

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：吳素倩

旅遊行為之研究

—以大學生出國旅遊為例

Significance of Traveling

—A Case Study of University students

Traveling Abroad

學生：喻詩婕 撰

中華民國一〇三年十月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

旅遊行為之研究

—以大學生出國旅遊為例

Significance of Traveling

—A Case Study of University students

Traveling Abroad

學生：喻詩婕 撰

指導老師簽名：

中華民國一〇三年十月

系所章戳：

## 謝辭

在完成論文的同時也代表即將結束大學四年的生活，在過去一年的時間裡得到了很多人的幫助，才可以完成這篇論文，首先要感謝指導老師吳素倩教授辛苦的與我們討論，感謝翁志遠老師協助解決統計方面的問題，在寫這篇論文時遇到了很多的困難，但也因此收穫很多，讓我在畢業前回顧了這幾年學習的知識，最後要，感謝爸爸媽媽、感謝同組同學的互相討論、感謝受訪者幫忙填答問卷、感謝親朋好友的幫助。

## 中文摘要

在資訊爆炸的年代，人們隨時都可以接收到異國的訊息，交通的革新也拉近的國與國之間的距離，而出國旅遊也變成一件容易的事，在台灣大學生的眼中出國旅遊有著什麼樣的意義？從旅行中希望得到什麼樣的收穫？異國文化又具有怎麼樣的吸引力能夠吸引旅客？希望能在本研究中得到解答。

本文將在休閒社會學範疇中探討，內文將詳述研究動機與目的，並在社會學與觀光旅遊學科中做資料蒐集，以問卷調查方式來調查台灣在學大學生對於出國旅遊的經驗以及觀念，且經由量化研究方式分析樣本，在研究中也將根據性別、經濟狀況等，討論不同背景受訪者的旅遊觀念或需求是否不同，最後檢定假設並做出結論。

**關鍵字：**休閒社會學、觀光旅遊、需求、吸引力

# Abstract

In the era of information explosion, people can easily receive massive messages from different countries and the distance between countries was shortened by convenience transportation so as traveling abroad is no more a difficult task for most people. What does traveling abroad mean to Taiwanese college students? What's the intent or goal to them while visiting foreign countries? What kind of foreign culture can attract tourists more? I hope to find these answers in this study.

This article will explore the detailed motivation and purpose of Taiwanese university student when they decide to travel, and use the method of questionnaire survey to investigate university students in learning their experiences and ideas for travel abroad. This article will also analysis these samples on the basis of gender, economic status, etc., to find whether different backgrounds travelers has different needs or expectation while making their traveling plan. In the end, this article will test above mentioned assumptions and make final conclusions.

**Keyword :** Leisure Sociology · Travel · Requirement · Attractive

# 目次

謝辭.....	I
中文摘要.....	II
英文摘要.....	III
目次.....	IV
表次.....	V
圖次.....	VI
<b>第壹章 緒論</b>	
第一節 研究背景及動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 名詞解釋.....	2
<b>第貳章 文獻探討</b>	
第一節 休閒社會學.....	4
第二節 觀光旅遊學.....	5
第三節 國人旅遊狀況調查.....	6
<b>第參章 研究方法</b>	
第一節 研究架構.....	7
第二節 研究方法.....	9
第三節 研究假設.....	9
<b>第肆章 資料分析</b>	
第一節 樣本分析與描述性統計.....	10
第二節 信度、效度與相關係數.....	16
第三節 卡方檢定與交叉分析.....	20
第四節 迴歸分析.....	30
第五節 小結.....	35
<b>第伍章 結論與建議</b>	
第一節 結論.....	37
第二節 研究限制.....	37
第三節 建議.....	38
附錄一 問卷.....	39
參考書目.....	43

# 表次

表 2-3-1 國人出國統計表.....	6
表 4-1-1 性別、年級次數分配表.....	10
表 4-1-2 就讀院系次數分配表.....	11
表 4-1-3 自我實際經濟狀況.....	12
表 4-1-4 自我經濟狀況感受.....	13
表 4-1-5 出國旅遊經驗.....	13
表 4-1-6 旅遊方式選擇.....	14
表 4-1-7 出國總金額.....	14
表 4-1-8 出國時會攜帶的現金.....	15
表 4-1-9 出國旅遊地區分佈.....	15
表 4-2-1 問卷 Cronbach's Alpha 值.....	16
表 4-2-2 觀光需求之平均數、標準差、 $\alpha$ 值.....	17
表 4-2-3 觀光吸引力之平均數、標準差、 $\alpha$ 值.....	18
表 4-2-4 行前準備態度之平均數、標準差、 $\alpha$ 值.....	19
表 4-2-5 態度量表相關分析.....	20
表 4-3-1 家庭經濟狀況*每月生活費交叉表.....	21
表 4-3-2 家庭經濟狀況*出國旅遊次數 交叉表.....	22
表 4-3-3 每月生活費*出國旅遊次數 交叉表.....	23
表 4-3-4 家庭經濟狀況*可接受的出國總金額 交叉表.....	24
表 4-3-5 每月生活費*可接受的出國總金額 交叉表.....	25
表 4-3-6 性別*喜歡出國旅遊的原因 交叉表.....	26
表 4-3-7 性別*旅遊方式選擇 交叉表.....	27
表 4-3-8 選擇目的地的原因*決定旅遊天數的原因 交叉表.....	28
表 4-3-9 選擇目的地的原因*增加旅遊意願的原因 交叉表.....	29
表 4-4-1 經濟狀況*觀光需求 迴歸.....	30
表 4-4-2 經濟狀況*觀光需求 模式摘要.....	30
表 4-4-3 經濟狀況*觀光需求 Anova.....	31
表 4-4-4 經濟狀況*觀光需求 係數.....	31
表 4-4-5 經濟狀況*觀光吸引力 相關.....	32
表 4-4-6 經濟狀況*觀光吸引力 模式摘要.....	32
表 4-4-7 經濟狀況*觀光吸引力 Anova.....	32
表 4-4-8 經濟狀況*觀光吸引力 係數.....	33
表 4-4-9 性別*觀光需求 相關.....	33
表 4-4-10 性別*觀光需求 模式摘要.....	33
表 4-4-11 性別*觀光需求 Anova.....	34
表 4-4-12 性別*觀光需求 係數.....	34
表 4-4-13 性別*觀光吸引力 相關.....	34
表 4-4-14 性別*觀光吸引力 模式摘要.....	35
表 4-4-15 性別*觀光需求 Anova.....	35
表 4-4-16 性別*觀光吸引力 係數.....	35

# 圖次

圖 3-1-1 研究流程圖.....	7
圖 3-1-2 研究架構圖一.....	8
圖 3-1-3 研究架構圖二.....	8
圖 4-1-1 就讀院系百分比圖.....	11
圖 4-1-2 出國地區分佈百分比圖.....	16



# 第壹章 緒論

## 第一節、研究背景及動機

旅遊產業的發展日趨蓬勃，而觀光收入在國家經濟中也占了重要的一環，各國也積極推廣觀光旅遊產業，在觀光產業中也無形的建立了一個國家在國際中的形象，除了可見的觀光收益及經濟繁榮外，觀光產業也促進國民外交的發展、國際間文化的交流、充實人民的國際觀及文化包容等無形的資本。在大眾觀光行為盛行的今日，觀光產業界出現包羅萬象的套裝行程，安排旅客遊覽具有各國特色的觀光景點，所謂的觀光景點因觀光客而產生，而在相近的地區之中，行程安排往往會出現幾個特定的地點，被稱做熱門景點或必遊景點，在旅客選擇觀光地點的條件中，有哪些原因會影響他們的決定，讓旅客們喜愛的景點要擁有什麼樣的特性，各個國家的旅遊氛圍雖然不盡相同，但各類景點之間不免會有特性上的相似處，例如：自然風景類、古蹟類、遊樂園類等等，無論是先天的自然條件、歷史人文的累積、亦或是特別打造的觀光資產，在觀光客的旅遊選擇中皆占有影響力，在觀光客挑選目的地的過程中，如何塑造觀光客對旅程的想像，成為大眾喜愛前往觀光；而在網路便利及資訊發達的現代，自助旅行漸漸成為某部分人們喜愛的一種旅行方式，許多旅客會在網路上分享自己的經驗，在蒐集資訊及參考過他人經驗後，設計出自己喜愛的旅程，而這種觀光方式也造就出不同於旅行團安排的觀光景點，這樣新型態的觀光景點中包含了很多屬於當地的小特色，例如：道地美食的餐館、物超所值的商店、具有特色的裝置藝術等等，讓旅客能更加融入異國氣氛中，體會不同於自己國家的日常生活。

其次，在現代社會的進步下，交通的革新讓國家之間的時空縮短，異國旅遊變成普遍的旅行選擇，而交通的發達更容易讓人們接觸到不同的文化，尤其是在異國旅行中，人們更可以得到不同於平日生活環境的感受，當置身不同情境之中，人們可以跳脫平日的生活，並且得到不同的心情轉變，儘管只在生命中存在短暫的時間，但卻是真實感受到的經歷，在這段過程中藉以補充生命的養分，當代社會的環境中提供了更便捷的方式，讓人們選擇適合的方式旅行，進而推廣了異國旅行的概念，本文將以社會學角度來探討大眾旅遊行為，並以台灣大學生出國旅遊經驗及價值觀為方向，討論可能影響旅客異國旅遊的因素，做為觀光旅遊社會學之初探。

經過時間的轉變，科技的發達以及運輸的革新，國與國之間的交通越來越迅速，大大拉近了各國之間的距離，在社會變遷及各種因素下，出國旅遊變成常見的旅行選擇，現今社會中，當人們越來越注重休閒活動，而旅遊幾乎是每個人生活中的體會，大眾旅遊也演變成一個社會學研究的方向，若是以社會學的視角來檢視旅遊的意義，接觸異國文化會對民眾的價值觀有什麼影響、又會帶給人們的生活什麼樣的改變？或許每一個人對與旅行的定義都不大相同，當異國旅遊變成一種大眾行為，將會讓本國文化與異國文化之間會碰撞出怎樣的火花，而觀光客所看見的異國文化是否反映了社會發展的脈絡？觀光客又為了什麼動機選擇旅行的地點、是抱著怎樣的期望展開旅程？而人們從事旅遊行為的動機何在，在一段旅程中希望得到怎樣的收穫或體驗，而從社會學視角來看社會因素是如何影響個人對於旅遊行為的抉擇，在台灣的社會環境中，什麼樣的條件會是促成國人出國旅遊的動機，是否有某些普遍存在的因素能夠引發大眾觀光的行為。

由於上述所言，在開心愉快的旅途背後其實隱藏著許多的計畫與安排，而這些安排中充滿了各式各樣的原因，從為何想要出發去旅遊開始，到挑選目的地、挑選觀光景點等等，在旅客的個人喜好或是接收到的訊息皆影響了旅遊行為的發生，但是在眾多旅客中卻共同對於某些觀光景點有相似的安排，是因為什麼樣的原因而產生這樣的結果，所謂的必遊景點中具有怎樣的特性吸引外國觀光客的興趣，最後旅客對於旅程的想像因何而起，並期望在一趟旅程中獲得什麼，這些又代表著什麼樣的意義，在種種疑問之下引發本文探討此一题目的興趣與動機，並期待在此過程之中解開疑問並學習到豐富的知識。

## 第二節、研究目的

根據台灣觀光局統計出，近幾年來台灣人民出國人次持續增加，當出國旅行變為一種常見大眾行為，在經濟市場上也讓觀光旅遊產業逐漸佔據更重的份量，而在社會學中如何將這種現象歸納出某種常態，而在市面上推出的許多的旅遊商品中，無論是旅行社之間或是不同的行程設計，其中的景點規劃難免會有相似的部份，而在觀光景點的選擇上，旅客的喜好是如何影響行程的安排及選擇，讓眾多安排中都出現某些相同的地點，當旅客在選擇旅遊目的地或是旅遊商品時，會受到哪些因素的影響，旅客個人的經濟能力、對觀光需求或是異國文化的吸引力是否影響旅行的選擇，當中民眾出國旅遊意願或選擇是否受到某些共同因素的影響，因此本篇論文將以台灣大學生為例，根據其出國旅遊經驗，期望完成以下三項問題的研究：

- (一) 探討影響台灣大學生出國旅遊行為的因素。
- (二) 探討異國文化的吸引力如何影響台灣大學生出國旅遊行為。
- (三) 探討台灣大學生的出國旅遊需求以及對旅程的期望。

## 第三節、名詞解釋

### (一) 觀光、旅行

觀光(tourism)源自於拉丁文的 tornus，在希臘文中原指畫圓的工具，而衍伸出周遊各地，而最終回歸原點的意思。而觀光客(tourist)最早由 Samuel Peggey 的英語語法軼事(Anecdotes of the English Language)一書中出現，十七至十八世紀時，一種新的旅遊方式興起，以學習為主要目的參訪各國，藉此從中獲的知識及經驗，而這種以文化學習為背景的活動被稱之為”壯遊(the Grand Tour)”，當旅遊逐漸成為普遍的現象時，觀光(tourism)及大眾觀光(mass tourism)就產生了，在 1811 年英格蘭的運動雜誌(Sporting Magazine)首先出現 Tourism 這個詞。

