

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班
碩士學位論文

登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之研究-以高雄柴山自然公園為例

THE STUDY ON RELATIONSHIPS AMONG SETTING
ATTRIBUTES , PLACE ATTACHMENT AND
BEHAVIORAL INTENTION – AN EXAMPLE OF THE
HIKER IN CHAISHAN NATURE PARK OF
KAOHSIUNG CITY.



研究生：黃國峻 撰

指導教授：林房儻 博士

中華民國九十九年六月
台中市

論文名稱：登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係
之研究-以高雄柴山自然公園為例 **總頁數：**131 頁
院校所組別：國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班
畢業時間及提要別：九十八學年度第二學期碩士學位論文提要
研究生：黃國峻 **指導教授：**林房儻 博士

中文摘要

本研究旨在瞭解高雄柴山自然公園之登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖之關係，並分析不同背景變項的登山健行者在各個變項中的差異情形以及環境屬性之重要度與滿意度。抽樣方式以立意抽樣方式進行，在柴山自然公園之登山健行步道入口處發放400份問卷，有效問卷368份，無效問卷32份，有效問卷率為92%。資料處理經由SPSS 14.0 for Windows套裝軟體進行分析，統計方法採用敘述性統計、項目分析、探索性因素分析、信度分析、獨立樣本t檢定、單因子多變量變異數分析、雪費法事後檢定、路徑分析、典型相關等統計方法。

研究結果發現，環境屬性滿意度對地方依附有顯著影響，其中「實質環境」及「活動設施」滿意度愈高，地方依附也愈高；地方依附對行為意圖有顯著影響，顯示地方依附愈高，參與者之行為意圖也愈高。因此，管理單位若要增加參與者之行為意圖，仍需提高其地方依附。

最後，本研究利用I.P.A (important performance analysis) 分析法的易讀及解說便利性來探討高雄柴山自然公園的觀光特性，也找出該登山健行地區的優劣勢，故本研究結果亦可作為日後政府行銷與管理的參考。

關鍵字：環境屬性、地方依附、行為意圖、I.P.A 分析法

Title of Thesis: The study on relationships among setting attributes , place attachment and behavioral intention -an example of the hiker in Chaishan Nature Park of Kaohsiung City.

Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management

Graduate date: June, 2010

Degree Conferred:M.P.E

Name of Student: Kuo-Chun Huang

Adviser: Fang-Tsan Lin

Abstract

The purpose of this study was to investigate the structural relationship between setting attributes, place attachment and behavioral intention. It was to compare the variability of different background with setting attributes satisfaction, place attachment, behavioral intention and setting attributes important performance. The research data was obtained by questionnaires and the questionnaires were collected judgmental from the hikers on the trails in Chaishan Nature Park, Kaohsiung. A total of 368 valid questionnaires were collected. According to the research purposes and in order to test and verify the hypothesis, analyzed by statistical methods including descriptive statistics, independence t-test, reliability analysis, factor analysis, MANOVA, path analysis, canonical correlation and important-performance analysis.

The major findings of this study show that the setting attributes satisfaction have significantly positive effects on place attachment, especially for physical setting attributes and activity facilities setting attributes. Place attachment significantly positive effects the behavioral intention. The more place attachment, the stronger the behavioral intention. Therefore, for increases behavioral intention, it must increases the place attachment of hiker, firstly.

Finally, the study uses the I.P.A (important performance analysis) methods for easy reading, to explore the touring characteristics of Chaishan Nature Park as well as find the strength and weakness of this park. The result of this study provide the information for marketing and management of park in the future.

Keywords: setting attributes, place attachment, behavioral Intention, important-performance analysis.

謝誌

光陰似箭，在研究所的學習過程，隨著論文的付梓，即將劃上句點，這些日子裡，必須要感謝的人真的很多，首先，本論文得以順利完成，我由衷的感謝恩師林房儻教授對於研究嚴謹的態度、觀念思緒的正確建立以及不厭其煩的修改指導，讓學生銘感於心，在此致上最深切的感謝與敬意。再者，感謝論文口試委員張良漢教授與鄭桂政教授的撥冗參加並不吝賜教，對於本論文提供寶貴建議與指正，另外，感謝系上黃彥翔主任及所有老師在研究所期間給予專業科目上許多思考邏輯與指導建議，使我獲益良多以及感謝系辦怡淳、艾穎及綠寶學姐、郁然學長、圖書館麗美及秀桃阿姨、蔡姐的照顧、鼓勵與支持，令我感動萬分。

此外，在論文的撰寫過程中，也要感謝一同發放問卷的寶貝小冬、小貴、阿手與馬克，真是感激不盡；感謝班上同甘共苦的好同學-鳳梨、葛林、蛤蜊、阿帆、粗眉、Deli、小桂子與忠佑，這兩年的陪伴與歡樂，令我深刻難忘，以及感謝壘球隊、足球隊的隊友與經理們，讓我在研究生涯中增添無比的熱情與感動，回味無窮。

最後，感謝我最重要的爺爺、爸媽與弟妹，由於你們的支持與鼓勵，讓我的學習得以延續並且無後顧之憂，沒有你們在求學生涯與成長過程中的支持與包容，便無法成就今天的我，在此獻上最誠摯的感謝，謝謝你們。僅以此論文獻給我敬愛的家人、師長、朋友以及所有關心及愛護我的人分享。

國峻 謹誌於嘉義

中華民國九十九年六月

目錄

中文摘要	I
英文摘要	II
謝誌	III
目錄	IV
表目錄	VII
圖目錄	X
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究問題	5
第四節 研究限制	6
第五節 操作型名詞定義	8
第貳章 文獻探討	8
第一節 登山健行	8
第二節 登山健行景點簡介	10
第三節 環境屬性理論與相關研究	12
第四節 滿意度理論與相關研究	12
第五節 地方依附理論與相關研究	19
第六節 行為意圖理論與相關研究	24
第七節 環境屬性、地方依附與行為意圖之關係	26

第參章 研究方法	28
第一節 研究架構	28
第二節 研究假設	29
第三節 研究流程	31
第四節 研究範圍與對象	33
第五節 資料分析方法	34
第六節 研究工具	37
第肆章 研究結果與討論	45
第一節 人口統計變項之描述性統計分析	45
第二節 環境屬性滿意度之分析結果與驗證	50
第三節 地方依附之分析結果與驗證	62
第四節 行為意圖之分析結果與驗證	68
第五節 環境屬性重視度之分析結果與驗證	72
第六節 研究模型之路徑分析結果與驗證	79
第七節 典型相關之分析結果	85
第八節 重要-表現程度之分析結果	89
第九節 研究假設之驗證	100
第伍章 結論與建議	102
第一節 結論	102
第二節 建議	104
參考文獻	107

中文部分	107
英文部分	116
附錄	121

表目錄

表 3-1	環境屬性滿意度量表之項目分析摘要表	39
表 3-2	環境屬性滿意度量表之因素分析表	41
表 3-3	地方依附量表之題項目表	42
表 3-4	行為意圖之項目分析摘要表	43
表 3-5	行為意圖之因素分析表	44
表 4-1	登山健行者人口統計資料表	48
表 4-2	環境屬性滿意度之描述性統計表	51
表 4-3	不同性別對環境屬性滿意度之多變量變異數分析	52
表 4-4	不同年齡對環境屬性滿意度之多變量變異數分析	53
表 4-5	不同年齡對環境屬性滿意度之變異數分析表	54
表 4-6	不同職業對環境屬性滿意度之多變量變異數分析	55
表 4-7	不同職業對環境屬性滿意度之變異數分析	56
表 4-8	不同教育程度對環境屬性滿意度之多變量變異數分析	57
表 4-9	不同教育程度對環境屬性滿意度之變異數分析	58
表 4-10	不同月收入對環境屬性滿意度多變量變異數分析	59
表 4-11	不同月收入對環境屬性滿意度之變異數分析	60
表 4-12	研究假設彙整表	61
表 4-13	地方依附題項之描述性統計表	63
表 4-14	不同性別對地方依附之多變量變異數分析	64
表 4-15	不同性別對地方依附之變異數分析表	64

表 4-16 不同年齡對地方依附之多變量變異數分析	65
表 4-17 不同年齡對地方依附之變異數分析	65
表 4-18 不同職業對地方依附之多變量變異數分析	66
表 4-19 不同教育程度對地方依附之多變量變異數分析	66
表 4-20 不同月收入對地方依附之多變量變異數分析	66
表 4-21 研究假設彙整表	67
表 4-22 行為意圖題項之描述性統計表	69
表 4-23 不同性別對行為意圖之單因子變異數分析	69
表 4-24 不同年齡對行為意圖之單因子變異數分析	70
表 4-25 不同職業對行為意圖之單因子變異數分析	70
表 4-26 不同教育程度對行為意圖之單因子變異數分析表	71
表 4-27 不同月收入對行為意圖之單因子變異數分析表	71
表 4-28 研究假設彙整表	72
表 4-29 環境屬性重視度題項之描述性統計表	74
表 4-30 不同性別對環境屬性重視度之多變量變異數分析	75
表 4-31 不同年齡對環境屬性重視度之多變量變異數分析	76
表 4-32 不同職業對環境屬性重視度之多變量變異數分析	76
表 4-33 不同教育程度對環境屬性重視度之多變量變異數分析	77
表 4-34 不同月收入對環境屬性重視度多變量變異數分析	77
表 4-35 研究假設彙整表	78
表 4-36 路徑效果分類表	79

表 4-37 環境屬性滿意度對地方依附之路徑分析	81
表 4-38 環境屬性滿意度、地方依附對行為意圖路徑分析	82
表 4-39 各反應變數之路徑分析彙整	83
表 4-40 研究假設彙整表	84
表 4-41 環境屬性滿意度與地方依附典型相關分析摘要表	86
表 4-42 實體環境屬性 I.P.A. 平均數分析表	90
表 4-43 社會環境屬性 I.P.A. 平均數分析表	92
表 4-44 經營管理屬性 I.P.A. 平均數分析表	94
表 4-45 活動設施屬性 I.P.A. 平均數分析表	96
表 4-46 全部研究假設彙整表	101

圖目錄

圖 3-1	研究架構圖	28
圖 3-2	研究流程圖	32
圖 3-3	重視表現分析法	36
圖 4-1	第一個複迴歸分析圖	80
圖 4-2	第二個複迴歸分析圖	80
圖 4-3	研究路徑係數關係圖	83
圖 4-4	環境屬性滿意度與地方依附之典型相關路徑圖	86
圖 4-5	實體環境屬性 I.P.A.分析表圖	91
圖 4-6	社會環境屬性 I.P.A.分析表圖	93
圖 4-7	經營管理屬性 I.P.A.分析表圖	95
圖 4-8	活動設施屬性 I.P.A.分析表圖	97

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

臺灣高山丘陵交錯，地形地貌多樣且豐富，比全球許多面積超過百萬平方公里的國家還具有更豐富的山岳資源（陳嘉雯，2006），全台雖僅有三萬六千平方公里，卻擁有兩百五十八座三千公尺以上的高山，高山密度之高，位居世界第一，其中分布在中央山脈的高山最多（楊建夫，2001）。因此，登山活動非常適合在臺灣發展，不論是體能的挑戰、特殊登山活動主題的培養，都有良好的登山環境（李秋芳，2002）。而登山步道的專業分類規劃是源自2001年起建立全國登山健行步道系統，隔年更是將國家步道建設系統建置發展計畫納入國家重點發展計畫（中台醫護技術學院通識教育中心，2004），顯示登山健行對國人的重要性是存在的。

登山健行運動的實踐並不難、亦不需要太多的工具，而且可以在輕鬆又多元的享受狀態下達到運動的效果（李炳昭、陳一之，2009），近幾年來「登山健行」一直名列國人最常從事的戶外休閒活動前五名（陳鴻雁、楊志顯，1999；陳鴻雁，2003），現今各地登山健行社團數以千計，愛好登山、健行人口多達四、五百萬人（約總人口數的五分之一）（黃宗和，2005），可見登山健行活動在我國人民休閒生活之重要。

行政院體育委員會針對我國國民運動意識（2003）研究調查中指出，民眾從事運動的主要原因是「為了創造健康、體力」，可見國人的健康意識已慢慢形成，並且會藉由運動來達成健康的目的，因此在2004至2006年國人旅遊狀況調查

資料中，也顯現出民眾喜歡的遊憩活動項目從2004年「逛街、購物」及「露營、登山、森林步道健行」，2005年則為喜愛「露營、登山、森林步道健行」及「觀賞自然景觀」，到2006年民眾大都選擇戶外活動為休閒度假目標，如：「觀賞自然景觀」、「觀賞動、植物」、及「露營、登山、森林步道健行」，表示民眾主要之遊憩活動還是以「健身度假運動」為主。

依交通部觀光局2008年國人旅遊狀況調查摘要顯示，國人旅遊多利用週末、假日從事國內旅遊者（占62.8%）最多，且以「自然賞景活動」為國內旅客較喜歡的遊憩活動，佔整體比例47.1%，顯示民眾喜愛親近大自然的需求（交通部觀光局，2009）。行政院主計處調查也顯示，2007年有運動之國人最常從事的運動項目分析中，以散步最多占32.0%；其次是慢跑占24.4%、籃球占20.0%、登山占19.1%、騎腳踏車占11.5%（行政院主計處，2008）。綜合以上，越來越多的人參與登山活動，探究吸引大眾投入登山行列的理由，除了強健體魄、登山望遠之外，山林間豐富的地質地形景觀、獨特的生物、棲地、生態系也是吸引眾多登山客前往的主要原因（陳永龍，2007）。

本研究之對象，柴山自然公園屬於郊山，意指位於都市近郊、高度在1500公尺以下的山（吳豐州，1997）。近年來，登郊山的活動，日益受到重視，由於一般登山健行活動多集中在便利、省時及危險性較低的郊山（許惠玲，2008），因此體委會每年定期舉辦全國登山日活動，就是希望藉此增加國內登山健行之運動人口，在歷時七年的運動人口倍增計劃後，從事登郊山運動的人口已有顯著成長。歐雙磐、侯錦雄

(2007) 研究中可以發現登郊山者之活動天數以當天來回為主，其比例高達 94.5%，且登山者所需專業知識較低、危險性亦較低，顯示其參與阻礙較小，與體委會所設定的方向一致，為易普及於民眾之國民運動。

環境屬性 (Setting Attributes) 是指遊憩地點的自然特性及環境所表現出來的特徵，或藉由經營管理單位的規劃以改變的環境特色 (李海清，2006)。陳麗如 (1994) 認為人類從事遊憩活動時，會依照自己的需求來決定遊憩地點、遊憩行為、遊憩活動型態，然而可確定的是人們要從事遊憩行為時，需求乃是最大因素。遊憩環境屬性，可視為提供遊憩行為之場所特性，其中包含實質環境 (Physical Setting)、社會環境 (Social Setting)、活動環境 (Activity Setting)、經營管理環境 (Managerial Setting) 等四種環境屬性 (劉毓妮、林晏州，1993)。

地方依附 (Place Attachment) 是因個人對所屬活動之地方環境進行遊憩體驗之後而對該地方的正面情感連結 (曾秉希，2003)。劉俊志 (2004) 認為地方依附是指個人對一個地方的實體環境，在功能性的依賴、精神與情感上的認同及情感性連結。這種地方依附會影響到個人在地方中的行為。

然而，良好的環境屬性對登山健行的遊客而言是非常重要的，經由登山健行的遊客對某登山健行的環境屬性滿意度，形成對此地區的地方依附，進而熱愛該地區，達到再遊的意願，並且運用重要-表現程度分析法 (Important Performance Analysis) 予以登山健行地區作詳細之象限分析，了解各個景點的優點及需要改進的地方。

從李海清 (2006) 與劉怡雯 (2007) 的研究結果來看，

環境屬性滿意度會影響地方依附；陳勁甫、蔡孟桓、李佳玲、陳佩君、陳美惠（2007）與鄭秀玲、陳信吉、鍾志強（2007）的研究結果來看，地方依附會影響行為意圖，而 Cronin, Brady, and Hult（2000）、李季隆（2004）與李賢哲（2004）的研究結果來看，滿意度則會影響行為意圖，不過在過去研究中，鮮少集合環境屬性滿意度、地方依附與行為意圖等三個構面加以探討，也讓本研究的研究價值提高，為本研究動機之所在；未來在針對研究結果方面，政府則可以更明確規劃登山健行活動之設施，保護森林生態以改善登山健行環境，並制定相關管理法辦法及政策，讓自然環境不被破壞，達成永續經營之目標；在學術界方面則能持續為後續研究努力，繼續以登山健行為研究核心，探討國內發展登山健行相關議題，提供更多資訊及研究結果供各界參考，以帶動國內登山健行活動之發展。

第二節 研究目的

根據研究背景與動機，本研究探討登山健行之環境屬性 (Setting Attribute)、地方依附 (Place Attachment) 與行為意圖 (Behavioral Intention) 之關係研究，並利用重要-表現程度分析法，探討滿意度與重視度之關係，故研究目的如下：

- 一、探討不同登山健行者在環境屬性、地方依附與行為意圖之間的差異情形。
- 二、探討登山健行者對環境屬性之滿意度與重視度。
- 三、探討登山健行者，環境屬性對地方依附與行為意圖之間的關係。

- 四、探討登山健行者在地方依附與行為意圖之間的關係。
- 五、探討柴山自然公園的環境屬性滿意度與重視度之關係。

第三節 研究問題

根據以上研究目的，本研究欲瞭解參與者在從事登山健行時，環境屬性（實質環境、社會環境、經營管理、活動設施）、地方依附與行為意圖之因果關係，並利用重要-表現程度分析法 I.P.A. (Important Performance Analysis)，探討高雄柴山自然公園中，四種環境屬性重視度與滿意度之比較並提出說明與建議，綜合上述，本研究問題如下：

- 一、不同人口統計變項之登山健行者對環境屬性滿意度是否有差異？
- 二、不同人口統計變項之登山健行者對地方依附是否有差異？
- 三、不同人口統計變項之登山健行者對行為意圖是否有差異？
- 四、不同人口統計變項之登山健行者對環境屬性重視度是否有差異？
- 五、在登山健行活動中，環境屬性滿意度是否會正向影響地方依附？
- 六、在登山健行活動中，環境屬性滿意度是否會正向影響行為意圖？
- 七、在登山健行活動中，地方依附是否會正向影響行為意圖？

第四節 研究限制

本研究在過程有以下研究限制：

- 一、本研究所使用問卷為自陳量表，無法準確控制受試者填寫回答時的真實度，因此僅能假設所有受試者填寫本研究問卷時皆能據實填答。
- 二、本研究之研究對象以高雄地區柴山自然公園為例；因此本研究之結論可能無法推估到其他各地區之登山健行景點。

第五節 名詞解釋與操作性定義

一、登山健行

登山健行 (hiking) 是指為了樂趣、運動或軍事訓練等目的，以徒步的方式進行之活動 (Flexner & Hauck, 1987)。本研究之登山健行乃指民眾為了從事健身、休閒及探知等活動，而在離市區較近，且可以在一天內往返之森林、山野大自然中以行走方式進行的活動。

二、環境屬性

意指該遊憩地點自然特性及環境所表現出的特徵，或經由經營管理單位的規劃以改變環境的特色 (黃淑君、薛毓屏、林育慧, 1999)，其操作性定義係指高雄柴山自然公園之特性，此特性則包括該地點的自然資源、環境象徵、及可經由管理而塑造的特性，其中包含實質環境、社會環境、活動設施環境、經營管理。

三、滿意度

滿意度意指對照期望與經驗之結果以及遊客期望與知覺的效果之差異 (Truong & Foster, 2006)，本研究之滿意度乃指登山健行者實際從事登山健行時，對於該地區環境屬性之預期與實際體驗後，心理所產生感覺的程度。

四、重視度

重視度意指個人對該地方所提供之服務項目重視情形，本研究之重視度乃指登山健行者實際從事登山健行時，對於高雄柴山自然公園的環境屬性之重視程度。

五、地方依附

地方依附意指地方依附的產生必須先經過認識環境、體驗環境之後，人們對於該地中的事物及活動的參與、了解及涉入 (引述沈進成、曾慈慧、林映秀，2008)，其操作性定義係指登山健行者對高雄柴山自然公園，因為經過登山健行之參與，認識該地區之環境並體驗環境後，對該地區環境產生各種功能上之依賴，以及因深入瞭解該地區後，進而對該地區產生精神上與情感上之認同。

六、行為意圖

行為意圖意指一個人主觀判斷其未來可能採取行動的傾向，可以用來預測人們的行為 (鄭秀玲，2008)，其操作性定義係指藉由登山健行者在經歷高雄柴山自然公園步道或接受周邊服務後，會將自身經歷的體驗化為內在心理評斷的依據，進而反映在後續對高雄柴山自然公園所可能採取的推薦、分享他人及再遊意願。

