

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM

MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

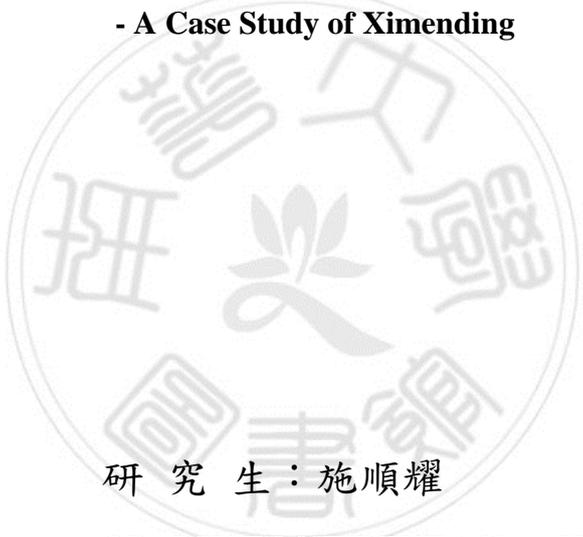
NANHUA UNIVERSITY

大眾捷運系統與旅遊景點之探討-

以西門町為例

A Study of Relationship between MRT System and Tourist Destinations

- A Case Study of Ximending



研究生：施順耀

GRADUATE STUDENT : Shun-Yao Shih

指導教授：莊鎧溫 博士

ADVISOR : Kai-Wayne Chuang Ph. D.

中 華 民 國 1 0 5 年 6 月

南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

大眾捷運系統與旅遊景點之探討

-以西門町為例

研究生：施順耀

經考試合格特此證明

口試委員：易石
丁誌敏
吳銘浩

指導教授：吳銘浩

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 105 年 5 月 25 日

謝誌

剛過了端午，我終於完成了論文，驀然回首，課堂的辯思與研究歷歷在目．．感謝丁誌紋所長苦心栽培，領銜行政院 921 震災重建委員會委員李謀監老師、生態旅遊大師許澤宇老師、策略行銷大師于健老師與論文指導莊鎧溫老師等等師資陣容，雕琢我的學術涵養，開啟我的旅遊視野。

學不孤，有十芳鄰。感謝龍基立英輝美樸頤伸江同學們的互相惕勵與鼓舞，讓我在碩士修習學涯過程得以一氣呵成、順利完成。

當然，華麗作品的背後必有堅定支持者的陪伴，蘿絲、羅賓與布魯斯，我愛你們。

施順耀 謹識

中華民國 105 年 6 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
104學年度第2學期碩士論文摘要

論文題目：大眾捷運系統與旅遊景點之探討-以西門町為例

研究生：施順耀

指導教授：莊鎧溫 博士

論文摘要內容：

便利的交通是影響遊客到景點遊憩的重要因素，2015年台北捷運平均每日載客數突破200萬人次，提供大台北地區國人參與商務會議、美食購物、通勤、旅遊等功能。本研究旨在探討便捷舒適的大眾捷運系統與魅力誘人的旅遊景點如何吸引遊客探訪。採問卷調查法收集有效樣本共383份，經實證研究發現：(1)旅遊動機對旅遊態度有正向顯著的影響。(2)旅遊動機對旅遊知覺行為控制有正向顯著的影響。(3)旅遊態度對旅遊行為意圖有正向顯著的影響。(4)旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖有正向顯著的影響。(5)旅遊態度對於旅遊動機與旅遊行為意圖之間存在部分中介效果。(6)旅遊知覺行為控制對於旅遊動機與旅遊行為意圖之間存在部分中介效果。

關鍵詞：旅遊動機、態度、知覺行為控制、行為意圖

Title of Thesis : A Study of Relationship between MRT System and Tourist Destinations - A Case Study of Ximending

Name of Institute : Master Program of Tourism Management, Department of Tourism Management , Nan Hua University

Graduate Date : June 2016

Degree Conferred : M. B. A

Name of Student : Shun-Yao Shih

Advisor : Kai-Wayne Chuang Ph. D.

Abstract

Convenient transportation is important for affecting the willingness of tourists to visit tourist destinations , the average daily number reached 200 million persons according to the "Operation of Taipei Rapid Transit System" report of 2015 , provides greater Taipei area people involved in business meetings , food , shopping , commuting and tourism.

Investigates the relationship between The Mass Rapid Transit System and tourists' destination preferences. In January 2016. Of 383 useful questionnaires are analyzed from Ximending travellers , empirical studies have found four significant effect: (1) The Tourism Motives has a significant positive effect on the Attitude .(2) The Tourism Motives has a significant positive effect on the Perceived Behavioral Control .(3) The Attitude has a significant positive effect on the Behavioral Intention .(4) The Perceived Behavioral Control has a significant positive effect on the Behavioral Intention .(5) The Attitude has a mediation effect between the Tourism Motives and the Behavioral Intention. (6) The Perceived Behavioral Control has a mediation effect between the Tourism Motives and the Behavioral Intention.

Key words : Tourism Motives 、 Attitude 、 Perceived Behavioral Control 、 Behavioral Intention

目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目錄.....	iii
表目錄.....	vi
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究流程.....	3
1.4 研究限制.....	4
第二章 文獻探討.....	5
2.1 名詞釋義.....	5
2.1.1 旅遊 (Tourism)	5
2.1.2 遊客 (Tourist)	5
2.1.3 目的地 (Destination)、景點(Attractions)	5
2.2 大眾捷運系統.....	7
2.2.1 大眾捷運系統之定義	7
2.2.2 大眾捷運系統之角色	7
2.2.3 台北捷運系統簡介	7
2.2.4 台北捷運系統之可靠度記錄	9
2.3 西門町文化簡介.....	10
2.3.1 西門紅樓.....	11
2.3.2 臺北市電影主題公園、電影街	11
2.3.3 美國街.....	12
2.3.4 西門徒步區.....	12
2.3.5 萬年商業大樓.....	12

2.4	旅遊動機.....	13
2.5	計畫行為理論.....	16
2.6	態度.....	18
2.7	知覺行為控制.....	18
2.8	行為意圖.....	18
2.9	各變項之相關.....	19
2.9.1	動機與態度之相關研究.....	19
2.9.2	動機與知覺行為控制之相關研究.....	20
2.9.3	態度與行為意圖之相關研究.....	21
2.9.4	知覺行為控制與行為意圖之相關研究.....	22
第三章	研究設計.....	23
3.1	研究架構.....	23
3.2	研究假說.....	24
3.3	問卷設計.....	24
3.3.1	問卷設計.....	24
3.3.2	研究對象與抽樣.....	29
3.4	資料分析方法.....	31
3.4.1	敘述性統計分析.....	31
3.4.2	信度分析.....	31
3.4.3	因素分析.....	31
3.4.4	獨立樣本 T 檢定.....	32
3.4.5	單因子變異數分析.....	32
3.4.6	Pearson 相關分析.....	32
3.4.7	迴歸分析.....	32
第四章	實證結果分析與討論.....	33
4.1	樣本結構敘述性統計分析.....	33
4.2	各衡量構面敘述性統計分析.....	35
4.2.1	旅遊動機之敘述性統計分析.....	36
4.2.2	旅遊態度之敘述性統計分析.....	37

4.2.3 旅遊知覺行為控制之敘述性統計分析	38
4.2.4 旅遊行為意圖之敘述性統計分析	39
4.3 信度檢定與因素分析.....	40
4.3.1 信度分析.....	40
4.3.2 KMO 和 Bartlett's 球形檢定	41
4.3.3 因素分析.....	42
4.4 人口統計變項對各衡量構面之差異性分析	47
4.4.1 性別與婚姻狀況對各衡量構面之差異性分析	47
4.4.2 年齡、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入 對各衡量構面之差異性分析	49
4.5 PEARSON 相關分析	53
4.6 迴歸分析.....	55
4.6.1 迴歸分析.....	55
4.6.2 多元迴歸分析.....	58
4.6.3 中介驗證.....	63
4.7 假說檢定與綜合討論.....	66
第五章 結論與建議.....	68
5.1 研究結論.....	68
5.2 研究建議.....	70
參考文獻.....	72
附錄 研究問卷.....	77

表目錄

表 2.1 旅遊景點分類.....	6
表 2.2 旅遊動機之推力因素表.....	14
表 2.3 旅遊動機之拉力因素表.....	15
表 2.4 動機與態度之相關文獻.....	19
表 2.5 動機與知覺行為控制之相關文獻.....	20
表 2.6 應用計畫行為理論研究探討態度與行為意圖之相關文獻.....	21
表 2.7 應用計畫行為理論研究探討知覺行為控制與行為意圖之相關文獻.....	22
表 3.1 旅遊動機構面各題項.....	25
表 3.2 旅遊態度構面各題項.....	26
表 3.3 旅遊知覺行為控制構面各題項.....	27
表 3.4 旅遊行為意圖構面各題項.....	28
表 3.5 Cronbach's α 信度係數解讀表.....	29
表 3.6 KMO 決策係數解讀表.....	30
表 4.1 樣本結構敘述性統計輪廓.....	34
表 4.2 各衡量構面敘述性統計.....	35
表 4.3 旅遊動機之敘述性統計分析.....	36
表 4.4 旅遊態度之敘述性統計分析.....	37
表 4.5 旅遊知覺行為控制之敘述性統計分析.....	38
表 4.6 旅遊行為意圖之敘述性統計分析.....	39
表 4.7 各衡量構面之信度分析.....	40
表 4.8 各衡量構面 KMO 值與 Bartlett's 球形檢定結果.....	41
表 4.9 旅遊動機之因素分析.....	43
表 4.10 旅遊態度之因素分析.....	44
表 4.11 旅遊知覺行為控制之因素分析.....	45
表 4.12 旅遊行為意圖之因素分析.....	46

表 4.13 性別與婚姻狀況之差異性分析.....	47
表 4.14 性別對旅遊態度問項之獨立樣本檢定分析.....	48
表 4.15 年齡、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之差異性分析.....	50
表 4.16 「教育程度」對旅遊知覺行為控制問項之獨立樣本檢定分析	51
表 4.17 「近一年的旅遊天數」對旅遊知覺行為控制問項之獨立樣本檢定分析.....	52
表 4.18 各衡量構面之相關分析.....	53
表 4.19 各衡量構面因素之相關分析.....	54
表 4.20 各衡量構面之迴歸分析.....	57
表 4.21 旅遊動機對旅遊態度「行為信念」之多元迴歸分析.....	58
表 4.22 旅遊動機對旅遊態度「結果評價」之多元迴歸分析.....	59
表 4.23 旅遊動機對旅遊知覺行為控制「自我效能」之多元迴歸分析.....	59
表 4.24 旅遊動機對旅遊知覺行為控制「便利條件」之多元迴歸分析.....	60
表 4.25 旅遊態度對旅遊行為意圖之多元迴歸分析.....	61
表 4.26 旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之多元迴歸分析.....	61
表 4.27 旅遊態度之中介效果.....	64
表 4.28 旅遊知覺行為控制之中介效果.....	65
表 4.29 研究發現彙整表.....	66

圖目錄

圖 1.1 本研究流程圖	3
圖 2.1 台北捷運路網圖	8
圖 2.2 西門町	11
圖 2.3 計畫行為理論	16
圖 3.1 研究架構圖	23
圖 4.1 各衡量構面因素之關係圖	62



第一章 緒論

本研究意在探討遊客搭乘大眾捷運系統到旅遊景點旅遊的動機及態度、知覺行為控制對行為意圖之影響。

本章旨在說明本研究的基本概念與架構，全章共分為四節：第一節研究背景與動機；第二節研究目的；第三節研究流程；第四節研究限制。

1.1 研究背景與動機

旅遊景點的魅力是遊客選擇旅遊去處的主要吸引力，政府於 2016 年觀光政策提出深化「Time for Taiwan 旅行臺灣 就是現在」的行銷主軸，希冀打造臺灣成為處處皆可觀光的觀光大國。而交通的便利性亦是影響遊客至旅遊景點遊憩意願的重要因素，依據台北捷運載客數統計資料顯示平均每日已達 200 萬人次(台北市政府交通局，2015 年 12 月 30 日)，提供大台北地區國人參與商務會議、美食購物、修學、度假的優質運具選擇。

根據臺北市政府觀光傳播局(2014)引述 Euromonitor 國際市調公司全球前 100 名旅遊目的地城市報告，臺北領先東京、上海等城市，排名第 18 名的佳績。全球知名發卡公司萬事達卡 2015 全球最佳旅遊城市調查顯示，台北躋身全球排名第 16 位，為全球第七大迅速成長的城市。來台遊客遊覽的臺北市熱門景點中以故宮博物院最獲喜愛，其次依序為臺北 101、西門町(臺北市政府觀光傳播局，2015)，其中西門町躍居外國背包客來台北詢問度最高的景點(中華民國國際青年之家協會，2013)、全台第一商圈(蘋果日報，2015)，是觀光客必遊景點。

但，是何理由讓遊客願意出遊？哪種熱門景點會影響遊客選擇旅遊目的地？遊客旅遊動機、交通與旅遊景點三者間的關係鮮少有脈絡模式分析探討，因此成為本研究的主要探討動機。

1.2 研究目的

本研究動機，藉由擁有便利的大眾捷運系統吸引遊客展現的動機取向，探討遊客選擇旅遊景點的態度與知覺行為控制、到達旅遊景點的行為及意向，期能創造更有利的旅遊環境。

本研究預期達到之目的如下：

1. 遊客使用台北捷運前往旅遊景點現況。
2. 西門町旅遊景點吸引遊客現況。
3. 探討遊客的社經背景對搭乘台北捷運到西門町旅遊的旅遊動機、態度、知覺行為控制與行為意圖等衡量構面之間的差異性。
4. 探討遊客搭乘台北捷運到西門町旅遊的旅遊動機、態度、知覺行為控制與行為意圖等衡量構面之間的影响性。
5. 獲得遊客旅遊動機的陳述。



1.3 研究流程

本研究首重確立研究動機與目的，經由相關文獻蒐集與整理，再與指導教授進行研究設計並建立研究架構，透過問卷調查後，將蒐集的資料予以彙整、進行假說驗證及分析，最後提出結論與建議。茲將上述之研究流程以圖 1.1 表示：

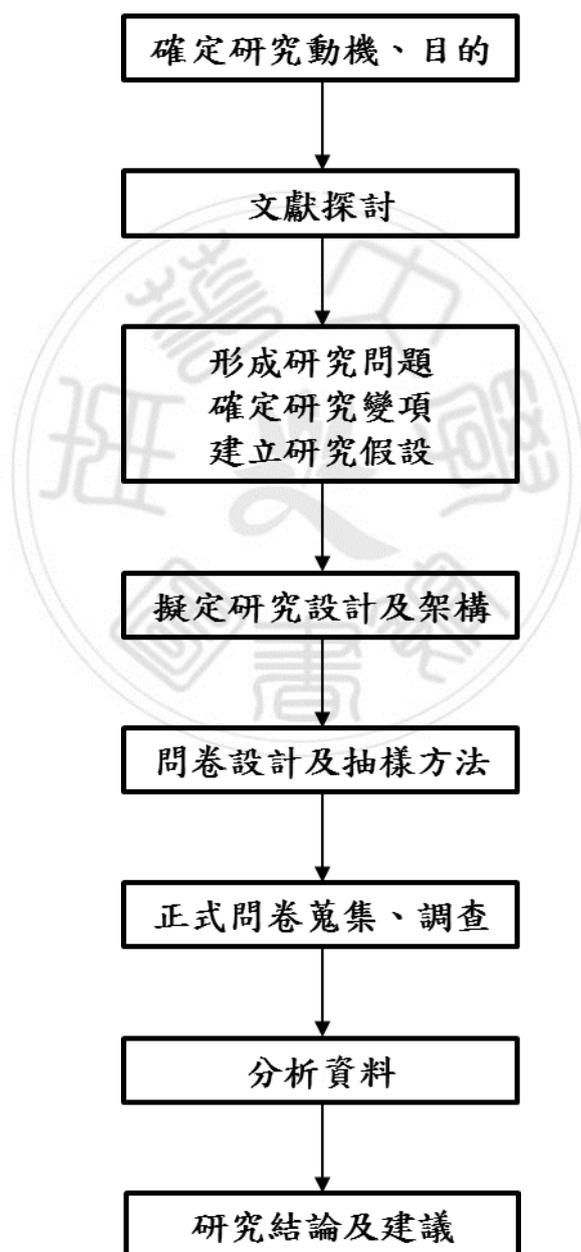


圖 1.1 本研究流程圖

1.4 研究限制

本研究係以曾經搭乘台北捷運到西門町旅遊的遊客為研究對象，但由於受限人力、物力與時間，無法進行長期一貫的研究訪查。且西門町旅遊景點的魅力風情萬種，要包羅萬象蒐集各方樣本誠屬顧此失彼，因此 2016 年 1 月一個月的問卷蒐集除了巧遇異常氣候 11 年最冷的「霸王寒流」耽誤許多時日，亦變通利用 Google 自編電子問卷、QR code 的環保問卷向周遭曾經搭乘台北捷運到西門町旅遊的親友作訪查，其意涵亦可發掘、彌補收卷的 1 個月期間無法前往的樣本，然此橫斷性的問卷蒐集，其研究結果推論至因果關係必然有其限制。