旅行(travel)最初與辛勞工作 travail 有相同意思，在古代指的是做辛勞的工作或煩雜的事之意，而 traveler 便是指活躍積極的工作者(an active man at work)，早期旅遊是需要長期計畫、大量費用及長時間投入，之後因為交通運輸進步，旅行的不便及危險性降低，使旅遊行為更加容易進行，而在 Thomas Cook 首先對於旅遊活動作安排，讓旅行者的安全受到保障，從此之後旅行者 traveler 則變為現在所稱的觀光客 tourist。

在中華民國教育部的重編國語辭典中，將觀光定義為：「參觀他國的文物制度、政教習俗。參觀旅行。」將旅行定義為：「出門四處遊歷。結伴而行。」將旅遊定義為：「旅行遊覽。」

而在本文中則將觀光、旅行、旅遊皆定義為：「藉由空間的移動來進行遊覽行為，包含觀賞風景、文化學習、購物遊玩、休息度假等活動，探索非日常生活所遇到的情境，並從中得到知識或體驗。」

## (二)觀光需求

「觀光需求」一詞指觀光客可被觀察之外顯行為，觀光客在旅行期間內對於觀光產品或勞務服務，為了獲得滿足有能力且願意購買的消費行為，而觀光產品包含歷史古蹟、主題樂園之門票消費等，勞務服務為旅客付費使之提供服務等；根據馬斯洛需求理論 (Maslow' s needs hierarchy) 而言觀光需求本身即為一種目的，可由觀光客自身潛意識中之自發性「需要 (need)」，再經由外界資訊刺激喚起之誘發性「欲求 (want)」而產生。

本文中所提及之觀光需求將以旅客對於體驗異國觀光資源之欲求或動機為主，將觀光需求定義為：「旅客在異國旅遊時所追求的知識、經驗或感受。」

## (三)觀光吸引力

「觀光吸引力」一詞多被用來形容吸引觀光客前往觀光旅遊的力量，是遊客決定前往觀光旅遊的重要動機之一，而觀光動機多為了滿足觀光需求而產生，Victor (1989) 認為觀光吸引力是遊客前往觀光景點的基本動機。而 Lew (1987) 認為觀光景點對於遊客的吸引力是由當地景觀、服務、設施及遊客的參與、回憶所構成。Smith (1996) 認為觀光吸引力是推力與拉力共同的結果。在觀光吸引力中包含了推力與拉力，推力指使遊客選擇前往旅遊的內在因素，包含旅客感受、經濟條件等個人狀況，而拉力為異國環境所能提供旅客的外在的、可看見的條件，包含文化特色、自然景觀等在自己生活範圍無法得到的體驗。

本文中所提及之觀光吸引力將以異國環境對旅客拉力為主要討論內容，將觀光吸引力定義為：「吸引旅客前往觀光的外在動機，包含目的地的自然景觀、遊樂設施、文化特色等異國觀光資源。」

## 第貳章 文獻探討

### 第一節、休閒社會學

休閒社會學約在第二次世界大戰後成為一門獨立的學門，Berger (1962) 提出「休閒是一種道德上的情境，是人的基本權利，休閒時也必須合乎道德規範。」此外休閒也被視為是一種團體參與的產物，而Dumazedier (1967) 認為「休閒是與工作、家庭及社會義務不相關的活動，人們可以依隨自己的心意，或是為了放鬆自己，或是為了增廣見聞及主動的社會參與，而抒發的創造性能量。」且認為「休閒活動是個人的事，休閒綜合了輕鬆、多變化、增廣見聞等因素，經常是社交活動，需要個人的創造力，分別是放鬆、娛樂與個人發展，此三部分是相互貫通的，且不可分。」在休閒社會學的觀點中，探討的重點多在人與人的關係以及由此衍伸的相關事項，而休閒活動隨著時間的演進需求逐漸升高，也與社會經濟影響有關，而人類對於休閒的需求也因年齡而改變，而生命經歷也影響旅客的生理及心理態度和認知及行為，性別也影響休閒活動的選擇，生理特徵方面的條件也限制了部分的休閒選擇。而T. Veblen (1899) 提出休閒中也存在階級特權的觀點，主要是在批判資本家大量消費和明顯的空閒時間，只有有錢人才可以從事休閒活動且其具有炫耀性，民眾所處在的社會階層也與休閒活動有所關聯，身處於不同階層的人，其休閒的型態、方式與性質會有不同，而階層理論下的休閒活動都有其象徵，由休閒的階層形塑出休閒社會。

Patrica A. Stokkwski(1996)的《LEISURE IN SOCIETY》一書中提到，將休閒社會學進程分為三個階段。首先是形成期，傳統的休閒社會學理論中，社會學家希望瞭解休閒活動本身或其對於社會互動中的重要性，由Burch所提出的「個人社區」(Personal Community)假說做為休閒及遊憩行為的基礎，其中提到：「人們都居住相當穩定的個人社區中，且這個社區包含了多重鄰近的和較遠的家人、朋友和同事的小圈圈。在每個圈圈中，人們分享彼此的興趣和活動，在休憩形式上個人也由此社會化」。並指出：「人們所處在關係密切的社會小圈圈的特性可能才是在決定休閒行為上最關鍵的變數。Burch(1969)。」而在補償理論(The Compensatory Theory)中，Burch認為補償理論的假設是「將工作視為生活中主要的活動，而休閒活動則被視為激發工作動力的補償，在於平衡每天單調枯燥的生活，而從事與工作相反的休閒活動。」但此理論卻無法解釋從事與工作相關的狀況，引此產生了後遺休閒理論(The Spillover Leisure Theory)，其觀念為「工作與休閒平行發展」，會造成此種狀況的原因可能是工作會使人感到快樂及興奮，而在工作後亦會選擇從事此種活動做為休閒方式。

其次是實徵性研究時期，將休閒視為與階層及工作有關的社會現象，主要探討具有不同特性的人們在經歷休閒活動時的態度有何不同，不同的社會群體代表不同的組織過程、溝通型態及行為表現，而休閒的真實經歷被視為一種主觀的達成，無法與人類意圖分離，且是在休閒活動中與家人、朋友間的互動關係所創造的，進而認知到我們所知的休閒是一種社會經驗而非獨立的事件。最後，解釋性的休閒社會學(Interpretive sociologies of leisure)則著重於休閒行為的個人及社會建構，而出現「休閒僅只發生於遊憩事件中，他同時也存在每天的生活中」的新觀點，提出：人們經由社會互動而創造休閒。

李立昌(2009)的《休閒社會學》一書中提到：在國際社會學學會中，國際觀光是其中一個研究領域，觀光被視為一種重要的短期人口流動以及社會現象。社會學家Cohen(2002)將觀光社會學定義為：一門正在浮現的社會學專業，其關懷在於觀光動機、角色、關係和機制(institution)以及這些對觀光客與觀光目的地居民的影響之研究。也根據Erik Cohen(2002)的分類可將觀光社會學分為八種：

- (一) 觀光是一種商業化的款待(commercialized hospitality)。
- (二) 觀光是一種民主化或是平民化的旅行(democratized travel)。
- (三) 觀光是一種現代的休閒活動，而休閒活動隨歷史而演化。
- (四) 觀光是傳統朝聖的現代版本，是對於意義與真實的追尋(MacCannell, 1999)。
- (五) 觀光是一種基本文化主體的表達：國際觀光可觸及各個不同的文化主體。
- (六) 觀光是一種文化同化的過程，強勢文化的觀光客強迫將其文化推銷給弱勢文化。
- (七) 觀光是一種種族互動關係：不同的文化往往代表不同的民族，觀光是其間的互動。
- (八) 觀光是一種新殖民主義，造成強國對弱國新型式的經濟宰制與剝削。

休閒社會學能夠從微觀的角度來探討休閒現象，也能夠從宏觀的角度來討論其社會意義，微觀的角度可以了解個人的休閒體驗，以人為主體討論個人休閒經驗與社會之間的互動，宏觀的角度則以團體甚至社會的角度，來研究休閒所影響的社會現象，因此休閒的社會學研究既可以從個人經驗面，也可以從社會現象面來加以思考，並了解之間的關係。

## 第二節、觀光旅遊學

有別於休閒社會學，旅遊被當作研究對象則出現較晚，遲至十八世紀末才被注意，當勞動者把假日做為度假及旅遊使用，之後觀光進展速度加快，主要是與工作時間的縮短、放假權利的提倡有關，Parrinello(2002)認為「預期(anticipation)」是觀光動機首要探討的對象，因為它是觀光階段的開端，隨後才是計畫、執行與觀光，而旅遊的動機與個人需求和願望是相互關聯的，空間上或是心理上，旅遊時環境的轉變讓人有逃離生活壓力的感受，根據所見不同的景物與文化，帶來新的價值觀與心境；而旅遊的價值不僅僅在於個人的感受，當旅遊大眾化後，人群之間交流、相異文化的衝突等，透過旅遊行為反映出不同的價值觀念，因此Edgar Morin提出「有價值觀的假期才會使度假成為有價值」，在此階段中觀光旅遊被認為是：「與生活節奏和環境之變遷有關，並且也與親身所經歷的環境參觀、自然環境、文化及社會有關的臨時而又自願的旅行現象之總體。馬德里(1979)。」

旅遊較常被經濟學當作探討的議題，而在社會學研究中，直到1935年才被Robert Glucksmann當作一種社會現象，一種與人際關係、文化溝通有關的現象，在旅遊文化之中所尋求的異國氛圍，使旅客體驗到不同的文化價值，甚至可具有教育意義，在種種狀況下培養各種情感與能力，而旅遊的體現依照旅遊者的態度或方式可能發展出不同的效果，而在旅行者旅遊地之間並非只呈現對立的衝突，在文化之間的摩擦也會激盪出新的火花，並吸收對方優點促進民族發展。然而在如今的社會環境中，依據世界觀光組織(United Nations World Tourism

Organization, 2005-2007)對觀光的定義為：「離開日常生活居住地，前往其他地方從事休閒、商業、社交或其他目的相關活動所產生的一種社會、文化與經濟現象。」

### 第三節、國人旅遊狀況調查

交通部觀光局近年來對國人旅遊狀況調查資料，針對國人旅遊動向、滿意度及消費情形等分析國人在國內外之旅遊支出，而獲得重要指標以及統計資料，在民國96年至101年的重要指標中顯示，國人出國率、出國總人次與國人出國觀光的總費用皆呈增加趨勢（如表2-3-1所示）。

表 2-3-1 國人出國統計表

項目	96年	97年	98年	99年	100年	101年	比較
國人出國率	19.4%	19.6%	17.5%	20.1%	19.1%	20.6%	呈增加趨勢
出國總人次	8,963,712 人次	8,465,172 人次	8,142,946 人次	9,415,074 人次	9,583,873 人次	10,239,760 人次	呈增加趨勢
每人平均支出	新台幣 48,227元	新台幣 48,834元	新台幣 45,030元	新台幣 46,434元	新臺幣 48,436元	新臺幣 48,740元	大致持平
國人旅遊總費用	新台幣 4,323億元	新台幣 4,134億元	新台幣 3,667億元	新臺幣 4,371億元	新臺幣 4,642億元	新臺幣 4,991億元	呈增加趨勢

註 1 「國人出國總人次」資料來源：交通部觀光局觀光統計(月刊)。  
 2 出國旅遊比率係指國民在一整年內至少曾出國旅遊1次者的占比。  
 3 每人每次平均消費支出包含國際機票費、簽證費、旅館費及所有國外消費支出等。  
 4 每人每次平均消費支出以出國停留夜數60夜及以下者進行推估。

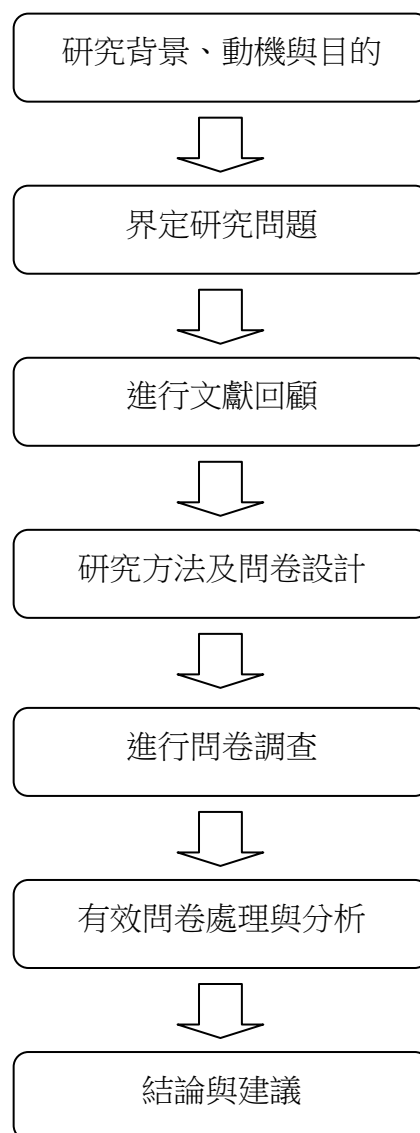
而在民國101年的統計資料中，影響國人出國旅遊意願的主要原因為「假期長短或時間可以配合」占31%，其次為「預算充足」占25%，在意願產生上以有充裕的時間以及充足的金錢會促進國人旅遊行為的產生；若從性別與經濟情況而言，文獻中將國外旅遊與國內旅遊者之性別與收入做比較，國外旅遊人次男性占54%比女性多，國內旅遊人次女性占52%稍多於男性，而國外旅遊人次的月平均收入約在36300元，而國內旅遊人次之平均月收入約在25600元，推論收入較高者國外旅遊的次數占多數，而因商務而出國旅遊者其經濟能力水準普遍較高；在此調查中國出國旅遊又以「觀光旅遊」占61%，其次是「商務」占23%；而選擇觀光第的主要原因為「親友邀約」占35%，其中出國人次的造訪地區以亞洲地區為大多數高達88%，因此可推論國人在旅遊時選擇近距離地區者為多數，而出國旅遊方式也主要以「委託旅行社辦理」占85%最多。