第貳章 文獻探討

本章主要藉由回顧過去國內外有關本研究之相關文獻，幫助研究主題能更深入瞭解登山健行、登山健行景點簡介、環境屬性、滿意度、地方依附及行為意圖之各項定義與相關理論等，最後加以彙整，形成本研究的研究架構。

第一節 登山健行

登山健行活動可回溯自遠古時代。獵人、樵夫、礦冶技師、植物學家、僧侶、商人等登山之目的不在「登山」本身，而是以「登山」為手段，達成他們的目的（陳維霖，2000）。古時人類登高山是為了完成其目的；如今，人類登山健行成為休閒、健身生活中的一部分。近代的登山健行活動乃由歐洲傳入，指人們成群結隊地到近郊低山遊玩，多半為欣賞山本身或周圍的美景而登山，形成了近代的登山健行型態與風潮（吳佩真、吳俊奇、吳逸華譯，2005）。

國內自2001年開始施行週休二日後，國人閒暇時間增加，休閒型態改變與健康意識的覺醒，民眾漸漸脫離坐式的生活，利用假日走到戶外，從事運動休閒相關活動，欣賞大自然的美景，紓解日常工作的緊繃情緒，加上交通便捷、資訊充足使得登山健行活動的風氣亦更為蓬勃，而成為一種普遍的休閒活動（張孝銘、林芫任、李城忠，2009）。

陳鴻雁（2003）指出民眾偏好接近大自然的戶外活動，無論從性別、年齡、教育程度或職業別，「登山」、「健行」活

動仍為國人今後最想從事的活動。

就登山健行的定義來看，登山健行是以走路的方式，行走一段距離以達到健身或休閒等功效，走路運動可以在室內或室外任何地方進行，登山健行則是在森林、山野中進行走路運動（林欣慧，2001），其步徑多分布在都市近郊山區，路況較佳、路跡明顯、坡度較緩、海拔較低、活動者需求簡便，而從事者體力消耗也較少（曹正、李瑞瓊，1990）。陳永龍（2001）則指出登山不只是一種運動，而是在大自然中具有特殊型態的一種活動，它沒有一定的場地，沒有裁判，更沒有觀眾，與其他運動是不相同的（陳維霖，2000）。

黃德雄（2003）認為，在臺灣來說，登山健行不只是國際慣稱的 mountaineering，除了徒步旅行（Hiking）、背負健行（Back Packing）外，尚包含觀察與冒險等所有的山區活動。

從登山健行型態來看，張蕙芳（1999）將登山健行依型態分為下列三種：

- （一）傳統登山活動：單以登山為主要目的之活動。
- （二）生態性登山活動：懷有特定目標，包括研究、欣賞及享受當地的景緻和野生動植物，及任何現存文化特性，故這類活動內容包含生態與文化性的登山活動。如賞鳥、探勘古道等活動。
- （三）冒險性登山活動：必須具備某種程度特殊技術、知識及體能的付出，登山者能感受刺激與挑戰以滿足冒險性的體驗，如溯溪、攀岩，長程探勘活動皆是。

就山的分類來看，吳豐州（1997）以山的分級來做為登山健行活動的分類：

- (一) 郊山：高度在1500公尺以下，通常離市區較近，可以在一天內往返者，稱為郊山，較為輕鬆，常被列為健腳路線。
- (二) 中級山：高度在1500公尺-3000公尺，介於郊山和高山之間的山區，一般稱為中級山。中級山區林相較複雜，路況也較不明確，除了雪季高山及長程高山縱走之外，較難攀登的山區，通常會需要二到三天以上。
- (三) 高山：3000公尺以上之山區，稱為高山。臺灣高山有兩百多座，一般比較熱門的山區，由於攀登者多，因此步道明顯，若又位於國家公園管理區，還會有路標與山屋及巡山警察，舒適性與安全性較高。

綜合上述，本研究對象主要針對在郊山從事登山健行活動之參與者為主，並將登山健行活動定義為民眾為了從事健身、休閒及探知等活動，而在森林、山野的大自然中以行走的方式進行。

第二節 登山健行景點簡介

柴山又名壽山，位於高雄市之西北方，是高雄縣市及南台灣休閒遊憩的重要景點之一。柴山全區屬於丘陵地形，南北總長五公里，總面積約為一千兩百公頃，最高點位於稜線北端最高海拔356公尺，由此往東南方向延伸，北側地形漸趨平緩，形成台地狀起伏，是高雄的天然屏障與生態寶庫(鄭建民、高俊雄、鄭憲成，2004；葉夏全、李明聰，2008)。

柴山自然公園位於台灣高雄市西麓的柴山地區，其成立源自於1992年時的高雄市市民自主護山運動，期間包括數個

環保團體與台灣政府各單位的協商，以及萬人連署運動等等。高雄市政府於 1997 年公佈「高雄市壽山自然公園管理辦法」，明訂鼓山區海拔 10 公尺以上及西部海岸以東之柴山地區劃定為柴山自然公園的範圍（維基百科，2009）。

柴山因為居高臨下，長期屬於軍事管制區，卻意外成為台灣獼猴等動物的棲息繁衍地，而在 1989 年時部分軍事管制解除後，柴山立即成為高雄市最熱門的登山健行地點，也是市民登山、賞景、觀察自然生態的好去處，山上有動物園、龍泉寺、元亨寺、忠烈祠等景點，山頂可遠眺高雄港及西子灣夕陽美景（台灣之光旅遊體驗網，2009）。

柴山有很多登山口，多數民眾選擇南邊的壽山動物園或北側的龍泉寺為起點，許多人還主動當起志工，奉茶、生態導覽、撿垃圾，發展出特有的「柴山精神」（5658 高雄旅遊網，2009）。

近年來，柴山的名氣還來自於近距離觀察台灣獼猴。除了獼猴外，柴山還擁有茂密而原始的動植物生態，包括赤腹松鼠、台灣畫眉等野生動物、昆蟲等，經總體生態資源調查及探勘後得知，具有馬卡道族小溪貝塚遺址、稀有史丹吉式小雨蛙、保育類台灣獼猴，以及全台密度最高的山豬枷，總計植物 400 多種、爬蟲類 21 種、鳥類 117 種（陳霈瑄，2010）；又因為柴山地質屬於隆起的珊瑚礁石灰岩，由珊瑚礁岩構成的峽谷、洞穴很多，是極佳的地質教室（台灣之光旅遊體驗網，2009）。

柴山向來被視為高雄的淨土，也是高雄人休閒、娛樂的絕佳去處，亦非常適合親子同遊、賞花、賞鳥，其步道漸漸使登山健行者對自然資源及特殊地形產生認同與依賴。行政

院長吳敦義於民國 99 年提出將把柴山定為國家公園，並設立柴山國家公園管理處，規劃案則在民國 99 年 12 月通過，可望於 2010 年下半年成立台灣第一座「國家自然公園」(陳霈瑄，2010)，顯示本研究之結果具有研究價值。

第三節 環境屬性理論與相關研究

人類對於環境的知覺，依各種環境屬性的刺激而定；對於地點的感受，可藉由改變環境屬性刺激而產生不同的環境認知與感受。環境提供靜態與動態的遊憩機會，人們可因此得到滿足，因此在追求個人的遊憩需求過程中，環境的品質扮演至重要的角色(引自劉季華，2006)。

就環境屬性的定義來看，環境屬性(setting attributes)是指遊憩地點自然特性及環境所表現出的特徵，或經由經營管理單位的規劃以改變環境的特色(黃淑君、薛毓屏、林育慧，1999)。而葉茂生(2001)則定義環境屬性是指遊憩活動地點的特性，然而不同類型的遊憩地點具有完全不同的環境屬性。政大統計所(1991)的研究認為環境屬性意指發生遊憩活動的地點中，遊客可辨認的各種環境的基本特徵，亦即遊客心中的活動機會之品質。陳水源、李明字、劉淑媚(1986)將其定義為某個地方中其實質生物環境、社會狀況及經營管理現況的總和。詹欣琪(1999)認為遊憩環境屬性可視為提供遊憩行為之場所的特性，其中包含自然環境、實質環境以及經營管理的品質。Driver and Bassett(1977)指出遊客會對於環境屬性的某些特質產生特別偏好，包括實質環境、社會環境、經營管理方面有比較明顯的偏好，而且當遊

客對某項環境屬性愈重視時，則對於該項環境屬性表現程度之要求也會因此提高。McCool, Stsnkey and Clark (1984)則認為遊憩地區的環境屬性是指當某遊憩活動進行時，其發生活動地點的特性，此特性包括該地點的自然資源、環境象徵及可經由管理而塑造的特性。

從環境屬性的分類來看，Lawson and Manning (2002)以Denali National Park為研究基地，區分環境屬性成三大類：

- (一) 社會狀況 (social condition)：登山團體在遊憩區內的每天數量。
- (二) 資源狀況 (resource condition)：登山步道的特徵與範圍與露營地點使用情形。
- (三) 管理狀況 (management condition)：露營管理規則、遊客容納量。

劉毓妮、林晏州 (1993) 將環境屬性類別分為四大類，分別是：

- (一) 實質環境屬性 (physical setting attributes)：自然景觀與特質，供給遊憩活動基本的天然材料，亦可能為經營者為達成某種目標，來直接或間接的影響環境條件。
- (二) 社會環境屬性 (social setting attributes)：指環境中遊憩利用的機能元素，包含遊憩使用的結果、時間長短及使用類型、活動興趣、經驗與期望。即心理效益與社會效益有關的環境屬性。
- (三) 經營管理屬性 (managerial setting attributes)：由經營管理者所營造的環境。
- (四) 活動屬性 (activity setting attributes)：凡和活動參與有關的動態屬性。

另外，國內許多學者則將實質環境屬性分為實質環境、社會環境、經營管理環境、活動設施環境（陳麗如，1994；詹欣琪，1999；蕭瑞貞，1998；葉茂生，2001；林靜芳，2004；陳俊男，2004；劉季華，2006；李海清，2006；劉怡雯，2007；鄭勵君、李海清、邱金松，2007）。

黃淑為（1999）則將登山步道環境屬性內容分為自然環境、步道設施物、步道特色、及經營管理等四項。

- （一）自然環境屬性：主要指登山步道沿途的自然資源特色。
- （二）步道設施物：指步道沿途的基本設施，如：觀景台、路標解說牌。
- （三）步道特色：為供給游憩活動基本需求之環境特色，如：步道長度、坡度、踏面的形式及材質等。
- （四）經營管理屬性：該風景區管理處經營管理方式，如：管制遊客人數、定時定點解說服務。

陳佳葳（2003）在探討台灣地區國家公園遊憩環境體驗之研究當中將遊憩環境分成實質環境、經營管理環境、週邊環境。

本研究參考過去學者研究結果，將環境屬性分成四個構面：

- （一）實質環境屬性(physical setting attributes)：Kim, Lee, and Klenosky (2003)認為實質環境屬性包括：優美的風景、植物景觀、動物景觀、文化歷史資源。本研究定義為柴山自然公園的自然景觀特徵或特質。包含天然景色、動植物景觀、歷史人文資源等等。
- （二）社會環境屬性(social setting attributes)：葉茂生(2001)

認為社會環境屬性是指遊客在使用遊憩區的機能元素，包括遊憩使用的結果、使用遊憩時間的長短及使用類型、經驗與期望和擁擠度等。以及遊憩區是一個提供一般民眾使用的開放性公共地區，遊客彼此間因而產生社會互動是否良好。本研究定義社會環境屬性為遊客之間或與當地居民所產生的社會互動關係。包括認識其它遊客朋友、空間擁擠程度、休息聚會的地方等等。

(三) 經營管理屬性(managerial setting attributes)：黃淑為(1999)將經營管理屬性項目歸類成3項：1.資訊服務：專業導覽人員解說服務、旅遊資訊系統、宣傳活動。2.清潔維護：整體環境衛生的整理與維護。3.經營管理：指各種費用的價格收取。以及工作人員態度良好。本研究定義為管理單位對遊憩景點的資訊推廣、環境維護、服務人員態度等等。

(四) 活動設施屬性(activity setting attributes)：葉茂生(2001)指出和活動參與有關之動態與靜態性設施的維護與乾淨程度，包含遊憩活動設施以及解說、服務、公共設施、安全設施、餐飲設施等服務設施項目。本研究定義為登山健行景點為了增加遊憩滿意度，而搭配在遊憩區所提供的餐飲、廁所、遊憩設施等。

在相關研究方面，劉毓妮、林晏洲(1993)在秀姑巒溪泛舟遊客對環境屬性偏好知研究中，為了瞭解遊客心中之環境屬性項目，因此先利用開放型問卷訪問現地遊客，其得到77項環境屬性，再除去性質、類似之後得到34項，之後將其分為自然環境、經營管理、社會、活動屬性四類，在進行調

查，其結果為經營管理被遊客認為是最重要的，其次為自然環境屬性，再者為活動屬性，社會屬性則相對不重要。王小璘（1998）在「都市綠園道遊憩活動特性與環境屬性」之研究中，以參考文獻回顧的方式作為測量遊憩環境屬性滿意度題項及在實質環境屬性考量因素題項，其發現遊憩活動特性不同，對遊憩環境屬性滿意度及實質環境屬性考量因素亦會不同。劉季華（2006）在「比較台灣與大陸遊客其阿里山之環境屬性」之研究中，台灣遊客認為實質環境屬性會正面影響遊憩滿意度、經營管理環境屬性會正面影響遊憩滿意度、活動設施環境屬性會正面影響遊憩滿意度以及遊憩滿意度會影響目的地口碑。大陸遊客認為活動設施環境屬性會正面影響遊憩滿意度以及遊憩滿意度會影響目的地口碑。蔡旻熹（2009）在「自行車道遊憩環境屬性及遊客休閒滿意度影響重遊意願」之研究中，其發現遊憩環境屬性與休閒滿意度能有效預測重遊意願。

綜合上述相關文獻與實證研究後，本研究認為環境屬性係指高雄柴山自然公園之特性，此特性則包括該地點的自然資源、環境象徵、及可經由管理而塑造的特性，其中包含實質環境、社會環境、活動設施環境、經營管理。此外，本研究參考 McCool et al.(1984)、劉毓妮、林晏州（1993）、王小璘（1998）、林靜芳（2004）、劉季華（2006）之環境屬性量表後，發展為符合本研究所需之環境屬性量表。

第四節 滿意度理論與相關研究

滿意度一直是各研究用來測量人們對產品、工作、生活

品質、社區或戶外遊憩品質等方面看法之工具，是一項非常有用的衡量行為標準（宋玉麒，2006）。

Howard and Sheth在1969年首先將滿意程度應用在消費者理論上，認為顧客滿意程度是指消費者對於購買某一項產品而所做的犧牲或損失，通常是指時間與金錢，而購後所得到的補償程度即為消費者的滿意度（引自劉季華，2006）。就定義來看，Kolter在1994年提出滿意度是一個人所感覺的愉悅或失望的程度，係源自其對產品功能特性的知覺與個人對產品的期望，兩者比較後所形成的（引自池文海、林憬，2004）。侯錦雄（1990）認為有相當多的研究報告利用滿意度來測量人類對生活品質、各項產品、社區、工作等之看法，以作為消費行為的指標，而利用遊憩者滿意度之定義來研究戶外遊憩的品質，開始於戶外遊憩資源檢查委員會（Outdoor Resources Review Commission）之研究。一般而言，戶外遊憩活動通常便是以遊客的滿意度作為遊憩品質衡量之參考，如何使遊客獲得最大的滿意是所有遊憩事業的經營目標之一（Manning, 1986）。Dorfman（1979）認為遊憩滿意度為遊客個人對於活動與體驗的主觀評價，受遊憩過程中各種主客觀因素之影響。相較於傳統產業，休閒遊憩產業之遊憩滿意度是遊客於遊憩前或遊憩中以消費方式交易其遊憩體驗，遊客遊憩滿意與否受遊憩區業者提供之設施服務與自身遊憩行為所影響（方寶儀，2004）。遊憩滿意度起源於個人與目的地互動後所產生的心理感覺，是遊客參與休閒遊憩活動後所得到的整體感受。遊客對於遊憩區所呈現的遊憩品質滿意度，便是遊憩品質的指標，藉由旅客滿意度評價，可以了解遊憩區目前的服務品質（張啟良，1988）。Schreyer and Roggenbuck

提出遊憩滿意度可以用差異理論的觀點來解釋，強調滿意度乃由遊客的期望與實際感受的知覺間差距來決定（引自劉季華，2006）。廖明豐（2003）認為是遊客在歷經行前期望與實際體驗後，預期目的地應發揮的效用水準與實際發揮的效用水準之間的心理比較結果。塗三賢、汪大雄、林振榮（2000）將遊憩滿意度定義為一個受到遊憩投入、環境設施、遊憩衝擊、園區獨特性以及解說服務等因子直接影響的一個變數，來加以衡量。沈進成、謝金燕（2003）亦認為遊憩的滿意度是個人經過行前期望和實際體驗後的心理結果。Wong and Law（2003）指出觀光產業中消費者滿意度通常與觀光客對於過往目的地印象和經驗評估，如觀光客所見所聞以及目的地經驗體驗相關。

王正平、曾涵堇（2004）指出目前常用的滿意度量方法有兩種，其一是遊客根據個人對遊憩機會的體驗感受反應單一的滿意度分數，稱為單一滿意度分數（satisfaction-only score）；Burns, Graefe and Absher（2003）；其二為根據差異理論（discrepancy theory），將滿意度操作化為遊客對遊憩機會事前的期望（expectation）與事後體驗（pretation）為差異分數（gap score）（Burns et al.,2003）。

從相關研究來看，李海清（2006）針對臺灣地區休閒潛水環境屬性與地方依附的相關研究中提到實質環境屬性滿意度會正面影響地方依賴，經營管理環境屬性滿意度會正面影響地方認同。蕭瑞貞（1998）以劍湖山世界的遊客為對象，探討遊客的重遊行為與忠誠度的相關性。研究結果顯示遊客的遊憩滿意度與其對遊樂區屬性的重遊意願呈顯著的正相關。結果顯示滿意度與重遊意願兩者間呈正相關。陳冠曲、

林喻東（2006）針對溪頭森林遊樂區遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係的研究指出滿意度會顯著正向影響行為意向。鄭勵君、李海清、邱金松（2007）針對墾丁海域休閒潛水者對地方依附重要性與環境屬性滿意度的研究指出地方依附與環境滿意度間相互作用，低度或中度相關。就相關文獻來看，環境屬性滿意度會影響地方依附，也會影響行為意圖。

根據上述相關文獻與實證研究後，本研究採用差異理論的觀點來解釋，強調滿意度乃是由登山健行者的期望與實際感受的知覺間差異，將滿意度定義為登山健行者於高雄柴山自然公園從事登山健行活動時，對於該地區環境屬性之實質環境、社會環境、經營管理環境及活動設施環境的預期與實際體驗後，心理所產生感覺的程度。

第五節 地方依附理論與相關研究

地方感、地方依附與社區依附等概念在近幾年來受到廣泛的探究與應用。地方感主要是在強調個體對地方的主觀瞭解、感受與描述進而建立地理識覺（perception）、地理認知（cognition）或地理意象（image）等概念（林嘉男、許毅璿，2007）。

地方則指人與自然環境中融入或與環境互動產生體驗，包含生活經驗或空間使用上與當地居民產生互動（Editorial, 2008）。地方（place）可經由自然物體的相對位置關係而界定，承載人們對於一個空間具有歷史、經驗、情感、意義、符號、文化，其概念卻必定包含在一個有意義的地理單元中，並且與空間（space）相關，空間源自於地方的意義常被併入

地方的概念中，空間比地方更為抽象，卻可以藉由地方的概念，被感覺、知曉或解釋，說明空間提供地方脈絡，可以說空間自由的、動態的，而地方是安全的、靜止的（引述劉珈灝，2008）。地方不只是位在某個空間中，更為一個有意義、意象和感覺價值的中心，具有分享經驗情感的特徵，為情感所附著的焦點，令人感覺到充滿意義的地方 (Galliano and Leoffler, 1999)。「地方」在社會科學上有三個涵義：

- （一）地理區位：也就是從事社會和經濟活動的分布區域；
- （二）場所：日常生活和社會相互影響的場所；
- （三）地方意涵：對於地方的認同和歸屬的情感連結，而歸屬感相近的語意表達就是「地方認同」(Kaltenborn, 1997)。

