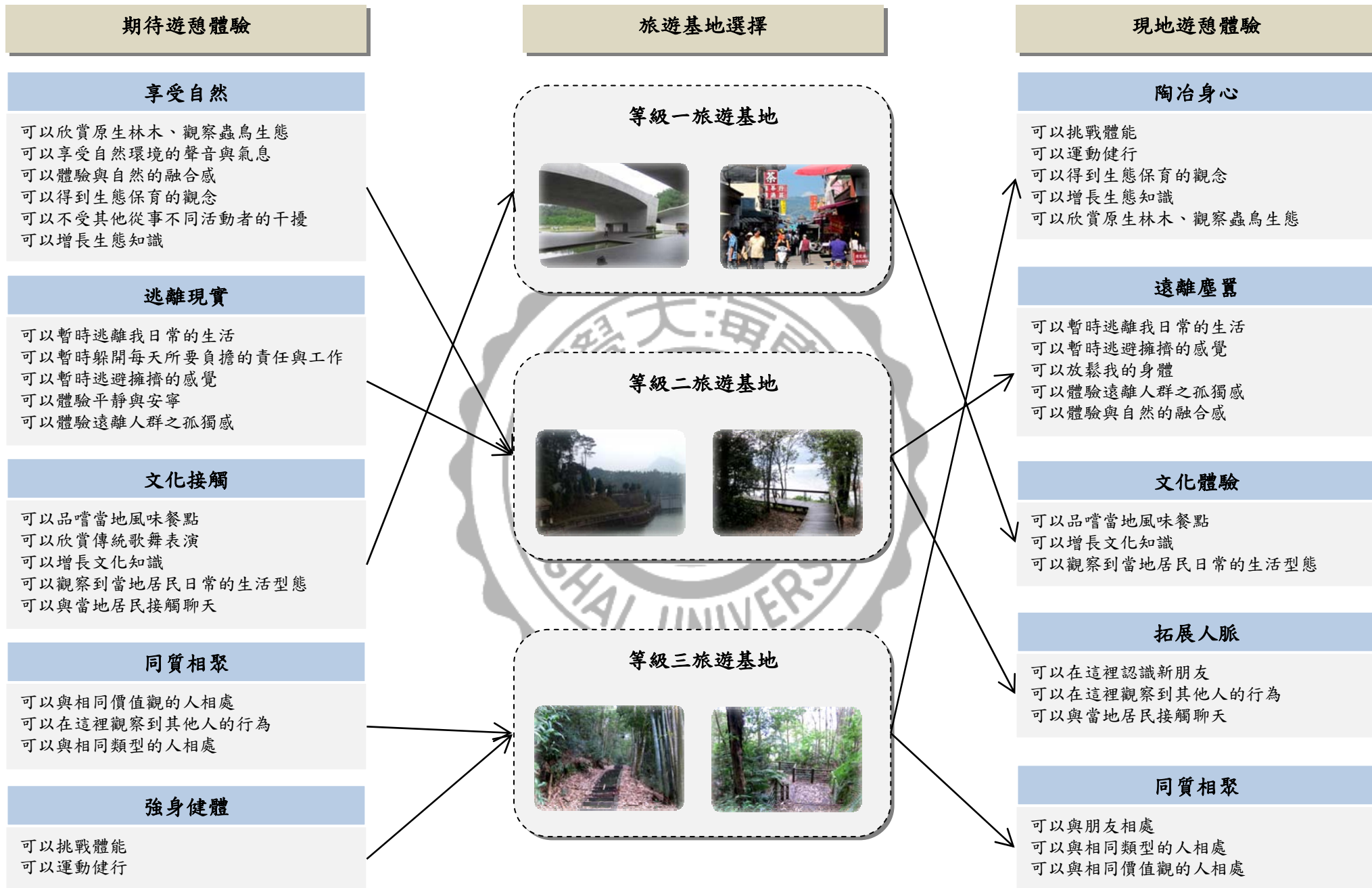
(Plummer, 1974; Wind & Green, 1974; Blackwell, et al., 2001)，然後預測其消費行為、購買行為或選擇行為，研究結果也與過去學者的論點相符合。

從過去相關的實證研究結果來看，黃章展、李維貞（2006）以廬山與清境地區做為實證基地，研究結果發現生活型態與住宿基地選擇無顯著關係，推測可能原因為住宿基地的選擇與一般商品的選擇不同；第二原因可能為所使用的是一般生活型態量表；侯錦雄、黃章展、趙仁傑（2011）同樣以日月潭國家風景區為實證研究基地，以福特客序列探索觀光客消費與空間偏好，結果發現對於在消費行為中社會、消費、教育、娛樂因素都十分重視的旅遊積極型觀光客對九族文化村有顯著偏好，此結果與本研究之結果相符。

（三）旅遊基地選擇與遊憩體驗

本研究結果發現遊憩體驗（現地、預期）與旅遊基地選擇有關。過去研究 Virden（1989）以科羅拉多州西南部的一個遊憩區為研究基地，該遊憩區提供遊憩機會中原始的、半原始無機動車輛、半原始有機動車輛、有路之自然環境等四類遊憩機會，研究結果發現，「鑑賞自然」、「友誼」和「逃離」等體驗在大部份的遊憩活動或遊憩環境中皆受到遊客較大的偏好，「成就感」、「社會支持」、「分享或領導」等體驗和遊憩環境及活動有顯著相關。此研究結果與本研究之結果相符。

回顧本研究之假設二、假設三，假設二為遊客之旅遊基地選擇與期待遊憩體驗有關，假設三為現地遊憩體驗與遊客之旅遊基地選擇有關。根據文獻回顧，遊客會根據所希望追求的體驗（即為期待遊憩體驗），去選擇遊憩的環境（即為旅遊基地選擇）(Driver & Tocher, 1970; Driver & Brown, 1975; Ittelson, 1978; 陳水源, 1989; 鄭琦玉, 1996)，在遊憩的過程中，從環境中獲得資訊、心理狀態的轉換，所體會到的結果為遊憩體驗（即為現地遊憩體驗）(陳水源, 1989; 魏朝政, 1992; 吳宗瓊等, 1999)。為進一步瞭解遊客的期待遊憩體驗與實際選擇旅遊基地後的現地遊憩體驗事否不同，因此將分析結果摘要整理如下圖。如圖所示，期望享受自然與逃離現實的遊客，選擇等級二的旅遊基地，現地體驗較深刻的為遠離塵囂與拓展人脈；期望有文化接觸體驗的遊客，選擇等級一的旅遊基地，現地感受也以文化體驗為主；期望體驗同質相聚與強身健體的遊客，選擇等級三的旅游基地，現地體驗為同質相聚與陶冶身心；整體而言，遊客的期待遊憩體驗與其現地的遊憩體驗大致相同，顯示在日月潭國家風景區內，遊客所選擇的旅遊基地並無不適，而旅遊基地提供心理、生理、環境、社交等層面的體驗亦能滿足遊客需求。



