

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文  
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF  
SCIENCES  
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY

建構澎湖休閒漁業旅遊意象與行銷策略之研究

Constructing Tourism Image of Recreational Fishing in Penghu  
and Proposing the Marketing Strategy

研究生：高子怡

GRADUATE STUDENT : KAO, TZU-YI

指導教授：陳寬裕 博士

ADVISOR : CHEN, KUAN-YU Ph.D.

中 華 民 國 九 十 九 年 六 月



南華大學旅遊事業管理研究所九十七學年度第二學期碩士論文摘要

**論文題目：**建構澎湖休閒漁業旅遊意象與行銷策略之研究

**研究生：**高子怡

**指導教授：**陳寬裕 博士

**論文摘要內容：**

結合地方傳統產業的旅遊行程，是觀光產業發展的重要趨勢。基於此，近年來澎湖地區結合了傳統產業與觀光元素，形成台灣發展休閒漁業的重要指標。然而，如何評估休閒漁業於遊客心中所形塑的意象，文獻上仍付之闕如。故本研究乃嘗試從編製休閒漁業旅遊意象之標準測量工具出發，進而發展出行銷澎湖休閒漁業之策略。

因此，本研究的目的有三，首先以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表，期能透過嚴謹的量表編製過程，發展出評估澎湖休閒漁業旅遊意象的標準化測量工具，以提供相關人員及後續研究者使用。再者，運用重要表現分析法(Importance-Performance Analysis, IPA)，探討遊客對於澎湖休閒漁業旅遊意象相關項目的重視程度，與參與遊程後對於相關項目表現的認同度，以作為製作行銷策略之基礎。最後再使用非階層集群分析，對遊客進行市場區隔，進而瞭解各市場區隔中的遊客特性，藉以提出相關的行銷策略。

研究結果顯示，所編製的旅遊意象量表之信、效度皆符合一般學術論文之要求。因此可透過自然資源、文化環境、資訊與設施、氣氛營造及服務品質等五個面向，衡量澎湖休閒漁業旅遊意象。於重要度表現分析方面，並無應加強改善的項目，大部分的項目皆能符合遊客期待。最後本研究建議管理單位及業者，於行銷策略上，對於旅遊行程的規劃，宜以三天的自主性遊程為主，而目標客群則應著重於年輕族群。

**關鍵詞：**休閒漁業、旅遊意象、量表發展、重要表現分析法、市場區隔

**Title of Thesis:** Constructing Tourism Image of Recreational Fishing in

Penghu and Proposing the Marketing Strategy

**Name of Institute:** Department of Tourism Management, Nan Hua  
University

**Graduate Date:** June 2010

**Degree Conferred:** M.B.A

**Name of Student:** KAO, TZU YI    **Advisor:** CHEN, KUAN YU Ph.D.

## **Abstract**

In the tourism industry, it is an important development trend to inject local traditional industry into a traveling tour. In view of this, among these years, Penghu Archipelago combined traditional industry with tourism elements and became an important indicator of recreational fishing in Taiwan. However, it still lacks of how to assess the image which recreational fishing forms to the tourists.

There are three purposes of this study. First of all, based on the recreational fisheries, constructs the Scale Images of Penghu to tourists. Through rigorous process of constructing forms, it can develop the standardized measurement tools which can assess the Penghu fishing tourism image, and it can also provide a good use for the related personnel and follow-up researchers. Furthermore, apply the IPA (Importance-Performance Analysis) to evaluate how much tourists' value about the Penghu fisheries tourism image. Besides, based on the recognition of how the related items perform after participate the tours to make a marketing strategy. Finally, use the non-hierarchical cluster analysis to divide the tourist into different market segments and make relevant marketing strategies by understanding the characteristics of individual tourist market segment.

The result shows that both the establishment of the tourism image in scale reliability and validity are in compliance with the general academic requirements. Therefore, it can measure Penghu fishing tourism image through the natural, cultural environment, information and facilities, atmosphere and service quality. On the Important-Performance Analysis, there is no project should be improved because most of the items were consistent with what tourists are looking forward. This study suggests, on marketing strategy, that when either the authority or the industry plans the itinerary for the tour, the majority should be the three-day autonomy tour, and the target customer group should focus on the youth.

**Keywords:** Recreational Fishing, Tourism Image, Scole Development,  
Important-Performance Analysis, Market Segmentation

## 目 錄

中文摘要	.....	i
英文摘要	.....	ii
目 錄	.....	iii
表目錄	.....	v
圖目錄	.....	vii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景.....	1
1.2	研究動機.....	3
1.3	研究目的.....	4
1.4	研究對象與範圍.....	5
1.5	研究流程.....	6
1.6	論文架構.....	7
第二章	文獻探討.....	8
2.1	休閒漁業.....	8
2.2	旅遊意象.....	14
2.3	量表發展.....	31
2.4	重要表現分析(IPA).....	36
第三章	研究設計.....	39
3.1	研究地點與對象.....	39
3.2	研究架構.....	40
3.3	量表編製流程.....	41
3.4	研究假設.....	43
3.5	問卷設計.....	44
3.6	調查方法與抽樣設計.....	49
3.7	信度與效度評鑑方式.....	51

3.8	資料處理與分析.....	56
第四章	實證結果與分析.....	61
4.1	構念題項發展與製作.....	61
4.2	預試結果分析.....	66
4.3	探索性因素分析.....	73
4.4	正式受訪者之基本屬性.....	79
4.5	驗證性因素分析 .....	86
4.6	休閒漁業旅遊意象重適度與表現分析.....	90
4.7	澎湖休閒漁業旅遊意象現況分析.....	94
4.8	市場區隔分析.....	96
第五章	結論與建議.....	106
5.1	研究結論.....	106
5.2	管理意涵.....	114
5.3	研究限制.....	117
5.4	後續建議.....	119
參考文獻	.....	120
附錄	.....	133
附錄一	專家名單.....	133
附錄二	專家審查意見.....	134
附錄三	專家問卷.....	145
附錄四	預試問卷.....	156
附錄五	準正式問卷.....	160
附錄六	正式問卷.....	164

## 表目錄

表 1.1	澎湖觀光旅遊人次統計表.....	5
表 2.1	澎湖休閒漁業的類型.....	12
表 2.2	Royo-Vela(2009)旅遊意象構面及組成因素.....	19
表 2.3	張淑青(民 98)旅遊意象的構面及組成因素.....	20
表 2.4	Bigne' Alcañiz, et al.(2009)旅遊意象構面及組成因素.....	21
表 2.5	Martín & Rodríguez del Bosque(2008)旅遊意象構面及組成因素.....	21
表 2.6	張孝銘等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素.....	21
表 2.7	張文娟等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素.....	22
表 2.8	宋威穎等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素.....	22
表 2.9	張清標、陳賢明(民 97)旅遊意象的構面及組成因素.....	23
表 2.10	Stepchenkova & Morrison(2008)旅遊意象構面及組成因素.....	24
表 3.1	量表編製過程及分析方法.....	41
表 3.2	專家問卷內容.....	45
表 3.3	問卷內容概要.....	48
表 4.1	初稿.....	63
表 4.2	預試問卷.....	65
表 4.3	初次項目分析表.....	68
表 4.4	第二次項目分析表.....	70
表 4.5	第三次項目分析表.....	71
表 4.6	準正式問卷.....	72
表 4.7	休閒漁業旅遊意象因素分析表.....	76
表 4.8	正式問卷.....	77
表 4.9	因素名稱及內容.....	78
表 4.10	潛在變項對觀察變項的標準化參數估計值.....	81
表 4.11	測量模式配適度指標檢定表.....	83

表 4.12	建構效度驗證表.....	85
表 4.13	遊客資料統計表 (N=243).....	89
表 4.14	休閒漁業旅遊意象現況分析表.....	93
表 4.15	遊客背景資料對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析表.....	95
表 4.16	旅遊特性對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析表.....	95
表 4.17	澎湖旅遊目的地意象重視度與表現程度統計表.....	99
表 4.18	各區隔市場重視度之集群分析比較表.....	102
表 4.19	各區隔市場鑑別分析表.....	102
表 4.20	區隔市場與遊客背景資料交叉分析表.....	104
表 4.21	區隔市場與旅遊特性交叉分析表.....	105

## 圖目錄

圖 1.1	研究流程圖 .....	6
圖 2.1	觀光休閒漁業概念圖 .....	10
圖 2.2	重要表現分析圖 .....	37
圖 3.1	研究架構流程圖 .....	40

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景

在傳統產業逐漸凋零的地區，將產業重心轉移到觀光產業，並視其為當地主要經濟發展，甚至放棄傳統產業，似乎成為台灣許多風景區觀光發展的主要模式；然而單以觀光作為一個目的地的主要吸引力，甚至是主要的經濟命脈，對於一個旅遊目的地的發展而言，卻是岌岌可危的。從過去文獻可知，一個旅遊目的地可能會因為種種非人為所能及的因素而急遽消長，如恐怖主義的暴力威脅、政治環境的不穩定性、天然災害的發生和流行性疾病的肆虐；甚至因目的地的過度開發、擁擠以及地區的季节性而嚴重影響生態平衡及當地居民的生計(Israngkura, 1996; Mason, 2003)。有鑒於此，近年來，政府單位部門不斷的鼓勵澎湖居民以傳統產業為基礎，結合休閒旅遊，朝休閒漁業發展，為澎湖的觀光產業注入了新的價值及更多元的休閒遊憩選擇。

雖然，澎湖因為漁村沒落、漁港閒置、傳統漁業作業方式被先進科技所取代。為使漁業能夠在澎湖永續發展，讓觀光發展與傳統產業結合，近年來，旅遊管理公部門積極推廣休閒漁業，先後辦理縣魚票選、海上花火節、菊島海鮮節、七美九孔節、牽罟、抱墩、觀摩體驗夜補丁香、夜釣小管、箱網餵魚、巡滬、立竿網、照海等休閒漁業相關活動。此外，因淡旺季旅遊人潮的影響，多數的遊客集中在春、夏兩季到訪，為提高

秋冬兩季的旅遊人次，也舉辦了風帆海鱸節等等(澎湖縣政府，民 94)。政府及民間單位都期望能藉此經營模式，平衡地方發展，除了能使傳統漁業得以永續，更能讓遊客體驗與感受澎湖休閒漁業之特色。

基此前述概念，在政府單位積極推動觀光產業，並鼓勵民間業者朝休閒漁業發展的態勢下，期盼結合休閒元素及傳統漁業特色的觀光產業能帶動地方傳統產業轉型。因此，諸如休閒娛樂漁業、漁村文化觀光、特色民宿及相關特產、紀念品商店等乃孕育而生，逐漸成為澎湖觀光產業的主流。

## 1.2 研究動機

台灣自民國 90 年起實施週休二日制，國人利用週末或假日從事休閒旅遊的人口數逐年提升。隨著各觀光遊憩區的多元發展，國內各旅遊目的地卻漸趨同質化，且加劇競爭白熱化。如何促使旅遊目的地發展具有地方特色，並且在眾多景點中脫穎而出，使遊客存留深刻且特殊的意象，是值得關注的議題，也是提高重遊率與推薦意願的重要關鍵。

過去的研究文獻指出，旅遊意象(Tourism Image)或稱為目的地意象(Destination Image)是指遊客對目的地的期望，代表著旅遊目的地在遊客心目中的印象，且讓遊客有先入為主的期待，意象會促使遊客考量、選擇與決定度假的目的地(Birgit, 2001； Fakeye & Crompton, 1991)。因此旅遊意象會影響遊客的行為，且經常是遊客選擇遊憩區的依據之一(Gartner, 1986； Fakeye & Crompton, 1991； Echtner & Ritchie, 1993)。

Carmen, Enrique & David (2007) 研究旅遊意象與遊客未來行為間之關係發現，遊客參與行為會受旅遊意象影響。而旅遊意象是旅遊決策過程中，目的地選擇行為的關鍵因素(Echtner & Ritchie, 1991; Baloglu & Mangalolu, 2001)。相關研究也證實旅遊意象的產生對遊客旅遊決策之過程具有決定性影響 (Chon, 1991a; Echtner & Ritchie, 1993; Fakeye & Crompton, 1991; Gartner, 1986)；換言之，遊客對旅遊的意象將會直接影響遊客的旅遊行為 (Chon, 1991b; Milman & Pizam, 1995)。

從以上敘述可得知，形塑一個旅遊地區的旅遊意象將有助於影響遊客的旅遊態度，甚至預測未來的旅遊行為，進而發展有效的行銷策略。

### 1.3 研究目的

回顧國內、外文獻，雖然有關旅遊意象的研究不計其數，然由於旅遊意象的形塑過程，具有其觀光的地域性與產業的特殊性。故本研究將針對過去文獻較少討論到的休閒漁業旅遊意象編製量表，以協助管理單位及業者對於其產業發展之意象評估。

基於上述研究背景與動機，本研究的目的有三：

1. 以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表；
2. 應用並結合重要—表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視程度進行分析，期能更精確測量休閒漁業在澎湖發展等各方面的績效以符合遊客期待。
3. 以非階層集群技術區隔市場，對遊客屬性及旅遊特性進行分析，以建構行銷區隔策略，並提供澎湖整體觀光發展的行銷模式建議。

## 1.4 研究範圍與對象

交通部自民國 84 年 7 月成立「澎湖國家風景區管理處」專責觀光發展之推動工作起，澎湖地區開始朝觀光產業發展。近十年來，每年都有超過四十萬的旅遊人次，前往實際居住人口不到十萬的澎湖群島旅遊（見表 1）。在管理公部門積極推動下，休閒漁業的旅遊方式在澎湖蓬勃發展且日趨成熟，然而澎湖的休閒漁業發展現況，對遊客而言是否足以建構其旅遊意象，卻無法從現有文獻得知。

基於此，本研究擬經由回顧國內外文獻，並以專家問卷建構專家效度，編製休閒漁業作為澎湖的旅遊意象量表，並結合重要—表現分析法 (IPA)，採便利及滾雪球的抽樣方式，以曾經到訪澎湖的遊客作為研究對象，分析澎湖休閒漁業的發展現況，進而探索影響澎湖休閒漁業旅遊意象的重要因素。最後，運用非階層集群方式區隔市場，分析遊客的旅遊特性，發展澎湖休閒漁業的行銷策略與模式。

表 1.1 澎湖觀光旅遊人次統計表

年度(西元)	總人次(人)	年度(西元)	總人次(人)
2008	479,992	<b>2003</b>	<b>359,004</b>
2007	488,590	2002	384,037
2006	501,197	2001	441,825
<b>2005</b>	<b>533,366</b>	2000	421,221
2004	517,274	1999	462,226

資料來源：澎湖國家風景區管理處，民 98

## 1.5 研究流程

根據上述研究目的，本研究之研究流程如圖 1.1 所示：

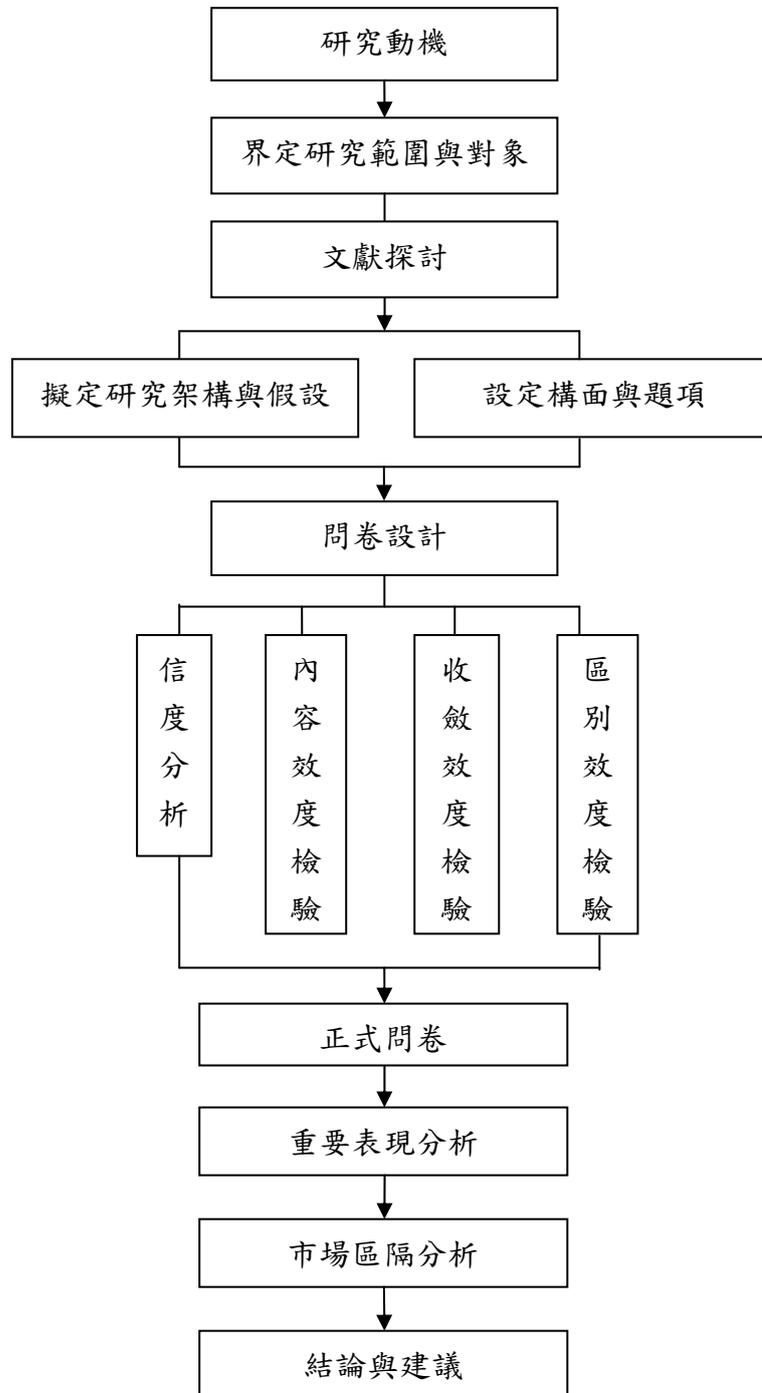


圖 1.1 研究流程圖

## 1.6 論文架構

第一章 緒論：闡述研究背景、動機及目的，定義本研究的研究範圍與對象，並規劃研究流程。

第二章 文獻探討：本研究的文獻以旅遊手冊、國內外學者研究論文及期刊為主，探討休閒漁業及旅遊意象的定義和範圍，根據量表編製的原理原則，及以重要表現分析法探討休閒漁業旅遊意象的重視程度和項目認同度之間的關聯等議題。

第三章 研究設計與方法：根據文獻整理分析歸納並提出研究架構及建立假設，選擇適合的抽樣及資料分析方法，以發展量表的原理原則，建構專家效度，設計問卷並進行前測以修正量表。

第四章 實證結果與分析：利用統計方法檢驗量表信、效度，以 IPA 及現況分析找出重要影響因子，運用非階層集群分析區隔市場發展行銷策略模式。

第五章 結論與建議：根據資料分析的結果，對本研究作出結論，並給予管理公部門、業者及後續研究者建議。

## 第二章 文獻探討

本研究以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表；應用並結合重要—表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視程度進行比較分析，期能更精確測量休閒漁業在澎湖發展等各方面的績效以符合遊客期待；並對遊客背景資料及旅遊特性進行分析，以建構行銷策略，提供澎湖休閒漁業旅遊發展的行銷模式建議。故文獻探討包含四個部分，分別為休閒漁業、旅遊意象、量表發展與 IPA 重要表現分析。

### 2.1 休閒漁業

休閒漁業的概念是由休閒農業發展而來，我國休閒漁業的發展，始於民國 89 年行政院農業委員會成立『休閒農業計畫』，計劃中說明，廣義的農業包含了農、林、漁、牧等產業，休閒農業是政府為改善農漁村經濟的政策之一，主要是結合農漁村特色資源、觀光休閒、農漁村體驗等特色所規劃形成的一種體驗式活動。

民國 82 年 5 月行政院農業委員會訂定『娛樂漁業管理辦法』，將海上休閒納入漁業的一部份，民國 88 年 8 月公告，明確定義娛樂漁業的範圍為提供漁船，供以娛樂漁為目的者，在水上採捕水產動植物或觀光之漁業。然而，休閒漁業的範圍很廣泛，如漁撈、養殖、加工等與初級生產有直接性的關係，且再配合文化、經濟、人文等，皆可藉由漁業活動以達到休閒為目的。因此台灣省漁業局在民國 81 年因應台灣休閒漁業發展所需，辦理『發展觀光休閒漁業計畫』，邀請專家學者組成『休閒漁業發展小組』，根據台灣休閒漁業發展的潛力規劃相關制度，並辦理專題

座談，輔導各縣市政府發展休閒漁業，台灣的休閒漁業逐漸蓬勃發展。

休閒漁業與傳統漁業的經營邏輯不同，傳統的漁業為初級產業，而休閒產業則為三級服務業；休閒漁業是以娛樂消遣、追求經驗與快感的活動，非以漁業生產利益為目的，利用海洋漁業資源、陸上漁村村舍、漁業公共設施、漁業生產器具、漁產品等，結合當地生態環境、人文、宗教信仰，規劃設計相關活動或休閒空間，提供民眾認知(cognitive)和體驗(experiential)漁業並達到休閒遊憩的功能。而傳統的漁業則包括魚類、生物、景觀等的自然資源，以及漁業生產、養殖、加工、銷售、漁船、漁法漁具、漁村文化、漁業設施等人文社會資源（澎湖縣政府，民 86）。在傳統漁村利用其原有資源，將漁業發展與觀光遊憩結合成休閒漁業，建立一個可以滿足民眾舒緩壓力與恢復精神之需求，又能兼具「漁業生產」、「漁民生活」及「漁村生態」等「三生一體」之特色的富麗漁村，是目前漁業經營方式轉型的重要策略之一(胡慶安 民 91)。

由上述可知，發展休閒漁業需具有服務業的思維及策略，並塑造當地漁業特色，迎合現代人的需求及想法，吸引人們親近海洋，以開啟休閒漁業之生機(莊慶達等，民 88)。

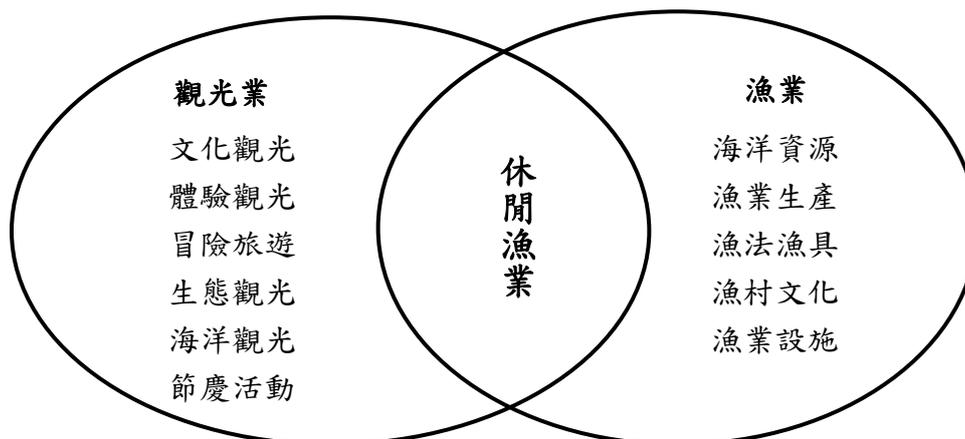


圖 2.1 觀光休閒漁業概念圖

### 2.1.1 休閒漁業的定義

隨著休閒漁業的種類和經營規模的日趨蓬勃發展，學者們對於休閒漁業從地方產業和遊客體驗者的觀點給了不同的定義。

從地方產業的觀點，江榮吉(民 81)在「休閒漁業經營」一文中表示，「休閒漁業」就是利用漁村設備、漁村空間、漁業生產的場地、漁法漁具、漁業產品、漁業經營活動、自然生態、漁業自然環境及漁村人文資源，經過規劃設計，以發揮漁業漁村休閒旅遊功能，增進國人對漁村與漁業之體驗，提升旅遊品質，並提升漁民收益，促進漁村發展。而胡興華(民 85)將「休閒農漁業」定義為：利用農漁業資源、自然生態、人文及地理景觀，再結合農林漁牧生產、農漁業經營活動、農漁村文化及地方特色等條件，提供國民從事農漁業相關之休閒活動，以增進其對農漁產業之認知及農漁村生活之體驗為目的所從事之休閒遊憩經營事業。

胡安慶(民 91)為休閒漁業所下的定義為利用海洋漁業資源、陸上漁村村舍、漁業公共設施、漁業生產器具、漁產品等結合當地生態環境、人文、宗教信仰等規劃設計相關活動或休閒空間，提供民眾認知和體驗漁業進而達到休閒遊憩的功能。歐慶賢(民 92)將休閒漁業定義為：『休閒漁業為利用漁村設備、漁村空間、漁業生產的場所與產品、及漁業經營活動生態、漁業自然環境與漁村人文資源，經規劃設計，以發揮漁業與漁村休閒旅遊功能，增進國人對漁業與漁村之體驗，提升遊憩品質，並提高漁民收益，促進漁村發展』。莊慶達(民 88)從產業的屬性為休閒漁業下了定義為，「利用漁業資源、自然景觀、生態環境、漁村文化及地方特色，以提供國民和漁業活動有關之休閒，及增進其對漁業及漁村體驗為目的，所從事之休閒經營事業」。

綜合遊客體驗者及觀光產業的觀點，王偉哲(民 86)認為，休閒漁業活動是利用漁村周圍之自然與人文環境而發展，以提供人們從事如參觀、品嚐及操作等活動，活動參與者在從事的過程中可獲得包含娛樂性、教育性、文化性等休閒產業之遊憩體驗。此外，胡安慶(民 91)認為，以觀光產業的角度來看，找出漁業與漁村具有賣點的奇觀(spectacle)、氛圍(aura)、地景(landscape)和主題(themes)等成為「情境消費」的產品，此項「文化消費產業」(即所謂的休閒漁業)將成為漁業的另一種生計。

綜合上述可知，休閒漁業是為了因應傳統漁業轉型及國人對海洋遊憩之需求而產生的一種新型態漁業經營方向。經營者利用漁業及漁村的相關資源，藉由觀光產業，結合漁業操作、海洋生態、漁村景觀、風俗民情、宗教文化、地方美食等元素，發展出能夠藉由體驗與學習而達到休閒目的的旅遊型態。

### 2.1.2 澎湖休閒漁業的種類

澎湖的休閒漁業，依據發展型式的不同又可細分為運動型、體驗型、觀光型、教育型和產業型(澎湖縣政府，民 95)。

表 2.1 澎湖休閒漁業的類型

類型	活動名稱
運動型	海釣、磯釣、夜釣小管、浮潛&水肺潛水、水上活動
體驗型	潮間帶拾螺貝、照海、巡滬、抱墩、牽罟、牡蠣養殖、箱網養殖(西嶼、菜園、蒔裡)、九孔養殖
觀光型	玻璃底船&半潛艇、船遊賞島(南海、東北海)、
教育型	澎湖水族館、海洋資源館、綠蠵龜觀光保育中心(望安)、宗教慶典(王船祭)
產業型	漁村文化與傳統產業、菊島之星/漁市場

資料來源：本研究整理

### 2.1.3 本研究對休閒漁業的定義

雖然各學者從不同觀點，賦予休閒漁業不同的定義，但定義的內容及範圍實則差異不大。綜合上述及本研究所研究的範圍，將休閒漁業廣義的定義為「以娛樂消遣、追求體驗與快感的活動，不以獲得漁業生產利益為目的，利用漁村設備、漁村空間、漁業生產的場所與產品、及漁業經營活動生態、漁業自然環境與漁村人文資源，經規劃設計，以促進漁村發展，利用發揮漁業與漁村休閒旅遊功能，增進遊客對漁業資源、自然景觀、生態環境、漁村文化及地方特色之體驗，所發展之觀光旅遊產業」。

## 2.2 旅遊意象

意象(Image)是指人們藉由描述、記憶或與該事物有關聯的方法，對所知道的事物產生特定的看法(Dowling, 1988)。意象的概念最早由Boulding(1956)提出，指出人類的行為除了受知識和資訊所引導，更是個人知覺意象的產物。Martineau(1958)率先將意象的概念應用於零售領域中，並認為意象是消費者對個體的主觀態度、感情及印象，也指出意象的好壞是影響消費者行為的重要因素之一。

意象運用於觀光研究的領域，包括旅遊意象(tourism image)、旅遊目的地意象(tourism destination image)或目的地意象(destination image)，旅遊意象的定義多以旅遊目的地、特定地點為對象(Crompton, 1979; Laswson & Baud-Bovy, 1997)，與目的地意象及旅遊目的地意象，均是以「目的地」為意象產生之對象，三者概念上有相似的意涵，也有交替使用的情況，本研究採「旅遊意象」一詞，以建構澎湖休閒漁業。

旅遊意象的構成包括遊客認知和情感兩個相互關聯的部分(Baloglu & Brinberg, 1997; Chen, 2001; Hong, Kim, Jang & Lee, 2006; Walmsley & Young, 1998)，這兩個組成有助於形成遊客的整體旅遊意象(Calantone, Di Benedetto, Hakam & Bojanic, 1989; Fakeye & Crompton, 1991; Hunt, 1975; Phelps, 1986)，且情感與認知構面對整體意象均會產生影響，認知、感情和整體意象之間的因果路徑關係已充分呈現於文獻中且被學術界所接受(Beerli & Martin, 2004)。此外，整體意象也被認為是第三個意象的組成部分，可能是相似或來自於不同認知或情感的目的地知覺(Baloglu & Love, 2005; Baloglu & McCleary, 1999; Gartner, 1993)。

目的地主要競爭是通過其意象，因為意象是一個遊客參觀之前購買決策的決定性因素(Buhalis, 2000)。旅遊目的地擁有的意象將能與其他目的地形成差異，而影響消費者的行為(Lee, O'Leary & Hong, 2002)。當遊客在選擇目的地時，旅遊意象是遊客在考量該目的地是否符合其休閒需求時浮現在心中的意象(Ahmed, 1991)。為目的地建構一個合適的意象，將決定其吸引和留住遊客能力(Ahmed, 1991)。因此瞭解、改進並且形塑一個目的地的旅遊意象，將有助於增加潛在遊客選擇旅遊地的機會以及重遊意願，且對於公共管理者而言，意象是一個構成目的地行銷策略的核心面向 (Chon, 1991a; Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, Gil & Caldero'n, 2002; Grosspietsch, 2006)。

### 2.2.1 旅遊意象的定義

早期學者 Hunt (1975)指出，目的地意象是指個人或群體對於居住地以外的某個地區所擁有的印象。Fakeye & Crompton (1991)認為，所謂目的地的意象是指遊客的旅遊經驗或是因旅遊資訊的搜尋，而對一旅遊目的地的認知，且一國或一個旅遊區域的旅遊意象會影響遊客前往旅遊或重遊意願。旅遊意象是潛在觀光客對一個特定目的地的心理圖象，如同消費者在購買一般商品時，會先對產品加以檢視。旅遊目的地擁有的意象將能與其他目的地形成不同，而能影響消費者的行為(Lee, O'Leary & Hong, 2002)。

Gartner (1986)認為旅遊意象具有類似品牌的功能，包含了旅客與旅遊業者，對旅遊地區內的旅遊相關活動或是景點之各項屬性的知覺。當遊客在選擇目的地時，旅遊意象是遊客考量該目的地是否符合其休閒需求時浮現在心中的意象(Ahmed, 1991)。Milman & Pizam (1995)認為旅遊經驗是一種綜合各種不同產品與服務體驗的混合物，所以一個觀光地的意象可說是對構成旅遊經驗之個別要素或屬性之意象總合，他提出觀光目的地由三個成份組成，分別是：1.產品（景點的品質、成本、獨特性）；2.行為與態度（比如說觀光地的居民會與觀光客有所互動）；3.環境（氣候、住宿品質與類型、安全）。

旅遊意象是指潛在遊客對一地區的知覺，乃是表達遊客心中對當地觀光發展之態度以及對旅遊地感覺的最重要指標(Hunt, 1975)。Crompton (1979)所提出的旅遊意象(destination image)最常被引用，其定義為遊客對旅遊目的地的整體信念(beliefs)、想法(ideas)和印象(impressions)。Birgit (2001)認為旅遊意象具有溝通、宣傳與行銷的功能，會協助遊客考慮、選

擇與決定他們所想要的渡假目的地。

從文獻回顧中可知，旅遊意象是目的地的整體觀念，代表遊客的心中知道和對此的感覺。包括所有能喚起遊客連繫目的地與個人的細節；任何想法、信念、感覺或態度(Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas, 2009)；也是遊客在行前心目中對旅遊地的屬性或特性的看法與期望(Beerli & Martin, 2004)。

### 2.2.2 旅遊意象衡量構面

Echtner & Ritchie (1993)指出旅遊意象主要可分為兩個構面，基礎屬性意象(attribute-base image)及整體意象(holistic image)；這兩個構面均包含功能性(functional)與心理性(psycholglcal)，功能性是指較容易直接觀察的旅遊地區及遊憩活動等實體，心理性則屬無形且不易衡量的服務品質及聲譽；且功能性與心理性均包含了旅遊地的一般性和獨特性特徵。