# 第參章 研究方法

## 第一節、研究架構

研究流程部分，本研究總共分為五章，第一章緒論，解釋研究背景、動機、目的以及界定本研究中名詞定義，第二章為文獻探討，回顧相關文獻做為本研究之相關依據，第三章為研究方法，包含研究流程及研究架構，並且列出研究假設，第四章問卷處理與分析，本研究使用量化方式調查，對有效樣本作處理及分析，第五章結論與建議，呈現完整研究結果，以及說明本研究之限制並對往後研究提出建議。圖 3-1-1 為本研究流程圖。

圖 3-1-1 研究流程圖



研究架構方面，本研究將探討經濟條件、性別與旅遊行為三者之間的關係(如圖 3-1-2 所示)，以及研究當經濟條件、性別不同時，在旅遊行為（觀光需求及觀光吸引力）上是否會有差異（如圖 3-1-3 所示）。

圖 3-1-2 研究架構圖一

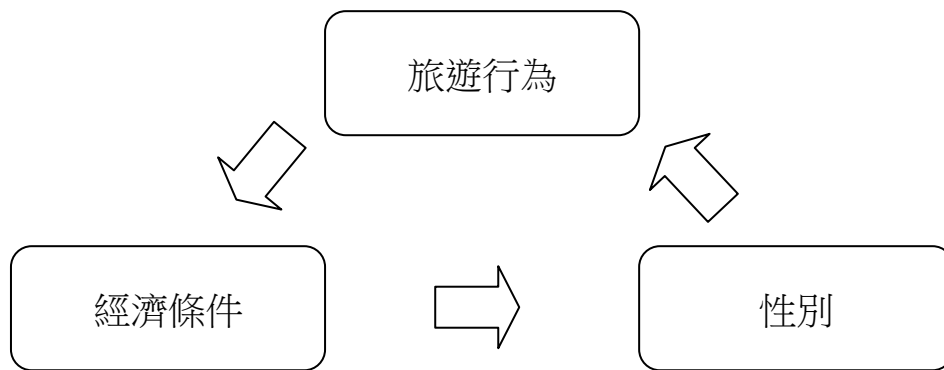
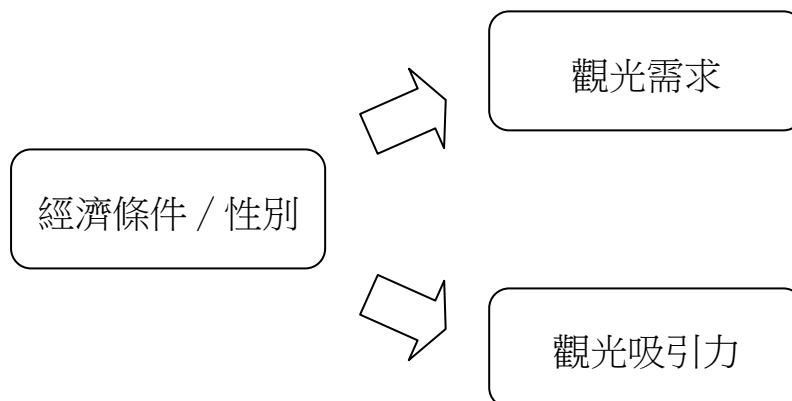


圖 3-1-3 研究架構圖二





## 第二節、研究方法

本研究在休閒社會學的架構下，試圖探討台灣大學生出國旅遊行為與社會、經濟及個人觀念之間的關係，試圖整理出大部分學生對於出國旅遊的意圖與期望，故採量化調查為主要方式，調查各種因素對於台灣大學生出國旅遊行為的影響或反應，並對此旅遊觀念做一分析；在影響旅遊行為的因素上，初步區分出旅客自身觀念對旅程的需求、異國文化對於旅客的吸引力以及旅客出國經驗的選擇三大部分，並利用問卷調查的方式歸納並分析出大眾對於旅遊的認知。

問卷設計部分，第一部分為基本資料共有六題，包含受訪者性別、年齡、科系、經濟狀況等；第二部分為經驗調查共有二十二題，詢問受訪者過去的出國經驗，題目包含是否喜愛出國旅遊、為何出國旅遊、出國的次數及國家、出國時的花費情形等；第三部分為態度量表有三大題共三十八個選項，調查受訪者對於出國旅遊的需求、吸引力及行前準備態度。

在抽樣調查方面，採取簡單隨機抽樣方式發放問卷，詢問台灣大學生對於出國旅遊之意向，在資料分析方面，首先會對於有效樣本做初步分析及描述性統計，而為了瞭解問卷內容對於研究問題的信度及效度，選擇使用 Cronbach's Alpha 係數作為信度的指標，其次為了得知各項題目之間的正負向關係及相關性，故使用交叉分析、卡方檢定及 Pearson 相關係數，藉此來驗證研究假設是否成立。

## 第三節、研究假設

第一部分：經濟狀況與旅遊行為之間

- (一) 家庭經濟狀況較佳的大學生則每月生活費較多。
- (二) 經濟狀況較佳者出國旅遊次數較多。
- (三) 經濟狀況較佳者出國旅遊時的花費較高。
- (四) 經濟狀況與觀光需求相關。
- (五) 經濟狀況與觀光吸引力相關。
- (六) 經濟能力是影響大學生出國旅遊的主要原因。

第二部分：性別與旅遊行為之間

- (七) 性別會影響喜愛旅遊的原因。
- (八) 性別會影響旅遊方式的選擇。
- (九) 性別與觀光需求相關。
- (十) 性別與觀光吸引力相關。
- (十一) 性別會影響大學生出國旅遊的喜好。

第三部分：旅遊行為之間

- (十二) 目的地的選擇會影響旅遊天數。
- (十三) 目的地的選擇會影響旅遊意願的產生。

## 第肆章 資料分析

本研究問卷以 SPSS Statistics 20 軟體做為統計資料分析工具，針對台灣在學大學生為研究母體，採便利抽樣方式發放問卷並加以統計分析，本研究以網路發放問卷為主，共回收有效問卷二百份。

### 第一節、樣本分析與描述性統計

在第一節中將初步統計受訪者基本資料，對於受訪者的性別、年級、就讀院系、家庭經濟狀況、每月生活費等做次數統計，調查大學生對於自我經濟狀況的感受，其次對於大學生出國旅遊的態度和喜好、出國時的花費、曾經出國的實際經驗等做描述性統計及分析。

從以下次數分配表中可得知，本次問卷女性受訪者有 103 位占 51.5%，男性受訪者有 97 位占 48.5%；其中大四學生有 97 位，占 48.5%為最多數，而大三、大二、大一受訪者分別為 55 位占 27.5%，38 位占 19%、10 位占 5%（如表 4-1-1 所示），因此在本問卷中訪者之性別分佈大致上還算平均，而年級分佈則在越高年級樣本數越多，因此不使用年級做為變項分析。

表 4-1-1 性別、年級次數分配表

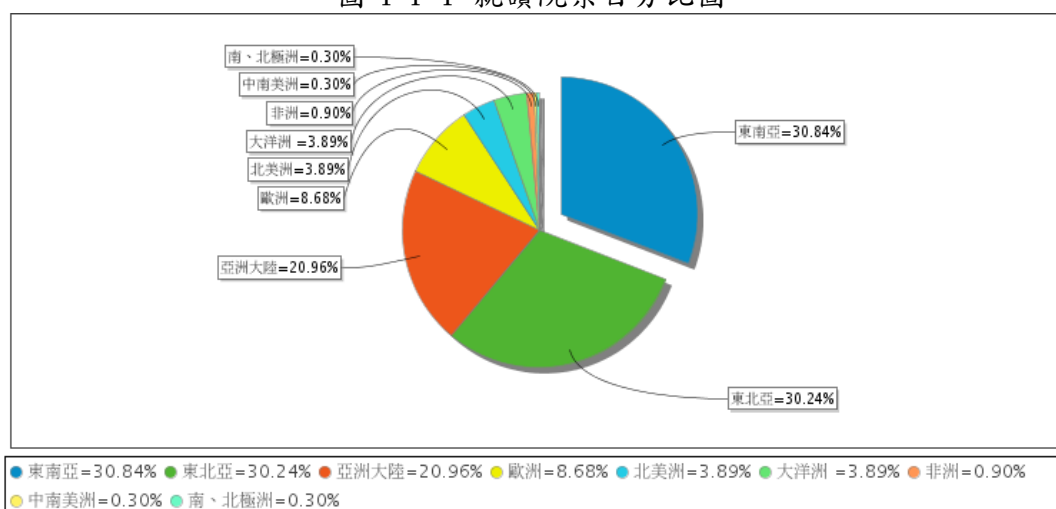
	次數	百分比	
性別	男	97	48.5
	女	103	51.5
	總和	200	100.0
年級	大一	10	5.0
	大二	38	19.0
	大三	55	27.5
	大四	97	48.5
	總和	200	100.0

本次回收問卷中，受訪者就讀的系所大致包含各學群學院，其中理工學院最多有 34 位受訪者占 17%，第二是管理學院有 32 位受訪者占 16%，第三是商學院有 24 位占 12%，其中選擇選項「其他」受訪者共有 23 位占 11.5%，其中 14 位為設計學院學生占 7%、4 位為資訊學院學生占 2%、3 位為民生學院學生占 1.5%、1 位為農學院學生占 0.5%、1 位為政治作戰學院學生占 0.5%(如表 4-1-2、圖 4-1-1 所示)，因此認為本次問卷能夠有效代表台灣大學生。

表 4-1-2 就讀院系次數分配表

就讀院系	次數	百分比
文學院	11	5.5
法律學院	16	8.0
商學院	24	12.0
理工學院	34	17.0
外語學院	14	7.0
傳播學院	17	8.5
管理學院	32	16.0
社會科學院	20	10.0
教育學院	8	4.0
醫學院	1	0.5
其他	23	11.5
總和	200	100.0

圖 4-1-1 就讀院系百分比圖



經濟狀況方面，多數受訪者認為自我的家庭經濟狀況屬於一般情形，有 96 位占 48%，其次屬於小康家庭，有 76 位占 38%，而認為自我家庭經濟狀況屬於寬裕的受訪者有 19 位占 9.5%；而針對個人每月生活費部份，多數受訪者個人月收入落在 6001 至 9000 元區間，有 78 位占 39%，第二是 9001 至 12000 元區間，有 55 位占 27.5%，第三則在 6000 元以下，有 46 位占 23%，而收入高於 12001 的受訪者共有 21 位占 10.5%（如表 4-1-3 所示）。

表 4-1-3 自我實際經濟狀況

	次數	百分比	
家庭經濟狀況	清寒	8	4.0
	一般	96	48.0
	小康	76	38.0
	寬裕	19	9.5
	富裕	1	0.5
	總和	200	100.0
個人每月生活費	6000 以下	46	23.0
	6001-9000	78	39.0
	9001-12000	55	27.5
	12001-15000	16	8.0
	15001 以上	5	2.5
	總和	200	100.0

在自我經濟狀況的感受調查中，僅只有 39 位受訪者滿意自己現在的經濟狀況占 10.5%，而有 60 位受訪者不滿意自己現在的經濟狀況占 30%；有 96 位受訪者有存款的習慣占 48%，55 位表示視情況決定是否存款占 27.5%，其餘 49 位受訪者沒有存款的習慣占 24.5%；受訪者在金錢使用上，有 100 位表示尚且夠用占 50%為最多數，81 位受訪者表示收支大致持平占 40.5%為第二多數，只有 15 位受訪者表示金錢使用上是充分的占 7.5%（如表 4-1-4 所示）；整體來說在經濟情況部分，個人的月收入對於大部分大學生是足夠使用，皆能夠支撐日常所需開銷，甚至近半數大學生每月都有能力存款，儘管大學生對於自我經濟情況滿意程度並不高，但在日常生活支出上並沒有明顯不足的狀況。

表 4-1-4 自我經濟狀況感受

		次數	百分比
你滿意自己的經濟狀況嗎？	滿意	39	19.5
	普通	101	50.5
	不滿意	60	30.0
	總和	200	100.0
你有存款習慣嗎？	有	96	48.0
	沒有	49	24.5
	視情況而定	55	27.5
	總和	200	100.0
你可使用的金錢充分嗎？	非常充分	15	7.5
	尚且夠用	100	50.0
	大致持平	81	40.5
	入不敷出	4	2.0
	總和	200	100.0

