

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

以計畫行為理論探討綠色旅遊行為意圖的影響因子

A Study on Exploring Tourists' Green Tourism Intention by
Applying the Theory of Planned Behavior

呂佩貞

Pei-Chen Lu

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

以計畫行為理論探討綠色旅遊行為意圖的影響因子

A Study on Exploring Tourists' Green Tourism Intention by

Applying the Theory of Planned Behavior

研究生：呂佩貞

經考試合格特此證明

口試委員：戴錦周
鄭佳懿
丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 109 年 6 月 8 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
108學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：以計畫行為理論探討綠色旅遊行為意圖的影響因子

研究生：呂佩貞

指導教授：丁誌紋博士

論文摘要內容：

根據 2018 年聯合國氣候談判準備會議指出：全球的旅遊業所產生的溫室氣體總排放量，相當於全球總排放的 8%。因此綠色旅遊之議題值得探究。故以「計畫行為理論」探究遊客從事綠色旅遊之影響因子。研究採用問卷調查法，主要以「兩年內曾進行過兩天一夜以上的旅遊經驗之遊客」為調查對象，採用便利抽樣，以 Likert 五點式量表衡量之。共計取得 445 份問卷，實得有效問卷 430 份，並運用 SPSS 以及結構方程模組 (SEM) 來進行資料分析與假設的驗證。本研究結果發現：

1. 遊客從事綠色旅遊的「認知」對其「態度」有正向顯著影響。
2. 遊客從事綠色旅遊的「態度」對其執行綠色旅遊的「行為意圖」呈現正向顯著影響。
3. 遊客從事綠色旅遊的「主觀規範」對其執行綠色旅遊的「行為意圖」呈現正向顯著影響。
4. 遊客行綠色旅遊的「知覺行為控制」對其「行為意圖」沒有顯著影響。
5. 遊客行綠色旅遊之「行為意圖」對其「實際行為」之影響為正向顯著。
6. 遊客從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對「實際行為」呈現正向顯著影響。

研究結果希望能提供給予政府單位、以及綠色團體單位、以及旅遊觀光業者及未來的研究者參考。

關鍵詞：綠色認知、消費態度、主觀規範、知覺控制、行為意圖

Title of Thesis : A Study on Exploring Tourists' Green Tourism

Intention by Applying the Theory of Planned Behavior

Name of Institute : Master program in Tourism management,

Department of Tourism Management , Nanhua

University

Graduate Date: June 2020

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Pei-chen Lu

Advisor: Chih-Wen Ting , Ph.D.

Abstract

According to the 2018 United Nations Climate Negotiation Preparation Conference, the global greenhouse gas emissions generated by the global tourism industry are equivalent to 8% of the global total emissions. Therefore, the issue of green tourism is worth exploring. In this study, we use the "the Theory of Planned Behavior" to explore the factors that influencing tourists to engage in green tourism. The questionnaire survey was used in the study, which mainly focused on "tourists who had travel experience of more than two days and one night in two years", using convenience sampling and measured by Likert 5-point scale. Distributed totally 445 questionnaires, 430 valid questionnaires were obtained, SPSS and Structural Equation Modeling (SEM) were used to analyze the data and verify the hypothesis. The results of this study found that:

1. The "cognition" of tourists engaged in green tourism has a positive and significant impact on their "attitude".
2. The "attitude" of tourists engaged in green tourism has a positive and

significant impact on the "behavior intention" of implementing green tourism.

3. The "subjective norms" of tourists engaged in green tourism have a positive and significant impact on the "behavior intention" of implementing green tourism.
4. The "perceived behavior control" of tourists engaged in green tourism has no significant effect on "behavior intention".
5. The impact of tourists' "intention to conduct" in green tourism on "actual behavior" is positively significant.
6. The "perceived behavior control" of tourists engaged in green tourism has a positive and significant impact on "actual behavior".

The results of the study hope to provide reference for government units, green group units, tourism and tourism companies and future researchers.

Keywords: green cognition, green consumption attitude, subjective norms, perceptual control, behavioral intention

目 錄

中文摘要	I
Abstract	II
目 錄	IV
圖目錄	VII
表目錄	VIII
一、緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究對象	3
1.4 研究流程	3
二、文獻探討	5
2.1 綠色旅遊相關	5
2.1.1 有關永續旅遊	5
2.1.2 有關低碳旅遊	6
2.1.3 有關生態旅遊	6
2.1.4 有關綠色旅遊	7
2.2 計畫行為理論	9
2.2.1 理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)	9
2.2.2 計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB).....	10
三、研究方法	13
3.1 研究架構與假設	13
3.2 問卷設計	14
3.3 問卷調查	15

3.3.1 問卷研究對象.....	15
3.3.2 樣本.....	16
3.4 資料分析處理.....	16
3.5 前測預試結果.....	16
四、資料分析與討論.....	17
4.1 信效度分析.....	18
4.1.1 綠色認知之因素分析.....	18
4.1.2 綠色消費態度之因素分析.....	19
4.1.3 主觀規範之因素分析.....	20
4.1.4 知覺行為控制之因素分析.....	20
4.1.5 行為意圖之因素分析.....	21
4.1.6 實際行為之因素分析.....	22
4.2 樣本基本資料分析.....	23
4.2.1 資料回收狀況.....	23
4.2.2 個人基本資料分析.....	23
4.3 敘述性統計分析.....	27
4.3.1 綠色認知分析.....	27
4.3.2 綠色消費態度分析.....	28
4.3.3 主觀規範分析.....	29
4.3.4 知覺行為控制分析.....	29
4.3.5 行為意圖分析.....	30
4.3.6 實際行為分析.....	31
4.4 差異分析.....	31
4.4.1 性別對各個構面之差異分析.....	31

4.4.2 年齡對各個構面之差異分析	32
4.4.3 教育程度對各個構面之差異分析	35
4.4.4 最常從事的旅遊型態對各個構面之差異分析	37
4.4.5 最常與何人共同旅行對各個構面之差異分析	38
4.4.6 旅遊頻率(兩天一夜以上)對各個構面之差異分析	39
4.4.7 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各個構面之差異 分析	41
4.4.8 平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的交通預算對各個構面之差異 分析	44
4.4.9 平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的餐飲預算對各構面之差異分 析	46
4.5 測量及路徑模型分析	49
4.5.1 本研究模型之配適度評鑑	49
4.5.2 各構面一階驗證性分析	50
4.6 整體結構模型分析	52
4.7 整體模型路徑分析	53
五、結論與建議	58
5.1 研究結論	58
5.2 研究建議	59
5.3 研究限制	60
參考文獻	61
中文文獻	61
英文文獻	64
附錄(問卷)	66

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖	4
圖 2.1 理性行為理論架構圖	10
圖 2.2 計畫行為理論架構圖	12
圖 3.1 研究架構圖	13
圖 4.1 研究結構模式概念圖	49
圖 4.2 整體模式路徑圖	54



表目錄

表 3.1 問卷題項設計與參考來源.....	14
表 3.2 前測因素分析表.....	17
表 4.1 綠色認知之因素分析表.....	19
表 4.2 綠色消費態度之因素分析表.....	20
表 4.3 主觀規範之因素分析表.....	20
表 4.4 知覺行為控制之因素分析表.....	21
表 4.5 行為意圖之因素分析表.....	22
表 4.6 實際行為之因素分析表.....	23
表 4.7 樣本基本資料分析(樣本數：430).....	25
表 4.8 綠色認知敘述性統計分析表(樣本數=430).....	28
表 4.9 綠色消費態度敘述性統計分析表(樣本數=430).....	28
表 4.10 主觀規範敘述性統計分析表(樣本數=430).....	29
表 4.11 知覺行為控制敘述性統計分析表(樣本數=430).....	30
表 4.12 行為意圖敘述性統計分析表(樣本數=430).....	30
表 4.13 實際行為敘述性統計分析表(樣本數=430).....	31
表 4.14 不同性別對遊客進行綠色旅遊時各個構面的差異分析表	32
表 4.15 年齡對各個構面的單因子變異數分析表.....	33
表 4.16 教育程度對各個構面的單因子變異數分析表.....	36
表 4.17 遊客最常從事的旅遊型態對各個構面的單因子變異數分析表 ...	37
表 4.18 遊客最常與何人共同旅行對各個構面的單因子變異數分析表 ...	38
表 4.19 兩天一夜以上的旅遊頻率對各個構面的單因子變異數分析表 ...	40
表 4.20 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各個構面的單因子變異數分析表.....	43

表 4.21 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的交通預算對各個構面的單因子變異數分析表.....	45
表 4.22 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的餐飲預算對各個構面的單因子變異數分析表.....	48
表 4.23 模型適配度評鑑表.....	50
表 4.24 各個構面之間的一階驗證性收斂效度分析表.....	51
表 4.25 整體模式適配度指標評鑑表.....	53
表 4.26 SEM 整體模式路徑分析表.....	57



一、緒論

1.1 研究背景與動機

隨著台灣的經濟產業結構改變，臺灣從民國 87 年一月起，公務機關人員首先實施每月二次週休二日，也就是所謂的「隔週休二日」政策，之後又在民國 90 年一月起執行「週休二日」，而此政策提升了國人之生活品質、也活絡了觀光休閒事業、亦增加許多休閒性的消費，具有許多正面功能。因此國人也有越來越多的時間可以安排從事兩天以上的戶外遊憩活動，同時間也帶動國內旅遊風潮。

依交通部觀光局調查資料顯示，2018 年國人國內旅遊次數總計 1 億 7,109 萬旅次，而在國內的旅遊比率也高達 91.2%，國人每人國內的旅遊的平均次數為 8.09 次，每人每次停留的平均天數為 1.49 天，每人每次旅遊費用平均為新臺幣 2203 元，國人國內旅遊總費用為新臺幣 3769 億元；在國人出國的人次方面，2018 年國人出國總人次為 16,644,684 人次與 2017 年相較之下成長了 6.32%(交通部觀光局，2019)。由此數據可知：國人對旅遊休閒活動的重視，可見旅遊現在已成為多數的國人生活中不可缺少的重要活動之一。

而觀光業可以說是這幾年全球皆力推的產業之一，聯合國世界旅遊組織發布消息表示：2019 年全球創造了 15 億國際觀光客的新紀錄(United Nations World Tourism Organisation, [UNWTO], 2020)。全球的觀光產業蓬勃迅速發展，觀光一業已成為驅動各國經濟發展的重要動力，特別是開發中國家，更是他們的主要收入來源。根據報導指出，在全球每 10 份工作中，就有 1 份工作是與觀光產業的相關行業，顯而易見，觀光產業目前已變成世界各國都競相發展的重要產業。然而旅遊中的種種能源及資源的使用，皆難以避免地造成生態環境的負荷。但是各國政府常喊的口

號不外乎：觀光是無煙囪產業，對環境最為友善，不過「聯合國第 24 屆氣候談判準備會議」也公布了最新的研究報告並指出：全球的旅遊業所產生的溫室效應氣體的總排放量，相當於全球溫室氣體總排放的 8%。毫不客氣地打臉這個長久以來的老舊觀念。

全球觀光產業蒸蒸日上，我們在面對觀光產業帶來如此龐大的產值中，同時也代表著溫室氣體排放量的增加。孫雅彥(2014)提到：為了界定遊客在旅遊消費的過程中而產出的溫室氣體總排放量，我們有了新的名詞：觀光碳足跡，其中包含了「直接碳排放量」與「間接碳排放量」。其中「直接碳排放量」即指觀光業者，舉凡運輸、餐飲、住宿、娛樂、旅行服務、紀念品販售之零售者與製造者等所產生的溫室氣體。然而隨著全球的環境變遷，及氣候變化，進而造成自然資源耗竭及生態惡化的問題慢慢地一一浮現，環境、永續、環保、綠色等議題便逐漸受到更多的重視。

目前全球已興起的綠色節能減碳風潮，而此風潮也逐漸吹往觀光旅遊業，進而發展出山野鄉林的生態旅遊、抑或者是以各種環保且能降低碳排放量的方式來進行旅遊。綠色旅遊的概念類似生態旅遊但又有些不同，讓遊客在從事旅行的過程中能真正實踐對環境友善的行為、並能讓環境生態永續發展。因此如何兼顧旅遊樂趣與保護環境，儼然已成為一個重要的議題。

基於以上所述，提出了以「計畫行為理論」為架構，探究遊客進行綠色旅遊之行為意圖之影響因子。藉由本研究結果之影響因子以提供政府、綠色相關團體做後續推動綠色旅遊發展之參考。

1.2 研究目的

本研究目的在於瞭解影響遊客從事綠色旅遊的因子，並且以「計畫

行為理論」進行探究，再結合上述觀光旅遊之背景與研究動機，因此發展出以下的研究目的，以下分述之：

1. 探討遊客的綠色認知是否影響其綠色消費態度。
2. 探討遊客的綠色消費態度是否影響其從事綠色旅遊之行為意圖。
3. 探討遊客的主觀規範是否影響其從事綠色旅遊之行為意圖。
4. 探討遊客的知覺行為控制是否影響遊客從事綠色旅遊之行為意圖。
5. 探究遊客知覺行為控制對其從事綠色旅遊的實際行為之影響。
6. 探討遊客執行綠色旅遊的行為意圖對實際行為的影響。

1.3 研究對象

根據勞動基準法：雇主不得僱用未滿十五歲之人從事工作，十五歲以上未滿十六歲之受僱從事工作者，為童工。故 16 歲以下孩童無任何經濟自主的能力。而民法現行條文規定：滿七歲以上之未成年人，有限制行為能力。未成年人已結婚者，有行為能力。

故研究對象設立為年齡達 16 歲以上，且兩年內曾進行過兩天一夜以上的旅遊經驗之遊客。

1.4 研究流程

在確立研究目的與題目後，透過有關的文獻回顧、再建立研究之架構並擬定研究之假設，接著著手於問卷設計。以問卷調查法收集問卷後，將資料進行整理後予以分析，再針對本研究之目的與假設，將資料分析結果統整並且討論，做出結論後再具體提出建議。研究的流程步驟依下圖 1.1 所示：