第三節 建議

本節以研究結果，針對日月潭國家風景區、觀光旅遊業者、及後續研究提出建議，期望能對未來在研究、規劃、設計上能有所助益。

一、對日月潭國家風景區之建議

(一) 規劃上的建議

以綠色旅遊機會序列而言，日月潭國家風景區目前的旅遊方式介於大眾旅遊至綠色中庸與專家型之間，綠色旅遊機會序列架構可以應用於綠色旅遊地的規劃與經營管理，對所有的旅遊基地而言，應對其提供的環境資源、遊憩活動、遊憩設施進行在綠色旅遊機會序列上的定位，並納入都市設計審議當中，以進行土地使用上的管理，並針對現況的旅遊基地逐個檢討，未達其定位的旅遊基地應擬定改善策略以達到標準，已達到定位的旅遊基地應維持現狀，或是進一步達到更高的定位；針對未來要進行開發的旅遊基地而言，也應先探討其定位，再遵循其應有的規劃與設計準則進行開發，使綠色旅遊地的可以永續經營。

(二) 管理上的建議

到日月潭國家風景區從事旅遊活動的遊客，其遊客的綠色旅遊傾向從綠色一般型至綠色深度型，顯示日月潭國家風景區內的遊憩據點目前可吸引不同旅遊形式的遊客。以生態旅遊機會序列的概念，Boyd 與 Butler (1996) 認為從提供「生態專家型」遊客的需求到服務「生態一般型」遊客與該地區可能創造的生態旅遊機會有關；並指出，若將遊客「錯置」(misdisplacement)於不適當的生態旅遊地情境中，也就是遊客對於所期望的生態旅遊產品，與前往生態旅遊地的所認知的產品可能會產生落差，不僅容易造成衝突，降低遊憩體驗品質，更可能對環境造成負面影響，生態旅遊地遊憩機會情境的界定與遊客管理實為發展生態旅遊所必須重視的議題。因此，日月潭國家風景區目前創造的環境機會從服務綠色一般型至可提供綠色深度型遊客之需求，為了避免錯置情形發生，行銷將扮演重要的角色，行銷能成功地吸引及維持所渴望與適當的綠色旅遊客人類型前往日月潭地區中合適的遊憩據點；在資訊的提供上也需正確完整，以免遊客錯信不正確的訊息選擇了不適合的旅遊基地，而無法獲得滿意的遊憩體驗；在旅遊基地內設施的規劃與設計上，以綠色一般型遊客為例，此類遊客傾向方便舒適之設施，則等級二、等級三的旅遊基地的設施設計越不方便舒適，自然而然不會吸引綠色一般型遊客，也可避免遊客前往不適合的旅遊基地。

另外，在綠色旅遊地的管理上，應推行綠色旅遊之認證制度，以台灣目前制度而言，有行政院國家永續發展委員會國土資源分組於 2008 年重修的「生態旅遊白皮書」(內政部營建署版，2008)，其具體規劃出針對生態旅遊的相關政策，依據「生態旅遊遊程標章認證評鑑準則」、「生態旅遊地評鑑標準」、「生態旅遊業者評鑑標準」分別評鑑生態旅遊遊程、生態旅遊地、生態旅遊業者，經評鑑認可者有生態旅遊認證標章，遊客也可藉由標章選擇對環境生態保育、國土資源永續利用的旅遊產品。

二、對觀光旅遊業者的建議

(一) 對旅行業者的建議

根據研究結果，不同綠色旅遊傾向之遊客在旅遊時各項行為的特徵、偏好的遊憩體驗、選擇的旅遊基地各有差異，因此，應針對不同類型的遊客規劃適合並且為遊客所傾向的旅遊行程。

以綠色深度型與綠色中庸型遊客而言，這類遊客傾向綠色旅遊，因此旅行業者在食宿方面應規劃以有機、生機、當地特色、採取天然食材為方向，行程安排在景點環境原始程度高、人為改變程度低、遊客數量少的等級三旅遊基地，並且停留較少的旅遊基地但每個基地均停留較長時間，在旅遊基地內進行深度體驗並寓教於樂的遊程，此類遊客在購物上傾向具當地特色、包裝簡單且對環境無害的產品為主。

以瀏覽享樂型遊客而言，此類遊客最注重食宿、育樂、購物之品質，因此旅行業者在食宿方面的安排以豐盛、豪華為方向，行程可安排數量多的等級一旅遊基地，旅遊基地內可以瀏覽當地風光、購買包裝精美的特產紀念品。

以綠色一般型遊客而言，這類遊客在旅遊中的各個層面均要求多樣性且舒適的設施，因此，以交通可及性高的等級一旅遊基地為首選，在食宿方面要豐盛豪華、傾向走馬看花型的遊程、可購買精美的當地紀念品。

以深度享樂型遊客而言，注重食宿、購物層面，行與育樂傾向綠色旅遊方式，因此旅行業者在食宿方面要豐盛豪華，遊程可安排於交通可及性不高的旅遊基地，能進行當地的深度體驗，但必須能購買當地的特產紀念品。

(二) 對當地業者的建議

根據研究結果，不同綠色旅遊傾向之遊客會偏好不同的旅遊產品，因此，當地業者可針對不同類型的遊客提供適宜之食宿與購的旅遊產品以滿足遊客需求。

以綠色深度型與綠色中庸型遊客而言，食宿方面應提供有機飲食、具有當地特色的食材，住宿設施簡單即可，提供具有當地特色、包裝簡單且對環境無害的產品為供此類遊客選購。

以瀏覽享樂型、綠色一般型、深度享樂型遊客而言，食宿方面應提供豐盛的飲食、豪華多元的住宿設施，提供包裝精美的當地特產紀念品供此類遊客選購。

三、後續研究方向

1. 由於研究目的之關係，因此將日月潭國家風景區內的旅遊基地歸類為三個等級做為研究抽樣之用，但同一等級之基地其環境、路線、景觀特徵上都會有差異，因此建議後續研究針對同一等級內的不同基地加以比較，進一步探索遊客的綠色旅遊傾向、遊憩體驗等的差異，是由基地不同造成，還是因為基地類型不同所造成。
2. 在綠色旅遊傾向量表部份，本研究僅根據綠色旅遊、生態旅遊、低碳旅遊之定義進行量表建構，然而崇尚綠色的風潮逐漸盛行，早在 80 年代就已開始主張綠色消費主義（張隆盛，1996），為能完整表達「綠色」或「綠色旅遊」之意涵，建議後續可從相關文獻著手，如樂活型態、永續旅遊、綠色消費等，藉此使綠色旅遊傾向量表更具深度與完美性。
3. 在遊客的綠色旅遊傾向部份，建議後續研究可調查遊客此次旅遊所到訪過的旅遊基地，此項結果可做為遊客之綠色旅遊傾向類型的佐證。
4. 本研究結果發現，日月潭國家風景區內無論是等級一、等級二、等級三的旅游基地，目前已有錯置的現象發生，錯置於不適當旅遊基地的遊客其遊憩體驗如何、是否感到滿意、對於該旅遊基地的環境與其他遊客是否會造成衝擊，均有待後續研究進一步的探討。