針對 200 位受訪者出國旅遊的喜好及經驗調查顯示，166 位受訪者表示喜歡出國旅遊，高達 83%，選擇普通的有 33 位占 16.5%，僅 1 位受訪者表示不喜歡出國旅遊；其次有 164 位受訪者曾經出國旅遊占 82%，36 位未出國旅遊過占 18%（如表 4-1-5 所示）。

表 4-1-5 出國旅遊經驗

		次數	百分比
你喜歡出國旅遊嗎？	喜歡	166	83.0
	普通	33	16.5
	不喜歡	1	0.5
	總和	200	100.0
你曾經出國旅遊過嗎？	是	164	82.0
	否	36	18.0
	總和	200	100.0

在選擇旅遊方式部分，選擇參加旅行團的有 112 位占 56%為最多數，其次是自助旅行有 44 位占 22%，選擇「其他」的兩位受訪者表示其出國旅遊經驗為交換學生，其中統計遺漏值為選擇「未出國旅遊過」的受訪者共 36 位占 18%（如表 4-1-6 所示）。

表 4-1-6 旅遊方式選擇

	次數	百分比
報名旅行團	112	56.0
自助旅行	44	22.0
你通常選擇何種旅遊方式？ 親友招待	6	3.0
其他	2	1.0
總和	164	82.0
遺漏值	36	18.0
總和	200	100.0

在旅遊開銷方面，多數受訪者出國旅遊會攜帶的現金為 12001-15000 以及 9001-12001 元區間，各占 22.5%以及 20.5%，其次是 6001-9000 元區間占 18%，而整體平均值為 10770 元左右（如表 4-1-7 所示）；因此可推論出大學生出國旅遊時，在花費支出上約為 1 至 1.5 個月的生活費，做為吃喝及購物等開銷。

表 4-1-7 出國時會攜帶的現金

	次數	百分比	平均值	標準差
6000 以下	5	2.5	10770	1.370
6001 - 9000	36	18.0		
9001 - 12000	41	20.5		
出國旅遊時你會攜帶多少現金？ 12001 - 15000	44	22.0		
15001 - 18000	16	8.0		
18001 以上	22	11.0		
總和	164	82.0		
遺漏值	36	18.0		
總和	200	100.0		

另外在可接受的出國總金額方面，受訪者回答大致集中在 20001-30000 以及 30001-40000 元區間，各占 21.5%以及 21%，其次是 40001-50000 元區間占 17%，其整體平均值約為 31700 元左右（如表 4-1-8 所示）；因此可推論出對於大學生而言，出國整體之花費多數落在 20001 以上到 50000 之間，但因問卷未設定旅遊地區或天數之差別，可能因此而造成受訪者答題上的差異。

表 4-1-8 出國總金額

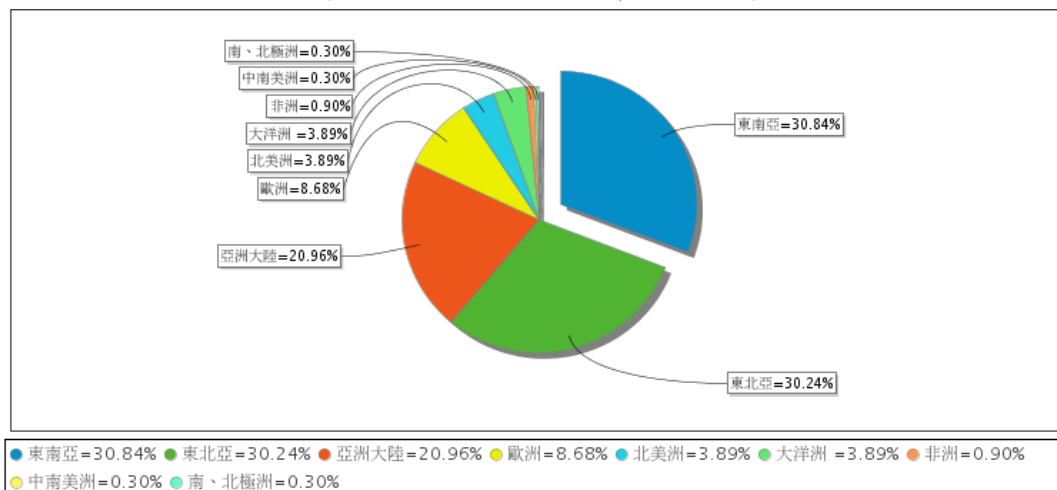
	次數	百分比	平均值	標準差
你可接受的出國總金額？	20000 以下	17	8.5	31700 1.404
	20001 - 30000	42	21.0	
	30001 - 40000	43	21.5	
	40001 - 50000	34	17.0	
	50001 - 60000	14	7.0	
	60000 以上	14	7.0	
	總和	164	82.0	
遺漏值	36	18.0		
總和	200	100.0		

在 166 位曾出國旅遊過的受訪者當中，總出國次數為 334 次，其中前往旅遊國家在東南亞和東北亞地區國家的人次最多，各有 103 人次占 30.84%以及 101 人次占 30.24%，再來就是亞洲大陸有 70 人次占 20.96%，而選擇亞洲地區國家為出國旅遊地的總人次高達 82.04%，全球其他地區則僅占 17.96%，而非洲、中南美洲、南北極洲地區更為少數，各占 0.9%、0.3%、0.3%（如表 4-1-9、圖 4-1-2 所示）；根據統計數字可推論大學生出國旅遊時，挑選旅遊地區距離較近之國家次數會較多，而相似或熟悉的異國文化對於大學生選擇旅遊可能有一定的重要性，因此在亞洲地區旅遊的人次分佈高於 80%。

表 4-1-9 出國旅遊地區分佈

	次數	百分比
你出國旅遊過的地區 有哪些？	東南亞	103 30.84%
	東北亞	101 30.24%
	亞洲大陸	70 20.96%
	歐洲	29 8.68%
	北美洲	13 3.89%
	中南美洲	1 0.30%
	非洲	3 0.90%
	大洋洲	13 3.89%
	南、北極洲	1 0.30%
	總和	334 100%

圖 4-1-2 出國地區分佈百分比圖



## 第二節、信度、效度與相關係數

信度分析用於檢驗衡量方法是否可以信賴且測量結果是否具有一致性，在本研究將使用 Cronbach's Alpha 值來衡量，當 Alpha 值的數字越大代表測量結果的一致性越高，在研究中 Alpha 值大於或等於 0.60 時已屬於研究可接受範圍，若 Alpha 大於或等於 0.70 即屬於高信度範圍，並利用平均數及標準差檢視受訪者答題狀況之分佈範圍，藉以得知各種行為在受訪者心中的重要程度。而效度部份採取專家效度，本份問卷經與指導教授討論與修改後，發放 30 份問卷實施前測，並針對前測結果調整問卷內容，增加本份問卷之內容適切性，並在指導教授同意後發放正式問卷至回收 200 份為止。

本次研究問卷中有效觀察值為 200，遺漏值 0，而問卷整體之 Cronbach's Alpha 值為 0.821，屬於高信度範圍，故可推論本份問卷之衡量方法可以信賴且具有一致性（如表 4-2-1 所示）。

表 4-2-1 問卷 Cronbach's Alpha 值

觀察值處理摘要		
	個數	%
有效	200	100.0
觀察值 排除 <sup>a</sup>	0	0.0
總數	200	100.0
可靠性統計量		
Cronbach's Alpha 值	項目的個數	
.821	65	



本問卷中的態度量表部分採用李克特量表(Likert scale)，將選項分為「非常同意」得五分、「同意」得四分、「普通」得三分、「不同意」得二分、「非常不同意」得一分，分數越高代表受訪者越同意該選項所描述之行為，由此做為衡量受訪者對於出國旅遊的觀光需求、觀光吸引力以及行前準備的態度意向。

### 第一部分：觀光需求

在受訪者對於出國旅遊的觀光需求部分整體的 Cronbach's Alpha 值為 0.817 大於 0.70，故屬於高信度範圍，其內容共有 20 個選項，並將之區分為兩種需求取向，其一為放鬆及紓解壓力、和家人朋友共享時光、純粹吃喝玩樂等十項並將此定義為觀光客之「休閒」需求，分類依據為觀光客對於出國旅遊講求追求享樂以及偏好舒適為主之需求，另外十項如認識新朋友、學習及接觸新事物、增廣見聞增加經驗等定義為觀光客之「獵奇」需求，其分類依據為觀光客對於出國旅遊講求嘗試新事物以及偏好刺激為主之需求（如表 4-2-2 所示）。

表 4-2-2 觀光需求之平均數、標準差、 $\alpha$  值

	選項	平均數	標準差	分項 Alpha 值	整體 Alpha 值
休閒需求	放鬆及紓解壓力	4.47	0.736	0.656	0.817
	和家人朋友共享時光	4.33	0.715		
	純粹吃喝玩樂	4.01	0.932		
	逛街、購物、購買紀念品	3.70	1.067		
	享受特色美食	4.47	0.729		
	拜訪親戚朋友	2.77	1.160		
	放逐自我	2.33	1.116		
	各式主題遊樂園(ex 迪士尼等)	3.65	0.996		
	尋找自我及人生意義	3.70	0.952		
	逃避日常生活事物	2.57	1.154		
獵奇需求	認識新朋友	3.40	1.037	0.779	
	學習及接觸新事物	4.40	0.715		
	增廣見聞、增加經驗	4.41	0.724		
	體驗不同的生活方式及文化	4.42	0.725		
	探險、追求刺激	3.89	1.028		
	參訪名勝古蹟及景點	4.05	0.898		
	追星、尋找偶像劇場景	2.48	1.125		
	蒐集特定物品(ex 郵戳、明信片等)	3.09	1.097		
	尋找電視節目介紹的景點	3.26	1.047		
	尋找自我及人生意義	3.70	0.952		
體驗不同的天氣型態(ex 雪景等)	3.82	0.880			

在休閒需求之 Alpha 值為 0.656，獵奇需求之 Alpha 值為 0.779，皆高於研究可接範圍 0.60，表示使用此分類方式時各選項之間符合一致性之要求，且本問卷研究在觀光需求整體之統計分析可信賴程度及有效程度高。

經由此態度量表評分後，可在選項中看出其中平均數高於 4 之選項共有七項，分別為放鬆及紓解壓力、和家人朋友共享時光、純粹吃喝玩樂、享受特色美食、學習及接觸新事物、增廣見聞及增加經驗、體驗不同的生活方式及文化、參訪名勝古蹟及景點，其中休閒及獵奇取向各占四項，大部分旅客無論休閒或獵奇需求皆有其喜好，並沒有特別偏向其中一類，故在觀光旅遊時旅客的需求類型可能因時因地而異，因此推論所謂著名景點或觀光區因為旅客的需求而逐漸形成，代表遊客認為能夠滿足其需求時，其造訪意願就會提升，而當一個地點或建物高度符合觀光需求時，就能大量吸引旅客的造訪。

## 第二部分：觀光吸引力

在受訪者對於出國旅遊的觀光吸引力部分整體的 Cronbach's Alpha 值為 0.802 大於 0.70 屬於高信度範圍，其內容共有 10 項選項，將之分類為兩種吸引力取向，其一為對當地文化的喜愛、輕鬆的環境氣氛等五項，定義為觀光「氣氛」之吸引力，分類標準為此類型吸引力來自異國文化環境氛圍之感受，另外五項為相對便宜的商品、大型特色活動等，定義為觀光「遊樂」之吸引力，其分類標準為僅有某國家能提供之產物或活動所產生的吸引力（如表 4-2-3 所示）。

表 4-2-3 觀光吸引力之平均數、標準差、 $\alpha$  值

	選項	平均數	標準差	分項 Alpha 值	整體 Alpha 值
氣氛取向	對當地文化的喜愛或嚮往	4.85	0.637	0.746	0.802
	當地的歷史古蹟、故事	3.88	0.916		
	當地的特色美食	4.44	0.761		
	輕鬆的環境、氣氛	4.44	0.654		
	自然風景或氣候特色	4.01	0.802		
遊樂取向	相對便宜的商品(ex 日本藥妝等)	3.70	1.923	0.743	
	大型特色活動(ex 嘉年華會等)	3.94	0.824		
	主題遊樂園(ex 迪士尼等)	3.79	0.940		
	特有展覽或比賽(ex 大聯盟等)	3.41	0.925		
	偶像劇或電影場景	2.73	1.125		

在氣氛取向之 Alpha 值為 0.746，遊樂取向之 Alpha 值 0.743，皆屬於高信度範圍，表示使用此分類方式時各選項符合一致性之要求高，故本問卷在觀光吸引力部份之統計分析可信賴程度及有效程度高。

經由此態度量表統計可看出，能夠吸引觀光客之高分條件多集中在氣氛取向，而對於當地文化的喜愛或嚮往、當地特色美食、輕鬆的環境氣氛、自然風景或氣候特色四選項平均數達4分以上，而此四項皆為充滿異國氣氛的條件，此類型中的觀光條件皆為歷史脈絡或人文累積，因此而推論，旅客在選擇異國旅遊時當地特有的氛圍及特色是吸引旅客的一大主因，相對而言在人為建設之遊樂園、電影場景等觀光選擇則會在旅客考慮旅遊因素的較後順位。