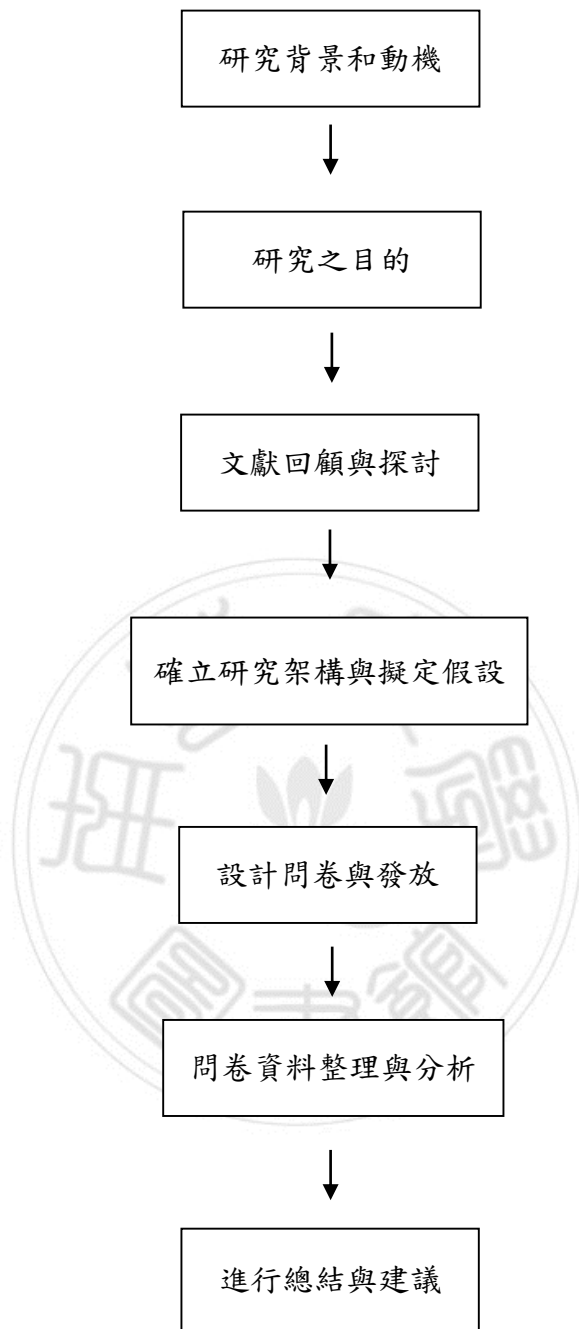


圖 1.1 規劃研究流程圖
資料來源：本研究整理

二、文獻探討

2.1 綠色旅遊相關

2.1.1 有關永續旅遊

根據國家地理雜誌對永續旅遊 (Sustainable Tourism) 的解釋是指透過某種有層次的觀光活動，讓旅遊當地的地方經濟、社會文化以及自然環境皆產生平衡獲利，更進一步可讓當地的旅遊環境及事業得以長久永續繁榮發展(余慕薌，2018)。

聯合國世界旅遊組織(UNWTO, 2020)在網站宣布「永續旅遊」的概念性定義中提到：永續旅遊的發展原則可以適用在任何的觀光景點、以及任何的旅遊形式。永續旅遊的原則關乎到環境、經濟還有社會文化，目的在追求這三個面向之平衡發展來確保其永續性。而在 Making Tourism More Sustainable(UNEP and UNWTO, 2005)一書裡更指出永續旅遊應該用最合適的方法來運用環境的資源是構成旅遊發展的主要元素，保持基本必要的生態並幫助保存自然的遺產和生物的多樣性。尊重社區當地原本的社會文化，維護當地過去建立並且繼續存在的文化遺產和其傳統價值，同時協助不同的文化之間的理解與包容。確保可行的長期經濟運作，提供社會經濟福利公平的分配給所有的利益相關的人，包含對當地的社區裡提供穩定的就業機會以賺取收入、社會服務，且可減少貧窮之貢獻。

依據上述有關永續旅遊的觀點，本研究把永續旅遊之概念定義為：以保護環境的前提之下，設法再降低旅行時對生態環境和整體社會的影響，同時也促進旅遊當地的經濟發展，而其永續旅遊之精神在於資源、當地居民之利益與旅遊環境得以永續維繫

2.1.2 有關低碳旅遊

有關於低碳旅遊，國內外許多學者皆對低碳旅遊提出定義，如：曾筱嵐（2010）認為，所謂低碳旅遊就是期望在遊程中能減少碳排放量，且藉由植樹吸收二氧化碳以達碳中和的目的，創造遊程零碳排放量、讓地球無負擔的旅遊新方式。Simpson, Gossling, Scott, Hall 與 Gladin(2008)認為低碳旅遊就是遊客藉著決定旅遊地點、環保的交通工具、具有環保認可的民宿，以及吃在地飲食或食用有機食物…等，以達較少的二氧化碳排放量。林政逸(2011)則認為：低碳旅遊即指遊客在旅程裡，把各種旅遊產生的消費行為，如：行、住、食等，所產出之碳排控制在合理的水平，以達減少碳排的一種新型旅遊消費模式。郭乃文、程金保（2010）認為低碳旅遊是重視因觀光旅遊所產生的碳足跡，降低旅遊活動所需之能源消耗，以減少 CO₂ 的排放。

如此的旅遊方式，是透過事先的路線規劃以及選擇最低碳排放的交通接駁、食用當季當地的餐飲，使低碳旅遊之遊客體驗更深層的當地人文文化，而遊客及當地人員(如：社區、商家、鄉鎮區、村里、居民)在參與低碳旅遊的同時，也因為認識了低碳行為、參與低碳行為到落實低碳環境的營造過程中，帶動當地觀光產業朝向低碳轉型，如此一來可為當地帶來更多的觀光人潮及低碳商機。

綜觀以上對低碳旅遊之概念，本研究整合以上資料，將低碳旅遊詮釋為：著重在旅程中，遊客自身的行為、交通方式的選擇、遊憩地點的選擇、住宿的選擇與盥洗用品的使用習慣、飲食習慣(也包括使用環保餐具)採取低碳措施，以降低旅遊所帶來的環境衝擊與負荷。

2.1.3 有關生態旅遊

生態旅遊最早一詞可追溯於 1965 年在 Links 雜誌裡，美國柏克萊大

學學者 Nicholas Hetzer 談論有關傳統的觀光方式對發展中國家所造成的影響，同時提出了「生態旅遊」的概念，當時 Hetzer 只提出四個原則：1.對自然環境最少的衝擊 2.對在地文化的尊重 3.促進當地達到最高的經濟效益 4.使遊客獲得最大的遊憩體驗(Hetzer, 1965)。此後，許多學者或組織繼相提出對「生態旅遊」的論述與看法。

國際生態旅遊學會(The International Ecotourism Society, TIES, 2015)在 2015 年對生態旅遊下了新的定義：在大自然區域內進行負責任的旅行，兼顧環境保育，且保護當地住民的福利，並要有解說及教育的引導。而教育引導應包含旅遊業者與遊客雙方。洪于婷、陳冠位、謝琦強、張曜麟(2010)則認為：生態旅遊不只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，而是以環境教育為方式，同時也連結當地居民的社會責任，並配合適當的機制，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。行政院公布的生態旅遊白皮書(2004)裡，談到生態旅遊是「一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為最終目標」，且提出三項原則：1.旅遊地點為較原始區域；2.提供環境教育以增加環境認知；3.關懷當地社區，並把旅遊所帶來的負面衝擊降到最低。

彙整以上之論述，本研究認為生態旅遊就是一種負責任的旅遊，以當地自然生態環境資源及人文背景為導向，而遊客的學習與體驗為主要精神，讓遊客體認到獲得當地行程的體驗和知識內涵更為寶貴。

2.1.4 有關綠色旅遊

綠色旅遊這個概念的起源最早可追溯到 1973 年，英國成立了「綠色觀光計畫」(Green Tourism Business Scheme, GTBS)，當時就使用綠色旅遊做為其計畫名稱，計畫裡面點出了環境的惡化以及進行綠色旅遊的重

要性(引自於林子閔，2006)。Arwel Jones (1987)認為綠色旅遊是指人們離開長久居住的地方，去踏尋鄉林休閒的旅遊活動。Swarbrooke (1999)指出，綠色旅遊這個名詞從 1980 年代晚期開始廣泛地被使用。而現今，葉孟靄(2013)提到聯合國環境署(UNEP)認為所謂的綠色旅遊，就是讓遊客在旅行中實踐永續發展、行為對環境友善，同時達到節能減碳的效果，也增加綠色旅遊的相關業者，推廣更多在地的產品。遊客、飯店旅館、景點旅遊地的管理者、旅行社業者和領隊導遊在內，都是綠色旅遊的參與者。

多倫多綠色旅遊協會與台灣綠色旅遊協會均將綠色旅遊的概念導入綠色旅遊的遊程體驗裡，包括「食、衣、住、行、育、樂、購」的活動。綠色旅遊是一種在鄉村地區進行的旅遊活動，並且從事對環境、自然、當地文化和社區無害的旅遊行為，體驗鄉村地區的自然、人文、生活，與當地居民接觸交流（侯錦雄，2011）。

2010 年 7 月成立的「台灣綠色旅遊協會」也定義了綠色旅遊：旅客以對環境衝擊最小的旅遊形態，以「節能減碳」的精神，體驗「生態人文」的遊程體驗。此外也提出綠色旅遊在食、衣、住、行、育、樂、購的建議。

在「食」的方面：用餐以環保有機與當季在地食材為原則，降低土地污染及減少運輸的耗費。「衣」的方面：著輕便環保功能的服裝，舒適透氣，以減量行李降低運送及清洗，減少耗能。在「住」的方面：要有環保減能的觀念，也優先使用當地建材及僱用當地員工之綠色旅館。而「行」的部分：旅遊期間優先選擇大眾運輸工具、單車或健行、低碳節能的交通工具。「育」的方面：尊重大地，不去違反大自然，以環保 3R(Reduce、Reuse、Recycle)的精神與旅遊地共處。在「樂」的方面：走

入山海城鄉、社區聚落、農場森林、田野濕地去關心環境生態及人文風情。

「購」：購買旅遊當地農特產及工藝紀念品，以增加當地業者收益，又可以減少運輸耗能。「公益」：可在遊程中加入有益於降低碳排的活動如公益植樹、獎勵措施、綠色教室等以具體行動推動綠遊及環保觀念…(台灣綠色旅遊協會，2013)。

綜合以上文獻所述，當遊客在執行綠色旅遊的過程中，可能會同時出現：永續旅遊、低碳旅遊、生態旅遊、及綠色旅遊的形式結合而成。例如：身著輕便環保的服裝、自備環保餐具、在當地購物消費時使用自備的環保袋、騎單車出發或是搭乘大眾運輸工具、住在有環保標章，或是提倡節能減碳的綠色旅館、在旅遊住宿未滿三天不主動要求更換床單、帶著自行準備的盥洗用具而非使用旅館所提供的一次性盥洗用品、食用當地當季的在地美食、體驗並尊重當地的生態環境和風土民情…等，都是充分的表現綠色旅遊的精神。

因此本研究認為綠色旅遊即是：旅遊過程中，遊客在各方面都以節能減碳的方式進行、體驗當地的生態及尊重當地的人文、購買當地特色產品，並且達到最小的環境衝擊。

2.2 計畫行為理論

2.2.1 理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)

Fishbein 與 Ajzen 在 1975 年提出了理性行為理論，此理論的基礎是來自於社會心理學，理論中提到人類基本上所做的決定，都是以理性為出發點，並且人類能夠有系統化的利用自己所得到的各種資訊；也就是說，人們是理性的個體，所以在實際執行某個行為之前，人們會先思考此行為本身之價值、意義以及執行此行為後所帶來的結果，理論假設「行

為的產生是源於個人的意志控制」，這個理論是用來瞭解、預測個人的行為意圖和最後決策。根據這個理論，個人的行為意圖會決定個人的實際行為表現，而行為意圖是由該行為之態度與主觀規範所造成的。此理論提出兩個假設：

1. 個人多數的行為發生都在本身的意志控制之下，且合乎理性，意指行為是可以由個人意志所完全控制。
2. 個人對某行為之行為意圖，是該行為產生與否的立即性的關鍵因素。

此關係可以下列線性公式表示，理論架構如圖 2.1 所示：

$$B \sim BI = w_1 AT + w_2 SN$$

B (Behavior)：個人的某種行為。

BI (Behavioral Intention)：個人採取某種行為之意圖。

AT (Attitude toward the Behavior)：個人對於採取某種行為之態度。

SN (Subjective Norm)：個人對採取某種行為之主觀規範。

w1、w2：分別為態度及主觀規範的相對加權。

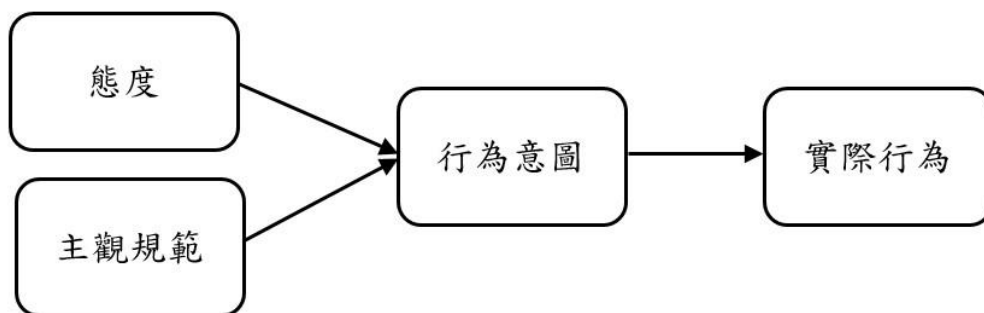


圖 2.1 理性行為理論架構圖

資料來源：Fishbein & Ajzen (1975)

2.2.2 計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)

Ajzen (1985) 發現理性行為理論無法合理解釋「個人的行為並非完全受到個人理性的控制」，理性行為理論假設「個體是否採取某種行為」乃

是完全出自於自己意願控制，許多的外在因素卻被忽略，這些因素也會影響個人意圖的可控制程度。事實上，個人的行為表現常常也並非全部出自自我意願。因此 Ajzen(1991)修正了理性行為理論，進而另外提出了計畫行為理論，在態度與主觀規範外，還增加了「個人對外在環境控制能力」的知覺行為控制變項，意指個人知覺到執行某一行為的容易程度或困難程度，也就是反應了個人過去經驗和所預期的阻礙。