參考文獻

一、中文部份

1. 王彬如，(1996)，遊憩體驗歷程之探討分析-以環島鐵路花蓮二日遊為例，碩士論文，文化大學觀光事業學系，台北。
2. 王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯，Neuman, W. L.著，(2002)，當代社會研究法—質化與量化途徑，台北：學富文化事業有限公司。
3. 王柏歲，(2007)，綠色消費行為意圖及其相關因素之研究—以台北市某國中學生為例，碩士論文，國立臺灣師範大學衛生教育學系，台北。
4. 王登再，(2009)，樂活量表之建構，碩士論文，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所，澎湖。
5. 王嘉淳、張允熙，(2010)，探討臺灣遊客對於陸客來臺觀光後之滿意度、心理體驗及重遊意願之研究，休閒保健期刊，4，23-37。
6. 王維靖、侯錦雄、林宗賢，(2011)，樂活生活型態與國家公園意象之關係—以台中地區居民為例，第九屆造園景觀學會論文集，台灣造園景觀學會編，(pp.243-257)，台北：台灣造園景觀學會。
7. 日月潭國家風景區管理處，(2002)，日月潭國家風景區遊客意見調查及遊客量推估，南投：中華民國戶外遊憩發展學會。
8. 台灣因應氣候變化綱要公約資訊網，(2010)，京都議定書，下載日期：2010/10/12，取自：<http://www.tri.org.tw/unfccc/Unfccc/UNFCCC02.htm>。
9. 台灣綠色旅遊協會，(2010)，台灣綠色旅遊協會新聞稿，下載日期：2010/10/12，取自：<http://emgt.tnu.edu.tw/images/綠色旅遊協會新聞稿.pdf>。
10. 交通部觀光局，(2002)，生態旅遊一般性規範彙編。台北：交通部觀光局。
11. 交通部觀光局日月潭國家風景區管理處，(2002)，日月潭國家風景區遊客意見調查及遊客量推估，南投：中華民國戶外遊憩學會。
12. 交通部觀光局行政資訊系統，(2011)，觀光統計年報，下載日期：2011/3/31，取自：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>。
13. 行政院經濟建設委員會，(1997)，國家永續發展論壇圓桌會議，台北：行政院經濟建設委員會。
14. 內政部營建署，(2008)，行政院永續發展委員會國土分組生態旅遊白皮書，下載日期：2009/12/28，取自：http://www.cpami.gov.tw/web/index.php?option=com_content&task=view&id=8529&Itemid=124。
15. 行政院農業委員會，(2010)，漫談「綠色民宿」(上)，下載日期：2011/12/21，取自：http://ezgo.coa.gov.tw/industry_personage_detail.php?id=S_prongs_20100722180316。
16. 李依亭，(2008)，日本綠色民宿的發展現況與市場行銷，台南科技大學通識教育學刊，7，355-378。
17. 別蓮蒂，(2000)，2000年台灣消費習慣調查報告—生活型態白皮書，台北：商周。
18. 阮素娥，(2004)，自願簡單消費意識與綠色消費行為之關聯研究—以美體小舖可能消費者為例，碩士論文，大葉大學工業關係學系碩士班，彰化。
19. 吳宗瓊，林英良，謝雅真，林思宇，鄒欣城，(1999)，遊園車對遊客遊憩體驗之影

- 響—以太魯閣國家公園為例，1999 休閒遊憩觀光研究成果研討會論文集，戶外遊憩學會、國立台灣大學園藝系編，(pp.195-211)，台北：田園城市文化。
20. 吳運全，(2002)，環境態度與遊憩體驗關係之研究-以綠島生態旅遊為例，碩士論文，國立體育學院體育研究所，桃園。
 21. 林晏州，(1984)，遊憩者選擇遊憩區行為之研究，都市與計劃，10，33-49。
 22. 林晏州，(1987)，玉山國家公園遊客態度之研究，東海學報，28，49-69。
 23. 林淑晴，(1990)，從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響—以日月潭為例，戶外遊憩研究，3(1)，17-30。
 24. 林朝欽、李英弘，(2001)，遊憩體驗之多階段性驗證，戶外遊憩研究，14(1)，1-10。
 25. 林仁彬、賈凡、簡彩完、張家銘，(2007)，日月潭觀光客自行車活動參與行為之研究，明道學術論壇，3(2)，113-123。
 26. 李志敏，(2003)，台中縣市國小教師綠色消費態度與行為之研究，碩士論文，臺中師範學院環境教育研究所，台中。
 27. 李城忠、沈德裕，(2007)，運動觀光特色對遊客認知價值與滿意度影響之研究—以日月潭萬人泳渡為例，人文暨社會科學期刊，3(1)，17-26。
 28. 邱皓政，(2002)，量化研究與統計分析:SPSS 中文視窗版資料分析範例解析(二版)，台北：五南。
 29. 邱皓政，(2004)，結構方程模式—LISREL 的理論、技術與應用。台北：雙葉。
 30. 邱皓政，(2006)，量化研究與統計分析:SPSS 中文視窗版資料分析範例解析(三版)，台北：五南。
 31. 侯錦雄，(1990)，遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，博士論文，國立台灣大學園藝研究所，台北。
 32. 侯錦雄、林綺瑩，(1997)，應用 Fishbein 行為傾向模式探討大學生至國家公園之遊憩意向，休閒遊憩行為，中華民國戶外遊憩學會，19-34，台北：田園城市。
 33. 侯錦雄、林宗賢，(2001)，視覺資源經理系統在國家風景區之建構--以日月潭國家風景區為例，都市與計劃，28(1)，69-83。
 34. 侯錦雄、黃章展、趙仁傑、曾晟修、陳思華，(2011)，以福特客序列探索日月潭國家風景區之觀光客消費與空間偏好，2011 第十三屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇論文集，中華民國戶外遊憩學會編，(pp.292-308)，南投：中華民國戶外遊憩學會。
 35. 胡潔欣，(2007)，不同遊憩機會類型之步道對遊客的遊憩體驗之影響—以花蓮卓溪及佐倉區域步道為例，碩士論文，逢甲大學景觀與遊憩研究所，台中。
 36. 高文揚、韋磊、徐聖明，(2008)，泳渡日月潭參與者刺激尋求動機與活動涉入之研究，島嶼觀光研究，1(1)，30-43。
 37. 郭岱宜，(1999)，生態旅遊，台北：揚智文化。
 38. 經濟部能源局，(2009)，全國能源會議總結報告，下載日期：2010/10/12，取自：<http://www.moeaboe.gov.tw/Download/Policy/98EnergyMeeting/convention/files/「永續發展與能源安全」總結報告.pdf>。
 39. 陳美吟，(1985)，遊樂體驗之研究-以楓林瀑布、擎天崗、太平山實例調查，碩士論文，台灣大學森林學研究所，台北。
 40. 陳水源，(1989)，遊客遊憩需求與遊憩體驗之探討，戶外遊憩研究，1(3)，25-51。
 41. 陳水源，(1988)，擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究-社會心理層面之探討，博士論文，國立台灣大學森林學研究所，台北。
 42. 陳盛雄、卓文倩、傅屏華，(2002)，發展綠色旅遊之研究，醒吾學報，25，51-69。