認知意象的衡量多以旅遊目的地的屬性為基礎，採用結構試問卷。目的地意象常用的研究方法包括專家訪談、文獻回顧、因素分析、Cronbach  $\alpha$  係數(Croy, 2005)。Echtner & Ritchie(1993)以功能性和心理性發展旅遊意象量表，採用文獻回顧、焦點團體及內容分析法，取得 360 個意象陳述，再通過非群分類為 40 個屬性，由最後由六位專家建構效度發展出 36 個衡量題項。O'Leary & Deegan (2005) 以文獻回顧、自由揭露法選出 18 個屬性，衡量法國觀光客對愛爾蘭的觀光意象。Gallarza et al(2002)回顧 25 篇文獻的 20 個屬性，其中居民接受度、景觀、文化吸引力、夜生活與娛樂、運動設施、價格價值成本、購物設施、美食等八項被採用的頻率較高。Beerli & Martin(2004)則是將旅遊意象的構面區分為

「自然資源」、「普通設施」、「觀光設施」、「觀光休閒娛樂」、「文化、歷史與藝術」、「政治與經濟因素」、「自然環境」、「社會環境」、「地區氣氛」等。

以情感意象為主要的研究文獻較少，Pike(2002)回顧 142 篇文獻，僅有 63 篇採用質性研究(Stepchenkova & Morrison, 2008)。其中以 Russell(1980)所建立的情感環狀模型(The Circumplex Model of Affect)；愉快/不愉快、興奮/煩悶、新奇/困倦、苦惱/放鬆，應用最廣(鄭天爵，民 97; Walmsley & Jenkins, 1993; Baloglu & McCleary, 1999; Royo-Vela, 2009)。Baloglu & McCleary(1999)以此模型衡量遊客對土耳其、希臘、埃及等國的情感意象(Baloglu & Brinberg, 1997)。Walmsley & Jenkins(1993)應用此理論探討澳洲海岸地區旅遊意象，發展出六個二級量表：商業化/非商業化、有吸引力/無吸引力、平靜的/忙碌的、時髦先進的/不時髦先進的、新奇有趣的/無聊的、放鬆的/快步調的(Walmsley & Young, 1998)。此外，Echtner & Ritchie(1993)以開放式問卷，調查對牙買加的期望氣氛與情緒，所得到的描述形容詞包括：放鬆、友善、歡樂派對、慢步調、快樂、興奮、熱帶、浪漫等作為情感屬。

近年來以整體意象涵蓋認知及情感的研究居多。Royo-Vela(2009)在鄉村文化旅行概念：以遊客旅遊意象為基礎的當地旅遊行銷管理模型一文中，結合變數定義旅遊意象、旅遊類型的特徵、和鄉村文化遊客的特徵，應用質性和量化實證研究的結果，確認變數族群包含認知的和情感的旅遊構面，分為美麗的歷史文化遺產和感覺引起的知覺、乾淨/和平的氛圍和感覺引起的知覺、遊客/顧客服務招待和感覺引起的知覺、設置建築的維修/整合、歷史藝術豐富、購物和飲食的設立、遊客文化管理、適

配的遊客供應或基礎建設，等八個構面(如表 2.2)。

張淑青(民 98)在目的地意象、滿意度與行為意圖的關係—目的地意象的區效果一文中，應用探索性因素分析和信度分析，將目的地意象分為觀光資源、活動體驗與服務、設施與美食、氣候與價格及旅遊阻礙等五個構面，以探討遊客對澎湖觀光旅遊的不同意象，及滿意度與後續行為意圖差異的影響(如表 2.3)。

表 2.2 Royo-Vela(2009)旅遊意象構面及組成因素

構面名稱	組成因素
美麗的歷史文化遺產和感覺引起的知覺	感受一種實際的體驗、感受個人的智力成長、對過去的建築感到欽佩以及所經得起時間的考驗、象徵性的建築或建築物、具有整體美麗都市化的地點、感覺重新振作充滿能量、感覺回到過去，迷失在紀念碑之中、紀念性建築物的多樣性
乾淨/和平的氛圍和感覺引起的知覺	沒有受到環境和都市污染的地方、感到平靜且安寧、沒有太多遊客的地點、乾淨和費心照料的地方、覺得抽離日常生活處於耳目一新的地方、氛圍是悠閒而放鬆的
遊客/顧客服務招待和感覺引起的知覺	在餐館感受到良好的待遇、在商店裡得到良好的對待、當地是友善和好客的、好的遊客服務和追求服務品質的地方、住宿類型與當地協調、不覺得代價太高
設置建築的維修/整合	商店混合自然和地方的特性、遺址得到良好的照顧、建築風格是舒適且協調的
歷史藝術豐富	確實是老中古世紀的地點、富有歷史性和遺產地點、具吸引力景點
購物和飲食的設立	不覺得自己愚蠢或浪費了時間，像被了敲竹槓、透過歷史的整體容易平靜的閒逛、能發現好的手工藝和傳統的食物的地方、可品嚐當地美食的地方
遊客文化管理	有好的路標設置和資訊設備能更享受自我且更完全的停留、對大眾開放的遺跡和歷史建築

資料來源：本研究整理

表 2.3 張淑青(民 98)旅遊意象的構面及組成因素

構面名稱	組成因素
觀光資源	空氣新鮮而整潔的旅遊環境、生態環境資源豐富且維護良好、人口不會太擁擠且不會吵雜、海岸線長島嶼多且海洋資源豐富、地形地質景觀獨特、海岸沙灘景觀美麗、廟宇古蹟歷史悠久且豐富
活動體驗與服務	優質的旅遊服務、不同的風俗民情與慶典節慶、提供多樣化的水上體驗活動、容易接觸到多樣化的活動遊程、容易得到充足的旅遊資訊、屬於知名度高的旅遊勝地
設施與美食	優質的旅遊服務、不同的風俗民情與慶典節慶、提供多樣化的水上體驗活動、容易接觸到多樣化的活動遊程、容易得到充足的旅遊資訊、屬於知名度高的旅遊勝地
氣候與價格	舒適宜人的氣候、旅遊價格尚稱合理
旅遊阻礙	工商業較不發達、高等級住宿設備較缺乏、夜間娛樂活動較為缺乏

資料來源：本研究整理

Bigne' Alcañiz, et al. (2009)從兩個方面分析目的地意象的認知組成。應用驗證性因素分析研究構成一個連續功能、混合和心理的三種態度構面的設定。透過分析其組成和遊客持有的目的地意象以及其未來的行為意圖的影響，提出理解認知構成的目的地意象(如表 2.4)。

Martín & Rodríguez del Bosque (2008)研究 807 旅客所拜訪的渡假目的地。結合質性和量化方法，將旅遊意象分類為基礎設施和社會經濟環境、氣氛等五大構面(如表 2.5)。

張孝銘等(民 97)分析休閒農場遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗及重遊意願關係，將旅遊意象分為設施與服務佳、空間氣氛舒暢、寬敞親子戶外空間、負面形象等四個構面(如表 2.6)。

張文娟等(民 97)在苗栗縣南庄鄉商圈遊客旅遊目的地意象與場所依戀之研究中，將旅遊意象分為產品意象、設施及品質意象、服務意象、價格意象等四個構面(如表 2.7)。

表 2.4 Bigne' Alcañiz, et al.(2009)旅遊意象構面及組成因素

構面名稱	組成因素
功能	住宿的提供、感興趣的拜訪地點、天然的景點/景觀、氣候、露天活動、當地交通、購物場所、運動設施、歷史遺址/博物館、博覽會、節慶和展覽、夜間生活/娛樂、不同的活動
混合的	乾淨和衛生、城市化、擁擠感、餐飲、接駁
心理的	優質的住宿、優質的餐廳、友好/招待、安寧、高品質的海灘、物有所值、優質的服務

資料來源：本研究整理

表 2.5 Martín & Rodríguez del Bosque (2008)旅遊意象構面及組成因素

構面名稱	組成因素
基礎設施和社會經濟環境	購物場所、優質的住宿、物有所值、安全地方
氣氛	平靜的地方、可以休息的地方、放鬆的地方
自然環境	各種動物和植物、美麗風光、美麗的國家公園
情感意象	令人振奮的目的地、令人興奮的目的地、舒適的目的地
文化環境	許多的文化景觀、引起興趣的文化活動、值得學習的當地風俗

資料來源：本研究整理

表 2.6 張孝銘等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素

構面名稱	組成因素
設施與服務佳	基礎公共建設充足、大眾運輸工具方便、價格消費便宜、美味的餐飲佳餚、整體旅遊評價高
空間氣氛舒暢	令人心身愉快的氣氛、優美的自然景觀、茂盛的綠色植物
寬敞親子戶外空間	適合親子間的互動、寬敞的開放空間、舒適宜人的天氣、充份具有生態保育觀念、能遠離都市人群和日常生活
負面形象	過度商業化行為、遊客多令人感覺擁擠

資料來源：本研究整理

表 2.7 張文娟等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素

構面名稱	組成因素
產品意象	『南庄老街』吸引人、『獅頭山風景區』吸引人、『向天湖』吸引人、『蓬萊生態園區-護漁步道』吸引人、『八卦力民宿村』吸引人、『螢火蟲』吸引人、『油桐花』吸引人、『山櫻花』吸引人、『四季風貌』吸引人、『特色民宿』吸引人、『特色咖啡店』吸引人、『店家經營者』吸引人、林業、礦業文化吸引人、賽夏族、泰雅族、客家文化多元豐富、有豐富的自然生態資源及登山步道
設施及品質意象	遊憩據點多(如：向天湖、南庄老街等)、通往本商圈的交通便利、遊憩設施安全良好、地方公共服務設施完善(如：公共廁所)、森林步道完善(如：獅頭山古道、護漁步道等)、各種層級的住宿設施選擇機會多、每逢假日/連續假期停車不便、每逢假日/連續假期遊客多令人感覺擁擠、旅遊相關資訊充足(如導覽摺頁、導覽指標、導覽解說牌等)、整體旅遊環境乾淨
服務意象	商圈內導覽解說人員的服務態度良好、商圈內店家服務人員的服務態度良好、商圈內店家服務人員提供迅速且即時的服務、旅遊活動的各項安排均能提供遊客便利
價格意象	餐飲收費合理、住宿收費合理、商家不當哄抬物價、導覽解說收費合理、門票及停車費價格公道、個人平均旅遊花費價格公道

資料來源：本研究整理

表 2.8 宋威穎等(民 97)旅遊意象的構面及組成因素

構面名稱	組成因素
旅遊吸引力	東豐綠廊是步調悠閒與寧靜的地方、東豐綠廊是個安全的遊憩環境、東豐綠廊有完善的自行車專用道、東豐綠廊風景景觀很吸引人、東豐綠廊的氣候宜人、東豐綠廊具有乾淨整潔的遊憩環境、東豐綠廊是個友善易親近的地方
旅遊知名度	東豐綠廊是個受歡迎的地方、東豐綠廊交通便利容易到達、東豐綠廊的知名度高、東豐綠廊是放鬆身心壓力的好地方

資料來源：本研究整理

宋威穎等(民 97) 探討東豐綠廊自行車道遊客旅遊資訊來源與目的地意象的研究中，參考 Echtner & Ritchie (1993)的觀光目的地意象研究，並歸納 Carmen et al.(2007)、Echtner & Ritchie (1991)、Gallarza et al.(2002)、Olivia (1999)等學者進行編制,將旅遊意象的構面分類為旅遊吸引力、旅遊知名度等兩個構面(如表 2.8)。

張清標、 陳賢明(民 97)在鄉村旅遊意象之區隔研究—以頂菜園鄉土館為例一文中，參考 Echtner & Ritchie (1991)的旅遊意象屬性項目，與其他相關學者文獻，配合了嘉義縣新港鄉地區頂菜園鄉土館的觀光環境現況，設計出本研究衡量頂菜園鄉土館觀光地意象的屬性變項。將旅遊意象分類為自然文化豐富、寧靜悠閒教育、交通環境資訊、服務完善親切、設施活動便利等五個構面(如表 2.9)。

表 2.9 張清標、 陳賢明(民 97)旅遊意象的構面及組成因素

構面名稱	組成因素
自然文化豐富	自然風景優美、湖水乾淨清潔、景觀豐富、生態環境維護良好、整體環境人工化程度低、四季氣候宜人、旅遊環境乾淨、鄉土文化、文物歷史悠久、農村古蹟文化豐富
寧靜悠閒教育	休息放鬆身心空氣新鮮、安靜的地方 適合家庭旅遊、可學習鄉村生活知識 具有教育意義、生活步調悠閒、整體氣氛令人心情放鬆
交通環境資訊	通往旅遊地交通便利遊、客不多擁擠程度低、旅遊資訊足、知名度高、個人平均花費價格合理
服務完善親切	服務人員能提供迅速即時服務、服務態度良好、身心障礙服務周延完善、當地居民友善親切
設施活動便利	多樣化活動類型可參加、搭三輪車吸引人、遊憩安全設施良好、餐飲吸引人、活動各項安排能提供旅客便利、遊憩據點多、購物地點與機會多

資料來源：本研究整理

Stepchenkova & Morrison (2008)研究美國遊客重遊俄羅斯的 Echtner 和 Ritchie，參考 Echtner(1991)的兩個構面，並加入開放試問卷所整理出俄羅斯的相關七個構面，將旅遊意象分為傳統旅遊、基礎設施、利基旅遊、安全、歷史、食物和文化、服務、冒險、有家庭的成年人等就個構面(如表 2.10)。

表 2.10 Stepchenkova & Morrison (2008)旅遊意象構面及組成因素

構面名稱	組成因素
傳統旅遊	遺跡/博物館、建築、旅遊景點、城市、非資本化俄羅斯、有機會去學習、風景、餐飲
基礎設施	交通運輸、餐廳、購物場所、體育活動
利基旅遊	獨特的自然資源、釣魚/打獵、航遊、海灘、西伯利亞
安全	政治穩定、安全、乾淨、經濟
歷史	俄羅斯的歷史知識、聞名/聲譽、複合式遊程、旅遊/郊遊
食物和文化	不同的風味、習俗 /文化、有品質的食物
服務	服務品質、住宿、博覽會/慶典
冒險	通訊容易、冒險的機會
有家庭的成年人	以有家庭的成年人為主

資料來源：本研究整理

衡量旅遊意象時，O’Leary & Deegan (2005)認為量化研究適合用於基礎屬性的一般性意象；而質性研究則適合探討獨特性及整體性意象。近年來，也有學者採用先質化方式，以開放式題項，取得相關意象，再用量化研究，以結構試問卷方式進行調查分析(Jenkins, 1999; O’Leary & Deegan, 2005; Royo-Vela, 2009)

基於上述，本研究試圖建構澎湖休閒漁業之旅遊意象量表時，由於探討的範圍包括整體意象及基礎屬性，故參考學者(Jenkins, 1999; O’Leary & Deegan, 2005; Royo-Vela, 2009)採先質性、後量化的方式對旅遊意象進行研究與調查分析。經回顧近年來與旅遊意象有關的文章(張文娟等，民 97；宋威穎等，民 97；張清標等，民 97；張孝銘等，民 97；張淑青，民 98；Martín & Rodríguez del Bosque, 2008; Stepchenkova & Morrison, 2008; Royo-Vela, 2009; Bigne’ Alcañiz, et al., 2009)後，透過內容分析法，擷取與澎湖休閒漁業有關的組成要素，參考其中四篇(張淑青，民 98; Martín & Rodríguez del Bosque, 2008; Royo-Vela, 2009; Bigne’ Alcañiz, et al., 2009)，並經由專家問卷，增減題項以完成本研究之旅遊意象的量表初稿。

### 2.2.3 旅遊意象相關研究

回顧以往與旅遊意象相關文獻，大致可以分為研究旅遊意象與遊客間的關係、探討與旅遊意象相互影響的變項、將目的地的旅遊意象加以細分或探討不同族群、人口特性對旅遊意象的差異、以旅遊意象作為目的地的行銷策略或市場定位列舉如下：

旅遊意象與旅客間的關係為研究，例如：受訪者對旅遊目的地較為熟悉者，具較正面（較強同意度）的旅遊目的地認知，前往意願亦較強烈(Milman & Pizam, 1995)，旅遊所花費的時間對旅遊意象的影響(Dadgostar & Isotalo, 1992)、旅遊意象對旅客停留時間的影響(Fakeye & Crompton, 1991)、旅遊地意象與旅遊地選擇的關係(Mayo, 1975; Crompton, 1979; Echtner et al., 1993; Jenkins, 1999; Bigne, Sanchez, & Sanchez, 2001)、旅遊目的地意象對潛在旅客的旅遊決策過程與行為模式，具有影響力(Woodside & Lysonski, 1989)。

Ahmed (1991)研究調查美國猶他州(Utah)在美國各州旅客心目中的旅遊意象。結果顯示 Utah 的旅遊意象為重要的決定因素；有力與清晰的旅遊目的地意象，可以增加潛在旅客對旅遊目的地屬性的信賴，且增加選擇其作為旅遊目的地的消費傾向。Kim (1998)提出旅客到訪旅遊目的地的決定，不只取決於旅遊目的地的可能表現，也取決於其對於旅遊目的地的屬性與意象的知覺。Murphy (1999)認為旅遊目的地意象是影響旅客旅遊目的地選擇過程中的主要因素。Tapachai & Waryszak (2000)認同Murphy的看法，並指出旅遊目的地意象在旅遊決定上扮演重要角色的想法。鄭天爵(民 98)探討大學生對泰國旅遊的認知意象、整體意象、獨特意象，以自由揭露法得知泰國的整體意象是一個佛教氣息濃厚的熱帶開

發中國家，最獨特的意象是人妖。

探討與旅遊意象相互影響的變項，包括旅遊意象的認知品質、滿意度、行為意圖、重遊意願、推薦意願及場所依戀等(Bigne et al., 2001; Westover, 1986; Woodside & Lyonski, 1990; Milman & Pizam, 1995; Court & Lupton, 1997; Sirgy & Su, 2000)。Milman & Pizam (1995)探討民眾對地點的熟悉度、地點意象與前往意願的關係，其研究結果顯示：當旅客對到訪過的目的地有正向意象時，會驅使旅客重遊該地，且受訪者對地點較熟悉者具較正面的地點意象，前往意願亦較強烈。Court & Lupton (1997)研究新墨西哥洲的旅遊意象，發現目的地的自然景觀、社會文化與遊憩活動等意象因素，以及個人旅遊經驗、家庭收入與規模、與目的地的距離等個人因素，均會顯著地影響遊客未來的旅遊意象。

劉瓊如等(民 91) 指出意象是指遊客對環境所產生的知覺，此知覺受到個人因素、期望、經驗、旅遊特性與資訊來源等影響，當遊客選擇旅遊目的地時，會依據意象來做決策，而遊客偏好、滿意度亦與目的地意象有顯著相關，Birgit (2001) 提出相類似觀點。Baloglu & McCleary (1999) 由路徑分析驗證目的地意象的形成模式，發現意象的決定因素包括資訊來源的數量、資訊來源的種類、年齡、教育程度、旅遊動機，這些項目分別影響知覺/認知的評估和情感的評估，並且影響到整體的目的地意象。

Chen & Tsai (2007)在如何評價目的地意象和行為意圖的影響因素一文中，提出了一個具體化的旅遊行為模式，包括目的地意象和"品質—滿意—行為意圖"的知覺價值範例。對結構關係之間的所有變數涉及不同階段的遊客行為進行了調查研究。結果顯示旅遊目的地的意象直接且間接

影響的行為意圖。

張文娟等人(民 97) 研究苗栗縣南庄鄉商圈遊客旅遊目的地意象與場所依戀，發現受訪遊客對苗栗縣南庄鄉之旅遊意象越高，其場所依戀也越高，且受訪遊客之旅遊意象對場所依戀具有顯著預測力。張淑青(民 98) 以澎湖觀光旅遊為研究範圍，探討遊客的目的地意象、滿意度與行為意圖之間的關係，分析發現目的地意象對行為意圖的影響有顯著差異，驗證目的地意象的區隔效果。Bigne' Alcañiz, et al. (2009)研究影響遊客的整體目的地意象及其未來行為的意圖的構成，發現整體意象影響今後的行為的意圖，而功能構成相關的重遊意圖和心理構成推薦意圖。

將目的地的旅遊意象加以細分或探討不同族群、人口特性對旅遊意象的差異方面，Reilly(1990)以自由揭露法(free elicitation) 調查美國蒙大拿州立大學管理學院的學生，對蒙大拿州(Montana)七區的意象看法，結果顯示 12 項的意象描述有 8 項在各區之間達到顯著差異，另外在滑雪區以相同方式訪問滑雪的旅客，並比較州內與州外遊客在意象反應類別的差異，結果顯示，州內與州外的遊客確實存在許多不同的意象。

Fakeye & Crompton (1991) 發現意象在三種不同類型的遊客：從未去過的遊客、第一次參訪的遊客與重遊的遊客，在他們心中產生不同的意象，另外，遊客停留時間長短也會影響旅遊意象。

Baloglu(1997)針對西德旅客之人口與旅遊特性和美國作為旅遊目的地意象間的關係進行探究。顯示在人口特性方面，性別、收入與教育程度與旅遊意象認知無顯著差異；旅客因旅遊季節、同伴種類、同伴人數之不同，在意象的認知上有顯著的不同；冬季的旅客在預算與價值方面

高於夏季、春季與秋季的旅客；單獨前往的旅客對都市娛樂與歷史與文化的評價低於夫妻或家庭一同前往的旅客。

Rittchainuwat, Qu, & Brown (2001)針對泰國的國際旅遊意象進行探討。不同的遊客人口特性對預個意象項目有顯著的不同。但整體受訪者在性別與行業別上對旅遊意象則無明顯差異。朱永蕙等(民 91)對清境農場遊客的觀光意象與遊客態度進行研究，研究發現遊客個人屬性與旅遊特性對於遊客意象和遊客態度有顯著影響。

Martín & Rodríguez del Bosque (2008)在探索認知—情感的目的地意象本質和其心理因素的形成的角色的研究，針對遊客的渡假地點進行研究，其結果支持動機和文化價值是形成個人在前往一個旅遊目的地之前意象所影響的心理因素。

以旅遊意象作為目的地的行銷策略或市場定位。Crompton et al. (1992)研究旅遊市場中，旅客長期停留的意象，以探討該地區的市場定位。研究結果顯示：生活品質僅對重遊旅客的重遊意願有顯著的差異，而自然因素不論是對初訪或重遊旅客，在其旅遊意願上都有顯著差異；對潛在旅客而言，文化機會與吸引在其參訪意願上有顯著差異；透過與市場上競爭的旅遊目的地之意象相比較，該地區在潛在旅客心中，明顯的與其他旅遊目的地有所區別。

綜合上述文獻發現，雖然意象在觀光旅遊產業的研究相當廣泛且普遍，但主要是從客觀角度，探討旅客或遊客對於一目的地的旅遊意象，以旅遊目的地發展現況，探討形塑目的地的旅遊意象研究較少；再者以休閒漁業探討旅遊地區的旅遊意象並加以定位形塑的研究更少，故本研

究試圖從這兩方面著手，建構休閒漁業的澎湖旅遊意象量表，再根據問卷中重要表現分析法的資料，加以分析，以提出改善澎湖休閒漁業旅遊意象的行銷策略。



## 2.3 量表發展

為了建構澎湖休閒漁業旅遊意象量表，本節歸納整理量表發展之相關理論，做為量表分析發展的基礎。

### 2.3.1 意象的測量方法

意象概念運用在觀光研究領域中已有二十餘年以上的歷史，遊客對旅遊目的地的意象會直接影響遊客到訪的意願，以意象作為區隔變數，對管理行銷者而言具有及其重要的意涵(張淑青，民 98)， Birgit(2001)以遊客對旅遊目的地意象為區隔變數，從而確認行銷者最重要的目標市場，找出區隔目標市場的消費者人口屬性與特質，作為發展行銷策略的基礎。本研究的首要目的為建構一份量表，以測量遊客對澎湖休閒漁業的旅遊意象。

量表所反應的重要現象或構念通常稱為「潛在變項」(latent variable)，潛在變項是研究者感興趣的真實現象，在本研究中是遊客對澎湖休閒漁業的旅遊意象的態度，因為我們無法直接觀察或量化它，因此發展量表以測量一個潛在變項，以估計每位受測者在測量的時間和地點真正的量(DeVellis, 2003)。而本研究所使用的量表是由是R. A. Likert 於 1932 年所建立，是一種心理反應量表，常在問卷 (questionnaire) 中使用，而且是目前調查研究 (survey research) 中最廣泛使用的量表。受測者回答此類問卷的項目時能具體指出自己對該項陳述的認同程度，而所有項目陳述分數的總和即為受試者的態度量表分數，因此又稱為累加量表 (summative scale)。李克特的量表主要特徵有二：一、假設每一項目均具有同等量值，項目間沒有差別量值存在，其中某些項目的集合可視為

整體的部分量表；二、可以充分表達受試者態度的強弱程度，如五點表的反應類別，包括非常同意、同意、無意見、不同意、和非常不同意，並以「5」到「1」的計算方式，表示受試者的差別量值。基於上述原因，本研究採用李克特五點量表做為遊客對澎湖休閒漁業的旅遊意象的測量工具。

### 2.3.2 量表發展流程

Churchill (1979)認為要發展一份良好的測量工具，應具備以下步驟：

- (一) 明確的定義所要測量的東西與構念：經由文獻回顧達成。
- (二) 產生題庫：可利用文獻回顧、專家、焦點訪談等方式產生題庫。
- (三) 收集資料：進行預試。
- (四) 純化測量工具(Purify measure)：透過信度  $\alpha$  係數、項目分析與因素分析刪除不佳的題項。
- (五) 收集資料：正式施測。
- (六) 評估信度：如信度  $\alpha$  係數或折半信度。
- (七) 評估建構效度：使用 MTMM 矩陣(multitrait-multimethod matrix)評估聚合效度與區別效度。
- (八) 建立常模。

此外，DeVellis (2003)也提出了發展量表的八個步驟，依順序描述如下：

- (一) 清楚界定什麼是要測量的：回顧理論有助於概念的澄清，具體化有助於概念的澄清，最後要清楚的知道什麼該被包含在量表中。
- (二) 建立題庫(item pool)：網羅文獻並選擇能夠反映量表目的之題項。量表發展在這個階段，問項的重複並不是壞事，即使是在最後完成的量表，重複的問項還是必須的。在建立題庫階段，最後量表問項數目約是題庫的 50%即可。另要避免過長的問項，並刪除不佳的題項(多重否定、雙重含意、模糊的指稱代名詞)，且文字敘述以小學五年級到國中一年級可閱讀為佳。
- (三) 決定測量的格式。
- (四) 請專家檢視最初的題庫：目的是最大化量表的內容效度。但專家給的意見，接受與否最後的決定權都在研究者。某些瞭解題項內容的專家，卻不見得瞭解建構量表的原則，通常最嚴重的錯誤就是要求刪除內容相同的題項，但重複的部分卻是量表內部一致性的構成要素。
- (五) 考慮加入效度評估的問項。
- (六) 對選定的樣本施測：選定足夠的樣本數，稍微低於三百份便可成功發展。
- (七) 評估題項：量表發展的核心過程之一，重要性也許僅次於題項的發展。主要包含項目分析、因素分析與信度評估等。

(八) 選擇量表長度：在不減少信度的情況下，較簡短的量表比較好。

而 Noar (2003)則根據文獻回顧，建議在量表發展時，依下列順序建立量表：

(一) 潛在變項與理論架構：透過文獻回顧，瞭解欲測量的潛在變項及相關的理論架構，並確定量表是單一構面或多重構面。

(二) 決定量表型式與長度：建議使用五到七等量表，大於七等並不會增加變異。

(三) 發展初始題庫：題庫的題數是最終量表的二到三倍；並由專家審查確保表面效度及內容效度，並依專家意見刪除或修改題項。

(四) 選擇適合的樣本：如果樣本要折半分別做探索性因素分析及驗證性因素分析，那麼最好大於 500 份。

(五) 探索性因素分析：刪減因素與題項。

(六) 驗證性因素分析：除驗證前一步驟之結果，進一步透過競爭模式決定最佳模式。

(七) 信、效度檢驗。

本研究綜合上述學者(Churchill, 1979; DeVellis, 2003; Noar, 2003)所建議的量表發展程序，以嚴謹的量表發展流程來確保量表之品質。故本研究依以下步驟及流程進行量表發展：

- (一) 首先界定本研究要測量的東西是什麼，並初步選擇構念。
- (二) 建構題庫：依據文獻收集問項，選擇能夠反映量表之問項。
- (三) 專家審核：經專家審查，初步刪除問項，並增加適合之題項，以期具備表面效度及內容效度。
- (四) 完成預試問卷，並進行預試。
- (五) 純化量表：根據預試資料刪除不佳之題項。
- (六) 建立正式問卷並進行施測。
- (七) 再次純化量表。
- (八) 信、效度檢測。
- (九) 產生正式量表。

## 2.4 重要度表現分析

重要度表現分析法(Importance - Performance Alysis; IPA)，由 Martilla & James (1977)所提出，用於分析機車產業產品的屬性研究，將重要性與表現情形的平均得分製圖於一個二維矩陣中；在矩陣中的尺度和象限的位置可以任意訂定，重點是矩陣中各不同點的相關位置。

所謂重要度表現分析法是一種藉由「重要」一對消費者的重要性和「表現」一消費者認為表現情形的測度，將特定服務產品的相關屬性優先排序的技術(Sampson & Showalter, 1999)。O'Sullivan(1990) 指出 IPA 的分析方法可分為四個步驟：

1. 列出休閒活動或服務的各项屬性，並發展成問卷的問項形式。
2. 請使用者針對這些屬性分別在「重要度」與「表現度」二方面評定等級。前者是使用者對產品或服務等屬性的偏好、重視程度；後者是該項產品或服務的提供者在這些方面的表現情形。
3. 以重要度為橫軸，表現程度為縱軸，並以各屬性的評定等級為座標，將各項屬性標示在二維空間中。
4. 以等級中點為分隔點，將空間分為四個象限，如圖2.2所示。
  - (1) A象限表示重要程度與認同度皆高，落在此象限的項目應繼續保持(keep up the good work)。
  - (2) B象限表示重要程度低而認同度高，落在此象限內的項目為供給過度(possible overkill)，表示可將這些項目的資源移作他用。

(3) C象限表示重要程度與認同度皆低，落在此象限內的項目優先順序較低(low priority)。

(4) D象限表示重要程度高但認同度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善的重點(concentrate here)。

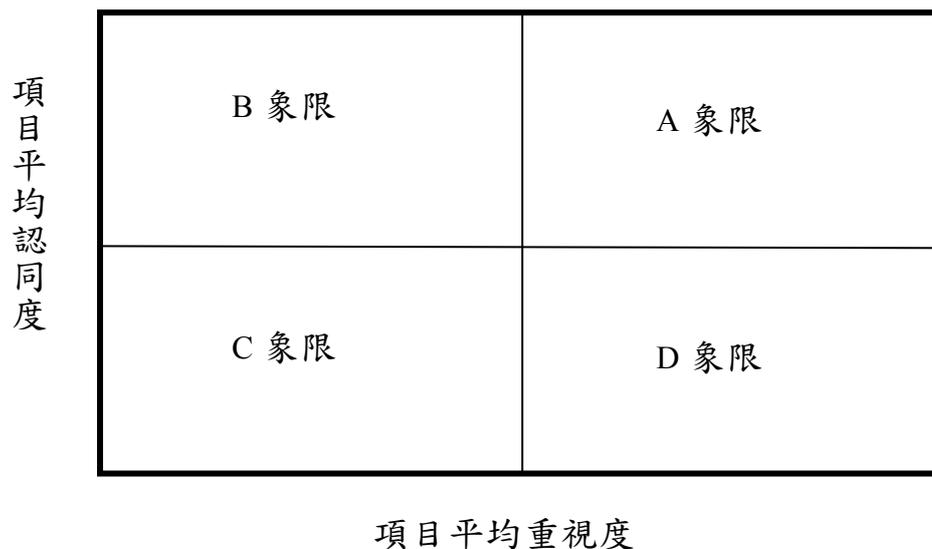


圖 2.2 重要表現分析圖

資料來源：本研究整理

由於容易使用，且可快速提供經營者有用的資訊，重要度表現分析法已被公認為測量休閒活動及服務的理想工具；在 IPA 技術相關運用研究方面，陳勁甫等人(民 93) 應用 IPA 在嘉義休閒農場服務品質量測之研究，以找出改善嘉義休閒農場服務品質之重點品質屬性。黃宗成與翁廷碩 (民 91) 應用 IPA 在中高齡族群長住型旅館經營管理之探究，以找出旅館經營管理之重點方向。郭春敏 (民 93) 應用 IPA 在太魯閣國家公園休閒遊憩動機與體驗滿意度之研究，以找出改善太魯閣國家公園體驗滿意度之重點品質屬性。Hanqin, Zhang, & Chow (2004) 與 O'Neill & Palmer (2004) 應用 IPA 來確認改善香港導遊服務績效與改善高等教育服務品質

之重點品質屬性。Enright & Newton (2004) 應用 IPA 來確認可促使旅遊目的地競爭優勢之重點品質屬性。鄭天爵(民 98)探討大學生對泰國旅遊的認知意象、情感意象、獨特意象，以重要度表現分析法，探討泰國旅遊屬性的強、弱、機、危。