地方依附 (place attachment) 則源於環境心理學研究，涵蓋個體對住宅 (house) 及家 (home) 的聯繫，後來被延伸至社區 (neighborhood) 及地方 (place) 等；指的是個體與特定環境的連結關係 (聶筱秋、胡中凡譯，2003；曹勝雄、孫君儀，2009)。邱顯仁、吳淑女 (2004) 指出地方依附的演進可分三階段：第一階段著重於環境與人類行為關係的探討；第二階段則以統計分析方法衡量並建構「地方依附感」所隱含的構面，包括功能性構面、情緒或象徵性構面、和日常生活依附等；第三階段則是將地方依附感之各項構面運用到行為解釋之研究。

就定義來看，地方依附 (place attachment) 國內一般亦翻譯為地方依戀、場所依戀。地方依附 (place attachment) 界定是人們和特定地點所聯繫的情感 (Hidalgo and Hernandez, 2001)，也可以說是個人與環境的正向情感連

結。Hummon (1992)定義地方依附是「個體對於地方的一種情感性的涉入與歸屬」。Moore and Graefe (1994)則定義地方依附為個體對於特殊地點的認同與評價。

林嘉男、許毅璿 (2007) 則指出地方依附旨是在說明人對環境的認知 (cognitive)、情感 (affective) 與行為 (behavioral) 之正向聯結 (positive association) 或結合 (bond)。它與地方感不同的是，地方依附的定義較為特定 (specific)，並不如地方感所涵蓋的概念那樣廣泛 (如思維模式、生活型態等)。

1980年代以後休閒研究者開始用地方依附來探討遊憩者對地方的依附情感與行為。遊客初到某個遊憩地時通常會在意該地所提供的遊憩功能。當體驗後發現該地具有它地無可替代之功能時就會有想要持續接近該地之需求。一段時間過後就會對這個地方產生感情，這種現象稱為地方依附 (曹勝雄、孫君儀，2009)。Bricker and Kerstetter (2000)在研究急流泛舟遊憩活動專門化與地方依附中，地方依附關係分為地方依賴與地方認同，主要特性是藉由態度、價值、思想、信仰、意義、行為傾向及情感依附所延伸對於地方歸屬感。並提出第三個面向生活型態 (lifestyle)，也就是居民與環境產生互動後，地方和居民的日常生活產生關聯而衍生出深刻的情感連結。Williams and Vaske (2003)以美國伊利諾州立大學生、國家休閒遊憩區及國家公園遊客作為研究對象，進行四種森林資源為主的遊憩地點評估，檢測地方依附和一般通用性，發現不同的行為、地區或環境屬性會產生不同的地方依附程度。Williams, Patterson, Roggenbuck and Watson (1992)則以野地遊憩活動為例明確地提出「地方依賴」與「地方認

同」這兩個構面。其將地方依賴定義為個人知覺到該地具有相當便利性或獨特的功能滿足遊客的需求或目標。地方認同則被定義為個人對某特定地點的情感連結因而產生對該環境自我管理的過程(Hwang, Lee and Chen, 2005)此後大多數的研究都採用這兩個構面來描述地方依附(Len, 2008)。

地方依賴是根據地方對個人的獨特性與功能性價值來判斷。地方認同則是指特定地方對個人具有情感及象徵性的意義，是一種對地方的歸屬感(Moore and Graefe, 1994)，而地方依附感之強弱源自於個人在某一空間中參與時間、過去經驗以及本身具有的態度、思想等因素影響而有所不同(張乃允, 2008)。張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)針對不同活動涉入程度對地方依戀的研究中，將地方依戀分為兩個構面，地方依賴(place dependence)係指，地方在實質功能上的重要性，只有獨特環境中才能提供這樣的特質，或是與其他地方相較之下，可以滿足特定需求的能力(Williams and Patterson, 1999)。而地方認同(place identity)係指，情感和象徵的意義來看一個地方，基於個人對地方的感情維繫，而參與者會有強烈的歸屬感。因此國內、外學者普遍將地方依戀的構面歸納則分成二種，第一種為需求方面的功能依賴及第二種由心理方面的情感所組成。亦有學者提出第三個構面，生活型態中心性(Bricker and Keratetter, 2000)，其主要是針對急流泛舟探討地方依戀與專門化間的關係，將地方依戀分為地方依賴、地方認同與生活型態中心性(centrality of lifestyle)，地方依賴表示地方居民感覺到對於環境的需要，而這樣的需求又必須在特殊的地方才能從事特定的活動，達成地方居民的需求而突顯該地對於居民的價值；地方認同表

是一種態度、價值、思想、信仰、意義和行為的意向，對於特別的地方有歸屬感；生活型態是居民與環境產生互動後，環境和居民的日常生活產生了關連而產生的深刻情感連結。但回顧過往的文獻發現，地方認同中其實已經包含了休閒活動在人們生活中的重要性，也就是生活型態中心的概念。

地方依附的量表依據過去文獻採用量表 (scaling methods)、自我陳述法 (selfreport techniques)、訪談法 (interviewing)、觀察法 (observation) 等，其中量表的測量最常被採用的 (葛樹人，1994)，並且承襲過去諸位學者的理論，採用較多學者提出地方依附理論主要以地方認同 (place identity) 及地方依賴 (place dependence) 兩個構面

從相關研究來看，鐘士佳、高育芸、李英弘 (2006) 以居民和遊客在高雄市城市光廊地方依附之差異，將地方依附以地方認同和地方依賴進行分析，結果顯示地方依賴的構面中遊客及居民的觀察變項是有差異性，說明居民認為城市光廊過度包裝造成居民卻步；相反的卻也是吸引遊客成為觀光景點。鄭秀玲 (2008) 對澎湖居民之地方意象、地方依附與行為意圖關係之研究結果顯示，地方依附對行為意圖是具有顯著的正向影響。而張乃允 (2008) 對登山步道遊客其目的地意象、地方依附及行為意圖之研究結果也是顯示地方依附會正向影響行為意圖。劉珈灝 (2008) 針對自行車使用者對遊憩涉入、地方依附和滿意度之關係的研究指出，自行車使用者對於遊憩涉入與地方依附呈現顯著正相關地方依附和滿意度也為顯著正相關。曾詩馨、李明聰 (2010) 探討古蹟旅遊中遊客地方依附與休閒涉入二者間因果關係且是否影響滿意度，結果顯示休閒涉入中「吸引力」與「自我表現」對地

方依附與滿意度皆呈現正相關，休閒涉入「中心性」則對地方依附與滿意度皆為負相關。地方依附中「地方認同」與「地方依賴」對滿意度皆為負相關。

根據上述相關文獻與實證研究後，本研究所稱之地方依附，係指登山健行者對高雄柴山自然公園在功能性的依賴以及精神與情感上的認同之聯結。此外，地方依附量表來源主要係參考 Kyle, Graefe, Manning, and Bacon (2003)、張良漢 (2006) 與張良漢、蘇士博、王偉琴 (2006) 之量表。

第六節 行為意圖理論與相關研究

行為意圖 (behavior intention) 主要是指消費者在消費之後，對產品或是企業所可能採取特定活動或行為傾向 (Engel, Blackwell & Miniard, 1995)，可預測個體的行為，Baker and Crompton (2000) 指出個體的行為可以從行為意圖預測出，對行為意圖適當的測量，所得的資料會與實際行為非常地接近。行為意圖亦可視為公司是否能成功留住顧客的指標；Zeithaml, Parasuraman and Berry (1996) 認為所謂的行為意圖，可區分為正向與負向的行為意圖，並針對服務品質之行為結果，主張服務品質之優劣將產生有利與不利的行為意圖，是後續購買行為發生與否之先驗判斷指標，再透過行為的驅動，將導致有利與不利的財務結果。有利的行為意圖包括再購意願、向他人推薦、忠誠等意涵，不利的行為意圖則包括抱怨、負面口碑、轉換離開等意涵，最後發展出口碑溝通、再購意願、價格敏感性及抱怨行為等四大類行為意圖衡量題項。

Oh (1999)也於研究中指出，較高的知覺價值與顧客滿意度將會產生較高的消費意願，此外較高消費意願也將產生較高的推薦意願；而推薦意願，即為行為意圖中之一環。Cronin, Brady and Hult (2000)認為，若是能使顧客對服務提供者產生忠誠度，則顧客將產生願意向他人訴說其優良、推薦給其他消費者、再次購買、購買更多或願意支付更高價格等正向之行為意圖。

Engel et al.(1995)將行為意圖分為認知、情感與意向三項要素所構成；認知要素是指個體標的物的知識與信念；而情感要素為表現出個體對態度標的物之感覺；而意向要素則是指個體對態度標的物之行動或是行動意圖。

由於過去已有研究者在探討遊客對該觀光目的地具有正面的評價與情感之餘，會產生所謂的「重遊」或是「推薦他人」等承諾出現，因此實際的遊後行為決策便多以這兩項構面為主要衡量構面（陳勁甫、蔡孟桓、李佳玲、陳佩君、陳美惠，2007）。

在相關研究方面，鄭秀玲（2008）對澎湖居民之地方意象、地方依附與行為意圖關係之研究結果顯示，地方依附對行為意圖是具有顯著的正向影響。而張乃允（2008）對登山步道遊客其目的地意象、地方依附及行為意圖之研究結果也是顯示地方依附會正向影響行為意圖。

根據上述文獻，本研究採用行為意圖為結果變項，則是希望藉由登山健行之遊客在經歷登山健行步道或接受周邊服務後，會將自身經歷的體驗化為內在心理評斷的依據，進而反映在後續對於登山健行步道所可能採取的後續行為及表現。

第七節 環境屬性、地方依附與行為意圖之關係

有多位學者做過環境屬性、地方依附和行為意圖兩兩相關的研究。以下將針對環境屬性、地方依附與行為意圖之相關研究做探討：

一、環境屬性、地方依附之相關研究

李海清（2006）調查臺灣地區休閒潛水環境屬性與地方依附關係，研究發現實質環境屬性滿意度會正面影響地方依賴，地方依賴會正面影響地方認同；經營管理環境屬性滿意度會正面影響地方認同。

劉怡雯（2007）研究地方依附與環境屬性對社區景點意象塑造之影響，發現地方依附與環境屬性會影響不同的整體意象形成。

由上述文獻可知，環境屬性滿意度對地方依附有正向顯著關係，故本研究將探討高雄柴山自然公園之登山健行者其環境屬性滿意度對地方依附兩者之間的關係。

二、環境屬性、行為意圖之相關研究

Cronin et al.(2000)指出顧客滿意度與行為意圖有正向關係。滿意度高低的確會對消費者未來行為意圖產生影響。李季隆（2004）針對屈臣氏連鎖藥妝店與李賢哲（2004）針對台北市牙醫診所之顧客滿意度對行為意圖的探討中皆指出滿意度與行為意圖之間具有相關性的，當顧客有較高滿意度產生時，其對再購意願的影響最高，其次是推薦意圖的影響。

由上述文獻可知，環境屬性滿意度對行為意圖有正向顯著關係，故本研究將探討高雄柴山自然公園之登山健行者其

環境屬性滿意度對行為意圖兩者之間的關係。

三、地方依附、行為意圖之相關研究

陳勁甫等（2007）以滿意度、地點便利、地方依附對租書店消費者再構意願之影響為題，研究發現：（一）地方依賴、店員服務、地方認同對租書店消費者再購意願有正向顯著影響；（二）影響租書店消費者再購意願的因素，會因為不同地區而有所差異；（三）滿意度和地點便利會透過地方依附，間接影響租書店消費者再購意願；（四）影響租書店消費者再購意願的首要因素為地方依賴，代表當消費者對於該租書店的機能和資源愈滿足時，回店率便會大幅的提升。鄭秀玲、陳信吉、鍾志強（2007）研究發現，澎湖居民各地方依附類型對觀音亭園區行為意圖之推薦、分享、購買和重遊之間的關係皆達到顯著正相關，願意向他人推薦並分享；若日後有機會推出觀音亭園區相關產品願意購買之，並且願意重遊此地。而認同型依附、環境型依附和社交型依附對其行為意圖有達顯著影響。

由上述文獻可知，地方依附對行為意圖有正向顯著關係，故本研究將探討高雄柴山自然公園之登山健行者其地方依附對行為意圖兩者之間的關係。

綜合以上學者研究可知，環境屬性會影響地方依附，地方依附會影響行為意圖，環境屬性也會影響行為意圖，因此本研究將針對此三者相互關係與影響進行深入探討。

第參章 研究方法

第一節 研究架構

本研究主題乃探討登山健行參與者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之相關研究，以及不同人口統計變項對環境屬性重視度、滿意度及地方依附與行為意圖是否有顯著差異，並運用 I.P.A 分析法，檢測登山健行者對柴山地區之環境屬性的重視及滿意程度。依據本研究之研究目的及研究問題，提出研究架構如圖 3-1 所示。

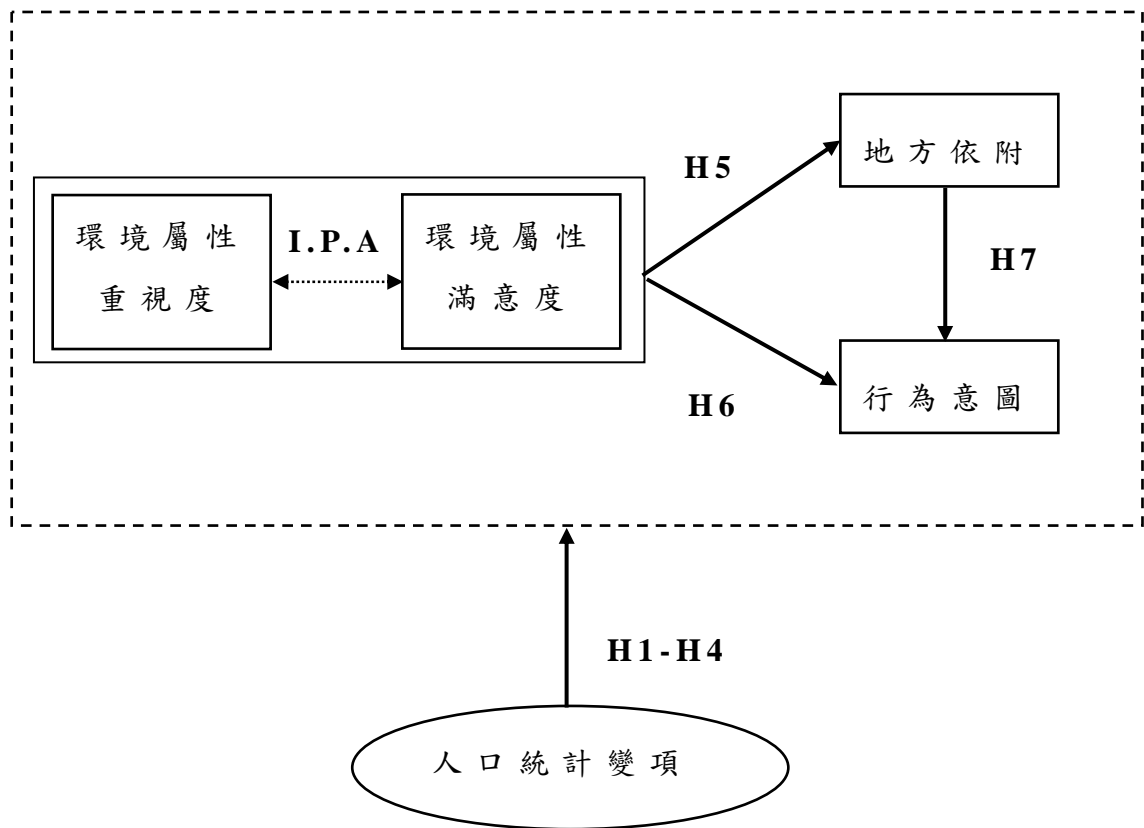


圖 3-1 研究架構

第二節 研究假設

根據上述之研究架構，本研究所提出的假設如下：

- H1、不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性滿意度有顯著的差異。
- H1-1：不同性別之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。
 - H1-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。
 - H1-3：不同職業之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。
 - H1-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。
 - H1-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。
- H2、不同人口統計變項，登山健行者對地方依附有顯著的差異。
- H2-1：不同性別之登山健行者對地方依附有顯著差異。
 - H2-2：不同年齡之登山健行者對地方依附有顯著差異。
 - H2-3：不同職業之登山健行者對地方依附有顯著差異。
 - H2-4：不同教育程度之登山健行者對地方依附有顯著差異。
 - H2-5：不同月收入之登山健行者對地方依附有顯著差異。
- H3、不同人口統計變項，登山健行者對行為意圖有顯著的差異。
- H3-1：不同性別之登山健行者對行為意圖有顯著差異。

H3-2：不同年齡之登山健行者對行為意圖有顯著差異。

H3-3：不同職業之登山健行者對行為意圖有顯著差異。

H3-4：不同教育程度之登山健行者對行為意圖有顯著差異。

H3-5：不同月收入之登山健行者對行為意圖有顯著差異。

H4、不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性重視度有顯著的差異。

H4-1：不同性別之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。

H4-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。

H4-3：不同職業之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。

H4-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。

H4-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。

H5、在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響地方依附。

H6、在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響行為意圖。

H7、在登山健行活動中，地方依附會正向影響行為意圖。

第三節 研究流程

本研究首先在確定研究主題後，即開始蒐集相關的文獻，並了解相關文獻資料內容後，建立本研究的研究架構；進而針對研究問題與假設，進行問卷之設計與修改，並進行預試問卷施測。將施測後所獲得之結果進行信效度分析以便完成正式問卷。完成正式問卷後進行施測，回收後將所獲得資料結果進行統計分析得出研究結果。最後提出結論與建議，本研究之研究流程如圖 3-2 所示。

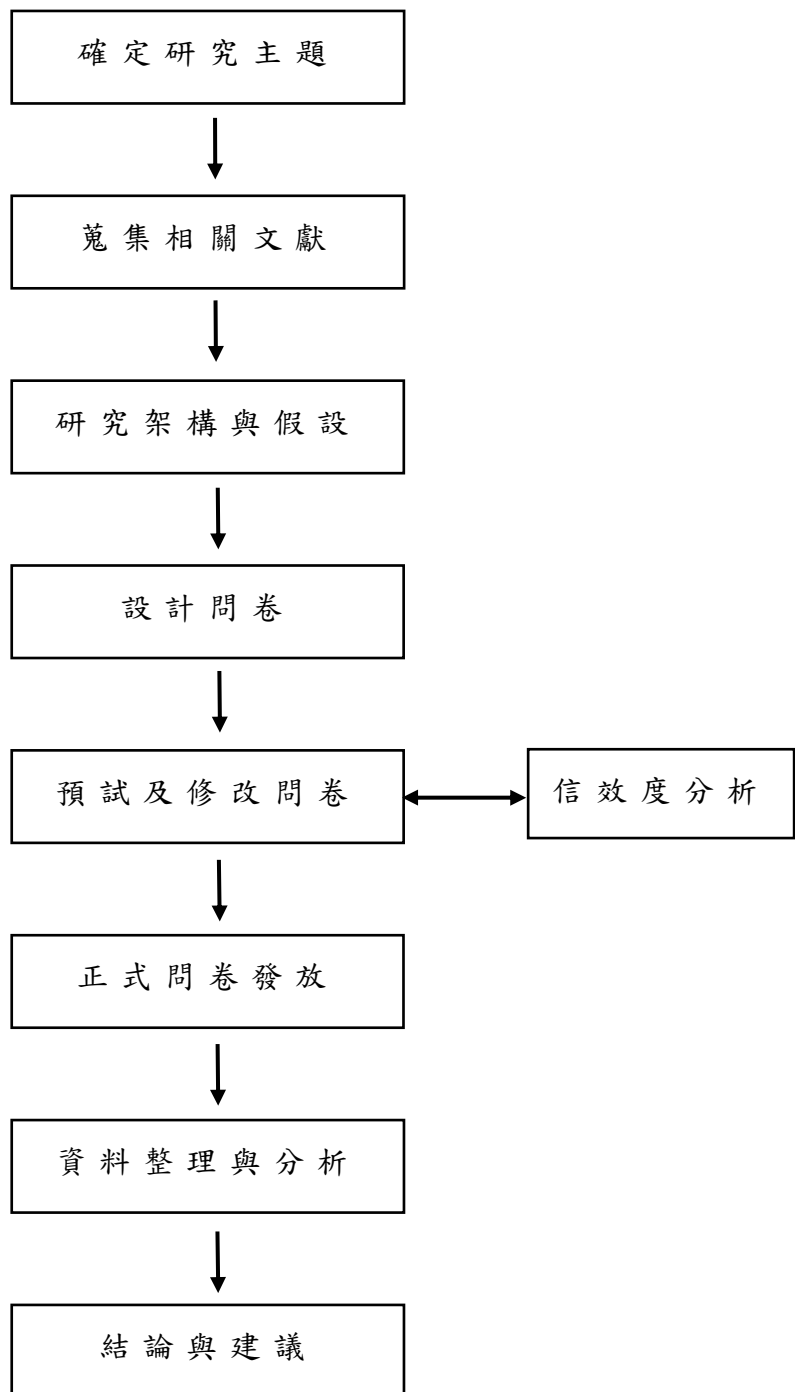


圖 3- 2 研究流程

第四節 研究範圍與對象

本研究以高雄柴山自然公園之登山健行地區進行調查與分析，選擇動機乃經由行政院體育委員會公佈適合全民運動之郊山路線，並甄選出一百座較具特色或具代表性的「郊山」，命名為「臺灣小百岳」，其基本條件為：(1)屬於郊山一日內可往返者；(2)具有特殊景觀及地方特色；(3)可及性高；(4)山容量佳（引自林經富、劉秀端、林經鈞，2008）。另外，高雄縣政府為配合行政院推動運動人口倍增計畫及全國百萬人口登山活動，於2003年規劃辦理全民票選「臺灣南部地區十大名山」系列活動，本研究對象名列其中。針對以上，本研究選取高雄地區具代表性且到訪率較高的高雄市柴山自然公園為施測地點。