第二章 文獻探討

本章係根據研究動機與目的，針對台北捷運、西門町、旅遊動機的推拉理論、計畫行為理論的態度及知覺行為控制以預測其行為意圖等國內外相關理論架構與文獻加以整理，逐一進行探討。

2.1 名詞釋義

本節係針對研究目的與調查機制，將旅遊、遊客、目的地與景點等重要名詞定義界定如下：

2.1.1 旅遊 (Tourism)

Goeldner et al. (2008) 指出 WTO(World Tourism Organization)對旅遊的定義是人們為了休閒、商務和其他目的，前往並停留在其慣常環境以外的地方，連續而不超過一年的活動。Cooper et al. (1993)定義國內旅遊是指人們利用假期，短暫休息並且在自己的國家一日遊。

本研究因應周休二日的社會氛圍，統稱“旅遊”為離開平日生活圈，前往及逗留在異鄉從事休閒、商務和特定目的之活動。

2.1.2 遊客 (Tourist)

Goeldner et al.(2008)將旅行者區分成二類，分別為(一)訪客(Visitors): 停留在造訪的目的地不到二十四小時；(二)遊客(Tourist): 停留在造訪的國家至少二十四小時。

本研究因應台灣地狹的旅遊環境與民情習慣，將旅行者泛稱為“遊客”。

2.1.3 目的地 (Destination)、景點(Attractions)

Goeldner et al. (2008) 將旅遊景點解釋為遊客選擇目的地出遊的理由或動機，是旅遊系統中最重要的一部分。目的地有多樣的景點，能吸引遊客對交通、住宿、餐飲等旅遊服務的需求。相關之旅遊景點分類如表 2.1 所示。

表 2.1 旅遊景點分類

景點分類(Attractions)	景點概貌
文化景點 (Cultural Attractions)	歷史遺址、考古遺址、建築、美食料理、紀念碑、 工業遺址、博物館、少數族裔、音樂廳、歌劇院
自然景點 (Natural Attractions)	自然風景、海景、公園、山岳、植物、動物、海岸、 島嶼
活動 (Events)	大型活動、社區活動、節慶活動、宗教活動、體育活動、 貿易展覽活動、企業活動
遊藝 (Recreation)	觀光、高爾夫球、游泳、網球、健行、自行車運動、 雪地活動
娛樂景點 (Entertainment Attractions)	主題公園、遊樂園、賭場、電影院、購物中心、 藝術表演中心、複合式競技場

資料來源：Goeldner et al.(2008) Figure 8.2、本研究整理



2.2 大眾捷運系統

2.2.1 大眾捷運系統之定義

大眾捷運法(2013)定義：「大眾捷運系統，指利用地面、地下或高架設施，使用專用動力車輛，行駛於導引之路線，並以密集班次、大量快速輸送都市及鄰近地區遊客之公共運輸系統」。

2.2.2 大眾捷運系統之角色

張有恆(1994)歸納大眾捷運系統在都會區中扮演的五類角色：

1. 大眾捷運系統乃是都會區大眾運輸系統之主要骨幹。
2. 大眾捷運系統以擔任中短途之遊客運輸為主。
3. 大眾捷運系統可協助解決都市交通擁擠問題。
4. 大眾捷運系統可負起促進地區開發與繁榮的角色。
5. 大眾捷運系統的引進，可提高都市形象。

2.2.3 台北捷運系統簡介

依據臺北大眾捷運股份有限公司(2016)統計 2015 年度五條通車路線載運總量達 7.175 億人次，營運車站共計 117 個(西門站、中正紀念堂站、古亭站及東門站等 4 個轉乘站於不同路線共用站體計為 1 站，其餘轉乘站計為 2 站)，如圖 2.1，路網長度為 131.1 營運公里、136.6 建設公里。依各地區運輸量之不同採用兩種不同系統：

1. 文湖線：每列車由兩對車組成，每對車有 2 個車廂，共計 4 個車廂，最大時速每小時 80 公里。龐巴迪列車，每列車約可載運 424 人；馬特拉列車，每列車約可載運 464 人（以每平方公尺站立 6 人估算），車廂地板與月臺同高，便利遊客及身心障礙者進出。由行控中心進行全程控制，採電腦全自動無人駕駛方式運行，且有自趨安全性設計以保障遊客安全，必要時也可採用人工方式駕駛。

2. 淡水信義線、松山新店線、中和新蘆線及板南線：每列車由 2 組配對，每組 3 輛，共計 6 輛車組成，最大時速每小時 80 公里。每列車約可載運 1,936 人（座位 352 人、立位 1,584 人，以每平方公尺站立 6 人估算），車廂地板與月臺同高，便利遊客及身心障礙者進出。由司機員配合號誌全程引導列車行進，列車之運轉完全受控制中心之監控，且有自趨安全性設計以保障遊客安全。



圖 2.1 台北捷運路網圖
(臺北大眾捷運股份有限公司，2016 年 4 月)

2.2.4 台北捷運系統之可靠度記錄

臺北捷運公司在 2002 年加入 Nova 軌道運輸標竿聯盟(全世界每年運量 5 億旅客旅次以下之地鐵/捷運系統的交流平台)後，因績效表現傑出及 2010 年運量已達 5 億人次以上，自 2011 年 9 月晉升為 CoMET 軌道運輸標竿聯盟(全世界每年運量 5 億旅客旅次以上之地鐵/捷運系統組織聯盟，如紐約地鐵、倫敦地鐵等)會員，與世界上大型捷運系統之會員直接交換營運管理經驗，並與 Nova 組織共用資訊平台，持續與全世界最主要捷運系統進行國際交流及標竿學習，獲取寶貴實務經驗。依據台北捷運於 2008 年 12 月施政報告指出，捷運系統營運之可靠度重要績效指標「每發生一次延誤 5 分鐘以上事件之平均行駛車廂公里數」(簡稱 MKBF，此一數值愈高代表營運可靠度愈佳)，依 Nova/CoMET 秘書單位 RTSC 在 2008 年 6 月 13 日訊息顯示，臺北捷運系統可靠度從 2004 至 2007 年連續 4 年在 Nova 及 CoMET 所有系統會員中排名第一。顯示台北捷運在穩定度及可靠度方面，都是全球最佳的地鐵系統之一。

2.3 西門町文化簡介

景點是遊客選擇一個目的地的主要理由或動機，為旅遊目的地最重要的元素。根據交通部觀光局及西門徒步區街區發展促進會(2016)的資料，簡介如下：

「西門町」範圍涵蓋東方「中華路」、西方「康定路」、南方「成都路」以及北方「漢口街」之間的區域，如圖 2.2。地名源自於日治時代，當時的居民多居住於臺北城內，而西門區域是他們主要的休憩場所。1896 年於此區域誕生了台灣第一家戲院「東京亭」，1922 年西門區域正式以「西門町」為名。

西門町早期以電影院為最主要的商業活動，大多分佈於峨嵋街、成都路與西寧南路上，因此成為西門町的發展中心。1949 年國民政府遷台後，大量資金蜂湧而至，百貨業及其他娛樂場所相繼出現。至中華商場完工後，西門町的地位儼然是全台最大的商業娛樂中心。

民國 80 年代，臺北的商業娛樂活動逐漸轉移東區，再加上中華商場的拆除與道路整頓，西門町沉寂好一陣子，直到民國 80 年捷運板南線通車，在臺北市政府的規劃之下，將西門町的所有店面、街區座椅汰舊換新、改善夜間街區的燈光照明及廣邀藝文表演團體進行展演活動後，搖身一變成為臺北的香榭大道。每到週末假日，人群聚集在此從事文藝或運動、音樂表演等的活動，再度把商機與人潮又拉回了西區。

今日的西門町不但見證了歷史，更是新一代流行文化的領導者，直令懷舊者駐足在此回味往事、年輕新潮者於斯打扮爭奇鬥豔，充分包容不同的生活型態在此交流，更滿足了不同需要的族群流連忘返。



圖 2.2 西門町
(西門徒步區街區發展促進會，2016 年 4 月)

2.3.1 西門紅樓

自 1908 年興築完成迄今已屹立百年，原為台灣第一座官方興建的公營市場，也是目前所保存最古老完整的三級古蹟市場建築物。由當時任職台灣總督府營繕課、擅長西洋建築風格的日籍建築師近藤十郎設計。年輕大膽的創意以「八卦造型」取其八方雲集之意作為市場入口、「十字架造型」作為市場主體的特色，不僅是空前絕後，更是東、西建築史上的首例。今日眾人所稱的八角樓和十字樓與緊鄰兩旁的南北廣場統稱為「西門紅樓」。(交通部觀光局，2016)

2.3.2 臺北市電影主題公園、電影街

西門町從日據時代便是臺北人的休憩娛樂中心。電影產業最興盛的時候，武昌街二段的街區附近，一共有超過七家電影院，造就了電影街

名號。

2.3.3 美國街

昆明街 96 巷一帶是從前稱為二手街的美國街，歷經西門徒步區擴大計畫的改造，融合美國大熔爐文化精神，匯聚臺灣與世界各國多元的潮流風格，使西門町成為臺北市年輕人流行的指標。

2.3.4 西門徒步區

1998 年，臺北市政府推動「臺北市西門徒步區整體環境更新改善計畫」，力求以「人」的舒適度為環境建設的目標，因此更新所有鋪面、座椅，打造時尚感的夜間景觀照明，建置徒步區商圈的網路軟體措施、制定徒步區自治管理經營法規機制等等，希望將西門町轉型為臺北市重要的商圈；2002 年，與在地店家組成「社團法人臺北市西門徒步區街區發展促進會」，期望更進一步推動西門町成為國際觀光商圈。西門徒步區的範圍包含漢中街、峨嵋街、武昌街二段一帶，週遭有許多知名的美食小吃，諸如阿宗麵線、美觀園食堂、大車輪火車壽司，而其鄰近區域包括中華路上的鴨肉扁等，也是不可錯過的好滋味。

2.3.5 萬年商業大樓

西門町現在被稱為台北的「原宿」，除了有日文雜誌專賣店外，各種日本的書籍、唱片、服飾等，幾乎都同步流行，是所謂「哈日族」的天堂。除了獨立的街邊商店之外，這類商店也特別集中於區域內幾棟專門的集合商業建築裡面，其中較著名的包括有老字號的萬年商業大樓、獅子林廣場，乃至於較後期的萬國百貨與誠品 116 等等。

2.4 旅遊動機

Deci & Ryan (1985, 1991) 提出自我決定理論。解釋人們的動機會依照自我決定程度的高低而有不同的意願或行動，依序為內在動機、外在動機以及無動機。內在動機是指誘發個人自由從事特定活動時，內心將獲得有趣、快樂、意義的原因與偏好，是自我決定行為；外在動機是指行為的發生為受到外部吸引力或價值的影響，例如比賽展現實力或獲得獎賞，是反映外部控制力。而 Iso-Ahola(1982)認為旅遊動機是一種影響個人行為的內在驅力，藉由逃離(Escaping)例行公事、個人煩惱、困難、人際關係壓力的環境或追尋(Seeking)挑戰、探索、自我決定、勝任感的心理需求，以驅使遊客參加旅遊活動而得到滿足。

綜觀動機理論的研究，已細化地進行內在動機和外在動機分析。針對旅遊研究領域探討，遊客會優先到訪有趣及熱門的旅遊景點，可能是遊客選擇到某一目的地的主要動機，推拉(Push and Pull)理論提供一個有效的方法。Dann (1977)認為個人發生外出度假的行為，其動機是逃離日常瑣事、隔離平時熟悉事物的感覺、擺脫社會規範與遠離人際關係束縛。簡單的解釋概念：驅使遊客離家進行旅遊的內在動機稱謂推力因素(Push Factors)、驅使遊客旅遊朝向旅遊景點的外在動機稱謂拉力因素(Pull Factors)。

Heung, Uysal & Weaver (1995) 確定遊憩動機之推、拉因素，歸類推力因素為「增廣見聞」、「增進親子關係」、「好奇冒險」、「娛樂、聲譽」、「運動」及「暫離工作場所」；拉力因素為「歷史、文化」、「運動、活動」、「安全」、「自然、戶外活動」及「預算」。

Mohammad et al.(2010) 針對到約旦旅遊的外籍遊客進旅遊動機研究，歸類出八個推力因素為「履行威信」、「增強關係」、「尋求放鬆」、「加強社會圈」、「實現多樣化的觀光夢想」、「滿足精神需求」、「從日常逃脫」及「獲取知識」；八個拉力因素為「事件與活動」、「容易獲得和負擔得起的」、「歷史文化」、「尋求當地多樣的特色」、「冒險」、「自然資源」、「遺產」和「多樣化的觀光景點」。

Malghamdi(2007) 針對在阿拉伯出境前往中東巴林(Bahrain)、法國(France)、埃及(Egypt)旅遊的遊客進行顯性和隱性旅遊動機研究，在這項研究中確定了七個推力因素與四個拉力因素的明確動機，歸類出顯性動機的推力因素(內在的慾望)為「逃離」、「威望、聲譽」、「社會和體育」、「經驗和興奮」、「享受自然資源」、「知識」及「放鬆」；拉力因素(旅

遊景點的屬性)為「花費、支出」、「戶外活動」、「自然/歷史」及「天氣和環境」。其推拉細項的動機項目整理，如表 2.2 與 2.3 所示。

表 2.2 旅遊動機之推力因素表

Push factors	推力因素
Factor 1: Escape	因素 1：逃避
Getting away from the demands of home	逃避家庭的瑣事束縛
Having a change from a demanding job	釋放工作壓力
Escaping from everyday life	擺脫單調沉悶的日常生活方式
Relieving boredom	緩解無聊
Having fun, being entertained	想要出去玩
Factor 2: Prestige	因素 2：聲譽
Visiting places my friends have not been	參觀朋友們不曾去過的地方
Visiting places my family is originally from	參觀一個我家人或朋友都喜歡的地方
Going to places my friends want to go	我朋友希望去的地方
Talking about the trip after returning home	返家後可以分享旅遊經驗
Factor 3: Social and Sport	因素 3：社會和體育
Visiting friends and relatives	拜訪親朋好友
The family can be together	想要與親友一同旅遊
Meeting people with similar interests	與志趣相投的人相處
Watching sports events	觀看體育賽事
Participating in sport	參與體育運動
Factor 4: Experience and Excitement	因素 4：經驗和興奮
Meeting new people	有機會認識新的朋友
Trying new food	嘗試新的美食
Finding thrills or excitement	尋找刺激和興奮感
Being daring and adventurous	嘗試大膽作為與冒險
Factor 5: Enjoying Natural Resources	因素 5：享受自然資源
Enjoying the cool weather	享受涼爽的天氣
Visiting national parks/ forests	參觀國家公園/森林
Enjoying rural countryside	享受鄉村田園

表2.2 旅遊動機之推力因素表(續)

Factor 6: Knowledge	因素 6：知識
Seeing and experiencing a foreign destination	增廣對國外旅遊目的地見聞
Learning new things or increasing knowledge	學習新的東西或增加知識
Factor 7: Relaxation	因素 7：放鬆
Doing nothing at all	無所事事

資料來源：Malghamdi(2007)、本研究整理

表 2.3 旅遊動機之拉力因素表

Pull factors	拉力因素
Factor 1: Expenditure	因素 1：支出
Cost of trip	行程費用
Accommodation budget	住宿預算
Cost of tourist goods and services	旅遊商品與服務的支出
Cost of public transportation	公共交通的成本
Factor 2: Outdoor Activities	因素 2：戶外活動
Outdoor activities are available	戶外活動
Availability of campgrounds and trailer parks	擁有露營地和露營拖車公園
Availability of activities for the entire family	可安排家族活動
Sports attractions	體育旅遊景點
Factor 3: Natural /Historica	因素 3：自然/歷史
Possibility of seeing outstanding scenery	擁有出色的自然風光
Local festivals	獨特的當地生活文化
Interesting/ friendly local people	有趣的/友好的當地居民
Destinations which have historical attractions	出名的歷史旅遊景點
A good standard of hygiene	衛生環境良好
Factor 4: Weather and Environment	因素 4：天氣和環境
Nice weather	好天氣
Environmental quality	環境品質

資料來源：Malghamdi(2007)、本研究整理

2.5 計畫行為理論

Ajzen(1985,1991)提出計畫行為理論 (The Theory of Planned Behavior,TPB)，認為人類的行為受到自我意志及外在客觀環境因素所影響，因此發展出以態度(Attitudes)、主觀規範(Subjective Norms)及知覺行為控制(Perceived Behavioral Control)三個因素預測行為意圖(Behavioral Intention)，預測人類最終會採取某特定行為的能力，而「信念」是影響這三個因素的基礎。行為信念、規範信念與控制信念越強，行為意圖也就越明顯 (Taylor & Todd，1995)。計畫行為理論完整模式詳如圖2.3。