從上述文獻可知，過去學者普遍運用重要度表現分析法，作為衡量旅遊產業的績效，故本研究運用重要度表現分析法，對建構澎湖休閒漁業旅遊意象項目重視度與認同度(表現度)進行分析，以探討澎湖休閒漁業旅遊意象的發展成效，並對相關業者提出具體建議。

## 第三章 研究設計

本章首先進行研究地點概述並界定研究範圍與研究對象，再依循社會科學一貫採用之文獻內容分析法、量表編製流程，並參酌研究地點的現況，確立研究架構與假設，以建構澎湖休閒漁業旅遊意象之量表。據此量表，進行抽樣以檢驗量表之信、效度。最後進行資料處理及分析並結合重要表現分析法(IPA)，提出澎湖休閒漁業之觀光行銷策略。以下將逐一介紹上述過程之具體內容。

### 3.1 研究地點與對象

澎湖是由約 90 個大小不同的島嶼和岩礁所構成，地理上相對位置位於台灣海峽中央稍偏南，沿岸地質多為岩礁石及沙質，外海為寒暖流交匯之水域，是魚類群集之良好漁場，多數居民長久以來以海為生，漁業環境乃為澎湖之主要資源與經濟基礎(藍亞文，民 95)。

近年來，澎湖地區開始全面朝觀光產業發展，為使傳統產業能結合休閒旅遊元素，並能在穩定中求發展，近年來，政府積極推動休閒漁業朝多元化發展；休閒漁業乃廣泛指運用所有與傳統漁業相關的漁作、漁法，及其漁村生態環境所結合之休閒活動。以此為基礎，本研究試圖瞭解遊客對澎湖休閒漁業之旅遊意象的具體內容，從而評估遊客對該內容的認同與重視程度。

### 3.2 研究架構

根據研究目的，本研究以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表，並結合重要－表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視程度與遊客人口統計資料特性進行分析，期能更精確測量澎湖休閒漁業之發展現況與績效，以建構市場區隔策略，並提供澎湖整體觀光發展的行銷模式建議。基於此，本研究提出如下的研究架構，如圖 3.1。

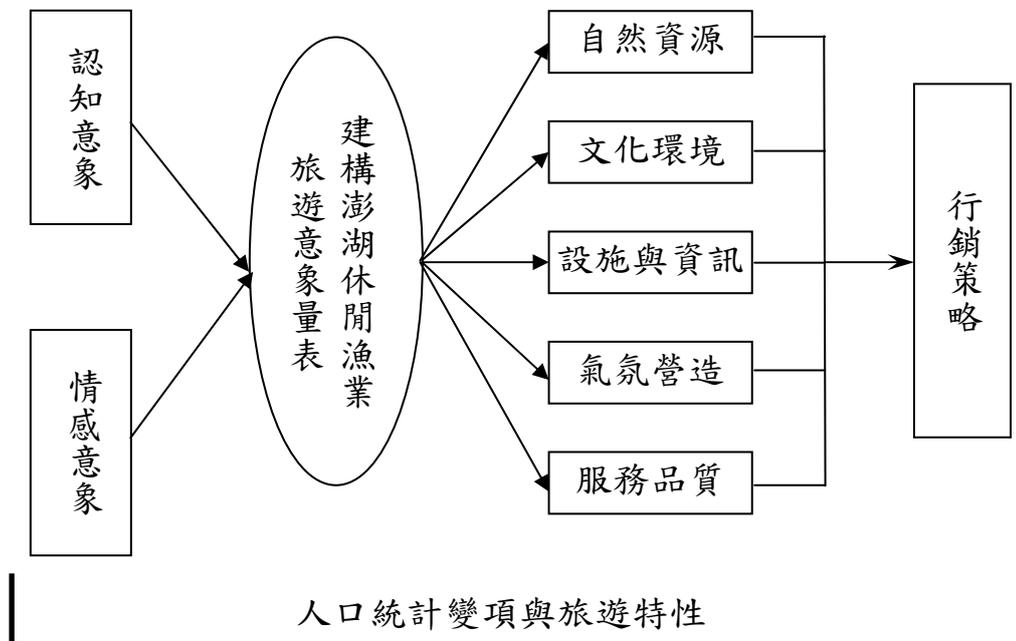


圖 3.1 研究架構流程圖

### 3.3 量表編製流程

本研究進行量表編製的過程中，首先界定本研究測量的主題，再依據文獻回顧建構題庫，以專家問卷進行專家審核修正，完成預試問卷後，收集預試樣本，以預試樣本問卷資料，進行量表初次純化，再根據初次純化後的資料，進行分析以完成正式問卷；最後以正式問卷收集樣本，進行資料分析，透過信度及效度之檢驗並驗證其適切性，產生正式量表。上述之過程，本研究將參考學者 DeVellis (2003)所建議的量表發展原則，以嚴謹的量表流程設計以確保量表之品質。本研究之量表編製過程的內容及資料分析方法如表 3.1 所示。

表 3.1 量表編製過程及分析方法

步 驟	功 能	資料分析方法
1. 清楚界定澎湖休閒漁業之旅遊意象的定義。	1. 透過理論及具體化過程協助概念的釐清。 2. 清楚理解旅遊意象的測量該包含哪些內容。	文獻回顧
2. 蒐集有關旅遊意象之量表問項(建立題庫)。	1. 選擇能反映旅遊意象量表的問項。 2. 考量問項數目的多寡、重複性與問項是否適切。 3. 選擇測量格式及編排方式。	文獻回顧
3. 請專家檢視最初的問題群，增減問項。	檢驗內容形式、措辭、中立性、方向性、適用性、清晰度、簡單性、避免方言、避免雙重問項，修改及增加問項。	六位專家進行專家問卷(表面及內容效度)。
4. 預試問卷並進行預試。	收集 100 位遊客作為預試問卷樣本。	便利抽樣 100 份澎湖遊客。

表 3.1 量表編製過程及分析方法(續)

步 驟	功 能	資料分析方法
5. 初次純化澎湖休閒漁業旅遊意象量表。	<ol style="list-style-type: none"> <li>對預試題目進行適切性評估，以增加或刪減問項。</li> <li>確認精簡過後量表因素及項目。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>遺漏檢驗、描述統計檢測(平均數、標準差、峰度與偏態係數)。</li> <li>同質性檢測：項目總分相關、校正項目總分相關係數與 Cronbach's <math>\alpha</math> 係數。</li> <li>極端組檢核法-臨界比。</li> <li>因素負荷值 (factor loading)評估。</li> </ol>
6. 發放正式問卷並進行問卷施測。	<ol style="list-style-type: none"> <li>修正預試問卷形成正式問卷。</li> <li>對 800 名澎湖遊客進行正式問卷施測。</li> </ol>	便利抽樣。
7. 再次純化澎湖休閒漁業旅遊意象量表。	刪減問項	<ol style="list-style-type: none"> <li>遺漏檢驗、描述統計檢測(平均數、標準差、峰度與偏態係數)。</li> <li>同質性檢測：項目總分相關、校正項目總分相關係數與 Cronbach's <math>\alpha</math> 係數。</li> <li>極端組檢核法-臨界比。</li> <li>再專一化 (respecification)，利用 SEM 再次進行純化。</li> </ol>
8. 量表信度與效度之檢測。	<ol style="list-style-type: none"> <li>信度：以 SEM 檢驗個別題項信度與建構信度，以 SPSS 計算 Cronbach's <math>\alpha</math> 係數。</li> <li>效度：以 SEM 檢驗建構效度</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>個別信度達水準。</li> <li>Cronbach's <math>\alpha</math> 與建構信度皆達標準。</li> <li>收斂效度：平均變異數達標準。</li> <li>區別效度：未限制模式與限制性模式具有顯著性差異；相關係數信賴區間未包含 1 或 -1。</li> </ol>
9. 量表構建完成。		

資料來源：本研究整理

### 3.4 研究假設

在編製量表的過程中，將驗證以下四項主要研究假設：

假設一：澎湖休閒漁業之旅遊意象量表具有良好的信度。

假設二：澎湖休閒漁業之旅遊意象量表具有良好的效度。

假設三：遊客所認知的澎湖休閒漁業旅遊意象會因人口統計變項產生顯著差異。

假設四：遊客所認知的澎湖休閒漁業旅遊意象會因旅遊特性變項產生顯著差異。

### 3.5 問卷設計

本研究的目的是以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表，並結合重要－表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視程度與遊客人口統計資料特性進行分析，期能更精確測量澎湖休閒漁業之發展現況與績效，以建構行銷策略，並提供澎湖整體觀光發展的行銷模式建議。本節中，將根據本研究的架構及前述量表發展流程，進行問卷設計，針對問卷設計格式、量表尺度及問卷內容進行說明：

#### 一、問卷設計格式與量表尺度

問卷採封閉式問題(close-ended question，或稱結構式)，封閉式問卷乃是指將問題可能的答案或主要的答案列出，供受測者選擇的一種調查方式。其優點是將答案標準化，便於比較，且受測者較清楚問題的意義，可減少不知道的答案，並提高完成率，因此本研究採用封閉式問卷以測量澎湖休閒漁業之旅遊意象；問卷的設計上，將參考國內外旅遊意象相關文獻，並經詳盡內容分析後，初步獲得題項 60 題；此外為避免封閉式問卷可能導致受訪者因為所列答案均不適合或欠周全而不知如何回答，進行預試問卷之前，以請六位專家進行語意修改與題項增減。

在問卷答題的方式上，人口統計變項採類別尺度，有關澎湖休閒漁業旅遊意象的認同程度與重要程度之題項，則採李克特量表(Likert Scale)之順序尺度。參考過去旅遊意象相關之問卷設計(Royo-Vela, 2009；張淑青，民 98；Bigne' Alcañiz, et al., 2009; Martín & Rodríguez del Bosque, 2008)，一般學者皆採用五點及七點量表較多，且根據一項最近的實證研究(Dawes, 2008)指出，5 點、7 點和 10 點量表選項的數據，在簡單的資

料轉換後，其平均數、變異數、偏態和峰度都很相似；由於本研究有關旅遊意象的量表包含了遊客的認同度及重視度兩者，為避免加重受測者填答時的複雜度，因此採用五點量表，認同度的部分依序由「1」到「5」代表非常不同意、不同意、普通、同意到非常同意；重視程度的部分依序為「1」到「5」表非常不重視、不重視、普通、重視到非常重視分數越高，代表同意及重視程度越高，如表 3.2。

表 3.2 專家問卷內容

構面	題項	參考文獻
整體意象	1.澎湖的休閒漁業旅遊有很高的知名度。	張淑青(民 98)、Royo-Vela (2009)
	2.澎湖的休閒漁業旅遊有許多具吸引力的景點。	
	3.澎湖的休閒漁業旅遊，感覺上就像回到過去，而沉溺在漁村的氛圍之中。	
	4.參與澎湖休閒漁業之旅遊過程中，感到平靜且安寧。	
	5.參與澎湖的休閒漁業旅遊，可以紓解日常的生活壓力。	
	6.澎湖休閒漁業的遊程中，有許多令人興奮的目的地。	
	7.澎湖的休閒漁業環境是令人感到舒適的。	
	8.澎湖的休閒漁業旅遊的氣氛是悠閒而放鬆的。	
	9.參與澎湖休閒漁業旅遊後，感到精神提振且充滿活力。	
	10.我可以感受到澎湖居民是友善且好客的。	
產品意象	1.參與澎湖休閒漁業旅遊，可以實際體驗傳統漁村文化。	Royo-Vela(2009)、Bigne' Alcañiz, Garcí 'a & Blas (2009)、Martín & Rodríguez del Bosque (2008)
	2.在參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，可以增進我對海洋生態的認同	
	3.參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，讓我對先民所流傳下來的石滬和其他漁村建築感到相當欽佩。	
	4.參與澎湖休閒漁業旅遊，可以瞭解到當地的風俗民情。	
	5.澎湖休閒漁業之遊程中，所提供的住宿類型與當地環境能互相協調。	
	6.我覺得參與澎湖的休閒漁業是物有所值旅遊。	
自然資源	1.澎湖的休閒漁業，有豐富且未受破壞的生態環境資源。	張淑青(民 98)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas (2009)
	2.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與島嶼多的休閒漁業環境。	
	3.在澎湖可以觀賞到獨特的地形與地質景觀。	
	4.在澎湖能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。	
	5.澎湖的休閒漁業相關設施，可與天然的景點(觀)相輝映。	
	6.澎湖的休閒漁業，沒有受到環境和一般都市的污染。	
	7.澎湖的休閒漁業環境有特有種的海洋生物	

表 3.2 專家問卷內容(續)

構面	題項	參考文獻
文化環境	1.澎湖的休閒漁業具有相當特殊的漁村建築。	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)
	2.澎湖的休閒漁業，擁有許多當地特有建築。	
	3.我覺得澎湖當地的文化建築，獲得到良好的保存。	
	4.澎湖的漁村建築風格是舒適且協調的。	
	5.澎湖的休閒漁業旅遊，包含了對大眾開放的遺址和歷史性建築。	
	6.澎湖的休閒漁業旅遊中，適當的結合了當地歷史悠久的民間信仰。	
	7.澎湖的休閒漁業富歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	
	8.澎湖的休閒漁業環境，確實是富有傳統的特色漁村	
娛樂活動	1.澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的水上體驗活動。	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas(2009)
	2.澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的活動遊程。	
	3.澎湖的休閒漁業旅遊包含不同的風俗民情與慶典節慶。	
	4.澎湖的休閒漁業旅遊有夜間的娛樂活動。	
	5.澎湖的休閒漁業旅遊包含相關的博物館和文化區域。	
	6.澎湖的休閒漁業有先進的設備活動可供選擇	
設施與資訊	1.我認為澎湖的休閒漁業環境具有整體性的規劃。	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas(2009)、Martín & Rodríguez del Bosque(2008)
	2.我認為澎湖的商店具有混合自然和地方休閒漁業的特性。	
	3.澎湖的休閒漁業環境，有好的路標設置和資訊設備。	
	4.有關澎湖休閒漁業的旅遊資訊，可以很容易取得。	
	5.澎湖休閒漁業之相關旅遊景點，其設施相當完善。	
	6.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，有便利的交通運輸。	
	7.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以提供舒適的住宿環境。	
	8.澎湖休閒漁業的旅遊行程，有相當多可以進行購物的場所。	
食物與服務	1.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，在用餐地點可以感受到良好的待遇。	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)
	2.參與澎湖休閒漁業旅程，在購物地點得到良好的對待。	
	3.我認為澎湖的休閒漁業環境，注重好的遊客服務。	
	4.澎湖的休閒漁業具備優質的旅遊服務。	
	5.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以發現好的手工藝和傳統的食品。	
	6.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐當地特產。	
	7.澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐新鮮的海產美食。	
氣氛	1.澎湖的休閒漁業旅遊行程不會太擁擠吵雜。	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)
	2.澎湖的休閒漁業環境沒有太多的遊客。	
	3.澎湖的休閒漁業環境是乾淨且經過精心規劃。	
	4.參與澎湖的休閒漁業旅遊可以感受到當地純樸民風。	
	5.澎湖的休閒漁業提供安全、舒適的旅遊環境。	
	6.澎湖的休閒漁業環境，讓我感到空氣新鮮且整潔。	
	7.澎湖的休閒漁業環境，讓我可以輕鬆的閒逛。	
	8.在休閒漁業的旅遊行程中，澎湖有適合孩童娛樂和玩耍的相關設施。	

資料來源：本研究整理

## 二、預試問卷內容

本研究所使用之問卷，包含二大部分，即澎湖休閒漁業旅遊意象相關題項之重視度與認同度，以及遊客人口統計變項與旅遊特性變項。

### (一) 澎湖休閒漁業旅遊意象相關題項之重視度與認同度

在澎湖休閒漁業旅遊意象的重視度與認同度部分，根據文獻回顧所整理之旅遊意象構面，針對認知及情感兩大構面，參考國內外相關文獻形成之題庫(Royo-Vela, 2009；張淑青, 民 98；Bigne' Alcañiz, et al., 2009; Martín & Rodríguez del Bosque, 2008)，刪減語意重覆及與澎湖休閒漁業意象無關的題項，初始歸納分類為整體意象、產品意象、自然資源、文化環境、娛樂活動、設施與資訊、食物與服務和氣氛等八個構面 共 60 個問項，如表 3.2 所示。經六位專家(如附錄一：專家名單)審核、篩選，最後匯整專家群意見(如附錄二：專家意見匯整)。本研究為求量表之嚴謹度，故刪除所有專家認為不適合之問項；最後，僅以全體專家群認同之 45 題問項作為預試問卷，如表 3.3 所示。預試問卷經項目分析與探索式因素分析的萃取後，再以驗證性因素分析檢測其信、效度，始完成正式問卷。

### (二) 遊客之人口統計變項與旅遊特性

由文獻回顧及專家建議，彙整出可能對以休閒漁業建構澎湖意象有所影響的遊客基本資料變項與旅遊特性變項，包含有性別、婚姻狀況、年齡、職業、月收入、教育程度、居住地、旅遊花費、交通工具、旅遊類型、資訊來源、旅遊天數、到訪次數等共 13 個題項。

表 3.3 問卷內容概要

類別	問項	測量 尺度	填答 方式
休閒漁業 旅遊意象	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本行程具高知名度。</li> <li>2. 本行程具吸引力。</li> <li>3. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。</li> <li>4. 參與本行程可以紓解日常的生活壓力。</li> <li>5. 澎湖的休閒漁業之環境令人感到舒適。</li> <li>6. 參與本行程讓人精神提振且充滿活力。</li> <li>7. 澎湖居民的態度友善且好客。</li> <li>8. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。</li> <li>9. 增進對海洋生態的認識並了解海洋保育的重要。</li> <li>10. 先民所展現的智慧（如石滬漁法），令人欽佩。</li> <li>11. 參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。</li> <li>12. 參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。</li> <li>13. 參與本行程是物超所值的旅遊。</li> <li>14. 擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。</li> <li>15. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。</li> <li>16. 可以觀賞到獨特的地質與地形景觀。</li> <li>17. 能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。</li> <li>18. 設施與天然的景點/景觀相互融合。</li> <li>19. 澎湖的海洋資源，存在一些特種的海洋生物。</li> <li>20. 具有當地特色的漁村建築。</li> <li>21. 澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。</li> <li>22. 澎湖的休閒漁業富歷史性且具先民智慧傳承特色。</li> <li>23. 澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。</li> <li>24. 本行程具備多樣化的海上及潮間帶體驗活動。</li> <li>25. 本行程具備多樣化的活動遊程。</li> <li>26. 本行程有夜間的海洋產業體驗活動。</li> <li>27. 澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。</li> <li>28. 澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。</li> <li>29. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。</li> <li>30. 旅遊景點基礎設施很完善。</li> <li>31. 本行程具有安全且方便的交通運輸。</li> <li>32. 本行程中，有許多可以購物的場所。</li> <li>33. 在用餐地點得到良好的接待。</li> <li>34. 在購物地點得到良好的服務。</li> <li>35. 注重服務態度與品質。</li> <li>36. 可以發現具有當地特色的手工藝品和傳統美食。</li> <li>37. 可以品嚐當地特產。</li> <li>38. 可以品嚐新鮮的海鮮美食。</li> <li>39. 澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。</li> <li>40. 環境是乾淨衛生且經過精心規劃。</li> <li>41. 可以感受到當地特色民情。</li> <li>42. 提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。</li> <li>43. 澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。</li> <li>44. 可以讓人享受漫活的閒遊。</li> <li>45. 本行程有適合孩童玩樂的相關活動。</li> </ol>	順序尺 度	Likert 五 等量表； 認同度的 部分依序 由「1」到 「5」代表 非常不同 意、不同 意、普通 、同意 到非常同 意；重視 程度的部 分依序為 「1」到 「5」表非 常不重視 、不重視 、普通、 重視到非 常重視分 數越高， 代表同意 及重視程 度越高。
遊客人口 統計變項	性別、婚姻狀況、年齡、職業、月收入、教育程度、居住地、交通工具、旅遊類型、旅遊資訊來源、旅遊天數、曾到澎湖旅遊的次數等13項。	類別 尺度	單選

資料來源：本研究整理

### 3.6 調查方法與抽樣設計

DeVellis(2003)指出，依實際經驗，稍微低於三百的樣本數，便可以成功的發展一份量表。執行因素分析時，如果研究的母群體有相當的同質性，變項數目不多，樣本數可以介於 100 到 200 之間，或者樣本數最少為變項數的五倍，且大於 100。Gay (1992)提到在描述研究時，樣本數最少占母群體的 10%，如果母群體較小，則最小的樣本數最好為母群體的 20%(邱皓政，民 91；引自吳明隆、涂金堂，民 94)。本研究於量表發展後段使用驗證性因素分析，對 SEM 而言，通常需要較大的樣本才能夠維持估計的準確性以及確保代表性，Anderson & Gerbing(1988)認為 100-150 是滿足樣本大小的最低底線，Bentler & Chou (1987)則建議，如果變項符合常態分配，每個變項 5 個樣本是足夠的，其他形式的分配，每個變項 10 個樣本就足夠。本研究預試樣本預計回收 100 份，正式樣本預計回收 800 份，由於題項為 45 題，故大致符合上述學者對於樣本數之要求。

本研究預試問卷預定抽取之樣本數為 100 份，預試對象為曾經到訪過澎湖從事休閒漁業旅遊的遊客，以便利抽樣方式進行調查，考慮回收率與廢卷，發放問卷 120 份，回收 108 份，扣除漏答的問卷 8 份，計有效回收問卷 100 份。正式問卷發放時，考慮回收率與廢卷，預計發放 1000 份，考量十八歲以上之年齡層較能瞭解題目並具表達能力，選擇十八歲以上成人進行調查。

其次，進行準正式問卷與正式問卷之調查時，本研究的取樣方式將採立意抽樣法並配合滾雪球抽樣法；立意抽樣又稱為判斷抽樣，是根據

研究者的主觀判斷來抽出樣本的方式；是根據研究理論與假設，選擇背景相似而重複的樣本來做研究，使得樣本能提供豐富深入資訊，進而聚焦歸納出較具代表性的結論。與本研究所需的採樣目的相符，故本研究運用立意抽樣法，委請當地民宿及紀念品業者、旅行社導遊及領隊、工讀生等，針對有當地參與過澎湖休閒漁業的遊客進行問卷發放。滾雪球抽樣法是指先隨機選擇一些被訪者並對其實施訪問或問卷調查，再由這些受訪者提供或推薦另外一些符合研究目標的調查對象，依靠他們提供認識的合格的調查對象接續取樣，依此類推，樣本如同滾雪球般由小變大。

由於本研究需要大量的樣本數，以檢測並驗證其量表的信、效度，且本研究的研究對象為「曾經到訪過參與休閒漁業的遊客」，即使在澎湖當地透過立意抽樣所取得的樣本仍有局限性，因此為提高問卷的回收率，除了採立意抽樣法，本研究同時針對委請當地民宿及紀念品業者、旅行社導遊及領隊、工讀生，以及周遭曾經到訪過澎湖參與休閒漁業的人取樣，並進而調查由這些人所提供或推薦的曾經到訪過澎湖參與休閒漁業的遊客進行取樣。

### 3.7 信度與效度評鑑方式

本研究之主要目的之一為建構休閒漁業旅遊意象量表，為使問卷符合研究所需，因此量表須進行信度與效度之檢測，分別說明如下：

#### 3.7.1 效度分析

效度(Validity)的意思是指真實性，意味著構念或研究者在概念定義中將想法概念化的方式契合量數的程度。效度又可分為三大類型，分別是表面效度、內容效度與建構效度(王佳煌等，民 91；古永嘉，民 92)。分別將其意義與檢定方法描述如下：

##### (一) 表面效度(Face Validity)

表面效度是由科學社群判斷指標是否真的測量到構念。本研究利用文獻回顧收集題項，並在問卷設計階段經由專家審查，以達到表面效度。

##### (二) 內容效度(Content Validity)

內容效度是一種特殊的表面效度，指測量工具內容的適切性。其判定方式有兩種：第一，研究人員可經由謹慎的定義研究主題，審慎選擇量表的測量項目並斟酌測量尺度的使用，以確保掌握內容效度。此種過程通常是直覺的，而且每一研究人員可能不同。第二，利用一組專家評估測量工具與研究主題相符的程度。本研究利用文獻回顧收集題項，並在問卷設計階段經由專家審查，以達到內容效度。

在專家審查時，使用內容效度比(Content Validity Ratio)來代表專家判斷內容效度程度的量數，用以判斷構念及所包含的題項內容是否適切，

題項以「適合」、「修正後適合」、「不適合」三個選項讓專家進行勾選，如題項被判定「適合」的百分比在 70%以上，或「適合」與「修正後適合」的累積百分比在 80%以上，則保留該題項(吳明隆、涂金堂，民 94)。並附加開放式問項詢問專家是否有要增加之題項與其他建議。

### (三) 建構效度(Construct Validity)

建構效度或稱為構念效度，指測量工具的內容，能推論或衡量一些抽象的概念或特質的能力。評估構念效度時，必須同時考慮理論與測量工具的配合。一般又將建構效度分為收斂效度與區別效度：

#### 1. 收斂效度(Convergent Validity)

收斂效度或稱為聚斂效度、聚合效度、輻合效度，收斂效度是指同一構念的多重量數前後呼應，或者以類似的方式運作。

#### 2. 區別效度(Discriminant Validity)

區別效度或稱為區辨效度，又稱分歧效度(Divergent Validity)，是收斂效度的相反，是說一個構念的指標和相對立的構念呼應或聚合，卻也與其分歧或有負面的相關。

現有的統計工具如因素分析(factor analysis)與多元特質多重方法矩陣(multitrait-multimethod matrix; MTMM matrix)可用以評估構念效度。邱皓政(民 91)也提到過去數十年來，最重要且至今仍廣為使用的是以 Campbell & Fiske (1959)提出的多重特質多重方法矩陣來測量量表的聚斂效度與區辨效度，但 MTMM 發展至今已有許多不同變形，主因是許多學者針對 MTMM 提出批評，最主要的一項爭議是利用 MTMM 設計對

於構念效度的檢測一向缺乏客觀的指標；其次，隨著測量的構念或使用方法的增加，研究者所須比對的相關係數的次數就大幅度的增加，而每一個相關係數都是獨立計算得出，越多次的比較將提高觸犯第一與第二類型錯誤的機率(type I and II errors)；尤有甚者，學者們批評 MTMM 設計僅使用一系列的相關係數來判讀測量的效度，根本沒有直接觸及潛在構念的檢驗，卻用以說明測驗具有潛在特質的測量能力。而經過多年發展，結構方程模型(Structural Equation Models，簡稱 SEM)的應用被認為是解決 MTMM 設計諸項問題的最有效方法。

本研究將利用 SEM 的參數估計(Parameter Estimation)與模式假設檢定(Hypothesis Testing)等兩種測定模式來檢驗建構效度。

第一：如果各構面下的測量題目都具有顯著性( $t\text{-value} > 1.96$  及  $p < 0.05$ )，又每個構面之測量題組都具有高的信度，且潛在變項的平均變異數抽取量(Average variance extracted)值需大於 0.50(Bagozzi & Yi, 1988)，以證明每個構面皆具有聚合效度。平均變異數抽取量公式如下：

$$R^2 = (\sum \text{標準化負荷量}^2) / [\sum (\text{標準化負荷量}^2) + \sum \varepsilon_j]$$

( $R^2$ ：平均變異數抽取量； $\varepsilon_j$ ：第  $j$  個觀察變項的測量誤)

第二：使用兩種方式來證明具有區別效度，一種為若限制兩個構面的相關參數(correlation parameter)為 1.0，則稱為限制性(constrain)的測量模型，若此卡方值的增加較原來未限制的模型有顯著性的差異，即在自由度為 1 之下，卡方值差距大於 3.84，那麼限制的模

型不具有好的適配度，則原先未限制的模型是成立的，表示這兩個構面之間是相關但不相同(黃芳銘，民 93；戴有德、黃宥瑄，民 94)，以證明具有區別效度。另一種為讓潛在構念相關係數自由估計，並將相關係數加減 1.96 個標準差，如果信賴區間值並未包含 1.0，則表示具有區別效度。

### 3.7.2 信度分析

信度(Reliability)指測量結果是否具有一致性或穩定性的程度(古永嘉，民 92)。信度可界定為真實分數的變異數與觀察分數的變異數比例(吳明隆、涂金堂，民 94)。本研究以內部一致性信度係數 Cronbach' s  $\alpha$  係數與建構信度(Construct Reliability)係數來檢測信度，分別描述如下：

#### (一) 內部一致性信度(Internal-consistency Reliability)

單獨根據一次施測結果即逕行估計量表或測驗的信度係數，此係數稱作「內部一致性信度係數」(Internal-consistency Reliability Coefficient)，或簡稱為「內部一致性信度」(吳明隆、涂金堂，民 94)。屬於內部一致性信度係數的信度估計如：複本信度、折半信度(Split-half Reliability)、庫李信度 (K-R 信度)、Cronbach' s  $\alpha$  係數等，一般而言，Cronbach' s  $\alpha$  係數為各種信度中較為嚴謹，有時被稱為信度的低限(Lower Bound)，因此 Cronbach' s  $\alpha$  係數可說是目前採行最廣的一種信度指標(邱皓政，民 91)。吳明隆、涂金堂(民 94)指出在李克特態度量表法中常用的信度考驗方法為 Cronbach' s  $\alpha$  係數及折半信度。基於上述理由，本研究採用 Cronbach' s  $\alpha$  係數檢驗內部一致性信度。

DeVellis (2003)認為 $\alpha$  值低於 0.60 完全不接受；0.60-0.65 最好不要；0.65-0.70 是最小接受值；0.70-0.80 相當好；0.80-0.90 非常好。在信度接受度上面，因素層面的 Cronbach' s  $\alpha$  係數最好在 0.70 以上，如果是在 0.60 以上勉強也可以接受，而總量表的 $\alpha$  係數最好在 0.80 以上，如果在 0.90 以上則信度更佳(吳明隆、涂金堂，民 94)。

## (二) 建構信度(Construct Reliability)

由於 $\alpha$  係數無法估計單一觀察變項的信度，且無法允許觀察變項之間的測量誤具有相關，以及觀察變項同時作為一個以上潛在變項的指標，因此使用驗證性因素分析來求信度以避免以上的一些問題。建構信度主要是在評鑑一組潛在建構指標(Latent Construct Indicators)之一致性的程度。也就是說，此組指標分享該潛在因素的程度，也是屬於內部一致性指標，信度高，表示指標之間有高互為關連(Intercorrelated)存在(黃芳銘，民 93)。建構信度計算公式如下：

$$CR = (\sum \text{標準化負荷量})^2 / [(\sum \text{標準化負荷量})^2 + \sum \varepsilon_j]$$

(CR：建構信度； $\varepsilon_j$ ：第j個觀察變項的測量誤)

使用驗證性因素分析對個別變項的信度以及潛在因素檢定時，個別變項可以採用 0.5 做低標，而對潛在變項的信度採用 0.6 當作低標較為恰當黃芳銘(2004)。其中個別觀察變項信度，亦即多元相關平方 (Squared Multiple Correlations, SMC)值需大於 0.2，相當於標準化係數大於 0.45(游森期，民 95)。綜合上述觀點，本研究對於個別觀察變項信度(SMC 值)採 0.5 當標準，對潛在變項(CR 值)以 0.6 當作標準進行信度檢驗。

## 3.8 資料處理與分析

根據本研究之研究目的、研究假設，本研究的資料處理以 SPSS 12.0 及 AMOS 6.0 的統計套裝軟體進行資料分析，而本研究使用的統計方法包括：敘述性統計、變異數分析、信度分析、效度分析、因素分析、多群組結構方程式。

### 3.8.1 敘述性統計

本研究利用敘述統計分析受訪者的基本資料，以求得各變數之平均數、次數分配、百分比等統計量，以便對整體資料有初步瞭解。各變項進行初步簡單的分析，並清楚描述樣本結構。

### 3.8.2 項目分析與信度分析

項目分析是在考驗一個測驗量表個別题目的可靠程度，信度分析則是在評估整份量表的可靠程度（邱皓政，民 91）。項目分析主要是針對預試問卷個別題項的適切性做檢核，淘汰不適切的提項，本研究則採用極端組檢驗法與同質性檢驗。

信度分析是檢測問卷衡量的一致性與穩定性。Cronbach's  $\alpha$  係數是各種信度工具中最受使用者廣泛運用，本研究以 Cronbach's  $\alpha$  作為檢測，將不適合的題目過濾掉。

### 3.8.3 效度分析

在效度方面，本研究所採用之量表，係以過去相關文獻為基礎，且諮詢館方有關人員及預試結果修改而定稿，因此本研究所採用的量表應具有適合之內容效度。

本研究前測以因素分析來測量效度，後續的效度分析將以結構方程式模型中的驗證性因素分析來確認本研究之建構效度。

### 3.8.4 因素分析

將針對各構面之量表進行因素分析以資料簡化，以期在為數眾多的變數濃縮成少數幾個有意義的因素，並藉由少數因素來解釋原有的資料結構。在進行因素分析前必須利用 Kaiser (1974) 所提出的 KMO 取樣適切性檢定及 Bartlett 球形性檢定，以確定資料是否適合做因素分析。在對各量表的輸入資料進行主成份分析，再將分析結果以最大變異法 (Varimax) 進行直交轉軸，以特徵值 (Eigenvalue) 大於 1 為選取共同因素原則，另考量本研究之有效樣本數，以因素負荷量絕對值大於 0.5 為變數選取準則，最後以各因素構面之代表意義及共同之特質為命名依據。