本研究對象為高雄柴山自然公園之登山、健行者為問卷發放之對象，取樣方法為立意取樣法。研究者先對受訪對象說明本研究目的及注意事項之說明，口頭詢問受試者是否曾經到柴山從事登山健行活動，以剔除首次來訪之參與者，並在登山口及休息區詢問回程的登山健行者為問卷調查之發放對象。

一、預式樣本

根據吳明隆、涂金堂（2005）指出，預試對象人數以問卷中量表題項最多者之3~5倍為原則，因此，本研究預試問卷於嘉義市蘭潭後山風景區進行問卷前測，時間在2009/11/14-2009/11/15之假日傍晚時段，共計發放110份問卷，回收問卷110份，剔除作答不完整問卷後，有效問卷為96份，有效問卷率達87.27%。

二、正式樣本

發放期間為 2010/2/17-2010/3/14 之假日傍晚時段（包含 2/17、21、28 及 3/6、7、14）共 6 天，發放地點為高雄柴山自然公園之登山入口處，對象以回程之登山健行者為主；發放問卷數量根據 Creswell (2005) 指出調查研究約需 350 人與 Lodico, Spaulding and Voegtler (2006) 認為 5000 人以上的大母體，樣本數在 350 至 500 人即可，因此本研究總共發放問卷 400 份，回收問卷 400 份，有效問卷 368 份，無效問卷 32 份。問卷回收率為 100%，有效問卷率達 92%。

第五節 資料分析方法

本研究以 SPSS14.0 for Windows 英文版套裝軟體進行統計分析。本研究所有顯著性考驗皆以 $\alpha=.05$ 為顯著水準，並採用下列統計方法：

一、敘述性統計 (Descriptive analysis)

對各個變數或因素採用敘述性統計之方式，以說明各個變數及因素之平均數、變異數、百分比。

二、項目分析 (Item analysis)

項目分析主要目的是在針對預試題目進行適切性的評估。採內部一致性效標法進行篩選。內部一致性效標法是將所有受試者在預試量表的得分總和依高低分排序。本研究則是從最高分處向下取總人數之 27% 為高分組，從最低分處向上取 27% 為低分組，依臨界分數將觀察值分為高低二組，再以獨立樣本 t-test 考驗高低二組在每個題項之差異，將 t 考驗結果未達顯著性的題項刪除或刪除 t 值較低的題項。

三、因素分析法 (Factor analysis)

本研究採用探索性因素分析，目的在於求得量表的「建構效度」，採用最大變異數旋轉法萃取主要之因素構面。共同因素的構面則取特徵值 (Eigenvalue) 大於 1、因素負荷量 (Factor loading) 大於 0.5 之因素。

四、信度分析 (Reliability analysis)

以 Cronbach's α 值係數來檢定各構面衡量題項的內部一致性。 α 值越大，顯示該因素內各細項間的相關性越大，即內部一致性越高。吳明隆、涂金堂 (2005) 指出 Cronbach's α 值之取捨標準，應以高於 0.7 者為佳。

五、獨立樣本 t 檢定 (t-test)

主要在檢定不同人口統計變項的登山健行者在各變項的差異。

六、單因子多變量變異數分析 (One-way multivariate analysis of variance)

了解人口統計變項對各構面因素之差異性進行變異數分析，以探討人口統計變項在各個變項之差異。

七、雪費法 (Scheffe) 事後檢定

進行變異數分析後，若分析結果達顯著水準，則進行事後檢定，再進行事後比較以了解各個組群間之差異情形。

八、路徑分析 (Path analysis)

主要驗證變項之間的因果關係，利用多元迴歸與簡單迴歸方法的強迫進入法分析檢定，並求出各變項間之路徑係數。

九、典型相關分析 (Canonical correlation)

典型相關分析係指以數對典型變量間之相關，探討兩組行為變數間之關係的統計分析方法。

十、重要-表現程度分析法 (Important-performance analysis, I.P.A.)

I.P.A 法起源於1970年的多元歸因模式(Sampson and Showalter, 1999)，是一種藉由「重要」－消費者的重要性和「表現」－消費者認為滿意情形的程度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術(陳俊男，2004)。表現(滿意)程度是指消費者(遊客)對於產品(目的地)實際使用(體驗)後，所給予評量。重視程度是指消費者認為該產品的重要程度，所以是未使用前，消費者的認知。O’Sullivan (1991)提出將四個象限分別設定為繼續保持、加強改善重點、優先順序較低與供給過度，如圖3-3所示。



圖3-3 重視-表現分析方法

第一象限表示重要程度與滿意程度評價皆高，若屬性落於此象限中，表示此要素應當繼續保持。

第二象限表示為滿意程度佳但重要程度不高，若屬性落於此象限，表示此要素可能供給過度，亦可解釋為超值服務，

表示此要素滿足高於重視，遊憩區可自我發展成本身優勢。

第三象限表示重要程度與滿意程度皆低，若屬性落於此象限中，表示優先順序比第四象限較低，仍然不容忽視。

第四象限表示重要程度高但滿意程度不佳，若屬性落於此象限中，表示為遊憩區的服務缺口，為加強改善的重點。

Marr (1986)將其應用在顧客導向的品質衡量上，將服務業者從顧客身上所獲得的各服務因素（或屬性）的重視程度與執行績效之數值，繪製成「重視程度-績效水準座標圖」以做為服務業改善服務品質之應用。I.P.A法已普遍使用於各項產業中，如旅館業、國家公園管理、銀行業、交通運輸業等研究中，被公認為測量休閒活動及服務的理想工具（宋玉麒，2006），因此本研究利用I.P.A法之目的，在於探討登山健行者對高雄柴山自然公園之重視度與滿意度間的關聯性，藉以了解各項遊憩環境之利基，期望能提供管理單位訂定行銷策略時之參考及改善服務品質之依據。

第六節 研究工具

本研究是以「封閉式問卷」作為研究工具，並參考國內外相關文獻擬定而成，問卷內容共分為四大部分，第一部分為環境屬性量表，第二部分為地方依附量表，第三部分為行為意圖量表，第四部分為人口背景變項。

一、環境屬性量表

本研究是參考 McCool et al.(1984)、劉毓妮、林晏州（1993）、王小璘（1998）、林靜芳（2004）、劉季華（2006）

等研究問項為主要測量問項來源的依據參考，並進行修改編製。此部份的問項主要是測量登山健行者的重視度與滿意度，故使用李克特五點尺度量表，從「非常不重要」到「非常重要」及「非常不滿意」到「非常滿意」，分別給予 1 到 5 分。

(一) 項目分析

本量表經預試後，先進行高低分組（前後 27%），再以獨立樣本 t 檢定比較高低分組之題項差異，選取差異值達 0.05 顯著水準之題項。其中實質環境屬性的第一題「空氣清新」其 t 值為 1.557，p 值為 0.125、第三題「溫度舒適」其 t 值為 0.994，p 值為 0.325，社會環境屬性的第一題「有機會結識新朋友」其 t 值為 0.921，p 值為 0.361，經營管理屬性的第三題「景點宣傳與推廣」其 t 值為 1.564，p 值為 0.124，共四題未達 0.05 之顯著差異水準，且與總分量表係數皆未大於 0.3 以上，因此將此四個題項刪除。詳細結果見表 3-1。

表 3-1 環境屬性滿意度量表之項目分析摘要表

環境屬性滿意度之題項	t值	與量表總分 相關係數
實質環境屬性		
1. 空氣清新	1.557	.187
2. 風景優美	2.853**	.339**
3. 溫度舒適	0.994	.122
4. 地形地貌豐富	3.884***	.420***
5. 植物景觀多樣性	5.157***	.488***
6. 動物鳥類景觀	6.989***	.548***
7. 人文史跡景觀	5.280***	.449***
8. 環境輕鬆具休閒氣氛	2.265*	.308*
社會環境屬性		
1. 有機會結識新朋友	0.921	.061
2. 有地方與朋友聊天	2.997*	.358*
3. 有適合固定休息聚會的地方	2.543*	.341*
4. 可增進親友的感情	4.112***	.426***
5. 其他遊客不會過度喧嘩嘈雜	3.699***	.392***
6. 居民對遊客友善態度	6.035***	.419***
經營管理屬性		
1. 提供旅遊景點資訊	3.716***	.519***
2. 環境維護良好	3.400***	.392***
3. 景點宣傳與推廣	1.563	.269
4. 提供遊客申訴問題的管道	4.699***	.464***
5. 攤販排列整齊	3.148**	.349**
6. 販售的商品價格合理	3.551***	.415***
7. 服務人員態度良好	3.812***	.459***
活動設施屬性		
1. 停車空間足夠	5.293***	.573***
2. 危險地區警告標誌明顯	5.119***	.531***
3. 提供緊急醫療服務	6.129***	.516***
4. 交通系統方便容易到達	2.424*	.321*
5. 廁所清潔	5.623***	.545***
6. 戶外遊憩設施完善	3.942***	.445***
7. 動線導覽指標清楚	2.963**	.352**
8. 餐廳清潔	5.451***	.553***
9. 餐食美味可口	8.683***	.606***

註：*** $p \leq 0.001$ ，** $p \leq 0.01$ ，* $p \leq 0.05$

(二) 探索性因素分析

本量表經因素分析刪除因素負荷量小於 0.5 值後再次進行因素分析，得知四個屬性量表之 KMO 值分別為 0.755、0.707、0.776 與 0.802($KMO > 0.5$)，表示四個屬性量表皆適合進行因素分析；而 Barlett's 球形檢定的卡方值則分別為 454.444、500.039、502.214 與 615.849，p 值皆小於 0.001，達顯著水準，故此四個屬性量表皆適合用於因素分析來瞭解其構面。最後，透過因素分析萃取出因素構面，依序命名為「實質環境屬性」、「社會環境屬性」、「經營管理屬性」、「活動設施屬性」，而量表 Cronbach's α 值除社會環境屬性屬於中等信度外，其他三個量表皆大於 0.7 以上，屬於高信度；此環境屬性滿意度量表之各因素、信度分析與題項如表 3-2 所示。

表 3-2 環境屬性滿意度量表之因素分析表

題項	萃取因素			
	實質環境屬性	社會環境屬性	經營管理屬性	活動設施屬性
P2.地形地貌豐富	0.788			
P3.植物景觀多樣性	0.751			
P1.風景優美	0.659			
P5.人文史跡景觀	0.585			
P6.環境輕鬆具休閒氣氛	0.584			
P4.動物鳥類景觀	0.578			
S2.提供適合休息聚會地方		0.845		
S1.有地方可以與朋友聊天		0.798		
S3.可增進親友感情		0.737		
S5.居民對遊客友善態度		0.569		
S4.遊客不會過度喧嘩嘈雜		0.511		
M6.服務人員態度良好			0.751	
M3.提供遊客申訴問題管道			0.734	
M5.販售的商品價格合理			0.709	
M1.提供旅遊景點資訊			0.675	
M2.環境維護良好			0.634	
M4.攤販排列整齊			0.522	
A2.危險地區警告標誌明顯				0.760
A3.提供緊急醫療服務				0.733
A1.停車空間足夠				0.701
A6.戶外遊憩設施完善				0.677
A7.動線導覽指標清楚				0.654
A5.廁所清潔				0.524
A4.交通系統方便容易到達				0.510
特徵值(λ)	2.637	2.321	2.736	3.026
解釋變異量(%)	43.947	46.427	45.595	43.222
累積解釋變異量(%)	43.947	46.427	45.595	43.222
量表 Cronbach's α 值	0.733	0.684	0.750	0.768

二、地方依附量表

本研究量表內含二個因素，計有8題的觀察變項，其中包括地方依賴及地方認同等二個潛在變項，量表來源主要係參考 Kyle, Graefe, Manning and Bacon (2003)、張良漢(2006)與張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)等，整體量表採用李克特五點尺度量表作為衡量，從「非常不同意」到「非常同意」，分別給予1到5分。

根據張良漢(2006)針對地方依附量表方面進行量表鑑別度分析，各題項之決斷值介於($t=14.77\sim 24.85$ ， $p<.001$)，相關係數介於($r=0.49\sim 0.75$ ， $p<.001$)，信度達0.8以上，顯示此量表具有信效度；而張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)也顯示其鑑別度、因素負荷量及信度皆有達到顯著水準，其t值如表3-3所示，因此本研究則採用此量表含二個因素，計有8題的觀察變項，不再另行做信效度分析。

表 3-3 地方依附量表之題項

行為意圖之題項	t值	與量表總分 相關係數
地方依賴構面		
1. 我喜歡沿著柴山步道健行勝於其他地區	17.372***	.594***
2. 我到柴山步道休閒遊憩比起其他地區	19.669***	.635***
3. 到柴山登山健行獲得較大的滿意度	19.782***	.697***
4. 到柴山登山健行重要會以其他地區	14.770***	.485***
地方認同構面		
5. 柴山對我而言很有意義	16.933***	.631***
6. 我對柴山登山步道情感勝過其他	23.276***	.751***
7. 我對柴山步道有強烈的認同感	24.850***	.742***
8. 我對柴山步道以及到這裡登山健行的人有特殊的情誼	20.252***	.670***

註：*** $p\leq 0.001$

三、行為意圖量表

本量表為行為意圖量表，在整理相關文獻後，發現消費者的行為意圖可用正面的口碑 (Boulding, Staelin and Zeithaml, 1993)、推薦給其他人 (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1996)、以及維持忠誠度 (Rust and Zahorik, 1993) 等三項測出，此三個題項均經相關研究及學者驗證，具內容效度。

整體量表採用李克特五點尺度量表作為衡量，從「非常不同意」、到「非常同意」，分別給予1到5分。

(一) 項目分析

本量表經預試後，先進行高低分組（前後27%），再以獨立樣本t檢定比較高低分組之題項差異，選取差異值達0.05顯著水準之題項。而所有題項皆達顯著水準，故所有題項皆保留。如下表3-4。

表 3-4 行為意圖量表之項目分析摘要表

行為意圖之題項	t值	與量表總分 相關係數
1.我會推薦並鼓勵親朋好友前往此地 進行登山健行活動	34.335***	.874***
2.我會與親朋好友分享在此地登山健 行的經驗及感受	36.270***	.813***
3.在未來，我仍願意前往此地進行登 山健行活動	35.435***	.855***

註：*** $p \leq 0.001$

(二) 探索性因素分析

本量表經因素分析結果得知 KMO 值為 0.753(KMO > 0.5)，表示適合進行因素分析；而 Barlett's 球形檢定的卡方值為 695.428，p 值小於 0.001，達顯著水準，故此量表適合用於因素分析來瞭解其構面。而透過因素分析則為一個構面，累積解釋變異量為 100%，而量表 Cronbach's α 值則大於 0.7，顯示此量表具有高信度，此行為意圖量表之各因素、信度分析與題項如表 3-5 所示。

表 3-5 行為意圖量表之因素分析

題項	萃取因素 行為意圖
3.在未來，我仍願意前往此地進行登山健行活動	0.920
2.我會與親朋好友分享在此地登山健行的經驗及感受	0.919
1.我會推薦並鼓勵親朋好友前往此地進行登山健行活動	0.905
特徵值(λ)	2.511
解釋變異量(%)	83.689
累積解釋變異量(%)	83.689
量表 Cronbach's α 值	0.902

四、人口統計變項

包含性別、年齡、職業、教育程度、月收入等五個變項。

第肆章 研究結果與討論

本研究以問卷調查法進行資料蒐集，並且使用描述性統計說明所蒐集資料的分析結果，而後再進行單因子多變量變異數分析、路徑分析、典型相關及重要-表現程度之分析來對研究中的各項假設進行驗證。本章共分為九節，第一節為人口統計變項之描述性統計分析；第二節為環境屬性滿意度之分析結果與驗證；第三節為地方依附之分析結果與驗證；第四節為行為意圖之分析結果與驗證；第五節為環境屬性重視度之分析結果與驗證；第六節為研究模型之路徑分析結果與驗證；第七節為典型相關之分析結果；第八節為重要-表現程度之分析結果；第九節為研究假設之驗證。

第一節 人口統計變項之描述性統計分析

本研究以高雄柴山自然公園之登山健行者為受試對象，研究人員是以立意取樣方法進行問卷之發放，對象以回程之登山健行者為主，並於問卷發放時，口頭詢問受試者是否曾經到柴山從事登山健行活動，以剔除首次來訪之參與者。發放期間為 2010/2/17~2010/3/14 之假日傍晚時段（包含 2/17、21、28 及 3/6、7、14），共 6 天，發放地點為高雄柴山自然公園之登山入口處，總共發放問卷 400 份，回收問卷 400 份，有效問卷 368 份，無效問卷 32 份。問卷回收率為 100%，有效問卷率為 92%。

本研究問卷之人口統計變項包含「性別」、「年齡」、「職

業」、「教育程度」及「月收入」，總共五個題項，並以描述性統計法敘述於表 4-1。

(一) 人口統計變項之分析

一、性別

受試對象在性別的分布情形上，男性共有 221 人，佔全體受試對象的 60.1%；女性共有 147 人，佔全體受試對象的 39.9%。以本研究受試對象來說，到柴山從事登山健行活動的民眾以男性多於女性，由此可見，登山健行活動受歡迎程度以男性較為明顯。

二、年齡

而本研究將受試對象的年齡層分為「19 歲以下」、「20~29 歲」、「30~39 歲」、「40~49 歲」及「50 歲以上」這五個選項。在年齡層分布上，以 30~39 歲最多，共 90 人，佔總人數的 24.5%；其次為 20~29 歲，共 89 人，佔總人數的 24.2%；再來為 50 歲以上，共 86 人，佔總人數的 23.4%；最後為 40~49 歲，共 80 人，佔總人數的 21.7%；以上四個年齡層的人數即佔總人數的 93.7%，因此由以上結果可以發現，在高雄柴山自然公園從事登山健行的民眾，其年齡層從 20 歲-50 歲以上居多，顯示登山健行是大眾化的運動。而其他年齡層的人數如下：19 歲以下共有 23 人（6.3%）。

三、職業

職業分為「軍警消防」、「公教人員」、「工」、「商」、「農」、「服務業」、「學生」與「其他」共八個選項。以商業佔最多數，共有 73 人，佔總人數的 19.8%；其次為公教人員，共有 68 人（18.5%）；再來為服務業 67 人（18.2%）；其次依

序為學生 63 人 (17.1%)；工業 41 人 (11.1%)；其他 36 人 (9.8%)；軍警消防 17 人 (4.6%)；農業 3 人 (0.8%)。因農業數量過少不具分析價值，因此將農業 3 人與其它類合併。

四、教育程度

教育程度方面分為「高中職以下」、「專科」、「大學」及「研究所以上」共四個選項。以大學人數最多為 137 人，佔總人數的 37.2%；其次為高中職以下人數，共 124 人，佔總人數的 33.7%；剩下為研究所以上 56 人 (15.2%)；專科 51 人 (13.9%)。

五、月收入

本研究之月收入為個人每月所得共分為「20000 元以下」、「20001~35000 元」、「35001~50000 元」、「50001~65000 元」及「65000 元以上」共五個選項。其中以 20001~35000 元為多數，共 120 人，佔總人數的 32.6%；再來為 20000 元以下，共 80 人，佔總人數的 21.7%；其餘為 35001~50000 元共 77 人 (20.9%)；65001 元共 50 人 (13.6%)；50001~65000 元共 41 人 (11.1%)。