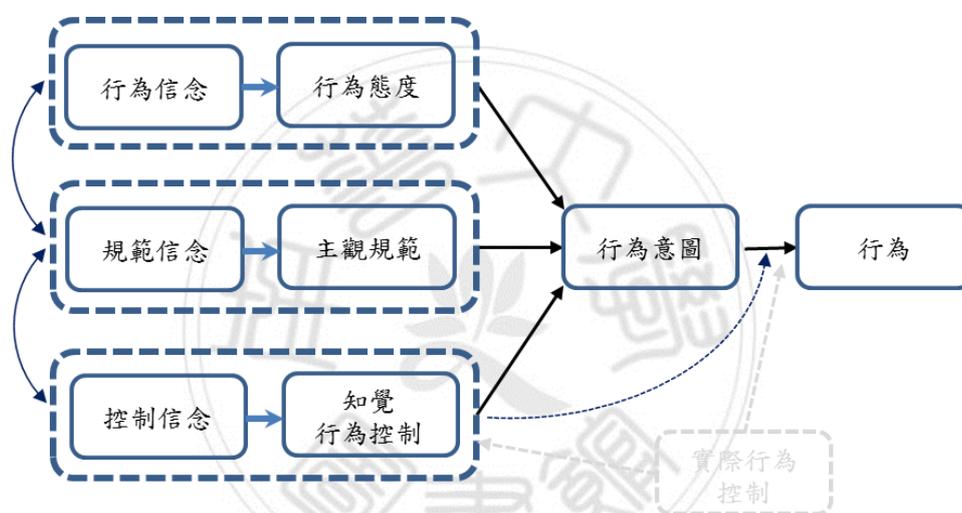


圖 2.3 計畫行為理論
(Ajzen，2006)

1. 行為意圖(BI)
個人主觀判斷自己願意/不願意從事某特定行為 (Ajzen，1991)。
2. 態度(AT)
個人對於特定行為表達喜歡/不喜歡、參與/不參與的看法與評價 (Ajzen，1991)。
3. 主觀規範(SN)
個人考量從事特定行為時，身旁重要的人或團體給予此行為所抱持的看法與期許，也就是個人感受到的社會壓力Ajzen(1991)。
4. 知覺行為控制(PBC)

個人根據經驗或預期從事特定行為的難易程度，及要達成目的所需要的相關資源有多少。知覺行為控制不僅可以透過行為意圖間接影響行為，也可以直接影響行為Ajzen(1991)。

總結計畫行為理論，行為是由個人行為意圖決定，行為意圖會受到態度、主觀規範與知覺行為控制等變項三者或部分的影響，其中行為意圖、知覺行為控制具有預測行為的能力。而使用該理論時(Ajzen, 2014)為確保對行為的預測力，必須先行確定“特定行為”；該理論容許加入擁有獨立理論基礎的自變項以提升預測力；該理論為維持架構本身的簡潔性，建議將智力、人口種族、習慣等等因素列為背景變項。

計畫行為理論的實證結果，部分學者發現以「主觀規範」此一變項去預測行為意圖，可能不是直接影響的關係：

- 一. Ajzen & Driver (1992)以 146 名大學生為研究對象，利用計畫行為理論來預測受測者對海灘活動、騎踏腳車、慢跑、爬山、划船之參與意圖與行為。結果顯示態度與知覺行為控制可預測意圖，主觀規範無法顯著預測；而意圖與知覺行為控制可預測行為。
- 二. Hagger et al. (2005) 試圖針對四個國家的樣本驗證教師自主支持、體育課動機、休閒運動動機與計畫行為理論的跨情境模式。結果發現英國與希臘樣本的休閒運動動機可預測主觀規範，主觀規範無法顯著預測意圖；波蘭與新加坡樣本的休閒運動動機無法顯著預測主觀規範，主觀規範無法顯著預測意圖。(周彥辛，2010)
- 三. 康書華 (1997) 探討解析大學生的行為態度、主觀規範和行為控制知覺對於國家公園前往意願之影響。大學生在「我想要在未來一年內前往墾丁國家公園的意願」部分，主觀規範不具明顯的影響力，而行為態度則是最具影響力。(詹依靜，2010)
- 四. 呂美貞(2007) 計畫行為理論探討苗栗地區青少年參與休閒活動行為意圖，研究結果發現知覺行為控制、態度對參與休閒活動意圖有直接的影響力，主觀規範對參與休閒活動意圖不具影響力。顏世冠(2012) 應用計畫行為理論研究墾丁地區水域運動觀光客行為意圖，以參與墾丁地區水域運動觀光客為受訪對象，研究結果顯示墾丁地區水域運動觀光客的態度與行為控制知覺對行為意圖達顯著影響，而主觀規範對行為意圖無直接影響。(陳志明，2015)
- 五. Hagger et al. (2006) 的假說模式沒有將動機對主觀規範的預測列入假設之結構模式中。

2.6 態度

計畫行為理論變項之一，依據Ajzen(1991)的定義係指個人對於“特定行為”表達喜歡/不喜歡、參與/不參與的看法與評價。

Ajzen(1991)指出「態度」與個人的「行為信念」(Behavioral Belief)及「結果評價」(Outcome Evaluation)成正相關，行為信念是個人對於從事特定行為後可能產生好壞結果之機率，結果評價是個人對於從事特定行為所產生結果的評價，亦即個人所認同的行為其正面之評價程度越高，他採取此行為的態度也愈強。

Mansfeld(1992)探討動機引發之旅遊行為，證實受試者的態度越趨正向，其展現的行為意圖就越正向；態度越趨負向，其行為意圖即越負向。(張德銘，2014)

2.7 知覺行為控制

計畫行為理論變項之一，依據Ajzen(1991)的定義係指個人根據經驗或預期從事“特定行為”的難易程度及要達成目的所需要的相關資源有多少。

Ajzen(1991)指出「知覺行為控制」與個人所具有的「控制信念」(Control Belief)及「知覺促成條件」(Perceived Facilitation)成正相關。控制信念是個人對於採取特定行為所需要的機會與資源的控制程度。知覺促成條件是個人認為所需要的機會與資源對於採取特定行為的重要程度。亦即個人認為自己擁有的資源愈多，他能控制此行為的意識也愈強。

Taylor & Todd(1995)的研究認為，「知覺行為控制」其概念意涵為「自我效能」(Self-Efficacy)和「便利條件」(Facilitating Conditions)。

陳郁真(2014)發現國小教職員參與自行車休閒活動之動機對知覺行為控制呈現正向顯著影響，能控制此一行為的意識也愈正向。

2.8 行為意圖

Ajzen(1991)計畫行為理論模式歸納，行為意圖主要受到態度、

主觀規範與知覺行為控制三個變項的影響，而個人的行為意圖會直接影響實際所採取的行為。即行為意圖愈強，則從事該行為的的機率就愈高。

2.9 各變項之相關

本節彙整相關文獻以佐證各個構面間之關聯性，以利於建構本研究的架構與假說。

2.9.1 動機與態度之相關研究

陳佩琪(2009)以健康生活型態探討國人溫泉保健旅遊認知、態度與意願，發現推、拉力動機對於溫泉保健旅遊的態度有顯著影響。Joynathsing et al.(2010)在了解歐洲遊客的行為意向時，透過推-拉動機得知遊客的態度是他們決定選擇 Mauritius 作為他們度假勝地的意圖。林炳勳(2010)亦發現旅客從事低碳旅遊之動機透過態度正向影響行為意圖。彙整之文獻如表 2.4 所示。

表 2.4 動機與態度之相關文獻

學者(年份)	研究題目	研究結果
陳佩琪 (2009)	以健康生活型態探討 國人溫泉保健旅遊認 知、態度與意願—兼論 推拉力動機	1. 國人的推力動機對於溫泉保健旅遊的「認 知」、「態度」與「意願」有顯著影響。 2. 國人的拉力動機對於溫泉保健旅遊的「認 知」、「態度」與「意願」有顯著影響。
Joynathsing et al. (2010)	Understanding the Behavioral Intention of European Tourists (譯:了解歐洲遊客的行 為意向)	遊客「推-拉動機」透過TPB「態度」影響(正 向顯著)選擇度假目的地的「行為意圖」。表 明遊客的態度是他們決定選擇全球最佳度假 島嶼模里西斯(Mauritius)作為他們度假勝地 的意圖。
林炳勳 (2010)	影響低碳旅遊行為意 圖之研究。	針對大學學歷以上的學生，不同族群之間在 對低碳旅遊態度上的差異。發現旅客從事低 碳旅遊之「動機」和「目的地屬性」，透過 TPB「態度」影響(正向顯著)進行低碳旅遊「行 為意圖」。

註：TPB 表示計畫行為理論 資料來源：本研究整理

2.9.2 動機與知覺行為控制之相關研究

周彥辛(2011)探討體育課動機與休閒運動意圖之間的關係，發現知覺行為控制為重要的中介因素。Hagger et al.(2012)證實學生對特定活動的自主型動機能透過知覺行為控制提高到校外環境活動的意圖。陳郁真(2014)探討影響國小教職員參與自行車休閒活動行為意圖的因素，發現參與動機對知覺行為控制呈現正向顯著影響。彙整之文獻如表 2.5 所示。

表 2.5 動機與知覺行為控制之相關文獻

學者(年份)	研究題目	研究結果
周彥辛 (2011)	體育課動機與休閒運動意圖之間的關係	「休閒運動動機」對於休閒運動TPB「意圖」的影響需要透過「知覺行為控制」的中介。
Hagger et al. (2012)	Transferring motivation from educational to extramural contexts: a review of the trans-contextual model (譯:自主型動機從教育轉移到校外環境:跨情境模式的評論)	證實在教育方面促進學生對特定活動的「自主型動機」亦適用在校外環境活動。「自主型動機」透過TPB「知覺行為控制」影響「意圖」。
陳郁真 (2014)	運用計畫行為理論與動機理論探討參與自行車休閒活動之行為意圖	探討影響國小教職員參與自行車休閒活動行為意圖的因素發現： 1. 不同背景變數之國小教職員，在「參與動機」上，無顯著差異；在TPB「知覺行為控制」上，部份有顯著差異。 2. 「參與動機」對「知覺行為控制」呈現正向顯著影響；「知覺行為控制」對「行為意圖」呈現正向顯著影響。

註：TPB 表示計畫行為理論 資料來源：本研究整理

2.9.3 態度與行為意圖之相關研究

李偉伶(2009)以計畫行為理論探討遊客參與休閒活動，其行為態度及知覺行為控制對休閒行為意圖有正向顯著影響。詹依靜(2010)發現態度與知覺行為控制顯著影響台灣人前往北海道旅遊之行為意圖。陳志明(2015)以計畫行為理論探討遊客對郵輪旅遊的態度與知覺行為控制，對郵輪旅遊意圖有正向影響。彙整之文獻如表 2.6 所示。

表 2.6 應用計畫行為理論研究探討態度與行為意圖之相關文獻

學者(年份)	研究題目	研究結果
李偉伶 (2009)	以計畫行為理論探討來遊新竹十七公里海岸遊客之行為意圖	透過計畫行為理論研析遊客之參與休閒活動的行為態度、主觀規範及知覺行為控制對休閒行為意圖有正向顯著影響。
詹依靜 (2010)	台灣人前往北海道旅遊行為意圖之研究。	1. 態度、主觀規範與知覺行為控制三個變項皆達顯著水準。 2. 知覺行為控制影響力最大，主觀規範次之。
陳志明 (2015)	以計畫行為理論探討郵輪旅遊之意圖	遊客對郵輪旅遊的態度、主觀規範與知覺行為控制對郵輪旅遊意圖有正向影響。

資料來源：本研究整理

2.9.4 知覺行為控制與行為意圖之相關研究

黃怡禎(2013)研究發現休閒健康的知覺行為控制影響行為意圖最高，蔡忠憲(2015)指出民眾在中秋節烤肉休閒時之知覺行為控制影響環境行為意圖。許佩玉(2014)對廉價航空消費行為研究得知，知覺行為控制正向顯著影響態度，而態度亦正向顯著影響行為意圖。彙整之文獻如表 2.7 所示。

表 2.7 應用計畫行為理論研究探討知覺行為控制與行為意圖之相關文獻

學者(年份)	研究題目	研究結果
黃怡禎 (2013)	休閒健康行為態度、主觀規範、知覺行為控制對行為意圖之影響	1. 「行為態度」、「主觀規範」與「知覺行為控制」變項皆與個人的「行為意圖」呈正相關。 2. 「知覺行為控制」的影響最高。
許佩玉 (2014)	廉價航空消費行為之研究	探討「知覺價值」、「知覺行為控制」(自我能力、便利情況)與「主觀規範」對於「態度」的影響：發現「知覺行為控制」正向顯著影響「態度」，「態度」亦正向顯著影響「行為意圖」。
蔡忠憲 (2015)	以計畫行為理論探討民眾休閒時之環境行為—以中秋節烤肉為例	1. 環境行為的「主觀規範」及「知覺行為控制」對「行為意圖」有顯著影響，且「知覺行為控制」的影響力最大。 2. 「環境態度」對「行為意圖」無顯著影響。 3. 「行為意圖」與「環境行為」有顯著影響。推論原因在於中秋節烤肉是每年短時間或一次性活動，負責任的環境行為執行上有困難或非便利性，會較無意願的執行。

資料來源：本研究整理

第三章 研究設計

本研究為了瞭解遊客搭乘台北捷運到西門町旅遊之參與行為及其動機，研究母體鎖定曾經搭乘台北捷運到西門町旅遊景點的遊客為研究對象，首以文獻分析法探討相關的研究與理論，再針對研究的架構、所需的測量工具及資料處理方法等，參考相關問卷及文獻進行問卷的編制，透過問卷調查進行資料的蒐集。以下就研究架構、研究假說、問卷設計與資料分析方法，進一步說明研究設計過程。

3.1 研究架構

基於上述理論背景與問題研究，本研究採用 Dann(1977)旅遊動機推拉理論與 Ajzen(2006)計畫行為理論之態度、知覺行為控制與行為意圖設計本研究架構，如圖 3.1。遊客「旅遊動機」(自變項)會影響「旅遊態度」與「旅遊知覺行為控制」(中介變項)、「旅遊態度」與「旅遊知覺行為控制」會影響「旅遊行為意圖」(依變項)。

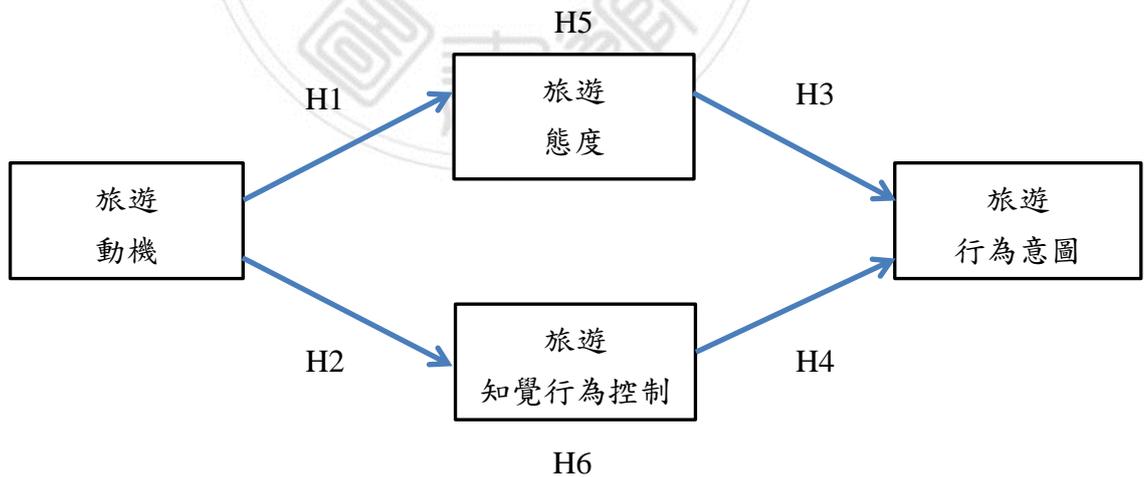


圖 3.1 研究架構圖
(資料來源：本研究整理)

3.2 研究假說

本節綜合第二章文獻理論基礎建立本研究架構，探討旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖等相關性構面之關係並提出六項假說，整理如下：

- H1：旅遊動機對旅遊態度有正向影響。
- H2：旅遊動機對旅遊知覺行為控制有正向影響。
- H3：旅遊態度對旅遊行為意圖有正向影響。
- H4：旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖有正向影響。
- H5：旅遊態度對旅遊動機與旅遊行為意圖之間有中介效果。
- H6：旅遊知覺行為控制對旅遊動機與旅遊行為意圖之間有中介效果。

3.3 問卷設計

本節將說明本研究之問卷設計、研究對象、統計方法與問卷發放。

3.3.1 問卷設計

參考相關文獻後，以問卷作為收集資料的工具，把本研究之問卷分為遊客坐捷運到西門町旅遊的動機、遊客坐捷運去旅遊的態度、遊客坐捷運去旅遊的預期掌控程度和遊客坐捷運去旅遊景點的意願，衡量問項則利用 Likert 五點尺度量表，區分為 1-「非常不同意」、2-「不同意」、3-「普通」、4-「同意」、5-「非常同意」五個選項來評量各個構面，最後為受訪遊客的基本資料，其量表以一般類別尺度處理。其次，本問卷採用通俗易懂的生活詞彙替代生硬難懂的學術用詞，以更貼近受訪者的邏輯思維；而旅遊是件令人懷抱美好期待的活動，因此本問卷以正向方式修正婚姻狀況及收入的問項敘述，分別為「①未婚、目前單身 ②已婚、有配偶」與「您約估平均月收入(薪資、零用金、年金、可支配所得)」，避免勾引傷心、貶抑社會地位等敏感用詞。