### 3.8.5 結構方程模型

結構方程模型 (Structural Equation Models, 簡稱 SEM), 早期稱為線性結構方程模式 (Linear Structural Relationships, 簡稱 LISREL) 或稱為共變數結構分析 (covariance structure analysis), SEM 主要目的在考驗潛在變項與外顯變項間之關係, 它結合了因素分析與路徑分析/迴歸分析,

亦即線性結構方程式包含測量模式與結構模式兩種，其中測量模式在於建立測量指標與潛在變項間之關係，對於研究者而言，主要是透過驗證因素分析以考量測量模式的效度（即信度、效度）。至於結構模式則主要在考驗潛在變項間之因果路徑關係，主要針對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模式的適配性。因此，SEM 可同時處理一系列互相關聯之相依關係，是一種以多個線性模式呈現分析性變數間關係之統計模式。本研究利用 SEM 進行資料分析探究各變數間之因果關係。另衡量模式分析與模式配適度準則詳加說明如下：

### 1. 衡量模式分析

係以進行驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis；CFA）來瞭解每一變數之信度與效度，它是用來進一步評估潛在變數的構念效度，並提供更嚴謹的方式來評量單一構面（Anderson & Gerbing, 1988）。構念效度的驗證可分成收斂效度與區別效度。

Fornell & Larcker（1981）認為評估收斂效度的標準共有三項：

- （1）所有的標準化因素負荷量要大於0.5且達顯著水準。
- （2）組合信度值（Composite Reliability）大於0.7。
- （3）平均萃取變異量（Average Variance Extracted）大於0.5。

區別效度檢測則採用 Anderson & Gerbing（1988）建議，分別將兩兩構面的相關係數（共變數）限定為1，進行限定模式與非限定模式之卡方差異度檢定，在顯著水準 0.05 的情況下，限定模式的卡方值大於非限定模式之卡方值 3.84 以上，則表示不同因素間具有合理的區別效度。

## 2. 模式配適度準則

有關模式配適度的評估，Bagozzi & Yi (1988) 認為必須從模式內在結構配適度、整體模式配適度及基本的配適標準等三方面來加以評量。下列為本研究依此三方面對所提出的理論模式加以說明。

### (1) 模式內在結構配適度

此標準是在評量模式內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變數的信度等，這可從個別項目的信度是否在 0.5 以上、潛在變數的組合信度是否在 0.7 以上的可接受水準來加以評估。

### (2) 整體模式配適度

經使用 AMOS 6.0 進行結構方程之分析後，各項指標將被用來評量整個模式與觀測資料間的配適程度，此方面的配適度衡量有許多指標，Hair, Anderson, Tatham & Black (1998) 將其分為三種類型：絕對配適檢定、增量配適檢定及精簡配適檢定等。茲將此三種類型分述如下：

- (a) 絕對配適檢定：係確定整體模式可以預測共變數或相關矩陣的程度，衡量指標如卡方統計值、卡方自由比 ( $\chi^2/df$ )、配適度指標 (GFI)、殘差均方根 (RMR) 及近似誤差平方根 (RMSEA) 等。
- (b) 增量配適檢定：即比較所發展的理論模式與虛無模式，其衡量指標如調整配適指標 (AGFI)、基準的配適指標 (NFI) 及比較配適指標 (CFI) 等。

(c) 精簡配適檢定：要調整配適檢定以能比較含有不同估計係數數目的模式，來決定每一估計係數所能獲致的配適程度，衡量指標如精簡的基準配適指標（PNFI）與精簡的適配指標（PCFI）。

### (3) 基本的配適標準

此指標是在檢測模式之細列誤差、辨認問題或輸入有誤等，即衡量指標不能出現以下三種情況：誤差變異有負值、因素負荷量低於 0.5 或高於 0.95；因素負荷量未達顯著水準。



## 第四章 實證結果與分析

本研究主要的目的有三，首先以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表；其次應用並結合重要—表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視度及表現程度進行比較分析，期能更精確測量休閒漁業在澎湖發展的現況，以提供管理單位及業界對於澎湖休閒漁業旅遊意象的改進方向。最後，對遊客背景資料特性進行分析，以建構行銷區隔策略，並提供澎湖整體觀光發展的行銷模式建議。

### 4.1 題項發展與編製

依據第 3.3 節中所述之量表編製流程，首先須清楚界定澎湖休閒漁業旅遊意象之定義，並將主題清楚概念化。因此，本研究根據過去文獻，運用內容分析法蒐集有關旅遊意象之基礎問項，並從中擷取與休閒漁業之旅遊意象較為相關之題項，以完成量表初稿，如表 4.1 所示。

完成量表初稿後，將委請六位休閒漁業之專家、學者(名單如附錄一)進行審視，並修改及增減問項，以提升量表之內容效度。待專家、學者審視、修改並增減問項後，即可完成澎湖休閒漁業旅遊意象量表之預試問卷。在專家審查時，將使用內容效度比(Content Validity Ratio)來代表專家判斷內容效度之程度的量數，藉以判斷構念及其所包含的題項內容是否適切。題項將以「適切」、「修正後適切」、「不適切」等三個選項讓專家進行勾選，如題項被判定「不適切」，則刪除該題項。並附加開放式問項詢問專家是否有要增加之題項與其他建議。

除了根據內容效度比外，也將依專家之建議而刪除量表初稿中不適切之題目、合併內容相近之題項或分裂為個別問項，詳細修正內容參見附錄二。

#### 1. 刪除量表初稿中不適切之題目

包括整體意象構面中的 Q4 和 Q8；產品意象構面中的 Q5；自然資源構面中的 Q6；文化環境構面中的 Q4, Q5 和 Q6；娛樂活動構面中的 Q3, Q5 和 Q6；資訊與設施構面中的 Q7；食物與服務構面中的 Q4 以及氣氛構面中的 Q2，合計共刪除 13 個題目，如表 4.2 所示。

#### 2. 合併內容相近之題項

如合併整體意象構面中的 Q6 和 Q9 為預試問卷的 Q6；文化環境構面中的 Q1 和 Q2 合併為預試問卷的 Q20，如表 4.2 所示。

#### 3. 將問項中不同層面的內容，分裂為個別問項

此外，將問項中不同層面的內容，分裂為個別問項，如產品意象構面中的 Q3 的石滬漁法與漁村建築分列為 Q10 和 Q11，如表 4.2 所示。

表 4.1 量表初稿

構面	題項	參考文獻
整體意象	1.澎湖的休閒漁業旅遊有很高的知名度。(1) <sup>1</sup>	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)
	2.澎湖的休閒漁業旅遊有許多具吸引力的景點。(2)	
	3.澎湖的休閒漁業旅遊，感覺像回到過去而沉溺在漁村的氛圍之中。(3)	
	4.參與澎湖休閒漁業之旅遊過程中，感到平靜且安寧。 <sup>2</sup>	
	5.參與澎湖的休閒漁業旅遊，可以紓解日常的生活壓力。(4)	
	6.澎湖休閒漁業的遊程中，有許多令人興奮的目的地。(6)	
	7.澎湖的休閒漁業環境是令人感到舒適的。(5)	
	8.澎湖的休閒漁業旅遊的氣氛是悠閒而放鬆的。	
	9.參與澎湖休閒漁業旅遊後，感到精神提振且充滿活力。(6)	
	10.我可以感受到澎湖居民是友善且好客的。(7)	
產品意象	1.參與澎湖休閒漁業旅遊，可以實際體驗傳統漁村文化。(8)	Royo-Vela (2009)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas (2009)、Martín & Rodríguez del Bosque(2008)
	2.在參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，可以增進對海洋生態的認同。(9)	
	3.參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，讓我對先民所流傳下來的石滬和其他漁村建築感到相當欽佩。(10, 11)	
	4.參與澎湖休閒漁業旅遊，可以瞭解到當地的風俗民情。(12)	
	5.澎湖休閒漁業之遊程中，所提供的住宿類型與當地環境能互相協調。	
	6.我覺得參與澎湖的休閒漁業是物有所值旅遊。(13)	
自然資源	1.澎湖的休閒漁業，有豐富且未受破壞的生態環境資源。(14)	張淑青(民 98)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas (2009)
	2.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與島嶼多的休閒漁業環境。(15)	
	3.在澎湖可以觀賞到獨特的地形與地質景觀。(16)	
	4.在澎湖能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。(17)	
	5.澎湖的休閒漁業相關設施，可與天然的景點(觀)相輝映。(18)	
	6.澎湖的休閒漁業，沒有受到環境和一般都市的污染。	
	7.澎湖的休閒漁業環境有特有種的海洋生物。(19)	
文化環境	1.澎湖的休閒漁業具有相當特殊的漁村建築。(20) <sup>3</sup>	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)
	2.澎湖的休閒漁業，擁許多當地特有建築。(20)	
	3.我覺得澎湖當地的文化建築，獲得到良好的保存。(21)	
	4.澎湖的漁村建築風格是舒適且協調的。 <sup>4</sup>	
	5.澎湖的休閒漁業旅遊，包含了對大眾開放的遺址和歷史性建築。	
	6.澎湖的休閒漁業旅遊中，適當的結合了當地歷史悠久的民間信仰。	
	7.澎湖的休閒漁業富歷史性且具有先民智慧傳承的特色。(22)	
	8.澎湖的休閒漁業環境，確實是富有傳統的特色漁村。(23)	
娛樂活動	1.澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的水上體驗活動。(24)	張淑青(民 98)、Royo-Vela(2009)、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas (2009)
	2.澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的活動遊程。(25)	
	3.澎湖的休閒漁業旅遊包含不同的風俗民情與慶典節慶。	
	4.澎湖的休閒漁業旅遊有夜間的娛樂活動。(26)	
	5.澎湖的休閒漁業旅遊包含相關的博物館和文化區域。	
	6.澎湖的休閒漁業有先進的設備活動可供選擇。	

<sup>1</sup> ()內數字，代表預試問卷的題號，預試問卷如表 4.2 所示。

<sup>2</sup> 灰色網底的題項，代表經專家建議後，將予以刪除的題項。

<sup>3</sup> “()”內數字，代表預試問卷的題號，預試問卷如表 4-2 所示。

<sup>4</sup> 灰色網底的題項，代表經專家建議後，將予以刪除的題項。

表 4.1 量表初稿(續)

構 面	題項	參考文獻
設施 與 資訊	1.我認為澎湖的休閒漁業環境具有整體性的規劃。	張淑青(民 98)、 Royo-Vela(2009) 、Bigne' Alcañiz, Garcí'a & Blas (2009)、Martín & Rodríguez del Bosque (2008)
	2.我認為澎湖的商店具有混合自然和地方休閒漁業的特性。(27)	
	3.澎湖的休閒漁業環境，有好的路標設置和資訊設備。(28)	
	4.有關澎湖休閒漁業的旅遊資訊，可以很容易取得。(29)	
	5.澎湖休閒漁業之相關旅遊景點，其設施相當完善。(30)	
	6.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，有便利的交通運輸。(31)	
	7.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以提供舒適的住宿環境。	
	8.澎湖休閒漁業的旅遊行程，有相當多可以進行購物的場所。(32)	
食物 與 服務	1.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，在用餐地點可以感受到良好的待遇。(33)	張淑青(民 98)、 Royo-Vela(2009)
	2.參與澎湖休閒漁業旅程，在購物地點得到良好的對待。(34)	
	3.我認為澎湖的休閒漁業環境，注重好的遊客服務。(35)	
	4.澎湖的休閒漁業具備優質的旅遊服務。	
	5.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以發現好的手工藝和傳統的食品。(36)	
	6.在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐當地特產。(37)	
	7.澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐新鮮的海產美食。(38)	
氣氛	1.澎湖的休閒漁業旅遊行程不會太擁擠吵雜。(39)	張淑青(民 98)、 Royo-Vela(2009)
	2.澎湖的休閒漁業環境沒有太多的遊客。	
	3.澎湖的休閒漁業環境是乾淨且經過精心規劃。(40)	
	4.參與澎湖的休閒漁業旅遊可以感受到當地純樸民風。(41)	
	5.澎湖的休閒漁業提供安全、舒適的旅遊環境。(42)	
	6.澎湖的休閒漁業環境，讓我感到空氣新鮮且整潔。(43)	
	7.澎湖的休閒漁業環境，讓我可以輕鬆的閒逛。(44)	
	8.在休閒漁業的旅遊行程中，澎湖有適合孩童娛樂和玩耍的相關設施。(45)	

資料來源：本研究整理

表 4.2 預試問卷

類別	問項	測量 尺度	填答 方式
休閒漁業 旅遊意象	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本行程具高知名度。</li> <li>2. 本行程具吸引力。</li> <li>3. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。</li> <li>4. 參與本行程可以紓解日常的生活壓力。</li> <li>5. 澎湖的休閒漁業之環境令人感到舒適。</li> <li>6. 參與本行程讓人精神提振且充滿活力。</li> <li>7. 澎湖居民的態度友善且好客。</li> <li>8. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。</li> <li>9. 增進對海洋生態的認識並了解海洋保育的重要。</li> <li>10. 先民所展現的智慧（如石滬漁法），令人欽佩。</li> <li>11. 參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。</li> <li>12. 參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。</li> <li>13. 參與本行程是物超所值的旅遊。</li> <li>14. 擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。</li> <li>15. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。</li> <li>16. 可以觀賞到獨特的地質與地形景觀。</li> <li>17. 能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。</li> <li>18. 設施與天然的景點/景觀相互融合。</li> <li>19. 澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。</li> <li>20. 具有當地特色的漁村建築。</li> <li>21. 澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。</li> <li>22. 澎湖的休閒漁業富歷史性且具先民智慧傳承特色。</li> <li>23. 澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。</li> <li>24. 本行程具備多樣化的海上及潮間帶體驗活動。</li> <li>25. 本行程具備多樣化的活動遊程。</li> <li>26. 本行程有夜間的海洋產業體驗活動。</li> <li>27. 澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。</li> <li>28. 澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。</li> <li>29. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。</li> <li>30. 旅遊景點基礎設施很完善。</li> <li>31. 本行程具有安全且方便的交通運輸。</li> <li>32. 本行程中，有許多可以購物的場所。</li> <li>33. 在用餐地點得到良好的接待。</li> <li>34. 在購物地點得到良好的服務。</li> <li>35. 注重服務態度與品質。</li> <li>36. 可以發現具有當地特色的手工藝品和傳統美食。</li> <li>37. 可以品嚐當地特產。</li> <li>38. 可以品嚐新鮮的海鮮美食。</li> <li>39. 澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。</li> <li>40. 環境是乾淨衛生且經過精心規劃。</li> <li>41. 可以感受到當地特色民情。</li> <li>42. 提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。</li> <li>43. 澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。</li> <li>44. 可以讓人享受漫活的閒逛。</li> <li>45. 本行程有適合孩童玩樂的相關活動。</li> </ol>	順序 尺度	Likert 五等量 表；認 同度的 部分依 序由 「1」到 「5」代 表非常 不同 不意、不 同意、 普通、 同意到 非常同 意；重 視程度 的部分 依序為 「1」到 「5」表 非常不 重視、 不重 視、普 通、重 視到非 常重視 分數越 高，代 表同意 及重視 程度越 高。
遊客人口 統計變項	性別、婚姻狀況、年齡、職業、月收入、教育程度、居住地、交通工具、旅遊類型、旅遊資訊來源、旅遊天數、曾到澎湖旅遊的次數等 13 項。	類別 尺度	單選

## 4.2 預試結果分析

經專家、學者審查量表初稿後，本研究依據專家、學者之建議，修改或刪除題項，而形成包含 45 個題項之預試問卷(如表 4.2)。進行預試分析時，預試對象為曾經到訪澎湖並參與休閒漁業旅遊行程之遊客，抽樣方式將採便利抽樣與滾雪球方式同時進行調查，發放問卷 130 份，回收 119 份，扣除第一部份出現未答題以及第一部分問項全部勾選非常同意或非常不同意之問卷，獲得有效樣本 100 份。

預試階段中，主要將進行項目分析，期能使用簡單的統計方法與概念，檢測量表中是否仍具有不適切之題項，以作為量表題項篩選的依據，進而提升所建構之旅遊意象量表的品質。進行項目分析時，可使用的統計方法甚多，較為研究者所常用的有遺漏值數量檢定法、描述性統計檢驗法、同質性檢定法與極端組檢定法。

描述性統計檢驗法是透過平均數、標準差、偏態等統計量作為判別題項品質的標準；同質性檢定又稱為內部一致性檢定，其檢定方法有二：一為求出量表個別題項與量表總分之積差相關係數。二為判別量表的內部一致性  $\alpha$  係數，從題項刪除後量表  $\alpha$  係數來判斷量表的品質；而極端組檢驗的目的是刪除 CR 值(門檻值，即 t 值)未達顯著水準的題項。

在此，本研究使用遞迴式的項目分析手段，逐次運用遺漏值數量檢定法、描述性統計檢驗法、同質性檢定法與極端組檢定法對預試資料進行刪減不適切題項之動作。因此，共進行三次項目分析(陳寬裕、王正華，民 99)，才獲得準正式問卷，逐次項目分析結果如下說明：

### 1. 第一次項目分析

第一次項目分析的結果，由表 4.3 得知，Q4、Q6、Q16、Q37 平均數明顯偏低，落於 1.5 個標準差之外，予以刪除(陳寬裕、王正華，民 99)；Q2、Q5、Q9、Q24、Q31 偏態係數高於 0.7(陳寬裕、王正華，民 99)，故予以刪除。故初次項目分析結果共刪除 Q2、Q4、Q5、Q6、Q9、Q16、Q24、Q31、Q37 等 9 個題項。

### 2. 第二次項目分析

第一次項目分析刪除不符標準之題項後，接著進行第二次項目分析，除了平均值超過全量表得分之平均值正負 1.5 個標準差的 Q17、Q32、Q38、Q44 等四個題項應予刪除外，其餘題項之標準差、偏態、極端組、相關及因素負荷量均達鑑別標準(如表 4.4)。故為提高量表之堪用程度，在此階段將刪除 Q17、Q32、Q38、Q44 等四個題項。

### 3. 第三次項目分析

接著根據刪除題項後的表 4.4，進行第三次項目分析。第三次項目分析的結果，如表 4.5 所示。在表 4.5 中，雖然 Q7、Q10、Q40 平均值仍超過全量表之平均值正負 1.5 個標準差(其餘檢測方法，均符合不刪除標準)，但由於其平均超出全部範圍的程度並不太大，且在目前之題項狀態下，信度值已達 0.944，故本研究經考量上述原因後，將不刪除 Q7、Q10、Q40 等 3 個題項，而於此完成項目分析工作。

經由上述三次項目分析後，原本包含 45 個題項之預試問卷，刪除上述不符檢測標準的題項後，而成為僅包含 32 個題項之準正式問卷，如表 4.6 所示。

表 4.3 第一次項目分析結果

題目內容	檢遺漏定值	平均數	標準差	偏態	極端值(組)	相關	因素負荷
1. 本行程具高知名度。	0%	3.72	.871	-.344	-4.531* <sup>5</sup>	0.433	0.451
2. 本行程具吸引力。 <sup>6</sup>	0%	3.92	.761	-.705	-4.491*	0.353	0.373
3. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。	0%	3.82	.809	-.108	-4.812*	0.488	0.514
4. 參與本行程可以紓解日常的生活壓力。	0%	4.27	.709	-.441	-4.632*	0.431	0.451
5. 澎湖的休閒漁業之環境令人感到舒適。	0%	3.95	.999	-.705	-10.541*	0.660	0.686
6. 參與本行程讓人精神提振且充滿活力。	0%	3.89	.737	.023	-5.761*	0.476	0.500
7. 澎湖居民的態度友善且好客。	0%	4.05	.757	-.369	-4.026*	0.456	0.479
8. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。	0%	3.81	.837	-.365	-5.473*	0.526	0.554
9. 認識海洋生態並了解海洋保育的重要。	0%	3.94	.983	-.790	-6.299*	0.657	0.682
10.先民所展現的智慧(如石滬漁法),令人欽佩。	0%	4.05	.845	-.403	-3.625*	0.326	0.347
11. 珍惜漁村建築的保存狀況。	0%	4.01	.785	-.273	-4.042*	0.406	0.434
12.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	0%	3.88	.756	-.083	-5.226*	0.463	0.490
13.參與本行程是物超所值的旅遊。	0%	3.75	.967	-.294	-6.692*	0.626	0.648
14.豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源	0%	3.78	.871	-.208	-7.504*	0.584	0.610
15.海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化。	0%	3.86	.829	-.383	-6.881*	0.598	0.624
16.可以觀賞到獨特的地質與地形景觀。	0%	4.20	.739	-.645	-4.142*	0.393	0.416
17.能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。	0%	4.23	.802	-.682	-5.947*	0.495	0.519
18.設施與天然的景點/景觀相互融合。	0%	3.77	.897	-.211	-7.481*	0.665	0.691
19.澎湖的海洋資源,存在一些特有種的海洋生物。	0%	3.93	.879	-.317	-7.666*	0.663	0.687
20.具有當地特色的漁村建築。	0%	3.83	.829	-.321	-6.861*	0.596	0.621
21.澎湖的漁村建築風格反映了順應環境及生活文化的特色。	0%	3.95	.757	-.201	-7.235* <sup>7</sup>	0.533	0.558
22.澎湖的休閒漁業富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	0%	3.84	.788	-.086	-6.112*	0.531	0.555
23.澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。	0%	3.74	.824	-.188	-6.381*	0.557	0.583
24.多樣化的海上及潮間帶體驗活動。 <sup>8</sup>	0%	3.89	.963	-.953	-4.420*	0.481	0.507
25.本行程具備多樣化的活動遊程。	0%	3.7	.881	-.180	-5.844*	0.584	0.603
26.本行程有夜間的海洋產業體驗活動。	0%	3.87	.906	-.652	-4.938*	0.415	0.438
27.澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。	0%	3.72	.841	.158	-9.288*	0.657	0.682
28.有完善(備)路標設置和資訊設備。	0%	3.75	.892	-.180	-8.081*	0.645	0.672
29.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	0%	3.98	.829	-.397	-8.565*	0.607	0.635
30.旅遊景點基礎設施很完善。	0%	3.73	.952	-.148	-8.715*	0.688	0.717

<sup>5</sup>\*表示在  $\alpha=0.05$  時, 達統計之顯著水準。

<sup>6</sup>灰色網底的題項, 代表項目分析後, 檢測項目應予刪除之題項。

<sup>7</sup>\*表示在  $\alpha=0.05$  時, 達統計之顯著水準。

<sup>8</sup> 灰色網底的題項, 代表項目分析後, 檢測項目應予刪除之題項。

表 4.3 第一次項目分析結果(續)

題 目 內 容	檢 遺 漏 定 值	平 均 數	標 準 差	偏 態	極 端 值 (組)	相 關	因 素 負 荷
31.本行程具有安全且方便的交通運輸。	0%	4.06	.851	-.719	-5.124	0.463	0.494
32.本行程中，有許多可以購物的場所。	0%	3.59	.900	-.106	-5.667*	0.522	0.549
33.在用餐地點得到良好的接待。	0%	3.69	.907	-.088	-5.592*	0.543	0.574
34.在購物地點得到良好的服務。	0%	3.87	.884	-.547	-7.958*	0.617	0.645
35.注重服務態度與品質。	0%	3.97	.904	-.694	-7.519*	0.551	0.581
36.有當地特色的手工藝品和傳統美食。	0%	4.01	.870	-.395	-7.774*	0.593	0.617
37.可以品嚐當地特產。	0%	4.13	.691	-.177	-3.966*	0.408	0.429
38.可以品嚐新鮮的海鮮美食。	0%	4.23	.750	-.553	-3.450*	0.368	0.387
39.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	0%	3.71	1.047	-.467	-7.384*	0.592	0.623
40.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	0%	3.65	1.008	-.451	-8.113*	0.677	0.709
41.可以感受到當地特色民情。	0%	3.93	.831	-.297	-6.377*	0.621	0.649
42.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	0%	3.93	.844	-.483	-7.868*	0.699	0.729
43.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	0%	3.85	.892	-.396	-7.860*	0.642	0.672
44.可以讓人享受漫活的閒逛。	0%	4.13	.774	-.497	-8.888*	0.651	0.682
45.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	0%	3.71	.988	-.220	-9.744*	0.661	0.689
全量表平均數之正負 1.5 個標準差(3.16,4.44)							
總刪題	0	0	4	5	0	0	0

資料來源：本研究整理

表 4.4 第二次項目分析結果

題目內容	檢遺漏 定值	平均 數	標準 差	偏 態	極 端 值 (組)	相 關	因 素 負 荷
1. 本行程具高知名度。	0%	3.72	0.817	-0.344	-4.524* <sup>9</sup>	0.418	0.440
3. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。	0%	3.82	0.809	0.108	-4.812*	0.498	0.526
7. 澎湖居民的態度友善且好客。	0%	4.05	0.757	-0.369	-4.040*	0.448	0.474
8. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。	0%	3.81	0.837	-0.365	-5.458*	0.531	0.564
10. 欽佩先民所展現的智慧(如石滬漁法)。	0%	4.05	0.845	-0.403	-3.637*	0.326	0.349
11. 對澎湖漁村建築的保存狀況,感到珍惜。	0%	4.01	0.785	-0.273	-4.028*	0.412	0.442
12. 參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	0%	3.88	0.756	-0.083	-5.226*	0.471	0.500
13. 參與本行程是物超所值的旅遊。	0%	3.75	0.968	-0.294	-6.684*	0.614	0.641
14. 擁有豐富未受破壞干擾的生態環境資源	0%	3.78	0.871	-0.208	-7.527*	0.585	0.613
15. 海洋資源豐富海岸線長傳統漁作多樣化。	0%	3.86	0.829	-0.383	-6.900*	0.602	0.631
17. 能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。 <sup>10</sup>	0%	4.23	0.802	-0.682	-5.948*	0.488	0.518
18. 設施與天然的景點/景觀相互融合。	0%	3.77	0.897	-0.211	-7.513*	0.657	0.689
19. 澎湖的海洋資源存在特有種的海洋生物。	0%	3.93	0.879	-0.317	-7.685*	0.667	0.695
20. 具有當地特色的漁村建築。	0%	3.83	0.829	-0.321	-6.900*	0.610	0.637
21. 建築風格反映順應環境生活文化的特色。	0%	3.95	0.757	-0.201	-7.266*	0.549	0.579
22. 富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	0%	3.84	0.788	-0.086	-6.109*	0.544	0.570
23. 休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。	0%	3.74	0.824	0.188	-6.374*	0.549	0.580
25. 本行程具備多樣化的活動遊程。	0%	3.70	0.882	-0.180	-5.833*	0.552	0.580
26. 本行程有夜間的海洋產業體驗活動。	0%	3.87	0.906	-0.652	-4.960*	0.401	0.429
27. 商店融合自然和地方休閒漁業的特性。	0%	3.72	0.842	0.158	-9.260*	0.652	0.683
28. 有完善(備)路標設置和資訊設備。	0%	3.75	0.892	-0.180	-8.081*	0.643	0.675
29. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	0%	3.98	0.829	-0.397	-8.608*	0.602	0.635
30. 旅遊景點基礎設施很完善。	0%	3.73	0.952	-0.148	-8.789*	0.680	0.716
32. 本行程中,有許多可以購物的場所。	0%	3.59	0.900	-0.106	-5.690*	0.525	0.559
33. 在用餐地點得到良好的接待。	0%	3.69	0.907	-0.088	-5.597*	0.556	0.591
34. 在購物地點得到良好的服務。	0%	3.87	0.884	-0.547	-8.034*	0.632	0.665
35. 注重服務態度與品質。	0%	3.97	0.904	-0.694	-7.519*	0.547	0.580
36. 有當地特色的手工藝品和傳統美食。	0%	4.01	0.870	-0.395	-7.780*	0.590	0.616
38. 可以品嚐新鮮的海鮮美食。	0%	4.23	0.750	-0.553	-3.465*	0.346	0.370
39. 澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	0%	3.71	1.047	-0.467	-7.399*	0.596	0.633
40. 環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	0%	3.65	1.009	-0.451	-8.160*	0.678	0.713
41. 可以感受到當地特色民情。	0%	3.93	0.832	-0.297	-6.377*	0.615	0.646
42. 提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	0%	3.93	0.844	-0.483	-7.897*	0.699	0.732
43. 澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	0%	3.85	0.892	-0.396	-7.875*	0.634	0.669
44. 可以讓人享受漫活的閒逛。	0%	4.13	0.774	-0.497	-8.888*	0.640	0.677
45. 本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	0%	3.71	0.988	-0.220	-9.810*	0.669	0.700
全量表平均數之正負 1.5 個標準差(3.63,4.10)							
總刪題	0	4	0	0	0	0	0

資料來源：本研究整理

<sup>9</sup>\*表示在  $\alpha=0.05$  時,達統計之顯著水準。

<sup>10</sup> 灰色網底的題項,代表項目分析後,檢測項目應予刪除之題項。

表 4.5 第三次項目分析結果

題目內容	檢遺漏 定值	平均 數	標準 差	偏態	極端值 (組)	相關	負因 荷素
1. 本行程具高知名度。	0%	3.7	0.817	-0.344	-4.641*	0.40	0.435
3. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。	0%	3.8	0.809	0.108	-4.846*	0.50	0.541
7. 澎湖居民的態度友善且好客。 <sup>12</sup>	0%	4.0	0.757	-0.369	-4.060*	0.44	0.473
8. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。	0%	3.8	0.837	-0.365	-5.564*	0.56	0.595
10. 欽佩先民所展現的智慧(如石滬漁法)。	0%	4.0	0.845	-0.403	-3.936*	0.33	0.367
11. 對澎湖漁村建築的保存狀況,感到珍惜。	0%	4.0	0.785	-0.273	-4.017*	0.42	0.461
12. 參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	0%	3.8	0.756	-0.083	-5.252*	0.48	0.514
13. 參與本行程是物超所值的旅遊。	0%	3.7	0.968	-0.294	-6.742*	0.61	0.640
14. 有豐富且未受破壞干擾的生態環境資源	0%	3.7	0.871	-0.208	-7.842*	0.59	0.621
15. 海洋資源豐富海岸線長傳統漁作多樣化。	0%	3.8	0.829	-0.383	-6.678*	0.60	0.634
18. 設施與天然的景點/景觀相互融合。	0%	3.7	0.897	-0.211	-7.542*	0.66	0.698
19. 澎湖的海洋資源,存在特有種的海洋生物。	0%	3.9	0.879	-0.317	-7.775*	0.67	0.701
20. 具有當地特色的漁村建築。	0%	3.8	0.829	-0.321	-6.940*	0.61	0.650
21. 建築風格反映順應環境生活文化的特色。	0%	3.9	0.757	-0.201	-7.404*	0.55	0.593
22. 富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	0%	3.8	0.788	-0.086	-6.203*	0.54	0.580
23. 休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。	0%	3.7	0.824	0.188	-6.686*	0.56	0.597
25. 本行程具備多樣化的活動遊程。	0%	3.7	0.882	-0.180	-6.046*	0.54	0.577
26. 本行程有夜間的海洋產業體驗活動。	0%	3.8	0.906	-0.652	-5.098*	0.39	0.428
27. 商店融合自然和地方休閒漁業的特性。	0%	3.7	0.842	0.158	-9.258*	0.64	0.681
28. 有完善(備)路標設置和資訊設備。	0%	3.7	0.892	-0.180	-8.022*	0.64	0.678
29. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	0%	3.9	0.829	-0.397	-7.861*	0.58	0.626
30. 旅遊景點基礎設施很完善。	0%	3.7	0.952	-0.148	-9.115*	0.67	0.709
33. 在用餐地點得到良好的接待。	0%	3.6	0.907	-0.088	-5.404*	0.54	0.579
34. 在購物地點得到良好的服務。	0%	3.8	0.884	-0.547	-7.754*	0.61	0.648
35. 注重服務態度與品質。	0%	3.9	0.904	-0.694	-7.507*	0.52	0.562
36. 有當地特色的手工藝品和傳統美食。	0%	4.0	0.870	-0.395	-7.588*	0.57	0.600
39. 澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	0%	3.7	1.047	-0.467	-7.397*	0.60	0.645
40. 環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	0%	3.6	1.009	-0.451	-7.397*	0.67	0.711
41. 可以感受到當地特色民情。	0%	3.9	0.832	-0.297	-6.608*	0.61	0.648
42. 提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	0%	3.9	0.844	-0.483	-7.715*	0.68	0.719
43. 澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	0%	3.8	0.892	-0.396	-6.965*	0.62	0.663
45. 本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	0%	3.7	0.988	-0.220	-9.788*	0.66	0.700
全量表平均數之正負 1.5 個標準差(3.67,4.02)							
總刪題	0	3	0	0	0	0	0