表 4-1 登山健行者人口統計資料表

人口統計變項	類別	人數	百分比 (%)
性別	男	221	60.1
	女	147	39.9
年齡	19 歲以下	23	6.3
	20~29 歲	89	24.2
	30~39 歲	90	24.5
	40~49 歲	80	21.7
	50 歲以上	86	23.4
職業	軍警消防	17	4.6
	公教人員	68	18.5
	工	41	11.1
	商	73	19.8
	服務業	67	18.2
	學生	63	17.1
	其它	39	10.6
教育程度	高中 (職) 以下	124	33.7
	專科	51	13.9
	大學	137	37.2
	研究所以上	56	15.2
個人每月所得	20000 元以下	80	21.7
	20001~35000 元	120	32.6
	35001~50000 元	77	20.9
	50001~65000 元	41	11.1
	65001 元以上	50	13.6

(二) 討論

在有效受試對象的人口統計變項中之討論，如下所述。

1. 在性別方面，男性佔60.1%，高於女性的39.9%。此結果與張良漢（2008）、張孝銘（2006）的研究結果相符，顯示從事登山健行活動乃是以男性占多數。
2. 在年齡方面，從20歲-50歲以上的登山健行居多，高達93.7%，且分佈平均，此結果與張乃允（2008）、劉季華（2006）的研究結果相符。可解釋為登山健行活動屬於休閒運動，適合各種年齡層族群參與。
3. 在職業方面，以商業19.8%最多，其餘如公教人員、服務業、學生、工業，都在18.5%至11.1%間，分佈平均，此研究結果與張良漢（2008）、林經富等（2008）統計台中大坑登山步道及張乃允（2008）統計雲林華山登山步道的登山健行者之研究結果相同。可解釋為週末假日是各行各業、家庭、朋友之休閒聚會的時段，因此登山健行者分佈於各種職業。
4. 在教育程度方面，以大學程度的37.2%及高中職33.7%為最多，此研究結果與張良漢（2008）、林經富等（2008）、楊雅婷（2008）及劉季華（2005）的研究結果相符。此原因可能為擁有大學學歷以上的登山健行者較重視其休閒活動及身心健康；而僅有高中職學歷者，則分佈各行各業，使得在教育程度大多分佈於這兩類。
5. 在月收入方面，以20001~35000元的登山健行者為多數，此結果與楊雅婷（2008）及張乃允（2008）的研究結果相符，推測原因應該為各種行業收入之平均值。

第二節 環境屬性滿意度之分析結果與驗證

一、敘述性統計分析

本研究之環境屬性滿意度變項，共有 24 題。而經由次數統計分析結果顯示出，「環境輕鬆具休閒氣氛」此題的平均分數 4.03 為最高，依序為「動物鳥類景觀」，平均分數為 3.98；「地形地貌豐富」，平均分數為 3.80；「有地方可以與朋友聊天」、「有提供適合休息聚會的地方」與「居民對遊客的友善態度」，平均分數皆為 3.79；「風景優美」，平均分數為 3.78，而平均分數最低的題項則為「廁所清潔」，此題的平均分數只有 2.60。詳細結果列於表 4-2。

表 4-2 環境屬性滿意度之描述性統計表

環境屬性滿意度之題項	平均數	標準差
實質環境屬性	3.76	0.486
1.風景優美	3.78	0.632
2.地形地貌豐富	3.80	0.688
3.植物景觀多樣性	3.73	0.749
4.動物鳥類景觀	3.98	0.832
5.人文史跡景觀	3.23	0.756
6.環境輕鬆具休閒氣氛	4.03	0.777
社會環境屬性	3.67	0.468
1.有地方與朋友聊天	3.79	0.698
2.有適合固定休息聚會的地方	3.79	0.712
3.可增進親友的感情	3.71	0.695
4.其他遊客不會過度喧嘩嘈雜	3.43	0.781
5.居民對遊客友善態度	3.79	0.776
經營管理屬性	3.41	0.482
1.提供旅遊景點資訊	3.54	0.729
2.環境維護良好	3.30	0.861
3.提供遊客申訴問題的管道	3.09	0.659
4.攤販排列整齊	3.67	0.723
5.販售的商品價格合理	3.34	0.661
6.服務人員態度良好	3.55	0.679
活動設施屬性	3.19	0.523
1.停車空間足夠	2.76	0.892
2.危險地區警告標誌明顯	3.32	0.737
3.提供緊急醫療服務	3.17	0.714
4.交通系統方便容易到達	3.69	0.866
5.廁所清潔	2.20	0.833
6.戶外遊憩設施完善	3.41	0.729
7.動線導覽指標清楚	3.39	0.869

二、人口統計變項對環境屬性滿意度之差異性考驗

本研究使用變異數分析，本節之目的在於瞭解不同人口統計變項之受試者，對環境屬性滿意度各子構面上之差異情形：

(一) 不同性別對環境屬性滿意度之差異分析情形

不同性別對環境屬性滿意度之差異檢定使用多變量變異數分析，由表 4-3 可得知，不同性別之受試者對環境屬性滿意度未達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.997, p 值=0.875)。

表 4-3 不同性別對環境屬性滿意度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設	誤差	Wilks' Lambda	p 值
		自由度	自由度		
性別	0.305	4.000	363.000	0.997	0.875

(二) 不同年齡對環境屬性滿意度之差異分析情形

由表 4-4 分析結果得知，不同年齡對環境屬性滿意度皆達顯著水準 (Wilks' Lambda=0.929, p 值=0.044); 經由表 4-5 顯示，在「社會環境滿意度」中，達顯著差異水準，再經由雪費法 (Scheffe) 事後比較結果發現，30~49 歲的受試者比 19~29 歲及 50 歲以上的受試者來得高。

表 4-4 不同年齡對環境屬性滿意度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設	誤差	Wilks' Lambda	p 值
		自由度	自由度		
年齡	1.686	16.000	1100.456	0.929*	0.044

註：* $p \leq 0.05$

表 4-5 不同年齡對環境屬性滿意度之變異數分析表

因素名稱	年齡	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
實質環境 滿意度	a.19 歲以下	3.85	0.621	0.920	0.452	
	b.20~29 歲	3.81	0.429			
	c.30~39 歲	3.72	0.500			
	d.40~49 歲	3.70	0.488			
	e.50 歲以上	3.76	0.484			
社會環境 滿意度	a.19 歲以下	3.67	0.471	2.704*	0.30	(c,d)>
	b.20~29 歲	3.65	0.393			(a,b)>
	c.30~39 歲	3.76	0.479			e
	d.40~49 歲	3.74	0.476			
	e.50 歲以上	3.55	0.501			
經營管理 滿意度	a.19 歲以下	3.53	0.451	2.374	0.52	
	b.20~29 歲	3.43	0.440			
	c.30~39 歲	3.46	0.473			
	d.40~49 歲	3.45	0.444			
	e.50 歲以上	3.28	0.552			
活動設施 滿意度	a.19 歲以下	3.28	0.554	1.412	0.229	
	b.20~29 歲	3.29	0.457			
	c.30~39 歲	3.15	0.507			
	d.40~49 歲	3.16	0.481			
	e.50 歲以上	3.13	0.620			

註：*p<0.05

(三) 不同職業對環境屬性滿意度之差異分析情形

以多變量變異數分析驗證不同職業對環境屬性滿意度之差異，經檢定後結果發現不同職業對環境屬性滿意度達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.890, p 值<0.05)，結果請見表 4-6。而由表 4-7 可發現，不同職業之環境屬性滿意度在「經營管理滿意度」構面有顯著差異，職業為軍警消防的受試者平均分數高於其它六種職業，但是在經由雪費法(Scheffe)事後比較結果發現經營管理滿意度無法顯著分出差異，故本研究不繼續進行分析。

表 4-6 不同職業對環境屬性滿意度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
職業	1.775	24.000	1250.123	0.890*	0.012

註：* $p \leq 0.05$

表 4- 7 不同職業對環境屬性滿意度之變異數分析

因素 名稱	職業	平均 數	標準 差	F 值	p 值	事後 比較
實質 環境 滿意度	a.軍警消防	3.94	0.637	1.703	0.12	
	b.公教人員	3.73	0.498			
	c.工	3.72	0.533			
	d.商	3.66	0.443			
	e.服務業	3.81	0.384			
	f.學生	3.87	0.507			
	g.其他	3.72	0.510			
社會 環境 滿意度	a.軍警消防	3.94	0.648	1.703	0.12	
	b.公教人員	3.67	0.484			
	c.工	3.72	0.516			
	d.商	3.67	0.454			
	e.服務業	3.68	0.439			
	f.學生	3.67	0.416			
	g.其他	3.52	0.430			
經營 管理 滿意度	a.軍警消防	3.56	0.514	2.088*	0.05	N/A
	b.公教人員	3.46	0.563			
	c.工	3.50	0.565			
	d.商	3.31	0.314			
	e.服務業	3.39	0.479			
	f.學生	3.50	0.439			
	g.其他	3.27	0.511			
活動 設施 滿意度	a.軍警消防	3.17	0.653	1.550	0.16	
	b.公教人員	3.11	0.538			
	c.工	3.13	0.613			
	d.商	3.19	0.400			
	e.服務業	3.18	0.530			
	f.學生	3.36	0.494			
	g.其他	3.14	0.551			

註：* $p \leq 0.05$

(四) 不同教育程度對環境屬性滿意度之差異分析情形

經由多變量變異數分析結果顯示，不同教育程度對環境屬性滿意度達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.917, p 值=0.002)。詳如表 4-8 所示。並以單因子變異數分析，結果發現在實體環境滿意度、經營管理滿意度與活動設施滿意度三個構面達顯著差異水準，再經由雪費法(Scheffe)事後比較結果發現，在實體環境滿意度構面是研究所以上大於其它教育程度之受試者；而經營管理滿意度是研究所以上及高中(職)以下大於其它教育程度之受試者；活動設施滿意度與經營管理滿意度結果相同，詳如表 4-9 所示。

表 4-8 不同教育程度對環境屬性滿意度之多變量變異數分析

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
教育 程度	2.635	12.000	955.408	0.917*	0.002

註：* $p \leq 0.05$

表 4-9 不同教育程度對環境屬性滿意度之變異數分析

因素 名稱	年 齡	平均 數	標準 差	F 值	p 值	事後 比較
實質 環境 滿意度	a. 高中 (職)	3.72	0.472	2.621*	0.05	d>
	以下	3.67	0.578			(a,c)
	b. 專科	3.77	0.466			>b
	c. 大學	3.91	0.448			
社會 環境 滿意度	a. 高中 (職)	3.70	0.491	0.419	0.739	
	以下	3.62	0.534			
	b. 專科	3.68	0.456			
	c. 大學	3.65	0.381			
經營 管理 滿意度	a. 高中 (職)	3.50	0.462	4.584*	0.004	(d,a)
	以下	3.27	0.416			>
	b. 專科	3.35	0.498			(c,b)
	c. 大學	3.51	0.493			
活動 設施 滿意度	a. 高中 (職)	3.25	0.545	5.133*	0.002	(d,a)
	以下	2.30	0.411			>
	b. 專科	3.14	0.547			(c,b)
	c. 大學	3.35	0.442			

註：* $p \leq 0.05$

(五) 不同月收入對環境屬性滿意度之差異分析情形

經由多變量變異數分析結果顯示，不同的月收入對環境屬性滿意度達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.928, p 值=0.04)。詳見表 4-10 所示。並以單因子變異數分析，結果發現，不同月收入之環境屬性滿意度在「活動設施滿意度」構面有顯著差異，月收入 20000 以下的受試者平均分數高於其它四類，但是在經由雪費法 (Scheffe) 事後比較結果發現活動設施滿意度無法顯著分出差異，故本研究不繼續進行分析，詳如表 4-11 所示。

表 4-10 不同月收入對環境屬性滿意度多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由 度	誤差 自由 度	Wilks' Lambda	p 值
月收入	1.707	16.000	1100.456	0.928*	0.04

註：* $p \leq 0.05$

表 4- 11 不同月收入對環境屬性滿意度之變異數分析

因素 名稱	月收入	平均 數	標準 差	F 值	p 值	事後 比較
實質 環境 滿意度	a.20,000 以下	3.88	0.479	2.237	0.065	
	b.20,001~35,000	3.70	0.440			
	c.35,001~50,000	3.69	0.542			
	d.50,001~65,000	3.79	0.501			
	e.65,001 以上	3.81	0.473			
社會 環境 滿意度	a.20,000 以下	3.67	0.423	1.246	0.291	
	b.20,001~35,000	3.69	0.429			
	c.35,001~50,000	3.58	0.522			
	d.50,001~65,000	3.72	0.525			
	e.65,001 以上	3.75	0.487			
經營 管理 滿意度	a.20,000 以下	3.48	0.441	1.432	0.223	
	b.20,001~35,000	3.45	0.434			
	c.35,001~50,000	3.32	0.491			
	d.50,001~65,000	3.40	0.500			
	e.65,001 以上	3.38	0.600			
活動 設施 滿意度	a.20,000 以下	3.34	0.514	3.076*	0.016	N/A
	b.20,001~35,000	3.20	0.468			
	c.35,001~50,000	3.10	0.505			
	d.50,001~65,000	3.19	0.516			
	e.65,001 以上	3.06	0.643			

註：* $p \leq 0.05$

三、研究假設檢定

本研究使用 SPSS for Windows 14.0 統計軟體，根據變異數分析是否達到顯著水準（ p 值 < 0.05 ），所得之統計結果對應研究假設成立與否，將研究結果彙整如表 4-12 所示。

表 4-12 研究假設彙整表

研究假設	結果
H1：不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性滿意度有顯著的差異。	部分成立
H1-1：不同性別之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕
H1-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	成立
H1-3：不同職業之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕
H1-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	成立
H1-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕

四、討論

研究結果發現，不同年齡與不同教育程度之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著的差異，其餘人口統計變項在職業與月收入方面，雖然具有顯著差異，但在事後比較之研究結果發現無顯著之差異群體，故不再繼續做分析及比較。因此研究假設一「不同人口統計變項之登山健行者對環境屬性滿

意度有顯著差異」部分成立。

1. 年齡方面，針對不同的年齡在環境屬性滿意度上之差異，本研究發現不同年齡在「社會環境屬性」構面會具有顯著差異，其研究結果顯示，30~49歲的受試者比19~29歲及50歲以上的受試者來得高。推測原因為30~49歲的中年年齡層在社交、家庭及朋友的因素較其它族群高，研判此族群對登山健行的社會環境之重視度比其它族群高。
2. 教育程度方面，不同年齡在「實體環境屬性」構面，其事後比較結果顯示以研究所以上為最高，其次為大學、專科，代表學歷、社經地位越高，對登山健行環境之要求就越高；在「經營管理屬性」與「活動設施屬性」構面，其事後比較結果皆顯示研究所以上與高中職以下最為顯著，顯示此兩種族群比其它較重視經營管理及活動設施部分。

第三節 地方依附分析結果與驗證

一、敘述性統計分析

本研究之地方地附變項，共有8題。而經由次數統計分析結果顯示出，「我對柴山步道有強烈的認同感」此題的平均分數4.03為最高，而其餘題項如「我對柴山步道以及到這裡登山健行的人有特殊的情誼」、「柴山對我而言很有意義」、「我對柴山登山步道的情感勝過其它步道」等的平均分數都在3.5以上，表示地方依附的分數對登山健行者來說是偏向高分群的。詳細結果如表4-13所示。

表 4- 13 地方依附題項之描述性統計表

題項	平均數	標準差
1.我喜歡沿著柴山步道健行勝於其他地區的步道	3.76	0.673
2.我到柴山步道休閒遊憩比起其他地區步道獲得較大的滿意度	3.56	0.893
3.到柴山登山健行比到其它任何地區登山健行重要	3.68	0.753
4.若要登山健行我不會以其他地區的步道代替這裡	3.51	0.951
5.柴山對我而言很有意義	3.93	0.736
6.我對柴山登山步道的情感勝過其它步道	3.86	0.840
7.我對柴山步道有強烈的認同感	4.03	0.791
8.我對柴山步道以及到這裡登山健行的人有特殊的情誼	4.02	0.832

二、人口統計變項對地方依附之差異性考驗

本研究使用單因子變異數分析，目的在於瞭解不同人口統計變項之受試者，對登山健行者在地方依附之差異情形：

(一) 不同性別對地方依附之差異分析情形

不同性別對地方依附之差異檢定使用單因子變異數分析，由表 4-14 可得知，不同性別的登山健行者在地方依附達顯著差異 (Wilks' Lambda=0.890, p 值 < 0.05)。而根據表 4-15，男性登山健行者在「地方依賴」與「地方認同」兩個構面之平均分數皆顯著高於女性登山健行者。

表 4- 14 不同性別對地方依附之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
性別	4.206	2.000	365.000	0.977*	0.016

註：* $p \leq 0.05$

表 4- 15 不同性別對地方依附之變異數分析表

因素名稱	性別	平均數	標準差	F 值	p 值
地方依賴	男	3.69	0.637	5.625*	0.018
	女	3.53	0.623		
地方認同	男	4.04	0.679	8.119*	0.005
	女	3.84	0.604		

註：* $p \leq 0.05$

(二) 不同年齡對地方依附之差異分析情形

不同年齡對地方依附之差異檢定使用單因子變異數分析，由表 4-16 可得知，不同年齡的登山健行者其地方依附有顯著差異 (Wilks' Lambda=0.957, p 值<0.05)。但在經由雪費法(Scheffe)事後比較結果，如表 4-17 發現各年齡在「地方依賴」與「地方認同」兩個構面中無法顯著分出差異。

表 4- 16 不同年齡對地方依附之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設	誤差	Wilks'	p 值
		自由度	自由度	Lambda	
年齡	1.991	8.000	724.000	0.957*	0.045

註：* $p \leq 0.05$

表 4- 17 不同年齡對地方依附之變異數分析

因素名稱	教育程度	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
地方依賴	a.19 歲以下	3.62	0.602	0.298	0.879	
	b.20~29 歲	3.68	0.659			
	c.30~39 歲	3.59	0.598			
	d.40~49 歲	3.59	0.600			
	e.50 歲以上	3.64	0.697			
地方認同	a.19 歲以下	3.90	0.487	1.872	0.115	
	b.20~29 歲	3.95	0.676			
	c.30~39 歲	4.06	0.560			
	d.40~49 歲	3.80	0.666			
	e.50 歲以上	4.02	0.741			

註：* $p \leq 0.05$

(三) 不同職業對地方依附之差異分析情形

不同職業對地方依附之差異檢定使用單因子變異數分析，由表 4-18 得知，不同職業的登山健行者在地方依附構面上未達顯著差異（Wilks' Lambda=0.976，p 值>0.05）。

表 4- 18 不同職業對地方依附之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由 度	誤差 自由 度	Wilks' Lambda	p 值
職業	0.741	12.000	720.000	0.976	0.712

(四) 不同教育程度對地方依附之差異分析情形

不同教育程度對地方依附之差異檢定使用單因子變異數分析，由表 4-19 得知，不同教育程度的登山健行者在地方依附構面上未達顯著差異 (Wilks' Lambda=0.982 , p 值 >0.05)。。

表 4- 19 不同教育程度對地方依附之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由 度	誤差 自由 度	Wilks' Lambda	p 值
教育程度	1.085	6.000	726.000	0.982	0.369

(五) 不同月收入對地方依附之差異分析情形

不同月收入對地方依附之差異檢定使用單因子變異數分析，由表 4-20 得知，不同月收入的登山健行者在地方依附構面上未達顯著差異 (Wilks' Lambda=0.967 , p 值 >0.05)。

表 4- 20 不同月收入對地方依附之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
月收入	1.538	8.000	724.000	0.967	0.140

三、研究假設檢定

本研究使用 SPSS for Windows 14.0 統計軟體，根據變異數分析是否達到顯著水準（ p 值 < 0.05 ），所得之統計結果對應研究假設成立與否，將研究結果彙整如表 4-21：

表 4- 21 研究假設彙整表

研究假設	結果
H2：不同人口統計變項，登山健行者對地方依附有顯著的差異	部份成立
H2-1：不同性別之登山健行者對地方依附有顯著差異	成立
H2-2：不同年齡之登山健行者對地方依附有顯著差異	拒絕
H2-3：不同職業之登山健行者對地方依附有顯著差異	拒絕
H2-4：不同教育程度之登山健行者對地方依附有顯著差異	拒絕
H2-5：不同月收入之登山健行者對地方依附有顯著差異	拒絕

四、討論

研究結果發現，不同性別之登山健行者對地方依附有顯著的差異，其餘人口統計變項在年齡具有顯著差異，但在事後比較之研究結果發現無顯著之差異群體，故不再繼續做分析及比較。因此研究假設二「不同人口統計變項之登山健行者對地方依附有顯著差異」部分成立。