43. 陳靖怡，(2003)，居民永續生活型態之研究，博士論文，國立成功大學都市計劃學系碩博士班，台南。
44. 陳玫錡、王証義、許佳穎、謝發益、蕭文君、黃章展，(2005)，生態觀光認知與地方觀光發展態度之研究—以台中縣和平鄉博愛村斯可瓦部落為例，中華觀光管理學會編，2005年中華觀光管理學會學術研討會論文集 (PP.1-13)，台中：中華觀光管理學會。
45. 陳科嘉，(2010)，日月潭音樂會嘉年華之遊客觀光參與動機與滿意度研究，休閒保健期刊，3，15-25。
46. 國際生態旅遊學會，(1990)，Ecotourism is: "Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people"，下載日期：2010/8/18，取自：http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4832143/k.CF7C/The_International_Ecotourism_Society_United_Conservation_Communities_and_Sustainable_Travel.htm。
47. 張隆盛，(1996)，開創二十一世紀新動脈-鼓勵綠色消費，環境教育季刊，28，2-6。
48. 張隆盛、葉俊宏，(1999)，永續發展的精髓—簡樸生活，環境教育季刊，37，2-11。
49. 張良漢、黃孟立，(2007)，泳渡日月潭參與動機與流暢經驗相關之研究，生物與休閒事業研究，5(2)，90-100。
50. 張莉汶，(2008)，社區居民對社區觀光發展態度之研究—以馬太鞍溼地為例，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系研究所，台中。
51. 黃芳銘，(2003)，結構方程模式—理論與應用，台北：五南。
52. 黃芳銘，(2004)，社會科學統計方法學—結構方程模式，台北：五南。
53. 黃章展、李維貞，(2006)，生活型態、環境偏好對於遊客住宿基地選擇之影響，戶外遊憩研究，19(2)，63-85。
54. 黃郁婷、黃妙國、高志強，(2007)，日月潭國家風景區遊客空間行為與環境識覺分析，人文及管理學報，4，181-202。
55. 黃章展、李維貞、傅學俞、童玉如，(2010)，生態旅遊市場區隔，2011第十三屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇論文集，中華民國戶外遊憩學會編，(pp.1097-1111)，南投：中華民國戶外遊憩學會。
56. 經濟部能源局，(2009)，全國能源會議，下載日期：2010/10/12，取自：<http://energymonthly.tier.org.tw/200904/40.pdf>。
57. 薛慕眉，(2011)，休閒農場遊客不同安康生活型態在服務需求與遊憩體驗上之差異影響：以台南市仙湖休閒農場為例，碩士論文，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系，高雄。
58. 維基百科網站，(2010)，低碳旅遊，下載日期：2010/8/17，取自：<http://zh.wikipedia.org/zh/低碳旅遊>。
59. 蔡鳳兒，(2006)，遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度相關性之研究—以日月潭國家風景區為例，生活科學學報，10，211-241。
60. 蔡萌、汪宇明，(2009)，低碳經濟、低碳旅遊與旅遊發展新方式，中國城市研究，4(2)，40-46。
61. 鄭琦玉，(1995)，日月潭風景特定區遊客特性及遊憩需求型態分析，觀光研究學報，1(4)，39-53。
62. 鄭琦玉，(1995)，遊憩機會序列應用於大甲溪流流域遊憩資源分類系統適宜性之研究，碩士論文，逢甲大學土地管理研究所，台中。
63. 鄭三權，(2010)，日月潭國家風景區之遊客體驗與旅遊意象量表之驗證研究，運動休閒管理學報，7(1)，215-228。

64. 魁北克世界生態旅遊高峰會會議報告書，(2002)，(The World Ecotourism Summit, Quebec /Canada/ 19-22 May 2002, Final Report).
65. 楊宏志，(1992)，生態觀光——一項責無旁貸的推廣工作，台灣林業，10(18)，20-22。
66. 歐聖榮，(2002)，台灣地區生態旅遊之研究回顧與展望，中美澳三國環境解說與生態旅遊國際學術研討會論文集，國立臺中師範學院編，(pp.164-209)，臺中：國立臺中師範學院。
67. 魏朝政，(1992)，坡地遊憩區景觀體驗評估模式之研究，碩士論文，逢甲大學建築及都市計劃研究所，台中。
68. 顏建賢，(2003)，綠色主義的新典範-日本綠色旅遊與鄉村社區永續發展的成功經驗，農訓雜誌，20(6)，46-51。
69. 蘇翰章，(2005)，國民旅遊住宿選擇因素之研究——以南投縣風景區為例，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班，台中。

二、英文部份

1. Ahn, B. Y., Lee, B., & Shafer, C. S. (2002). Operationalizing sustainability in regional tourism planning: An application of the limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 23(1), 1-15.
2. Allen, L. R. (1982). The relationship between Murray's personality needs and leisure interests. *Journal of Leisure Research*, 14, 63-76.
3. Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 17(1), 16-21.
4. Andreasen, A. R. (1967). Leisure, mobility and lifestyle patterns. *Proceedings of American Marketing Association Conference*. Chicago, USA, 55-62.
5. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
6. Beatty, S. E., Kahle, L. R., Homer, P. M. & Mirsa, S. (1985). Alternative measurement approaches to consumer values: the list of values and the rokeach value survey. *Psychology and Marketing*, 3, 181-200.
7. Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceptive impact of tourism by residents-A case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
8. Bentler, P. M., & Wu, E. J. C. (1993). *EQS/Windows user's guide*. Los Angeles: BMDP Statistical Software.
9. Blackwell, R. D., Miniard, P. W. & Engel, J. F. (1978). *Consumer behavior* (3rd ed.). NY: Harcourt.
10. Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.
11. Boo, E. (1991). Making ecotourism sustainable: Recommendations for planning development, and management. *Nature Tourism Managing for the Environment*(pp. 187-199). Island Express.
12. Boote, A. S. (1981). Market segmentation by personal values and salient product attributes. *Journal of Advertising Research*, 21, 29-35.
13. Boyd, S. W., & Butler, R. W. (1993). Review of the development of ecotourism with respect to identifying criteria for ecotourism for Northern Ontario. Report for Department of Natural Resources/Forestry, Ministry of Natural Resources. Sault Ste. Marie, Ontario, Canada.
14. Boyd, S. W., & Butler, R. W. (1996). Managing ecotourism: an opportunity spectrum approach. *Tourism Management*, 17(8), 557-566.