資料來源：本研究整理

<sup>11</sup> \*表示在  $\alpha=0.05$  時, 達統計之顯著水準。<sup>12</sup> 灰色網底的題項, 代表項目分析後, 雖然平均值超過全量表之平均值正負 1.5 個標準差(其餘檢測方法, 均符合不刪除標準), 經考量諸多因素後不刪除之題項。

表 4.6 準正式問卷

類別	問項	測量 尺度	填答 方式
休閒漁業 旅遊意象	1. 本行程具有高知名度。(1)	順序 尺度	Likert 五等量表； 認同度的部分依序 由「1」到「5」代 表非常不同意、不 同意、普通、同意 到非常同意；重視 程度的部分依序為 「1」到「5」表非 常不重視、不重 視、普通、重視到 非常重視分數越 高，代表同意及重 視程度越高。
	2. 參與本行程可以回味漁村往日的氛圍。(3)		
	3. 澎湖居民的態度友善且好客。(7)		
	4. 參與本行程可以實際體驗漁村文化。(8)		
	5. 先民所展現的智慧（如石滬漁法），令人欽佩。(10)		
	6. 參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。(11)		
	7. 參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。(12)		
	8. 參與本行程是物超所值的旅遊。(13)		
	9. 擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。(14)		
	10. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休 閒漁業環境。(15)		
	11. 設施與天然的景點/景觀相互融合。(18)		
	12. 澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。(19)		
	13. 具有當地特色的漁村建築。(20)		
	14. 澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。(21)		
	15. 澎湖的休閒漁業富歷史性且具先民智慧傳承特色。(22)		
	16. 澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。(23)		
	17. 本行程具備多樣化的活動遊程。(25)		
	18. 本行程有夜間的海洋產業體驗活動。(26)		
	19. 澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。(27)		
	20. 澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。(28)		
	21. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。(29)		
	22. 旅遊景點基礎設施很完善。(30)		
	23. 在用餐地點得到良好的接待。(33)		
	24. 在購物地點得到良好的服務。(34)		
	25. 注重服務態度與品質。(35)		
	26. 可以發現具有當地特色的手工藝品和傳統美食。(36)		
	27. 澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。(39)		
	28. 環境是乾淨衛生且經過精心規劃。(40)		
	29. 可以感受到當地特色民情。(41)		
	30. 提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。(42)		
	31. 澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。(43)		
	32. 本行程有適合孩童玩樂的相關活動。(45)		
遊客人口 統計變項	性別、婚姻狀況、年齡、職業、月收入、教育程度、居住地、 交通工具、旅遊類型、旅遊資訊來源、旅遊天數、曾到澎湖旅 遊的次數等 13 項。	類別 尺度	單選

資料來源：本研究整理

### 4.3 探索性因素分析

探索性因素分析的目的主要是為了找出影響觀察變數的因素個數，以及各個因素和各個觀察變數之間的相關程度，以試圖明示一套相對比較小的變數(因素)個數的內在結構。此外，探索性因素分析適合於在沒有理論支援的情況下對資料的試探性分析，而且主要可應用在三個方面：1. 尋求因素間的基本結構；2. 資料化簡；3. 發展測量量表(陳寬裕、王正華，民 99)。因此，本研究在完成項目分析工作後，也將運用探索式因素分析方法，對澎湖休閒漁業旅遊意象量表進行資料簡化，並期待能再次純化量表。

在預試階段中，進行了多次項目分析工作，以純化量表。其分析結果，僅保留 32 個題項，而成為準正式問卷(表 4.6)。在此情形下，為能簡化資料，並期待能再次純化量表，故將進行探索式因素分析。因此，本研究以準正式問卷為基礎，再次蒐集 360 份有效問卷(題項數的十倍以上)，以供後續的探索式因素分析之用。

因素分析進行的過程中，將以萃取出特徵值大於 1，因素負荷量大於 0.5 的方式純化量表，經 7 次因素分析後，共刪除 Q1、Q3、Q7、Q8、Q10、Q25、Q26、Q36 等 8 題，並萃取五個因素構面，且各項構面的信度係數 Cronbach's  $\alpha$  值均大於 0.8，整體問卷信度達 0.932，各問項之因素負荷量方面，則全部都大於 0.5，且累積的變異量達 61.075%，如表 4.7 所示。

由上述因素分析結果，即可說明此狀態下的問卷已具有不錯的因素結構，且其信度與初始建構效度亦能符合一般學術論文的要求。最後將此再次純化後的 24 個題項，形成正式問卷，如表 4.8 所示。

正式問卷中，澎湖休閒漁業之旅遊意象將由五個子構面所形塑，本研究依各構面因素所包含之題項的涵義，分別命名為自然資源、文化環境、設施與資訊、氣氛營造與服務品質(表 4.9)，分別說明如下：

### 1. 自然資源

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的自然資源，於遊客心目中所形塑的意象。包含五個題項，分別為「參與本行程是物超所值的旅遊」、「有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源」、「海洋資源豐富，海岸線長傳統漁作多樣化」、「設施與天然的景點/景觀相互融合」與「澎湖海洋資源，存在特有種的海洋生物」。

### 2. 文化環境

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的文化環境，於遊客心目中所形塑的意象。包含六個題項，分別為「對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜」、「參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情」、「具有當地特色的漁村建築」、「建築風格反映順應環境生活文化的特色」、「富歷史性且具有先民智慧傳承特色」與「休閒漁業環境具有傳統的漁村特色」。

### 3. 設施與資訊

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的相關設施與旅遊資訊，於遊客心目中所形塑的意象。包含四個題項，分別為「商店融合自然和地方休閒漁業的特性」、「有完善路標設置和資訊設備」、「澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易」與「旅遊景點基礎設施很完善」。

#### 4. 氣氛營造

此構面代表於遊客之旅遊行程中，澎湖休閒漁業相關業者所營造出的環境氛圍，於遊客心目中所形塑的意象。包含五個題項，分別為「環境是乾淨衛生且經過精心規劃」、「可以感受到當地特色民情」、「提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境」、「澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔」與「本行程有適合孩童玩樂的相關活動」。

#### 5. 服務品質

此構面代表於遊客之旅遊行程中，澎湖休閒漁業相關業者所提供的服務品質，於遊客心目中所形塑的意象。包含四個題項，分別為「在用餐地點得到良好的接待」、「在購物地點得到良好的服務」、「注重服務態度與品質」與「澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜」。

表 4.7 休閒漁業旅遊意象因素分析表

因素名稱	題項	因素負荷	轉軸後平方負荷量		Cronbach's $\alpha$
			特徵值	解釋變異量%	
自然資源	1.參與本行程是物超所值的旅遊。	0.606*	3.373	14.054	0.780
	2.有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。	0.675*			
	3.海洋資源豐富，海岸線長，傳統漁作多樣化。	0.607*			
	4.設施與天然的景點/景觀相互融合。	0.584*			
	5.澎湖海洋資源，存在特有種的海洋生物。	0.675*			
文化環境	1.對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。	0.556*	3.209	13.371	0.833
	2.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	0.545*			
	3.具有當地特色的漁村建築。	0.675*			
	4.建築風格反映順應環境生活文化的特色。	0.715*			
	5.富歷史性且具有先民智慧傳承特色。	0.764*			
	6.休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。	0.667*			
設施與資訊	1.商店融合自然和地方休閒漁業的特性。	0.562*	2.843	11.844	0.794
	2.有完善路標設置和資訊設備。	0.782*			
	3.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	0.717*			
	4.旅遊景點基礎設施很完善。	0.698*			
氣氛營造	1.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	0.531*	2.743	11.431	0.852
	2.可以感受到當地特色民情。	0.509*			
	3.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	0.500*			
	4.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	0.607*			
	5.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	0.723*			
服務品質	1.在用餐地點得到良好的接待。	0.794*	2.490	10.375	0.849
	2.在購物地點得到良好的服務。	0.788*			
	3.注重服務態度與品質。	0.754*			
	4.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	0.570*			
總解釋變異量 61.075%					
整體信度 0.932					

資料來源：本研究整理

<sup>13</sup>\*表示在  $\alpha=0.05$  時，達統計之顯著水準。

表 4.8 正式問卷

類別	問項	測量 尺度	填答 方式
休閒漁業 旅遊意象	1.參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。(6) <sup>14</sup>	順序 尺度	Likert 五 等量表；認 同度的部 分依序由 「1」到「5」 代表非常 不同意、不 同意、普 通、同意到 非常同 意；重視程 度的部分 依序為「1」 到「5」表 非常不重 視、不重 視、普通、 重視到非 常重視分 數越高，代 表同意及 重視程度 越高。
	2.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。(7)		
	3.參與本行程是物超所值的旅遊。(8)		
	4.擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。(9)		
	5.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。(10)		
	6.設施與天然的景點/景觀相互融合。(11)		
	7.澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。(12)		
	8.具有當地特色的漁村建築。(13)		
	9.澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。(14)		
	10.澎湖的休閒漁業富歷史性且具先民智慧傳承特色。(15)		
	11.澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。(16)		
	12.澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。(19)		
	13.澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。(20)		
	14.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。(21)		
	15.旅遊景點基礎設施很完善。(22)		
	16.在用餐地點得到良好的接待。(23)		
	17.在購物地點得到良好的服務。(24)		
	18.注重服務態度與品質。(25)		
	19.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。(27)		
	20.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。(28)		
	21.可以感受到當地特色民情。(29)		
	22.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。(30)		
	23.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。(31)		
	24.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。(32)		
遊客人口 統計變項	性別、婚姻狀況、年齡、職業、月收入、教育程度、居住地、交通工具、旅遊類型、旅遊資訊來源、旅遊天數、曾到澎湖旅遊的次數等 13 項。	類別 尺度	單選

資料來源：本研究整理

<sup>14</sup> “()” 內數字為準正式問卷之題號。

表 4.9 因素名稱及內容

因素名稱	因素構面內容
自然資源	<sup>15</sup> 13.參與本行程是物超所值的旅遊。
	14.澎湖的休閒漁業擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。
	15.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。
	18.設施與天然的景點/景觀相互融合。
	19.澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。
文化環境	11.參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。
	12.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。
	20.具有當地特色的漁村建築。
	21.澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。
	22.澎湖的休閒漁業富歷史性且具先民智慧傳承特色。
	23.澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。
設施與資訊	27.澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。
	28.澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。
	29.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。
	30.旅遊景點基礎設施很完善。
氣氛營造	40.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。
	41.可以感受到當地特色民情。
	42.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。
	43.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。
	45.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。
服務品質	33.在用餐地點得到良好的接待。
	34.在購物地點得到良好的服務。
	35.注重服務態度與品質。
	39.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。

資料來源：本研究整理

<sup>15</sup> 題項前的數字為預試問卷之題號。

#### 4.4 信、效度檢驗

驗證性因素分析是根據有關的理論和已有知識，經過推論和假設，形成一個關於一組變數之間相互關係的假設模型。驗證性因素分析可以將觀察變數依據理論或先前假設構成測量模型，並評鑑此因素結構，及該理論界定與樣本資料間的符合程度。主要應用於以下三個方面：1. 驗證量表的因素結構，決定最有效因素結構；2. 驗證因素的階層關係；3. 評估量表的信度和效度(陳寬裕、王正華，民 99)。因此，本研究在量表發展的最後階段，將運用驗證性因素分析的理論技術驗證澎湖休閒漁業旅遊意象量表的信度、收斂效度與區別效度。

本研究依據相關文獻設計出問卷初稿，並委請專家學者針對問卷內容進行審查，進而依其審查意見修改、完成預試問卷，於預試問卷回收後，進行項目分析，以刪除或修改品質不佳之題項，而後完成準正式問卷，此時準正式問卷應已具備內容效度。接著將準正式問卷進行探索性因素分析後，再次純化量表，而形成 24 個題項的正式問卷，此時正式問卷應具有基本的信、效度。

在本階段中，為確實檢驗正式問卷的信、效度是否已能符合一般學術性要求，將以探索性因素分析所探索出的因素結構為基礎，運用驗證性因素分析技術檢驗量表的因素結構、信度、收斂效度與區別效度。因此，本研究再次蒐集 243 份有效問卷(問卷題項 10 倍以上)，以驗證量表之測量模型。

#### 4.4.1 信度分析

正式問卷經信度分析後可發現，自然資源構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.88；文化環境構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.881；設施與資訊構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.859；氣氛營造構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.888；服務品質構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.868，各構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數皆大於 0.7，如表 4.10 所示。再由表 4.12 中亦可發現，各構面的組合信度值介於 0.859~0.889 之間，均大於 0.7。由於兩點說明，不難理解，正式問卷之信度應已達一般學術性要求。

#### 4.4.2 效度分析

以驗證性因素分析技術檢驗測量模型之建構效度時，將以「違犯估計之檢驗」、「模式配適度檢驗」和「收斂、區別效度之檢驗」等三個步驟來進行。

##### 1. 違犯估計之檢驗

所謂違犯估計(Offending Estimate)是指在測量模型或結構模型中，所輸出的估計參數超出可接受的範圍，而形成不合理估計的狀態。一般常發生的違犯估計有三種現象：1. 有負的誤差變異數；2. 標準化迴歸係數超過或太接近 1 ( $\geq 0.95$ )；3. 有太大的標準誤(陳寬裕、王正華，民 99)。本研究經模型分析後，整體模式之標準化係數值介於 0.713~0.824 之間，均未太接近 1；標準誤介於 0.267~0.3 之間，並不太大；誤差變異數沒有負值存在且全部顯著，如表 4.10 所示。根據上述結果，顯示模式適配時並無違犯估計之情形，因此，可以接續進行測量模式之適配度檢定。

表 4.10 潛在變項對觀察變項的標準化參數估計值

潛在變項	觀察變項	標準參數估計值	t 值	標準誤	誤差變異數	t 值	多元相關平方	信度係數 $\alpha$
自然資源	1.參與本行程是物超所值的旅遊。	0.763* <sup>16</sup>	13.3	0.294	0.557	8.98*	0.562	0.880
	2.豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。	0.773*	13.6	0.277	0.481	8.80*	0.590	
	3.海洋資源豐富海岸線長傳統漁作多樣。	0.766*	13.4	0.274	0.479	8.93*	0.513	
	4.設施與天然的景點/景觀相互融合。	0.785*	13.9	0.290	0.509	8.66*	0.601	
	5.澎湖的海洋資源,存在特有種海洋生物。	0.768*	13.5	0.287	0.523	8.87*	0.663	
文化環境	1.對澎湖漁村建築的保存狀況,感到珍惜。	0.713*	12.2	0.267	0.516	9.54*	0.637	0.881
	2.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	0.762*	13.3	0.269	0.469	9.06*	0.598	
	3.具有當地特色的漁村建築。	0.729*	12.6	0.274	0.525	9.40*	0.595	
	4.建築風格反映順應環境生活文化特色。	0.768*	13.5	0.279	0.499	8.99*	0.649	
	5.富歷史性且具先民智慧傳承特色。	0.775*	13.7	0.267	0.448	8.90*	0.596	
	6.澎湖休閒漁業環境有傳統的漁村特色。	0.716*	12.2	0.275	0.540	9.48*	0.558	
設施與資訊	1.商店融合自然和地方休閒漁業的特性。	0.805*	14.2	0.277	0.425	7.79*	0.612	0.859
	2.有完善路標設置和資訊設備。	0.772*	13.4	0.277	0.472	8.47*	0.624	
	3.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	0.747*	12.8	0.288	0.543	8.87*	0.643	
	4.旅遊景點基礎設施很完善。	0.782*	13.7	0.291	0.506	8.29*	0.565	
氣氛營造	1.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	0.790*	14.2	0.282	0.481	8.86*	0.680	0.888
	2.可以感受到當地特色民情。	0.802*	14.5	0.300	0.525	8.68*	0.508	
	3.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	0.752*	13.21	0.271	0.492	9.33*	0.580	
	4.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	0.824*	15.1	0.268	0.389	8.27*	0.532	
	5.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	0.750*	13.1	0.276	0.514	9.34*	0.590	
服務品質	1.在用餐地點得到良好的接待。	0.814*	14.6	0.281	0.429	7.87*	0.582	0.868
	2.在購物地點得到良好的服務。	0.798*	14.1	0.277	0.440	8.16*	0.597	
	3.注重服務態度與品質。	0.773*	13.5	0.285	0.501	8.60*	0.586	
	4.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	0.771*	13.5	0.286	0.509	8.67*	0.616	

<sup>16</sup>\*表示在  $\alpha=0.05$  時,達統計之顯著水準。

## 2. 測量模式配適度檢驗

在確認無違犯估計現象後，即可進行測量模型之適配度檢驗，以評鑑模型的優劣與否，這是驗證性因素分析的重要工作。配適度衡量有許多指標，大致可分為三種類型(Hair, Anderson, Tatham & Black 1998)，如絕對適配指標、增量適配指標與精簡適配指標。

由表 4.11 可知，在絕對適配指標方面， $\chi^2$  值為 265.139，p 值為 0.417，接受模型與樣本資料配適的假設，顯示模型的配適狀況良好。此外，因卡方檢定本身易受樣本數大小影響，因此 Bagozzi & Yi(1988)建議應考量樣本的大小，故也可以使用卡方檢定值與自由度之比值(即 Normed Chi-Square)來取代卡方值，以檢定模型配適度，同時建議其比值宜小於 3，在本研究中，卡方檢定值與自由度之比值為 1.096，小於接受值 3；GFI=0.921、AGFI=0.902，均大於接受值 0.90；RMSEA=0.02，小於接受值 0.08，為良好適配(good fit)；由上述說明可發現，絕對適配指標均已達接受值，表示模式之配適狀況是可以接受的。

在增量適配指標方面，NFI=0.919、NNFI=0.991、CFI=0.992，均大於接受值 0.90，顯示模式可以接受。精簡適配指標方面，PNFI=0.806、PGFI=0.743，均大於接受值 0.50；CN=255，大於接受值 200，顯示模式可以接受。整體而言，三類型的適配指標均通過考驗，表示本研究之測量模式之配適度是可以被接受。

表 4.11 測量模式配適度指標檢定表

統計檢定量		適配之標準值或臨界值	檢定結果	模型配適判斷
適檢定 絕對配	$\chi^2$	卡方值越小越好( $p \geq \alpha$ 值)	265.139 ( $p=.147$ )	是
	$\chi^2/df$	1~5 之間	1.096	是
	GFI	大於 0.9	0.921	是
	RMR	小於 0.1	0.043	是
	SRMR	小於 0.08	0.035	是
	RMSEA	0.05 以下優良, 0.05~0.08 良好	0.02	是
適檢定 增量配	AGFI	大於 0.9	0.902	是
	NFI	大於 0.9	0.919	是
	NNFI	大於 0.9	0.991	是
	CFI	大於 0.9	0.992	是
	RFI	大於 0.9	0.908	是
	IFI	大於 0.9, 0.95 以上完美配適	0.992	是
適檢定 精簡配	PNFI	大於 0.5	0.806	是
	PGFI	大於 0.5	0.743	是
	CN	大於 200	255	是

資料來源：本研究整理

### 3. 收斂及區別效度

收斂效度是指用來測量相同構念的觀測變項，彼此之間應具備高度的相關性。在評鑑測量模型之建議值方面，Bentler & Wu (1993)及 Jöreskog & Sörbom (1989)建議標準化後殘差值過高或因素負荷量太低的題項應當刪除，保留標準化後因素負荷量在 0.45 以上，各題項的多元相關平方值 (Squared Multiple Correlation, SMC)，應至少符合 0.20(黃芳銘，2004；Jöreskog & Sörbom, 1989; Bentler & Wu, 1993)或 0.50 以上(Bagozzi & Yi, 1988)。

基於此，本研究依照上述學者建議各指標之評鑑標準，對測量模型之各題項因素負荷量及顯著性  $t$  值加以檢測，當因素負荷量滿足 0.45 以上、SMC 值符合 0.20 以上，及各估計參數  $t$  值大於 1.96，則代表此測量題項達顯著水準。由表 4.10 顯示，24 個觀察變項皆達顯著水準( $t > 1.96$ ， $p < 0.05$ )，且估計參數因素負荷量皆高於 0.45 之判定準則，故本研究之測量模型具有收斂效度。此外，Bagozzi & Yi (1988)建議各構面之組合信度 (Composite Reliability, CR)與平均變異萃取量(Average Variance Extracted, AVE)需高於 0.60 與 0.50。由於本研究之組合信度介於 0.859~0.889，平均變異萃取量介於 0.554~0.623，皆符合標準，表示研究模型的內部一致性大致可被接受。

區別效度是指對兩個不同的構念進行測量，若此兩個構念經相關分析後，其相關程度很低，則表示此兩個構念具有區別效度(Churchill, 1979; Anderson and Gerbing, 1988)。在區別效度檢定方面，本研究之判斷準則為，每一個構面的 AVE 平方根大於各構面的相關係數之個數，至少須佔整體的比較個數 75%以上(Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998)。基於

此，觀察表 4.12 可發現，各構面之 AVE 的平方根介於 0.744~0.789，均大於各構面間的相關係數，此分析結果顯示各構面皆滿足判斷準則，顯示本研究之測量模式亦具有區別效度。

表 4.12 建構效度驗證表

構面	項目數	建構信度	平均變異抽取量(平方根)	相關係數				
				自然資源	文化環境	設施與資訊	氣氛營造	服務品質
自然資源	5	0.880	0.595(0.771)	1				
文化環境	6	0.882	0.554(0.744)	0.54	1			
設施與資訊	4	0.859	0.603(0.777)	0.43	0.34	1		
氣氛營造	5	0.889	0.615(0.784)	0.39	0.44	0.51	1	
服務品質	4	0.868	0.623(0.789)	0.33	0.31	0.53	0.53	1

資料來源：本研究整理

## 4.5 正式受訪者之基本屬性分析

休閒漁業旅遊意象量表經驗證性因素分析檢驗後，其信效度與因素結構皆已符合一般學術性要求，顯示休閒漁業旅遊意象可由「自然資源」、「文化環境」、「設施與資訊」、「氣氛營造」與「服務品質」等五個子構面加以形塑。後續研究中，將以此休閒漁業旅遊意象量表進行 IPA 分析與行銷策略之擬定。本小節中首先將先描述樣本資料之組成特性與遊客的旅遊特性。

休閒漁業旅遊意象量表中，除包含衡量旅遊意象之相關題項外，尚包含人口統計變項與旅遊特性變項。人口統計變項包括「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」、「職業」、「平均月收入」與「教育程度」；而旅遊特性變項則包含「平均旅遊花費」、「交通工具」、「旅遊類型」、「旅遊資訊來源」、「旅遊天數」及「曾到澎湖旅遊的次數」等變項，以下將說明樣本資料之人口統計變項與旅遊特性變項之分佈情形，其結果如表 4.13 所示。

### 1. 遊客人口統計變項之分佈

在性別方面，本研究的受測樣本以女性較多，佔全部受試者 52.26%，婚姻狀態則是未婚者居多，佔 76.13%；年齡以 18 歲至 25 歲為主，佔總樣本數 56.79%。在職業別上，學生佔 48.15%，其次為商業，佔 18.93%，兩者在全體樣本中佔有六成多；平均月收入 20000 元以下佔 54.73%；教育程度方面以大學或專科為主達 78.19%；居住地以南部居多，佔 57.20%，其次為中部及北部，各佔 20.58%和 16.46%。

## 2. 旅遊特性變項之分佈

受訪者不含機票及船資的平均旅遊花費以 5501~7000 次為最高，佔 26.34%，其次為 4001~5500，佔 29.82%，平均旅遊花費以 7000 元以下者高達七成五；搭乘的交通工具以飛機居多，佔 56.38%，旅遊類型以自由行居多，佔 42.8%，其次為行前預訂好機票和住宿的半自助，佔 17.7%；旅遊資訊來源以親友居多，佔 32.51%，其次為旅遊業者及網路，各佔 24.69%及 23.87%；旅遊天數以三天居多，佔 55.56%，曾到澎湖旅遊的次數以初次到訪者居多，佔 58.85%，其次為二次，佔 15.64%，五次以上的遊客比例也佔了 13.99%。

經本研究對遊客的背景資料與旅遊特性進行統計分析後得知，到澎湖參與休閒漁業旅遊的遊客以 25 歲以下的未婚、青年、大學生居多，也因此遊客的平均所得偏中低；然不含往返目的地的交通費用之旅遊花費，卻普遍達 4000 元以上，顯示澎湖的休閒漁業旅遊花費不低；其次旅遊天數以三天居多，多數遊客選擇飛機，以增加旅遊地停留時間，為了減少往返目的地交通之花費，也有二成三的遊客選擇飛機和船各一趟的往返方式。

於旅遊行程與類型的規劃方面，旅遊天數規劃四天及五天者約占二成多，七天以上的也占了一成，顯示澎湖休閒漁業旅遊具有發展深度旅遊的潛力；旅遊類型以自由行的遊客居多，占四成比率，與近年來的漫活旅遊的趨勢相呼應，而第一次到訪澎湖參與休閒漁業的遊客超過半數，因此也有五成七比率的遊客選擇制式的套裝行程，此外，選擇交通含住宿，行程自行的安排的遊客也占了四成三的比率。

最後，從資訊傳播的角度而言，旅遊資訊來源以親友居多，與交通部觀光局(民 97)的統計資料相呼應，旅遊業者及網路分別約占二成半比率，顯示雖然傳統旅行業的旅遊諮詢角色仍未被取代，然而迅速發展的網路資訊也逐漸成為遊客蒐集旅遊資訊的主流。到訪澎湖超過的兩次的遊客占有四成，顯示到澎湖參與休閒漁業旅遊的重遊意願頗高。

表 4.13 遊客資料統計表 (N=243)

遊客基本資料		樣本數	百分比 (%)	遊客基本資料		樣本數	百分比 (%)
性別	男	116	47.74	旅遊 花費 (不含 機票 和船 票)	4000 元以內	57	23.46
	女	127	52.26		4001~5500 元	60	24.69
婚姻 狀況	已婚	53	21.81		5501~7000 元	64	26.34
	未婚	185	76.13		7001~8500 元	18	7.41
	其它	5	2.06		8501~10000 元	25	10.29
年齡	18~25 歲	138	56.79		10000 元以上	13	5.35
	26~35 歲	55	22.63	免費	6	2.47	
	36~45 歲	34	13.99	交通 工具	飛機	137	56.38
	46~55 歲	12	4.94		船	82	33.74
	56 歲及以上	3	1.23		兩者皆有	23	9.47
職業	學生	117	48.15	旅遊 類型	套裝行程	57	23.46
	軍公教	20	8.23		招待旅遊	18	7.41
	農林漁牧	1	0.41		自由行	104	42.80
	商	46	18.93		半自助(住宿含交通)	43	17.70
	工	18	7.41		背包客	19	7.82
	自由業	22	9.05		其它	2	0.82
	退休人員	9	3.70	旅遊 資訊 來源	親友	79	32.51
	其他	10	4.12		報章雜誌	16	6.58
月收 入	20000 元以內	133	54.73		電子媒體	11	4.53
	20001~40000 元	76	31.28		廣告傳單	1	0.41
	40001~60000 元	26	10.70		旅遊業者	60	24.69
	60001~80000 元	5	2.06		網路	58	23.87
	80001 元以上	2	0.82	其它	18	7.41	
教育 程度	國中以下	2	0.82	旅遊 天數	二天	26	10.70
	國中	2	0.82		三天	135	55.56
	高中(職)	27	11.11		四天	26	10.70
	大專	190	78.19		五天	29	11.93
	研究所及以上	22	9.05		六天	2	0.82
居住 地	北部	40	16.46		七天以上	25	10.29
	中部	50	20.58	曾到 澎湖 旅遊 的次 數	第一次	143	58.85
	南部	139	57.20		二次	38	15.64
	離島	13	5.35		三次	21	8.64
	東部	1	0.41		四次	5	2.06
	大陸地區	0	0		五次以上	34	13.99
	其他國或地區	0	0				

## 4.6 澎湖休閒漁業旅遊意象之現況分析

澎湖休閒漁業旅遊意象概可由「自然資源」、「文化環境」、「設施與資訊」、「氣氛營造」與「服務品質」等五個面向加以描述。各子構面現況分析的結果，如表 4.14 所示，分別說明如下：

### 1. 自然資源子構面

自然資源子構面包含五個題項，分別為「參與本行程是物超所值的旅遊」、「有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源」、「海洋資源豐富，海岸線長傳統漁作多樣化」、「設施與天然的景點/景觀相互融合」與「澎湖海洋資源，存在特有種的海洋生物」。其中遊客對「設施與天然的景點/景觀相互融合」(3.92) 的認同度最高，其次是「參與本行程是物超所值的旅遊」(3.91)，認同度最低的是「澎湖的海洋資源，存在特有種海洋生物」(3.79)。

### 2. 文化環境子構面

文化環境子構面包含六個題項，分別為「對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜」、「參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情」、「具有當地特色的漁村建築」、「建築風格反映順應環境生活文化的特色」、「富歷史性且具有先民智慧傳承特色」與「休閒漁業環境具有傳統的漁村特色」。其中，遊客認同度最高的題項是「參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情」(3.85)和「具有當地特色的漁村建築」(3.85)，而認同度最低的則是「對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜」(3.72)和「澎湖休閒漁業環境有傳統的漁村特色」(3.72)。

### 3. 設施與資訊子構面

設施與資訊子構面包含四個題項，分別為「商店融合自然和地方休閒漁業的特性」、「有完善路標設置和資訊設備」、「澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易」與「旅遊景點基礎設施很完善」。其中，遊客認同度最高的是「澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易」(4.01)，其次是「旅遊景點基礎設施很完善」(3.97)及「商店融合自然和地方休閒漁業的特性」(3.97)，而認同度最低的則為「有完善路標設置和資訊設備」(3.78)。

### 4. 氣氛營造子構面

氣氛營造子構面包含五個題項，分別為「環境是乾淨衛生且經過精心規劃」、「可以感受到當地特色民情」、「提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境」、「澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔」與「本行程有適合孩童玩樂的相關活動」。其中，遊客認同度最高的是「可以感受到當地特色民情」(4.06)和「本行程有適合孩童玩樂的相關活動」(4.06)，其次是「環境是乾淨衛生且經過精心規劃」(4.05)，而認同度最低的則是「澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔」(3.98)。

### 5. 服務品質子構面

服務品質子構面包含四個題項，分別為「在用餐地點得到良好的接待」、「在購物地點得到良好的服務」、「注重服務態度與品質」與「澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜」。其中，遊客認同度最高是「在購物地點得到良好的服務」(4.06)，其次是「注重服務態度與品質」(4.02)，而認同度最低的則是「澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜」(3.99)。

以整體澎湖休閒漁業旅遊意象而言，遊客認同度最高的前三項分別為：服務品質構面中的「在購物地點得到良好的服務」(4.06)、氣氛營造構面中的「本行程有適合孩童玩樂的相關活動」(4.06)及「可以感受到當地特色民情」(4.06)；而認同度最低的三項則分別為文化環境構面中的「澎湖休閒漁業環境有傳統的漁村特色」(3.72)和「對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜」(3.72)、「有完善路標設置和資訊設備」(3.78)。

整體而言，遊客對於參與澎湖休閒漁業旅遊的認同度均達中上水準，其中氣氛營造和服務品質構面的認同度較高，文化環境和自然資源構面的認同度較低。綜合上述可知，遊客對於在參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，顯見澎湖觀光產業的全面性發展行之有年，其服務品質的提供及氣氛營造層次已趨於成熟；因此遊客在購物地點普遍獲得良好的服務，在氣氛營造方面，能因應有孩童的遊客族群之需求，安排適合兒童玩樂的活動，此外，遊客在旅遊的過程中也可以充分感受到當地的風土民情。

綜觀休閒漁業旅遊意象現況分析表(表 4.14)與遊客資料統計表(表 4.13)可推論，遊客對於文化環境及自然資源的感受程度不深，與超過半數以上的遊客對澎湖休閒漁業旅遊環境不熟悉(第一次到訪)，以及停留時間不長(旅遊天數三天以下超過六成五)有直接關係；對於初次到訪旅遊目的地而停留時間相對短的情況下，多數遊客對於旅遊景點及行程規劃會淪為走馬看花、蜻蜓點水的境況，因此對於澎湖傳統漁村特色及旅遊過程中對漁村建築的保存感受程度自然偏低，然而由於遊客重遊比率頗高，停留天數達四天、五天及七天以上的遊客也各占一成以上，因此旅遊推廣單位及民間業者可以透過多數遊客選擇及接受度較高資訊傳播方

式，介紹並推廣澎湖休閒漁業的自然資源及文化環境的深度旅遊方式；此外，澎湖休閒漁業旅遊環境，除了行政中心所在地的馬公本島，其範圍遍及數十個有人居住及無人居住的島嶼，從遊客的感受程度可推論，馬公市區以外的路標設置和資訊設備應尚有改進的空間。