提出此計畫行為理論後，相較於理性行為理論更受到學者們的重視，且此理論也被認定為是較完整的行為意圖模式。在許多實證研究結果後顯示，計畫行為理論的預測能力確實較理性行為理論來得高。而其理論架構如圖 2.2 所示。以下就計畫行為理論之各項因素分項說明之：

1. 態度

指的是個人對某特定想法或特定對象所呈現出喜歡或者不喜歡的持續性評估，憑著態度的展現可預測其可能的個人行為；換句話說，當個人對特定行為展現出的態度越發正向，個人的行為意圖亦越高；反之展現出的態度越趨負向，個人的行為意圖則也隨之越低。Ajzen(1985)指出，若態度與行為意圖越趨特定與具體時，即可觀察出兩者之間的相關程度越趨明顯，換言之，當我們對某種行為所持有的態度越正面時，我們會從事該行為的機率就越高，因此我們可以透過個人態度來預測其行為意圖。

2. 主觀規範

意指個人在執行某種特定行為的同時所感受到的社會壓力，即個人知覺到重要他人或重要團體，如父母親、配偶或伴侶、親戚朋友、同事…等，認為他應否執行該特定行為的壓力來源。若正向主觀規範越強烈，越容易促使其產生執行該行為之行為意圖。

3. 知覺行為控制

在個人欲執行某種特定行為時，除了個人意圖外，其中還可能會受到其他非理性的因素所產生影響，如金錢、資訊、時間、技術、能力、機會…等，個人不一定能控制這些外在的因素所帶來的影響，即使個人產生想從事某特定行為的意圖，也會因缺乏控制這些外在因素之能力，而無法實際從事該行為。因此知覺行為控制可分為自我個人意志和外在資源的影響，兩者都可能會直接的影響實際行為。

4. 行為意圖

指個人欲執行某種特定行為的程度，也就是說在抉擇行為表現的決定過程中，個人對於自己做出此行為的動機；行為意圖可說是解釋及預測個人之行為表現的最佳變數。

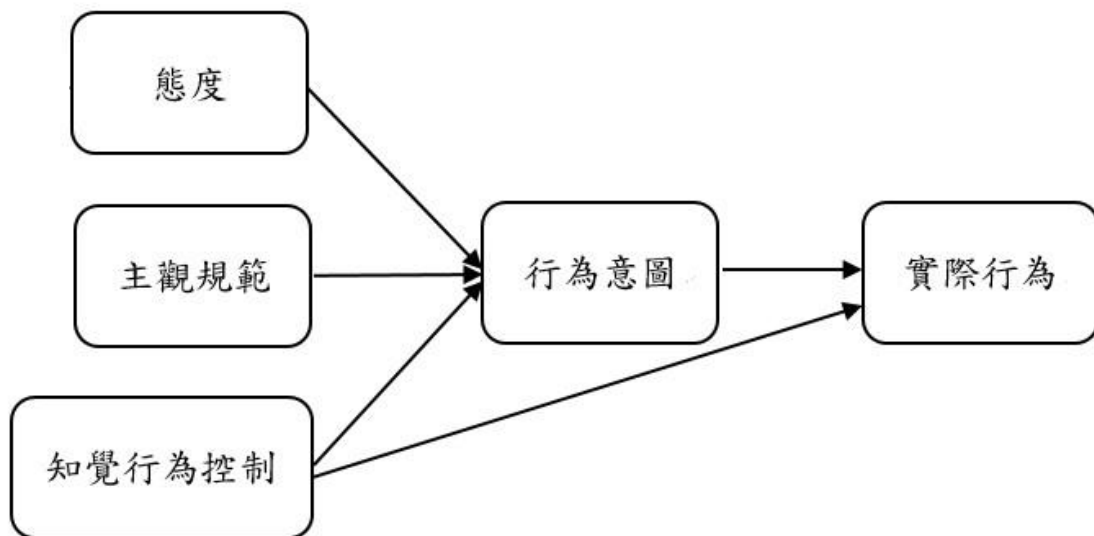


圖 2.2 計畫行為理論架構圖

資料來源：Ajzen(1991)

三、研究方法

3.1 研究架構與假設

根據本研究第一章所表述的背景與動機、第二章呈現的相關文獻探討，依計畫行為理論為基礎，依照本研究主題進一步將計畫行為理論的「態度」修改為「綠色消費態度」，欲瞭解「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」三個構面是否影響遊客從事綠色旅遊之行為意圖及實際從事綠色旅遊之行為，擬構出研究架構圖，如下圖 3.1：

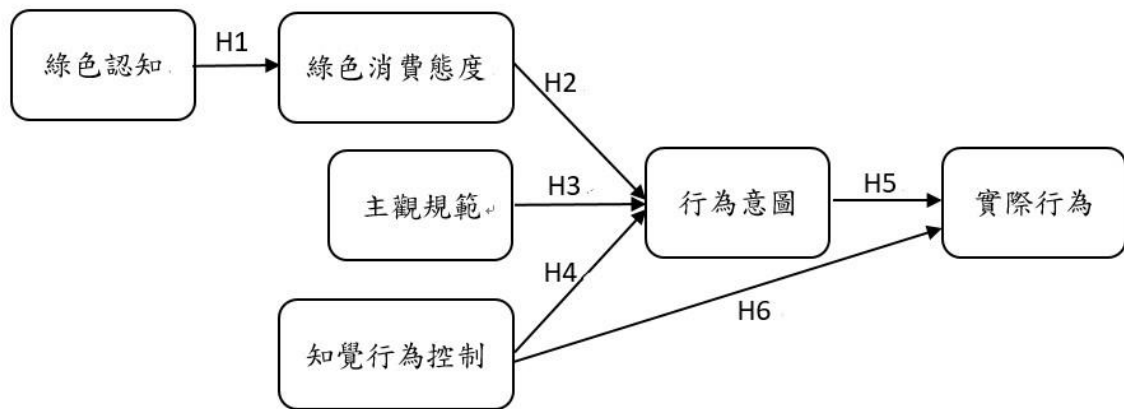


圖 3.1 研究架構圖
資料來源：本研究整理

根據以上之研究架構圖，擬出本研究之研究假設，並分述如下：

H1：遊客的「綠色認知」對其參與綠色旅遊的「綠色消費態度」有正向顯著影響。

H2：遊客的「綠色消費態度」對其參與綠色旅遊的「行為意圖」有正向顯著影響。

H3：遊客從事綠色旅遊的「主觀規範」對參與綠色旅遊之「行為意圖」有正向顯著影響。

H4：遊客從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對參與綠色旅遊之「行為意

圖」有正向顯著影響。

H5：遊客從事綠色旅遊的「行為意圖」對參與綠色旅遊之「實際行為」有正向顯著影響。

H6：遊客從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對參與綠色旅遊之「實際行為」有正向顯著影響。

3.2 問卷設計

本研究以計畫行為理論探討綠色旅遊行為意圖的影響因子為何，問卷設計乃參考國內相關文獻探討資料，配合本研究之架構，編製問卷為其研究工具，並與指導教授討論後再發放預試問卷實施調查。

問卷題項內容設計及參考來源，詳見下表 3.1；主要有六個變項，以及個人基本資料。分別為：(1)綠色認知共四題、(2)綠色消費態度四題、(3)主觀規範四題、(4)知覺行為控制六題、(5)行為意圖六題、(6)實際行為四題、與(7)基本資料九題。問卷設計以李克特(Likert Scale)五點尺度為主，量尺給分為 1 至 5 分。5 分表示「非常同意」；4 分表示「同意」；3 分表示「普通」；2 分表示「不同意」；1 分表示「非常不同意」。

表 3.1 問卷題項設計與參考來源

構面	題項	題項參考來源
綠色認知	1.我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	吳淑鶯、陳瑞和 (2014)
	2.我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	蔡進發、蕭至惠 (2015)
	3.我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的	Chen and Tung(2014)
	4.我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	
綠色消費態度	1.我在外食時，我會自備環保餐具。	陳欽雨、姚成彥、張宏源 (2014)
	2.我在購物時，我會自備購物袋。	蔡進發、蕭至惠 (2015)
	3.即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	與指導教授討論後擬定
	4.住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	

表 3.1 問卷題項設計與參考來源(續)

構面	題項	題項參考來源
主觀規範	1.家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	連經宇、陳育詩(2009) 與指導教授討論後擬定
	2.政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	
	3.當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。	
	4.當我在執行綠色政策時，周遭同事的態度並不會影響我。	
知覺控制	1.我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	吳淑鶯、陳瑞和 (2014)
	2.我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	
	3.我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	
	4.我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	
	5.我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	
	6.我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	
行為意圖	1.在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。	吳淑鶯、陳瑞和 (2014) 陳 欽雨、姚成彥、張宏源(2014)
	2.我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	
	3.我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	
	4.我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	
	5.我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	
	6.我會願意推薦綠色旅遊給好友。	
實際行為	1.在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	吳淑鶯、陳瑞和 (2014) 與 指導教授討論後擬定
	2.在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	
	3.在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	
	4.在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	

資料來源：本研究整理

3.3 問卷調查

本研究採取問卷調查法，問卷發放方式以網路問卷和紙本問卷為主，分別發放於 Line 社群軟體、批踢踢實業坊、及身邊親友同事，於 2019 年 12 月到 2020 年 1 月進行前測問卷發放與回收，共取得 100 份前測問卷。正式問卷發放時間為 109 年 02 月到 03 月期間，經發放 450 份問卷。

3.3.1 問卷研究對象

本研究以年齡達 16 歲以上，且兩年內曾參與兩天一夜以上之一般遊客做為抽樣調查之對象為研究對象。

3.3.2 樣本

根據文獻理論之基礎，在前測 100 份問卷問項中各題項的最大變異數：0.9317，在無限樣本條件下，抽樣誤差設為 0.1 分，95%信心水準及容許估計誤差為正負百分之五，最少有效樣本數為 358 份。

3.4 資料分析處理

本研究將運用下列各種統計分析進行各項檢定：

1. 描述性統計分析(Descriptive Analysis)
2. 信度分析(Reliability Analysis)
3. 效度分析(Validity Analysis)
4. 驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA)
5. 獨立樣本 T 檢定
6. 單因子變異數分析
7. 路徑分析 (Path Analysis)

3.5 前測預試結果

本研究將前測回收的有效問卷 100 份利用因素分析檢驗期信效度，在每個構面中各題項的因素負荷量皆達到 0.6 以上，解釋變異量比例也均在 50%以上，各題的 Cronbach's α 值也能達到 0.7 以上，表示每個構面的內部具有一致性與穩定性，前測詳細結果登錄於下表 3.2。

表 3.2 前測因素分析表

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
綠色認知	我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	0.73	2.94	73.43%	0.87
	我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	0.90			
	我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的	0.90			
	我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	0.89			
綠色消費態度	我在外食時，我會自備環保餐具。	0.88	2.69	67.16%	0.83
	我在購物時，我會自備購物袋。	0.78			
	即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	0.88			
	住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	0.84			
主觀規範	家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	0.87	3.11	77.83%	0.90
	政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	0.84			
	當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。	0.91			
	當我在執行綠色政策時，周遭同事的態度並不會影響我。	0.90			
知覺控制	我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	0.72	3.73	62.20%	0.88
	我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	0.80			
	我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	0.79			
	我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	0.83			
	我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	0.79			
行為意圖	我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	0.80	3.83	63.82%	0.88
	在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。	0.62			
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	0.85			
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	0.86			
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	0.81			
實際行為	我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	0.78	2.75	68.86%	0.84
	我會願意推薦綠色旅遊給好友。	0.84			
	在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	0.80			
	在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	0.84			
	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	0.86			
	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	0.82			

資料來源：本研究整理

四、資料分析與討論

本章共分為七節，將對研究樣本處以資料分析，再對得到的分析結果做以說明。本章之第一節為正式問卷信度以及效度的分析；第二節內容會過濾出有效樣本進行樣本基本資料分析；第三節是敘述性統計分析說明樣本分布情形；第四節為差異分析，檢視各變項之間是否存在差異；第五節進行測量及路徑模型分析；第六節為整體結構模型評鑑；第七節為整體模型路徑分析。

4.1 信效度分析

信度即可靠性，指得是測驗量表結果的一致性或穩定性，信度是以衡量的變異理論為基礎；所謂效度是指量表是否能真正測量到研究者想要衡量的問題的正確性及有效程度。本研究以 SPSS18 版統計軟體，針對「綠色認知」、「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」、與「實際行為」等六個構面進行信效度分析，以驗證問卷之信效度。信度評估採用 Cronbach's α 係數作為依據，已確定量表內部可保持穩定的一致性，若 Cronbach's α 係數大於 0.7 表為高信度，0.35 到 0.7 之間表示中信度，為可接受信度，而 0.35 以下為低信度；檢驗後的 Cronbach's α 係數範圍介於 0.80 至 0.87 之間，屬可接受的信度範圍，代表問卷各構面間具有一致性與穩定性。而本研究效度以驗證性因素分析進行檢測。本研究之變項各構面之因素負荷量介於 0.58 至 0.85 之間且無任一題項數值小於 0.5，問卷數據在此呈現效度良好，詳見表 4.1 到 4.6。

4.1.1 綠色認知之因素分析

綠色認知之因素分析表詳見表 4.1。此構面由「我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。」、「我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。」、「我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的」、「我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。」

四個題項所組成。此構面的解釋變異量達 63.07%，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中以「我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。」、「我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的」、「我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。」的因素負荷量最高(0.82)，Cronbach's $\alpha=0.80$ 。

表 4.1 綠色認知之因素分析表

題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	0.72			
我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	0.82	2.52	63.07%	0.80
我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的	0.82			
我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	0.82			

資料來源：本研究整理

4.1.2 綠色消費態度之因素分析

綠色消費態度之因素分析表詳見表 4.2。此構面由「我在外食時，我會自備環保餐具。」、「我在購物時，我會自備購物袋。」、「即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。」、「住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。」四個題項所組成。而此構面的解釋變異量為 62.68%，各題項因素負荷量也大於 0.5，其中以「我在外食時，我會自備環保餐具。」的因素負荷量最高(0.83)，Cronbach's α 為 0.80。