### 第三部分：行前準備態度

在受訪者對於出國旅遊的行前準備態度部分整體的Cronbach's Alpha 值為0.752大於0.70屬於高信度範圍，其中選項共有7項，將之分為「積極」準備行為如省吃儉用、蒐集資料、增加打工時數、學習當地語言四項，「消極」準備行為如向家人朋友借錢、改變既定計畫、推定其他邀約三項(如表4-2-4所示)。

表 4-2-4 行前準備態度之平均數、標準差、 $\alpha$  值

	選項	平均數	標準差	分項 Alpha 值	整體 Alpha 值
積極	省吃儉用	4.15	0.788	0.688	0.752
	蒐集資料	4.42	0.739		
	增加打工時數	3.80	0.876		
	學習當地語言	2.47	1.111		
消極	向家人朋友借錢	3.05	1.053	0.758	
	改變既定計畫	3.58	0.910		
	推掉其他邀約	3.21	1.210		

積極行為的 Alpha 值為 0.688，消極行為的 Alpha 值為 0.758，皆屬於研究可接受範圍，表示使用此分類方式時各選項符合一致性之要求高，故本問卷在行前準備部份之統計分析可信賴程度及有效程度高。

在大學生出國旅遊前的計畫，多數人以省吃儉用為出國消費的金錢來源，其次對於出國旅遊多數大學生也願意特地蒐集關於異國的資料，其皆為積極之行前準備平均數高於4分。

### 第四部分：相關分析

在相關分析部分，以 Pearson 積差相關分析檢視各分類之間的關連性，其相關係數  $r$  為標準化分數並介於+1 與-1 之間，其值越接近正(負)1 時，則兩項變數之間呈現越明顯的正(負)相關；當相關係數之絕對值為 1.00 時表示完全相關，介於 0.99 至 0.70 時表示高度相關，介於 0.69 至 0.40 時表示中度相關，介於 0.39 至 0.10 時表示低度相關，而在 0.10 以下則表示微弱相關或無相關；而在顯著水準  $p$  值  $< 0.05$  時兩者之間關係顯著，而  $p$  值  $< 0.01$  時表示兩者之間關係極為顯著。

本研究中，將觀光需求分為休閒需求與獵奇需求兩分類，觀光吸引力分為氣氛取向與遊樂取向兩分類，行前準備態度分為積極行為與消極行為兩分類，將以上六種分類做 Pearson 積差相關分析（如表 4-2-5 所示），發現「休閒需求」與「消極行為」之間  $r$  為 0.090，判斷兩變項之間無相關且不顯著，其他各變項之間皆存在正相關，其中以「獵奇需求」與「氣氛取向」間  $r$  為 0.646 最高，「獵奇需求」與「遊樂取向」間  $r$  為 0.634，「氣氛取向」與「積極行為」間  $r$  為 0.621，「休閒需求」與「遊樂取向」間  $r$  為 0.610，「休閒需求」與「獵奇需求」間  $r$  為 0.553，「休閒需求」與「氣氛取向」間  $r$  為 0.546，「獵奇需求」與「積極行為」間  $r$  為 0.487，「氣氛取向」與「遊樂取向」間  $r$  為 0.468，屬於中度正相關，其餘六項皆僅呈現低度正相關。

表 4-2-5 態度量表相關分析

		休閒	獵奇	氣氛	遊樂	積極	消極
休閒需求	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	1					
獵奇需求	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.553** .000	1				
氣氛取向	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.546** .000	.646** .000	1			
遊樂取向	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.610** .000	.634** .000	.468** .000	1		
積極行為	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.362** .000	.487** .000	.621** .000	.369** .000	1	
消極行為	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.090 .204	.365** .000	.185** .009	.242** .001	.383** .000	1

\*\* . 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

### 第三節、交叉分析與卡方檢定

本節將使用交叉分析與卡方檢定驗證兩兩變項之間的關係，並以調整後殘差檢視研究期望值與實際值之間的差異，再判斷假設是否成立以及推論其原因。在卡方檢定中將虛無假設  $H_0$  假設為兩變項之間無相關(即獨立)，對立假設  $H_a$  假設為兩變項之間相關(即不獨立)，並將  $\alpha$  值定為 0.05，當  $p > 0.05$  時即接受虛無假設，兩變項之間不相關(即獨立)，若  $p < 0.05$  時拒絕虛無假設並接受對立假設，兩變項之間相關(即不獨立)；而調整後殘差  $r$  若介於 + 2 與 - 2 之間時，代表研究實際值  $\approx$  期望值， $r$  大於 2 時表示實際值  $>$  期望值， $r$  小於 - 2 時表示實際值  $<$  期望值。

第一部份：「經濟狀況」與大學生的旅遊行為間

假設一、家庭經濟狀況較佳的大學生則每月生活費較多。

在家庭經濟狀況與每月生活費方面，其卡方值  $\chi^2$  為 140.28，自由度  $df=16$ ，顯著性  $p=0.000 < 0.05$  達顯著水準，表示家庭經濟狀況與每月生活費相關。

表 4-3-1 家庭經濟狀況\*每月生活費 交叉表

		每月生活費					總和	
		6000 以下	6001 -9000	9001 -12000	12001 -15000	15000 以上		
家庭經濟狀況	清寒	個數	2	2	3	1	0	8
		期望個數	1.8	3.1	2.2	.6	.2	8.0
		整體的 %	1.0%	1.0%	1.5%	0.5%	0.0%	4.0%
		調整後殘差	.1	-.8	.6	.5	-.5	
	一般	個數	30	50	13	1	2	96
		期望個數	22.1	37.4	26.4	7.7	2.4	96.0
		整體的 %	15.0%	25.0%	6.5%	0.5%	1.0%	48.0%
		調整後殘差	2.7	3.6	-4.2	-3.5	-4	
	小康	個數	14	26	31	3	2	76
		期望個數	17.5	29.6	20.9	6.1	1.9	76.0
		整體的 %	7.0%	13.0%	15.5%	1.5%	1.0%	38.0%
		調整後殘差	-1.2	-1.1	3.3	-1.7	.1	
	寬裕	個數	0	0	8	11	0	19
		期望個數	4.4	7.4	5.2	1.5	.5	19.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	4.0%	5.5%	0.0%	9.5%
		調整後殘差	-2.5	-3.7	1.5	8.4	-.7	
	富裕	個數	0	0	0	0	1	1
		期望個數	.2	.4	.3	.1	.0	1.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%
		調整後殘差	-5	-.8	-.6	-.3	6.3	
總和	個數	46	78	55	16	5	200	
	期望個數	46.0	78.0	55.0	16.0	5.0	200.0	
	整體的 %	23.0%	39.0%	27.5%	8.0%	2.5%	100.0%	
Pearson卡方值 $\chi^2=140.28$ ，自由度 $df=16$ ，顯著性 $p=0.000$								

檢視交叉表發現，多數大學生家庭經濟狀況屬“一般（48%）”且每月生活費在“6001-9000 元（39%）”占25%，若從生活費來看生活費約高，則家庭經濟狀況較佳者的受訪者人數會越多（如表4-3-1所示），藉此可推論每月生活費則越高者，其家庭經濟狀況越佳。

假設二、經濟狀況較佳者出國旅遊次數較多。

第一，在家庭經濟狀況與出國旅遊次數方面，其卡方值  $\chi^2$  為 79.06，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.000 < 0.05$  達顯著水準，表示家庭經濟狀況與出國旅遊次數相關。

表 4-3-2 家庭經濟狀況\*出國旅遊次數 交叉表

		你曾經出國旅遊嗎						總和	
		1 次	2-4 次	5-7 次	8-10 次	11次 以上	未出國 過		
家庭經濟狀況	清寒	個數	2	2	0	0	0	4	8
		期望個數	1.8	2.5	1.6	.3	.3	1.4	8.0
		整體的 %	1.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	4.0%
		調整後殘差	.2	-.4	-1.4	-.6	-.6	2.4	
	一般	個數	28	25	15	1	1	26	96
		期望個數	21.6	30.2	19.2	3.8	3.8	17.3	96.0
		整體的 %	14.0%	12.5%	7.5%	0.5%	0.5%	13.0%	48.0%
		調整後殘差	2.2	-1.6	-1.5	-2.1	-2.1	3.2	
	小康	個數	15	29	17	3	6	6	76
		期望個數	17.1	23.9	15.2	3.0	3.0	13.7	76.0
		整體的 %	7.5%	14.5%	8.5%	1.5%	3.0%	3.0%	38.0%
		調整後殘差	-.7	1.6	.7	.0	2.2	-2.9	
	寬裕	個數	0	7	8	4	0	0	19
		期望個數	4.3	6.0	3.8	.8	.8	3.4	19.0
		整體的 %	0.0%	3.5%	4.0%	2.0%	0.0%	0.0%	9.5%
		調整後殘差	-2.5	.5	2.5	4.0	-.9	-2.1	
	富裕	個數	0	0	0	0	1	0	1
		期望個數	.2	.3	.2	.0	.0	.2	1.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
		調整後殘差	-.5	-.7	-.5	-.2	4.9	-.5	
	總和	個數	45	63	40	8	8	36	200
		期望個數	45.0	63.0	40.0	8.0	8.0	36.0	200.0
		整體的 %	22.5%	31.5%	20.0%	4.0%	4.0%	18.0%	100.0%
	Pearson卡方值 $\chi^2=79.06$ ，自由度 $df=20$ ，顯著性 $p=0.000$								

檢視交叉表可發現，大學生出國次數集中在“2-4次(31.5%)”最多，而家庭經濟狀況越佳者，答題時會選擇出國次數較多(如表4-3-2所示)，即可推論家庭經濟狀況越好，則出國次數越多。

第二，在每月生活費與出國旅遊次數方面，其卡方值 $\chi^2$ 為83.87，自由度df=20，顯著性 $p=0.000 < 0.05$ 達顯著水準，表示每月生活費與出國次數相關。

表 4-3-3 每月生活費\*出國旅遊次數 交叉表

		你曾經出國旅遊嗎						總和	
		1 次	2-4 次	5-7 次	8-10 次	11次 以上	未出國 過		
每月生活費	個數	18	10	6	2	1	9	46	
	6000 期望個數	10.4	14.5	9.2	1.8	1.8	8.3	46.0	
	以下 整體的 %	9.0%	5.0%	3.0%	1.0%	0.5%	4.5%	23.0%	
	調整後殘差	3.1	-1.6	-1.3	.1	-.7	.3		
	個數	20	20	16	0	4	18	78	
	6001 期望個數	17.6	24.6	15.6	3.1	3.1	14.0	78.0	
	-9000 整體的 %	10.0%	10.0%	8.0%	0.0%	2.0%	9.0%	39.0%	
	調整後殘差	.9	-1.4	.1	-2.3	.7	1.5		
	個數	6	27	13	1	1	7	55	
	9001 期望個數	12.4	17.3	11.0	2.2	2.2	9.9	55.0	
	-12000 整體的 %	3.0%	13.5%	6.5%	0.5%	0.5%	3.5%	27.5%	
	調整後殘差	-2.4	3.3	.8	-1.0	-1.0	-1.2		
	個數	0	6	5	5	0	0	16	
	12001 期望個數	3.6	5.0	3.2	.6	.6	2.9	16.0	
	-15000 整體的 %	0.0%	3.0%	2.5%	2.5%	0.0%	0.0%	8.0%	
	調整後殘差	-2.2	.5	1.2	5.8	-.9	-2.0		
	個數	1	0	0	0	2	2	5	
	15001 期望個數	1.1	1.6	1.0	.2	.2	.9	5.0	
	以上 整體的 %	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%	2.5%	
	調整後殘差	-.1	-1.5	-1.1	-.5	4.2	1.3		
	總和	個數	45	63	40	8	8	36	200
		期望個數	45.0	63.0	40.0	8.0	8.0	36.0	200.0
		整體的 %	22.5%	31.5%	20.0%	4.0%	4.0%	18.0%	100.0%
	Pearson卡方值 $\chi^2=83.87$ ，自由度df=20，顯著性 $p=0.000$								

交叉分析表中可看出每月生活費“9001-12000元”且出國次數“2-4次”占13.5%為最多，而生活費在“6001-9000元”者，出國次數則在“1次”占10%（如表4-1-3所示），由此可推斷沒用生活費越高者，出國次數則越多。

經由兩項經濟能力調查後，發現經濟狀況越好的受訪者，出國次數皆有較多的傾向，故經濟能力對於出國旅遊次數有相當大的關聯與影響。

假設三、經濟狀況較佳者出國旅遊時的花費較高。

第一，在家庭經濟狀況與可接受的出國總金額方面，其卡方值  $\chi^2$  為 64.17，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.000 < 0.05$  達顯著水準，表示家庭經濟狀況與可接受出國總金額相關。