15. Brunson, M., & Shelby, B. (1990). A hierarchy of campsite attributes in dispersed recreation settings. *Leisure Sciences*, 12(2) , 197-209.
16. Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 661-669.
17. Bulter, R. W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.
18. Carey, S., Gountas, Y., & Gilbert, D. (1997). Tour operators and destination sustainability. *Tourism Management*, 18(7), 425-431.
19. Chubb, M. & Chubb, H. R. (1981). *One Third of Our Time. An introduction to recreation behavior and resources*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
20. Clark, R. N., & Stankey, G. H. (1979). *The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for planning, management, and research*. USDA Forest Service Research Paper PNW-98.
21. Clawson, M. & Knetsch, J.L. (1969). Alternatives method of estimating future use. *Economic of Outdoor Recreation*, 21(7), 25-36.
22. Dalen, E. (1989). Research into values and consumer trends in Norway. *Tourism Management*, 10, 183-186.
23. Demby, E. (1974). Psychographics and from whence it came. In W. D. Wells (Ed.), *Life style and psychographics* (pp. 9-30). Chicago, IL: American Marketing Association.
24. Dowling, R. K. (2002). Community attitudes: Tourism development in natural environments. In S. Singh, D. J. Timothy, & R. K. Dowling (Eds.), *Tourism in destination communities*(pp. 205-228).
25. Driver, B. L., & Toucher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation of planning. *Element of Outdoor Recreation Planning*, 12(1), 9-31.
26. Driver, B. L., & Knopf, R. C. (1977). Personality, outdoor recreation, and expected consequences. *Environment and Behavior*, 9, 169-193.
27. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1978). The opportunity spectrum concept in outdoor recreation supply inventories: A rationale. *Proceedings of the Integrated Renewable Resource Inventories Workshop*, USDA Forest Service General Technical Report RM-55, 24-31.
28. Edwards, W.(1954). The theory of decision-making. *Psychological Bulletin*, 51(4), 380-417.
29. Feldman, S. D., & Thielbar, G. W. (1975). *Life styles: diversity in American society*. Boston: Little, Brown and Company.
30. Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction* (2nd ed). London: Routledge.
31. Gladwell, N. J. (1990). A psychographic and sociodemographic analysis of state park inn users. *Journal of Travel Research*, 28(4), 15-20.
32. Haas, G., Aukerman, R., Lovejoy, V., & Welch, D. (2004). Water recreation opportunity spectrum (WROS) users' guidebook. Colorado: United States Department of the Interior, Bureau of Reclamation, Office of Program and Policy Services.
33. Hair, J. F., Anderson, R. E. Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th edn). Prentice Hall International: UK.
34. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
35. Harris, C. C., Driver, B. L., & Bergersen, E. P. (1984). Do choices of sport fisheries reflect angler preferences for site attributes? In *Proceedings—Symposium on Recreation Choice Behavior* (USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. No. INT-184, 46-54). Ogden, UT: Intermountain Research Station.
36. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1986). *Consumer behavior: implications for*

- marketing strategy* (3rd ed.). Homewood, USA: Irwin.
37. Hetzer, W. (1965). Environment, tourism, culture. *Links July*, 1-3.
 38. Holden, A. (2000). *Environment and tourism*. London: Routledge.
 39. Howard, D. R. (1976). Multivariate relationships between leisure activities and personality. *Research Quarterly*, 47, 226-237.
 40. 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.
 41. Hull, R. B., Michael, S. E., Walker, G. J., & Roggenbuck, J. W. (1996). Ebb and flow of brief leisure experience. *Leisure Sciences*, 18(4), 299-314.
 42. Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), 193-213.
 43. Jackson, G. (1973). A preliminary bicultural study of value orientations and leisure attitudes. *Journal of Leisure Research*, 5, 10-22.
 44. Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.
 45. Kelly, J. R., & Godbey, G. (1992). *The sociology of leisure*. State College, PA: Venture.
 46. Klenosky, D. B., Gengler, C. E., & Mulvey, M. S. (1993). Understanding the factors influencing ski destination choice: a means-end analytic approach. *Journal of Leisure Research*, 25, 362-379.
 47. Krumpel, E. E., & McLaughlin, W. J. (1982). A model of recreationists' decision making process. In *Forest and River Recreation: Research Update* (Miscellaneous Publication, 18, 94-99). St. Paul: University of Minnesota, Agricultural Experimental Station.
 48. Lane, B. (1988). *Rural Tourism*. Cheltenham: Countryside Recreation Conference, Countryside Commission.
 49. Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing*. Toward scientific marketing, in Stephen Greyserm. ED.140-151.
 50. Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211.
 51. Lin, Y. J. (1986). A disaggregate model of recreation site demand analysis with an application to the Sun Moon Lake special scenic area. *Tunghai Journal*, 27, 779-798 .
 52. Lin, Y. J., Peterson, G. L., & Rogerson, P. A. (1988). A nested urban recreation site choice model. *Leisure Sciences*, 10(1) , 1-15.
 53. Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
 54. Madrigal, R., & Kahle, L. R. (1994). Predicting vacation activity preferences on the basis of value-system segmentation. *Journal of Travel Research*, 32(3), 22-28.
 55. Madrigal, R. (1995). Personal values, traveler personality type, and leisure travel style. *Journal of Leisure Research*, 27(2), 125-142.
 56. Manfredi, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213.
 57. Martin, W. S., & Myrick, F. L. (1976). Personality and leisure time activities. *Research Quarterly*, 47, 246-253.
 58. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Longman.
 59. Mayo, E.J., & Jarvis, L.P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*. MA: CBI Publishing Co., Inc.
 60. McCool, S. F., Stankey, G. H., & Clark, R. N. (1985). Choosing recreation settings: Processes, findings, and research directions, In *Proceedings--Symposium on Recreation*