表 4.2 綠色消費態度之因素分析表

題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α
我在外食時，我會自備環保餐具。	0.83			
我在購物時，我會自備購物袋。	0.77			
即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	0.77	2.51	62.68%	0.80
住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	0.79			

資料來源：本研究整理

4.1.3 主觀規範之因素分析

主觀規範之因素分析表詳見表 4.3。此構面由下表 4.3 裡的四個題項所組成。此構面的解釋變異量=68.36%，各題項因素負荷量都>0.5，其中又以「當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。」的因素負荷量為最高(=0.85)，Cronbach's α =0.84。

表 4.3 主觀規範之因素分析表

題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α
家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	0.82			
政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	0.79			
當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。	0.85	2.73	68.36	0.84
當我在執行綠色政策時，周遭同事的態度並不會影響我。	0.84			

資料來源：本研究統整

4.1.4 知覺行為控制之因素分析

知覺行為控制之因素分析表詳見表 4.4。此構面由「我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。」、「我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。」、「我有

足夠的知識進行綠色旅遊行為。」、「我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。」、「我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。」、「我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。」六個題項所組成。此構面的解釋變異量為 60.01%，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。」、「我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。」的因素負荷量係數最高=0.80，Cronbach's α 係=0.87。

表 4.4 知覺行為控制之因素分析表

題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	0.75			
我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	0.78			
我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	0.78			
我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	0.80	3.6	60.01%	0.87
我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	0.75			
我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	0.80			

資料來源：本研究整理

4.1.5 行為意圖之因素分析

行為意圖之因素分析表詳見表 4.5。此構面由「在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。」、「我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低污染的方式。」、「我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。」、「我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。」、「我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。」、「我會願意推薦綠色旅遊給好友」六個題項所組成。此構面的解釋變異量為 60.24%，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。」的因素負荷量係數最高=0.85，Cronbach's α =0.86。

表 4.5 行為意圖之因素分析表

題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α
在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品(簡稱綠色產品)。	0.58			
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	0.83			
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	0.85	3.61	60.24%	0.86
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	0.83			
我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	0.81			
我會願意推薦綠色旅遊給好友。	0.72			

資料來源：本研究統整

4.1.6 實際行為之因素分析

實際行為之因素分析表詳見下表 4.6。此構面由「在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。」、「在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。」、「在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。」、「在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。」四個題項所組成。而此構面的解釋變異量為 65.35%，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。」的因素負荷量係數最高=0.84，Cronbach's α =0.82。

表 4.6 實際行為之因素分析表

題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α
在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	0.78			
在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	0.82	2.61	65.35%	0.82
在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	0.84			
在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	0.79			

資料來源：本研究整理

4.2 樣本基本資料分析

4.2.1 資料回收狀況

本研究以一般遊客做為抽樣調查之對象，採用便利抽樣，正式問卷發放時間為 109 年 02 月到 03 月間，經發放 450 份問卷後，共回收 445 份，刪除漏答或亂填答等問卷後，實際得到有效的問卷為 430 份，有效問卷回收率為 95.56%。

4.2.2 個人基本資料分析

問卷裡的人口統計變數包含了：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「最常從事的旅遊型態」、「最常與何人共同旅行」、「旅遊頻率(兩天一夜以上)」、「國內旅遊的住宿預算，平均 1 人 1 晚可接受價格」、「國內旅遊的交通預算，平均 1 人 1 天可接受價格」與「國內旅遊的餐飲預算，平均 1 人 1 天可接受價格」共九項。樣本基本背景資料分析如表 4.7 所示，詳述如下：

1. 性別:本研究之受訪樣本中，男、女樣本比分別為，男性 152人，佔整體消費者樣本 35.3%；女性 278 人，佔整體遊客樣本 64.7%，以女性消費者人數居多。
2. 年齡: 430 份有效問卷中，遊客年齡的分佈中以「26~35 歲」佔多數，有 204 人，佔整體樣本 47.4%；其次為「36~45 歲」有 105 人，佔 24.4%；「15~25 歲」有 80 人，佔 18.6%；「46~55 歲」有 35 人，佔 8.1%；「56~65 歲」有 6 人，佔 1.4%。此結果顯示受訪樣本中以年輕族群居多。
3. 教育程度:本研究樣本之教育程度以「大學」的比例最高，有 294 人，佔整體樣本 68.4%；其次依序為「研究所(含)以上」有 120 人，佔 27.9%；「高中」有 8 人，佔 1.9%；「國中」有 8 人，佔 1.9%。資料顯示受訪樣本中大多數擁有大學學位以上之教育程度。
4. 最常從事的旅遊型態：受訪樣本中以「自助旅遊」之比例最高，有 332 人，佔 77.2%，其次為「跟團旅遊」、與「半自助旅遊」比例同高，皆為 49人，佔 11.4%，顯示受訪樣本大多採以自助旅遊的型態進行旅遊活動。
5. 最常與何人共同旅行：最常一起從事旅遊的同伴以「家人」居多，有 170 人，佔 39.5%；其次為「朋友/同學/同事」，有 125 人，佔 29.1%；另外為「情侶/夫妻」，有 110 人，佔25.6%，「自己」獨自旅遊的人數最少，為 25 人，佔 5.8%。
6. 旅遊頻率(兩天一夜以上)：受訪樣本中之旅由頻率已「半年一次」的頻率為最高，人數有 198 人，佔 46.1%；其次為「一至三個月

一次」，有 125 人，佔 29.1%；再來是「一年一次」的頻率，人數有 98 人，佔 22.7%；「一個月一次以上」之頻率為最少，人數只有 9 人，佔 2.1%。

7. 國內旅遊的住宿預算，平均1人1晚可接受價格：可接受價格以「1001-2000元」為最多，有 218 人，佔 50.7%；其次多的為「2001-3000元」，有 101 人，佔 23.5%；僅能接受「1000元以下」有 74 人，佔 17.2%；可接受「3001-4000元」有 17 人，佔 4.0%；「4001-5000元」有 13 人，佔 3.0%；可接受價格為「5001元以上」為最少，有 7 人，佔 1.6%。
8. 國內旅遊的交通預算，平均1人1天可接受價格：以「2000元以下」人數最多，有 342 人，佔 79.5%；「2001~4000元」有 73 人，佔 17.0%；最少為「4001~6000元」，有 15 人，佔3.5%。
9. 國內旅遊的餐飲預算，平均 1 人 1 天可接受價格：受訪樣本中以可接受「501~1000 元」為最多，有 264 人，佔 61.4%；其次為「1001~2000 元」有 81 人，佔 18.8%；「500 元以下」有 64 人，佔 14.9%；可接受度最少的為「2001 元以上」，有 21 人，佔 4.9%。

表 4.7 樣本基本資料分析(樣本數：430)

變項	類別	人數	百分比
性別	男	152	35.3
	女	278	64.7
年齡	15 - 25 歲	80	18.6
	26 - 35 歲	204	47.4
	36 - 45 歲	105	24.4
	46 - 55 歲	35	8.1
	56 - 65 歲	6	1.4

變項	類別	人數	百分比
教育程度	國中	8	1.9
	高中	8	1.9
	大學	294	68.4
	研究所以上	120	27.9
最常從事的旅遊型態	自助旅遊	332	77.2
	跟團旅遊	49	11.4
	半自助旅遊	49	11.4
最常與何人共同旅行	自己	25	5.8
	情侶/夫妻	110	25.6
	朋友/同學/同事	125	29.1
	家人	170	39.5
旅遊頻率(兩天一夜以上)	一個月一次以上	9	2.1
	一至三個月一次	125	29.1
	半年一次	198	46.1
	一年一次	98	22.7
國內旅遊的住宿預算，平均 1人1晚可接受價格	1000元以下	74	17.2
	1001-2000元	218	50.7
	2001-3000元	101	23.5
	3001-4000元	17	4.0
	4001-5000元	13	3.0
	5001元以上	7	1.6
	2000元以下	342	79.5
國內旅遊的餐飲預算，平均 1人1天可接受價格	2001~4000元	73	17.0
	4001~6000元	15	3.5
	500元以下	64	14.9
	501~1000元	264	61.4
	1001~2000元	81	18.8
	2001元以上	21	4.9

資料來源：本研究統整

4.3 敘述性統計分析

本研究針對「綠色認知」、「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」、以及「實際行為」等六個構面進行平均數與標準差之樣本敘述性分析，藉此瞭解本研究全數樣本數在各個變項之中的情形。利用平均數觀察問項的集散情形，在本問卷中，用 Likert 五點量尺進行計分，若平均數為 3 分，表示受訪者對於題項之看法持中立意見；若平均數在 3 分以上，代表受訪者對本研究之題項看法採正向意見；反之，若平均數在 3 分以下，則表示受訪者對本研究之題項看法較偏向反向意見。而標準差則是用以瞭解受訪者針對題項想法的差異情形，倘若標準差越小，表示受訪者的想法一致性較高；反之，標準差越大，則表示受訪者對此題項的看法差異程度越大。

4.3.1 綠色認知分析

遊客之綠色認知的敘述性統計分析如下表 4.8 所示，構面平均數為 4.13，其中以「我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的」之題項之平均數最高(4.37)，而「我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。」為最低(3.89)。由上述分析結果顯示，受訪者大多數都認為綠色旅遊是有需要的，而且可以為下一代帶來正面良好的身教示範、以身作則。

表 4.8 綠色認知敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	3.89	0.75	0.56	4.13
我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	3.96	0.68	0.46	
我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的	4.37	0.62	0.38	
我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	4.30	0.64	0.40	

資料來源：本研究整理

4.3.2 綠色消費態度分析

遊客之綠色消費態度的敘述性統計分析如下表 4.9 所示，構面平均數為 3.80，其中以「我在購物時，我會自備購物袋。」之題項之平均數最高(4.11)，而「即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。」為最低(3.62)。由此可知，受訪者在購物時，自備購物袋之情形較為普遍；但若在因為選擇綠色產品而需付出較多的金錢時，現實價格和環保問題的拉扯，就會顯出部分受訪者雖在認知上有綠色環保的概念，但在消費態度上，仍會妥協於價格。

表 4.9 綠色消費態度敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
我在外食時，我會自備環保餐具。	3.70	0.80	0.64	3.80
我在購物時，我會自備購物袋。	4.11	0.77	0.59	
即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	3.62	0.68	0.46	
住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	3.78	0.70	0.49	

資料來源：本研究統整

4.3.3 主觀規範分析

遊客之主觀規範的敘述性統計分析如下表 4.10，構面平均數為 3.87，其中以「當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。」之題項之平均數最高(4.03)，而「家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。」為最低(3.64)。由上述分析結果顯示可知：受訪者在執行綠色行為時，受到鄰居的影響程度為最小。

表 4.10 主觀規範敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	3.64	0.73	0.54	3.87
政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	3.80	0.72	0.51	
當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度並不會影響我。	4.03	0.62	0.38	
當我在執行綠色政策時，周遭同事的態度並不會影響我。	4.01	0.62	0.38	

資料來源：本研究整理

4.3.4 知覺行為控制分析

遊客的知覺行為控制的敘述性統計分析如下表 4.11，構面平均數為 3.63，其中以「我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。」之題項之平均數最高(3.82)，而「我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。」為較低(3.49)。由此可知：受訪者對於綠色旅遊有較充足的自主選擇權，而認為在旅遊時，較沒有充足的時間可進行綠色旅遊。

表 4.11 知覺行為控制敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	3.53	0.82	0.67	3.63
我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	3.49	0.81	0.66	
我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	3.64	0.74	0.55	
我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	3.61	0.83	0.68	
我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	3.82	0.76	0.57	
我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	3.70	0.78	0.61	

資料來源：本研究整理

4.3.5 行為意圖分析

遊客的行為意圖之敘述性統計分析如下表 4.12，構面平均數為 3.79，其中以「在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。」之題項之平均數最高(4.15)，而「我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。」為較低(3.44)。由上述分析可知：受訪者在「不考慮價格」的情形下，對綠色、環保是意願是高的，相呼應在綠色消費態度之題項「即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。」為最低(3.62)，顯示受訪者顯然會因為價格而影響是否執行綠色行為。此構面也可觀察出受訪者在選擇旅館方面，不會有計畫的刻意選擇綠色旅館。

表 4.12 行為意圖敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。	4.15	0.72	0.52	3.79
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	3.92	0.68	0.46	
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	3.82	0.71	0.51	
我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	3.52	0.78	0.61	
我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	3.44	0.86	0.74	
我會願意推薦綠色旅遊給好友。	3.87	0.73	0.53	

資料來源：本研究整理

4.3.6 實際行為分析

遊客的實際行為之敘述性統計分析如下表 4.13，構面平均數為 3.94，其中以「在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。」之題項之平均數最高(4.20)，而「在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。」為較低(3.41)。由上述分析結果顯示：實施垃圾分類行之有年，受訪者在進行旅遊時，普遍都能執行垃圾分類的動作。而在外出旅遊時，會主動注意到旅館之環保標章的行為較為低弱。

表 4.13 實際行為敘述性統計分析表(樣本數=430)

題項	平均數	標準差	變異數	構面平均
在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	3.41	0.808	0.653	3.94
在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	4.20	0.718	0.516	
在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	4.13	0.785	0.616	
在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	4.00	0.840	0.706	

資料來源：本研究統整

4.4 差異分析

本節根據受訪者之樣本資料，探討受訪者之人口背景變項，對於「綠色認知」、「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」、「實際行為」進行獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析，探討人口統計變項對本研究的各變數是否有差異存在。