在性別方面，針對不同的性別在環境屬性滿意度上之差異，本研究發現在「地方依賴」與「地方認同」兩個構面上，男性之平均分數皆顯著高於女性登山健行者。推測原因為男性對地方依附感較高，代表男性對高雄柴山自然公園有較高的依賴性與認同感。

第四節 行為意圖分析結果與驗證

一、敘述性統計分析

本研究之行為意圖變項，共有 3 題。而經由次數統計分析結果顯示出，「我會推薦並鼓勵親朋好友到柴山進行登山健行活動」此題的平均分數 4.27 為最高，其餘兩個題項的平均分數也均高於 4，而全部題項的分數均大約落在 4.13 至 4.27 之間。由此結果推測登山健行者的行為意圖高於同意，達到推薦、分享與再遊的感受，詳細結果如表 4-22 所示

表 4- 22 行為意圖題項之描述性統計表

題項	平均數	標準差
1.我會推薦並鼓勵親朋好友到柴山進行登山健行活動	4.13	0.733
2.我會與親朋好友分享在柴山進行登山健行的經驗及感受	4.14	0.755
3.在未來，我仍願意前往柴山進行登山健行活動	4.27	0.725

二、人口統計變項對行為意圖之差異性考驗

本研究使用單因子變異數分析與獨立樣本 t 檢定，目的在於瞭解不同人口統計變項之受試者，對登山健行者在行為意圖上之差異情形：

(一) 不同性別對行為意圖之差異分析情形

不同性別對行為意圖之差異檢定使用 t 檢定，檢定結果發現，不同性別對登山健行者之行為意圖未達顯著差異水準 (t 值=0.930，p 值>0.05)，詳見表 4-23 所示。

表 4- 23 不同性別對行為意圖之獨立樣本 t 檢定分析表

因素名稱	性別	平均數	標準差	t 值	p 值
行為意圖	男	4.21	0.655	0.930	0.170
	女	4.14	0.704		

(二) 不同年齡對行為意圖之差異分析情形

不同年齡對行為意圖之差異檢定使用單因子變異數分析，檢定結果發現，不同年齡對登山健行者之行為意圖未達顯著差異水準（F 檢定=1.141，p 值>0.05），詳見表 4-24 所示。

表 4- 24 不同年齡對行為意圖之單因子變異數分析表

依變項	自由度	平均平方和	F 檢定	p 值
年齡	9	1.760	1.141	0.332

(三) 不同職業對行為意圖之差異分析情形

不同職業對行為意圖之差異檢定使用單因子變異數分析，檢定結果發現，不同職業對登山健行者之行為意圖未達顯著差異水準（F 檢定=1.382，p 值>0.05），詳見表 4-25 所示。

表 4- 25 不同職業對行為意圖之單因子變異數分析表

依變項	自由度	平均平方和	F 檢定	p 值
職業	9	6.542	1.382	0.194

(四) 不同教育程度對行為意圖之差異分析情形

不同教育程度對行為意圖之差異檢定使用單因子變異數分析，檢定結果發現，不同教育程度對登山健行者之行為意

圖未達顯著差異水準（F 檢定=0.645，p 值>0.05），詳見表 4-26 所示。

表 4-26 不同教育程度對行為意圖之單因子變異數分析表

依變項	自由度	平均平方和	F 檢定	p 值
教育程度	9	0.785	0.645	0.758

（五）不同月收入對行為意圖之差異分析情形

不同月收入對行為意圖之差異檢定使用單因子變異數分析，檢定結果發現不同月收入對登山健行者之行為意圖未達顯著差異水準（F 檢定=1.303，p 值>0.05），詳見表 4-27 所示。

表 4-27 不同月收入對行為意圖之單因子變異數分析表

依變項	自由度	平均平方和	F 檢定	p 值
月收入	9	2.215	1.303	0.234

三、研究假設檢定

本研究使用 SPSS for Windows 14.0 統計軟體，根據變異數分析是否達到顯著水準（p 值<0.05），所得之統計結果對應研究假設成立與否，將研究結果彙整如表 4-28 所示。

表 4- 28 研究假設彙整表

研究假設	結果
H3：不同人口統計變項，登山健行者對行為意圖有顯著的差異	拒絕
H3-1：不同性別之登山健行者對行為意圖有顯著差異	拒絕
H3-2：不同年齡之登山健行者對行為意圖有顯著差異	拒絕
H3-3：不同職業之登山健行者對行為意圖有顯著差異	拒絕
H3-4：不同教育程度之登山健行者對行為意圖有顯著差異	拒絕
H3-5：不同月收入之登山健行者對行為意圖有顯著差異	拒絕

四、討論

研究結果發現，不同人口統計變項之登山健行者對行為意圖沒有顯著的差異，因此研究假設三「不同人口統計變項之登山健行者對行為意圖有顯著差異」不成立。

第五節 環境屬性重視度之分析結果與驗證

一、敘述性統計分析

本研究之環境屬性重視度變項，共有 24 題。而經由次數統計分析結果顯示出，「環境維護良好」此題的平均分數 4.51 為最高，依序為「危險地區警告標誌明顯」，平均分數為 4.42；

「動線導覽指標清楚」，平均分數為 4.41；「提供緊急的醫療服務」與「廁所清潔」，平均分數皆為 4.38；「停車空間足夠」，平均分數為 4.37，而平均分數最低的題項則為「人文史跡景觀」，此題的平均分數只有 3.77。詳細結果列於表 4-29。

表 4-29 環境屬性重視度題項之描述性統計表

環境屬性重視度之題項	平均數	標準差
實質環境屬性	4.1	0.508
1.風景優美	4.29	0.638
2.地形地貌豐富	4.21	0.706
3.植物景觀多樣性	4.08	0.702
4.動物鳥類景觀	3.95	0.775
5.人文史跡景觀	3.77	0.815
6.環境輕鬆具休閒氣氛	4.30	0.777
社會環境屬性	4.03	0.531
1.有地方與朋友聊天	4.05	0.720
2.有適合固定休息聚會的地方	4.08	0.754
3.可增進親友的感情	4.00	0.753
4.其他遊客不會過度喧嘩嘈雜	3.97	0.884
5.居民對遊客友善態度	4.08	0.728
經營管理屬性	4.1	0.515
1.提供旅遊景點資訊	4.25	0.697
2.環境維護良好	4.51	0.631
3.提供遊客申訴問題的管道	3.93	0.768
4.攤販排列整齊	4.04	0.752
5.販售的商品價格合理	3.84	0.843
6.服務人員態度良好	4.01	0.783
活動設施屬性	4.36	0.510
1.停車空間足夠	4.37	0.659
2.危險地區警告標誌明顯	4.42	0.688
3.提供緊急醫療服務	4.38	0.736
4.交通系統方便容易到達	4.27	0.691
5.廁所清潔	4.38	0.747
6.戶外遊憩設施完善	4.26	0.728
7.動線導覽指標清楚	4.31	0.674

二、人口統計變項對環境屬性重視度之差異性考驗

本研究使用變異數分析，本節之目的在於瞭解不同人口統計變項之受試者，對環境屬性重視度各子構面上之差異情形：

(一) 不同性別對環境屬性重視度之差異分析情形

不同性別對環境屬性重視度之差異檢定使用單因子多變量變異數分析，由表 4-30 可得知，不同性別之登山健行者對環境屬性重視度未達顯著差異水準（Wilks' Lambda=0.983，p 值>0.05）。

表 4-30 不同性別對環境屬性重視度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設	誤差	Wilks' Lambda	p 值
		自由度	自由度		
性別	1.546	4.000	363.000	0.983	0.188

(二) 不同年齡對環境屬性重視度之差異分析情形

不同年齡對環境屬性重視度之差異檢定使用單因子多變量變異數分析，由表 4-31 可得知，不同年齡之登山健行者對環境屬性重視度未達顯著差異水準（Wilks' Lambda=0.943，p 值>0.05）。

表 4- 31 不同年齡對環境屬性重視度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
年齡	1.325	16.000	1100.456	0.943	0.174

(三) 不同職業對環境屬性重視度之差異分析情形

不同職業對環境屬性重視度之差異檢定使用單因子多變量變異數分析，由表 4-32 可得知，不同職業之登山健行者對環境屬性重視度未達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.915，p 值 >0.05)。

表 4- 32 不同職業對環境屬性重視度之多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
職業	1.346	24.000	1250.123	0.915	0.123

(四) 不同教育程度對環境屬性重視度之差異分析情形

不同教育程度對環境屬性重視度之差異檢定使用單因子多變量變異數分析，由表 4-33 可得知，不同教育程度之登山健行者對環境屬性重視度未達顯著差異水準 (Wilks' Lambda=0.959，p 值 >0.05)。

表 4- 33 不同教育程度對環境屬性重視度多變量變異數分析

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
教育程度	1.258	12.000	955.408	0.959	0.238

(五) 不同月收入對環境屬性重視度之差異分析情形

不同月收入對環境屬性重視度之差異檢定使用單因子多變量變異數分析，由表 4-34 可得知，不同月收入之登山健行者對環境屬性重視度未達顯著差異水準（Wilks' Lambda=0.933，p 值>0.05）。

表 4- 34 不同月收入對環境屬性重視度多變量變異數分析表

依變項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
月收入	1.575	16.000	1100.456	0.933	0.069

三、研究假設檢定

本研究使用 SPSS for Windows 14.0 統計軟體，根據變異數分析是否達到顯著水準（ p 值 <0.05 ），所得之統計結果對應研究假設成立與否，將研究結果彙整如表 4-35 所示。

表 4-35 研究假設彙整表

研究假設	結果
H4：不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性重視度有顯著的差異。	拒絕
H4-1：不同性別之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-3：不同職業之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕

四、討論

研究結果發現，不同人口統計變項之登山健行者對環境屬性滿意度沒有顯著的差異，因此研究假設四「不同人口統計變項之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異」不成立。

第六節 路徑分析

一、研究模型路徑分析

本研究以路徑分析探討環境屬性滿意度、地方依附與行為意圖間的關連性，並進一步衡量每條路徑之影響力。在路徑分析中，以單向箭號表示因果關係，箭號的起始變數為自變項（因）、箭號所指的方向為依變項（果），自變項又稱外生變項（exogenous variable），依變項又稱為內生變項（endogenous variable）。整個路徑分析中兩個變數的路徑係數為「標準化迴歸係數」，其間的效果稱為「直接效果」（direct effect），如果自變項經由中介變項（mediated variable）而對依變項產生影響，則稱為「間接效果」（indirect effect），直接效果值加上間接效果值則稱為「總效果值」。則路徑分析中自變項對依變項可以解釋的變異量稱為決定係數（ R^2 ），而依變項變異量中無法被自變項解釋的部份稱為殘差的解釋量（ $1 - R^2$ ）（吳明隆、涂金堂，2005）。

本研究將路徑效果區分為直接效果與間接效果，如表 4-36 之路徑效果分類表所示。

表 4-36 路徑效果分類表

影響路徑	效果種類
環境屬性滿意度 → 地方依附	直接效果
環境屬性滿意度 → 行為意圖	直接效果
地方依附 → 行為意圖	直接效果
環境屬性滿意度 → 地方依附 → 行為意圖	間接效果

本研究架構之路徑模式須進行兩個複迴歸分析，第一條複迴歸分析中，將環境屬性滿意度設為自變項，地方依附設為依變項，如圖 4-1 第一個複迴歸分析圖所示。第二條複迴歸分析中，將環境屬性滿意度與地方依附設為自變項，行為意圖設為依變項，如圖 4-2 第二個複迴歸分析圖所示。

(一) 第一個複迴歸分析：自變項為環境屬性滿意度；依變項為地方依附。

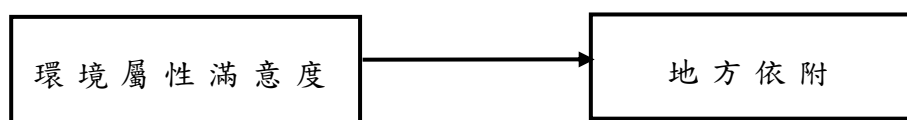


圖 4-1 第一個複迴歸分析圖

(二) 第二個複迴歸分析：自變項為環境屬性滿意度與地方依附；依變項為行為意圖。

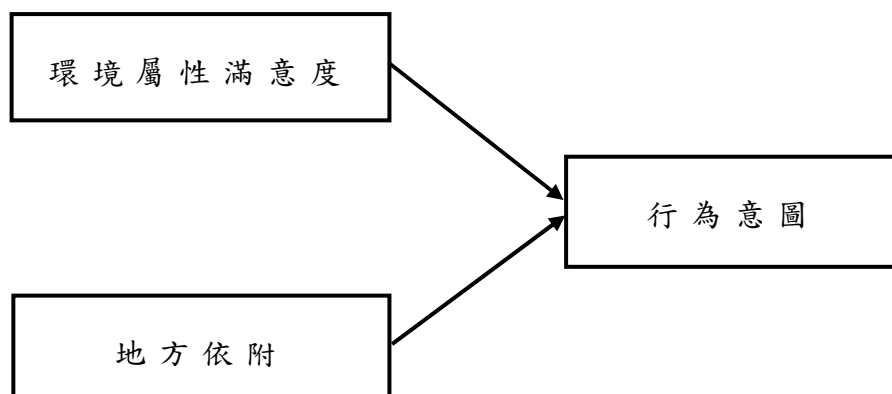


圖 4-2 第二個複迴歸分析圖

接著進行路徑分析，求出各個路徑係數值，並判定其路徑是否具有顯著影響，以確立最終路徑關係。

本研究採用強迫進入法 (Enter) 來進行自變項選取，進行複迴歸分析。

第一條複迴歸分析為環境屬性滿意度對地方依附，其路徑分析如表 4-37 所示。分析結果顯示，環境屬性滿意度對地方依附此路徑達顯著差異水準 ($p \leq 0.001$)。其他指標方面， R^2 為 0.245，顯示自變項對依變項有 24.5% 的解釋變異量，調整後的 R^2 為 24.3%，F 值為 118.964，p 值為 0.000 (<0.05)。

表 4-37 環境屬性滿意度對地方依附之路徑分析

預測變數	迴歸係數 B	標準迴歸係數 β	t 值	p 值
環境屬性 滿意度	0.262	0.495***	10.907	<0.001
$R^2=0.245$ 調整後的 $R^2=0.243$ F 值=118.964 p 值<0.001				

註：*** $p \leq 0.001$

環境屬性滿意度對地方依附的預測變數中，從表 4-37 得知，環境屬性滿意度對地方依附則有顯著正向關係，顯示出登山健行之環境屬性滿意度越高，地方依附也會越高。

複迴歸第二條為環境屬性滿意度、地方依附對行為意圖的複迴歸分析，其路徑分析如表 4-38 所示。分析結果顯示，環境屬性滿意度對行為意圖與地方依附對行為意圖，這二條路徑皆達顯著差異水準 ($p \leq 0.001$)。其他指標方面， R^2 為 0.383，顯示這二個自變項對依變項有 38.3% 的解釋變異量，

調整後的 R^2 為 38.3%，F 值為 113.244，p 值為 0.000 (<0.05)。

表 4-38 環境屬性滿意度、地方依附對行為意圖之路徑分析

預測變數	迴歸係數 B	標準迴歸係數 β	t 值	p 值
環境屬性 滿意度	0.049	0.219***	4.629	<0.001
地方依附	0.204	0.480***	10.148	<0.001
$R^2=0.383$ 調過後的 $R^2=0.383$ F 值=113.244 p 值 <0.001				

註：*** $p \leq 0.001$

在環境屬性滿意度、地方依附對行為意圖的預測變數中，由表 4-38 可知，環境屬性滿意度對行為意圖與地方依附對行為意圖，這二條路徑有顯著正向關係，顯示出登山健行者對環境屬性之滿意度與地方依附這二個變項越高或越強，其行為意圖也會越高。各項係數路徑圖如圖 4-3 所示。

綜合上述路徑分析結果，所得之直接效果與間接效果整理如表 4-39 所示。

- (一) 環境屬性滿意度對行為意圖的直接效果顯著，路徑係數為 0.219 ($p < 0.05$)。
- (二) 環境屬性滿意度對地方依附的直接效果顯著，路徑係數為 0.495 ($p < 0.05$)，透過地方依附中介變項影響到行為意圖的間接效果也顯著，地方依附對行為意圖的直接效果為 0.480 ($p < 0.05$)，所以環境屬性滿意度透過地方依附中介變項影響到行為意圖的間接效果值等於 $0.495 * 0.480 = 0.238$ 。

表 4- 39 各反應變數之路徑分析彙整

預測變數	反應變數	路徑係數
直接效果分析		
環境屬性滿意度	地方依附	0.495
環境屬性滿意度	行為意圖	0.219
地方依附	行為意圖	0.480
間接效果分析		
環境屬性滿意度 → 地方依附	行為意圖	$0.495 * 0.480 = 0.238$

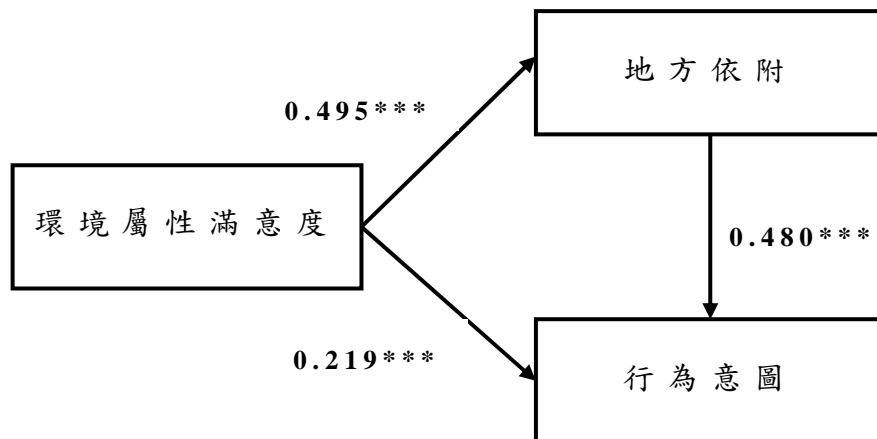


圖 4- 3 研究路徑係數關係圖

二、研究假設檢定

本研究使用 SPSS for Windows 14.0 套裝統計軟體，根據路徑分析是否達到顯著水準 (p 值 < 0.05)，所得之統計結果

對應研究假設成立與否，將研究結果彙整如表 4-40 所示。

表 4- 40 研究假設彙整表

研究假設	結果
H5：在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響地方依附。	成立
H6：在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響行為意圖。	成立
H7：在登山健行活動中，地方依附會正向影響行為意圖。	成立

三、討論

路徑分析結果中發現，環境屬性滿意度對地方依附、環境屬性滿意度對行為意圖與地方依附對行為意圖三條路徑皆達顯著水準（ $p < 0.001$ ）。

其中環境屬性滿意度對地方依附（直接效果為 0.495， $p = 0.000$ ）可顯示出登山健行者對環境屬性滿意度越高，地方依附相對的也會越高。地方依附對行為意圖（直接效果為 0.480， $p = 0.000$ ）可顯示出登山健行者的地方依附越高，行為意圖也會跟著提昇，此結果與張乃允（2008）、鄭秀玲（2008）之研究結果相符，顯示地方依附確實會正向影響行為意圖。環境屬性滿意度對行為意圖（直接效果為 0.219， $p = 0.000$ ）可顯示出登山健行者的環境屬性滿意度越高，行為意圖也會跟著升高。而環境屬性滿意度透過地方依附中介影響行為意圖（間接效果為 $0.495 * 0.480 = 0.238$ ）也表示，環境屬性滿意度透過高度的地方依附能正向影響登山健行者的行為意圖。

第七節 典型相關分析

典型相關用意在求出一組 X 變項(自變項或稱控制變項)與一組 Y 變項(依變項或稱效標變項)間是否有顯著的關係。為了要找出兩組變項間關係，要求出 X 變項間的線性組合與 Y 變項間的線性組合，並使這兩組的線性組合有最大的相關；X 變項與 Y 變項的線性組合是潛在的，無法直接觀察，也是未知變項，把它們稱為「典型變項」(canonical variable)，兩個典型變項間的相關稱為典型相關，典型相關係數以「 ρ 」符號表示(吳明隆、涂金堂，2005)。

從上一節路徑分析結果得知，「環境屬性滿意度」對「地方依附」此條路徑達顯著水準，故本研究將進一步的進行典型相關分析，更深入的了解控制變項(自變項)與效標變項(依變項)之間的關係；而「地方依附」對「行為意圖」及「環境屬性滿意度」對「行為意圖」此兩條路徑雖然也達顯著水準，但屬於多個構面對一個構面，因此不需進行典型相關。