- Choice Behavior* (USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. No. INT-184, 1-8). Ogden, UT: Intermountain Research Station.
61. Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
 62. Moss, W. T., Shackelford, L., & Stokes, G. L. (1969). Recreation and personality. *Journal of Forestry*, 67, 182-184.
 63. Muller, T. E. (1991). Using personal values to define segments in an international tourism market. *International Marketing Review*, 8, 57-70.
 64. Perreault, W. D., Darden. D. K., & Darden. W. R. (1977). A psychographic classification of vacation life styles. *Journal of Leisure Research*, 9(1), 208-224.
 65. Peterson, G. L., Stynes, D. J., Rosenthal, D. H., & Dwyer, J. F. (1985). Substitution in recreation choice behavior. In *Proceedings—Symposium on Recreation Choice Behavior* (USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. No. INT-184, 19-30).
 66. Pitts, R. E. J., & Woodside, A. G. (1986). Personal values and travel decisions. *Journal of Travel Research*, 25(2), 20-25.
 67. Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
 68. Plummer, J. T. (1974) . The Concept of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 33-7.
 69. Rossman, J. R. (1989). *Recreation programming designing leisure experience(2nd)*. Champaign, Illinois: Sagamore Publishing all rights reserved.
 70. Schreyer, R. & Beaulieu, J.T. (1986). Attribute preferences for wildland recreation settings. *Journal of Leisure Research*, 18(4), 231-247.
 71. Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural Tourism*. London: International Thomson Business Press.
 72. Shih, D. (1986). VALS as a tool of tourism market research: The Pennsylvania experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), 2-11.
 73. Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing management*, 15(1-3), 53-67.
 74. Simpson, M.C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. & Gladin, E. (2008), *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris, France: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO.
 75. The New York Times. (2007). Enjoy Your Green Stay. (2011, November 11). Message posted to <http://www.nytimes.com/2007/06/26/business/26green.html>.
 76. Toronto's Green Tourism Association. (2009). City of Toronto - Green Economic Development Directory. (2010, October 12). Message posted to http://www.toronto.ca/wes/techservices/envir_directories/pdf/grecodev.pdf.
 77. Travel Guru. (2008). *Advantages of Green Tourism to the Travel Industry*. (2008, November 8). Message posted to <http://online-travel-guru.blogspot.com/2008/11/advantages-of-green-tourism-to-travel.html>.
 78. Um, S. & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
 79. Veroff, J., Douvan, E., & Kulka, R. A. (1981). *The inner American: A self-portrait from 1957 to 1976*. New York: Basic Books.
 80. Virden, R.J.,& Knopf, R.C.(1989). Activities, experiences and environmental settings: A case study of recreation opportunity spectrum relationships. *Leisure Science*, 11(2), 159-176.
 81. Vining, J. & Fishwick, L. (1991). An exploratoy study of outdoor recreation site choices. *Journal of Leisure Research*, 23(2), 114-132.

82. Wahlers, R. G., & Etzel, M. J (1985). Vacation preference as a manifestation of optimal stimulation and lifestyle experience. *Journal of Leisure Research*, 17, 283-295.
83. Wells, W. D. (1974). Psychographics: A critical review. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196-213.
84. Wind, Y., & Green, P. E. (1974). Some conceptual, measurement, and analytical problems in life style research. In W. D. Wells (Ed.), *Life style and psychographics* (pp. 97-126). Chicago, IL: American Marketing Association.
85. Woodside, A. G., & Jeffrey A. C. (1988). Consumer decision making and competitive marketing strategies: Applications for tourism planning. *Journal of Travel Research*, 26(3), 2-7.
86. Woodside, A. G., & Pitts, R. (1976). Effects of consumer life style, demographic and travel activities on foreign and domestic travel behavior. *Journal of Travel Research*, 14(3), 13-15.
87. World Travel & Tourism Council. (2007). *About WTTC*. (2010, October 12). Message posted to http://www.wttc.org/eng/About_WTTC/.
88. Ziffer, K.A. (1989). *Ecotourism: The uneasy alliance*. Conservation International.



附錄

附錄一 綠色旅遊傾向相關量表彙整

出處	類型	構面與題項
李志敏 (2003)	綠色消費行為	垃圾減量 <ul style="list-style-type: none">我認為環保署推動的『限用購物塑膠袋』以及『禁用塑膠類免洗餐具』政策，可以收到不錯的效果。我認為到外面用餐時，即使大家都用免洗筷，我也會用自備的筷子、湯匙用餐。如果不小心多用一次新的塑膠袋去購物，我的心中就會自覺心虛。我願意自備筷子以及購物袋上街用餐與購物。購買東西時，我願意優先選擇安全、衛生，但是包裝樸素、簡單的物品。 購買環保標章 <ul style="list-style-type: none">我認為購買環保標章的產品，雖然比較貴，但為了環境品質是值得的。我認為購買環保標章的產品是一種對環境生態負責的消費行為，也是一項關懷地球的環保措施。如果學校要購買設備時，我願意主動建議學校要優先考慮購置有環保標章的產品。我願意在課堂中教導學生購買比較環保的產品。標示環保標章的產品，會讓我覺得比較環保與安心。我願意將購買環保標章產品的好處，與同事分享。
阮素娥 (2004)	綠色消費行為	綠色選購 <ul style="list-style-type: none">我會拒買製造污染廠商所供應之商品我會因廠商優良的環保行動，而購買較多該公司的產品我會因為環保的理由購買對環境污染較少的產品我不常購買過度包裝的禮品、食品當我選購物品時，我考慮它的必要性、耐久性，不會因為折扣或價格便宜而購物 減量 <ul style="list-style-type: none">我在儲存食物時經常以保鮮盒代替保鮮膜或鋁箔紙我經常會廢水再利用，如以洗米水澆花草樹木我在聚餐、請客或野餐時經常使用瓷器、不銹鋼、玻璃等器具，取代免洗餐具我經常自備購物袋購物
王柏崙 (2007)	綠色消費行為	減量 <ul style="list-style-type: none">即使貼有環保標章的產品比其他產品貴一些，我還是會在經濟能力許可下選購。我不會購買包裝層次繁複的禮品或食品。遇到週年慶的打折活動，購物前我會仔細考量自己是否真正需要這些商品。我會隨時自備茶杯或水壺，而避免使用紙杯、塑膠杯等。除了自己響應，我也會建議親友盡量搭乘大眾運輸工具外出，以減少汽、機車所製造的空氣汙染、交通髒亂 重複使用 <ul style="list-style-type: none">我會重複使用紙袋、塑膠袋或包裝紙。在外自備餐具（例如：環保筷）或購物袋雖然不方便，但我仍會盡力履行。我會使用可更換筆芯的筆或可重複使用的立可帶。為減少環境污染，我會選擇可重複使用的充電式電池。我會鼓勵親友選購再生纖維製成的筆記本
王登再 (2009)	樂活量表	永續環境 <ul style="list-style-type: none">選購商品會以環保為優先。購屋時，會以綠色建築（引用陽光、風、夜間涼氣）為主要條件。平時會注重節能、減碳。

-
- 我會注重地球環境或是工作環境。
 - 熱愛自然，非常擔心自然、地球被破壞。
 - 有助於環保或防止地球暖化，我願意購買較昂貴的商品。

健康飲食

- 飲食會以輕食（少油、少糖、少鹽、少量）為主要考量。
- 飲食會以有機農業（蔬果、稻米）為首選。
- 盡量在家用餐，如需外出飲食會選擇綠色餐廳。
- 購買有機蔬果、農作物時，會注意有機認證。
- 飲食會考量食物哩程、地產地銷等因素。
- 飲食多以蔬果及天然食材。
- 飲食會注重營養均衡。