表 4-3-4 家庭經濟狀況\*可接受的出國總金額 交叉表

		可接受的出國總金額						總和	
		20000 以下	20001 -30000	30001 -40000	40001 -50000	50001 -60000	60001 以上		
家庭經濟狀況	清寒	個數	1	0	2	0	0	1	4
		期望個數	.4	1.0	1.0	.8	.3	.3	4.0
		整體的 %	0.6%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.6%	2.4%
		調整後殘差	1.0	-1.2	1.1	-1.0	-.6	1.2	
	一般	個數	9	27	20	8	4	2	70
		期望個數	7.3	17.9	18.4	14.5	6.0	6.0	70.0
		整體的 %	5.5%	16.5%	12.2%	4.9%	2.4%	1.2%	42.7%
		調整後殘差	.9	3.3	.6	-2.5	-1.1	-2.2	
	小康	個數	7	15	18	22	4	4	70
		期望個數	7.3	17.9	18.4	14.5	6.0	6.0	70.0
		整體的 %	4.3%	9.1%	11.0%	13.4%	2.4%	2.4%	42.7%
		調整後殘差	-.1	-1.1	-.1	2.9	-1.1	-1.1	
	寬裕	個數	0	0	3	4	6	6	19
		期望個數	2.0	4.9	5.0	3.9	1.6	1.6	19.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	1.8%	2.4%	3.7%	3.7%	11.6%
		調整後殘差	-1.6	-2.7	-1.1	.0	3.8	3.8	
	富裕	個數	0	0	0	0	0	1	1
		期望個數	.1	.3	.3	.2	.1	.1	1.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
		調整後殘差	-.3	-.6	-.6	-.5	-.3	3.3	
總和	個數	17	42	43	34	14	14	164	
	期望個數	17.0	42.0	43.0	34.0	14.0	14.0	164.0	
	整體的 %	10.4%	25.6%	26.2%	20.7%	8.5%	8.5%	100.0%	
Pearson卡方值 $\chi^2=64.17$ ，自由度 $df=20$ ，顯著性 $p=0.000$									

由交叉表中可看出多數大學生對於出國總金額的接受度為“30001-40000 (26.2%)”元，而經濟狀況一般的家庭中接受金額在“20001-30000 (16.5%)”稍低於多數，而小康家庭中的接受金額則在“40001-50000 (13.4%)”稍高於多數（如表 4-3-4 所示），即家庭經濟狀況越好，可接受出國金額越高。



第二，在每月生活費與可接受的出國總金額方面，其卡方值  $\chi^2$  為 45.71，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.001 < 0.05$  達顯著水準，表示每月生活費與可接受出國總金額相關。

表 4-3-5 每月生活費\*可接受的出國總金額 交叉表

		可接受的出國總金額						總和	
		20000 以下	20001 -30000	30001 -40000	40001 -50000	50001 -60000	60001 以上		
每月生活費	個數	7	16	6	2	4	2	37	
	6000 期望個數	3.8	9.5	9.7	7.7	3.2	3.2	37.0	
	以下 整體的 %	4.3%	9.8%	3.7%	1.2%	2.4%	1.2%	22.6%	
	調整後殘差	1.9	2.8	-1.6	-2.6	.6	-.8		
	個數	6	19	16	16	1	2	60	
	6001 期望個數	6.2	15.4	15.7	12.4	5.1	5.1	60.0	
	-9000 整體的 %	3.7%	11.6%	9.8%	9.8%	0.6%	1.2%	36.6%	
	調整後殘差	-.1	1.3	.1	1.4	-2.4	-1.8		
	個數	3	6	17	12	4	6	48	
	9001 期望個數	5.0	12.3	12.6	10.0	4.1	4.1	48.0	
	-12000 整體的 %	1.8%	3.7%	10.4%	7.3%	2.4%	3.7%	29.3%	
	調整後殘差	-1.1	-2.5	1.7	.9	-.1	1.2		
	個數	1	1	3	3	5	3	16	
	12001 期望個數	1.7	4.1	4.2	3.3	1.4	1.4	16.0	
	-15000 整體的 %	0.6%	0.6%	1.8%	1.8%	3.0%	1.8%	9.8%	
	調整後殘差	-.6	-1.9	-.7	-.2	3.4	1.5		
	個數	0	0	1	1	0	1	3	
	15000 期望個數	.3	.8	.8	.6	.3	.3	3.0	
	以上 整體的 %	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%	0.0%	0.6%	1.8%	
	調整後殘差	-.6	-1.0	.3	.5	-.5	1.6		
	總和	個數	17	42	43	34	14	14	164
		期望個數	17.0	42.0	43.0	34.0	14.0	14.0	164.0
		整體的 %	10.4%	25.6%	26.2%	20.7%	8.5%	8.5%	100.0%

Pearson卡方值  $\chi^2=45.71$ ，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.001$

由交叉表中可得知，多數大學生中可接受出國旅遊總金額在“20001-40000元”間占 51.8%，但在生活費越高的受訪者中，在選擇出國可接受金額時則有較多的人次可接受價格越高，由此可推論每月生活費越高者，可接受出國總金額越高（如表 4-3-5 所示）。

經由兩項經濟能力與出國花費的調查後，可推論在經濟能力越好的狀態下，大學生出國旅遊時所願意花費的金額也越高；並且由假設二及假設三的分析可得知，在出國旅遊行為上經濟能力是一個重要的指標。

第二部份：「性別」與大學生的旅遊行為間

假設七、性別會影響喜愛旅遊的原因。

在性別與喜歡出國旅遊的原因方面，其卡方值  $\chi^2$  為 11.10，自由度  $df=6$ ，顯著性  $p=0.085 > 0.05$  未達顯著水準，因此接受虛無假設，即性別與喜歡出國旅遊的原因無關（如表 4-3-6 所示）。

表 4-3-6 性別\*喜歡出國旅遊的原因 交叉表

		喜歡出國旅遊的原因							總和	
		1	2	3	4	5	6	7		
性別	男	個數	27	3	25	22	18	1	0	96
	期望個數	22.7	3.4	29.4	18.8	16.4	4.8	.5	96.0	
	整體的 %	13.6%	1.5%	12.6%	11.1%	9.0%	0.5%	0.0%	48.2%	
	調整後殘差	1.4	-.3	-1.4	1.1	.6	-2.5	-1.0		
	女	個數	20	4	36	17	16	9	1	103
	期望個數	24.3	3.6	31.6	20.2	17.6	5.2	.5	103.0	
	整體的 %	10.1%	2.0%	18.1%	8.5%	8.0%	4.5%	0.5%	51.8%	
	調整後殘差	-1.4	.3	1.4	-1.1	-.6	2.5	1.0		
總和	個數	47	7	61	39	34	10	1	199	
	期望個數	47.0	7.0	61.0	39.0	34.0	10.0	1.0	199.0	
	整體的 %	23.6%	3.5%	30.7%	19.6%	17.1%	5.0%	0.5%	100.0%	

Pearson卡方值  $\chi^2=11.10$ ，自由度  $df=6$ ，顯著性  $p=0.085$

「喜歡出國旅遊的原因」選項如下：

- 1 可以接觸新事物 2 可以欣賞大自然 3 可以體驗不同文化 4 可以增廣見聞  
5 可以放鬆和紓解壓力 6 可以逛街、購物 7 可以向朋友炫耀

由交叉表可以得知，大學生喜愛出國原因以“可以體驗不同文化”主占 30.7%，其次是“可以接觸新事物”占 23.6%，發現大學生喜愛出國旅遊以對於異文化的好奇為主要原因，而其中與男女性別無關。

假設八、性別會影響旅遊方式的選擇。

在性別與旅遊方式選擇方面，其卡方值  $\chi^2$  為 2.73，自由度  $df=3$ ，顯著性  $p=0.435 > 0.05$  未達顯著水準（如表 4-3-7 所示），因此接受虛無假設，即性別與旅遊方式的選擇無關。

表 4-3-7 性別\*旅遊方式選擇 交叉表

		旅遊方式選擇				總和
		1	2	3	4	
性別	個數	56	23	2	0	81
	期望個數	55.3	21.7	3.0	1.0	81.0
	整體的 %	34.1%	14.0%	1.2%	0.0%	49.4%
	調整後殘差	.2	.4	-.8	-1.4	
	個數	56	21	4	2	83
	期望個數	56.7	22.3	3.0	1.0	83.0
	整體的 %	34.1%	12.8%	2.4%	1.2%	50.6%
	調整後殘差	-.2	-.4	.8	1.4	
總和	個數	112	44	6	2	164
	期望個數	112.0	44.0	6.0	2.0	164.0
	整體的 %	68.3%	26.8%	3.7%	1.2%	100.0%
Pearson卡方值 $\chi^2=2.73$ ，自由度 $df=3$ ，顯著性 $p=0.435$						

「旅遊方式選擇」選項如下：

1 報名旅行團 2 自助旅行 3 親友當地陪 4 其他

由交叉表中可以得知，大學生出國旅行主要以“報名旅行團”為主占 68.3%，其旅行方式與男女性別無關。

### 第三部分：旅遊行為之間關聯

假設十二、目的地的選擇會影響旅遊天數。

在選擇目的地的原因與決定旅遊天數的原因方面，其卡方值  $\chi^2$  為 190.00，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.000 < 0.05$  達顯著水準，故選擇目的地的原因與決定旅遊天數相關。

表 4-3-8 選擇目的地的原因\*決定旅遊天數的原因 交叉表

		決定旅遊天數的原因					總和	
		費用	假期 長短	距離	行程 安排	其他		
選擇目的地的 原因	費用	個數	23	8	0	13	0	44
		期望個數	13.1	7.8	.5	22.3	.3	44.0
		整體的 %	14.0%	4.9%	0.0%	7.9%	0.0%	26.8%
		調整後殘差	3.8	.1	-.9	-3.3	-.6	
	媒體介紹	個數	3	2	0	17	0	22
		期望個數	6.6	3.9	.3	11.1	.1	22.0
		整體的 %	1.8%	1.2%	0.0%	10.4%	0.0%	13.4%
		調整後殘差	-1.8	-1.1	-.6	2.7	-.4	
	當地文化	個數	14	14	2	43	0	73
		期望個數	21.8	12.9	.9	36.9	.4	73.0
		整體的 %	8.5%	8.5%	1.2%	26.2%	0.0%	44.5%
		調整後殘差	-2.7	.4	1.6	1.9	-.9	
	安全	個數	6	3	0	4	0	13
		期望個數	3.9	2.3	.2	6.6	.1	13.0
		整體的 %	3.7%	1.8%	0.0%	2.4%	0.0%	7.9%
		調整後殘差	1.3	.5	-.4	-1.5	-.3	
	親友推薦	個數	3	2	0	6	0	11
		期望個數	3.3	1.9	.1	5.6	.1	11.0
		整體的 %	1.8%	1.2%	0.0%	3.7%	0.0%	6.7%
		調整後殘差	-.2	.0	-.4	.3	-.3	
	其他	個數	0	0	0	0	1	1
		期望個數	.3	.2	.0	.5	.0	1.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
		調整後殘差	-.7	-.5	-.1	-1.0	12.8	
總和	個數	49	29	2	83	1	164	
	期望個數	49.0	29.0	2.0	83.0	1.0	164.0	
	整體的 %	29.9%	17.7%	1.2%	50.6%	0.6%	100.0%	

Pearson卡方值  $\chi^2=190.00$ ，自由度df=20，顯著性p=0.000

由交叉表可看出，在決定目的地的原因上以“當地文化（44.5%）”因素最多，而在決定旅遊天數上以“行程安排（50.6%）”最多，其中因為“當地文化與行程安排（26.2%）”而決定旅遊行為最多（如表 4-3-8 所示），因此可推論異國文化與旅遊行程安排所能提供給旅客的收穫為旅客考慮觀光的主要原因。

假設十三、目的地的選擇會影響旅遊意願的產生。

在選擇目的地的原因與增加旅遊意願方面，其卡方值  $\chi^2$  為228.32，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.000 < 0.05$  達顯著水準，故選擇目的地的原因與增加旅遊意願相關。

表 4-3-9 影響選擇目的地的原因\*增加旅遊意願的原因 交叉表

		增加旅遊意願的原因					總和	
		行程 規劃	費用 便宜	親友 邀約	假期 配合	其他		
選擇目的地的 原因	費用	個數	21	27	8	3	0	59
		期望個數	20.7	17.7	12.1	8.3	.3	59.0
		整體的 %	10.5%	13.5%	4.0%	1.5%	0.0%	29.5%
		調整後殘差	.1	3.1	-1.6	-2.4	-.6	
	媒體介紹	個數	11	2	6	4	0	23
		期望個數	8.1	6.9	4.7	3.2	.1	23.0
		整體的 %	5.5%	1.0%	3.0%	2.0%	0.0%	11.5%
		調整後殘差	1.4	-2.4	.7	.5	-.4	
	當地文化	個數	30	22	16	16	0	84
		期望個數	29.4	25.2	17.2	11.8	.4	84.0
		整體的 %	15.0%	11.0%	8.0%	8.0%	0.0%	42.0%
		調整後殘差	.2	-1.0	-.4	1.8	-.9	
	安全	個數	4	9	5	3	0	21
		期望個數	7.4	6.3	4.3	2.9	.1	21.0
		整體的 %	2.0%	4.5%	2.5%	1.5%	0.0%	10.5%
		調整後殘差	-1.6	1.4	.4	.0	-.3	
	親友推薦	個數	4	0	6	2	0	12
		期望個數	4.2	3.6	2.5	1.7	.1	12.0
		整體的 %	2.0%	0.0%	3.0%	1.0%	0.0%	6.0%
		調整後殘差	-.1	-2.3	2.6	.3	-.3	
	其他	個數	0	0	0	0	1	1
		期望個數	.4	.3	.2	.1	.0	1.0
		整體的 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%
		調整後殘差	-.7	-.7	-.5	-.4	14.1	
	總和	個數	70	60	41	28	1	200
		期望個數	70.0	60.0	41.0	28.0	1.0	200.0
		整體的 %	35.0%	30.0%	20.5%	14.0%	0.5%	100.0%