1. 旅遊動機構面量表設計

依據 Dann (1977)認為個人發生外出度假的行為，其動機是逃離日常瑣事、隔離平時熟悉事物的感覺、擺脫社會規範與遠離人際關係束縛。簡單的解釋概念：驅使遊客離家進行旅遊的內在動機稱謂推力因素(Push Factors)、驅使遊客旅遊朝向旅遊景點的外在動機稱謂拉力因素(Pull Factors)。

本研究操作型定義為「遊客滿足內心需求(推力旅遊動機)與外在吸引(拉力旅遊動機)的一種驅力，亦即遊客從事旅遊活動的原因」。參考 Malghamdi(2007)的研究問項及宋源烽(2010)整理的中文問項語意研究結果，依本研究之施測目的、研究範圍與對象整理並修改其問項內容，期能精確發展出適合本研究構面的操作性量表；另外根據行政院研考會2012年數位使用機會調查(政府機關資訊通報305期)發現，臺灣家戶連網率達83.7%，12歲以上網路族群佔73%(使用人口超過1,510萬人)，又以透過網路搜尋生活所需資訊(85.9%)及參與社群網站(74.3%)的網路溝通比重最高，因此本研究為符合社會潮流設計問項「想要去遊覽網路社群媒體介紹的旅遊景點」以了解影響遊客的程度。表3.1為遊客對旅遊動機構面題項。

表 3.1 旅遊動機構面各題項

構面	量表	計分方式	參考文獻
旅遊動機	可以讓我擺脫單調沉悶的日常生活方式	Likert 五點尺 度量表	1. Malghamdi(2007) 2. 宋源烽(2010)
	可以讓我從疲勞的身心中恢復活力		
	想要探索新奇的事物		
	想要去遊覽家人或朋友都喜歡的旅遊景點		
	爲了逛街購物		
	放假就是要出去走走		
	想要去遊覽網路社群媒體介紹的旅遊景點		
	擁有輕鬆散步的休閒環境		
	適合我們家人參與		
	不需花費太多旅費		
	擁有文化與歷史遺跡		
	可品嚐美食料理		
有電影、追星活動的盛會及場所			
適合與好友一同參與			

資料來源：本研究整理

2. 旅遊態度構面量表設計

依據 Ajzen(1991)的定義係指個人對於特定行為表達喜歡/不喜歡、參與/不參與的看法與評價。

本研究操作型定義為「遊客對於搭乘捷運去旅遊的觀點持喜歡或不喜歡、參與或不參與的態度傾向」。以引出突顯「信念」為原則，參考 Sample TPB Questionnaire(Ajzen 博士個人網頁)的研究問卷佐以陳志明(2015)整理的「行為信念」與「結果評價」構面因素之中文問項語意研究結果，依本研究之施測目的、研究範圍與對象整理並修改其問項內容，發展出適合本研究構面的操作性量表。表 3.2 為遊客對旅遊態度構面題項。

表 3.2 旅遊態度構面各題項

構面	量表	計分方式	參考文獻
旅遊 態度	我認為搭乘捷運旅遊是新奇的	Likert 五點尺 度量表	1. Ajzen(2006) 2. 陳志明(2015)
	我認為搭乘捷運旅遊是有趣的		
	我認為搭乘捷運旅遊是悠閒的		
	我認為搭乘捷運旅遊是便利的		
	我認為搭乘捷運旅遊是安全的		
	我認為搭乘捷運旅遊是便宜的		
	我認為搭乘捷運旅遊是值得期待的		
我認為搭乘捷運旅遊是方便的「自助旅遊」			

資料來源：本研究整理

3. 旅遊知覺行為控制構面量表設計

依據 Ajzen(1991)的定義係指個人根據經驗或預期從事特定行為的難易程度，及要達成目的所需要的相關資源有多少。

本研究操作型定義為「遊客對於搭乘捷運去旅遊的預期掌控程度」。以引出突顯「信念」為原則，參考 Taylor & Todd(1995)的研究問項佐以范莉雯(2002)與許辰維(2004)整理的「自我效能」與「便利條件」構面因素之中文問項語意研究結果，依本研究之施測目的、研究範圍與對象整理並修改其問項內容，發展出適合本研究構面的操作性量表。表 3.3 為遊客對旅遊知覺行為控制構面題項。

表 3.3 旅遊知覺行為控制構面各題項

構面	量表	計分方式	參考文獻
旅遊知覺行為控制	我有自信，能夠搭乘捷運旅遊	Likert 五點尺 度量表	1. Taylor & Todd(1995) 2. 范莉雯(2002) 3. 許辰維(2004)
	我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊		
	不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊		
	搭乘捷運旅遊，預算容易控制		
	我想要搭乘捷運旅遊的時候，我容易付諸行動		
	我能夠找到同伴，一起搭乘捷運旅遊		
	我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊		
	我會因為想轉換不同心境而搭乘捷運旅遊		
	會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊		

資料來源：本研究整理

4. 旅遊行為意圖構面量表設計

依據 Ajzen(1991)的定義係指個人主觀判斷自己願意/不願意從事某特定行為。

本研究操作型定義為「遊客對於坐捷運去旅遊景點旅遊的意願及可能性」。參考 Sample TPB Questionnaire(Ajzen 博士個人網頁)的研究問卷佐以陳志明(2015)整理的中文問項語意研究結果，依本研究之施測目的、研究範圍與對象整理並修改其問項內容，發展出適合本研究構面的操作性量表。表 3.4 為遊客對旅遊行為意圖構面題項。

表 3.4 旅遊行為意圖構面各題項

構面	量表	計分方式	參考文獻
旅遊行為意圖	我樂意向親朋好友推薦，搭乘捷運旅遊	Likert 五點尺度 度量表	1. Ajzen(2006) 2. 陳志明(2015)
	如果要進行景點旅遊活動，我會優先選擇捷運		
	未來一年內，我願意再次搭乘捷運去旅遊景點旅遊		
	未來一年內，我會鼓勵親朋好友搭乘捷運去旅遊景點旅遊		

資料來源：本研究整理

3.3.2 研究對象與抽樣

本研究以「曾經搭乘台北捷運到西門町旅遊」的遊客作為研究對象，採用隨機抽樣的方式來獲得本研究所需要的問卷資料，共計回收 383 份有效問卷。問卷回收後，以 SPSS 18 版(PASW Statistics 18)統計軟體對問項測量結果之一致性與穩定性的衡量進行信度分析。信度分析的一致性程度判斷依據如表 3.5 Guilford (1965)之建議。

表 3.5 Cronbach's α 信度係數解讀表

Cronbach's α 係數	解讀評定
$0.7 < \alpha$	資料有高信度
$0.35 \leq \alpha \leq 0.7$	資料可以接受
$\alpha < 0.35$	資料量測數據應被忽略

資料來源： Guilford (1965)、本研究整理

效度方面，為了能夠確保正確地呈現原有量表之意義，本研究在國外文獻量表翻譯成中文版佐以國內學者的量表後，請七位曾經搭乘台北捷運並造訪過西門町的研究生針對問卷內容、文字加以斟酌，經過多次的討論修改後經由指導教授確認。因此，本研究問卷的內容效度(Content validity)和表面效度(Face validity)應具有一定的水準，可以發放正式問卷進行調查。

本研究在進行因素分析法之前，利用 Kaiser (1974)提出 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適切性和 Bartlett 球形檢定兩項分析，以評定樣本資料分析效果是否適合進行因素分析。KMO 值取樣適切性數值越大，表示相關程度越好，KMO 決策係數解讀如表 3.6 所示。變項之間如具有共同變異性存在，則 Bartlett 球形檢定之 p-value 應接近.000 相關係數顯著。

表 3.6 KMO 決策係數解讀表

KMO 係數	解讀評定
> 0.90	極佳 (marvelous)
0.80~0.89	有價值 (meritorious)
0.70~0.79	尚可 (middle)
0.60~0.69	普通 (mediocre)
0.50~0.59	無價值 (miserable)
< 0.50	無法接受 (unacceptable)

資料來源：Kaiser (1974)、本研究整理



3.4 資料分析方法

本研究之問卷回收後，以統計套裝軟體 SPSS 18 版(PASW Statistics 18)進行資料分析，藉由分析實證資料進行研究假說之驗證。本研究所採用的統計分析方法包括：敘述性統計分析、信度分析、因素分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析、Pearson 相關分析與迴歸分析。詳細說明如下：

3.4.1 敘述性統計分析

敘述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)可以了解樣本的結構性組成，對於受訪者的基本資料及各構面的現況進行分析整理，內容包含各項目的次數分配、百分比率分配之統計，進而使用平均值與標準差進行敘述性分析。

3.4.2 信度分析

信度分析(Reliability Analysis)是為了檢測問卷的各構面問項之一致性與穩定性，並剔除信度較低之選項。信度分析以Cronbach's α 係數當作判斷標準，依序將所有問卷題目一起執行計算 Cronbach's α 係數、每個構面因素針對其所屬問卷題目執行計算Cronbach's α 係數。若 α 值越高則表示該量表內之各問項間的關聯性越大。

3.4.3 因素分析

因素分析(Factor Analysis)是一種用於簡化測量內容，將相似概念的變項簡化成特定的同質性類別，並處理潛在變項無法測量的問題，進行效度的分析驗證，以協助測驗問項的適當性。

因素分析分成探索性因素分析(Exploratory Factor Analysis)與驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis)。探索性因素分析是嘗試從問項當中歸納出構面。驗證性因素分析是由構面去檢查問項，驗證

是否仍可適用。

本研究彙整推拉動機相關因素發現，各時期的研究學者雖以推-拉動機理論為研究架構，但其構面因素卻因世界各地風土民情之不同而異，因此本研究參考之問項皆以探索性因素分析做歸納。

3.4.4 獨立樣本 T 檢定

獨立樣本 T 檢定(Independent Samples T Test)是探討兩個母體平均數是否有明顯差異，透過分析以了解兩者之間是否有差異性。

3.4.5 單因子變異數分析

單因子變異數分析(One-Way ANOVA)若進行兩個以上之母體平均數，並要比較其差異與否，若具有顯著差異，再利用 Scheffe 法進行事後比較，透過差異性分析了解群組間是否具有顯著差異。

3.4.6 Pearson 相關分析

Pearson 相關分析是要探討各個構面間之相關性，以了解是否具有顯著相關，Pearson 積差係數是介於-1~1 之間，若相關值為正值，則為正相關，反之為負相關。

3.4.7 迴歸分析

迴歸分析(Regression Analysis)是用來判斷自變項與依變項之間，是否存在非線性或線性關係的一種分析方法，其作用是為了衡量自變項能夠預測依變項的程度。本研究利用迴歸分析，檢測自變項對依變項與自變項對中介變項和依變項之間的影响程度，以驗證本研究的研究假說。

第四章 實證結果分析與討論

問卷回收後，本章節將利用SPSS 18版(PASW Statistics 18)統計軟體將有效問卷資料加以分析與處理，以驗證本研究的假說是否成立。一共分為六節，依序為敘述性統計分析、信度檢定與因素分析、獨立樣本T檢定、單因子變異數分析、Pearson相關分析、迴歸分析與研究假說檢定結果。

4.1 樣本結構敘述性統計分析

本分析目的是為了瞭解整體人口統計樣本在各研究變項中的集中趨勢，能初步反應受訪對象的樣本結構與基本特性。本分析樣本包括「性別」、「年齡」、「職業」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「近一年的旅遊天數」與「月收入」等七項，共計有效樣本數 383 人。

樣本輪廓顯示「女性」與「男性」分別佔樣本 49.3% 及 50.7% ，年齡以「20~40歲」佔樣本 60.1% 居多，職業以「學生」30.0 % 居多，婚姻以「未婚或目前單身」63.4% 居多，教育程度以「專科或大學」58.5 % 居多，近一年的旅遊天數為「1~6 天」者 44.1% 居多，月收入「0~20,000元」32.1%居多。

詳細樣本人口統計變項資料整理如表4.1 所表示。其中，年齡「61 歲(含)以上」僅有3人，合併命名為「51~60 歲(含)以上」。

表 4.1 樣本結構敘述性統計輪廓

人口統計變項		人數	百分比 (%)	累積 百分比(%)
性別	女	189	49.3	49.3
	男	194	50.7	100.0
年齡	15~19 歲	87	22.7	22.7
	20~30 歲	111	29.0	51.7
	31~40 歲	119	31.1	82.8
	41~50 歲	52	13.6	96.3
	51~60 歲(含)以上	14	3.7	100.0
職業	學生	115	30.0	30.0
	服務業	145	37.9	67.9
	軍、公、教	11	2.9	70.8
	製造業	88	23.0	93.7
	家管、已退休	6	1.6	95.3
	自由業	4	1.0	96.3
	其他	14	3.7	100.0
婚姻狀況	未婚、目前單身	243	63.4	63.4
	已婚、有配偶	140	36.6	100.0
教育程度	國中(含)以下	11	2.9	2.9
	高職、高中	97	25.3	28.2
	專科、大學	224	58.5	86.7
	研究所(含)以上	51	13.3	100.0
近一年的 旅遊天數	1~6 天	169	44.1	44.1
	7~12 天	82	21.4	65.5
	大於12天	132	34.5	100.0
平均月收入	0~20,000 元	123	32.1	32.1
	20,001~30,000	63	16.4	48.6
	30,001~40,000	90	23.5	72.1
	40,001~50,000	41	10.7	82.8
	50,001 元以上	66	17.2	100.0

資料來源：本研究整理

4.2 各衡量構面敘述性統計分析

本研究之問卷設計以Likert五點量表形式再經編碼量化後，能透過各構面問項之平均數(分數越高越佳)與標準差(分數越小越一致)的計算，統計受訪者對該問項的認同度。

為瞭解383筆有效樣本的「旅遊動機」、「旅遊態度」、「旅遊知覺行為控制」與「旅遊行為意圖」之感受程度，以平均數及標準差進行各構面現況分析，分析結果整理如表4.2，以「旅遊知覺行為控制」構面的平均數最高為3.95，「旅遊行為意圖」構面的平均數最低為3.77。

表 4.2 各衡量構面敘述性統計

構面	樣本數	平均數	標準差
旅遊動機	383	3.78	0.50
旅遊態度	383	3.81	0.58
旅遊知覺行為控制	383	3.95	0.60
旅遊行為意圖	383	3.77	0.71

資料來源：本研究整理

4.2.1 旅遊動機之敘述性統計分析

由表 4.3 得知，旅遊動機問項平均數之認同度偏高者為「想要探索新奇的事物」4.15、「想要去遊覽家人或朋友都喜歡的旅遊景點」4.06、「適合與好友一同參與」4.03；問項平均數之認同度偏低者為「擁有輕鬆散步的休閒環境」3.40、「適合我們家人參與」3.40、「爲了逛街購物」3.38。顯示西門町旅遊景點有助提升遊客與好友結伴共遊的情感，且對於探索新奇事物的旅遊動機懷抱憧憬，亦可解釋西門町是流行文化的代名詞。

表 4.3 旅遊動機之敘述性統計分析

問 項	平均數	標準差
可以讓我擺脫單調沉悶的日常生活方式	4.01	0.776
可以讓我從疲勞的身心中恢復活力	3.79	0.811
想要探索新奇的事物	3.81	0.912
想要去遊覽家人或朋友都喜歡的旅遊景點	4.06	0.815
爲了逛街購物	4.15	0.733
放假就是要出去走走	3.97	0.883
想要去遊覽網路社群媒體介紹的旅遊景點	3.38	1.024
擁有輕鬆散步的休閒環境	3.81	0.826
適合我們家人參與	3.40	0.957
不需花費太多旅費	3.72	0.916
擁有文化與歷史遺跡	3.40	1.041
可品嚐美食料理	4.03	0.739
有電影、追星活動的盛會及場所	3.90	0.917
適合與好友一同參與	3.53	0.855

資料來源：本研究整理

4.2.2 旅遊態度之敘述性統計分析

由表 4.4 得知，旅遊態度問項平均數之認同度偏高者為「我認為搭乘捷運旅遊是便利的」4.35、「我認為搭乘捷運旅遊是方便的『自助旅遊』」4.10；問項平均數認同度偏低者為「我認為搭乘捷運旅遊是新奇的」3.47、「我認為搭乘捷運旅遊是值得期待的」3.47。顯示遊客對於以捷運作為旅遊的交通運具，其態度是便利的與方便自助的。

表 4.4 旅遊態度之敘述性統計分析

問 項	平均數	標準差
我認為搭乘捷運旅遊是新奇的	3.47	0.891
我認為搭乘捷運旅遊是有趣的	3.52	0.828
我認為搭乘捷運旅遊是悠閒的	3.74	0.832
我認為搭乘捷運旅遊是便利的	4.35	0.650
我認為搭乘捷運旅遊是安全的	3.90	0.811
我認為搭乘捷運旅遊是便宜的	3.94	0.834
我認為搭乘捷運旅遊是值得期待的	3.47	0.888
我認為搭乘捷運旅遊是方便的「自助旅遊」	4.10	0.808

資料來源：本研究整理

4.2.3 旅遊知覺行為控制之敘述性統計分析

由表 4.5 得知，旅遊知覺行為控制問項平均數之認同度偏高者為「我有自信，能夠搭乘捷運旅遊」4.26、「我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊」4.17；問項平均數認同度偏低者為「我會因為想轉換不同心境而搭乘捷運旅遊」3.73、「會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊」3.52。顯示遊客對於搭乘捷運旅遊的知覺自信程度很高。