環保生活

- 購物時，會自備購物袋。
- 購物時，會注意環保商品認制機制（環保、節能）。
- 購車時，會以環保車（低污染）為優先。
- 外出時，會盡量以自行車或是大眾運輸為主要交通工具。
- 生活或工作會考慮從事樂活相關的工作。
- 生活會利用再生能源及可回收產品。

王維靖、侯 樂活生活型態
錦雄、林宗
賢（2011）

綠色生活

- 我力行減少碳排放量，少開冷氣省電費亦省能源
 - 我認為反璞歸真、儉約的生活習慣能讓人心靈充實且對環境有益
 - 我會購買有環保節能標章的商品
 - 我關心環境保育與地球暖化等相關議題
 - 我會確實進行垃圾分類與資源回收
 - 我喜歡種花種草，接觸大自然
 - 我多搭乘大眾運輸工具減少環境汙染
 - 我盡可能會以步行或騎自行車取代騎摩托車或開車
 - 我願意捐款給環境保育相關的基金會或組織
-

附錄二 遊憩體驗偏好量表

Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213.

1. Achievement/Stimulation

1-1 Reinforcing Self-Image

- 1a To gain a sense of self-confidence.
- 1b To develop a sense of self pride.
- 1c To show yourself you can do it.

1-2 Social Recognition

- 2a To have others think.
- 2b To show others you can do it.
- 2c To make a good impression on others.

1-3 Skill Development

- 3a To become better at it.
- 3b To develop your skills and abilities.

1-4 Competence Testing

- 4a To test your abilities.
- 4b To learn what you are capable of.

1-5 Excitement

- 5a To have thrills.
- 5b To experience excitement.
- 5c To experience the fast paced nature of things.

1-6 Endurance

- 6a To test your endurance.
- 6b To gain a sense of accomplishment.

1-7 Telling others

- 7a To tell others about the trip.
- 7b To have others know that you have been there.

2. Autonomy/ Leadership

2-1 Independence

- 1a To feel independence.
- 1b To be alone.

2-2 Autonomy

- 2a To be my own boss.
- 2b To be free to make your own choices.
- 2c To be obligated to no one.
- 2d To do things your own way.
- 2e To think for myself.

2-3 Control-power

- 3a To control things.
- 3b To be in control of things that happen.

3. Risk Taking

- 1a To take the risks.
- 1b To chance dangerous situations.
- 1c To experience the risks involved.

4. Equipment

- 1a To talk to others about your equipment.

- 1b To use your equipment.
- 5. Family togetherness
 - 1a To do something with your family.
 - 1b To bring your family closer together.
- 6. Similar people
 - 6-1 Being with friends
 - 1a To be with members of your group.
 - 1b To be with friends.
 - 1c To do things with your companions.
 - 6-2 Being with similar people
 - 2a To be with others who enjoy the same things you do.
 - 2b To be with people having similar values.
- 7. New people
 - 7-1 Meeting new people
 - 1a To talk to new and varied people.
 - 1b To meet other people in the area.
 - 1c To meet new people.
 - 7-2 Observing other people
 - 2a To be with and observe other people using the area.
 - 2b To observe other people in the area.
- 8. Learning
 - 8-1 General learning
 - 1a To develop my knowledge of things there.
 - 1b To learn about things there.
 - 8-2 Exploration
 - 2a To experience new and different things.
 - 2b To discover something new.
 - 2c To explore the area.
 - 8-3 Geography Study
 - 3a To get to know the lay of the land.
 - 3b To learn about the topography of the land.
 - 8-4 Learn More About Nature
 - 4a To study nature.
 - 4b To learn more about nature.
 - 4c To gain a better appreciation of nature.
- 9. Enjoy Nature
 - 9-1 Scenery
 - 1a To view the scenery.
 - 1b To view the scenic beauty.
 - 9-2 General Nature Experience
 - 2a To be close to nature.
 - 2b To enjoy the smells and sounds of nature.
 - 2c To be where things are natural.
- 10. Introspection
 - 10-1 Spiritual
 - 1a To develop personal spiritual values.
 - 1b To grow and develop spiritually.
 - 1c To reflect on your religious or other spiritual values.
 - 10-2 Introspection
 - 2a To think about your personal values.

- 2b To think about who you are.
- 2c To learn more about yourself.

11. Creativity

- 1a To be creative.
- 1b To do something creative such as sketch, paint, take photos.
- 1c To gain a new perspective on life.

12. Nostalgia

- 1a To think about good times you've had in the past.
- 1b To bring back pleasant memories.
- 1c To reflect on past memories.

13. Physical Fitness

- 1a To get exercise.
- 1b To keep physically fit.
- 1c To feel good after being physically active.

14. Physical Rest

- 1a To relax physically.
- 1b To rest physically.

15. Escape Personal-Social-Pressures

15-1 Tension Release

- 1a To help get rid of some clutched-up feelings.
- 1b To release or reduce some built-up tensions.

15-2 Slow Down Mentally

- 2a To have your mind move at a slower pace.
- 2b To give your mind a rest.

15-3 Escape Role Overloads

- 3a To get away from the usual demands of life.
- 3b To avoid everyday responsibilities for awhile.
- 3c To reduce the feeling of having too many things to do.

16. Escape Physical Pressure

16-1 Tranquility

- 1a To experience tranquility.
- 1b To experience solitude.
- 1c To experience the peace and calm.
- 1d To be where it is quiet.

16-2 Privacy

- 2a To feel isolated.
- 2b To be on my own.
- 2c To get away from other people.
- 2d To have more privacy than you have back home.

16-3 Escape Crowds

- 3a To be away from crowds of people.
- 3b To experience more elbow room.
- 3c To get away from crowded situations for awhile.
- 3d To experience the open space.

16-4 Escape Physical Stressors

- 4a To get away from the clatter and racket back home.
- 4b To get away from the noise back home.

17. Social Security

- 1a To be near considerate people.
- 1b To be with respectful people.

18. Teaching- Leading Others

18-1 Teaching-Sharing Skills

- 1a To teach your outdoor skills to others.
- 1b To share what you have learned with others.
- 1c To share your skill and knowledge with others.

18-2 Leading others

- 2a To help direct the activities of others.
- 2b To lead other people.

19. Risk Reduction

19-1 Risk Moderation

- 1a To be with others if you needed them.
- 1b To know that others are nearby.

19-2 Risk Avoidance

- 2a To be sure of what will happen to you.
- 2b To avoid the unexpected.