Pearson卡方值  $\chi^2=228.32$ ，自由度  $df=20$ ，顯著性  $p=0.000$

由交叉表中得知，其中因為“當地文化與行程安排”而決定旅遊行為者占15%，因“費用與費用便宜”而決定旅遊行為者占13.5%，因“當地文化與費用便宜”而決定旅遊行為者占11%（如表4-3-9所示），因此推論“當地文化”、“費用”與“行程安排”為大學生旅遊行的主要原因。

#### 第四節、迴歸分析

本章使用複迴歸分析對於經濟情況與性別在觀光需求及觀光吸引力部份做分析，以推斷之間的關聯，當中檢驗標準包括相關係數（R）、判定係數（R<sup>2</sup>）、變異數分析（ANOVA）、迴歸係數。

假設四、經濟狀況與觀光需求相關。

表4-4-1中，“需求與休閒”之間r值為0.865、“需求與獵奇”之間r值為0.897、“休閒與獵奇”之間r值為0.553，且其p值皆為0.000<0.05，表示兩兩之間顯著相關；而“需求與休閒”、“需求與獵奇”兩者屬高度正相關，“休閒與獵奇”屬中度正相關，而家庭經濟狀況與觀光需求間p=0.187>0.05，兩者間關係不顯著，因此可推論，在觀光需求中兩兩條件皆為顯著相關，但在家庭經濟狀況與觀光需求間則無相關顯著。

表 4-4-1 經濟狀況\*觀光需求 迴歸

		家庭經濟狀況	需求	休閒	獵奇
Pearson 相關	家庭經濟狀況	1.000			
	需求	.063	1.000		
	休閒	.035	.865	1.000	
	獵奇	.074	.897	.553	1.000
顯著性(單尾)	家庭經濟狀況	.			
	需求	.187	.		
	休閒	.309	.000	.	
	獵奇	.150	.000	.000	.

表4-4-2中，調整後R<sup>2</sup>為-0.005代表模式與資料配適程度僅有0.5%，其變異量為-0.5%，而由表4-4-3中，可得知在此模型中常數、獵奇、休閒對於家庭經濟狀況結果是不顯著的（p=0.584>0.05）。

表 4-4-2 經濟狀況\*觀光需求 模式摘要

模式	R	R 平方	調整後 R 平方	估計的標準誤	變更統計量		
					R 平方 改變量	F 改變	顯著性 F 改變
1	.074 <sup>a</sup>	.005	-.005	.744	.005	.539	.584

a. 預測變數:(常數), 獵奇, 休閒

b. 依變數: 家庭經濟狀況

表 4-4-3 經濟狀況\*觀光需求 Anova

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	.597	2	.298	.539	.584 <sup>b</sup>
1 殘差	108.998	197	.553		
總數	109.595	199			

a. 依變數: 家庭經濟狀況

b. 預測變數:(常數), 獵奇, 休閒

表 4-4-4 中, 獵奇的 t 值=0.911 而 p 值=0.363>0.05, 結果是不顯著的, b=0.011 表示當經濟狀況增加 1 單位時獵奇需求增加 0.011 分。

表 4-4-4 經濟狀況\*觀光需求 係數

模式	未標準化係數		標準化	t	顯著性	相關		
	B之估計值	標準誤	Beta 分配			零階	偏	部分
常數	2.329	.268		8.698	.000			
1 休閒	-.001	.013	-.008	-.089	.929	.035	-.006	-.006
獵奇	.011	.012	.078	.911	.363	.074	.065	.065

a. 依變數: 家庭經濟狀況

假設五、經濟狀況與觀光吸引力相關。

表 4-4-5 中, “家庭經濟狀況與吸引力” 之間 r 值為 0.140, “家庭經濟狀況與遊樂” 之間 r 值為 0.143, “吸引力與氣氛” 之間 r 值為 0.817, “吸引力與獵遊樂” 之間 r 值為 0.892, “氣氛與遊樂” 之間 r 值為 0.468, 且上述五項之間的 p 值皆小於 0.05, 表示兩兩之間顯著相關, 但 “家庭經濟狀況與氣氛” 之間 r 值為 0.091, 故兩者間無顯著相關; 而 “吸引力與氣氛”、 “吸引力與獵遊樂” 屬高度正相關, “氣氛與遊樂” 屬中度正相關, 而 “家庭經濟狀況與吸引力”、 “家庭經濟狀況與遊樂” 僅低度正相關, 而 “家庭經濟狀況與觀光吸引力” 之間的 p 值=0.024<0.05, 故兩者間相關顯著, 因此可推論家庭經濟狀況與觀光吸引力之間相關顯著。

表 4-4-5 經濟狀況\*觀光吸引力 相關

		q5家庭經濟狀況	吸引力	氣氛	遊樂
Pearson 相關	q5家庭經濟狀況	1.000			
	吸引力	.140	1.000		
	氣氛	.091	.817	1.000	
	遊樂	.143	.892	.468	1.000
顯著性(單尾)	q5家庭經濟狀況	.			
	吸引力	.024	.		
	氣氛	.100	.000	.	
	遊樂	.022	.000	.000	.

表 4-4-6 中，調整後  $R^2$  為 0.011 代表模式與資料配適程度僅有 1.1%，其變異量為 1.1%，而由表 4-4-7 中，可得知在此模型中常數、遊樂、氣氛對於家庭經濟狀況結果是不顯著的 ( $p=0.122 > 0.05$ )。

表 4-4-6 經濟狀況\*觀光吸引力 模式摘要

模式	R	R 平方	調整後 R 平方	估計的 標準誤	變更統計量		
					R 平方 改變量	F 改變	顯著性 F 改變
1	.145 <sup>a</sup>	.021	.011	.738	.021	2.126	.122

a. 預測變數:(常數), 遊樂, 氣氛

b. 依變數: q5家庭經濟狀況

表 4-4-7 經濟狀況\*觀光吸引力 Anova

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	2.315	2	1.158	2.126	.122 <sup>b</sup>
殘差	107.280	197	.545		
總數	109.595	199			

a. 依變數: q5家庭經濟狀況

b. 預測變數:(常數), 遊樂, 氣氛

表 4-4-8 中，遊樂的  $t$  值=1.61 而  $p$  值=0.11  $>$  0.05，結果是不顯著的， $b=0.028$  表示當經濟狀況增加 1 單位時遊樂需求增加 0.028 分。



表 4-4-8 經濟狀況\*觀光吸引力 係數

模式	未標準化係數		標準化 係數	t	顯著性	相關		
	B 之 估計值	標準誤	Beta 分配			零階	偏	部分
常數	2.123	.217		9.767	.000			
1 氣氛	.009	.022	.031	.391	.696	.091	.028	.028
遊樂	.028	.017	.128	1.606	.110	.143	.114	.113

a. 依變數: q5家庭經濟狀況

假設九、性別與觀光需求相關。

表 4-4-9 中，任意兩變相之間的 p 值皆小於 0.05，表示顯著相關，而在“性別與需求”、“性別與休閒”、“性別與獵奇”中 r 依序為- 0.174、- 0.188、- 0.123，屬於低度負相關。

表 4-4-9 性別\*觀光需求 相關

		q1性別	需求	休閒	獵奇
Pearson 相關	q1性別	1.000			
	需求	-.174	1.000		
	休閒	-.188	.865	1.000	
	獵奇	-.123	.897	.553	1.000
顯著性(單尾)	q1性別	.			
	需求	.007	.		
	休閒	.004	.000	.	
	獵奇	.041	.000	.000	.

表 4-4-10 中，調整後 R<sup>2</sup> 為 0.026 代表模式與資料配適程度僅有 2.6%，其變異量為 2.6%，而由表 4-4-11 中，可得知在此模型中常數、獵奇、休閒對於性別的影響是顯著的 (p=0.027<0.05)。

表 4-4-10 性別\*觀光需求 模式摘要

模式	R	R 平方	調整後 R 平方	估計的 標準誤	變更統計量		
					R 平方 改變量	F 改變	顯著性 F 改變
1	.190 <sup>a</sup>	.036	.026	.494	.036	3.676	.027

a. 預測變數:(常數), 獵奇, 休閒

b. 依變數: q1性別

表 4-4-11 性別\*觀光需求 Anova

模式		平方和	df	平均平方和	F	顯著性
1	迴歸	1.797	2	.899	3.676	.027 <sup>b</sup>
	殘差	48.158	197	.244		
	總數	49.955	199			

a. 依變數: q1性別

b. 預測變數:(常數), 獵奇, 休閒

表 4-4-12 中, 休閒的 t 值 = - 2.058 而 p 值 = 0.041 < 0.05, 結果是顯著的, b = - 0.018 表示當經濟狀況增加 1 單位時遊樂需求減少 0.018 分。

表 4-4-12 性別\*觀光需求 係數

模式		未標準化係數		標準化	t	顯著性	相關		
		B 之估計值	標準誤	係數			Beta 分配	零階	偏
1	常數	1.968	.178		11.058	.000			
	休閒	-.018	.009	-.173	-2.058	.041	-.188	-.145	-.144
	獵奇	-.003	.008	-.028	-.332	.740	-.123	-.024	-.023

a. 依變數: q1性別

假設十、性別與觀光吸引力相關。

表 4-4-13 中, 僅“性別與氣氛”的 p 值大於 0.05, 其餘變相間 p 值皆小於 0.05, 表示顯著相關, 而在“性別與吸引力”、“性別與遊樂”中 r 依序為 - 0.165、- 0.207, 屬於低度負相關。

4-4-13 性別\*觀光吸引力 相關

		q1性別	吸引力	氣氛	遊樂
Pearson 相關	q1性別	1.000			
	吸引力	-.165	1.000		
	氣氛	-.060	.817	1.000	
	遊樂	-.207	.892	.468	1.000
顯著性(單尾)	q1性別	.			
	吸引力	.010	.		
	氣氛	.200	.000	.	
	遊樂	.002	.000	.000	.

表 4-4-14 中，調整後  $R^2$  為 0.044 代表模式與資料配適程度僅有 4.4%，其變異量為 4.4%，而由表 4-4-15 中，可得知在此模型中常數、氣氛、遊樂對於性別的影響是顯著的 ( $p=0.011 < 0.05$ )。

4-4-14 性別\*觀光吸引力 模式摘要

模式	R	R 平方	調整後 R 平方	估計的 標準誤	變更統計量		
					R 平方 改變量	F 改變	顯著性F 改變
1	.211 <sup>a</sup>	.044	.035	.492	.044	4.582	.011

a. 預測變數:(常數), 遊樂, 氣氛

b. 依變數: q1性別

4-4-15 性別\*觀光需求 Anova

模式	平方和	df	平均平方和	F	顯著性
迴歸	2.221	2	1.110	4.582	.011 <sup>b</sup>
殘差	47.734	197	.242		
總數	49.955	199			

a. 依變數: q1性別

b. 預測變數:(常數), 遊樂, 氣氛

表 4-4-16 中，遊樂的  $t$  值 = - 2.903 而  $p$  值 = 0.004 < 0.05，結果是顯著的， $b = - 0.034$  表示當經濟狀況增加 1 單位時遊樂需求減少 0.034 分。

4-4-16 性別\*觀光吸引力 係數

模式	未標準化係數		標準化 係數	t	顯著性	相關		
	B 之 估計值	標準誤	Beta 分配			零階	偏	部分
常數	1.857	.145		12.801	.000			
1 氣氛	.009	.015	.047	.599	.550	-.060	.043	.042
遊樂	-.034	.012	-.229	-2.903	.004	-.207	-.203	-.202

a. 依變數: q1性別

## 第五節、小結

經本章節之統計分析後可得知以下初步結論：

- (一) 家庭經濟狀況越好則每月生活費越高。
- (二) 經濟狀況 (家庭經濟狀況、每月生活費) 越好則出國次數越多。
- (三) 經濟狀況 (家庭經濟狀況、每月生活費) 越好則出國花費越高。
- (四) 性別與喜愛旅遊的原因無相關。

- (五) 性別與旅遊方式的選擇無相關。
- (六) 目的地的選擇與旅遊天數相關。
- (七) 目的地的選擇與旅遊意願相關。
- (八) 經濟狀況與觀光需求無相關。
- (九) 經濟狀況與觀光吸引力相關。
- (十) 性別與觀光需求相關。
- (十一) 性別與觀光吸引力相關。

# 第五章 結論與建議

## 第一節、結論

經過第四章資料分析後可以得知以下幾點結論：

(一) 在經濟狀況與旅遊行為之間，資料顯示多數受訪者皆有出國經驗，沒有出國經驗者未必家庭經濟狀況不佳，但是在經濟狀況越好的情況下受訪者會有較多的出國旅遊經驗，而出國旅遊的花費也會比較高，由以上結果推論，經濟狀況對於選擇旅遊行為有相當的影響。