表 4.5 旅遊知覺行為控制之敘述性統計分析

問 項	平均數	標準差
我有自信，能夠搭乘捷運旅遊	4.26	0.732
我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊	4.16	0.748
不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊	3.88	0.803
搭乘捷運旅遊，預算容易控制	4.07	0.726
我想要搭乘捷運旅遊的時候，我容易付諸行動	3.89	0.845
我能夠找到同伴，一起搭乘捷運旅遊	3.83	0.861
我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊	4.17	0.760
我會因為想轉換不同心境而搭乘捷運旅遊	3.73	0.865
會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊	3.52	0.989

資料來源：本研究整理

4.2.4 旅遊行為意圖之敘述性統計分析

由表 4.6 得知，旅遊行為意圖問項平均數之認同度偏高者為「未來一年內，我願意再次搭乘捷運去旅遊景點旅遊」3.89，認同度偏低者為「如果要進行景點旅遊活動，我會優先選擇捷運」3.62。顯示遊客對於搭乘捷運去旅遊景點旅遊的意願很高。

表 4.6 旅遊行為意圖之敘述性統計分析

問 項	平均數	標準差
我樂意向親朋好友推薦，搭乘捷運旅遊	3.80	0.738
如果要進行景點旅遊活動，我會優先選擇捷運	3.62	0.941
未來一年內，我願意再次搭乘捷運去旅遊景點旅遊	3.89	0.797
未來一年內，我會鼓勵親朋好友搭乘捷運去旅遊景點旅遊	3.75	0.823

資料來源：本研究整理

4.3 信度檢定與因素分析

4.3.1 信度分析

本研究量表之信度分析採取Cronbach's α 係數，係數越高則表示問卷之問項測量結果其內部一致性具高可信度，檢測的高信度標準為 α 係數大於0.7。本研究之問項無刪題，分析結果如表4.7所示：

- (1) 整體量表的Cronbach's α 係數達 0.940，為高信度。
- (2) 各衡量構面的Cronbach's α 係數介於 0.839~0.889 之間，為高信度。

以上的結果表示本研究量表具備內部一致性與穩定性，適合做進一步的統計分析。

表 4.7 各衡量構面之信度分析

衡量構面	題數	Cronbach's α	整體信度
旅遊動機	14	0.839	0.940
旅遊態度	8	0.854	
旅遊知覺行為控制	9	0.889	
旅遊行為意圖	4	0.878	

資料來源：本研究整理

4.3.2 KMO 和 Bartlett's 球形檢定

本節利用探索性因素分析歸納和檢測「旅遊動機」、「旅遊態度」、「旅遊知覺行為控制」與「旅遊行為意圖」各衡量構面量表的建構效度。依序以KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)和Bartlett's球形檢定來判定是否適合作因素分析(邱皓政, 2006), 再根據特徵值(大於1)的主成份分析法(Principal Components Analysis)與最大變異轉軸法(取因素負荷量大於0.5者)進行因素分析。

Kaiser (1974)提出 KMO 值和 Bartlett's 球形檢定, 是進行因素分析的標準, 在分析的過程中, 確認樣本資料是否適合因素分析, KMO 值取樣適切性數值越大, 表示相關程度越好, 而 Bartlett's 球形檢定為問卷問項之間的相關係數是否不同且大於零, 顯著的檢定結果表示相關係數可以做為抽取因素之用。

本研究構面的 KMO 值皆高於 0.8, 且各構面的 Bartlett's 球形檢定皆為顯著, 表示問卷的資料適合進行因素分析。如表 4.8 所示。

表 4.8 各衡量構面 KMO 值與 Bartlett's 球形檢定結果

衡量構面	KMO	Bartlett's 球形檢定		
		近似卡方分配	自由度	顯著性
旅遊動機	0.818	1868.240	91	0.000***
旅遊態度	0.850	1208.681	28	0.000***
旅遊知覺行為控制	0.909	1632.679	36	0.000***
旅遊行為意圖	0.809	826.304	6	0.000***

註：*表示有顯著水準，*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$ ，***表示 $P < 0.001$

資料來源：本研究整理

4.3.3 因素分析

4.3.3.1 旅遊動機之因素分析

旅遊動機構面的問項共有 14 題，萃取出三個因子(構面因素)，因子命名以能代表所有原始問項的名稱為原則，分別命名為「結伴輕旅行」、「逃離與追尋」與「娛樂與購物」。各問項的因素負荷量皆大於 0.5，累積解釋變異量為 57.132%，如表 4.9 所示；經由分析後可觀察到衡量的問項有相當水準的效度與信度。

旅遊動機「構面因素一」是「結伴輕旅行」，為一拉力動機，問項內涵有適合親友一同參與的「結伴」現象，而且要輕鬆休閒、省荷包、有人文景觀與美食等「輕旅行」的氛圍。此旅遊動機因子之 Cronbach's α 係數為 0.824，解釋變異量為 22.632%。

旅遊動機「構面因素二」是「逃離與追尋」，為一推力動機，問項內涵有擺脫單調的生活圈並回復活力之「逃離」感覺，並伴隨著尋覓新鮮刺激感的「追尋」心理，符合 Iso-Ahola(1982)對旅遊動機心理的論述，其中「逃離」的因素負荷量大於「追尋」，顯示「逃離」的動機需求最強。此旅遊動機因子之 Cronbach's α 係數為 0.770，解釋變異量為 19.623%。

旅遊動機「構面因素三」是「娛樂與購物」，為一拉力動機，問項內涵有西門町的先天優勢-欣賞電影、藝術與追星活動等源源不絕的新意與驚喜之影藝設施的「娛樂」景點(「娛樂景點」一詞係以 Goeldner et al.(2008)對旅遊景點之分類)與「購物」環境。此旅遊動機因子之 Cronbach's α 係數為 0.662，解釋變異量為 14.878%。

表 4.9 旅遊動機之因素分析

構面	問項	結伴 輕旅行	逃離 與追尋	娛樂 與購物
旅遊 動機	適合我們家人參與	.822	.141	.053
	擁有輕鬆散步的休閒環境	.807	.214	-.121
	不需花費太多旅費	.671	.025	.261
	擁有文化與歷史遺跡	.650	.039	.265
	適合與好友一同參與	.637	.193	.268
	可品嚐美食料理	.597	.062	.300
	可以讓我擺脫單調沉悶的日常生活方式	.045	.868	-.081
	可以讓我從疲勞的身心中恢復活力	.056	.829	-.007
	想要探索新奇的事物	.181	.645	.069
	想要去遊覽家人或朋友都喜歡的旅遊景點	.134	.625	.395
	有電影、追星活動的盛會及場所	.153	.071	.749
	爲了逛街購物	.202	-.111	.739
	想要去遊覽網路社群媒體介紹的旅遊景點	.201	.430	.508
	放假就是要出去走走	.213	.434	.501
特徵值		3.168	2.747	2.083
解釋變異量(%)		22.632	19.623	14.878
累積解釋變異量(%)		22.632	42.254	57.132
Cronbach's α		0.824	0.770	0.662

資料來源：本研究整理

4.3.3.2 旅遊態度之因素分析

旅遊態度構面的問項共有 8 題，萃取出二個因子(構面因素)，延續參考之文獻精神分別命名為「行為信念」與「結果評價」，各問項的因素負荷量皆大於 0.5，累積解釋變異量為 64.181%，Cronbach's α 係數分別為 0.832 與 0.769，如表 4.10 所示；經由分析後可觀察到衡量的問項有相當水準的效度與信度。

表 4.10 旅遊態度之因素分析

構面	問項	行為信念	結果評價
旅遊 態度	我認為搭乘捷運旅遊是新奇的	.873	.057
	我認為搭乘捷運旅遊是有趣的	.860	.246
	我認為搭乘捷運旅遊是悠閒的	.692	.363
	我認為搭乘捷運旅遊是值得期待的	.620	.453
	我認為搭乘捷運旅遊是便利的	.126	.814
	我認為搭乘捷運旅遊是方便的「自助旅遊」	.237	.732
	我認為搭乘捷運旅遊是安全的	.170	.730
	我認為搭乘捷運旅遊是便宜的	.358	.640
特徵值		2.594	2.540
解釋變異量(%)		32.429	31.752
累積解釋變異量(%)		32.429	64.181
Cronbach's α		0.832	0.769

資料來源：本研究整理

4.3.3.3 旅遊知覺行為控制之因素分析

旅遊知覺行為控制構面的問項共有 9 題，萃取出二個因子(構面因素)，延續參考之文獻精神分別命名為「自我效能」與「便利條件」，各問項的因素負荷量皆大於 0.5，累積解釋變異量為 65.252%，Cronbach's α 係數分別為 0.860 與 0.806，如表 4.11 所示；經由分析後可觀察到衡量的問項有相當水準的效度與信度。

表 4.11 旅遊知覺行為控制之因素分析

構面	問項	自我效能	便利條件
旅遊 知覺 行為 控制	我有自信，能夠搭乘捷運旅遊	.819	.131
	我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊	.811	.264
	不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊	.793	.259
	搭乘捷運旅遊，預算容易控制	.644	.458
	我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊	.614	.411
	會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊	.120	.804
	我能夠找到同伴，一起搭乘捷運旅遊	.274	.792
	我會因為想轉換不同心境而搭乘捷運旅遊	.299	.674
	我想要搭乘捷運旅遊的時候，我容易付諸行動	.497	.653
	特徵值	3.184	2.688
	解釋變異量(%)	35.382	29.870
	累積解釋變異量(%)	35.382	65.252
	Cronbach's α	0.860	0.806

資料來源：本研究整理

4.3.3.4 旅遊行為意圖之因素分析

旅遊行為意圖構面的問項共有 4 題，萃取出一個因子，延續參考之文獻精神命名為「行為意圖」，各問項的因素負荷量皆大於 0.5，累積解釋變異量為 73.823%，Cronbach's α 係數為 0.882，如表 4.12 所示；經由分析後可觀察到衡量的問項有相當水準的效度與信度。

表 4.12 旅遊行為意圖之因素分析

構面	問項	行為意圖
旅遊 行為 意圖	未來一年內，我願意再次搭乘捷運去旅遊景點旅遊	.889
	未來一年內，我會鼓勵親朋好友搭乘捷運去旅遊景點旅遊	.875
	我樂意向親朋好友推薦，搭乘捷運旅遊	.836
	如果要進行景點旅遊活動，我會優先選擇捷運	.835
	特徵值	2.953
	解釋變異量(%)	73.823
	累積解釋變異量(%)	73.823
	Cronbach's α	0.882

資料來源：本研究整理

4.4 人口統計變項對各衡量構面之差異性分析

本節旨在探討不同背景的被測者填答時，分別對旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖等各衡量構面的認知及感受是否具有顯著差異。以下使用獨立樣本 T 檢定分析不同性別、婚姻狀況對各構面之認知及感受情況，使用單因子變異數分析不同年齡層、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入對各構面之認知及感受情況。若達顯著水準，再視變項分別以雪費法(Scheffe)進行事後比較，將有差異性之平均數部分（描述性統計）加以說明。

4.4.1 性別與婚姻狀況對各衡量構面之差異性分析

1. 本研究利用獨立樣本 T 檢定發現，得知不同「性別」對「旅遊態度」構面有顯著差異，如表 4.13 所示。進一步分析旅遊態度構面問項，如表 4.14 所示，發現女性對「我認為搭乘捷運旅遊是安全的」與「我認為搭乘捷運旅遊是悠閒的」在搭乘捷運的態度顯著低於男性。
2. 本研究利用獨立樣本 T 檢定發現，得知「婚姻狀況」對於旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖等各衡量構面均無顯著差異，如表 4.13 所示。

表 4.13 性別與婚姻狀況之差異性分析

人口統計變項		旅遊動機		旅遊態度		旅遊知覺行為控制		旅遊行為意圖	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
性別	1. 女	3.77	0.45	3.74	0.54	3.95	0.53	3.75	0.63
	2. 男	3.80	0.54	3.88	0.61	3.94	0.65	3.78	0.78
	顯著性(雙尾)	0.567		0.027*		0.935		0.709	
	備註	N/A		2>1		N/A		N/A	
婚姻狀況	1. 未婚、目前單身	3.77	0.50	3.83	0.55	3.95	0.60	3.76	0.73
	2. 已婚、有配偶	3.81	0.50	3.78	0.62	3.93	0.58	3.79	0.66
	顯著性(雙尾)	0.424		0.359		0.757		0.685	
	備註	N/A		N/A		N/A		N/A	

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

N/A 表示無顯著差異

資料來源：本研究整理

表 4.14 性別對旅遊態度問項之獨立樣本檢定分析

旅遊態度 問項	性別	平均數	標準差	平均數相等 的 t 檢定
我認為搭乘捷運旅遊是 新奇的	1. 女	3.46	0.821	0.746
	2. 男	3.48	0.956	
我認為搭乘捷運旅遊是 有趣的	1. 女	3.52	0.790	0.971
	2. 男	3.52	0.865	
我認為搭乘捷運旅遊是 悠閒的	1. 女	<u>3.59</u>	0.771	0.001**
	2. 男	<u>3.88</u>	0.867	
我認為搭乘捷運旅遊是 值得期待的	1. 女	3.43	0.780	0.369
	2. 男	3.51	0.983	
我認為搭乘捷運旅遊是 便利的	1. 女	4.29	0.640	0.068
	2. 男	4.41	0.656	
我認為搭乘捷運旅遊是 方便的「自助旅遊」	1. 女	4.06	0.833	0.359
	2. 男	4.13	0.784	
我認為搭乘捷運旅遊是 安全的	1. 女	<u>3.76</u>	0.739	0.000***
	2. 男	<u>4.05</u>	0.853	
我認為搭乘捷運旅遊是 便宜的	1. 女	3.86	0.741	0.055
	2. 男	4.02	0.910	

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

4.4.2 年齡、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入對各衡

量構面之差異性分析

1. 研究分析結果發現，不同年齡層、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之受訪者對「旅遊動機」的感受與認知皆無顯著差異，如表 4.15 所示。
2. 研究分析結果發現，不同年齡層、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之受訪者對「旅遊態度」的感受與認知皆無顯著差異，如表 4.15 所示。
3. 研究分析結果發現，「教育程度」與「近一年的旅遊天數」之受訪者對「旅遊知覺行為控制」的感受與認知有顯著差異，如表 4.15 所示。
 - (1) 教育程度在「研究所(含)以上」的平均數(4.16)大於「高職、高中」的平均數(3.85)，代表受訪者教育程度越高者對於旅遊知覺行為控制之感受與認知水準較高。進一步分析旅遊知覺行為控制問項，如表 4.16 所示，教育程度越高者對「不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊」、「搭乘捷運旅遊，預算容易控制」、「我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊」與「會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊」感受與認知水準越高。
 - (2) 近一年的旅遊天數在「7~12 天」之平均數(4.13) 大於「1~6 天」之平均數(3.87)，代表受訪者的旅遊經驗對於旅遊知覺行為控制造成正向影響。進一步分析旅遊知覺行為控制問項，如表 4.17 所示，旅遊天數在「7~12 天」之旅客「我有自信，能夠搭乘捷運旅遊」、「我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊」與「不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊」感受與認知水準較高於「1~6 天」者，顯示旅遊天數稍多者，對於以捷運運具到旅遊景點旅遊已具備掌控能力，或可解釋為因容易達成旅遊目的而自然地多了旅遊次數。
4. 研究分析結果發現，不同年齡層、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之受訪者對旅遊行為意圖皆無顯著差異，如表 4.15 所示。

表 4.15 年齡、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之差異性分析

人口統計變項		旅遊動機		旅遊態度		旅遊知覺行為控制		旅遊行為意圖	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
年齡	1. 15~19 歲	3.71	0.61	3.86	0.62	3.95	0.66	3.77	0.80
	2. 20~30 歲	3.80	0.41	3.80	0.54	3.95	0.54	3.69	0.63
	3. 31~40 歲	3.83	0.46	3.80	0.59	4.00	0.60	3.82	0.76
	4. 41~50 歲	3.73	0.54	3.78	0.59	3.78	0.57	3.78	0.57
	5. 51~60 歲(含)以上	3.94	0.48	3.82	0.58	4.02	0.62	3.84	0.72
	F 檢定	1.843		0.494		1.133		0.776	
	事後比較	N/A		N/A		N/A		N/A	
職業	1. 學生	3.77	0.59	3.84	0.61	3.94	0.65	3.79	0.76
	2. 服務業	3.75	0.47	3.74	0.56	3.86	0.56	3.68	0.68
	3. 軍、公、教	3.95	0.28	4.14	0.59	4.29	0.57	4.18	0.60
	4. 製造業	3.82	0.45	3.84	0.54	4.06	0.57	3.88	0.69
	5. 家管、已退休	3.74	0.33	3.60	0.53	3.63	0.27	3.38	0.52
	6. 自由業	4.13	0.51	4.44	0.38	4.67	0.29	4.38	0.48
	7. 其他	3.78	0.54	3.78	0.62	3.79	0.56	3.41	0.59
	F 檢定	1.545		2.079		3.519		2.524	
	事後比較	N/A		N/A		N/A		N/A	
教育程度	1. 國中(含)以下	3.50	0.75	3.41	0.75	3.71	0.96	3.57	0.75
	2. 高職、高中	3.67	0.59	3.79	0.63	3.85	0.64	3.66	0.73
	3. 專科、大學	3.83	0.43	3.83	0.50	3.96	0.53	3.78	0.65
	4. 研究所(含)以上	3.85	0.47	3.87	0.72	4.16	0.63	3.95	0.87
	F 檢定	4.052		2.054		3.514*		2.223	
	事後比較	N/A		N/A		4>2		N/A	
近一年的旅遊天數	1. 1~6 天	3.76	0.49	3.78	0.59	3.87	0.60	3.71	0.73
	2. 7~12 天	3.87	0.51	3.94	0.57	4.13	0.60	3.94	0.71
	3. 大於 12 天	3.76	0.49	3.77	0.55	3.93	0.56	3.74	0.66
	F 檢定	1.507		2.553		5.585**		3.090	
	事後比較	N/A		N/A		2>1		N/A	