表 4.14 休閒漁業旅遊意象現況分析表

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
自然資源	1.參與本行程是物超所值的旅遊。	3.91	1.16	2	14	3.87
	2.豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。	3.90	1.09	3	15	
	3.海洋資源豐富海岸線長傳統漁作多樣。	3.84	1.08	4	18	
	4.設施與天然的景點/景觀相互融合。	3.92	1.15	1	13	
	5.澎湖的海洋資源，存在特有種海洋生	3.79	1.13	5	21	
文化環境	1.對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍	3.72	1.03	4	23	3.79
	2.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。	3.85	1.06	1	17	
	3.具有當地特色的漁村建築。	3.85	1.06	1	16	
	4.建築風格反映順應環境生活文化特色。	3.79	1.11	3	20	
	5.富歷史性且具先民智慧傳承特色。	3.81	1.06	2	19	
	6.澎湖休閒漁業環境有傳統的漁村特色。	3.72	1.06	4	24	
設施與資訊	1.商店融合自然和地方休閒漁業的特性。	3.97	1.10	2	12	3.93
	2.有完善路標設置和資訊設備。	3.78	1.08	3	22	
	3.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	4.01	1.11	1	7	
	4.旅遊景點基礎設施很完善。	3.97	1.14	2	11	
氣氛營造	1.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	4.05	1.13	2	4	4.03
	2.可以感受到當地特色民情。	4.06	1.21	1	3	
	3.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	4.03	1.07	3	5	
	4.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	3.98	1.10	4	10	
	5.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	4.06	1.09	1	2	
服務品質	1.在用餐地點得到良好的接待。	4.01	1.13	3	8	4.02
	2.在購物地點得到良好的服務。	4.06	1.10	1	1	
	3.注重服務態度與品質。	4.02	1.12	2	6	
	4.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	3.99	1.12	4	9	

資料來源：本研究整理

## 4.7 休閒漁業旅遊意象之差異性分析

### 4.7.1 人口統計變數對旅遊意象之差異性分析

在遊客背景資料對澎湖休閒漁業旅遊意象之差異性分析方面，除「婚姻狀況」對「設施與資訊」構面的差異性具有顯著性外，其餘背景變項對旅遊意象各子構面的差異性並不顯著，如表 4.15 所示。而事後檢定結果顯示遊客婚姻狀況為「其它者」，對澎湖休閒漁業旅遊中設施與資訊構面的認同度高於「未婚者」，此現象因屬於遊客心理及社、經層面的因素，從本研究的目的及蒐集到的資訊，並無法直接針對此現象推論其原因。

### 4.7.2 旅遊特性對旅遊意象之差異性分析

在旅遊特性對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析方面，除「旅遊天數」對「氣氛營造」、「曾到澎湖旅遊的次數」對「自然資源」、「設施與資訊」的差異性具有顯著性外，其餘旅遊特性變項對旅遊意象各子構面的差異性並不顯著，如表 4.16 所示。且由事後檢定得知，旅遊天數達 5 天者對「氣氛營造」的認同度較高；而到訪澎湖參與休閒漁業旅遊次數達四次者，比參與次數兩次者對於「自然資源」的認同度高，由此可推論遊客到訪澎湖參與休閒漁業旅遊次數越多者，對於當地自然資源的認識與了解相對比次數少的遊客廣泛，認同度也相對較高。

表 4.15 遊客背景資料對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析表

構面	性別	婚姻狀況	年齡	職業	月收入	教育程度	居住地
自然資源	0.291	0.739	0.280	0.530	0.338	0.944	1.300
事後檢定							
文化環境	0.422	1.208	0.911	1.041	0.695	1.721	0.279
事後檢定							
設施與資訊	-1.312	3.447*	1.159	1.377	0.721	2.012	1.295
事後檢定		3>2					
氣氛營造	0.246	0.792	1.892	0.819	1.047	0.676	1.613
事後檢定							
服務品質	-1.583	1.617	0.739	0.674	0.761	1.427	1.499
事後檢定							

\* $P \leq 0.05$ \*\*  $P \leq 0.01$  \*\*\* $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

表 4.16 旅遊特性對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析表

構面	旅遊花費 (不含機票 和船票)	交通 工具	旅遊 類型	旅遊資 訊來源	旅遊 天數	曾到澎湖 旅遊的次數
自然資源	0.660	1.336	1.325	1.869	0.824	2.616*
事後檢定						4>2
文化環境	0.321	0.654	0.267	0.850	0.540	1.791
事後檢定						
設施與資	1.229	1.307	1.179	2.149	1.569	3.332*
事後檢定						1>2
氣氛營造	0.878	0.441	0.930	1.092	2.468*	1.044
事後檢定					4>5	
服務品質	0.538	0.608	0.580	1.975	1.682	0.464
事後檢定						

\* $P \leq 0.05$ \*\*  $P \leq 0.01$  \*\*\* $P \leq 0.001$

資料來源：本研究整理

## 4.8 休閒漁業旅遊意象重視度與表現度分析

對於休閒漁業旅遊意象之衡量，經過文獻分析整理、專家效度檢驗與運用探索性因素分析後，始得正式問卷；正式問卷再經驗證性因素分析之檢驗後，信、效度均已符合一般學術性論文之要求。接著，本研究將針對 243 位遊客對澎湖休閒漁業旅遊意象的感受程度，進行重視度與表現程度的比較分析，以作為本研究對休閒漁業旅遊意象之現況提出改善及建議之用。

首先，本研究將遊客對於澎湖休閒漁業旅遊意象之項目的重視度設為橫軸（X 軸），表現程度(認同程度)則設為縱軸（Y 軸），依重視度與表現程度之值與群落，將座標平面切割成四個象限，即構成所謂的 IPA 方格圖(如圖 4.1)。

從 IPA 方格圖中各項目的群聚位置，就可以瞭解對遊客而言，澎湖休閒漁業旅遊意象之相關項目應該繼續保持或持續加強的部分，以作為日後改善之參考依據。分析結果如表 4.17 與圖 4.1 所示。

**1. 應加強改善的重點(concentrate here)**，表示重要程度高但認同度低項目，此區落在平面座標之右下方象限，如圖 4.1 所示。

遊客對於澎湖休閒漁業旅遊意象之重視度與認同程度的平均數均高於 3.74 和 3.72(表 4.17)，均屬中上程度，且由 IPA 方格圖中顯示並沒有任何項目落於「加強改善」區。由此得知，澎湖休閒漁業旅遊意象的相關項目並沒有應加強改善的重點項目，整體而言，遊客對於澎湖休閒漁業之旅遊意象頗能認同。

2. **應繼續保持(keep up the good work)**，表示重要程度與認同度皆高的項目，此區落在平面座標之右上方象限，如圖 4.1 所示。

落在「應繼續保持」區的旅遊意象項目共有五個，分別為自然資源構面中「澎湖的休閒漁業擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源(v1\_2)」；氣氛營造構面中「環境是乾淨衛生且經過精心規劃(v4\_1)」、「可以感受到當地特色民情(v4\_2)」、「提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境(v4\_3)」與「澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔(v4\_4)」。

這些項目遊客的評價頗高，應繼續保持。

3. **優先順序較低(low priority)**，表示重要程度與認同度皆低，此區落在平面座標之左下方象限，如圖 4.1 所示。

落在「優先順序較低」區的旅遊意象項目表示遊客對其重視程度低且認同度亦低，共有九個項目，分別為：自然資源構面中「澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境(v1\_3)」和「澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物(v1\_5)」；文化環境構面中的「參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜(v2\_1)」、「參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情(v2\_2)」、「具有當地特色的漁村建築(v2\_3)」、「澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色(v2\_4)」、「澎湖的休閒漁業富歷史性且具有先民智慧傳承特色(v2\_5)」和「澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色(v2\_6)」；設施與資訊構面中的「澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備(v3\_2)」等九個項目。因此，澎湖休閒漁業業管單位，意圖改善旅遊意象時，可將這九個項目的優先順序排在其他項目之後。

4. 供給過度(possible overkill)，表示重要程度低而認同度高，因此不宜刻意追求，此區落在平面座標之左上方象限，如圖 4.1 所示。

落在「供給過度」區的旅遊意象項目表示遊客對其重視程度低，但認同程度卻很高的項目，共有 10 個項目，分別為：自然資源構面中「參與本行程是物超所值的旅遊(v1\_1)」和「設施與天然的景點/景觀相互融合(v1\_4)」；設施與資訊構面中的「澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性(v3\_1)」、「澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易(v3\_3)」和「旅遊景點基礎設施很完善(v3\_4)」；氣氛營造構面中「本行程有適合孩童玩樂的相關活動(v4\_5)」；服務品質構面中的「在用餐地點得到良好的接待(v5\_1)」、「在購物地點得到良好的服務(v5\_2)」、「注重服務態度與品質(v5\_3)」和「澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜(v5\_4)」等 10 個項目。因此，對於這些項目，澎湖休閒漁業業管單位，實不用刻意去追求遊客的高認同度，而應盡全力於落在「加強改善」與「繼續保持」區中之項目。

由上述分析可知，建構澎湖休閒漁業旅遊意象的 24 個項目中，並沒有重視度高但表現程度低(即應加強改善的重點)的項目。在優先順序較低的項目中，雖然澎湖的休閒漁業旅遊環境具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的特性，且海洋資源中存在一些特有種的海洋生物，然而遊客的重視度與感受程度都不高，顯見澎湖休閒漁業旅遊的自然資源仍具有開發的潛質；再者，遊客對澎湖漁村建築的保存狀況、當地特色的傳統漁村建築特色和富歷史性且具有先民智慧傳承及反映順應環境生活文化的漁村，重視度與感受程度都不深，除了顯示澎湖休閒漁業旅遊的文化環境對遊客的能見度不高之外，旅遊推廣單位及業者在規劃及建議澎湖休閒漁業旅遊行程時，對於文化環境的部分的安排較少；

此外，澎湖的休閒漁業環境提供完善路標設置和資訊設備，遊客的重視度與感受程度不高，表示遊客對於澎湖休閒漁業旅遊環境的路標設置和資訊設備並沒有太高的期待，而其感受程度亦顯示尚有改善空間。因此管理單位及業者除了應善用座標象限中『應繼續保持』的五項優勢，更應強化重視度與表現程度都不高的『優先順序較低』項目，提升遊客的重視度並改善期表現程度，以強化澎湖閒漁業的旅遊意象。

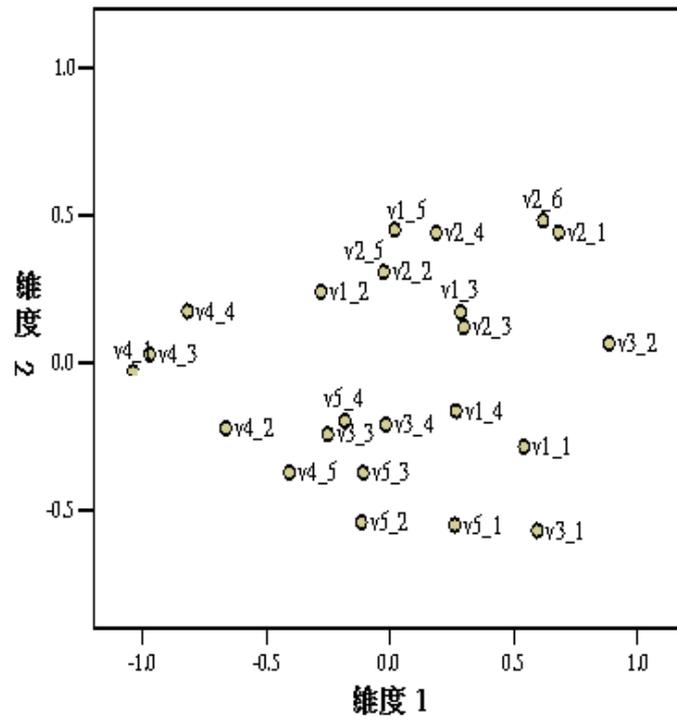
表 4.17 澎湖旅遊目的地意象重視度與表現程度統計表

構面	意象屬性項目	重視度 平均值	認同度 平均值
自然資源	1.參與本行程是物超所值的旅遊。(v1_1) <sup>17</sup>	3.79	3.91
	2.澎湖的休閒漁業擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源。(v1_2)	4.05	3.90
	3.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。(v1_3)	3.91	3.84
	4.設施與天然的景點/景觀相互融合。(v1_4)	3.87	3.92
	5.澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。(v1_5)	3.97	3.79
文化環境	1.參與本行程對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。(v2_1)	3.86	3.72
	2.參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情。(v2_2)	4.00	3.85
	3.具有當地特色的漁村建築。(v2_3)	3.90	3.85
	4.澎湖漁村建築風格反映順應環境生活文化的特色。(v2_4)	3.97	3.79
	5.澎湖的休閒漁業富歷史性且具有先民智慧傳承特色。(v2_5)	4.01	3.81
	6.澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。(v2_6)	3.88	3.72
設施與資訊	1.澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。(v3_1)	3.74	3.97
	2.澎湖的休閒漁業環境，有完善路標設置和資訊設備。(v3_2)	3.76	3.78
	3.澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。(v3_3)	3.98	4.01
	4.旅遊景點基礎設施很完善。(v3_4)	3.93	3.97
氣氛營造	1.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。(v4_1)	4.20	4.05
	2.可以感受到當地特色民情。(v4_2)	4.08	4.06
	3.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。(v4_3)	4.19	4.03
	4.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。(v4_4)	4.17	3.98
	5.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。(v4_5)	4.00	4.06
服務品質	1.在用餐地點得到良好的接待。(v5_1)	3.82	4.01
	2.在購物地點得到良好的服務。(v5_2)	3.91	4.06
	3.注重服務態度與品質。(v5_3)	3.93	4.02
	4.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。(v5_4)	3.97	3.99

資料來源：本研究整理

<sup>17</sup> 題項後的代號為座標圖中的題項代號。

《轉軸前》



《轉軸後》

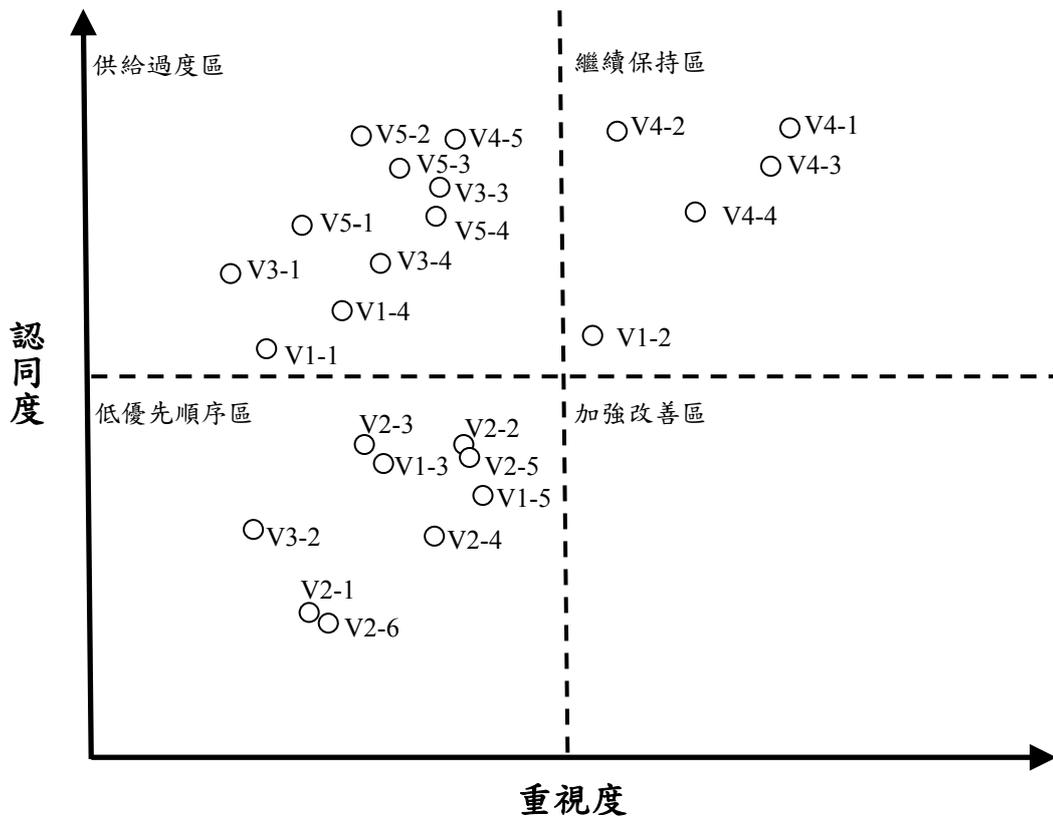


圖 4.1 重要表現分析矩陣圖

## 4.9 市場區隔分析

所謂「市場區隔」(market segmentation)是指利用不同的區隔變數，將市場的異質性加以分類，並區隔為數個比較同質的次級市場，以便針對單一或數個區隔市場作為行銷目標，開發不同產品及行銷組合，以滿足並符合各次級市場的需求稱之。

Ahmed, Barber, & Astous (1998)認為遊客所追求的利益，是指遊客的旅遊動機以及滿足遊客所需要的條件。因此，國內外學者會將利益追求(benefit thought)求作為市場區隔的標準，以發展行銷策略(曹勝雄，民 90; Ahmed, Barber, & Astous, 1998)。而遊客的利益追求，通常會依據背景變項，旅遊特性等心理特質而形成區隔市場的特徵，因此本研究以利益追求(追求高水準的旅遊意象)為市場區隔基礎，以進行樣本分群，並分析分群後所形成的區隔市場之特徵，以提出相對應的行銷策略。

### 4.9.1 建構區隔市場

根據上述原理原則，本研究以遊客對休閒漁業旅遊意象之 24 個項目的認同程度，運用因素分析技術萃取出五個構面，將遊客背景變項和旅遊特性作為利益追求的區隔變數，運用 K-mean 非階層式集群法，進行樣本分群，將分群後的五種市場區隔類型，分別命名為「自然資源」、「文化環境」、「設施與資訊」、「氣氛營造」及「服務品質」，其比例分別為 16.05%、17.7%、22.22%、16.87%及 25.93%。

為確認遊客利益追求之區隔變數的有效性並瞭解本研究區隔分群的適切性，本研究將 234 個樣本的歸群與五個因素構面的因素，進行鑑別

分析(discriminant analysis)以探討各集群的區隔效果，結果顯示原始組別觀察值分類正確率高達 98.8%，顯見區隔效果相當適切，如表 4.18 和 4.19 所示。

表 4.18 各區隔市場重視度之集群分析比較表

因素構面	區隔市場				
	區隔一： 服務品質	區隔二： 設施與資訊	區隔三： 文化環境	區隔四： 自然資源	區隔五： 氣氛營造
文化環境	-0.634	0.717	0.210	-0.889	0.618
氣氛營造	-0.145	0.512	-1.294	0.503	0.437
自然資源	-0.621	0.316	-0.106	0.888	-0.197
服務品質	0.695 <sup>18</sup>	-0.295	-0.648	-0.582	0.565
設施與資訊	0.430	0.786	-0.193	-0.370	-1.129

資料來源：本研究整理

表 4.19 各區隔市場鑑別分析表

實際分群	鑑別分析預測結果					合計
	服務品質	設施與資訊	文化環境	自然資源	氣氛營造	
服務品質	63	0	0	0	0	63
	100%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100%
設施與資訊	0	54	1	0	0	55
	0.0%	98.2%	1.82%	0.0%	0.0%	100%
文化環境	0	0	43	1	0	44
	0.0%	0.0%	97.73%	2.27%	0.0%	100%
自然資源	0	0	0	39	0	39
	0.0%	0.0%	0.0%	100%	0.0%	100%
氣氛營造	0	0	1	0	41	42
	0.0%	0.0%	2.38%	0.0%	97.6%	100%
誤歸率	0.0%	1.8%	2.3%	0.0%	2.4%	

資料來源：本研究整理

<sup>18</sup> 灰色網底表示集群分析後區隔市場的歸群。

#### 4.9.2 區隔市場分析

完成樣本集群分析後，本研究根據集群分析的結果，針對不同的遊客的背景資料及旅遊特性進行次數交叉分析(如表 4.20 和表 4.21)，以期瞭解個區隔市場與遊客背景及其旅遊特性間的關聯性，以作為行銷策略的依據。

由卡方與 P 值檢定的結果得知，交叉分析的結果顯示，遊客背景資料與五個區隔市場只有年齡具有顯著性，此表示五個市場區隔市場的人口統計特質在年齡層上的分佈與原始比例明顯不一致，且年齡層的分佈與區隔市場具有關聯性，如表 4.20 所示。在區隔市場與旅遊特性交叉分析方面，只有旅遊天數對區隔市場具有顯著性，顯示五個市場區隔市場的遊客旅遊特性在旅遊天數的分佈上與原始比例明顯不一致，且旅遊天數的分佈與區隔市場具有關聯性，如表 4.21 所示。

本研究根據以上結果推論，到澎湖參與休閒漁業旅遊的遊客以 18-25 歲的青年人口為主要目標族群，且旅遊規劃以三天為主要考量，因此建議管理單位及業者，可以針對 18-25 歲的青年族群為目標客群，設計並規劃三天為主的旅遊行程，作為主要行銷策略。

表 4.20 區隔市場與遊客背景資料交叉分析表

遊客資料		自然資源	文化環境	設施與資訊	氣氛營造	服務品質	卡方值	P 值
性別	男	47.7%	42.9%	47.6%	50.9%	51.3%	1.020	0.907
	女	52.3%	57.1%	52.4%	49.1%	48.7%		
婚姻狀況	已婚	25.0%	22.2%	7.0%	29.1%	12.8%	9.958	0.268
	未婚	75.0%	76.2%	35.0%	65.5%	84.6%		
	其它	0.0%	1.6%	0.0%	5.5%	2.6%		
年齡	18~25 歲	54.5%	52.4%	69.0%	45.5%	69.2%	37.155	0.011* <sup>19</sup>
	26~35 歲	22.7%	25.4%	16.7%	27.3	17.9%		
	36~45 歲	22.7%	19.0%	7.1%	10.9%	7.7%		
	46~55 歲	0.0%	3.2%	2.4%	14.5%	2.6%		
	56 歲及以上	0.0%	0.0%	4.8%	1.8%	0.0%		
職業	學生	45.5%	44.4%	64.28%	32.7%	61.5%	36.099	0.140
	軍公教	6.8%	9.5%	4.76%	10.9%	7.7%		
	農林漁牧	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%		
	商	27.3%	17.5%	14.3%	27.3%	5.1%		
	工	9.1%	9.5%	4.8%	7.3%	5.1%		
	自由業	6.8%	14.3%	2.4%	7.3%	12.8%		
	退休人員	4.5%	0.0%	4.8%	5.5%	5.1%		
	其他	0.0%	4.8%	2.4%	9.1%	2.6%		
月收入	20000 元以內	50.0%	50.8%	61.9%	43.6%	74.4%	25.969	0.167
	20001~40000 元	34.1%	36.5%	19.0%	41.8%	17.9%		
	40001~60000 元	15.9%	7.9%	11.9%	12.7%	5.1%		
	60001~80000 元	0.0%	3.2%	4.8%	1.8%	0.0%		
	80001 元以上	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	2.6%		
教育程度	國中以下	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	22.172	0.138
	國中	0.0%	1.6%	0.0%	1.8%	0.0%		
	高中(職)	11.4%	11.1%	7.1%	20.0%	2.6%		
	大專	81.8%	74.6%	83.3%	69.1%	87.2%		
	研究所及以上	6.8%	12.7%	4.8%	9.1%	10.3%		
居住地	北部	18.2%	14.3%	19.0%	20.0%	10.3%	12.487	0.710
	中部	15.9%	22.2%	19.0%	25.5%	17.9%		
	南部	61.4%	55.6%	57.1%	47.3%	69.2%		
	離島	4.5%	7.9%	2.4%	7.3%	2.6%		
	東部	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%		

資料來源：本研究整理

<sup>19</sup> “\*” 表示  $P \leq 0.05$ ，達統計上之顯著水準。

表 4.21 區隔市場與旅遊特性交叉分析表

遊客資料		自然資源	文化環境	設施與資訊	氣氛營造	服務品質	卡方值	P 值
旅遊花費(不含機票和船票)	4000 元以內	31.8%	9.50%	31.0%	21.8%	30.8%	25.10	0.35
	4001~5500 元	29.5%	33.3%	16.7%	21.8%	17.9%		
	5501~7000 元	22.7%	30.2%	23.8%	32.7%	17.9%		
	7001~8500 元	6.8%	7.9%	7.1%	7.3%	7.7%		
	8501~10000 元	2.3%	14.3%	7.1%	10.9%	15.4%		
	10001 元以上	4.5%	4.8%	9.5%	3.6%	5.1%		
	免費	2.3%	0.0%	4.8%	1.8%	5.1%		
交通工具	飛機	52.3%	61.9%	57.1%	54.5%	53.8%	7.96	0.79
	船	36.4%	25.4%	35.7%	36.4%	38.5%		
	兩者皆有	9.1%	12.7%	7.1%	9.1%	7.7%		
旅遊類型	套裝行程	11.4%	28.6%	11.9%	34.5%	25.6%	30.53	0.06
	招待旅遊	9.1%	9.5%	9.5%	3.6%	5.1%		
	自由行	52.3%	38.1%	40.5%	38.2%	48.7%		
	半自助(住宿含交)	20.5%	17.5%	28.6%	16.4%	5.1%		
	背包客	6.8%	6.3%	9.5%	7.3%	10.3%		
	其它	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.1%		
旅遊資訊來源	親友	45.5%	27.0%	23.8%	27.3%	43.6%	28.10	0.26
	報章雜誌	9.1%	4.8%	9.5%	7.3%	2.6%		
	電子媒體	0.0%	1.6%	2.4%	9.1%	10.3%		
	廣告傳單	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%		
	旅遊業者	20.5%	23.8%	33.3%	25.5%	20.5%		
	網路	18.2%	31.7%	21.4%	25.5%	17.9%		
	其它	6.8%	11.1%	9.5%	3.6%	5.1%		
旅遊天數	二天	6.8%	7.9%	7.1%	7.3%	28.2%	32.38	0.04* <sup>20</sup>
	三天	63.6%	50.8%	59.5%	54.5%	51.3%		
	四天	6.8%	12.7%	11.9%	16.4%	2.6%		
	五天	4.5%	15.9%	16.70%	14.50%	5.10%		
	六天	0.0%	1.6%	0.00%	1.80%	0.00%		
	七天以上	18.2%	11.1%	4.80%	5.50%	12.80%		
曾到澎湖旅遊的次數	第一次	63.6%	50.8%	52.50%	72.70%	56.40%	17.80	0.34
	二次	13.6%	19.0%	20.00%	10.90%	15.40%		
	三次	4.5%	11.1%	17.50%	5.50%	5.10%		
	四次	0.0%	1.6%	2.50%	3.60%	2.60%		
	五次以上	18.2%	17.5%	7.50%	7.30%	20.50%		

<sup>20</sup> “\*” 表示  $P \leq 0.05$ ，達統計上之顯著水準。

## 第五章 結論與建議

在本章中，將根據本研究所提出的理論架構與研究目的為基礎，綜合實證分析後的結論，提供管理單位及業者研究結果之建議，並提供後續研究者之相關研究方向，期能對於澎湖休閒漁業旅遊意象的形塑及行銷發展方面有所貢獻。

### 5.1 研究結論

本研究以曾經參與過澎湖休閒漁業旅遊的遊客作為研究主體，以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表；應用並結合重要—表現程度分析法，將遊客對休閒漁業旅遊項目重視程度進行比較分析，並且以非階層集群方式對遊客背景資料及其特性進行集群分析，作為市場區隔策略的基礎，藉此提出行銷策略。以下是本研究根據研究結果所提出的結論：

#### 5.1.1 量表編製

在量表編製的部分，本研究的目的是以休閒漁業為基礎，建構遊客對澎湖旅遊意象之量表，經由國內外相關文獻回顧以編製 60 個題項之問卷初稿，透過透過專家效度、項目分析、探索性因素分析及驗證性因素分析等四個階段，以提高量表的適切性與實用性。四階段的研究分析結果分別敘述如下：

## 一、專家效度

量表發展的的第一階段，委請六位休閒漁業旅遊管理部門的主管及學者，針對經由國內外相關文獻回顧所編製之專家問卷進行審視、修改及增減問項，提升量表之內容效度，完成澎湖休閒漁業旅遊意象量表之 45 個題項的預試問卷。

## 二、項目分析

建構專家效度後，以 100 份有效問卷進行預試，預試方式採項目分析的方式來測量量表的信、效度。經三次項目分析後，刪除不符檢測標準的題項後，成為 32 題之準正式問卷。

## 三、探索式因素分析

在探索式因素分析的階段，以再次蒐集的 360 份有效問卷進行分析並再次純化量表，共刪除 8 個題項，並萃取五個因素構面，形成 24 個題項的正式問卷；在此階段各項構面的信度係數 Cronbach's  $\alpha$  值均大於 0.8，整體問卷信度達 0.932，各問項之因素負荷量方面全部都大於 0.5，且累積的變異量達 61.075%，故此問卷已具有不錯的建構效度。

## 四、驗證性因素分析

本研究在量表發展的最後階段，運用驗證性因素分析的理論技術，以驗證澎湖休閒漁業旅遊意象量表的信、效度。在此階段，將再次蒐集 243 份有效問卷，以驗證量表之測量模型；信度分析部份，因素層面信度均大於 0.7，達可接受範圍。此外，測量模型的收斂效度

與區別效度也都符合一般學術性要求，至此休閒漁業旅遊意象量表  
量表乃正式完成。

本研究建立之澎湖休閒漁業旅遊意象量表，包含五個構面，24 個題  
項；依據各構面的題項內容所代表的涵義，分別將其命名為自然資源、  
文化環境、設施與資訊、氣氛營造、服務品質等五個構面；分別敘述如  
下：

### 一、自然資源構面

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的自然資源，於遊客心目中所形塑  
的意象。包含五個題項，分別為「參與本行程是物超所值的旅遊」、  
「有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源」、「海洋資源豐富，海岸  
線長傳統漁作多樣化」、「設施與天然的景點/景觀相互融合」與「澎  
湖海洋資源，存在特有種的海洋生物」。

### 二、文化環境構面

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的文化環境，於遊客心目中所形塑  
的意象。包含六個題項，分別為「對澎湖漁村建築的保存狀況，感  
到珍惜」、「參與本行程可以瞭解漁村的風俗民情」、「具有當地特色  
的漁村建築」、「建築風格反映順應環境生活文化的特色」、「富歷史  
性且具有先民智慧傳承特色」與「休閒漁業環境具有傳統的漁村特  
色」。

### 三、設施與資訊構面

此構面代表澎湖休閒漁業所提供的相關設施與旅遊資訊，於遊客心目中所形塑的意象。包含四個題項，分別為「商店融合自然和地方休閒漁業的特性」、「有完善路標設置和資訊設備」、「澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易」與「旅遊景點基礎設施很完善」。

### 四、氣氛營造構面

此構面代表於遊客之旅遊行程中，澎湖休閒漁業相關業者所營造出的環境氛圍，於遊客心目中所形塑的意象。包含五個題項，分別為「環境是乾淨衛生且經過精心規劃」、「可以感受到當地特色民情」、「提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境」、「澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔」與「本行程有適合孩童玩樂的相關活動」。

### 五、服務品質構面

此構面代表於遊客之旅遊行程中，澎湖休閒漁業相關業者所提供的服務品質，於遊客心目中所形塑的意象。包含四個題項，分別為「在用餐地點得到良好的接待」、「在購物地點得到良好的服務」、「注重服務態度與品質」與「澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜」。

### 5.1.2 遊客屬性分析

休閒漁業旅遊意象量表中，除包含衡量旅遊意象之相關題項外，尚包含人口統計變項與旅遊特性變項。人口統計變項包括「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」、「職業」、「平均月收入」與「教育程度」；而旅遊特性變項則包含「平均旅遊花費」、「交通工具」、「旅遊類型」、「旅遊資訊來源」、「旅遊天數」及「曾到澎湖旅遊的次數」等變項，以下將說明樣本資料之人口統計變項與旅遊特性變項之分佈情形：

#### 一、目標客群以年輕族群為主，但澎湖休閒漁業旅遊費用偏高

到澎湖參與休閒漁業旅遊的遊客以 25 歲以下的未婚、青年、大學生居多，也因此遊客的平均所得偏中低；然不含往返目的地的交通費用之旅遊花費，卻普遍達 4000 元以上，顯示澎湖的休閒漁業旅遊花費不低，實為一大隱憂。

#### 二、行程規劃以三天的自主性遊程為主

遊客旅遊天數以三天居多，多數遊客選擇飛機，以增加旅遊地停留時間，為了減少往返目的地交通之花費，也有二成三的遊客選擇飛機和船各一趟的往返方式。旅遊類型以自由行的遊客居多，占四成比率，選擇交通含住宿，行程自行的安排的遊客也占了四成三的比率，與近年來的漫活旅遊的趨勢相呼應。

#### 三、四天以上的重遊旅客為潛在客群

到訪澎湖超過的兩次的遊客占有四成，顯示到澎湖參與休閒漁業旅遊的重遊意願頗高。旅遊天數規劃四天及五天者約占二成多，七天

以上的也占了一成，顯示澎湖休閒漁業旅遊具有發展深度旅遊的潛力。

#### 四、迅速發展的網路資訊逐漸成為遊客蒐集旅遊資訊的主流

最後，從資訊傳播的角度而言，旅遊資訊來源以親友居多，與交通部觀光局(民 97)的統計資料相呼應。因第一次到訪澎湖參與休閒漁業的遊客超過半數，因此有五成七比率的遊客選擇旅遊業者所提供的套裝行程；旅遊業者及網路資訊來源分別約占二成半比率，顯示雖然傳統旅行業的旅遊諮詢角色仍未被取代，然而迅速發展的網路資訊已逐漸成為遊客蒐集旅遊資訊的主流。