而在檢測經濟狀況與觀光需求部分結果不顯著，而受訪者在觀光旅遊的態度中結果不顯著，其中原因可能是因為受訪者填答問卷時未考慮可行性的問題，希望在旅程中到所有的體驗，因此在與經濟狀況做交叉分析時，未有顯著關係；而經濟狀況與觀光吸引力部分則有顯著關係，顯示旅遊的吸引力對於不同家庭經濟狀況的大學生有影響，其原因可能是因為家庭提供的資源不同，造成大學生的價值觀不同，而影響了對於出國觀光意義的想法。

(二) 性別與旅遊行為之間，資料顯示性別與喜歡旅遊的原因、性別與選擇旅遊方式之間結果皆不相關，顯示不同性別受訪者對於出國旅遊行為沒有很大差異，其中原因可能是大眾對於出國的資訊來源沒有很大的差異，因此對出國旅遊的想像及原因差異不大，其次選擇旅遊方式不相關則可能是因為出國旅遊屬團體行為，因此在決定旅遊行為時會選擇讓參與者皆滿意的行程，因此讓性別對於旅遊行為方面無顯著相關。

而在檢視性別與觀光需求部分結果是顯著的，性別與觀光吸引力部分結果也是顯著的，而變項間皆屬於負相關，因此可以推論，男性跟女性之間的觀光需求程度不同，吸引力也不同，女性更喜愛休閒、放鬆等行為，男性需求則偏向冒險、刺激的事物，因此造成此結果出現。

(三) 旅遊行為之間，選擇目的地的原因與決定旅遊天數的原因相關，也與旅遊意願的產生相關，因此而推論出受訪者在旅遊天數、旅遊意願與選擇目的地之間會互相評估，進而決定旅遊行為的產生。

## 第二節、研究限制

在本研究中已盡可能做到嚴謹及客觀但仍受到許多限制，使得研究結果無法更加完整，而研究限制包括以下幾點：

(一) 研究對象方面：研究母體為全台灣大學生，但統計有效問卷僅 200 份，在樣本數不足的情形下，可能造成代表性不足的問題。

(二) 問卷設計方面：部分題目及選項設計類似以及對於題目解釋不足，可能造成受訪者詮釋方式不同，且問卷內容有限不足以完整了解受訪者態度。

(三) 研究範圍方面：由於研究假設無法涵蓋所有經濟、心理或其他因素，因此可能無法仔細探討造成影響旅遊行為的原因。

### 第三節、建議

對於本研究中未做到以及不足的部分，將對以後的研究者提出以下建議：

(一) 研究範圍部分：本文中研究範圍設定太廣，以至於問卷調查無法更仔細的分析受訪者態度，故建議未來研究者可對於觀光旅遊的經驗、觀光需求、觀光吸引力與社會影響力之間分別探討，以更深入的了解觀光旅遊與社會學之間的連結，讓研究結果能更加清楚詳盡。

(二) 調查方向部分：本文中僅對受訪者的觀光旅遊觀念做調查，並未對受訪者過去的旅遊經驗做態度上的分析，故問卷資料顯示難免會出現較理想化的現象，受訪者缺少對於可行性的考慮，因此建議未來研究者對於受訪者經驗中的實際態度也做調查，更能區分出旅遊行為在社會因素影響下會有什麼改變。

(三) 文化特性部分：在異國旅遊中，每個國家的文化及特色各有不同，本文中以性質區分，將相似性質當成同一類別，而東西文化差異中的條件卻無法詳細區分，因此建議未來研究者可先將國家地區考慮進去，針對某些國情相似或地區相近的國家做研究，期望研究結果能顯現地區與觀光需求及吸引力之間的關係。

## 附錄一 問卷

親愛的受訪者，您好：

研究者為輔仁大學四年級學生，感謝您撥空填寫這一份問卷，本問卷採取匿名方式，目的是在探討您對於出國旅遊的意向，您在問卷中所提供的資訊僅作為學術研究之用，不會提供其他單位使用，敬請安心填寫。以下題目請“勾選”符合您狀況的選項，謝謝。

### ◎第一部分

1. 性別：

- (1) 男 (2) 女

2. 年級：

- (1) 大一 (2) 大二 (3) 大三 (4) 大四

3. 就讀院系：

- (1) 文學院 (2) 法律學院 (3) 商學院 (4) 理工學院  
(5) 外語學院 (6) 傳播學院 (7) 管理學院 (8) 社會科學院  
(9) 教育學院 (10) 醫學院 (11) 其他\_\_\_\_\_

4. 父母親職業：

- (1) 第一產業 (農林漁牧…) (2) 第二產業 (工業、製造…)  
(3) 第三產業 (服務業…) (4) 第四產業 (學者、社會服務…)  
(5) 第五產業 (文化、創意產業…)

5. 家庭經濟狀況：

- (1) 清寒 (2) 一般 (3) 小康 (4) 寬裕 (5) 富裕

6. 個人每月生活費(含薪資、零用錢…)：

- (1) 6000 以下 (2) 6001-9000 (3) 9001-12000  
(4) 12001-15000 (5) 15000 以上

### ◎第二部份

7. 你喜歡旅遊嗎？

- (1) 喜歡 (2) 普通 (3) 不喜歡

8. 你喜歡出國旅遊嗎？

- (1) 喜歡 (2) 普通 (3) 不喜歡 (跳第 10 題)

9. 什麼原因讓你喜歡出國旅遊？(最主要)

- (1) 可以接觸新事物 (2) 可以欣賞大自然 (3) 可以體驗不同文化  
(4) 可以增廣見聞 (5) 可以放鬆和紓解壓力 (6) 可以逛街、購物  
(7) 可以向朋友炫耀 (8) 其他\_\_\_\_\_

10. 什麼原因讓你不喜歡出國旅遊？(最主要)

- (1) 需要大量花費 (2) 需要計畫及蒐集資料 (3) 需要較長的假期  
(4) 討厭陌生的環境 (5) 放不下家裡的事物(ex.寵物…)  
(6) 害怕搭乘飛機 (7) 其他\_\_\_\_\_

11. 什麼原因會影響你選擇目的地?
- (1)  旅遊費用多寡 (2)  書籍或媒體的介紹 (3)  對當地文化的喜愛  
(4)  目的地安全性 (5)  親友的推薦 (6)  其他\_\_\_\_\_
12. 什麼原因會增加你的旅遊意願?
- (1)  行程安排吸引 (2)  費用便宜 (3)  親友邀約  
(4)  假期時間配合 (5)  其他\_\_\_\_\_
13. 你曾經出國旅遊過嗎?
- (1)  是，一次 (2)  是，二至四次 (3)  是，五至七次  
(4)  是，八至十次 (5)  是，十一次以上 (6)  否 (跳第 24 題)
14. 你大約多久出國旅遊一次?
- (1)  半年內 (2)  半年至一年 (3)  一年至一年半  
(4)  一年半至兩年 (5)  兩年以上
15. 你通常選擇何種旅遊方式?
- (1)  報名旅行團 (2)  自助旅行 (3)  親友當地陪  
(4)  其他\_\_\_\_\_
16. 你曾經去過幾個國家?
- (1)  一至二個 (2)  三至四個 (3)  五至六個  
(4)  六至七個 (5)  七個以上
17. 你出國旅遊過的地區有哪些?(可複選)
- (1)  東北亞 (2)  東南亞 (3)  亞洲大陸  
(4)  歐洲 (5)  北美洲 (6)  中南美洲  
(7)  非洲 (8)  大洋洲 (9)  南、北極洲
18. 什麼會影響你決定旅遊天數?
- (1)  所需費用 (2)  假期長短 (3)  距離遠近  
(4)  行程規畫 (5)  其他\_\_\_\_\_
19. 出國時你願意花多少錢在購物上(台幣/日)?
- (1)  1000 以下 (2)  1001 - 2000 (3)  2001 - 3000  
(4)  3001 - 4000 (5)  4001 - 5000 (6)  5001 以上
20. 你出國旅遊時會攜帶多少現金(換算台幣)?
- (1)  6000 以下 (2)  6001 - 9000 (3)  9001 - 12000  
(4)  12001 - 15000 (5)  15001 - 18000 (6)  18001 以上
21. 你可接受的出國旅遊總金額為多少(台幣)?
- (1)  20000 以下 (2)  20001 - 30000 (3)  30001 - 40000  
(4)  40001 - 50000 (5)  50001 - 60000 (6)  60000 以上
22. 一般而言你出國旅遊的費用是如何分擔?
- (1)  完全父母提供 (2)  父母提供大部分 (3)  與父母各出一半  
(4)  自己負擔大部分 (5)  完全自己負擔



23. 你常一起旅遊同伴為？  
 (1) 自己 (2) 家人 (3) 朋友 (4) 其他\_\_\_\_\_
24. 一般而言你從哪裡得知旅遊資訊？  
 (1) 電視媒體播放 (2) 電腦網路資訊 (3) 書籍、雜誌介紹  
 (4) 親朋好友推薦 (5) 旅遊展覽 (6) 其他\_\_\_\_\_
25. 什麼原因會讓你無法出國旅遊？(最主要)  
 (1) 沒有旅遊的慾望 (2) 無法配合假期時間 (3) 無法負擔費用  
 (4) 找不到同伴 (5) 發生突發狀況而取消 (6) 其他\_\_\_\_\_
26. 你滿意現在自己的經濟狀況嗎？  
 (1) 滿意 (2) 普通 (3) 不滿意
27. 你有存款的習慣嗎？  
 (1) 有 (2) 沒有 (3) 視情況而定
28. 你有可以自由使用的金錢嗎？  
 (1) 非常充分 (2) 尚且夠用 (3) 大致持平 (4) 入不敷出

◎第三部份

一 我認為旅遊是為了……	非常 同意 (5)	同 意 (4)	普 通 (3)	不 同 意 (2)	非 常 不 同 意 (1)
29 放鬆及紓解壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 和家人朋友共享時光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31 認識新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 學習及接觸新事物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 純粹吃喝玩樂	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 增廣見聞、增加經驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35 體驗不同的生活方式及文化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36 逛街、購物、購買紀念品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 探險、追求刺激	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38 享受特色美食	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39 參訪名勝古蹟及景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40 追星、尋找偶像劇場景	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41 蒐集特定物品(ex.郵戳、明信片…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43 拜訪親戚朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44 放逐自我	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45 尋找電視節目介紹的景點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46 各式主題遊樂園(ex.迪士尼…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

47	尋找自我及人生意義	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48	體驗不同的天氣型態(ex.看雪…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49	逃避日常生活事物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

二 ……會吸引我去旅遊		非 常	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
50	對當地文化的喜愛或嚮往	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51	當地的歷史古蹟、故事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52	當地的特色美食	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53	輕鬆的環境、氣氛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54	相對便宜的商品(ex.日本藥妝…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55	自然風景或氣候特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56	大型特色活動(ex.嘉年華會…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57	主題遊樂園(ex.迪士尼…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58	特有展覽或比賽(ex.大聯盟…)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59	偶像劇或電影場景	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

三 我為了旅遊可以……		非 常	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
60	省吃儉用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61	蒐集資料	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
62	增加打工時數	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
63	向家人朋友借錢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
64	改變既定計畫	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65	學習當地語言	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66	推掉其他邀約	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

以上問卷到此結束，感謝您的填寫！  
敬祝 平安快樂，萬事如意！

## 參考書目

- 交通部觀光局 (2008)。國人旅遊狀況調查。
- 交通部觀光局 (2010)。國人旅遊狀況調查。
- 交通部觀光局 (2012)。國人旅遊狀況調查。
- 李力昌 (2009)。休閒社會學。台北：華杏。
- 劉修祥，許逸萍 (2011)。觀光導論 (第四版)。揚智文化。
- Lanquar, Robert 著。黃發典譯 (1993)。觀光旅遊社會學。遠流。
- Patricia A. Stokowski 著。吳英偉、陳慧玲譯 (2006)。休閒社會學。五南。
- 甘承洲 (1991)。影響國人出國觀光旅遊之社會、經濟因素探討。國立中興大學企業管理研究所碩士論文。
- 李湖清 (1987)。國人出國觀光消費行為之研究。中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 李旭煌 (1994)。出國觀光旅客需求預測模式建立之研究。國立政治大學統計學研究所碩士論文。
- 林彥宏 (2006)。觀光吸引力及觀光形象認知對顧客滿意與重遊意願的影響－免簽證後日本旅遊市場之實證研究。真理大學管理科學研究所碩士論文。
- 鄧先宜 (2006)。期望品質、知覺品質與認知失調對再購買意願的影響－台灣出國觀光客之實證研究。真理大學管理科學研究所碩士論文。
- 施伊珊 (2005)。來台旅客參與觀光旅遊線之消費型態研究。輔仁大學應用統計學研究所碩士論文。
- 陳焱 (2005)。台南旅遊意象與襲產觀光動機對觀光客造訪意願之研究。國立高雄餐旅學院旅遊管理研究所碩士論文。
- 李京容 (2008)。遊客之遊憩動機與府城文化觀光吸引力關係之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。