表4.15 年齡、職業、教育程度、近一年的旅遊天數與平均月收入之差異性分析(續)

平均 月收入	1. 0~20,000 元	3.75	0.60	3.81	0.61	3.92	0.64	3.75	0.78
	2. 20,001~30,000	3.81	0.45	3.79	0.61	3.93	0.56	3.83	0.64
	3. 30,001~40,000	3.74	0.42	3.80	0.52	3.82	0.56	3.59	0.66
	4. 40,001~50,000	3.78	0.47	3.77	0.55	4.07	0.57	3.85	0.61
	5. 50,001 元以上	3.89	0.47	3.88	0.60	4.10	0.57	3.93	0.73
	F 檢定	1.046		0.305		2.825		2.487	
	事後比較	N/A		N/A		N/A		N/A	

註：*表示有顯著水準，*表示 $P<0.05$ ，**表示 $P<0.01$ ，***表示 $P<0.001$

N/A 表示 Scheffe 法比較無顯著差異，> 表示大於

資料來源：本研究整理

表 4.16 「教育程度」對旅遊知覺行為控制問項之獨立樣本檢定分析

旅遊知覺行為控制 問項	教育 程度	平均數	標準差	平均數相等 的 T 檢定
我有自信，能夠搭乘捷 運旅遊	2. 高職、高中	4.32	0.685	0.287
	4. 研究所(含)以上	4.45	0.757	
我容易取得，搭乘捷運 到景點的旅遊資訊	2. 高職、高中	4.13	0.837	0.111
	4. 研究所(含)以上	4.35	0.688	
不管假期長短，我有能力 安排時間，搭乘捷運旅遊	2. 高職、高中	3.72	0.851	0.001**
	4. 研究所(含)以上	4.24	0.839	
搭乘捷運旅遊，預算容 易控制	2. 高職、高中	3.95	0.858	0.014*
	4. 研究所(含)以上	4.29	0.672	
我的身體狀況，適合搭 乘捷運旅遊	2. 高職、高中	4.06	0.922	0.035*
	4. 研究所(含)以上	4.37	0.662	
會有好友邀請我，參加 搭乘捷運旅遊	2. 高職、高中	3.34	1.126	0.015*
	4. 研究所(含)以上	3.80	1.020	
我能夠找到同伴，一起 搭乘捷運旅遊	2. 高職、高中	3.69	1.014	0.071
	4. 研究所(含)以上	4.00	0.917	
我會因為想轉換不同心 境而搭乘捷運旅遊	2. 高職、高中	3.56	0.924	0.220
	4. 研究所(含)以上	3.76	1.069	
我想要搭乘捷運旅遊的 時候，我容易付諸行動	2. 高職、高中	3.84	0.921	0.205
	4. 研究所(含)以上	4.04	0.937	

註：*表示有顯著水準，*表示 $P<0.05$ ，**表示 $P<0.01$ ，***表示 $P<0.001$

資料來源：本研究整理

表 4.17 「近一年的旅遊天數」對旅遊知覺行為控制問項之獨立樣本檢定分析

旅遊知覺行為控制 問項	近一年的 旅遊天數	平均數	標準差	平均數相等 的 T 檢定
我有自信，能夠搭乘捷 運旅遊	1. 1~6 天	4.10	0.745	0.000***
	2. 7~12 天	4.55	0.612	
我容易取得，搭乘捷運 到景點的旅遊資訊	1. 1~6 天	4.04	0.735	0.000***
	2. 7~12 天	4.43	0.648	
不管假期長短，我有能 力安排時間，搭乘捷運 旅遊	1. 1~6 天	3.78	0.777	0.000***
	2. 7~12 天	4.16	0.793	
搭乘捷運旅遊，預算容 易控制	1. 1~6 天	4.05	0.697	0.009**
	2. 7~12 天	4.29	0.676	
我的身體狀況，適合搭 乘捷運旅遊	1. 1~6 天	4.05	0.754	0.001**
	2. 7~12 天	4.39	0.750	
會有好友邀請我，參加 搭乘捷運旅遊	1. 1~6 天	3.50	0.952	0.597
	2. 7~12 天	3.57	1.054	
我能夠找到同伴，一起 搭乘捷運旅遊	1. 1~6 天	3.82	0.833	0.283
	2. 7~12 天	3.95	0.993	
我會因為想轉換不同心 境而搭乘捷運旅遊	1. 1~6 天	3.64	0.856	0.066
	2. 7~12 天	3.85	0.877	
我想要搭乘捷運旅遊的 時候，我容易付諸行動	1. 1~6 天	3.84	0.833	0.210
	2. 7~12 天	3.99	0.949	

註：*表示有顯著水準，*表示 $P<0.05$ ，**表示 $P<0.01$ ，***表示 $P<0.001$

資料來源：本研究整理

4.5 Pearson 相關分析

本研究在進行迴歸分析之前，利用皮爾森積差(Pearson)相關分析來檢測旅遊動機(自變項)、旅遊態度(中介變項)、旅遊知覺行為控制(中介變項)與旅遊行為意圖(依變項)等構面間相關程度之強弱。

Pearson 積差相關係數可作為二個連續變項間線性相關的指標。相關係數值介於-1 與+1 之間，正負符號分別表示正相關的方向及負相關的方向。相關係數之絕對值愈高，表示兩變項之關係愈密切，愈低表示愈不相關。相關係數之絕對值為 0.9 以上者為非常高度相關，0.7~0.9 為高度相關。0.5~0.7 為中度相關，0.3~0.5 為低度相關，0.0~0.3 為甚少相關。分析結果發現：

1. 表 4.18 分析結果，由於相關矩陣為一對稱矩陣，因此僅列出左下角分析結果，得知：
 - (1) 「旅遊動機」對「旅遊態度」(相關係數 0.577)與「旅遊知覺行為控制」(相關係數 0.601)呈中度顯著正向相關、「旅遊態度」對「旅遊行為意圖」(相關係數 0.681)呈中度顯著正向相關、「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」(相關係數 0.769)呈高度顯著正向相關，全數通過檢定，下一節將輔以迴歸分析驗證各變項之關聯性。
 - (2) 「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」的線性相關係數為最高，表示旅客的「旅遊知覺行為控制」與「旅遊行為意圖」有較強的關聯。

表 4.18 各衡量構面之相關分析

構面	旅遊動機	旅遊態度	旅遊知覺行為控制	旅遊行為意圖
旅遊動機	1			
旅遊態度	0.577***	1		
旅遊知覺行為控制	0.601***	0.657***	1	
旅遊行為意圖	0.571***	0.681***	0.769***	1

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

2. 由表 4.19 分析結果得知：

- (1). 本研究發現「旅遊動機」影響「旅遊態度」的構面因素當中，以「結伴輕旅行」影響「行為信念」最高(相關係數 0.491)。
- (2). 「旅遊動機」影響「旅遊知覺行為控制」的構面因素當中，以「逃離與追尋」影響「便利條件」最高(相關係數 0.521)。
- (3). 「旅遊態度」影響「旅遊行為意圖」的構面因素當中，以「結果評價」影響「行為意圖」最高(相關係數 0.630)。
- (4). 「旅遊知覺行為控制」影響「旅遊行為意圖」的構面因素當中，以「便利條件」影響「旅遊行為意圖」最高(相關係數 0.743)。

表 4.19 各衡量構面因素之相關分析

	結伴 輕旅行	逃離 與追尋	娛樂 與購物	行為 信念	結果 評價	自我 效能	便利 條件	行為 意圖
結伴 輕旅行	1							
逃離 與追尋	0.307***	1						
娛樂 與購物	0.492***	0.381***	1					
行為信念	0.491***	0.359***	0.308***	1				
結果評價	0.402***	0.455***	0.348***	0.588***	1			
自我效能	0.393***	0.432***	0.388***	0.395***	0.698***	1		
便利條件	0.435***	0.521***	0.441***	0.506***	0.580***	0.681***	1	
行為意圖	0.487***	0.447***	0.381***	0.588***	0.630***	0.670***	0.743***	1

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

4.6 迴歸分析

由上一節的 Pearson 相關分析得知，確認了旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖之直線關聯的方向及相關強度，本研究更進一步使用迴歸分析來確定各構面間的解釋及驗證研究假說是否成立。以第三章之研究架構圖作為基礎，針對本研究構面間的影響關係進行說明，以迴歸分析來分析各研究變項間的關係，並確立自變項與依變項間是否存在顯著影響關係。相關檢定說明如下：

1. F 檢定(F test)：整體迴歸模式的顯著性(取 $p < 0.05$)檢定，即提出的迴歸模式是否合適。
2. T 檢定(T test)：檢定個別迴歸係數是否顯著(取 $p < 0.05$)，表示此自變項是否可有效預測依變項。
3. R^2 (R square)係數：解釋線性迴歸模式的配適度，利用自變項去預測依變項時的解釋能力，此度量值將介於 0 與 1 之間，其值愈接近 1，表示線性迴歸模式的解釋力愈高、適配度愈佳，且 R^2 須透過 F 檢定來判斷其顯著水準。
4. Adj- R^2 (adjusted R^2)係數：當自變項個數愈多時，應採用校正後的 R^2 ，其判斷準則以大於 0.18 為佳。
5. β (Beta)係數：為一標準化的迴歸係數，具有與相關係數相似的性質，介於 -1 至 +1 之間，其絕對值愈大者，表示預測能力愈強。
6. VIF (variance inflation factor)：自變項共線性的檢定，依經驗法則，VIF 值大於 10 以上才會有共線性問題存在。

4.6.1 迴歸分析

本研究分別驗證旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖等構面間的直接影響效果，加以驗證 H1、H2、H3、H4 是否成立，其分析結果如表 4.20 所示。

(1) 旅遊動機對旅遊態度之迴歸分析

檢測「旅遊動機」是否會直接影響「旅遊態度」，由表 4.20 可知，「旅遊動機」對「旅遊態度」的整體解釋力為 33.3% ($R^2=0.333$)，整體迴歸模式達顯著水準 ($F=189.910^{***}$)。因此，「旅遊動機」對「旅

遊態度」具有顯著影響，且是正向影響($\beta=0.577^{***}$)，驗證本研究假說之 H1 成立。

(2) 旅遊動機對旅遊知覺行為控制之迴歸分析

檢測「旅遊動機」是否會直接影響「旅遊知覺行為控制」，由表 4.20 可知，「旅遊動機」對「旅遊知覺行為控制」的整體解釋力為 36.1%($R^2=0.361$)，整體迴歸模式達顯著水準($F=215.531^{***}$)。因此，「旅遊動機」對「旅遊知覺行為控制」具有顯著影響，且是正向影響($\beta=0.601^{***}$)，驗證本研究假說之 H2 成立。

(3) 旅遊態度對旅遊行為意圖之迴歸分析

檢測「旅遊態度」是否會直接影響「旅遊行為意圖」，由表 4.20 可知，「旅遊態度」對「旅遊行為意圖」的整體解釋力為 46.4%($R^2=0.464$)，整體迴歸模式達顯著水準($F=329.410^{***}$)。因此得知，「旅遊態度」對「旅遊行為意圖」具有顯著影響，且是正向影響($\beta=0.681^{***}$)。驗證本研究假說之 H3 成立。

(4) 旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之迴歸分析

檢測「旅遊知覺行為控制」是否會直接影響「旅遊行為意圖」，由表 4.20 可知，「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」的整體解釋力為 59.2%($R^2=0.592$)，整體迴歸模式達顯著水準($F=551.987^{***}$)。因此得知，「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」具有顯著影響，且是正向影響($\beta=0.769^{***}$)。驗證本研究假說之 H4 成立。

(5) 旅遊態度與旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之迴歸分析

分析「旅遊態度」與「旅遊知覺行為控制」影響「旅遊行為意圖」之解釋力，由表 4.20 可知，「旅遊態度」與「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」的整體解釋力高達 64.6%($R^2=0.646$)，大於「旅遊態度」對「旅遊行為意圖」的 46.4% 及「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」的 59.2%，顯示「旅遊態度」與「旅遊知覺行為控制」此二自變項能夠有效提升「旅遊行為意圖」此依變項之解釋力。

表 4.20 各衡量構面之迴歸分析

構面 (預測變項)	構面 (依變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	F 檢定
旅遊 動機	旅遊 態度	0.577	13.781***	0.333	189.910***
旅遊 動機	旅遊知覺 行為控制	0.601	14.681***	0.361	215.531***
旅遊 態度	旅遊 行為意圖	0.681	18.150***	0.464	329.410***
旅遊知覺 行為控制	旅遊 行為意圖	0.769	23.494***	0.592	551.987***
旅遊 態度	旅遊 行為意圖	0.309	7.633***	0.646	346.602***
旅遊知覺 行為控制	旅遊 行為意圖	0.566	13.985***		

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

旅遊態度與旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖的 VIF 皆為 1.759

資料來源：本研究整理

4.6.2 多元迴歸分析

為進一步瞭解旅遊動機、旅遊態度與旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之潛在因素彼此間的關聯性，同時納入多個變項以解釋與預測依變項，本研究透過旅遊動機、旅遊態度、旅遊知覺行為控制與旅遊行為意圖之構面因素進行多元迴歸分析：

(一) 旅遊動機對旅遊態度之多元迴歸分析

由表 4.21 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊動機各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.284，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，發現旅遊動機的「結伴輕旅行」與「逃離與追尋」對「行為信念」之影響達到顯著，其中「結伴輕旅行」對「行為信念」之影響程度最高。因此，遊客搭乘台北捷運到西門町旅遊的旅遊動機，當「結伴輕旅行」(拉力因素)與「逃離與追尋」(推力因素)的動機越高，對於「行為信念」的態度亦越高。

表 4.21 旅遊動機對旅遊態度「行為信念」之多元迴歸分析

構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
結伴輕旅行	0.413	8.206***	0.290	0.284	51.478***	1.349
逃離與追尋	0.225	4.744***				1.197
娛樂與購物	0.020	0.378				1.430

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.22 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊動機各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.283，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，發現旅遊動機的「結伴輕旅行」與「逃離與追尋」對「結果評價」之影響達到顯著，其中「逃離與追尋」對「結果評價」之影響程度最高。因此，遊客搭乘台北捷運到

西門町旅遊的旅遊動機，在「逃離與追尋」(推力因素)與「結伴輕旅行」(拉力因素)的動機越高，對於「結果評價」態度亦越高。

表 4.22 旅遊動機對旅遊態度「結果評價」之多元迴歸分析

構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
結伴輕旅行	0.250	4.974***	0.289	0.283	51.373***	1.349
逃離與追尋	0.342	7.215***				1.197
娛樂與購物	0.095	1.830				1.430

註：*表示有顯著水準，*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$ ，***表示 $P < 0.001$

資料來源：本研究整理

(二) 旅遊動機對旅遊知覺行為控制之多元迴歸分析

由表 4.23 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊動機各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.275，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，旅遊動機的「結伴輕旅行」、「逃離與追尋」與「娛樂與購物」對「自我效能」之影響皆達到顯著，其中「逃離與追尋」對「自我效能」之影響程度最高。因此，遊客搭乘台北捷運到西門町旅遊的旅遊動機，在「逃離與追尋」(推力因素)、「結伴輕旅行」(拉力因素)與「娛樂與購物」(拉力因素)的動機越高，對於「自我效能」亦越高。

表 4.23 旅遊動機對旅遊知覺行為控制「自我效能」之多元迴歸分析

構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
結伴輕旅行	0.219	4.318***	0.280	0.275	49.238***	1.349
逃離與追尋	0.302	6.328***				1.197
娛樂與購物	0.166	3.180*				1.430

註：*表示有顯著水準，*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$ ，***表示 $P < 0.001$

資料來源：本研究整理

由表 4.24 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊動機各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.373，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，旅遊動機的「結伴輕旅行」、「逃離與追尋」與「娛樂與購物」對「便利條件」之影響皆達到顯著，其中「逃離與追尋」對「便利條件」之影響程度最高。因此，遊客搭乘台北捷運到西門町旅遊的旅遊動機，在「逃離與追尋」(推力因素)、「結伴輕旅行」(拉力因素)與「娛樂與購物」(拉力因素)的動機越高，對於「便利條件」亦越高。

表 4.24 旅遊動機對旅遊知覺行為控制「便利條件」之多元迴歸分析

構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
結伴輕旅行	0.227	4.825***	0.378	0.373	76.843***	1.349
逃離與追尋	0.381	8.601***				1.197
娛樂與購物	0.184	3.794***				1.430