一、「環境屬性滿意度」對「地方依附」之典型相關分析

(一) 典型相關程度

如表 4-41 典型相關分析摘要表得知，本研究之環境屬性滿意度為 X 變項，而地方依附為 Y 變項，進行兩變項間之典型相關分析，結果發現僅有一個典型相關係數達 0.05 的顯著水準，故抽出第一組典型 χ_1 與 η_1 之典型相關係數 $\rho=0.527$ ($p<0.001$)；控制變項(自變項)主要透過一個典型相關因素影響到效標變項(依變項)。

表 4-41 環境屬性滿意度與地方依附之典型相關分析摘要表

環境屬性滿意度 (X 變項)	典型因素 χ_1	地方依附 (Y 變項)	典型因素 η_1
實質環境滿意度	0.816	地方依賴	0.956
社會環境滿意度	0.498	地方認同	0.876
經營管理滿意度	0.699		
活動設施滿意度	0.756		
抽出變異數 (%)	49.352	抽出變異數 (%)	84.030
重疊 (%)	13.693	重疊 (%)	23.314
		ρ	0.527
		ρ^2	0.277
		p 值	0.000

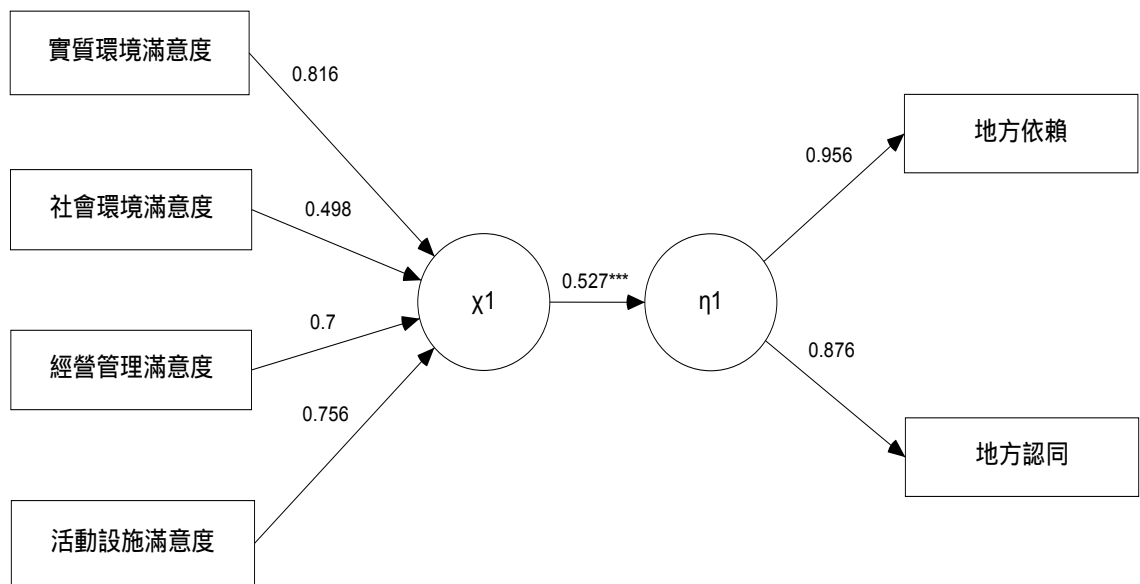


圖 4-4 環境屬性滿意度與地方依附之典型相關路徑圖

(二) 典型因素的解釋變異量

由表 4-41 可得知，環境屬性滿意度與地方依附的典型相

關，只有一組顯著的典型因素。

1、第一組典型因素

控制變項（環境屬性滿意度）的第一個典型因素(χ_1)可以說明效標變項（地方依附）的第一個典型因素(η_1)總變異量的 27.7% ($\rho^2=0.277$)；而效標變項（地方依附）的第一個典型因素(η_1)又可解釋效標變項（地方依附）變異量的 84.03%，控制變項（環境屬性滿意度）與效標變項（地方依附）重疊部份為 23.314%，因而，控制變項（環境屬性滿意度）透過第一組典型因素（ χ_1 及 η_1 ）可以解釋效標變項（地方依附）總解釋變異量的 23.314%。

控制變項和效標變項在第一個典型因素的重疊部分為 23.314%。換言之，「實質環境滿意度」、「社會環境滿意度」、「經營管理滿意度」與「活動設施滿意度」這四個控制變項經由第一組典型因素共可說明地方依附中的「地方依賴」及「地方認同」二個變項總解釋變異量的 23.314%。

（三）典型因素相關結構係數分析

由圖 4-4 可見，四個控制變項是藉由一條典型相關影響二個效標變項。四個控制變項中與第一個典型因素(χ_1)之相關較高者為實質環境滿意度、活動設施滿意度與經營管理滿意度，其結構係數分別為 0.816、0.756 與 0.7，均在 0.700 以上，顯示關係密切，而社會環境滿意度與第一個典型係數亦有中等關係存在，其結構係數為 0.498；在效標變項中，地方依賴及地方認同與第一個典型因素(η_1)的關係皆為密切，其結構係數均在 0.700 以上。因而，在此典型因素分析裡，控制變項中的四個變項皆會影響地方依附，但主要是由

實質環境滿意度與活動設施滿意度這兩個控制變項，來影響效標變項的地方依賴及地方認同。亦即環境屬性滿意度中的實質環境滿意度與活動設施滿意度這兩種滿意度越高，則對地方依附中的地方依賴與地方認同就會越高。

二、討論

典型相關分析之結果發現，如下列所述。

環境屬性滿意度的實質屬性滿意度、社會屬性滿意度、經營管理滿意度及活動設施滿意度等四個變項，透過典型因素，可以解釋地方依附之地方依賴與地方認同兩個變項之總變異量 23.314% (重疊=23.314%)，其相關係數為 0.527。而觀賞動機的實質屬性滿意度及活動設施滿意度透過典型因素對地方依附皆有一定程度的解釋力。此結果表示，登山健行者對環境屬性滿意度構面中的實質屬性及活動設施之滿意度越好，則他們對柴山自然公園的地方依附也會越高；研究結果與李海清 (2006) 研究臺灣地區之潛水地區結果相似，皆是以實體環境屬性之影響力最高，代表著遊憩區本身的實體環境是吸引民眾具有高度地方依附的最高影響力。

第八節 重要-表現程度分析

Martilla and James在1977年首先發展出這項評估工具，並用在汽車服務業的品質管理上，以重要程度及表現之滿意程度之平均得分狀況，以中位數為兩軸原點座標，將各變項置於二維座標中之四個象限，以研擬其行銷策略（劉季華，2006；李海清，2006）。

根據 Sampson and Showalter (1999)指出重要－表現程度分析法(Important-Performance Analysis, I.P.A.)是一種藉由重要（對參與者的重要性）和表現（參與者認為之表現情形）的測度，將特定服務產品的相關屬性排定優先順序的技術。Hollen, Olson and Fortney (1992)則認為以重要與表現的各總平均值 (overall mean) 為原點座更具有判斷力，因此本研究亦採重視度與滿意度之各因素平均值為兩軸以劃分象限之座標。

本章節先以四個環境屬性之因素個別分析，再整理出整體之I.P.A.分析，詳細說明如下：

一、各因素之 I.P.A.分析

（一）實質環境屬性

實質環境屬性共有六項要素，經由敘述性統計分析結果發現，該因素重視程度平均值為4.1；滿意程度平均值為3.76，而重視程度以環境輕鬆具休閒氣氛為最高；人文史跡景觀為最低。滿意程度同樣以環境輕鬆具休閒氣氛為最高；人文史跡景觀為最低。其他各問項之重視程度及滿意程度平均數分析表，如表4-42。

表 4- 42 實體環境屬性 I.P.A.平均數分析表

環境屬性之題項	重視程度		滿意程度	
	平均數	標準差	平均數	標準差
實質環境屬性	4.1	0.508	3.76	0.486
P1.風景優美	4.29	0.638	3.78	0.632
P2.地形地貌豐富	4.21	0.706	3.80	0.688
P3.植物景觀多樣性	4.08	0.702	3.73	0.749
P4.動物鳥類景觀	3.95	0.775	3.98	0.832
P5.人文史跡景觀	3.77	0.815	3.23	0.756
P6.環境輕鬆具休閒氣氛	4.30	0.777	4.03	0.777

實質環境屬性之IPA分析結果，如圖4-8所示，風景優美、地形地貌豐富及環境輕鬆具休閒氣氛為第一象限，顯示此三項要素達到登山健行者所預期的目標，政府管理單位應繼續保持；植物景觀多樣性與人文史跡景觀落入第三象限，顯示登山健行者較不重視此二項要素，且滿意度亦低，但相對於其他要素，改善的優先順序較低；動物鳥類景觀則落入第二象限，登山健行者的重視偏低，但滿意度高，顯示管理單位在整體環境上，必須要將焦點放在動物鳥類的管理，才能營造出柴山自然公園的優點與特色，可以視為優勢。

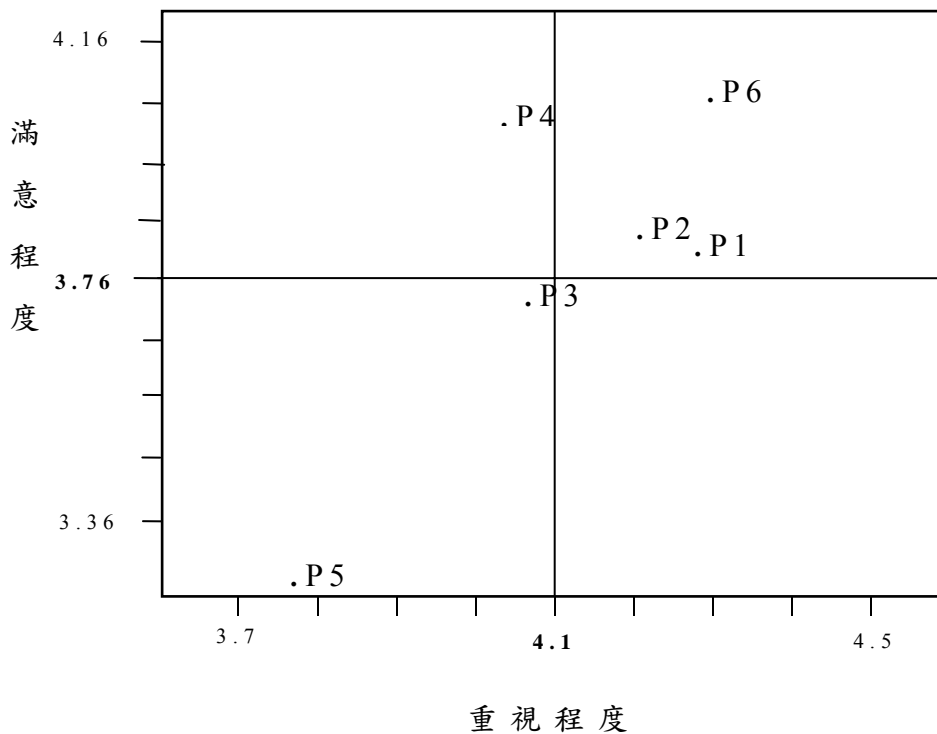


圖 4-5 實體環境屬性 I.P.A.分析表圖

(二) 社會環境屬性

社會環境屬性共有五項要素，經由敘述性統計分析結果發現，該因素重視程度平均值為4.03程度平均值為3.67，而重視程度以有提供適合休息聚會的地方與居民對遊客友善態度為最高；其它遊客不會過度喧嘩嘈雜為最低。滿意程度以有地方可以與朋友聊天、有提供適合休息聚會的地方與居民對遊客友善態度為最高；其它遊客不會過度喧嘩嘈雜為最低。其他各問項之重視程度及滿意程度平均數分析表，如表4-43。

表 4- 43 社會環境屬性 I.P.A.平均數分析表

環境屬性之題項	重視程度		滿意程度	
	平均數	標準差	平均數	標準差
社會環境屬性	4.03	0.531	3.67	0.468
S1.有地方可以與朋友聊天	4.05	0.720	3.79	0.698
S2.有提供適合休息聚會的 地方	4.08	0.754	3.79	0.712
S3.可增進親友的感情	4.00	0.753	3.71	0.695
S4.其它遊客不會過度喧嘩 嘈雜	3.97	0.884	3.43	0.781
S5.居民對遊客友善態度	4.08	0.728	3.79	0.776

社會環境屬性之IPA分析結果，如圖4-9所示，有地方可以與朋友聊天、適合休息聚會的地方與居民對遊客友善態度為第一象限，顯示此三項要素達到登山健行者所預期的目標，政府管理單位應繼續保持；其它遊客不會過度喧嘩嘈雜落入第三象限，顯示遊客較不重視此二項要素，且滿意度亦低，但相對於其他要素，改善的順序較低。增進親友的感情則落入第二象限，顯示登山健行之環境適合親朋好友前往，代表管理單位在整體環境上，更要保留柴山自然公園的優點與特色。

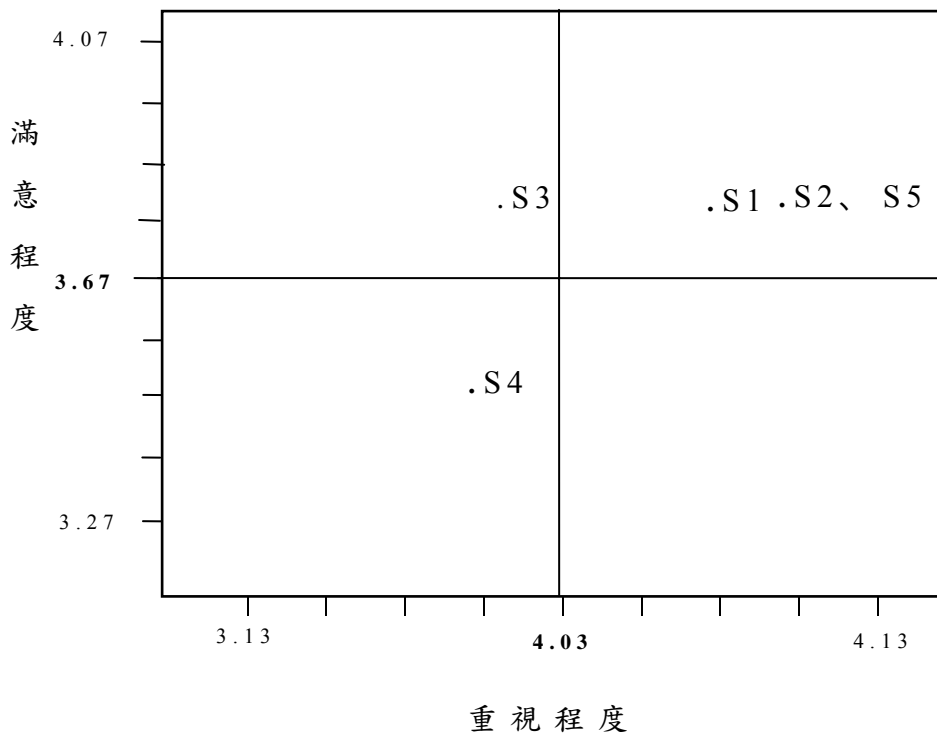


圖 4-6 社會環境屬性 I.P.A.分析表圖

(三) 經營環境屬性

經營環境屬性共有六項要素，經由敘述性統計分析結果發現，該因素重視程度平均值為4.1；滿意程度平均值為3.41，而重視程度以環境環護良好為最高；販售的商品價格合理為最低。滿意程度以攤販排列整齊為最高；提供遊客申訴問題的管道為最低。其他各問項之重視程度及滿意程度平均數分析表，如表4-44。

表 4- 44 經營管理屬性 I.P.A.平均數分析表

環境屬性之題項	重視程度		滿意程度	
	平均數	標準差	平均數	標準差
經營環境屬性	4.1	0.515	3.41	0.482
M1.提供旅遊景點資訊	4.25	0.697	3.54	0.729
M2.環境維護良好	4.51	0.631	3.30	0.861
M3.提供遊客申訴問題的管道	3.93	0.768	3.09	0.659
M4.攤販排列整齊	4.04	0.752	3.67	0.723
M5.販售的商品價格合理	3.84	0.843	3.34	0.661
M6.服務人員態度良好	4.01	0.783	3.55	0.679

經營管理屬性之IPA分析結果，如圖4-10所示，提供旅遊景點資訊落入第一象限，顯示此項要素達到登山健行者所預期的目標，政府管理單位應繼續保持；攤販排列與服務人員態度落入第二象限，表示供給過度，但對整體環境而言，視為優勢；遊客申訴問題的管道與販售的商品價格落入第三象限，顯示登山健行者較不重視此兩個要素，且滿意度亦低，改善的順序較低；環境維護落入第四象限，表示登山健行者的重視程度高，但滿意度低，表示此要素列為加強重點，管理單位必須改善並定期維護環境，才能對整體環境之滿意度有所提升。

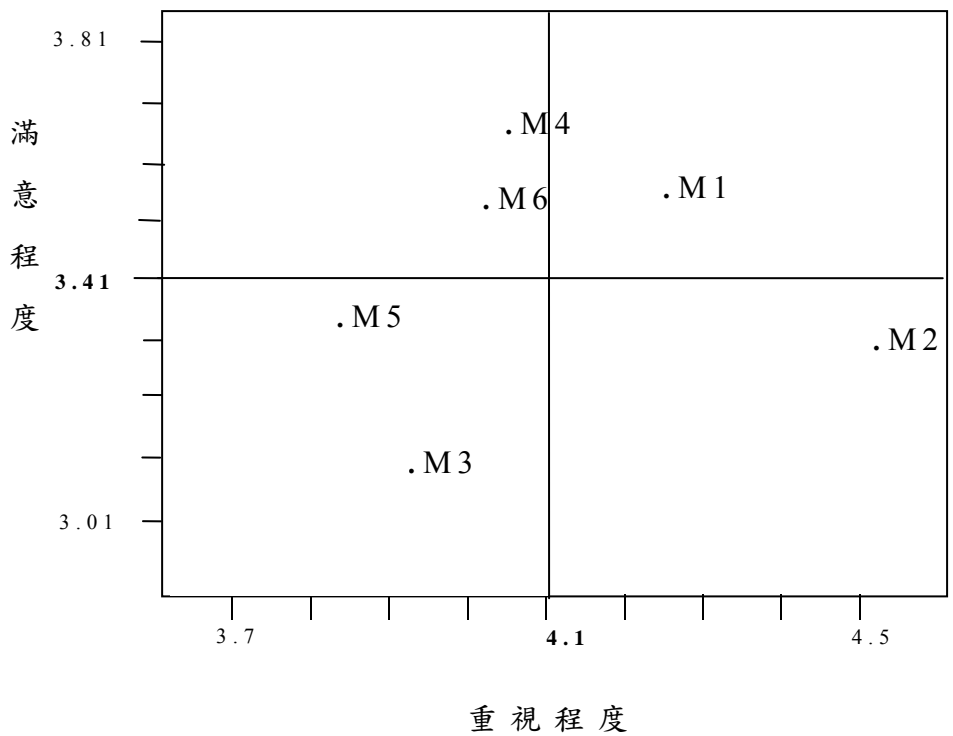


圖 4-7 經營管理屬性 I.P.A.分析表圖

(四) 活動設施屬性

活動設施屬性共有七項要素，經由敘述性統計分析結果發現，該因素重視程度平均值為4.36；滿意程度平均值為3.19，而重視程度以危險地區警告標誌明顯為最高；戶外遊憩設施完善為最低。滿意程度以交通系統方便容易到達為最高；廁所清潔為最低。其他各問項之重視程度及滿意程度平均數分析表，如表4-45。

表 4- 45 活動設施屬性 I.P.A.平均數分析表

環境屬性之題項	重視程度		滿意程度	
	平均數	標準差	平均數	標準差
活動設施屬性	4.36	0.510	3.19	0.523
A1.停車空間足夠	4.37	0.659	2.76	0.892
A2.危險地區警告標誌明顯	4.42	0.688	3.32	0.737
A3.提供緊急的醫療服務	4.38	0.736	3.17	0.714
A4.交通系統方便容易到達	4.27	0.691	3.69	0.866
A5.廁所清潔	4.38	0.747	2.60	0.833
A6.戶外遊憩設施完善	4.26	0.728	3.41	0.729
A7.動線導覽指標清楚	4.41	0.674	3.39	0.869

活動設施屬性之 IPA 分析結果，如圖 4-11 所示，危險地區警告標誌與動線導覽指標落入第一象限，顯示此項要素達到登山健行者所預期的目標，政府管理單位應繼續保持；交通系統與戶外遊憩設施落入第二象限，表示供給過度；停車空間、提供緊急的醫療服務及廁所清潔落入第四象限，表示登山健行者的重視程度高，但滿意度低，顯示主辦單位應將此三項要素列為設施改善的重點建設，才能對整體環境之滿意度有所提升。