4.4.1 性別對各個構面之差異分析

把問卷資料的「性別」變項進行獨立樣本 t 檢定分析，藉以瞭解不同性別對於各構面是否存在差異。經統計資料分析後，如下表 4.14 所示，在「綠色認知」、「綠色消費態度」、與「行為意圖」這三個構面所得到的

p 值均超過 0.05，因此可得知不同性別在這三個構面並無顯著差異。而在「主觀規範」、「知覺控制」、以及「實際行為」方面因 p 值 <0.05 ，由此可知性別在此三個構面是具有顯著性的。在「主觀規範」構面中，由平均數男性高於女性可以推論，男性在做決策時，有可能因為台灣傳統的父權體制的脈絡下導致一般男性的自主性較高、較有自己的看法，較不易受鄰居、同事干擾，男性也比較會留意政府的大方向的政策宣達，或是家人感受，因此推論男性較容易受政府及家人之影響，而不受鄰居同事之影響；而推估女性有可能因為較易與鄰居同事話家常的時候，接收了外在的資訊後而改變其行為；在「知覺行為控制」構面中，平均數男性大於女性，可以推測：因台灣傳統觀念下對男女性的社會期待不同，導致男性對於自己能力的評估、出遊時對旅遊過程足夠的選擇權等等，都相較於女性來得為高。而在「實際行為」構面，女性之平均數反而大於男性，可能因為女性出門時都會攜帶包包，許多女性都會在包包裡放置購物袋、且旅遊時可能會習慣使用自己慣用的盥洗品牌，而不使用一次性盥洗物品，因而在實際行為上，執行力較男性為優。

表 4.14 不同性別對遊客進行綠色旅遊時各個構面的差異分析表

	答項	個數	平均數	標準差	T 值	P 值	結論
綠色認知	男	152	-0.010	1.038	-0.151	0.880	不顯著
	女	278	0.005	0.980			
綠色消費態度	男	152	-0.102	1.073	-1.566	0.118	不顯著
	女	278	0.056	0.955			
主觀規範	男	152	0.150	0.938	2.308	0.021	顯著
	女	278	-0.082	1.025			
知覺行為控制	男	152	0.163	1.025	2.511	0.012	顯著
	女	278	-0.089	0.977			
行為意圖	男	152	0.099	1.017	1.514	0.131	不顯著
	女	278	-0.054	0.988			
實際行為	男	152	-0.138	1.123	-1.998	0.047	顯著
	女	278	0.075	0.919			

資料來源：本研究整理

4.4.2 年齡對各個構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討不同年齡的遊客在進行綠色旅遊時的各構面差異情形，如下表 4.15 所示。先以 Levene 變異數同質性分析檢定後，得到結果為六個構面皆為變異數同質，此結果符合 ANOVA 之基本假設，因此參照 ANOVA 表裡的依變項之 F 檢定，再發現「綠色認知」、「綠色消費態度」、「行為意圖」皆達統計之顯著差異($p < 0.05$)，故進一步進行 LSD 事後檢定。遊客在「綠色認知」上 36-45 歲高於 26-35 歲、15-25 歲以及高於 46-55 歲之受訪者；在「綠色消費態度」構面上則是 36-45 歲高於 15-25 歲以及 26-35 歲、46-55 歲高於 15-25 歲的受訪者。「行為意圖」之構面的表現為 26-35 歲、36-45 歲、46-55 歲高於 15-25 歲的受訪者。

由上述分析結果推論，年齡介於在 36-45 歲之年齡大多數為育兒的階段，受訪者可能因為要樹立好的身教榜樣給下一代，對於綠色環保議題的認知與態度上的展現、以及行為意圖上的表現都是身教示範，因而明顯高於其他年齡組別的受訪者。

表 4.15 年齡對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/ Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色 認 知	(1)15-25 歲	80	-0.28	0.814	0.517	同 質	3.875	0.004	LSD: 3>2>1 3>4
	(2)26-35 歲	204	0.02						
	(3)36-45 歲	105	0.24						
	(4)46-55 歲	35	-0.22						
	(5)56-65 歲	6	0.35						

表 4.15 年齡對各個構面的單因子變異數分析表(續)

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/ Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色消費態度	(1)15-25 歲	80	-0.23	1.826	0.123	同質	3.610	0.007	LSD: 3>1,2 4>1
	(2)26-35 歲	204	-0.082						
	(3)36-45 歲	105	0.234						
	(4)46-55 歲	35	0.245						
	(5)56-65 歲	6	0.331						
主觀規範	(1)15-25 歲	80	-0.196	0.370	0.830	同質	1.458	0.214	各組間無 顯著差異
	(2)26-35 歲	204	0.006						
	(3)36-45 歲	105	0.075						
	(4)46-55 歲	35	0.095						
	(5)56-65 歲	6	0.549						
知覺行為控制	(1)15-25 歲	80	-0.228	2.322	0.056	同質	1.826	0.123	各組間無 顯著差異
	(2)26-35 歲	204	0.020						
	(3)36-45 歲	105	0.111						
	(4)46-55 歲	35	0.144						
	(5)56-65 歲	6	-0.406						
行為意圖	(1)15-25 歲	80	-0.302	1.376	0.241	同質	2.992	0.019	LSD: 2,3,4>1
	(2)26-35 歲	204	-0.004						
	(3)36-45 歲	105	0.156						
	(4)46-55 歲	35	0.192						
	(5)56-65 歲	6	0.320						
實際行為	(1)15-25 歲	80	-0.135	2.116	0.078	同質	.722	0.577	各組間沒 顯著差異
	(2)26-35 歲	204	0.050						
	(3)36-45 歲	105	-0.031						
	(4)46-55 歲	35	0.050						
	(5)56-65 歲	6	0.353						

資料來源：本研究統整

4.4.3 教育程度對各個構面之差異分析

以單因子變異數來探討不同教育程度的遊客在進行綠色旅遊時的各構面差異情形，如下表 4.16 所示。先以 Levene 變異數同質性分析檢定後，得到結果「為除了「綠色消費態度」以外，其餘五個構面皆為變異數同質，除了「綠色消費態度」構面外，結果都符合 ANOVA 之基本假設，因此除了「綠色消費態度」外之構面皆參照 ANOVA 表裡的依變項之 F 檢定，發現僅「綠色認知」之構面達統計之顯著差異($p < 0.05$)，進而進行 LSD 事後檢定。「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」與「實際行為」四個構面皆未達統計之顯著差異($p > 0.05$)，故判定為各組之間無顯著差異，如下表 4.16 所示。然而僅僅有「綠色消費態度」之變異數同質性檢定上具顯著差異(Levene=2.539、 $p=0.019$)，由此可知，各組之間的變異數不具同質性，故 ANOVA 表不具意義，所以改以進行 Tamhane's T2 事後檢定，結果發現：各組別之間無顯著差異。

由上述分析結果推論，受訪者之教育程度越高，平時所接收的綠色環保訊息也越多、或是越容易去關注此議題，因而在綠色認知方面也越具環保意識；而教育程度較低的受訪者，有可能平時忙碌於工作，或是本身對於接受綠色議題的來源也較少、綠色議題的觀念刺激也較少，導致在綠色認知上出現了差異，而在林孟璋、曾旻儀、李佳霖(2008)的研究裡也提到「教育程度對知識認同」有所差異。

表 4.16 教育程度對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色 認知	(1)國中程度	8	-1.014	2.539	0.056	同質	2.883	0.036	LSD: 3,4>1
	(2)高中程度	8	-0.075						
	(3)大學程度	294	0.012						
	(4)研究所以上 程度	120	0.043						
綠色 消費 態度	(1)國中程度	8	-0.037	3.363	0.019	不同質	---	---	各組間 無顯著差異
	(2)高中程度	8	0.1812						
	(3)大學程度	294	-0.029						
	(4)研究所以上 程度	120	0.061						
主 觀 規 範	(1)國中程度	8	0.290	1.725	0.161	同質	0.424	0.736	各組間 無顯著差異
	(2)高中程度	8	-0.268						
	(3)大學程度	294	-0.006						
	(4)研究所以上 程度	120	0.013						
知 覺 行 為 控 制	(1)國中程度	8	0.488	1.624	0.183	同質	1.542	0.203	各組間 無顯著差異
	(2)高中程度	8	-0.457						
	(3)大學程度	294	-0.033						
	(4)研究所以上 程度	120	0.078						
行 為 意 圖	(1)國中程度	8	0.147	0.850	0.467	同質	0.070	0.976	各組間 無顯著差異
	(2)高中程度	8	-0.026						
	(3)大學程度	294	0.003						
	(4)研究所以上 程度	120	-0.016						
實 際 行 為	(1)國中程度	8	0.029	0.080	0.971	同質	0.033	0.992	各組間 無顯著差異
	(2)高中程度	8	-0.107						
	(3)大學程度	294	0.001						
	(4)研究所以上 程度	120	0.003						

資料來源：本研究統整

4.4.4 最常從事的旅遊型態對各個構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討遊客最常從事的旅遊型態對各構面的差異情形，如下表 4.17 所示。首先先進行 Levene 變異數同質性分析檢定，檢定後發現，本研究之六個構面都為變異數同質，代表符合 ANOVA 的基本假設，故參考 ANOVA 表之依變項之 F 檢定後發現此六個構面皆無統計顯著差異($p>0.05$)，因而推論：遊客不論是自助旅遊、跟團旅遊、抑或是半自助旅遊，對於研究中的每個構面之間都沒有顯著差異。

表 4.17 遊客最常從事的旅遊型態對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色 認知	(1)自助旅遊	332	0.037	0.661	0.517	同質	1.054	0.349	各組間 無顯著 差異
	(2)跟團旅遊	49	-0.094						
	(3)半自助旅遊	49	-0.158						
綠色 消費 態度	(1)自助旅遊	332	0.014	0.046	0.955	同質	1.235	0.292	各組間 無顯著 差異
	(2)跟團旅遊	49	0.102						
	(3)半自助旅遊	49	-0.197						
主 觀 規 範	(1)自助旅遊	332	0.023	0.073	0.929	同質	0.669	0.513	各組間 無顯著 差異
	(2)跟團旅遊	49	-0.001						
	(3)半自助旅遊	49	-0.154						
知 覺 行 為 控 制	(1)自助旅遊	332	0.022	0.474	0.62	同質	3.025	0.050	各組間 無顯著 差異
	(2)跟團旅遊	49	0.157						
	(3)半自助旅遊	49	-0.307						
行 為 意 圖	(1)自助旅遊	332	-0.006	0.034	0.967	同質	0.706	0.494	各組間 沒有顯 著差異
	(2)跟團旅遊	49	0.138						
	(3)半自助旅遊	49	-0.098						
實 際 行 為	(1)自助旅遊	332	0.005	1.198	0.303	同質	0.678	0.508	各組間 沒有顯 著差異
	(2)跟團旅遊	49	0.099						
	(3)半自助旅遊	49	-0.133						

資料來源：本研究統整

4.4.5 最常與何人共同旅行對各個構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討遊客最常與何人共同旅遊對各構面的差異情形，如下表 4.18 所示。首先先進行 Levene 變異數同質性分析檢定，檢定後發現，本研究之六個構面都為變異數同質，代表符合 ANOVA 的基本假設，故參考 ANOVA 表之依變項之 F 檢定後發現此六個構面皆無統計顯著差異($p>0.05$)。故由 4.18 分析表結果可得知，遊客之旅伴對於本研究之每個構面之間沒有顯著差異。

表 4.18 遊客最常與何人共同旅行對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色認知	(1)自己	25	-0.143	2.365	0.070	同質	1.491	0.216	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	0.133						
	(3)朋友/同學/同事	125	-0.123						
	(4)家人	170	0.025						
綠色消費態度	(1)自己	25	-0.025	0.221	0.882	同質	.312	0.816	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	0.027						
	(3)朋友/同學/同事	125	-0.070						
	(4)家人	170	0.037						
主觀規範	(1)自己	25	-0.272	0.238	0.870	同質	1.273	0.283	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	0.081						
	(3)朋友/同學/同事	125	0.067						
	(4)家人	170	-0.062						

表 4.18 遊客最常與何人共同旅行對各個構面的單因子變異數分析表(續)

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
知覺行為控制	(1)自己	25	-0.032	1.051	0.370	同質	1.289	0.277	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	0.091						
	(3)朋友/同學/同事	125	0.079						
	(4)家人	170	-0.112						
行為意圖	(1)自己	25	0.099	1.411	0.239	同質	0.508	0.677	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	-0.089						
	(3)朋友/同學/同事	125	0.058						
	(4)家人	170	0.001						
實際行為	(1)自己	25	-0.194	1.140	0.332	同質	0.480	0.696	各組間無顯著差異
	(2)情侶/夫妻	110	-0.042						
	(3)朋友/同學/同事	125	0.027						
	(4)家人	170	0.036						

資料來源：本研究正理

4.4.6 旅遊頻率(兩天一夜以上)對各個構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討遊客兩天一夜以上的旅遊頻率對各構面是否存有差異情形，如下表 4.19 所示。此部分進行 Levene 變異數同質性分析檢定，檢定後發現，本研究之六個構面都為變異數同質，代表符合 ANOVA 的基本假設，故參考 ANOVA 表之依變項之 F 檢定後發現，除了「綠色認知」以外，其餘五個構面皆 $p < 0.05$ ，再進一步進行 LSD 事後檢定。遊客在「綠色消費態度」上以一至三個月一次高於半年一次及一年一次；在「主觀規範」方面則以一至三個月一次及半年一次高於一年一次；「知覺行為控制」的部分以一至三個月一次高於一個月一次以

上、半年一次以及一年一次；在「行為意圖」之部分為，一至三個月一次高於半年一次和一年一次；而「實際行為」方面則是以一至三個月一次高於半年一次及一年一次、其中又以一個月一次以上高於一年一次。

由上述分析結果可推論：一至三個月就進行兩天一夜以上的旅遊頻率之受訪者可能因為旅遊的頻率較高，平均一年旅遊達四次以上，因此接受到綠色環保的資訊也容易較多，所以更能注意到綠色環保這一塊的重要性，所以在綠色消費態度上，高於其他頻率之遊客，且也較容易受政府之政令宣導或是親朋好友的綠色觀念影響，進而在行為意圖、實際行為上也都高於其他頻率之遊客。一個月一次以上的遊客因樣本數較少，而較不具代表性。而旅遊頻率一年一次的受訪者，有可能即使有接受到政令宣導或是旅遊環保的資訊，也容易因時間拉得較長而遺忘資訊。

表 4.19 兩天一夜以上的旅遊頻率對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色認知	(1)一個月一次以上	9	0.110	1.108	0.346	同質	1.854	0.137	各組間無顯著差異
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						
綠色消費態度	(1)一個月一次以上	9	0.110	0.458	0.712	同質	4.900	0.002	LSD: 2>3>4
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						