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

(三) 旅遊態度對旅遊行為意圖之多元迴歸分析

由表 4.25 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊態度各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.466，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，發現旅遊態度的「行為信念」與「結果評價」對旅遊行為意圖之影響皆達到顯著，其中「結果評價」對旅遊行為意圖之影響程度最高。因此，遊客搭乘捷運出遊的態度，在「行為信念」與「結果評價」的態度越高，對於旅遊行為意圖亦越高。

表 4.25 旅遊態度對旅遊行為意圖之多元迴歸分析

構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
行為信念	0.333	7.212***	0.469	0.466	167.901***	1.528
結果評價	0.434	9.387***				1.528

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

(四) 旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之多元迴歸分析

由表 4.26 分析資料顯示，構面因素的 VIF 值皆小於 10，表示旅遊知覺行為控制各構面因素間無明顯的共線性問題。F 檢定呈現顯著，表示本模式整體關係達到顯著水準。判定係數 Adj-R² 大於 0.18 且達 0.600，表示本多元迴歸模式具有高度解釋力。分析標準化 β 值，發現旅遊知覺行為控制的「自我效能」與「便利條件」對旅遊行為意圖之影響皆達到顯著，其中「便利條件」對旅遊行為意圖之影響程度最高。因此，遊客搭乘捷運出遊的旅遊知覺行為控制，在「自我效能」與「便利條件」的知覺行為控制程度越高，對於旅遊行為意圖亦越高。

表 4.26 旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖之多元迴歸分析

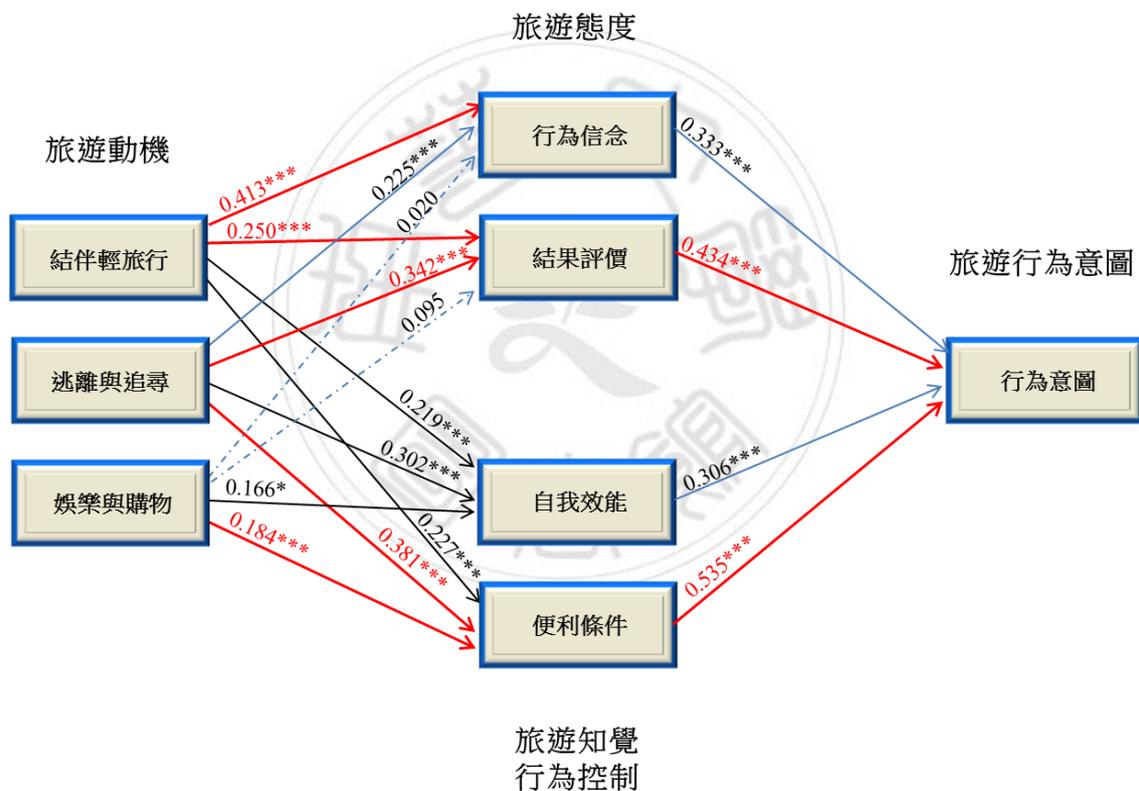
構面因素 (預測變項)	標準化 β 係數	T 檢定	R ²	Adj-R ²	F 檢定	VIF
自我效能	0.306	6.920***	0.602	0.600	287.550***	1.863
便利條件	0.535	12.112***				1.863

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

(五) 小結

由表 4.21、表 4.22、表 4.23、表 4.24、表 4.25 與表 4.26 彙整如圖 4.2 所示，旅遊動機之推力因素「逃離與追尋」分別對旅遊態度之「結果評價」與旅遊知覺行為控制之「便利條件」的 β 值預測能力較強，顯示此一旅遊推力動機內涵包含有容易結伴並利用便利安全的捷運去自助旅遊。旅遊動機之拉力因素「結伴輕旅行」分別對旅遊態度之「行為信念」與「結果評價」的 β 值預測能力較強，顯示此一旅遊拉力動機內涵包含有便利的捷運運具是達成輕旅行的良伴。另一旅遊動機之拉力因素「娛樂與購物」僅對旅遊知覺行為控制有顯著影響，且 β 值相對偏低，只透露出容易利用捷運結伴同遊。



註：實線代表顯著，數字為標準化 β 係數，***代表 $P < 0.001$

圖 4.1 各衡量構面因素之關係圖

4.6.3 中介驗證

由上述分析得知「旅遊動機」對「旅遊態度」、「旅遊知覺行為控制」呈現正向相關，且「旅遊態度」、「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」亦呈現正向相關，本研究再進一步探討各構面間的中介關係，驗證假說與解釋是否成立。如表 4.27、表 4.28 所示。本研究採取 Baron & Kenny (1986)對中介變項 (Mediator) 驗證方法來檢定變項之間的中介效果，若中介效果要成立，必須滿足三項條件：

- (一) 自變項對中介變項必有顯著影響。
- (二) 自變項與中介變項分別能對依變項有顯著影響。
- (三) 中介變項與依變項間的關係保持為顯著水準，但自變項與依變項的關係卻因中介變項的加入而被削弱，甚至呈現不顯著。當自變項與依變項間之關係因為中介變項的存在而變成未顯著水準，即屬完全中介效果，若仍達顯著水準，則為部分中介效果。

1. 驗證「旅遊態度」在「旅遊動機」與「旅遊行為意圖」之間的中介效果：

- (1) 由表 4.27 模式一可知，標準化迴歸係數為 0.577，達顯著水準，表示「旅遊動機」對「旅遊態度」具有顯著正向影響，滿足條件(一)；
 - (2) 由表 4.27 模式二可知，標準化迴歸係數為 0.571，達顯著水準，表示「旅遊動機」對「旅遊行為意圖」具有顯著的正向影響，滿足條件(二)之自變項對依變項有顯著影響；
 - (3) 由表 4.27 模式三得知，標準化迴歸係數為 0.681，達顯著水準，表示「旅遊態度」對「旅遊行為意圖」具有顯著正向影響，滿足條件(二)之中介變項對依變項有顯著影響；
 - (4) 比較模式二與模式四得知，「旅遊動機」對「旅遊行為意圖」的影響在加入「旅遊態度」後，標準化迴歸係數由原先的 0.571 降至 0.266，整體模型對「旅遊行為意圖」之解釋力由 32.6% 提升至 51.1%，但仍達顯著水準，故「旅遊態度」具有部分中介，滿足條件(三)。
- 因此「旅遊態度」在「旅遊動機」與「旅遊行為意圖」間具有部分中介效果，故假說 H5 成立。

表 4.27 旅遊態度之中介效果

變項	模式一	模式二	模式三	模式四
	旅遊 態度	旅遊 行為意圖	旅遊 行為意圖	旅遊 行為意圖
旅遊動機	0.577***	0.571***		0.266***
旅遊態度			0.681***	0.527***
R ²	0.333	0.326	0.464	0.511
Adj. R ²	0.331	0.324	0.462	0.508
F 檢定	189.910***	183.870***	329.410***	198.594***

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理

2. 驗證「旅遊知覺行為控制」在「旅遊動機」與「旅遊行為意圖」之間的中介效果

- (1) 由表 4.28 模式一可知，標準化迴歸係數為 0.601，達顯著水準，表示「旅遊動機」對「旅遊知覺行為控制」具有顯著正向影響，滿足條件(一)；
- (2) 由表 4.28 模式二可知，標準化迴歸係數為 0.571，達顯著水準，表示「旅遊動機」對「旅遊行為意圖」具有顯著的正面影響，滿足條件(二)之自變項對依變項有顯著影響；
- (3) 由表 4.28 模式三得知，標準化迴歸係數為 0.769，達顯著水準，表示「旅遊知覺行為控制」對「旅遊行為意圖」具有顯著正向影響，滿足條件(二)之中介變項對依變項有顯著影響；
- (4) 比較模式二與模式四得知，「旅遊動機」對「旅遊行為意圖」的影響在加入「旅遊知覺行為控制」後，標準化迴歸係數由原先的 0.571 降至 0.169，整體模型對「旅遊行為意圖」之解釋力由 32.6% 提升至 61.0%，但仍達顯著水準，故「旅遊知覺行為控制」具有部分中介，滿足條件(三)。

因此「旅遊知覺行為控制」在「旅遊動機」與「旅遊行為意圖」間具有部分中介效果，故假說 H6 成立。

表 4.28 旅遊知覺行為控制之中介效果

變項	模式一	模式二	模式三	模式四
	旅遊知覺 行為控制	旅遊 行為意圖	旅遊 行為意圖	旅遊 行為意圖
旅遊動機	0.601***	0.571***		0.169***
旅遊知覺 行為控制			0.769***	0.667***
R ²	0.361	0.326	0.592	0.610
Adj. R ²	0.360	0.324	0.591	0.608
F 檢定	215.531***	183.870***	551.987***	297.131***

註：*表示有顯著水準，*表示 P<0.05，**表示 P<0.01，***表示 P<0.001

資料來源：本研究整理



4.7 假說檢定與綜合討論

本研究綜合敘述性統計分析、信度檢定與因素分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析、Pearson 相關分析、迴歸分析之實證研究結果歸納，如表 4.29 所示，說明假說驗證成立及其他發現。

表 4.29 研究發現彙整表

1. 樣本敘述性統計分析	
年齡以「20~40 歲」居多	佔樣本 60.1 %
職業以「學生」居多	佔樣本 30.0 %
婚姻以「未婚或目前單身」居多	佔樣本 63.4 %
教育程度以「專科或大學」居多	佔樣本 58.5 %
近一年的旅遊天數以「1~6 天」居多	佔樣本 44.1 %
月收入以「0~20,000 元」居多	佔樣本 32.1 %
2. 現況分析分析（問項平均數前五高分）	
我認為搭乘捷運旅遊是便利的	4.35（旅遊態度）
我有自信，能夠搭乘捷運旅遊	4.26（旅遊知覺行為控制）
我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊	4.17（旅遊知覺行為控制）
我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊	4.16（旅遊知覺行為控制）
想要探索新奇的事物	4.15（旅遊動機）
3. 因素分析（自變項與中介變項負荷量較高者）	
我認為搭乘捷運旅遊是新奇的	0.873（旅遊態度）
可以讓我擺脫單調沉悶的日常生活方式	0.868（旅遊動機）
我認為搭乘捷運旅遊是有趣的	0.860（旅遊態度）
可以讓我從疲勞的身心中恢復活力	0.829（旅遊動機）
適合我們家人參與	0.822（旅遊動機）
4. 差異性分析	
「性別」對「旅遊態度」：	有顯著差異
「我認為搭乘捷運旅遊是安全的」 <u>女性</u> 較不認同	
「我認為搭乘捷運旅遊是悠閒的」 <u>女性</u> 較不認同	

表 4.29 研究發現彙整表(續)

「教育程度」對「旅遊知覺行為控制」：		有顯著差異
「不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊」研究所(含)以上大於高職、高中		
「近一年的旅遊天數」對「旅遊知覺行為控制」：		有顯著差異
「我有自信，能夠搭乘捷運旅遊」與「我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊」旅遊天數在 7~12 天之旅客較高於 1~6 天者		
5. Pearson 相關分析		
旅遊動機對旅遊態度		中度顯著、正向相關
旅遊動機對旅遊知覺行為控制		中度顯著、正向相關
旅遊態度對旅遊行為意圖		中度顯著、正向相關
旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖		高度顯著、正向相關
6. 迴歸分析		
旅遊動機對旅遊態度	($\beta=0.577$)	顯著、正向相關，H1 成立
旅遊動機對旅遊知覺行為控制	($\beta=0.601$)	顯著、正向相關，H2 成立
旅遊態度對旅遊行為意圖	($\beta=0.681$)	顯著、正向相關，H3 成立
旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖	($\beta=0.769$)	顯著、正向相關，H4 成立
7. 中介驗證		
旅遊態度之中介效果	($\beta=0.571$ 降至 0.266) ($R^2=0.326$ 升至 0.511)	具有部分中介
旅遊知覺行為控制之中介效果	($\beta=0.571$ 降至 0.169) ($R^2=0.326$ 升至 0.610)	具有部分中介(高於態度的中介效果)
8. 多元迴歸分析		
旅遊動機的構面因素一「結伴輕旅行」對旅遊態度與旅遊知覺行為控制之關聯性		顯著
旅遊動機的構面因素二「逃離與追尋」對旅遊態度與旅遊知覺行為控制之關聯性		顯著
旅遊動機的構面因素三「娛樂與購物」對旅遊態度與旅遊知覺行為控制之關聯性		對旅遊態度不顯著 對旅遊知覺行為控制顯著
旅遊態度的構面因素對旅遊行為意圖之關聯性		顯著
旅遊知覺行為控制的構面因素對旅遊行為意圖之關聯性		顯著

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本研究意在探討遊客搭乘大眾捷運系統到旅遊景點旅遊的動機及態度與知覺行為控制對行為意圖之影響，本章以研究架構與目的為基礎，透過實證分析結果，提出研究結論及建議以供後續之相關研究參考。

5.1 研究結論

(一) 遊客特性分析

回顧本研究問卷發放時期，巧遇異常氣候11年來最冷的「霸王寒流」及學生陸續準備期末考後的寒假來臨。本研究之受訪遊客其「性別」比例約各為50%，表示到西門町的遊客男、女結伴且無性別上的差異。受訪者年齡層之分佈以「20~40歲」間的比例最高，共佔60%，且受訪者婚姻狀況分類以「未婚及目前單身」的比例為63.4%最多，顯現西門町吸引7、8年級生的年輕、單身族群流連於此，享受美食小吃、看電影或追逐流行活動，感受屬於西門町獨有散步環境的浪漫情愫。

教育程度的部分以「專科、大學」學歷的58.5%最多，顯示大專學歷是目前多數遊客所受的教育水平，並有較正面的態度。受訪者遊客的近三年旅遊經驗以「1~6天」最多，顯示前往西門町的遊客尋求短暫逃避學業或工作壓力的現象。受訪者職業的類別以「服務業」37.9%最高，「學生」族群的30%居次。經濟能力在「20,000元以內」為32.1%是主要的消費族群，顯見搭乘捷運參訪西門町的旅遊預算較令人放心。

(二) 遊客現況分析

本研究之受訪遊客其問項認同度偏高者依序為「我認為搭乘捷運旅遊是便利的」4.35、「我有自信，能夠搭乘捷運旅遊」4.26、「我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊」4.17、「我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊」4.16、「想要探索新奇的事物」4.15、「我認為搭乘捷運旅遊是方便的『自助旅遊』」4.10。整體而言，台北捷運的便利性是被受訪者肯定的，輔以搭乘捷運到景點的相關旅遊資訊容易取得，益加引導遊客『自助旅遊』的經驗與預期程度。

(三) 迴歸分析與中介效果

由迴歸分析結果顯示，旅遊動機對旅遊態度的顯著影響、旅遊動機對旅遊知覺行為控制的顯著影響、旅遊態度對旅遊行為意圖的顯著影響與旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖的顯著影響均得到支持；旅遊態度、旅遊知覺行為控制對旅遊動機與旅遊行為意圖之中介效果亦得到支持，且旅遊知覺行為控制的中介效果更佳，因此，遊客搭乘捷運去西門町旅遊的經驗或預期容易的程度，成為吸引遊客出遊的最佳解釋。

進一步分析發現，旅遊動機之「逃離與追尋」內在動機與「結伴輕旅行」外在動機影響旅遊知覺行為控制非常顯著，旅遊知覺行為控制之「便利條件」影響旅遊行為意圖亦非常顯著，綜合而論，選擇搭乘捷運前往西門町旅遊的遊客，其內心需求是能夠擺脫單調沉悶的日常生活方式、懷抱興奮的心情迎接新奇的事物，而且容易呼朋引伴搭乘捷運付諸旅遊行動。