整體而言，遊客對於參與澎湖休閒漁業旅遊的認同度均達普通以上的水準，其中氣氛營造和服務品質構面的認同度較高，文化環境和自然資源構面的認同度較低。綜合上述可知，遊客對於在參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，顯見澎湖觀光產業的全面性發展行之有年，其服務品質的提供及氣氛營造層次已趨於成熟；因此遊客在購物地點普遍獲得良好的服務，在氣氛營造方面，能因應有孩童的遊客族群之需求，安排適合兒童玩樂的活動，此外，遊客在旅遊的過程中也可以充分感受到當地的風土民情。

### 5.1.3 重要表現分析

在重要—表現分析方面，澎湖休閒漁業旅遊意象的項目並沒有應加強改善的重點項目，整體表現及遊客重視屬性之感受平均值介於「普通」與「非常滿意」之間。建構澎湖休閒漁業旅遊意象的 24 個項目中，五個項目落在『應繼續保持』象限中，九個項目落在『優先順序較低』的象限中，『供給過度』的象限則有 10 個項目。綜合比較分析結果歸納以下幾點：

#### 一、自然資源仍有待規劃開發

在優先順序較低的項目中，雖然澎湖的休閒漁業旅遊環境具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的特性，且海洋資源中存在一些特有種的海洋生物，然而遊客的重視度與感受程度都不高，顯見澎湖休閒漁業旅遊的自然資源仍具有開發的潛質。

#### 二、文化環境特色的能見度不足

遊客對澎湖漁村建築的保存狀況、當地特色的傳統漁村建築特色、富歷史性且具有先民智慧傳承，及反映順應環境生活文化的漁村，重視度與感受程度都不深，除了顯示澎湖休閒漁業旅遊的文化環境對遊客的能見度不高之外，旅遊推廣單位及業者在規劃及建議澎湖休閒漁業旅遊行程時，對於文化環境的部分的安排較少。

#### 三、路標設置和資訊設備有待加強

澎湖的休閒漁業環境提供完善路標設置和資訊設備，遊客的重視度與感受程度不高，表示遊客對於澎湖休閒漁業旅遊環境的路標設置

和資訊設備並沒有太高的期待，而其感受程度亦顯示尚有改善空間。

綜合上述，管理單位及業者除了應善用座標象限中『應繼續保持』的五項優勢，更應強化上述三點，即重視度與表現程度都不高的『優先順序較低』項目，提升遊客的重視度並改善期表現程度，以強化澎湖閒漁業的旅遊意象。

#### 5.1.4 市場區隔分析

從市場區隔的分析結果顯示，遊客背景資料與各區隔市場只有年齡及旅遊天數對區隔市場具有顯著性，由此可推論到澎湖參與休閒漁業旅遊的遊客以 18-25 歲的青年人口為主要目標族群，且旅遊規劃應以三天作為主要考量。

## 5.2 管理意涵

台灣地區休閒漁業發展行之有年。近年來，澎湖地區的休閒漁業旅遊種類也朝多元發展，然而台灣地區休閒漁業的相關研究，始終停留在案例規劃及個別休閒漁業活動舉辦後的效益探討。本研究從休閒漁業旅遊的內涵，經嚴謹檢驗的發展流程，編製其量表，並以 IPA 及市場區隔分析研究後，根據所歸納的研究結論，分別對管理單位及業者提出相應的行銷策略之建議，以作為本研究之管理意涵。

### 一、對管理單位的建議

#### (一) 落實解說服務

遊客對於自然資源的感受程度不深，由於地理環境特殊，澎湖地區擁有豐富的自然資源，甚至是世界稀有海洋生物種，然而遊客對此的感受程度不深，足見休閒漁業的自然資源方面仍有待開發。然而如何在避免生態破壞下，讓澎湖的自然資源成為強化休閒漁業的旅遊意象的要素，極為重要。此外對於澎湖傳統漁村特色及旅遊過程中對漁村建築的保存感受程度偏低，顯示遊客對於旅遊景點及行程規劃會淪為走馬看花、蜻蜓點水的境況。因此本研究建議管理單位應落實解說服務，除了澎湖縣內的一級古蹟外，在遊客參與休閒漁業旅行的個別行程加強解說服務，從教育面著手，除了讓遊客有比較深刻的體驗感受，亦可避免對於生態環境的不了解所導致的破壞。

## (二) 改善路標設置和資訊設備

由於到澎湖參與休閒漁業旅遊的遊客以年輕族群且自主性行程為主，因此澎湖休閒漁業環境的路標設置和資訊設備的改善，有其必要性，澎湖的休閒漁業旅遊環境幅員甚廣，遍及數十個島嶼，加上以觀光發展為主要經濟命脈，如何能讓目標客群在有限的停留時間順利的找到各景點的位置，獲得必要的資訊有其絕對必要性。

## (三) 以直效性行銷方式強化休閒漁業旅遊意象

近年來，澎湖的花火節已成功的為行銷澎湖的旅遊旺季拉開序幕，依據本研究的市場區隔分析結果顯示，澎湖的目標客群為 25 歲以下的年輕族群，且旅遊天數已三天為主，因此管理單位應形塑澎湖為一個能夠以吸引年輕客群，並且提供多種三日遊行程，；運用網路行銷的方式，尋找形象相符的代言人，並且設法降低遊客的旅遊成本，作為澎湖休閒漁業的旅遊意象，以強化其競爭力，讓澎湖成為遊客參與及從事休閒漁業旅遊的首要選擇。

## 二、對旅遊業者的建議

### (一) 針對不同離峰時段以價位區隔市場

由於到澎湖參與休閒漁業的目標客群為年輕族群且行程規劃以三天的自主性遊程為主，但澎湖休閒漁業偏高的旅遊費用卻是發展澎湖休閒漁業旅遊的一大阻力。由於澎湖的旺季不論在往返交通或是住房，都屬於一位難求的景況，因此本研究認為，旅遊相關業者應針對不同的離峰時段以價格作為區隔市場的基礎，規劃設計適合目標

客群的休閒漁業旅遊行程。

## (二) 規畫四天以上的遊程吸引潛在客群

從遊客屬性分析得知，雖然目標客群為年輕族群且以三天的遊程規畫為主，然而四天以上的重遊旅客也占有很高的比率，應視為潛在客群。故建議業者可以在規畫四天以上的休閒漁業旅遊行程時，加入專業性或學習性的元素，例如：衝浪教學、地值觀摩、海釣體驗或水肺潛水，搭配當地的美食及相關紀念品等等，以發展深度旅遊。

### 5.3 研究限制

旅遊意象會隨著遊客參與休閒漁業遊程的時間、種類及遊程規劃設計的不同，而有所差異，本研究僅對澎湖休閒漁業整體旅遊意象加以探討，故仍有許多值得研究的議題及延伸性研究未能涵蓋，列舉如下：

#### 一、量表之縱向研究

本研究之量表發展屬於橫向研究方式，無法得知遊客對於休閒漁業的旅遊意象是否會隨年代的不同而改變，因此若能加上縱向性研究，比較不同時期相關節慶及休閒漁業決策改變後對意象的影響，會使研究更加完備。

#### 二、休閒漁業類型的差異性比較

不同的休閒漁業遊程，會使遊客的體驗及感受程度有所差異，本研究僅探討澎湖休閒漁業整體旅遊意象，未能針對不同的遊程種類予以分析比較。

#### 三、遊客動機對意象的影響

遊客參與澎湖休閒漁業的旅遊動機，並未涵蓋在本研究的研究目的及探討的範疇內，因此無法得知遊客參與動機的差異對澎湖休閒漁業旅遊意象是否有影響。

此外，本研究從遊客背景資料對澎湖休閒漁業旅遊意象差異性分析發現，婚姻狀況對設施與資訊構面具有顯著性，事後檢定顯示遊客婚姻狀況為其它者，對澎湖休閒漁業旅遊中設施與資訊構面的認同度高於未婚者，從本研究的研究目的及蒐集到的資訊，並無法直接針對此現象推論其原因。

## 5.4 後續建議

本研究綜合研究結果及研究限制，提出以下研究方向作為後續研究的參考。

### 一、跨區域比較休閒漁業的旅遊意象

本研究僅以澎湖地區作為休閒漁業旅遊意象之探討，然而，台灣四面環海，包含附屬的島嶼，可以發展休閒漁業的旅遊目的地不計其數，因此建意後續研究者，能以本研究所編製之量表，檢測其他以休閒漁業作為旅遊意象的目的地，以提供不同休閒漁業旅遊目的地形塑旅遊意象及作為行銷策略的依據。

### 二、區隔不同季節的休閒漁業屬性研究

雖然澎湖旅遊業有明顯淡旺季的區隔，然而由於海洋資源豐富，其實從事不同季節所規劃的休閒漁業旅遊研究，以協助管理單位針對不同季節形塑不一樣的旅遊意象，讓澎湖成為四季都能吸引遊客前往的休閒漁業旅遊目的地。

## 參考文獻

1. 王偉哲 (民86), 遊客對休閒農業之認知與體驗之研究, 未出版碩士論文, 逢甲大學建築及都市計畫研究所, 台中市。
2. 王佳煌等譯 (W. Lawrence Neuman原著) (民91), 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. 古永嘉、蔡垂君 (民92), 台灣股票市場效率之研究-轉換模式與介入模式之應用：以機構投資人鉅額交易訊息為例, 全國商管博士論文研討會 (頁IB-1-P.1-IB-1-P.20), 成功大學。
4. 交通部觀光局 (民97), 2007國人旅遊狀況調查, 網址：<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>
5. 江榮吉 (民87), 休閒農漁業的經營管理, 農業經營管理會訊, 17期, 8-10頁。
6. 朱永蕙、鍾政偉 (民94), 策略聯盟所營造的觀光意象對遊客態度影響之研究, 餐旅暨家政學刊, 2(3)期, 353-368頁。
7. 宋威穎、雷文谷、熊婉君 (民97), 東豐綠廊自行車遊客旅遊資訊來源與目的地意象之研究, 人文暨社會科學期刊, 4(2)期, 83-91頁。
8. 吳明隆、涂金堂(民94), SPSS與統計應用分析, 台北：五南。
9. 邱皓政 (民91), 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：五南圖書。
10. 胡安慶 (民91), 富麗漁村與發展休閒漁業, 漁業推廣, 188期, 28-31頁。

11. 胡興華 (民85)，發展台灣休閒漁業，漁業推廣，113期，35-42頁。
12. Robert F. DeVellis著/吳齊殷譯 (民88)，量表發展/理論與應用，台北：弘智。
13. 郭春敏 (民93)，休閒遊憩動機與體驗滿意度之研究—以太魯閣國家公園為例，景文技術學院學報，14期，126-133頁。
14. 陳勁甫、吳劍秋、王智宏 (民93)，應用IPA在休閒農場服務品質量測之研究—以嘉義農場為例，環境與管理研究，5期，79-97頁。
15. 陳寬裕、王正華 (民99)，論文統計分析實務：SPSS與AMOS的運用，台北：五南圖書。
16. 曹勝雄 (民90)，觀光行銷學，台北：揚智。
17. 張淑青 (民98)，目的地意象、滿意度與行為意圖的關係—目的地意象的區效果，台灣管理學刊，9(1)期，1-22頁。
18. 張文娟、黃宗成、陳怡靜 (民97)，苗栗縣南庄鄉商圈遊客旅遊目的地意象與場所依戀之研究，運動與遊憩研究，3(2)期，225-251頁。
19. 張孝銘、張詠誠、徐靖玟 (民97)，遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗與重遊意願之研究—以清境農場為實證，休閒產業管理學刊，1(3)期，72-86頁。
20. 張清標、陳賢明 (民97)，鄉村旅遊意象之區隔研究—以頂菜園鄉土館為例，鄉村旅遊研究，2(1)期，15-42頁。

21. 黃宗成、翁廷碩 (民91)，中高齡族群長住型旅館經營管理之探究—以IPA及其應用為例，大同管理學報，1期，13-31頁。
22. 黃芳銘 (民93)，社會科學統計方法學：結構方程模式，台北：五南圖書。
23. 游森期、余民寧 (民95)，知識結構診斷評量與S-P表之關聯性研究，教育與心理研究，29(1)期，183-208頁。
24. 莊慶達、何書昀(摘譯)(民88)，美國休閒漁業對美國經濟之影響，國際漁業資訊，50-59頁。
25. 歐慶賢 (民92)，休閒漁業發展海洋生態旅遊之探討，苗栗縣政府農業局，37頁。
26. 鄭天爵 (民98)，大學生對泰國旅遊意象之研究，華岡地理學報，23期，1-13頁。
27. 劉瓊如、林若慧、吳正雄 (民91)，海岸型風景區遊客旅遊意象之區隔研究—以東北角海岸國家風景區為例，戶外遊憩研究，15(3)期，55-78頁。
28. 澎湖國家風景區管理處 (民98)，澎湖國家風景區觀光資訊，網址：<http://www.penghu-nsa.gov.tw/gov/Article.aspx?Lang=1&SNo=04001802>
29. 澎湖縣政府 (民86)，澎湖縣政府委託國立台灣大學地理學系暨研究所研究計劃—澎湖縣綜合發展計劃—漁業部門發展計劃。
30. 澎湖縣政府 (民94)，澎湖旅遊指南 陽光V.S.海洋的邀約，澎湖：澎湖縣政府。

31. 澎湖縣政府 (民95), 澎湖縣休閒漁業暨地質公園導覽手冊, 澎湖縣農漁局, 澎湖: 澎湖縣政府。
32. 戴有德、黃宥瑄 (民94), 健康體適能俱樂部會員之運動承諾與顧客自發性表現行為關係之研究, 戶外遊憩研究, 18(3)期, 31-56頁。
33. 藍亞文 (民95), 澎湖發展休閒漁業規劃與策略之研究, 國立臺灣海洋大學環境生物與漁業科學學系, 未出版碩士學位論文, 基隆市。
34. Ahmed, S. A., Barber, M. & Astous, A. (1998), Segmentation of the nordic winter sun seeker' smarket, Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol.7, No.1, pp.39-63.
35. Ahmed, Z. U. (1991), The Influence of the Component of a State' s Tourist Image on Product Positioning Strategy, Tourism Management, Vol.12, No 4, pp.331-340.
36. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988), Structural equation modeling in practice: A review and recommoned two-step approach, Psychological Bulletin, Vol.103, pp.411-423.
37. Bagozzi, R. P & Yi, Y (1988) , On the evaluation of structural equation models, Academic of Marketing Science, Vol.16, pp.74-94.
38. Baloglu, S., & Brinberg, D. (1997), Affective images of tourism destination, Journal of Travel Research, Vol.30, pp.11-15.
39. Baloglu, S., & Love, C. (2005), Association meeting planners' perceptions and intentions for five major US convention cities: the structured and unstructured images, Tourism Management, Vol.26, pp.743-752.
40. Baloglu, S. & Mangaloglu, M. (2001), Image variations of Turkey by

- familiarity index: informational and experiential dimensions, Tourism Management, Vol.22, pp.1-9.
41. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999), U.S. international pleasure travelers' images of four Mediterranean destinations: a comparison of visitors and nonvisitors, Journal of Travel Research, Vol.38, pp.144-152.
  42. Beerli, A. & Martin, J.D. (2004), Factors Influencing Destination Image, Annals of Tourism Research, Vol.31, No.3, pp.657-681
  43. Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987), Practical issues in structural modeling, Sociological Methods and Research, Vol.16, pp.78-117.
  44. Bentler, P. M., & Wu, E. J. C. (1993), EQS/Windows User's Guide, Los Angeles: BMDP Statistical Software.
  45. Bigne' Alcañiz, Garcí'a, Blas (2009), The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis, Tourism Management, Vol.30, pp.715-723.
  46. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001), Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-relationship. Tourism Management, Vol.22, No.6, pp. 607-616.
  47. Birgit, L. (2001), Image segmentation: The case of a tourism destination, Journal of Service Marketing, Vol.15, No.1, pp.49-66.
  48. Buhalis, D. (2000), Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, Vol.21, pp.97-116.
  49. Boulding, K. E. (1956), The Image: Knowledge and Life in Society, Ann Arbor MI: University of Michigan Press.
  50. Calantone, R. J., Di Benedetto, C. A., Hakam, A., & Bojanic, D. C. (1989),

- Multiple multinational tourism positioning using correspondence analysis, Journal of Travel Research, Vol.28, No.2, pp.25-32.
51. Campbell, D T & Fiske, D W. (1959), Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix, Psychological Bulletin, Vol.56, pp.81-105.
  52. Carmen, B. C., Enrique, M. A., & David, M. R. (2007), The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination image and tourist future behavior, Tourism Management, Vol.28, pp.175-187.
  53. Chen, C.F., & Tsai, D.C. (2007), How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? Tourism Management, Vol.28, pp.1115-1122.
  54. Chen, J. S. (2001), A case of Korean outbound travelers' destination images by using correspondence analysis, Tourism Management, Vol.22, pp.345-350.
  55. Chon, K. (1991a), Tourism destination image modification process, Marketing implications, Tourism Management, Vol.12, No.1, pp.68-72.
  56. Chon, K. S. (1991b), The role of destination image in tourism: A review and discussion, The Tourist Review, Vol.45, No.2, pp.2-9.
  57. Churchill, G. A. (1979), A paradigm for developing better measures of marketing constructs, Journal of Marketing Research, Vol.16, No.1, pp.64-73.
  58. Court, B., & Lupton, R. A. (1997), Customer Portfolio Development: Modeling Destination Adopters, Inactives, and Rejecters, Journal of Travel Research, Vol.36, No.1, pp.35-43.
  59. Croy, WG. (2005), Identifying the relevant, clear and efficient list of discretionary travel decision making factors and evaluative components of

- destination image, Monash University Business and Economics, working paper. URL: <http://www.buseco.monash.edu.au/mgt/research/working-papers/2005/wp3-05.pdf>(April 20th, 2009)
60. Crompton, J. L. (1979), An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image, Journal of Travel Research, Vol.17, No.4, pp.18-23.
61. Crompton, J. L., Fakeye, P. C., and Lue, C. C. (1992), Positioning: The Example of The Lower Rio Grande Valley in the Winter Long Stay Destination Market, Journal of Travel Research, Vol.31, pp.20- 26.
62. Dadgostar, B., & Isotalo, R. M. (1992), Factors Affecting Time Spent by Near-Home Tourist in City Destination, Journal of Travel Research, Vol.31, No2, pp. 34-39.
63. Dawes, John (2008), Do Data Characteristics Change According to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point and 10-point scales, International Journal of Market Research, Vol.50, No.1, pp.61-77.
64. DeVellis, R. F. (2003), Scale development: Theory and applications (2nd ed.), Thousand Oaks, Calif.: Sage.
65. Dowling, G. R. (1988), Measuring Corporate Image : A Review of Alternative, Journal of Business Research, Vol.17, pp.27-34.
66. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (1991), The meaning and measurement of destination and the influence of geographical location upon that image, Journal of Travel Research, Vol.14, No.4, pp.18-23.
67. Echtner, C. M. & Ritchie, J.R.B. (1993), The measurement of destination image: An empirical assessment, Journal of Travel Research, Vol.31, No.4,

pp.3-13.

68. Enright, M. J. & Newton, J. (2004), Tourism destination competitiveness: a quantitative approach, Tourism Management, Vol.25, pp.777-788.
69. Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991), Image Differences Between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley, Journal of Travel Research, Vol.30, No.2, pp.10-16.
70. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error, Journal of Marketing Research, Vol.18, pp.39-50.
71. Gallarza, M. G., Gil, I., & Caldero' n, H. (2002), Destination image: towards a conceptual framework, Annals of Tourism Research, Vol.29, No.1, pp.56-78.
72. Gartner, W. C., (1986), Temporal Influence on Image Change, Annals of Tourism Research, Vol.13, pp.635-644.
73. Gartner, W. C. (1993), Image formation process. In M. Uysal, & D. R. Fesenmaier (Eds.), Communications and channels systems in tourism marketing (pp. 191-215), New York: Haworth Press.
74. Gay, L. R. (1992), Educational Research Competencies for Analysis and Application. New York: Macmillan.
75. Grosspietsch, M. (2006), Perceived and projected images of Rwanda: visitor and international tour operator perspectives, Tourism Management, Vol.27, pp.225-234.
76. Hair, Anderson, Tatham, & Black (1998), Multivariate data analysis, New Jersey : Prentice Hall.

77. Hanqin, Q., Zhang, H. Q. & Chow, I., (2004), Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong, Tourism Management, Vol.25, pp.81-91.
78. Hong, S.-K., Kim, J. H., Jang, H., & Lee, S. (2006), The roles of categorization, affective image and constraints on destination choice: an application of the NMNL model, Tourism Management, Vol.27, No.5, pp.750-761.
79. Hunt, J. D. (1975), Image as a factor in tourism development, Journal of Travel Research, Vol.13, No.3, pp.1-7.
80. Israngkura, A. (1996). Ecotourism. TDRI Quarterly Review, Vol.11, No.2, pp.10-15.
81. Jenkins, J.M., Anthony, F.W., Wood, P., Rushen, D., Masson, G. M. and Thomas, E. (1993), The development functional ovarian cyst during pituitary down-regulation. Hum Reprod, Vol.8, pp.1623-1627.
82. Jenkins, O. H. (1999), Understanding and Measuring Tourist Destination Images, International Journal of Tourism Research, Vol.1, pp.1-15.
83. Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1989), LISREL 7: A guide to the program and applications, Chicago, IL: SPSS Inc.
84. Kaiser, H. F. (1974), Little Jiffy, Mark IV, Educational and psychological Measurement, Vol.34, PP.111-117.
85. Kim, H. B. (1998), Perceived Attractiveness of Korean Destinations, Annals of Tourism Research, Vol.25, No.2, pp.340-361.
86. Laswson, F. & Baud-Bovy, M. (1997), Tourism and Recreational

Development, London: Architectural Press.

87. Lee, G., O'Leary, J. and Hong, G. S. (2002), Visiting Propensity Predicted by Destination Image: German Long-haul Pleasure Travelers to the US, Journal of Hospitality and Tourism Administration, Vol.3, No.2, pp.63-92.
88. Martilla, J. A. & James, J. C., (1977), Importanceperformance analysis, Journal of Marketing, Vol.41, pp.77-79.
89. Martín & Rodríguez del Bosque (2008), Exploring the cognitive - affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation, Tourism Management, Vol.29, pp.263-277.
90. Martineau, P. (1958), The Personality of the Retail Store, Harvard Business Review, Vol.36, No.2, pp.47-55.
91. Mason, P. (2003), Tourism impacts, planning and management, Boston: Butterworth Heinemann.
92. Mayo, E. (1975), Tourism and the National Park: A Psychographic and Attitudinal Study, Journal of Travel Research, Vol.14, No.Summer, pp. 14-18.
93. Milman, A. & Pizam, A. (1995), The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case, Journal of Travel Research, Vol.33, No.3, pp.21-27.
94. Murphy, L. (1999), Australia's Image as a Holiday Destination Perception of Backpacker Visitor, Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol.8, No.3, pp.21-45.
95. Noar, S. M. (2003), The role of structural equation modeling in scale development, Structural Equation Modeling, Vol.10, No.4, pp.622-647.

96. O’Leary, S., & Deegan, J. (2005), Ireland's image as tourism destination in France: attribute importance and performance, Journal of Travel Research, Vol.43, No.3, pp.247-255.
97. Olivia, H. J. (1999), Understanding and measuring tourist destination images, International Journal of Tourism Research, Vol.1, pp.1-15.
98. O’Neill, A. M. & Palmer, A., (2004), Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education, Quality Assurance in Education, Vol.12, pp.39-52.
99. O’sullivan, M., Ekman, P., Friesen, W.V., & Scherer, K. R. (1990), Judging honest and deceptive behavior, Manuscript submitted for publication.
100. Pike, S. (2002), Destination image analysis - a review of 142 papers from 1973 to 2000, Tourism Management, Vol.23, No.5, pp.541-549.
101. Phelps, A. (1986), Holiday destination image-the problem of assessment: an example developed in Menorca, Tourism Management, Vol.7, No.3, pp.168-180.
102. Reilly, M.D. (1990), Free elicitation of descriptive adjectives image assessment, Journal of travel research, Vol.28, No.4, pp.21- 26.
103. Rittchainuwat, B. N., Q u. H., & Brown. T. J. (2001), Thailand’s International Travel Image, The Cornell Hotel and Restaurant Admin stration Quarterly, Vol.42, No.2, pp.82-95.
104. Royo, V. (2009), Rural-cultural excursion conceptualization, A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement, Tourism Management, Vol.30, pp.419-428.
105. Russell, J. A. (1980), A circumplex model of affect, Journal of Personality

and Social Psychology, Vol.39, 1161–1178.

- 106.Sampson, S. E. and Showalter, M.J. (1999), The Performance-Importance Response Function: Observations and Implications, The Service Industries Journal, Vol.19, pp.1-25.
- 107.Sirgy, M., & C. Su. (2000), Destination Image, Self-Congruity, and Travel Behavior: Toward an Integrative Model, Journal of Travel Research, Vol.38, No.4, 340-535.

108. Stepchenkova, S. & Morrison, A.M. (2008), Russia's destination image among American pleasure travelers: Revisiting Echtner and Ritchie, Tourism Management, Vol.29, pp.548-560.
109. Tapachai, N., and Waryszak, R. (2000), An Examination of the Role of Beneficial Image in Tourist Destination Selection, Journal of Travel Research, Vol.39, No.3, pp.37-44.
110. Walmsley, D. J., & J. M. Jenkins (1993), Appraisive Images of Tourist Areas: Application of Personal Construct, Australian Geographer, Vol.24, No.2, pp.1-13.
111. Walmsley, D., & Young, M. (1998), Evaluative images and tourism: the use of personal constructs to describe the structure of destination image, Journal of Travel Research, Vol.36, pp.65-69.
112. Woodside, A., & Lysonski, S. (1989), A General Model of Traveler Destination Choice, Journal of Travel Research, Vol.27, No.4, pp.8-14.
113. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1990), A General Model of Traveler Destination Choice, Annals of Tourism Research, Vol.17, pp.432-448.

## 附錄

### 附錄一 專家名單

---

專家姓名(依姓氏排列)	服務單位及背景
于(錫亮)教授暨系主任	澎湖科技大學觀光休閒系
邱(長生)處長	澎湖國家風景區管理處
洪(國雄)老師	澎湖海洋生態學家
洪(棟霖)局長	澎湖縣政府旅遊局
陳(高梁)副局長	澎湖縣農漁局
葉(茂生)老師	澎湖科技大學、空中大學澎湖中心、 澎湖縣政府計劃室

---

此六位專家乃政府旅遊及漁業管理部門首長、澎湖海洋漁業學家及澎科大觀光科系主任，因常駐澎湖當地，且對澎湖休閒漁業方面也十分瞭解，故委請此六位專家建構量表之表面及內容效度。

## 附錄二 專家審查意見

專家名單：于錫亮、邱長生、洪國雄、洪棟霖、陳高粱、葉茂生。  
陰影為專家審查後刪除之題項。

### 【情感—整體意象】

題項內容	專家意見	適合	修正後適合	不適合
			有效%	
1 澎湖的休閒漁業旅遊有很高的知名度。	于錫亮：「的」刪除 邱長生：「旅遊」改為「活動」 洪國雄：「有」改為「具有」	50	50	
2 澎湖的休閒漁業旅遊有許多具吸引力的景點。	于錫亮：「的」刪除 邱長生：「旅遊」改為「活動」， 「景點」改為「活動項目」 洪國雄：「景點」改為「人氣商品」 洪棟霖：「景點」改為「活動」 葉茂生：「有許多」改為「會途經」	16.7	66.7	
3 參與澎湖的休閒漁業旅遊，感覺上就像回到過去，沉溺在漁村的氛圍之中。	于錫亮：「的」刪除 邱長生：多數遊客不會是漁家子弟，可能不會有此經驗，更不會“沉溺”。 洪國雄：「沉溺在漁村」改為「回味在漁村往日」 洪棟霖：「沉溺」改為「融洽」 陳高粱：「漁村」改為「漁村傳統生活」。語意不明，體驗者必須來過澎湖一次以上，才能體會過去現在之別。 葉茂生：刪除「感覺上就像回到過去」		83.3	

4	參與澎湖休閒漁業之旅遊過程中，我感到相當的平靜且安寧。	陳高粱：「我感到」改為「我心情感到」。 葉茂生：刪除 邱長生：「旅遊」改為「旅遊活動」，“平靜且安寧”→再考慮一下。	50	16.7	16.7
5	參與澎湖的休閒漁業旅遊，讓我可以紓解日常的生活壓力。	于錫亮：「的」刪除 邱長生：刪除「旅遊」	66.7	33.3	
6	澎湖休閒漁業的遊程中，有許多令人興奮的目的地。	邱長生：按經驗不會很多 洪國雄：「目的地」改為「漁作項目」 陳高粱：「目的地」改為「生活體驗」或「興奮」改為「驚艷」。	66.7	16.7	16.7
7	澎湖的休閒漁業環境是令人感到舒適的。	洪國雄：「舒適的」改為「海味十足 的休閒感 陳高粱：「環境」改為「旅遊環境」		83.3	16.7
8	澎湖休閒漁業旅遊的氣氛是悠閒而放鬆的。	邱長生：「放鬆」改為「輕鬆」 洪國雄：刪除 陳高粱：「氣氛」改為「特色」、「情境」、「心情」	83.3		16.7
9	參與澎湖休閒漁業旅遊後，讓我感到精神提振且充滿活力。		100		
10	我可以感受到澎湖居民是友善且好客的。	邱長生：居民or業界從業人員or漁民 陳高粱：「居民」改為「居民的態度」 葉茂生：「居民」改為「居民多數」	83.3	16.7	

### 【情感變項—產品意象】

題項內容	專家意見	適合	修正後適合	不適合
1 參與澎湖的休閒漁業旅遊，我可以實際體驗傳統的漁村的文化。	葉茂生：刪除「傳統」	83.3	16.7	
2 參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，可以增進我對海洋生態的認同。	洪國雄：「認同」改為「認識與海洋保育的重要」 洪棟霖：「生態」改為「生態保育」 陳高粱：「認同」改為「認知」或改為海洋生態保育的認同	66.7	33.3	
3 參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，讓我對先民所流傳下來的石滬和其他漁村建築感到相當欽佩。	邱長生：“石滬”→是要強調傳統捕撈技術還是漁村建築？ 洪棟霖：「欽佩」改為「珍惜」 陳高粱：石滬是漁法，漁村建築是傳統建築(建議分開)；石滬的智慧與堆砌深感欽佩。	66.7	33.3	
4 參與澎湖的休閒漁業旅遊，可以讓我瞭解到當地的風俗民情。	陳高粱：「當地」改為「當地漁村」 葉茂生：「當地」改為「當地部分的」	66.7	33.3	
5 澎湖休閒漁業之遊程中，所提供的住宿類型與當地環境能互相協調。	邱長生：此題不解目的為何？ 洪國雄：「協調」改為「協調或融洽」 陳高粱：「住宿類型與當地環境」改為「住宿型態與當地漁村環境特色」	33.3	33.3	16.7
6 我覺得澎湖的休閒漁業是物有所值旅遊。	于錫亮：「的」改放到「旅遊」之前 邱長生：「休閒漁業」改為「休閒漁業活動」，「旅遊」改為「旅	50	33.3	

遊活動」		
陳高粱：「物有所值」改為「物超所值的」		
葉茂生：本題視參與的旅遊後之滿意度而定		

【知覺/認知—自然資源】

題項內容	專家意見	適合	修正後適合	不適合
			有效%	
1 澎湖的休閒漁業，擁有豐富且未受破壞的生態環境資源。	邱長生：改為「澎湖擁有豐富且未受破壞的生態資源之休閒漁業可以適合發展」 洪國雄：「未受破壞」改為「未受破壞或干擾」 陳高粱：正面表述，「未受破壞」改為「受保護或受保育」 葉茂生：「未受破壞」改為「多未受破壞」	50	50	
2 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與島嶼多的休閒漁業環境。	洪國雄：「島嶼多」改為「傳統漁作多樣」	83.3	16.7	
3 在澎湖可以觀賞到獨特的地形與地質景觀。	洪國雄：「地形與地質」改為「地質與地形」	83.3	16.7	
4 在澎湖能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。		100		
5 澎湖的休閒漁業之相關設施，可與天然的景點/景觀相輝映。	邱長生：“相關設施”→定義不清，是指碼頭、浮動碼頭、遊客中心、停車場？ 洪國雄：「相輝映」改為「相互輝映」 陳高粱：「輝映」改為「融洽」	50	33.3	

6	澎湖的休閒漁業環境，存在特有種的海洋生物。	邱長生：會被保育人士排擠 洪國雄：「存在」改為「依存於」 葉茂生：「存在」改為「存在一些」	50	33.3	
7	澎湖具有特殊的海底及海上奇觀。	陳高粱：「海底及海上」改為「海洋」	66.7	16.7	16.7
可增列：		洪國雄：保育或環境保護的題項			