表 4.19 兩天一夜以上的旅遊頻率對各個構面的單因子變異數分析表(續)

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
主觀規範	(1)一個月一次以上	9	0.110	0.978	0.403	同質	3.284	0.021	LSD: 2,3>4
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						
知覺行為控制	(1)一個月一次以上	9	0.110	0.289	0.833	同質	10.76	0.000	LSD: 2>1,3>4
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						
行為意圖	(1)一個月一次以上	9	0.110	0.199	0.897	同質	5.541	0.001	LSD: 2>3>4
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						
實際行為	(1)一個月一次以上	9	0.110	1.574	0.195	同質	7.337	0.000	LSD: 1>4 2>3>4
	(2)一至三個月一次	125	0.151						
	(3)半年一次	198	-0.019						
	(4)一年一次	98	-0.160						

資料來源：本研究整理

4.4.7 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各個構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討遊客平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各構面是否存有差異情形，如下表 4.20 所示。此部分仍以

Levene 變異數同質性進行分析檢定，檢定後發現，「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、與「行為意圖」等四個構面皆為變異數同質，代表符合 ANOVA 的基本假設，故參考 ANOVA 表之依變項之 F 檢定後發現，「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、與「行為意圖」這四個構面亦達統計之顯著差異(即 $p < 0.05$)，故再進一步進行 LSD 事後檢定。如表 4.20 所示，遊客在「綠色消費態度」和「知覺行為控制」的部分則為，3001~4000 元、4001~5000 元高於 1000 元以下及 1001~2000 元；「主觀規範」方面則是 4001~5000 元高於 1000 元以下、1001~2000 元，2001~3000 元亦高於 1000 元以下；而「行為意圖」方面則是 4001~5000 元高於 2001~3000 元、3001~4000 元、再高於 1000 元以下、1001~2000 元，4001~5000 元也高於 5001 元以上。

在「綠色認知」(Levene=2.439、 $p=0.034$)與「實際行為」(Levene=3.043、 $p=0.010$)之構面上，部分之變異數同質性檢定上具顯著差異，亦即為各組樣本之變異數不具同質性，故 ANOVA 表不具意義，所以改以進行 Tamhane' s T2 事後比較檢定，結果「綠色認知」方面顯示：各組間無顯著差異；而在「實際行為」則顯示：4001~5000 元高於 1000 元以下。

由以上統計結果可知，平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算為 4001~5000 元之遊客，除了在綠色認知構面以外，在各構面之差異最為顯著；此組的遊客在選擇入住 4001~5000 元的旅館時，代表有一定的經濟收入，而在這樣品質的旅館裡，入住時也較能感覺到飯店或旅館對環境或是綠色環保這方面的注重；而住宿費用可接受度在一千元以下的遊客，在入住品質方面，因住宿成本相對於低，因此可推論旅館在綠色環保的投入有可能也較低，相對較可能忽略這一塊。而五千元以上之樣本數較少而較不具代表性。

表 4.20 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD /Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色 認知	(1)1000 元以下	74	-0.095	2.439	0.034	不同 質	---	---	各組 間無 顯著 差異
	(2)1001~2000 元	218	-0.003						
	(3)2001~3000 元	101	0.070						
	(4)3001~4000 元	17	0.051						
	(5)4001~5000 元	13	-0.051						
	(6)5001 元以上	7	0.057						
綠色 消費 態度	(1)1000 元以下	74	-0.091	1.502	0.188	同 質	2.544	0.028	LSD : 4,5> 1,2
	(2)1001~2000 元	218	-0.097						
	(3)2001~3000 元	101	0.117						
	(4)3001~4000 元	17	0.411						
	(5)4001~5000 元	13	0.652						
	(6)5001 元以上	7	0.091						
主 觀 規 範	(1)1000 元以下	74	-0.303	0.919	0.468	同 質	3.174	0.008	LSD : 5>2> 1 3>1
	(2)1001~2000 元	218	-0.032						
	(3)2001~3000 元	101	0.198						
	(4)3001~4000 元	17	0.172						
	(5)4001~5000 元	13	0.548						
	(6)5001 元以上	7	-0.104						
知 覺 行 為 控 制	(1)1000 元以下	74	-0.279	1.239	0.290	同 質	4.363	0.001	LSD : 5>2> 1 3>1
	(2)1001~2000 元	218	-0.063						
	(3)2001~3000 元	101	0.207						
	(4)3001~4000 元	17	0.515						
	(5)4001~5000 元	13	0.581						
	(6)5001 元以上	7	-0.404						

表 4.20 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的住宿預算對各個構面的單因子變異數分析表(續)

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD /Tam hane 's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
行為 意圖	(1)1000 元以下	74	-0.206	0.458	0.808	同 質	3.644	0.003	LSD : 5>3, 4>2, 1 5>6
	(2)1001~2000 元	218	-0.082						
	(3)2001~3000 元	101	0.234						
	(4)3001~4000 元	17	0.330						
	(5)4001~5000 元	13	0.557						
	(6)5001 元以上	7	-0.483						
實際 行為	(1)1000 元以下	74	-0.218	3.043	0.010	不 同 質	---	---	T2: 5>1
	(2)1001~2000 元	218	-0.032						
	(3)2001~3000 元	101	0.173						
	(4)3001~4000 元	17	0.193						
	(5)4001~5000 元	13	0.535						
	(6)5001 元以上	7	-0.483						

資料來源：本研究整理

4.4.8 平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的交通預算對各個構面之差異分析

以單因子變異數來分析遊客平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的交通預算對各個構面是否存有差異情形，如下表 4.21 所示。以 Levene 變異數同質性進行分析檢定，檢定後發現，「主觀規範」和「知覺行為控制」為變異數同質，代表符合 ANOVA 的基本假設，故參考 ANOVA 表之依變項之 F 檢定後發現，「主觀規範」、「知覺行為控制」這兩個構面亦達統計之顯著差異(即 $p < 0.05$)，故再進一步進行 LSD 事後檢定。參照表 4.21，遊客在「主觀規範」、「知覺行為控制」的部分皆為 2001~4000 元高於 4001~6000 元及 2000 元以下。

在「綠色認知」(Levene=10.005、p=0.000)、「綠色消費態度」(Levene=5.922、p=0.003)、「行為意圖」(Levene=5.921、p=0.003)、「實際行為」(Levene=4.562、p=0.011)之構面上，部分之變異數同質性檢定上具顯著差異，亦即為各組樣本之變異數不具同質性，故 ANOVA 表不具意義，所以改以進行 Tamhane's T2 事後比較檢定，結果發現在「綠色認知」方面顯示：4001~6000 元高於 2001~4000 元；「綠色消費態度」及「行為意圖」為 4001~6000 元高於 2001~4000 元及 2000 元以下；「實際行為」為 2001~4000 元高於 2000 元以下、4001~6000 元。

由以上統計結果可知，平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的交通預算為 2001~4000 元及 4001~6000 元之遊客，在各構面之差異都高於 2000 元以下。因此本研究推論其可能原因為，當遊客前往各旅遊或住宿地點時，可以選擇搭乘大眾公共交通工具，以減低碳排放量(與自行開車相比)，但在旅遊的過程中搭乘大眾公共交通工具與接駁轉乘時，花費的時間與金錢相對也較高，所以推估：有較高交通預算之遊客，其綠色認知、綠色消費態度、行為意圖、以及實際行為方面相對也高於交通預算較低之遊客。

表 4.21 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的交通預算對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均 平數	變異數同質性 檢定		同 質性	ANOVA		事後 檢定 LSD/ Tamh ane's T2 檢 定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠 色 認 知	(1)2000 元以下	342	0.012	10.005	0.000	不 同 質	---	---	T2: 3>2
	(2)2001~4000 元	73	-0.139						
	(3)4001~6000 元	15	0.395						

表 4.21 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的交通預算對各個構面的單因子變異數分析表(續)

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/ Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色消費態度	(1)2000 元以下	342	-0.095	5.922	0.003	不同質	---	---	T2: 3>2>1
	(2)2001~4000 元	73	0.288						
	(3)4001~6000 元	15	0.765						
主觀規範	(1)2000 元以下	342	-0.102	1.802	0.166	同質	6.340	0.000	LSD: 2,3>1
	(2)2001~4000 元	73	0.356						
	(3)4001~6000 元	15	0.606						
知覺行為控制	(1)2000 元以下	342	-0.136	2.464	0.086	同質	12.14 3	0.000	LSD: 2,3>1
	(2)2001~4000 元	73	0.470						
	(3)4001~6000 元	15	0.814						
行為意圖	(1)2000 元以下	342	-0.119	5.921	0.003	不同質	---	---	T2: 3>2>1
	(2)2001~4000 元	73	0.382						
	(3)4001~6000 元	15	0.853						
實際行為	(1)2000 元以下	342	-0.066	4.562	0.011	不同質	---	---	T2: 2,3>1
	(2)2001~4000 元	73	0.224						
	(3)4001~6000 元	15	0.412						

資料來源：本研究整理

4.4.9 平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的餐飲預算對各構面之差異分析

本研究以單因子變異數來探討遊客平均 1 人 1 天可接受國內旅遊的餐飲預算分別對各個構面之間的差異情形，如下表 4.22 所示。以 Levene

變異數同質性分析後，得到結果為除了「實際行為」構面外，其餘五個構面皆為變異數同質，此結果符合 ANOVA 之基本假設，因此參照 ANOVA 表裡的依變項之 F 檢定，發現「綠色認知」與「行為意圖」在各組之間並無顯著差異；而「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」則達統計之顯著差異($p < 0.05$)，故進一步進行 LSD 事後檢定。

遊客在「綠色消費態度」上 2001 元以上高於 500 元以下和 501~1000 元；而「主觀規範」和「知覺行為控制」皆為 2001 元以上高於 500 元以下、501~1000 元和 1001~2000 元。推論其原因有可能是因為：若是非拋棄性餐盤，即可清洗再次利用之飲食餐盤餐具，在客人使用畢後，需要花額外的人力去清洗，或是需要購入較昂貴的機器來做清潔碗盤，因此對餐飲業者而言，所付出的成本比使用拋棄式碗筷碗盤來得較高；且現在流行因環保而吃素，在素食方面的花費也是相對於一般飲食為高，基於以上之推論，可接受餐飲預算在 2001 元以上的遊客，在綠色消費態度、主觀規範與知覺行為控制都要來的較其他組別為高。

而「實際行為」(Levene=2.853、 $p=0.037$)之構面上，部分之變異數同質性檢定上具顯著差異，亦即為各組樣本之變異數不具同質性，故 ANOVA 表不具意義，所以改以進行 Tamhane's T2 事後比較檢定，結果發現各組之間並無顯著差異。

表 4.22 平均 1 人 1 晚可接受國內旅遊的餐飲預算對各個構面的單因子變異數分析表

構面	答項	個數	平均數	變異數同質性檢定		同質性	ANOVA		事後檢定 LSD/Tamhane's T2 檢定
				Levene 統計量	P 值		F 值	P 值	
綠色認知	(1)500 元以下	64	0.060	2.278	0.079	同質	0.724	0.538	各組間無顯著差異
	(2)501~1000 元	264	-0.038						
	(3)1001~2000 元	81	0.004						
	(4)2001 元以上	21	0.273						
綠色消費態度	(1)500 元以下	64	-0.079	0.527	0.664	同質	2.831	0.038	LSD: 4>1,2
	(2)501~1000 元	264	-0.064						
	(3)1001~2000 元	81	-0.142						
	(4)2001 元以上	21	0.501						
主觀規範	(1)500 元以下	64	-0.257	0.402	0.751	同質	4.697	0.003	LSD: 4>2 4>3>1
	(2)501~1000 元	264	-0.024						
	(3)1001~2000 元	81	0.120						
	(4)2001 元以上	21	0.625						
知覺行為控制	(1)500 元以下	64	-0.153	2.011	0.112	同質	6.312	0.000	LSD: 4>1,2, 3
	(2)501~1000 元	264	-0.070						
	(3)1001~2000 元	81	0.136						
	(4)2001 元以上	21	0.816						
行為意圖	(1)500 元以下	64	-0.196	1.136	0.334	同質	1.628	0.182	各組間無顯著差異
	(2)501~1000 元	264	-0.000						
	(3)1001~2000 元	81	0.077						
	(4)2001 元以上	21	0.303						
實際行為	(1)500 元以下	64	-0.205	2.853	0.037	不同質	---	---	各組間無顯著差異
	(2)501~1000 元	264	0.063						
	(3)1001~2000 元	81	-0.088						
	(4)2001 元以上	21	0.169						

資料來源：本研究統整

4.5 測量及路徑模型分析

本研究之整體架構概念如下圖 4.1，運用資料分析工具來檢定綠色認知、綠色消費態度、主觀規範、知覺行為控制、行為意圖、實際行為之關係架構，先檢驗前在變數是否能被有效測量，再針對模式配適度及模式內在結構(即為收斂效度)進行測試，最後再以結構方程模型驗證本研究中各項假說之檢定。