附錄三 正式問卷

日期：100 年 月 日 地點：

您好：

首先感謝您接受本次問卷調查，此為對於旅遊活動偏好、旅遊地點選擇與遊憩體驗之研究，您所表達的訊息僅供學術研究使用，絕不對外公開，請您安心作答，再次感謝您的參與。祝您 順心如意 旅遊平安

東海大學景觀學系暨研究所
指導教授：黃章展 博士
研究生：袁 蓉 敬上

【第一部分】此部分題項是用來了解當您在進行旅遊活動時對於各項條件的看法，請勾選您對下列各項敘述形容詞之傾向程度。

強<———— 普通 ————>強

1. 在旅遊景點內的道路情形，我傾向於……
如：石子路、木棧道 _____ 如：水泥道路、柏油道路
2. 在住宿設施的提供上，我傾向於……
簡便的設施 _____ 豪華的設施
3. 在旅遊景點進行遊覽時，我傾向……
有解說員的深入解說 _____ 沒有解說員，自行參觀
4. 在餐飲的選擇上我傾向於……
選擇有機飲食或生機飲食 _____ 不會刻意選擇
5. 在購買物品上我傾向於……
購買有環保標章認證的產品 _____ 不會刻意選擇
強調對環境無害但較昂貴 _____ 不會刻意選擇
強調具有當地特色 _____ 不會刻意選擇
包裝簡單樸素 _____ 包裝複雜精緻
自備購物袋 _____ 商家提供的塑膠袋
6. 我旅遊的目的傾向於…
深度體驗當地自然生態 _____ 景色風光瀏覽
深度體驗當地文化 _____ 採買特產紀念品
7. 旅遊活動的行程安排上，我傾向於……
自行安排行程 _____ 由旅行社安排行程
8. 我期望在旅遊景點進行活動時，與其他遊客接觸程度為……
沒有或很少接觸的 _____ 接觸頻繁的
9. 在餐廳的選擇上我傾向於……
標榜綠色餐廳或有機餐廳 _____ 不會刻意選擇
10. 在安排行程時，我傾向選擇……
離家較近的旅遊景點 _____ 離家較遠的旅遊景點
11. 在旅遊景點進行旅遊活動前，對當地環境的了解是？
非常了解 _____ 完全不了解
12. 在餐具的使用上我傾向於……
自行攜帶餐具 _____ 不會自行攜帶餐具
使用環保餐具 _____ 使用免洗餐具
13. 在住宿的選擇上我傾向於……
選擇有環保認證的旅館或民宿 _____ 不會刻意選擇
14. 在飲食特色的選擇上我傾向於……
具有當地風味 _____ 具異國風味
15. 在前往旅遊景點時，交通工具的選擇上我傾向於……
自行車/大眾運輸系統 _____ 自行開車前往
16. 在時間有限時，遊程規劃上我傾向於……
停留較少的景點， _____ 停留較多的景點，
每景點停留時間長 _____ 每景點停留時間短
17. 在住宿特色的選擇上我傾向於……
強調當地特色 _____ 具國際特色

18. 在旅遊景點進行遊憩活動時，與當地居民接觸程度，我傾向於……
 沒有或很少接觸的 _____ 接觸頻繁的
19. 旅遊的性質我傾向於……
 我是個別/小團體的散客 _____ 我是團體旅遊的遊客
20. 在餐飲的偏好上我傾向於……
 以蔬果及天然食材為主 _____ 以肉類為主
 當季的蔬菜 _____ 進口的或非當季的蔬菜
21. 在獲得景點旅遊資訊的管道上，我傾向於……

 口耳相傳 網站報章雜誌 尋求旅行社提供
22. 住宿時，在個人用品(如牙刷、牙膏)的使用上我傾向於……
 自行攜帶 _____ 由民宿/旅館/飯店提供

體驗前的期望程度					【第二部分】 以下問題請就您目前所在的地點，就體驗前的期望程度與實際體驗後的感受，依照您的意見分別在左、右邊的□勾選您對該問項的認同程度。	實際體驗後的感受程度				
非常不期望	不期望	普通	期望	非常期望		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. 可以在這裡觀察到其他人的行為	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. 可以享受自然環境的聲音與氣息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. 可以得到生態保育的觀念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. 可以與相同價值觀的人相處	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. 可以讓我的心智獲得休養	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. 可以觀察到當地居民日常的生活型態	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. 可以體驗遠離人群之孤獨感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. 可以暫時躲開每天所要負擔的責任與工作	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9. 可以瀏覽湖泊風光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10. 可以與當地居民接觸聊天	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11. 可以體驗與自然的融合感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12. 可以挑戰體能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13. 可以與朋友相處	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14. 可以體驗平靜與安寧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15. 可以與相同類型的人相處	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16. 可以選購當地紀念品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17. 可以暫時逃避擁擠的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18. 可以欣賞原生林木、觀察蟲鳥生態	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19. 可以不受其他從事不同活動者的干擾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20. 可以品嚐當地風味餐點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21. 可以在這裡認識新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	22. 可以增長生態知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23. 可以放鬆我的身體	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24. 可以增長文化知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	25. 可以運動健行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26. 可以暫時逃離我日常的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27. 可以欣賞傳統歌舞表演	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【第三部分】基本資料

- 1 性別： 男 女
- 2 年齡： 19 歲以下 20-29 歲 30-39 歲 40-49 歲 50-59 歲 60 歲以上
- 3 教育程度： 國中(含以下) 高中職 大專院校 研究所以上
- 4 職業： 農林漁牧 工 商 軍公教 家管
 自由業 學生 服務業 無(含退休者)
- 5 家庭狀況： 未婚 已婚(無小孩) 已婚(有小孩) 其他
- 6 目前居住地： 北部地區(基隆、台北、桃園、新竹、苗栗)
 中部地區(台中、彰化、南投、雲林)
 南部地區(嘉義、台南、高雄、屏東)
 東部地區(宜蘭、花蓮、台東)
 離島(澎湖、金門、馬祖、綠島等)
 外籍(國家、地區) _____ (請填寫)
- 7 到此景點的交通工具： 自用客車 機車 遊覽車 大眾運輸工具(火車、客運)
 其他 _____ (請填寫)
- 8 本次旅遊的資訊來源： 曾經來過 傳媒宣傳(電視、報章、書籍等) 旅行社行程
 親友介紹 折頁宣傳 網路 其他 _____
(可複選)
- 9 同伴性質： 單獨前來 同學或朋友 公司或團體 親戚或家人 其他 _____
(可複選)
- 10 同遊人數： _____ 人
(含自己)
- 11 日月潭旅遊天數： 當天來回 1 至 2 天 3 至 4 天 5 天以上
- 12 過去五年到此景點的次數： 1 次 2-4 次 5 次以上
- 13 您此次選擇此景點的原因？ 無，是偶然來此 有原因，目的為 _____

再次感謝您的協助，祝您有個愉快的假期