(四) 研究架構的貢獻

這項研究提供了一個試圖了解遊客旅遊動機和延伸的計畫行為之實證研究。遊客的「旅遊推拉動機」對於Ajzen計畫行為理論的「態度」及「知覺行為控制」因素去預測「行為意圖」是一個很好的決定因素，確認了選擇搭乘捷運到西門町目的地旅遊的遊客，其出遊動機肇因於想履行內心「逃離與追尋」的渴望與外在景點能提供「結伴輕旅行」因素與「娛樂與購物」魅力所驅動，而捷運運具之「便利條件」是他們願意達成旅遊行為的重要因子。簡而言之，由多元迴歸分析結果作解釋，若將「遊客」視為「消費者」、「搭乘捷運到景點旅遊」視為「商品」的角度而言，遊客是以「逃離與追尋」的動機心態去挑選能提供「結伴輕旅行」的評價商品為優先標的，次而為「娛樂與購物」的評價商品。因此本研究對旅遊動機得到了結論：

「旅遊動機是遊客肇因於現階段內心的渴望，並由經驗或認知勾勒出旅遊目標樣貌，進而選擇旅遊行為方式的動力。」

5.2 研究建議

綜合本研究分析結果，提出以下的建議：

1. 對臺北大眾捷運股份有限公司：

(一)由 Pearson 相關分析與迴歸分析發現，旅遊知覺行為控制對旅遊行為意圖呈現高度顯著與正向相關，表示遊客搭乘捷運之經驗或預期容易的程度越高，其搭乘捷運旅遊的信心程度將更顯著，整體而言，網路資訊發達的浪潮使得旅遊景點的觀光特色一覽無遺，伴隨著便利的台北捷運，只要能讓遊客親身體驗必能提升其旅遊知覺。因此，積極與旅行社、觀光飯店與經營景點業者合作推動套裝行程或促銷方案，應是吸引遊客初體驗的良方。

(二)台北捷運自從 1996 年 3 月 28 日木柵線通車運作迄今已逾 20 年，穩定的發展及路網的調整，已成為大台北生活圈重要的交通運輸工具，不僅乾淨、服務好與友善的無障礙空間，並擁有貼心的「博愛座」讓不便久站或亟需座位的旅客方便，更是本研究受訪者高度推崇的「便利」旅遊交通工具。然而女性受訪者卻有不安的雜音，根據本研究「性別」對「旅遊態度」構面之差異性分析發現，女性對搭乘捷運旅遊的安全性有顯著疑慮，推測肇因於近期社會事件：人潮的壅擠使得捷運性騷擾案件層出不窮、男大學生於臺北市捷運車廂內隨機殺人事件震驚社會(2014.5.21)。似乎「讓女性乘客安心」是現階段捷運公司應再努力的方向，落實設置婦幼專用車廂的規畫應是刻不容緩。

2. 對西門町當地主管機關及經營業者：

(一)西門町是什麼樣子呢？受訪者呈現的感覺是充滿新奇、有文明有美食有輕鬆散步的環境，擁有讓人擺脫沉悶、疲勞的魅力元素。如此吸引遊客的特點，應是當地主管機關及經營業者共同維護的最大公約數。建議維護公共治安、保存文化資產、鼓勵藝術創作、確保餐飲衛生，讓西門町能永續長存，引領台灣在國際旅遊目的地上發光發熱。

(二)多元回歸分析解構了遊客的旅遊動機，其內心是「逃離與追尋」，且北捷可達之景點眾多而遊客尋找新奇之心無歇，因此宜開發或協助相關業者舉辦活動與宣傳，誘發遊客的旅遊動機。

3. 對後續研究者：

(一)西門町的另一特點是有電影、追星活動的盛會及場所，然而本研究數據的支持度卻相對薄弱(旅遊動機之「娛樂與購物」對「旅遊態度」不顯著)，是否因捷運交通的選擇或捷運行駛的時間無法滿足該旅遊族群的需求?建議後續的研究者能有此一方向的論述。

(二)本研究架構僅以西門町為演譯對象且侷限於短暫的抽樣時間，如有後續的研究者能以其他旅遊目的地繼續研究，應能勾勒或支持本研究的旅遊動機論述。



參考文獻

一、中文部分

1. 大眾捷運法 (2013年06月05日)。
2. 交通部觀光局(2016年02月14日), 西門町商圈, 取自 <http://taiwan.net.tw/ml.aspx?sNo=0001090&id=2254>。
3. 西門徒步區街區發展促進會(2016年02月14日), 關於西門町, 取自 <http://www.ximen.com.tw/about-ximen.html>。
4. 臺北市政府觀光傳播局(2014年01月29日), 全球前100名旅遊目的地城市 臺北市名列18名 旅遊吸引力日漸攀升 旅遊人次再創新高, 取自 <http://www.gov.taipei/ct.asp?xItem=72027698&ctNode=5158&mp=100001>。
5. 交通部觀光局(2016), 交通部觀光局2016年施政重點, 取自 <http://admin.taiwan.net.tw/upload/public/20151225/24cf57a3-0d34-4e5f-a576-96384cd3eff5.pdf>。
6. 吳明隆(2007), SPSS 操作與應用問卷統計分析實務, 臺北市:五南。
7. 李葉田(2003), 捷運系統與都市觀光發展之研究-以高雄市為例, 長榮大學經營管理研究所碩士論文。
8. 李偉伶(2009), 以計畫行為理論探討來遊新竹十七公里海岸遊客之行為意圖, 中華大學經營管理研究所碩士論文。
9. 周彥辛(2011), 體育課動機與休閒運動意圖之間的關係, 中華體育季刊, 25(1), 2011。doi:10.6223/qcpe.2501.201103.2106
10. 宋源烽(2010), 外國旅客旅遊台灣之旅遊動機、知覺價值、滿意度及忠誠度之研究, 銘傳大學觀光研究所碩士在職專班論文。
11. 林承賢(2011), 以計畫行為理論探討使用者數位落差之持續使用行為, 東吳大學商學院資訊管理學系碩士論文。
12. 林慧婷(2012), 網路成癮與手機依賴之大學生人格特質的比較研究, 臺北市立教育大學心理與諮商學系碩士論文。
13. 邱皓政(2006), 量化研究與統計分析, 臺北市:五南。
14. 范莉雯(2002), 大學生參與生態旅遊行為意向之研究—以東海大學學生為例, 臺中師範學院環境教育研究所碩士論文。
15. 許辰維(2004), 以計畫行為理論探討冒險性遊憩活動參與者之行為意向 - 以登山活動為例, 靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
16. 許佩玉(2014), 廉價航空消費行為之研究, 國立臺灣海洋大學航運管理學系碩士論文。

17. 張有恆(1994)，大眾捷運系統營運與管理，臺北市：華泰文化。
18. 張德銘(2014)，遊客行為意圖影響因素之探討：目的地印象與計畫行為理論之研究，國立高雄應用科技大學觀光管理系觀光與餐旅管理碩士論文。
19. 陳志明(2015)，以計畫行為理論探討郵輪旅遊之意圖，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
20. 陳佩琪(2009)，以健康生活型態探討國人溫泉保健旅遊認知、態度與意願—兼論推拉力動機，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
21. 黃怡禎(2013)，休閒健康行為態度、主觀規範、知覺行為控制對行為意圖之影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
22. 陳郁真(2014)，運用計畫行為理論與動機理論探討參與自行車休閒活動之行為意圖，國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班碩士論文。
23. 詹依靜(2010)，台灣人前往北海道旅遊行為意圖之研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
24. 臺北大眾捷運股份有限公司(2016年03月09日)，取自 <http://www.metro.taipei/>。
25. 臺北市政府交通局(2016年01月27日)，臺北捷運營運概況。取自 <http://www.dot.gov.taipei/>
26. 臺北市政府觀光傳播局(2015年07月21日)。來臺遊客在臺北市之消費及動向調查報告。取自 <http://www.tpedoit.gov.taipei/ct.asp?xItem=62808015&ctNode=13266&mp=112001>
27. 蔡忠憲(2015)，以計畫行為理論探討民眾休閒時之環境行為—以中秋節烤肉為例，南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文。
28. 聯合報(民102年08月12日)，夜市外國背包客最愛，取自 <http://www.ximen.com.tw/udn.html>。
29. 蘋果日報(民104年07月12日)。西門町躍居全台第一商圈。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/section/property/>。

二、英文部分

1. Ajzen, I. (1985), From intentions to actions: A theory of planned behavior, Action-control: From Cognition to Behavior, pp.11-39.
2. Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), pp. 179–211.
3. Ajzen, I. & Driver, B. L. (1992), Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice, Journal of Leisure Research, 24(3), pp. 207-224.
4. Ajzen, I. (2006), CONSTRUCTING A THEORY OF PLANNED BEHAVIOR QUESTIONNAIRE:TPB Questionnaire Construction, Retrieved from: <https://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
5. Ajzen, I. (2014), Behavioral interventions based on the theory of planned behavior, Retrieved from:<http://www.people.umass.edu/aizen/tpbrefs.html>
6. Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), pp.1173-1182.
7. Cooper, C. 、Fletcher, J. 、Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993), Tourism: principles & practice, Longman: Harlow, UK.
8. Crawford, D. W. 、Jackson, E. L. & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. Leisure Sciences, 13(4), pp. 309-320.
9. Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985a), Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum Press.
10. Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985b), The general causality orientations scale:Self-determination in personality, Journal Research in Personality, 19, pp. 109-134.
11. Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality, Nebraska symposium on motivation: Perspectives on motivation, 38, pp. 237-288.
12. Dann, G. M. S. (1977), Anomie, ego-enhancement and tourism, Annals of Tourism Research, 26, pp. 868-897.
13. Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B.(2008), Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 10th Edition, Lewiston, NY, U.S.A..
14. Guilford, J.P. (1965), Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th Edition, New York, McGraw-Hill.

15. Hagger, M. S. · Chatzisarantis, N. L. D. · Barkoukis, V. · Wang, J. C. K. & Baranowski, J. (2005), Perceived autonomy support in physical education and leisure-time physical activity: A cross-cultural evaluation of the trans-contextual model, Journal of Educational Psychology, 97, pp. 376-390.
16. Hagger, M.S. · Chatzisarantis, N.L.D. & Harris, J. (2006). The process by which relative autonomous motivation affects intentional behavior: comparing effects across dieting and exercise behaviors, Motivation and Emotion, 30, pp.307-321.
17. Hagger, M.S. & Chatzisarantis, N. L. D. (2012), Transferring motivation from educational to extramural contexts: a review of the trans-contextual model. Eur J Psychol Educ, 27, pp. 195-212.
doi: 10.1007/s10212-011-0082-5
18. Hedrick-Wong, Y. & Choong, D. (2015), MasterCard 2015 Global Destination Cities Index. MasterCard Worldwide, Retrieved from <http://newsroom.mastercard.com/>.
19. Heung, C. O. · Uysal, M. & Weaver, P. A. (1995), Product bundles and market segments based on travel motivations: a canonical correlation approach, International Journal of Hospitality Management, 14(2), pp. 123-137.
20. Iso-Ahola, S.E. (1982), Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder, Annals of Tourism Research, 9(2), pp.256-262.
21. Joynathsing, C. & Ramkissoon, H. (2010), Understanding the Behavioral Intention of European Tourists, International Research Symposium in Service Management.
22. Kaiser, H. F. (1974), An index of factorial simplicity, Psychometrika, 39, pp. 31-36.
23. Lee, C. & Green, R. T. (1991), Cross-cultural examination of the fishbein behavioral intentions model, Journal of International Business Studies, pp. 289-305.
24. Lutes, L. D. & Steinbaugh, E. K. (2010). Theoretical models for pedometer use in physical activity interventions. Physical Therapy Reviews, 15(3), pp. 143-153.
25. Malghamdi, A. (2007), Explicit and implicit motivation towards outbound tourism: A study of Saudi tourists, Doctor of Philosophy in Marketing,

University of Glasgow.

26. Mansfeld, Y. (1992), From motivation to actual travel, Annals of Tourism Research, 19(3), pp. 399-419.
27. McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1987), Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers, Journal of Personality and Social Psychology, 52, pp. 81-90.
28. McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1992), Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory, Psychological Assessment, 4, pp. 5-13.
29. Mohammad, B.A. (2010), An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan, International Journal of Business and Management, 5(12), pp.41-50.
30. Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000), Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions, Contemporary Educational Psychology, 25, pp. 54-67.
31. Vallerand, R. J. (2007), A hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation for sport and physical activity, Intrinsic motivation and self-determination in exercise and sport, pp. 255-279.
32. Taylor, S. & Todd, P. (1995), Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. International Journal of Research in Marketing, 12, pp.137-155.

附錄 研究問卷

親愛的小姐、先生您好：

感謝您熱心協助，這是一份學術性的研究問卷，目的在探討國人對於

「大眾捷運系統與旅遊景點」的關係 - 以西門町為例

您的寶貴意見，將是本研究論文成功的最大關鍵。問卷不需填寫姓名，全部資料僅作學術統計分析之用，絕不對外公開或另作他用。

請您閱讀各部分問項，依照您認知及感受逐題填答。謝謝！

敬祝您

順心如意

南華大學旅遊管理研究

指導教授：莊鎧溫 博士

研究生：施順耀 敬上

日期：105 年元月

※本研究對象是曾經『搭乘台北捷運到西門町旅遊』的遊客。

第一部分、旅遊動機

以下問項是了解您『坐捷運到西門町旅遊』的動機，
每題請〈圈選一個〉您認為最適當的選項：

		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
01.	可以讓我擺脫單調沉悶的日常生活方式	5	4	3	2	1
02.	可以讓我從疲勞的身心中恢復活力	5	4	3	2	1
03.	想要去遊覽網路社群媒體介紹的旅遊景點	5	4	3	2	1
04.	想要去遊覽家人或朋友都喜歡的旅遊景點	5	4	3	2	1
05.	想要探索新奇的事物	5	4	3	2	1
06.	放假就是要出去走走	5	4	3	2	1
07.	為了逛街購物	5	4	3	2	1
08.	可品嚐美食料理	5	4	3	2	1
09.	擁有輕鬆散步的休閒環境	5	4	3	2	1
10.	不需花費太多旅費	5	4	3	2	1
11.	適合我們家人參與	5	4	3	2	1
12.	適合與好友一同參與	5	4	3	2	1
13.	有電影、追星活動的盛會及場所	5	4	3	2	1
14.	擁有文化與歷史遺跡	5	4	3	2	1

第二部分、態度

以下問項是了解您『坐捷運，去旅遊』的態度，
每題請〈圈選一個〉您認為最適當的選項：

		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
15.	我認為搭乘捷運旅遊是 新奇的	5	4	3	2	1
16.	我認為搭乘捷運旅遊是 有趣的	5	4	3	2	1
17.	我認為搭乘捷運旅遊是 悠閒的	5	4	3	2	1
18.	我認為搭乘捷運旅遊是 便利的	5	4	3	2	1
19.	我認為搭乘捷運旅遊是 安全的	5	4	3	2	1
20.	我認為搭乘捷運旅遊是 便宜的	5	4	3	2	1
21.	我認為搭乘捷運旅遊是 值得期待的	5	4	3	2	1
22.	我認為搭乘捷運旅遊是 方便的「自助旅遊」	5	4	3	2	1

第三部分、知覺行為控制

以下問項是了解您『坐捷運，去旅遊』的預期掌控程度，
每題請〈圈選一個〉您認為最適當的選項：

		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
23.	我有自信，能夠搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
24.	我容易取得，搭乘捷運到景點的旅遊資訊	5	4	3	2	1
25.	不管假期長短，我有能力安排時間，搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
26.	搭乘捷運旅遊，預算容易控制	5	4	3	2	1
27.	我想要搭乘捷運旅遊的時候，我容易付諸行動	5	4	3	2	1
28.	我能夠找到同伴，一起搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
29.	我的身體狀況，適合搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
30.	我會因為想轉換不同心境而搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
31.	會有好友邀請我，參加搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1

第四部分、行為意向

以下問項是了解您『坐捷運，去旅遊景點』的意願，
每題請〈圈選一個〉您認為最適當的選項：

		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
32.	我樂意向親朋好友推薦，搭乘捷運旅遊	5	4	3	2	1
33.	如果要進行景點旅遊活動，我會優先選擇捷運	5	4	3	2	1
34.	未來一年內，我願意再次搭乘捷運去旅遊景點旅遊	5	4	3	2	1
35.	未來一年內，我會鼓勵親朋好友搭乘捷運去旅遊景點旅遊	5	4	3	2	1

第五部分、受訪者資料(單選)

以下問項作為論文群組分析之用，
每題請〈填寫一個〉最適當的選項：

- () 1. 性別：①女 ②男
- () 2. 年齡：①15~19 歲 ②20~30 歲 ③31~40 歲 ④41~50 歲
⑤51~60 歲 ⑥61 歲(含)以上
- () 3. 職業：①學生 ②服務業 ③軍、公、教 ④製造業
⑤家管、已退休 ⑥自由業 ⑦其他
- () 4. 婚姻狀況：①未婚、目前單身 ②已婚、有配偶
- () 5. 教育程度：①國中(含)以下 ②高職、高中 ③專科、大學
④研究所(含)以上
- () 6. 您最近一年的旅遊天數：①1~6 天 ②7~12 天 ③大於12天
- () 7. 您約估平均月收入(薪資、零用金、年金、可支配所得)：
①0~20,000 元 ②20,001~30,000 ③30,001~40,000
④40,001~50,000 ⑤50,001 元以上

【本問卷到此結束，感謝您圓滿填答。】

施順耀 敬上