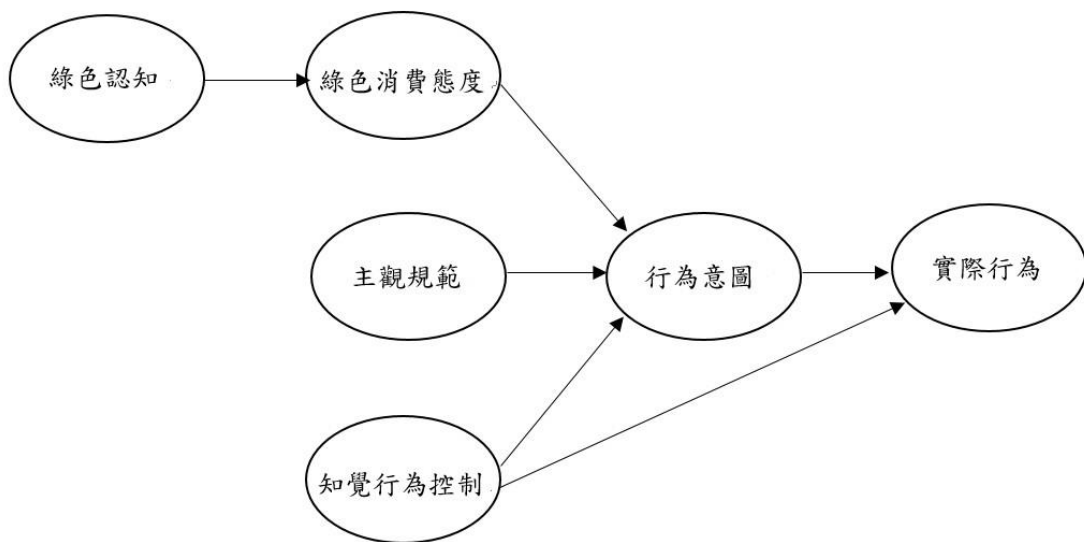


圖 4.1 研究結構模式概念圖

4.5.1 本研究模型之配適度評鑑

「綠色認知」、「綠色消費態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」、「實際行為」之模型適配度評鑑指標大部分都合乎理想數值之範圍內，詳細數值呈現於下表 4.23，本研究六個不同構面的絕對適配指標及相對配適指標也多數達到良好配適度的標準，雖然「綠色消費態度」、和「知覺行為控制」之 χ^2/df 未達 <3 之要求，但接近標準值；「主觀規範」、「行為控制」、「行為意圖」之 RMSEA 未達 <0.05 ，但可達放寬標準值 <0.08 ，

而「綠色消費態度」也接近放寬標準值 <0.08 。因此，模式的適配度評鑑的外在品質良好，亦達到一般學術研究之標準。

表 4.23 模型適配度評鑑表

評鑑指標類型	標準值	綠色認知	綠色消費態度	主觀規範	知覺行為控制	行為意圖	實際行為
$P(\chi^2)$	p值 \geq 0.050	p值 \geq 0.156	p值 \geq 0.046	p值 \geq 0.0143	p值 \geq 0.002	p值 \geq 0.035	p值 \geq 0.229
χ^2/df	<3	2.01	*3.991	2.15	*3.56	2.39	1.47
GFI	≥ 0.9	0.998	0.995	0.998	0.984	0.990	0.997
RMR	≤ 0.05	0.004	0.008	0.002	0.018	0.011	0.008
AGFI	≥ 0.9	0.977	0.954	0.975	0.945	0.959	0.983
SRMR	≤ 0.05	0.0094	0.014	0.004	0.029	0.019	0.012
RMSEA	≤ 0.05	0.048	*0.084	*0.052	*0.077	*0.057	0.033
NFI	≥ 0.9	0.996	0.992	0.998	0.983	0.991	0.995
CFI	≥ 0.9	0.998	0.994	0.999	0.987	0.995	0.998
CN	≥ 200	821	413	767	253	397	872

資料來源：本研究整理

*表示未達標準值

4.5.2 各構面一階驗證性分析

由下表 4.24 各構面的一階驗證性收斂效度分析表中可知，全部的 t 值的 p 值皆 <0.05 ，表示所有數值都達顯著水準，且標準化因素負荷量皆 >0.5 ，各構面的 CR 皆 >0.7 。AVE 均 >0.5 ，顯示此測量已具有一定的收斂效度。

表 4.24 各個構面之間的一階驗證性收斂效度分析表

構面	題項	因素 負荷 量	t 值	CR 值	AVE	AVE 根號
綠色 認 知	我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	0.57	-----			
	我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	0.71	10.37 ***	0.80	0.51	0.72
	我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的	0.79	10.85 ***			
	我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	0.77	10.76 ***			
我在外食時，我會自備環保餐具。	0.79	-----				
綠色 消 費 態 度	我在購物時，我會自備購物袋。	0.69	12.57 ***	0.81	0.51	0.71
	即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	0.67	12.30 ***			
	住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	0.70	12.70 ***			
	家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	0.86	-----			
主 觀 規 範	政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	0.83	17.65 ***	0.84	0.57	0.75
	當我在執行綠色政策時，周遭鄰居的態度不會影響我。	0.65	13.70 ***			
	當我在執行綠色政策時，周遭同事的態度不會影響我。	0.64	13.46 ***			
	我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	0.68	-----			
知 覺 控 制	我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	0.72	12.86 ***	0.86	0.52	0.72
	我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	0.76	13.31 ***			
	我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	0.78	13.68 ***			
	我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	0.69	12.39 ***			
	我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	0.74	13.30 ***			

表 4.24 各個構面之間的一階驗證性收斂效度分析表(續)

構面	題項	因素 負荷 量	t 值	CR 值	AVE	AVE 根號
行為 意圖	在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。	0.51	-----			
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	0.83	9.96 ***			
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	0.87	10.11 ***	0.86	0.53	0.73
	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	0.77	9.72 ***			
	我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	0.75	9.63 ***			
	我會願意推薦綠色旅遊給好友。	0.63	8.74 ***			
實際 行為	在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	0.68	-----			
	在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	0.79	12.87 ***	0.82	0.54	0.73
	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	0.76	13.14 ***			
	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	0.70	12.12 ***			

資料來源：本研究整理

註 1：*** $P < 0.001$ ，** $P < 0.01$ ，* $P < 0.05$

註 2：CR：組合信度，AVE：平均變異萃取量

4.6 整體結構模型分析

根據研究假設建議的初始模型進行估算，經歷了 26 次修正，得到了最佳整體模型適配度，列於下表 4.25。從分析數值可得整體模型之卡方值=511.158， $P=0.000$ 。而 χ^2/df 的值 <5 表在可接受範圍內，若卡方值/自由度的值 <3 時，代表成果非常良好；而本研究為 1.607，顯示結果非常良好。絕對適配指標裡的 $GFI=0.922$ 達標準值 >0.9 ； $AGFI=0.900$ 亦達到符

合 0.9 標準值；RMR 則為 0.036，符合小於 0.05 之要求；RMSEA=0.038 也符合需小於 0.05 之要求。相對配適指標中，NFI 與 CFI 皆達大於 0.5 之標準；而檢校配適度中的 PNFI 與 PGFI 亦達大於 0.5 的標準；CN 值則為 303 亦大於 200。以上結果表示本研究所提出之理論模型的整體適配度情形良好。

表 4.25 整體模型適配度指標評鑑表

評鑑指標類型	標準值	本研究模型數據	符合與否
$P(\chi^2)$	p 值 ≥ 0.05	$\chi^2=511.158$ ($p=0.000$)	符合
χ^2/df	< 3	1.607	符合
GFI	≥ 0.9	0.922	符合
AGFI	≥ 0.9	0.900	符合
RMR	≤ 0.05	0.036	符合
SRMR	≤ 0.05	0.063	符合
RMSEA	≤ 0.05	0.038	符合
NFI	≥ 0.9	0.924	符合
CFI	≥ 0.9	0.969	符合
PNFI	≥ 0.5	0.777	符合
PGFI	≥ 0.5	0.722	符合
CN	≥ 200	303	符合

資料來源：本研究統整

4.7 整體模型路徑分析

接下來依照實證的結果來檢定研究假設，經過 26 次修正後，所建立的結構模型路徑圖，參照下圖 4.2，在 5%顯著水準的情形下，路徑若顯著用實線代表，路徑若不顯著則用虛線表示。

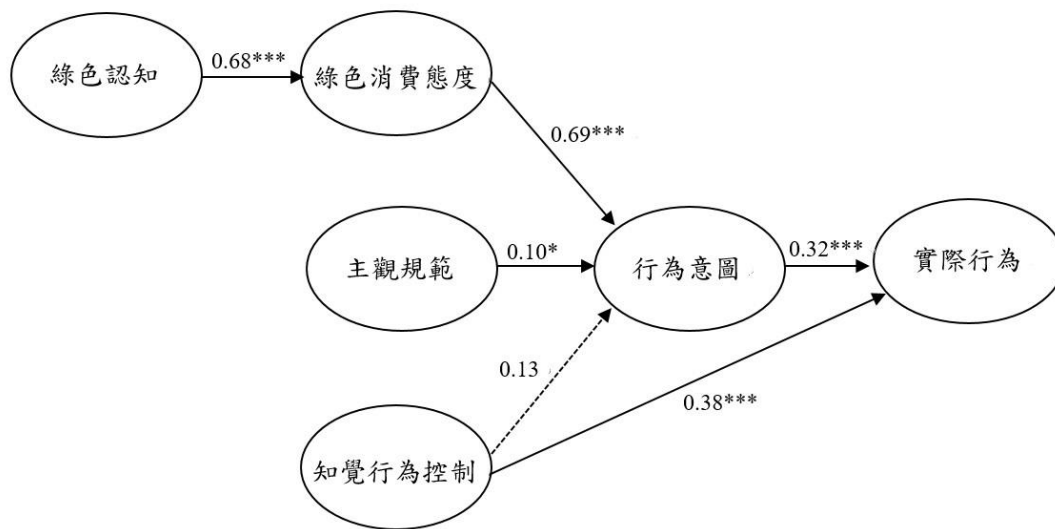


圖 4.2 整體模式路徑圖
資料來源：本研究整理

本研究實證分析結果詳細資料載於表 4.26，加以整理後所得到之結論詳述分析如下：

H1：遊客對從事綠色旅遊的「綠色認知」對其參與綠色旅遊的「綠色消費態度」有正向顯著影響之假設成立。

研究結果顯示：遊客之綠色認知對其參與綠色旅遊的綠色消費態度之路徑顯著，而其路徑係數：0.678，t 值：9.265，p-value 達 0.05 以下的顯著水準，故本研究之假設一 H1 正相關為成立。此假設成立表示遊客的綠色認知越正向，對其在進行綠色旅遊的過程中的綠色消費態度越積極。其可能原因為對綠色的認知接受度較高的遊客，也較容易使用對環境衝擊度較小的非一次性環保產品，如：購物袋、環保餐具等。

H2：遊客平時的「綠色消費態度」對其參與綠色旅遊的「行為意圖」有正向顯著影響之假設成立。

研究結果顯示：遊客平時之綠色消費態度對其參與綠色旅遊的行為

意圖之路徑顯著，其路徑係數值為：0.689，t 值為 7.307，p-value 達 0.05 以下的顯著水準，故本研究之假設二 H2 正相關為成立。因此我們可以推論遊客平時的綠色消費態度如果越能趨向綠色環保，即便綠色產品的價格較高，仍能因為愛地球而選購，如此對其參與綠色旅遊的行為意圖之影響程度也越高。

H3：遊客對從事綠色旅遊的「主觀規範」對參與綠色旅遊之「行為意圖」有正向顯著影響之假設成立。

研究結果顯示：遊客之綠色認知對其參與綠色旅遊的綠色消費態度之路徑顯著，其路徑係數值為：0.102，t 值為 2.268，p-value 為 0.023 達 0.05 以下的顯著水準，故本研究之假設三 H3 正相關為成立。本研究發現，其中以家人的綠色觀念、以及政府所宣導的綠色政策是較主要影響遊客執行綠色旅遊的因素，而不受鄰居及同事影響。

H4：遊客對從事綠色旅遊「知覺行為控制」對參與綠色旅遊之「行為意圖」有正向顯著影響之假設不成立。

研究結果顯示：遊客之知覺行為控制對其參與綠色旅遊的行為意圖之路徑不顯著，其路徑係數值為：0.126，t 值為 1.894，p-value 為 0.058 未達 0.05 以下的顯著水準，故本研究之假設四 H4 正相關為不成立。在敘述性統計分析時，我們注意到其中以「我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。」之題項之平均數最高(3.82)，而「我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。」為較低(3.49)，由此推論：受訪者對於是否進行綠色旅遊之行為，有較充足的自主選擇決策權，然而在旅遊時，受訪者認為較沒有充足的時間可優先選擇低碳、低汙染方式進行綠色旅遊，如當遊客前往旅遊地點時，可以選擇搭乘公共交通工具，以減低碳排放量(與自行開

車相比)，但搭乘交通工具在旅遊的過程中，的確較花費時間；我們也發現到行為意圖之構面裡以「我在進行旅遊活動時，我會有計畫地選擇綠色旅館」之平均數(3.44)是為最低，有可能是因為目前觀光旅遊局並未全面大力推行旅客注意綠色旅館、選擇綠色旅館，因而一般民眾對綠色旅館的選擇度而言也並不特別重視，而使得遊客的「知覺行為控制」對其「行為意圖」沒有產生顯著影響。

H5：遊客對從事綠色旅遊的「行為意圖」對其參與綠色旅遊的「實際行為」有正向顯著影響之假設成立。

研究結果顯示：遊客之行為意圖對其參與綠色旅遊的實際行為之路徑顯著，其路徑係數值為：0.320，t 值為 4.288，p-value 達 0.05 以下的顯著水準，故本研究之假設五 H5 正相關為成立。由此可知，當遊客在旅遊活動的過程中，遊客們願意優先選擇低碳、低汙染、綠色旅館…等等方式進行綠色旅遊的意圖越高，則真正付諸於實際行為之可能性越高。

H6：遊客對從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對參與綠色旅遊之「實際行為」有正向顯著影響之假設成立。

本研究結果顯示：遊客之綠色認知對其參與綠色旅遊的綠色消費態度之路徑顯著，其路徑係數值為：0.376，t 值為 5.045，p-value 達 0.05 以下顯著水準，故本研究之假設六 H6 正相關為成立。代表其受訪者對金錢、時間、知識、資訊及能力的掌握度越高時，則實際執行綠色旅遊中基本該有的環保行為的機率就越高。

表 4.26 SEM 整體模式路徑分析表

路徑	路徑係數	t 值	p-value	假設驗證結果
綠色認知 → 綠色消費態度	0.678	9.265	***	成立
綠色消費態度 → 行為意圖	0.689	7.307	***	成立
主觀規範→ 行為意圖	0.102	2.268	*0.023	成立
知覺行為控制 → 行為意圖	0.126	1.894	0.058	不成立
行為意圖 → 實際行為	0.320	4.288	***	成立
知覺行為控制 → 實際行為	0.376	5.045	***	成立

資料來源：本研究整理

註： ***P<0.001，**P<0.01，*P<0.05

五、結論與建議

5.1 研究結論

依據資料分析結果發現遊客之綠色認知對綠色消費態度、綠色消費態度對行為意圖之關係、行為意圖及知覺行為控制對實際行為的關係，皆獲得支持。唯獨只有知覺行為控制對行為意圖之假設不成立。