### 【知覺/認知—文化環境】

題項內容	專家意見	適合	有效%	
			修正後適合	不適合
1 澎湖的休閒漁業具有相當特殊的漁村建築。	于錫亮：1,2題可整合 邱長生：1,2題有差嗎？ 洪國雄：「相當特殊」改為「許多在地特色」	50	33.3	
2 澎湖的休閒漁業，擁有許多當地特有建築。	于錫亮：1,2題可整合 邱長生：1,2題有差嗎？ 洪棟霖：與上題類似	33.3	16.7	33.3
3 我覺得澎湖當地的文化建築，獲得到良好的保存。	于錫亮：「到」刪除 邱長生：「文化」改為「傳統」 洪國雄：「文化」改為「歷史」 葉茂生：刪除	33.3	50	16.7
4 澎湖的漁村建築風格是舒適且協調的。	洪國雄：「舒適且協調的」改為「順乎自然環境且合乎農漁需求的」 洪棟霖：「是舒適且協調的」改為「反映了順應環境及生活文化的特色」 陳高粱：「建築風格」改為「建築風格與環境」	33.3	66.7	
5 澎湖的休閒漁業旅遊，包含了對大眾開放的遺址和歷史	邱長生：遺址、歷史性建築應該不是休閒漁業的內涵	50	33.3	16.7

	性建築。	陳高粱：刪除「對大眾」，「開放」改為「開放性」			
6	澎湖的休閒漁業旅遊中，適當的結合了當地歷史悠久的民間信仰。	洪國雄：刪掉「歷史悠久」，民間信仰後加上「或廟會活動」 葉茂生：刪除	66.7	16.7	16.7
7	澎湖的休閒漁業富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。		100		
8	澎湖的休閒漁業環境，確實是富有傳統的特色漁村	邱長生：「富」改為「賦」，「傳統的特色」改為「傳統特色的」 洪國雄：「特色漁村」改為「漁村特色」 洪棟霖：「傳統的特色」改為「傳統特色的」 陳高粱：「富」改為「具」	83.3	16.7	

【知覺/認知—娛樂活動】

題項內容	專家意見	適合	有效%	
			修正後適合	不適合
1 澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的水上體驗活動。	邱長生：“水上體驗活動”定義為何？是香蕉船、拖曳圈、若是則非休閒漁業活動。 洪國雄：「水」改為「海」 洪棟霖：「水上」改為「海上及潮間帶」	50	33.3	
2 澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的活動遊程。		100		
3 澎湖的休閒漁業旅遊包含了不同的風俗民情與慶典節慶。	葉茂生：不一定，需視當時是否有節慶	83.3		16.7

4	澎湖的休閒漁業旅遊有夜間的娛樂活動。	邱長生：「娛樂」改為「體驗」 洪國雄：「娛樂活動」改為「海洋產業體驗活動」 洪棟霖：「間的娛樂」改為「釣」	83.3	16.7	
5	澎湖的休閒漁業旅遊包含相關的博物館和文化區域。	邱長生：“博物館和文化區域”→不切題的題目！ 洪國雄：「區域」改為「行程」 洪棟霖：「文化區域」改為「社區文化導覽」	50	33.3	16.7
6	澎湖的休閒漁業有先進的設備活動可供選擇。	洪國雄：語意不清 葉茂生：「先進的」改為「多樣的」	50	16.7	33.3

#### 【知覺/認知—設施與資訊】

	題項內容	專家意見	有效%		
			適合	修正後適合	不適合
1	我認為澎湖的休閒漁業環境具有整體性的規劃。	邱長生：「規劃」改為「發展規劃」 葉茂生：刪除	66.7	16.7	16.7
2	我認為澎湖的商店具有混合自然和地方休閒漁業的特性。	「商店」→定義不清！ 洪國雄：「具有混合自然和地方」改為「同時具有自然欣賞和」 陳高粱：「混」改為「融」	66.7	16.7	
3	澎湖的休閒漁業環境，有好的路標設置和資訊設備。	邱長生：「環境」→是指空間嗎？ 陳高粱：「好的」改為「完備(善)」	100		
4	有關澎湖休閒漁業的旅遊資訊，可以很容易取得。	陳高粱：「可以很容易取得」改為「取得很容易」	100		
5	澎湖休閒漁業之相關旅遊景點，其設施相當完善。	邱長生：「之相關旅遊景點」改為「在澎湖可以從事休閒漁業旅遊活動的服務基地」 洪棟霖：「相當」改為「尚稱」	66.7	33.3	

6	在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，有便利的交通運輸。	陳高粱：「設施」改為「休閒設施」 葉茂生：「相當」改為「大致」 洪國雄：「便利」改為「安全且方便」	83.3	16.7	
7	澎湖休閒漁業的旅遊可以提供舒適的住宿環境。		83.3	16.7	
8	澎湖休閒漁業的旅遊行程，有相當多可以進行購物的場所。	洪國雄：「相當」改為「許」 陳高粱：刪除「進行」	83.3	16.7	

### 【知覺/認知—食物與服務】

題項內容	專家意見	適合	修正後適合	
			適合	不適合
有效%				
1 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，在用餐地點可以感受到良好的待遇。	邱長生：“用餐地點可以感受到良好的待遇”，用餐ok？還是地點ok？。 洪國雄：「待遇」改為「接待」 陳高粱：「待遇」改為「禮遇」	66.7	16.7	
2 參與澎湖休閒漁業的旅程中，在購物地點得到良好的對待。	邱長生：「對待」改為「服務」	83.3	16.7	
3 我認為澎湖的休閒漁業環境，非常注重遊客服務。	洪國雄：「遊客服務」改為「服務的態度與品質」 葉茂生：本題須視遊客個人滿意度而定	66.7	16.7	
4 澎湖的休閒漁業具備優質的旅遊服務。	洪國雄：與上題重複 葉茂生：業者良莠不一。	66.7		33.3
5 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以發現好的手工藝和傳統的食品。	于錫亮：「好的手工藝」改為「優良手工藝品」 洪國雄：「好的手工藝和傳統的食品。」改為「具有當	66.7	33.3	

		地特色的手工藝品和傳統美食」		
		陳高粱：「好的手工藝和傳統的食品」改為「精美的手工藝和傳統的美食」		
6	在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐當地特產。		100	
7	在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐新鮮的海產美食。	陳高粱：「產」改為「鮮」	83.3	

【知覺/認知—氣氛】

題項內容	專家意見	適合	修正後適合		不適合
			有效%		
1 澎湖的休閒漁業旅遊行程不會太擁擠吵雜。	陳高粱：刪除「太」，肯定或否定明確 葉茂生：本題需事遊客個人感覺	83.3	16.7		
2 澎湖的休閒漁業環境沒有太多的遊客。	洪國雄：與上題重複 洪棟霖：「太多」改為「過量」 陳高粱：「遊客」改為「遊客參與」 葉茂生：刪除	33.3	33.3	33.3	
3 澎湖的休閒漁業環境是乾淨且經過精心規劃。	洪國雄：「乾淨」改為「清爽衛生」	83.3	33.3		
4 參與澎湖的休閒漁業旅遊可以感受到當地的純樸民風。		83.3	16.7		
5 澎湖的休閒漁業提供安全、舒適的旅遊環境。	葉茂生：「提供」改為「大多能」	83.3	16.7		
6 澎湖的休閒漁業環境，讓我感到空氣新鮮且整潔。		100			

7	澎湖的休閒漁業環境，讓我可以輕鬆的閒逛。	洪國雄：「輕鬆的」改為「漫活的享受」	83.3	16.7
8	在休閒漁業的旅遊行程中，澎湖有適合孩童娛樂和玩耍的相關設施。	洪國雄：「娛樂和玩耍」改為「玩樂」 洪棟霖：「玩耍」改為「體驗」，「設施」改為「活動」	66.7	33.3

### 【背景變項】

2. 婚姻狀況： 已婚  未婚

于錫亮：可增列「其它」選項

7. 居住地： 北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)

中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)

南部(嘉義、台南、高雄、屏東)

離島(澎湖、金門、馬祖)  東部(花蓮、台東)

邱長生：傳統上金、馬歸北部，澎湖歸南部

洪棟霖：可增列「大陸地區」、「其他國家或地區」

8. 旅遊花費： 4000元以內  4001-5500元  5501-7000元

7001-8500元  8501-10000元  10000元以上  免費

洪棟霖：建議明確指出是否包含到澎湖的機票價格或船票，並修正為「每人旅遊花費」

9. 旅遊類型： 套裝行程  招待旅遊  自由行  半自助(住宿含交通)

背包客

于錫亮：可增列「其它」選項

洪棟霖：1.透過旅行社安排的旅行團

2.透過旅行社安排的小團體

3.自行安排的小團體、自由行或個人

10. 旅遊資訊來源： 親友  報章雜誌  電子媒體  廣告傳單

旅遊業者  網路

于錫亮：可增列「其它」選項

可增列：

洪國雄：旅遊的交通工具： 飛機  船

## 【整體意見】

---

專家	意見彙整	修正結果
邱長生：	還是專家問卷，而非遊客問卷，題目不應出現“參與”，“我”等字樣才是。	
洪國雄	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 列出休閒漁業的分類選項，看哪一類最受青睞</li><li>2. 列出商家及遊客在旅遊中是否對環境有不友善的行為</li><li>3. 列出遊程中是否有遊憩衝突</li><li>4. 住宿地點是飯店、民宿、或親友家？</li></ol>	
陳高梁：	<p>問卷的語意配合問卷目的應明確，正向或負向之提列。</p> <p>受訪人才容易表達所謂的感受，形容詞的使用可能受到受訪人的認知程度有所誤差，“氛圍”、“氣氛”、“欽佩”、“輝映”，如“混合”改為“融洽”可能較容易表達“自然”與“休閒漁業”兩種不同的元素加乘的意思。</p> <p>祝您順利！！</p>	依據題項修改

---

## 附錄三專家問卷

### 評估之內容與方式

#### 一、問項適合度之評估

請您分別就下列「建構澎湖休閒漁業遊客目的地意象量表」的問項適合度惠予評估，就每個問項的適用程度在「」打勾：

- (1) 如您認為該問項合適，請在「 適合」欄中打「」；
- (2) 如認為該問項應予以修正，請在「 修正後適合」欄中打「」，並敬請於「修正意見」欄位中，予以斧正；
- (3) 如認為該問項不適合，應予以刪除，請在「 不適合」欄中打「」。如您認為需增列其他問項，請於「尚須增列的題目」欄位中，提示並增列。

#### 二、背景變項適合度之評估

如您認為背景變項有需修正或其他建議事項，請惠填於欄位空白之處。

##### 【情感—整體意象】

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
1. 澎湖的休閒漁業旅遊有很高的知名度。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 澎湖的休閒漁業旅遊有許多具吸引力的景點。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 參與澎湖的休閒漁業旅遊，感覺上就像回到過去，沉溺在漁村的氛圍之中。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 參與澎湖休閒漁業之旅遊過程中，我感到相當的平靜且安寧。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
5. 參與澎湖的休閒漁業旅遊，讓我可以紓解日常的生活生活壓力。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 澎湖休閒漁業的遊程中，有許多令人興奮的目的地。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 澎湖的休閒漁業環境是令人感到舒適的。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 澎湖休閒漁業旅遊的氣氛是悠閒而放鬆的。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 參與澎湖休閒漁業旅遊後，讓我感到精神提振且充滿活力。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我可以感受到澎湖居民是友善且好客的。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**【情感—整體意象】尚須增列的題目，請提示：**

**【情感變項—產品意象】**

題項	適	修	不
	合	正 後 適 合	適 合
1. 參與澎湖的休閒漁業旅遊，我可以實際體驗傳統的漁村的文化。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
2. 參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，可以增進我對海洋生態的認同。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
3. 參與澎湖休閒漁業旅遊的過程中，讓我對先民所流傳下來的石滬和其他漁村建築感到相當欽佩。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
4. 參與澎湖的休閒漁業旅遊，可以讓我瞭解到當地的風俗民情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
5. 澎湖休閒漁業之遊程中，所提供的住宿類型與當地環境能互相協調。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
6. 我覺得澎湖的休閒漁業是物有所值旅遊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			

**【情感—產品意象】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—自然資源】**

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
1. 澎湖的休閒漁業，擁有豐富且未受破壞的生態環境資源。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
2. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與島嶼多的休閒漁業環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
3. 在澎湖可以觀賞到獨特的地形與地質景觀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
4. 在澎湖能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
5. 澎湖的休閒漁業之相關設施，可與天然的景點/景觀相輝映。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
6. 澎湖的休閒漁業環境，存在特有種的海洋生物。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
7. 澎湖具有特殊的海底及海上奇觀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			

**【知覺/認知—自然資源】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—文化環境】**

題項	適	修	不
	合	正 後 適 合	適 合
1. 澎湖的休閒漁業具有相當特殊的漁村建築。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
2. 澎湖的休閒漁業，擁有許多當地特有建築。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
3. 我覺得澎湖當地的文化建築，獲得到良好的保存。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
4. 澎湖的漁村建築風格是舒適且協調的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
5. 澎湖的休閒漁業旅遊，包含了對大眾開放的遺址和歷史性建築。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
6. 澎湖的休閒漁業旅遊中，適當的結合了當地歷史悠久的民間信仰。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
7. 澎湖的休閒漁業富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			
8. 澎湖的休閒漁業環境，確實是富有傳統的特色漁村	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見： _____			

**【知覺/認知—文化環境】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—娛樂活動】**

題項	適	修	不
	合	正 後 適 合	適 合
1. 澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的水上體驗活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
2. 澎湖的休閒漁業旅遊具備多樣化的活動遊程。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
3. 澎湖的休閒漁業旅遊包含了不同的風俗民情與慶典節慶。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
4. 澎湖的休閒漁業旅遊有夜間的娛樂活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
5. 澎湖的休閒漁業旅遊包含相關的博物館和文化區域。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			
6. 澎湖的休閒漁業有先進的設備活動可供選擇。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
修正意見：_____			

**【知覺/認知—娛樂活動】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—設施與資訊】**

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
1. 我認為澎湖的休閒漁業環境具有整體性的規劃。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為澎湖的商店具有混合自然和地方休閒漁業的特性。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 澎湖的休閒漁業環境，有好的路標設置和資訊設備。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 有關澎湖休閒漁業的旅遊資訊，可以很容易取得。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 澎湖休閒漁業之相關旅遊景點，其設施相當完善。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，有便利的交通運輸。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 澎湖休閒漁業的旅遊可以提供舒適的住宿環境。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 澎湖休閒漁業的旅遊行程，有相當多可以進行購物的場所。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**【知覺/認知—設施與資訊】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—食物與服務】**

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
1. 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，在用餐地點可以感受到良好的待遇。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 參與澎湖休閒漁業的旅程中，在購物地點得到良好的對待。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我認為澎湖的休閒漁業環境，非常注重遊客服務。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 澎湖的休閒漁業具備優質的旅遊服務。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以發現好的手工藝和傳統的食品。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐當地特產。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 在澎湖休閒漁業的旅遊行程中，可以品嚐新鮮的海產美食。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**【知覺/認知—食物與服務】尚須增列的題目，請提示：**

**【知覺/認知—氣氛】**

題項	適 合	修 正 後 適 合	不 適 合
1. 澎湖的休閒漁業旅遊行程不會太擁擠吵雜。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 澎湖的休閒漁業環境沒有太多的遊客。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 澎湖的休閒漁業環境是乾淨且經過精心規劃。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 參與澎湖的休閒漁業旅遊可以感受到當地的純樸民風。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 澎湖的休閒漁業提供安全、舒適的旅遊環境。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 澎湖的休閒漁業環境，讓我感到空氣新鮮且整潔。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 澎湖的休閒漁業環境，讓我可以輕鬆的閒逛。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 在休閒漁業的旅遊行程中，澎湖有適合孩童娛樂和玩耍的相關設施。 修正意見：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**【知覺/認知—氣氛】尚須增列的題目，請提示：**

--

## 【背景變項】

1. 性別： 男  女
2. 婚姻狀況： 已婚  未婚
3. 年齡： 18~25歲  26~35歲  36~45歲  46~55歲  56歲及以上
4. 職業： 軍公教  農林漁牧  商  工  自由業  退休人員  
 其他\_\_\_\_\_
5. 個人月收入： 20000元以內  20001~40000元  40001~60000元  
 60001~80000元  80001元以上
6. 教育程度： 國中以下  國中  高中(職)  大專  研究所及以上
7. 居住地： 北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)  
 中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)  
 南部(嘉義、台南、高雄、屏東)  
 離島(澎湖、金門、馬祖)  
 東部(花蓮、台東)
8. 旅遊花費： 4000元以內  4001-5500元  5501-7000元  7001-8500元  
 8501-10000元  10000元以上  免費
9. 旅遊類型： 套裝行程  招待旅遊  自由行  半自助(住宿含交通)  
 背包客
10. 旅遊資訊來源： 親友  報章雜誌  電子媒體  廣告傳單  
 旅遊業者  網路
11. 旅遊天數： 二天  三天  四天  五天  六天  七天以上
12. 曾到澎湖旅遊的次數： 第一次  二次  三次  四次  五次以上

**【背景變項】之建議**

**對於本問卷設計的整體建議如下：**

**感謝您的協助！**

## 附錄四 預試問卷

親愛的遊客，您好！

首先感謝您願意填寫這份問卷（共四頁）。此問卷的目的在於瞭解您對澎湖休閒漁業的態度與看法，及對構成澎湖休閒漁業意象之相關項目的重要程度。您的回答並沒有所謂的對與錯，敬請放心填答！您的意見對我們而言非常寶貴，作答結果僅供學術研究之用，絕對保密。再次感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康 萬事如意

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：陳寬裕 博士

研究生：高子怡 敬上

※問卷作答方式：

本問卷並沒有標準答案，請由選項中勾選出最能代表您心中想法的答案。

◎範例：若題目為「到澎湖旅遊**花費**不多」，

對於這樣的說法，如果您覺得「**花費**」這件事對您而言「**非常重要**」：

則您應該在「**項目重視度**」欄中的「**非常重要**」項做勾選，如下表**①**處所示。

同時，實際上，如果您卻「**不同意**」，「到澎湖旅遊**花費**不多」的說法時：

則您應該在「**項目認同度**」欄中的「**不同意**」項做勾選，如下表**②**處所示。

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 到澎湖旅遊 <b>花費</b> 不多。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

請描述您對澎湖休閒漁業相關問題的重視程度與認同程度：

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您對該行程之相關意象的重視度與認同度。											
1. 本行程具高 <b>知名度</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
2. 本行程具 <b>吸引力</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
3. 參與行程可以 <b>回味漁村往日的氛圍</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
4. 參與行程可以 <b>紓解日常的生活壓力</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
5. 澎湖的休閒漁業之 <b>環境令人感到舒適</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您對該行程之相關意象的重視度與認同度。	項目重視度						項目認同度				
	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
6. 參與行程讓人精神提振且充滿活力。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
7. 澎湖居民的態度友善且好客。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
8. 參與行程可以實際體驗漁村文化。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
9. 參與行程可以增進對海洋生態的認識並了解海洋保育的重要。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
10. 先民所展現的智慧（如石滬漁法），令人欽佩。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
11. 參與行程令我對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
12. 參與行程可以瞭解漁村的風俗民情。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
13. 參與行程是物超所值的旅遊。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
14. 澎湖的休閒漁業擁有豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
15. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等多樣化的休閒漁業環境。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
16. 可以觀賞到獨特的地質與地形景觀。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
17. 能夠觀賞到美麗的海岸沙灘景觀。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
18. 設施與天然的景點/景觀相互融合。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
19. 澎湖的海洋資源，存在一些特有種的海洋生物。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
20. 具有當地特色的漁村建築。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
21. 澎湖的漁村建築風格反映順應環境及生活文化的特色。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
22. 澎湖的休閒漁業富有歷史性且具有先民智慧傳承的特色。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
23. 澎湖的休閒漁業環境具有傳統的漁村特色。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
24. 行程具備多樣化的海上及潮間帶體驗活動。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
25. 行程具備多樣化的活動遊程。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
26. 行程有夜間的海洋產業體驗活動。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
27. 澎湖的商店具有融合自然和地方休閒漁業的特性。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
28. 澎湖的休閒漁業環境，有完善(備)路標設置和資訊設備。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
29. 澎湖休閒漁業的旅遊資訊取得很容易。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
30. 旅遊景點基礎設施很完善。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒漁業旅遊行程時(以下簡稱「行程」),您對該行程之相關意象的重視度與認同度。	項目重視度						項目認同度				
	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
31.行程具有安全且方便的交通運輸。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
32.行程中,有許多可以購物的場所。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
33.在用餐地點得到良好的接待。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
34.在購物地點得到良好的服務。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
35.注重服務態度與品質。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
36.可以發現具有當地特色的手工藝品和傳統美食。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
37.可以品嚐當地特產。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
38.可以品嚐新鮮的海鮮美食。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
39.澎湖的休閒漁業旅遊不會擁擠吵雜。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
40.環境是乾淨衛生且經過精心規劃。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
41.可以感受到當地特色民情。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
42.提供安全、舒適的休閒漁業旅遊環境。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
43.澎湖的休閒漁業環境空氣新鮮且整潔。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
44.可以讓人享受漫活的閒逛。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
45.本行程有適合孩童玩樂的相關活動。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

### 個人背景變項(此部份皆為單選題)

- 性別： 男  女
- 婚姻狀況： 已婚  未婚  其它\_\_\_\_\_
- 年齡： 18~25歲  26~35歲  36~45歲  46~55歲  56歲及以上
- 職業： 學生  軍公教  農林漁牧  商  工  
 自由業  退休人員  其他\_\_\_\_\_
- 月收入： 20000元以內  20001~40000元  40001~60000元  
 60001~80000元  80001元以上
- 教育程度： 國中以下  國中  高中(職)  大專  研究所及以上
- 居住地： 北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)  
 中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)  南部(嘉義、台南、高雄、屏東)  
 離島(澎湖、金門、馬祖)  東部(花蓮、台東)  
 大陸地區  其他國或地區\_\_\_\_\_

8. 旅遊花費： 4000元以內     4001~5500元     5501~7000元  
 7001~8500元     8501~10000元     10000元以上  
 免費（未含往返澎湖的機票及船票）
9. 交通工具： 飛機     船     兩者皆有
10. 旅遊類型： 套裝行程     招待旅遊     自由行     半自助(住宿含交通)  
 背包客     其它\_\_\_\_\_
11. 旅遊資訊來源： 親友     報章雜誌     電子媒體     廣告傳單  
 旅遊業者     網路     其它\_\_\_\_\_
12. 旅遊天數： 二天     三天     四天     五天  
 六天     七天以上
13. 曾到澎湖旅遊的次數： 第一次     二次     三次     四次     五次以上

**本問卷到此結束，謝謝您的支持與協助！**

## 附錄五 準正式問卷

親愛的遊客，您好！

首先感謝您願意填寫這份問卷（共四頁）。此問卷的目的在於瞭解您對澎湖休閒漁業的態度與看法，及對構成澎湖休閒漁業意象之相關項目的重要程度。您的回答並沒有所謂的對與錯，敬請放心填答！您的意見對我們而言非常寶貴，作答結果僅供學術研究之用，絕對保密。再次感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康 萬事如意

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：陳寬裕 博士

研 究 生：高子怡 敬上

※問卷作答方式：

本問卷並沒有標準答案，請由選項中勾選出最能代表您心中想法的答案。

◎範例：若題目為「到澎湖旅遊**花費**不多」，

對於這樣的說法，如果您覺得「花費」這件事對您而言「非常重要」：

則您應該在「項目重視度」欄中的「非常重要」項做勾選，如下表❶處所示。

同時，實際上，如果您卻「不同意」，「到澎湖旅遊花費不多」的說法時：

則您應該在「項目認同度」欄中的「不同意」項做勾選，如下表❷處所示。

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要 ❶		非 常 不 同 意	不 同 意 ❷	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 到澎湖旅遊 <b>花費</b> 不多。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

請描述您對澎湖休閒漁業相關問題的重視程度與認同程度：

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要		非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您對該行程之相關意象的重視度與認同度。											
1. 本行程具高 <b>知名度</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
2. 參與行程可以 <b>回味漁村往日的氛圍</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒 漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您 對該行程之相關意象的重視度與認同度。	項目重視度						項目認同度				
	非常 不重 要	不 重 要	普 通	重 要	非常 重 要		非常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非常 同 意
3. 澎湖居民的 <b>態度友善且好客</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
4. 參與行程可以 <b>實際體驗漁村文化</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
5. <b>先民所展現的智慧</b> （如石滬漁法），令人欽佩。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
6. 參與行程令我對 <b>澎湖漁村建築的保存狀況</b> ，感到珍惜。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
7. 參與行程可以瞭解 <b>漁村的風俗民情</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
8. 參與行程是 <b>物超所值</b> 的旅遊。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
9. 澎湖的休閒漁業擁有 <b>豐富且未受破壞/干擾的生態環境資源</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
10.澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳統漁作等 <b>多樣化的休閒漁業環境</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
11. <b>設施與天然的景點/景觀</b> 相互融合。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
12.澎湖的海洋資源， <b>存在一些特有種的海洋生物</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
13.具有 <b>當地特色</b> 的漁村建築。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
14.澎湖的漁村建築風格反映了 <b>順應環境及生活文化的特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
15.澎湖的休閒漁業富有 <b>歷史性且具有先民智慧傳承的特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
16.澎湖的休閒漁業環境具有 <b>傳統的漁村特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
17.行程具備 <b>多樣化的活動遊程</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
18.行程有 <b>夜間的海洋產業體驗活動</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
19.澎湖的商店具有 <b>融合自然和地方休閒漁業的特性</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
20.澎湖的休閒漁業環境，有完善(備) <b>路標設置和資訊設備</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
21.澎湖休閒漁業的 <b>旅遊資訊</b> 取得很容易。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
22.旅遊景點 <b>基礎設施</b> 很完善。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
23.在用餐地點得到 <b>良好的接待</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
24.在購物地點得到 <b>良好的服務</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
25.注重 <b>服務態度與品質</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

	項目重視度						項目認同度				
	非常 不重 要	不 重 要	普 通	重 要	非常 重 要		非常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非常 同 意
下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒 漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您 對該行程之相關意象的重視度與認同度。											
26.可以發現具有 <b>當地特色的手工藝品和 傳統美食</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
27.澎湖的休閒漁業旅遊不會 <b>擁擠吵雜</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
28.環境是乾淨衛生且經過 <b>精心規劃</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
29.可以感受到 <b>當地特色民情</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
30.提供 <b>安全、舒適</b> 的休閒漁業旅遊環境。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
31.澎湖的休閒漁業環境 <b>空氣新鮮且整潔</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
32.本行程有 <b>適合孩童玩樂</b> 的相關活動。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

### 個人背景變項(此部份皆為單選題)

- 性別： 男  女
- 婚姻狀況： 已婚  未婚  其它\_\_\_\_\_
- 年齡： 18~25歲  26~35歲  36~45歲  46~55歲  56歲及以上
- 職業： 學生  軍公教  農林漁牧  商  工  
 自由業  退休人員  其他\_\_\_\_\_
- 月收入： 20000元以內  20001~40000元  40001~60000元  
 60001~80000元  80001元以上
- 教育程度： 國中以下  國中  高中(職)  大專  研究所及以上
- 居住地： 北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)  
 中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)  南部(嘉義、台南、高雄、屏東)  
 離島(澎湖、金門、馬祖)  東部(花蓮、台東)  
 大陸地區  其他國或地區\_\_\_\_\_
- 旅遊花費： 4000元以內  4001~5500元  5501~7000元  
 7001~8500元  8501~10000元  10000元以上  
 免費(未含往返澎湖的機票及船票)
- 交通工具： 飛機  船  兩者皆有
- 旅遊類型： 套裝行程  招待旅遊  自由行  半自助(住宿含交通)  
 背包客  其它\_\_\_\_\_

請翻下一頁繼續作答，謝謝！

11.旅遊資訊來源： 親友       報章雜誌       電子媒體       廣告傳單  
 旅遊業者       網路       其它\_\_\_\_\_

12.旅遊天數： 二天       三天       四天       五天  
 六天       七天以上

13.曾到澎湖旅遊的次數： 第一次       二次       三次       四次       五次以上

**本問卷到此結束，謝謝您的支持與協助！**

## 附錄六 正式問卷

親愛的遊客，您好！

首先感謝您願意填寫這份問卷（共三頁）。此問卷的目的在於瞭解您對澎湖休閒漁業的態度與看法，及對構成澎湖休閒漁業意象之相關項目的重要程度。您的回答並沒有所謂的對與錯，敬請放心填答！您的意見對我們而言非常寶貴，作答結果僅供學術研究之用，絕對保密。再次感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康 萬事如意

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：陳寬裕 博士

研究生：高子怡 敬上

### ※問卷作答方式：

本問卷並沒有標準答案，請由選項中勾選出最能代表您心中想法的答案。

◎範例：若題目為「到澎湖旅遊**花費**不多」，

對於這樣的說法，如果您覺得「花費」這件事對您而言「非常重要」：

則您應該在「項目重視度」欄中的「非常重要」項做勾選，如下表①處所示。

同時，實際上，如果您卻「不同意」，「到澎湖旅遊花費不多」的說法時：

則您應該在「項目認同度」欄中的「不同意」項做勾選，如下表②處所示。

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要 ①		非 常 不 同 意	不 同 意 ②	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 到澎湖旅遊 <b>花費</b> 不多。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 請描述您對澎湖休閒漁業相關問題的重視程度與認同程度：

	項目重視度					※	項目認同度				
	非常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要		非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您對該行程之相關意象的重視度與認同度。						※					
1. 參與行程令我對澎湖漁村建築的保存狀況，感到珍惜。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

下列問項主要在探究當您參與澎湖休閒 漁業旅遊行程時（以下簡稱「行程」），您 對該行程之相關意象的重視度與認同度。	項目重視度						項目認同度				
	非常 不重 要	不 重 要	普 通	重 要	非常 重 要		非常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非常 同 意
2. 參與行程可以瞭解 <b>漁村的風俗民情</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
3. 參與行程是 <b>物超所值</b> 的旅遊。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
4. 澎湖的休閒漁業擁有 <b>豐富且未受破壞/ 干擾的生態環境資源</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
5. 澎湖具有海洋資源豐富、海岸線長與傳 統漁作等多樣化的休閒漁業環境。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
6. <b>設施與天然的景點/景觀</b> 相互融合。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
7. 澎湖的海洋資源， <b>存在一些特有種的海 洋生物</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
8. 具有 <b>當地特色</b> 的漁村建築。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
9. 澎湖的漁村建築風格反映了 <b>順應環境 及生活文化的特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
10. 澎湖的休閒漁業富有 <b>歷史性且具有先 民智慧傳承的特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
11. 澎湖的休閒漁業環境具有 <b>傳統的漁村 特色</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
12. 澎湖的商店具有 <b>融合自然和地方休閒 漁業的特性</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
13. 澎湖的休閒漁業環境，有完善(備) <b>路標 設置和資訊設備</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
14. 澎湖休閒漁業的 <b>旅遊資訊</b> 取得很容易。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
15. 旅遊景點 <b>基礎設施</b> 很完善。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
16. 在用餐地點得到 <b>良好的接待</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
17. 在購物地點得到 <b>良好的服務</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
18. 注重 <b>服務態度與品質</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
19. 澎湖的休閒漁業旅遊不會 <b>擁擠吵雜</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
20. 環境是乾淨衛生且經過 <b>精心規劃</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
21. 可以感受到 <b>當地特色民情</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
22. 提供 <b>安全、舒適</b> 的休閒漁業旅遊環境。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
23. 澎湖的休閒漁業環境 <b>空氣新鮮且整潔</b> 。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								
24. 本行程有 <b>適合孩童玩樂</b> 的相關活動。	<input type="checkbox"/>	※	<input type="checkbox"/>								

請翻下一頁繼續作答，謝謝！

### 個人背景變項(此部份皆為單選題)

1. 性別： 男  女
2. 婚姻狀況： 已婚  未婚  其它\_\_\_\_\_
3. 年齡： 18~25歲  26~35歲  36~45歲  46~55歲  56歲及以上
4. 職業： 學生  軍公教  農林漁牧  商  工  
 自由業  退休人員  其他\_\_\_\_\_
5. 月收入： 20000元以內  20001~40000元  40001~60000元  
 60001~80000元  80001元以上
6. 教育程度： 國中以下  國中  高中(職)  大專  研究所及以上
7. 居住地： 北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)  
 中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)  南部(嘉義、台南、高雄、屏東)  
 離島(澎湖、金門、馬祖)  東部(花蓮、台東)  
 大陸地區  其他國或地區\_\_\_\_\_
8. 旅遊花費： 4000元以內  4001~5500元  5501~7000元  
 7001~8500元  8501~10000元  10000元以上  
 免費(未含往返澎湖的機票及船票)
9. 交通工具： 飛機  船  兩者皆有
10. 旅遊類型： 套裝行程  招待旅遊  自由行  半自助(住宿含交通)  
 背包客  其它\_\_\_\_\_
11. 旅遊資訊來源： 親友  報章雜誌  電子媒體  廣告傳單  
 旅遊業者  網路  其它\_\_\_\_\_
12. 旅遊天數： 二天  三天  四天  五天  
 六天  七天以上
13. 曾到澎湖旅遊的次數： 第一次  二次  三次  四次  五次以上

**本問卷到此結束，謝謝您的支持與協助！**