本研究根據第四章實證之分析結果統整後，獲得以下結論：遊客從事綠色旅遊的「綠色認知」對參與綠色旅遊之「綠色消費態度」有正向顯著影響，故 H1 成立。遊客的「綠色消費態度」與「主觀規範」對參與綠色旅遊之「行為意圖」有正向顯著影響，所以 H2、H3 假設成立。遊客對從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對其參與綠色旅遊的「行為意圖」無顯著影響，故 H4 假設不成立。遊客對從事綠色旅遊的「行為意圖」與「知覺行為控制」對其參與綠色旅遊的「實際行為」有正向顯著影響，故 H5、H6 之假設成立。

在本研究裡發現受訪者在進行綠色旅遊時有足夠的選擇權，但受訪者卻認為「沒有充足的時間」可優先選擇低碳、低汙染方式進行綠色旅遊，然而旅遊所產生的碳排放量往往來自旅遊型態與交通工具的選擇。本研究也注意到一般民眾對綠色旅館的選擇度而言也並不特別重視，有可能是因為目前觀光旅遊局並未全面大力推行旅客注意綠色旅館、選擇綠色旅館，綜合以上之推論而使得遊客的「知覺行為控制」對其「行為意圖」沒有產生顯著影響。

5.2 研究建議

隨著政府在 1998 年制訂的周休二日後，連續假期的增加、國人知識水準的提升、資訊透明的年代，取得綠色旅遊的資訊比起以往容易許多。本研究發現，「家人的綠色觀念」、以及「政府所宣導的綠色政策」是較主要影響遊客執行綠色旅遊的因素，且由第四章可知：綠色認知與綠色消費態度方面，以「36-45 歲」為最高，有可能因為此階段年齡多數處於育兒階段，受訪者對於下一代需樹立良好榜樣，因而高於其它年齡；其中又以「15-25 歲」最低，因此建議：

1. 政府或綠色團體可在綠色認知方面多做教育與宣導，由其以學齡孩童方面可於教育政策著手進行推動，進而鼓勵民眾具正面的綠色消費態度，當民眾對綠色認知與綠色消費態度越正面，越有助於民眾從事綠色旅遊的行為意圖，而民眾對於從事綠色旅遊的行為意圖越強烈，則實際從事綠色旅遊的機率就越高。

而本研究也發現民眾最常從事的旅遊型態為自助旅遊，且選擇旅館時，較沒有注意到所選的旅館是否有環保或綠色標章，且前章節也發現民眾在「不考慮價格」的情況下，對綠色、環保是意願是高的，但在綠色消費態度方面民眾顯然會因為價格而影響是否執行綠色行為，且本研究觀察出民眾在選擇旅館方面，也不會有計畫的刻意選擇綠色旅館。因此建議：

2. 政府可針對不同旅遊型態的民眾進行綠色旅遊時，提供民眾旅遊補助或獎勵方案，或是以收集綠色旅館之標章或貼紙進行不同的獎勵措施，或許可以增加民眾執行綠色旅遊的實際行為。

本研究在遊客對從事綠色旅遊的「知覺行為控制」對其參與綠色旅遊的「行為意圖」有正向顯著影響之假設不成立，其中發現遊客在進行綠色旅遊時，雖有足夠的自主選擇權，然而在旅遊時，受訪者卻認為較沒有充足的時間可優先選擇低碳、低汙染方式執行綠色旅遊。如遊客前往遊憩地時，可選擇搭乘大眾交通工具，以減低碳排放量(與自行開車相比)，但在旅遊的過程中搭乘大眾交通工具與接駁轉乘的確較花費時間，也反映出現代人的生活忙碌。因此建議：

政府可以針對較熱門的旅遊路線或遊憩地，開設或增加接駁或轉運的路線且降低轉乘之費用，而政府也可針對旅行社開設「以大眾運輸為交通工具」的旅遊團進行節能減碳的補助方案以為鼓勵。

5.3 研究限制

在人力、物力有限的情況下，本研究取得樣本來源主要為網路問卷發放方式較多，分別發放於 Line 社群軟體、批踢踢實業坊，而紙本問卷方面以身邊親友同事較多；問卷取得方式的隨機性較小，抽樣部分較容易有抽樣偏誤，因此在研究推論上會有其限制。若要普遍推估，在樣本的取得方式與來源要更具隨機性，其研究推論更具代表性。

參考文獻

中文文獻

行政院永續發展委員會國土資源分組(2004)。生態旅遊白皮書。臺北：內政部營建署。

吳淑鶯 陳瑞和 (2014)。消費者綠色消費認知對消費意圖與行為的影響。中華管理國際評論學報，第十七卷，第四期，第 1-26 頁。

林子閔 (2006)。台灣綠色旅遊認證 KPI 的建立。東海大學餐旅管理學系碩士論文。台中；東海大學。

林孟璋、曾旻儀、李佳霖(2008)。消費者的綠色認知與生活型態對綠色消費行為影響之研究。2008 第九屆管理學域學術研討會論文集。

林政逸 (2011)。推動低碳旅遊教育。師有月刊，第 543 期，第 73-77 頁。

洪于婷、陳冠位、謝琦強、張曜麟 (2010)。大學生對溫泉區生態旅遊認知之研究。嘉南學報，第 36 期，第 554-564 頁。

侯錦雄(2011)。綠色旅遊產業永續發展：營運模式、價值創新及資訊網絡之建構研究成果報告。台北：行政院國家科學委員會專題研究計畫。

孫雅彥(2014)。觀光是無煙囪產業？從碳足跡思考旅行對環境之影響。人文與社會科學簡訊，環境永續專題，第 60-66 頁。

陳欽雨、姚成彥、張宏源 (2014)。休閒業綠色策略對消費者綠色認知及行為意圖之影響。運動與遊憩研究，第九卷，第二期，第 96-114 頁。

連經宇、陳育詩(2010)。餐飲業消費者個人屬性、綠色消費認知與行為意向之關係研究：以台北及新竹地區為例。餐旅暨家政學刊，第七卷，第二期，第 133-162 頁。

郭乃文、程金保 (2010)。旅遊與碳足跡。第一屆綠色旅遊研討會論文。台北：東南科技大學。

曾筱嵐 (2010)。團體旅遊之環島行程交通溫室氣體排放量推估 (未出版碩士論文)。高雄：高雄師範大學環境教育研究所。

蔡進發、蕭至惠 (2015)。綠色廣告訴求、自我參照、綠色品牌態度、綠色購買意願及消費者生態環境承諾程度之研究。管理學報，第 32 卷，第 1 期，第 85-108 頁。

交通部觀光局 (2019)。國人旅遊狀況調查。2020 年 6 月 8 日，取自：
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003340.aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59>

台灣綠色旅遊協會(2013)。2020 年 2 月 15 日，取自：
<http://www.twword.com/wiki/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%B6%A0%E8%89%B2%E6%97%85%E9%81%8A%E5%8D%94%E6%9C%83>

葉孟靄(2013)。不一樣的旅遊。2020年2月15日，取自：

<http://www.eqpf.org/envinews/epContent.aspx?dsn=168&cId=2>

余慕薊(2018/03/30)。永續旅遊的發展趨勢與我國推動策略。2020年6月

15日，取自：

<https://www.tier.org.tw/comment/pec5010.aspx?GUID=c99456d3-d1ab-42c6-8b51-39a5b9d77c02>



英文文獻

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. (Eds.), *Action-control: From cognition to behaviour.* (p.11-39). Heidelberg: Springer-Verlag

Ajzen, I. (1985). From intentions to action: A theory of planned behaviour. In Kuhl, J., & Beckmann, J.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p.179-211.

Chen M. F. & Tung P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotel. *International Journal of Hospitality Management*. 36, p.221-230.

Hetzer, N. D. (1965). Environment, tourism, culture. *Links* (July): Reprint in *Ecosphere* (1970),1(2), p.1-3.

Jones, A. (1987). Green tourism. *Tourism management*, 8(4), p.354-356.

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. UNEP, University of Oxford, UNWTO,

WMO: Paris, France.

Swarbrooke, J. (1999). Sustainable tourism management. New York: CABI.

UNEP and UNWTO (2005) Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, p.11-12.

The International Ecotourism Society (TIES, 2015). The Definition. Retrieved (June, 15, 2020) from :<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

The International Ecotourism Society (TIES, 2020). What is Ecotourism? Retrieved (February, 13, 2020) from :
<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism>

UNWTO (2020). UNWTO records 1.5bn tourism arrivals in 2019 (January 20, 2020) . Retrieved (June, 8, 2020) from :
https://www.breakingtravelnews.com/news/article/unwto-records-1.5bn-tourism-arrivals-in-2019/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter

UNWTO (2020). [Sustainable development]. Retrieved (June, 15, 2020) from
<https://www.unwto.org/sustainable-development>

附錄 (問卷)

您好：

這是一份有關「綠色旅遊」的學術研究問卷。本研究目的在於探討消費者在旅遊時，是否願意以綠色旅遊的方式來降低旅遊對環境所造成的衝擊、兼顧環境的永續發展。誠摯的希望您能提供您寶貴的旅遊經驗，您的每一筆資料所彙整集結成的資訊，都將對這份綠色旅遊之研究有極大的助益。

國內的台灣綠色旅遊協會將「綠色旅遊」定義為：旅客以對環境衝擊最小的旅遊型態，秉持節能減碳的精神，享受生態人文的遊程體驗。

本問卷採不記名作答，並且保證不會將您的填答資料用在非學術上的用途，請您安心作答，謝謝您的協助。

敬祝 身體健康 事事順心

南華大學旅管所

指導教授：丁誌紋 博士

研究生：呂佩貞

第一部分：綠色認知

題號	說明：請依據過去兩年內的旅遊經驗勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	我在旅遊時，就算會造成不便，對於嚴重污染環境的企業所生產之產品，我仍然會拒絕使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	我認為旅行中採取綠色旅遊是必要的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	我認為綠色旅遊對下一代的身教是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	我認為綠色旅遊，是符合道德良知的行為。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分：綠色消費態度

題號	說明：請依據過去兩年內的旅遊經驗勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	我在外食時，我會自備環保餐具。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	我在購物時，我會自備購物袋。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	即使綠色產品價格較高，我仍會因愛地球而選購它。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	住宿中，我會注意到該旅館所提供的環保訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：主觀規範

題號	說明：請依據過去兩年內的旅遊經驗勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	家人的綠色觀念是影響我做綠色旅遊的因素。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	政府的綠色政策是影響我做綠色旅遊的因素。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	當我在執行綠色政策時，周遭 <u>鄰居</u> 的態度並不會影響我。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	當我在執行綠色政策時，周遭 <u>同事</u> 的態度並不會影響我。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：知覺行為控制及行為意圖

題號	說明：請依據過去兩年內的旅遊經驗勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	我有足夠的金錢進行綠色旅遊行為。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	我有足夠的時間進行綠色旅遊行為。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	我有足夠的知識進行綠色旅遊行為。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	我有足夠的資訊可以讓我進行綠色旅遊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	我在進行綠色旅遊時，我有足夠的選擇權。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	我認為我有足夠的能力實行綠色旅遊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	在不考慮價格下，我會優先選擇有環保標章、節能標章、碳足跡標籤及減碳標籤等旅遊用品（簡稱綠色產品）。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低汙染的方式。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇低碳的方式。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	我在進行旅遊活動時，我會優先選擇綠色旅館。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	我在進行旅遊活動時，我會有計畫的選擇綠色旅館。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	我會願意推薦綠色旅遊給好友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分：實際行為

題號	說明：請依據過去兩年內的旅遊經驗勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	在過去的兩年內，在外出旅遊選擇旅館時，我會注意到我選擇的旅館是否有環保或綠色標章。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	在過去的兩年內，外出旅遊時我曾做過垃圾分類。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備環保購物袋。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	在過去的兩年內，外出旅遊時我會自備盥洗用具。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【以下空白，翻頁尚有題目喔】

第六部分：個人背景資料

1. 性別： <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2. 年齡： <input type="checkbox"/> 16-25 <input type="checkbox"/> 26-35 <input type="checkbox"/> 36-45 <input type="checkbox"/> 46-55 <input type="checkbox"/> 56-65 <input type="checkbox"/> 65歲以上
3. 教育程度： <input type="checkbox"/> 國小以下 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中 <input type="checkbox"/> 大學(專) <input type="checkbox"/> 研究所以上(含研究所)
4. 最常 從事的旅遊型態： <input type="checkbox"/> 自助旅遊 <input type="checkbox"/> 跟團旅遊 <input type="checkbox"/> 半自助旅遊(單選題)
5. 最常 與何人共同旅行： <input type="checkbox"/> 自己 <input type="checkbox"/> 情侶/夫妻 <input type="checkbox"/> 朋友/同學/同事 <input type="checkbox"/> 家人(單選題)
6. 旅遊頻率(兩天一夜以上)： <input type="checkbox"/> 一個月一次以上 <input type="checkbox"/> 一至三個月一次 <input type="checkbox"/> 半年一次 <input type="checkbox"/> 一年一次
7. 國內旅遊的 <u>住宿預算</u> ，平均1人1晚可接受價格： <input type="checkbox"/> 1000元以下 <input type="checkbox"/> 1001-2000元 <input type="checkbox"/> 2001-3000元 <input type="checkbox"/> 3001-4000元 <input type="checkbox"/> 4001-5000元 <input type="checkbox"/> 5001元以上
8. 國內旅遊的 <u>交通預算</u> ，平均1人1天可接受價格： <input type="checkbox"/> 2000元以下 <input type="checkbox"/> 2001-4000元 <input type="checkbox"/> 4001-6000元 <input type="checkbox"/> 6001元以上
9. 國內旅遊的 <u>餐飲預算</u> ，平均1人1天可接受價格： <input type="checkbox"/> 500元以下 <input type="checkbox"/> 501-1000元 <input type="checkbox"/> 1001-2000元 <input type="checkbox"/> 2001元以上

問卷到此結束，請您再檢視一遍，以確認所有問題皆已答畢

【再次謝謝您提供寶貴意見】