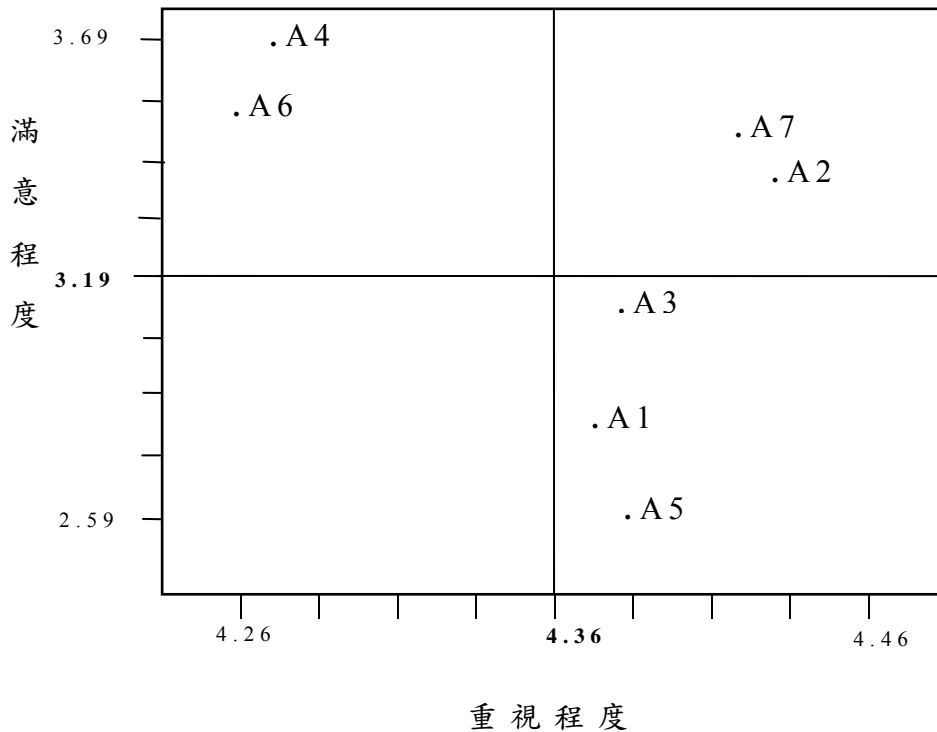


圖 4- 8 活動設施屬性 I.P.A.分析表圖

二、各屬性之 I.P.A 分析整理

本小節整理上述之重要程度與滿意程度分析，其整體重視程度前三名為環境維護良好、危險地區警告標誌明顯與動線導覽指標清楚；後三名為人文史跡景觀、提供遊客申訴問題的管道與販售的商品價格合理。整體滿意程度前三名為環境輕鬆具休閒氣氛、動物鳥類景觀與地形地貌豐富；後三名為廁所清潔、停車空間足夠、提供遊客申訴問題的管道。

本節研究之四個象限依序命名，因 O'Sullivan (1991) 提出的四個象限（繼續保持、加強改善重點、優先順序較低與供給過度）因產業類別不同，不符合本研究之象限命名，因

此分別更改命名為繼續保持、超值服務、次要改善與服務缺口，說明如下。

(一) 第一象限「繼續保持」

第一象限表示登山健行者對落於此區的環境屬性非常重視且對於這些環境屬性感到滿意，因此可視為柴山自然公園推銷的「機會(opportunities)」。所以該地區對於這些屬性應當繼續維持，而位於第一象限的包括有P1風景優美、P2地形地貌豐富、P6環境輕鬆具休閒氣氛、S1有地方可以與朋友聊天、S2有提供適合休息聚會的地方、S5居民對遊客友善態度、M1提供旅遊景點資訊、A2危險地區警告標誌明顯、A7動線導覽指標清楚，由此可知，這九項要素是柴山自然公園將發展的機會點。

(二) 第二象限「超值服務」

第二象限表示落於此區的環境屬性顯示登山健行者對該環境屬性不重視，但是其滿意度仍維持滿意，這表示某些屬性能滿足登山健行者需求，這是市場競爭時的「優勢(strength)」，在該地區的優勢分析方面位於第二象限的包括P4動物鳥類景觀、M4攤販排列整齊、M6服務人員態度良好、A4交通系統方便容易到達、A6戶外遊憩設施完善、S3可增進親友的感情，由此可知，此象限命名為超值服務的原因，乃指此六項要素是柴山自然公園比別的登山健行地區有更多物超所值的服務，也是此地區發展的高度優勢，因此管理單位應當保持且發展此六項要素。

(三) 第三象限「次要改善」

第三象限指的是低重視程度與低的滿意度，在柴山自然公園的弱點分析方面，位於第三象限的包括P3植物景觀多樣

性、P5人文史跡景觀、S4其它遊客不會過度喧嘩嘈雜、M3提供遊客申訴問題的管道、M5販售的商品價格合理，這五項要素代表柴山自然公園的改善順序較低，管理單位仍應以落點於第四象限的要素為主。

（四）第四象限「服務缺口」

第四象限表示落於此區的登山健行者非常重視其環境屬性，但該地區並未滿足其需求，故柴山自然公園應當將注意力集中於此，否則這些屬性將成為柴山自然公園經營時的威脅，在柴山自然公園落點分析分面，位於第四象限包括M2環境維護良好、A1停車空間足夠、A3提供緊急的醫療服務、A5廁所清潔，此部分為極需改善之處。由此可知，此象限命名為服務缺口的原因，乃指此四項要素為柴山自然公園所顯示服務不足的地方，也是此區所發展之困境，因為為了彌補此缺口，管理單位應當不斷的提升此四項要素，以提高登山健行者的環境屬性滿意度，進而提升其地方依附及行為意圖。

三、討論

在I.P.A.分析結果討論，如下所述。

1. 柴山自然公園的實質環境屬性所座落在第一象限中有三個要素，表示在該登山健行景點的自然景色及環境氣氛得到登山健行者的肯定。
2. 動物鳥類景觀落在第二象限之供給過度裡，本研究猜測應是受柴山之臺灣獼猴的因素影響，顯示獼猴及其它動物鳥類受到登山健行者的歡迎，但登山健行者並不重視此要素，可以看出此項是柴山自然公園內部優勢，因此管理單

位可善加利用此要素，加強彌猴之保育及管理，營造此要素之條件，讓登山健行者提高其重視程度。

3. 販售的商品價格合理部分，在觀光景點販售之商品價格難免會高於其它地點，屬於正常現象；管理單位可以從提高本身商品價值、加強品質或舉辦抽獎活動等，讓消費者覺得柴山自然公園所販售之商品是物超所值的
4. 落在第四象限的環境維護良好、停車空間足夠、提供緊急的醫療服務與廁所清潔，是降低整體環境屬性滿意度的四個最大要素，乃是柴山自然公園目前必須解決的威脅。

第九節 研究假設驗證

根據實證結果，本研究在七項研究假設中，假設結果僅假設三及假設四不成立外，其餘大多為支持或部分支持，如表 4-46 所示。

表 4- 46 全部研究假設彙整表

研究假設	結果
H1：不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性滿意度有顯著的差異。	部分成立
H1-1：不同性別之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕
H1-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	成立
H1-3：不同職業之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕
H1-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	成立
H1-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性滿意度有顯著差異。	拒絕
H2：不同人口統計變項，登山健行者對地方依附有顯著的差異。	部分成立
H2-1：不同性別之登山健行者對地方依附有顯著差異。	成立
H2-2：不同年齡之登山健行者對地方依附有顯著差異。	拒絕
H2-3：不同職業之登山健行者對地方依附有顯著差異。	拒絕
H2-4：不同教育程度之登山健行者對地方依附有顯著差異。	拒絕
H2-5：不同月收入之登山健行者對地方依附有顯著差異。	拒絕
H3：不同人口統計變項，登山健行者對行為意圖有顯著的差異。	拒絕
H3-1：不同性別之登山健行者對行為意圖有顯著差異。	拒絕
H3-2：不同年齡之登山健行者對行為意圖有顯著差異。	拒絕
H3-3：不同職業之登山健行者對行為意圖有顯著差異。	拒絕
H3-4：不同教育程度之登山健行者對行為意圖有顯著差異。	拒絕
H3-5：不同月收入之登山健行者對行為意圖有顯著差異。	拒絕
H4：不同人口統計變項，登山健行者對環境屬性重視度有顯著的差異。	拒絕
H4-1：不同性別之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-2：不同年齡之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-3：不同職業之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-4：不同教育程度之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H4-5：不同月收入之登山健行者對環境屬性重視度有顯著差異。	拒絕
H5：在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響地方依附。	成立
H6：在登山健行活動中，環境屬性滿意度會正向影響行為意圖。	成立
H7：在登山健行活動中，地方依附會正向影響行為意圖。	成立

第五章 結論與建議

本研究主要在探討高雄柴山自然公園之登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖等變項間的關係。透過問卷調查法，將收集的資料彙整統計後，以描述性統計、獨立樣本t檢定、單因子多變量變異數分析、路徑分析、典型相關分析及重要表現程度分析等統計方法來對有效樣本進行分析及驗證。以期能了解影響登山健行者的因素，並作為柴山自然公園之政府單位管理及行銷之參考。

第一節 結論

一、登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖之結論分析，如下所述。

(一) 環境屬性滿意度：

環境屬性滿意度以環境輕鬆具休閒氣氛為最高之滿意度。而最低的滿意度則是廁所清潔。因此管理單位就必須在廁所的衛生清潔度，加以改善，以免來此進行登山健行之民眾向隅。

(二) 地方依附：

地方依附以我對柴山步道有強烈的認同感最為重要認同感。由此可知，相關管理單位應讓登山健行者能夠對此地方認同，可以從各種媒體管道宣傳相關訊息或增加行銷手法，以讓登山健行者對柴山有高度的認同。

（三）行為意圖：

行為意圖以我會推薦並鼓勵親朋好友到柴山進行登山健行活動最令人滿意。因此相關管理單位除了應該要保持環境屬性的整體滿意度外，還要盡力建立口碑，讓民眾得以推薦他人來此地進行登山健行。

（四）環境屬性重視度：

環境屬性重視度以環境維護良好為最高之重視度，而人文史跡景觀則為低度重視。因此相關管理單位更應以環境維護為最高管理原則，讓民眾來柴山進行登山健行時，享受一個美好且無汙染的空間。

二、人口統計變項在各研究變項上之差異性比較

（一）不同人口統計變項在環境屬性滿意度之差異

根據本研究結果指出，不同年齡及教育程度之登山健行者在環境屬性滿意度存在顯著差異。在年齡方面，30-49歲的登山健行者在「社會環境滿意度」這個子構面顯著高於其它之登山健行者。而在教育程度方面，研究所以上的登山健行者在「實體環境滿意度」、「經營管理滿意度」與「活動設施滿意度」這三個子構面中平均分數顯著高於其它族群的登山健行者。

（二）不同人口統計變項在地方依附之差異

根據本研究結果指出，不同性別之登山健行者在地方依附感存在顯著差異。在性別方面，男性現場觀眾的地方依附感平均分數顯著高於女性現場觀眾。

三、研究模型之發現

本研究以柴山自然公園之登山健行者為研究對象，利用一般線性模式的路徑分析探討登山健行者的環境屬性滿意度、地方依附對行為意圖的影響，而由研究結果顯示，環境屬性滿意度、地方依附與行為意圖的影響等變項均有正向相關；其中環境屬性滿意度對地方依附及行為意圖均有顯著影響，而環境屬性滿意度對行為意圖的間接效果也有顯著影響。地方依附對行為意圖有顯著影響，這表示三個構面是相輔相成的，提高環境屬性之滿意度，加強民眾的依附感，皆會提高對柴山自然公園之推薦、分享及再遊意願。

第二節 建議

一、對高雄柴山自然公園未來管理或行銷之建議

本研究以登山健行者對環境的需求條件之立場進行研究，期待能解決實體、社會、經營管理、活動施設管理等問題，以滿足遊憩環境需求。根據研究結果及討論，本研究對高雄柴山自然公園未來行銷或管理方式提出以下幾點建議：

(一) 舉辦登山健行活動

在生態承載量的容許範圍下，時常舉辦登山健行活動，由相關單位藉活動過程中，教育民眾登山健行有許多的益處，不僅帶來健康與更多親友之情感交流，使登山健行者對參與登山健行之行為意圖程度能提高，視登山健行活動為主要休閒運動，進而對高雄柴山自然公園步道能有更深的情感的聯繫及產生依戀與認同感。

（二）台灣彌猴之管理

台灣彌猴是保育類動物，根據高雄市政府委託國立屏東科技大學的研究報告顯示，柴山目前的台灣彌猴數約有 1049 到 1200 隻間（引述呂明正，2010/4/20），近年來入侵民宅情形及搶奪民眾食物事件層出不窮，動物行為學家建議，在柴山尋找一個固定區域誘導彌猴群聚起來，一來增添高雄市一個獨特的觀光特點，二來可以解決彌猴入侵民宅問題（引述呂明正，2010/4/20），本研究顯示動物鳥類景觀為柴山自然公園的優勢，因此政府單位勢必注重台灣彌猴管理等問題。

（三）改善服務缺口

高雄柴山自然公園已經於 2010 年下半年度升格為國家自然公園，因此更應該積極改善廁所環境、增設停車空間、加強環境維護、設立緊急的醫療小站等，除了政府主管單位的建設外，亦可由業界與工商企業捐贈、協助興建或認養維護等，並建立優良登山健行之環境，才是永續的經營及發展觀光的根本。

（四）規劃出無噪音步道

在社會環境屬性的遊客不會過度喧嘩嘈雜此項，建議管理單位可規劃出一條無噪音步道，規定此條路線不能大聲喧嘩或輕聲細語，讓喜歡寧靜環境的民眾得以進行登山健行活動，以提高整體滿意度。

二、對未來相關研究之建議

本研究在過程中有許多先天上的研究限制或是後天上的不足，仍需後續研究者進行更加深入及完整的分析及研究，因而在此提供以下之建議，作為後續研究者之參考。

（一）擴大研究範圍

本研究在實證對象的選取上，因研究樣本取得之便利性以及步道屬性，因而僅針對柴山之登山步道進行探討，而無法涵蓋南部地區所有的登山步道；因此建議後續研究者可擴大研究範圍，將不同屬性之登山步道予以調查，並且可針對不同類型之登山健行步道進行其環境屬性以及地方依附之差異比較。

（二）加入質性研究

建議研究者，可加入質性研究的部份，例如：深度訪談法等，更能進一步地瞭解環境屬性與地方依附的影響程度，同時深入瞭解登山健行者的想法及感受，而得到更具有價值性的建議。

參考文獻

中文部分：

- 5658 高雄旅遊網 (2009)。柴山－高雄旅遊景點。網站來源：
<http://www.5658.com.tw/5658/kscg/b09.htm>
- 中台醫護技術學院通識教育中心 (2004)。聽看大坑。臺北：
遠足文化。
- 方寶儀 (2004)。主題樂園之遊憩滿意與品牌認同感、品牌權益關係之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 王小璘 (1998)。都市綠園道遊憩活動特性與環境屬性之研究－以台中市經國園道為例。造園學報，6 (2)，5-8。
- 王正平、曾涵堃 (2004)。影響秀姑巒泛舟活動滿意度因子之研究。2004年兩岸觀光旅遊產業之新挑戰學術研討會，私立銘傳大學觀光學院，桃園縣，時間：2004年11月6日 - 11月7日。
- 台灣之光旅遊體驗網 (2009)。柴山自然公園。網站來源：
http://www.lighttaiwan.com/travel_area.aspx?table_type=scenic&this_id=2445
- 交通部觀光局 (2009)。2008年國人旅遊狀況調查，臺北：交通部觀光局。
- 行政院主計處 (2008)。2007年社會指標統計年報，臺北：行政院主計處。
- 行政院體育委員會 (2003)。我國國民運動意識。臺北：行政院體育委員會。
- 池文海、林憬 (2004)。運用SEM模式探討遊客滿意度－以

- 花蓮縣為例。觀光研究學報，10（2），35-53。
- 宋玉麒（2006）。探索樂園遊客遊憩體驗滿意度之研究。旅遊管理研究，6（2），125-147。
- 林經富、劉秀端、林經鈞（2008）。郊山登山者之動機、體驗與利益之調查研究。臺灣體育運動管理學報，6，81-98。
- 林欣慧（2001）。解說成效對休閒效益體驗之影響研究－以登山健行為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 林靜芳（2004）。清境地區民宿旅客再宿意願之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，臺中縣。
- 林嘉男、許毅璿（2007）。人與環境關係之論述－釐清「地方感」、「地方依附」與「社區依附」在環境研究上的角色。環境教育研究，5（1），41-71。
- 呂明正（2010/4/20）。議員主張將柴山獼猴誘導集中。臺灣時報，南部新聞版。
- 邱顯仁、吳淑女（2004）。公園使用者對城市公園產生依附感之因素研究。運動休閒管理學報，1（2），104-129。
- 李海清（2006）。臺灣地區休閒潛水環境屬性與地方依附關係之研究。未出版碩士論文，銘傳大學。臺北市。
- 李秋芳（2002）。國家公園相關法規與登山活動。高山嚮導員研習會輯，中華民國健行登山會。
- 李炳昭、陳一之（2009）。登山步道遊憩吸引力、服務品質、遊客滿意度與忠誠度影響模式建構之研究。休閒產業管理學刊，2（2），48-65。
- 李季隆（2004）。服務品質、顧客價值、顧客滿意度與行為意

- 圖之關聯性探討－以屈臣氏連鎖藥妝店為例。未出版碩士論文，國立高雄第一科技大學，高雄市。
- 李賢哲（2004）。服務品質、顧客滿意度與行為意圖間關係之研究－以台北市牙醫診所為例。未出版碩士論文，大同大學，臺北市。
- 沈進成、曾慈慧、林映秀（2008）。遊客休閒涉入、體驗、依附影響之研究-以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例。新竹教育大學人文社會學報，1，113-132。
- 沈進成、謝金燕（2003）。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究－以高雄佛光山為例。旅遊管理研究，3（1），79-95。
- 吳明隆、涂金堂（2005）。SPSS 與統計應用分析。臺北：五南。
- 吳豐州（1997）。大家做夥來爬山。臺北：鍾郡。
- 吳佩真、吳俊奇、吳逸華譯（2005）。登山聖經第七版。臺北：商周出版。（Steven M.Cox., & Kris Fulsaa.,2002）
- 政大統計所（1991）。國民旅遊模式及遊憩行為分析。臺北：交通部觀光局。
- 許惠玲（2008）。參與登山健行之高齡者其休閒涉入、休閒效益及幸福感關係之研究-以高雄縣市郊山為例。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。
- 侯錦雄（1990）。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究。未出版博士論文，國立台灣大學，臺北市。
- 葉茂生（2001）。澎湖吉貝島對海域遊憩活動滿意度之研究。未出版碩士論文，世新大學，臺北市。
- 葉夏全、李明聰（2008）。柴山自然公園登山客地方依附影響

- 其社會和環境知覺之探討。第五屆服務業管理與創新學術研討會，私立南台科技大學，台南縣，時間：2008年10月22日。
- 黃德雄（2003）。臺灣長程遊憩山徑環境特質之研究。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
- 黃淑君、薛毓屏、林育慧（1999）。遊憩單車使用者對單車活動的實質環境屬性偏好之研究。戶外遊憩研究，12（4），43-60。
- 黃淑為（1999）。影響登山步道環境屬性偏好因子之探討-以陽明山國家公園為例。未出版碩士論文，國立臺灣大學園，臺北市。
- 黃宗和（2005）。仁者樂山。載於吳佩真、吳俊奇、吳逸華（譯），登山聖經第七版。臺北：商周出版。（Steven M.Cox., & Kris Fulsaas.,2002）
- 塗三賢、汪大雄、林振榮（2000）。扇平森林生態園遊憩滿意度分析-LISREL模型之應用。台灣林業科學，15（2），189-200。
- 陳水源、李明宇、劉淑媚（1986）。遊憩機會系列專論選集。臺北：國立台灣大學。
- 陳霈瑄（2010）。柴山國家自然公園下半年將掛牌。高雄市議會會刊，152，25-30。
- 陳維霖（2000）。登山學。臺北：國家。
- 陳鴻雁、楊志顯（1999）。國民參與休閒運動人口調查。臺北：行政院體育委員會。
- 陳鴻雁（2003）。我國國民運動意識之調查研究。臺北：行政院體育委員會。

- 陳永龍 (2001)。環境倫理、登山安全與入山管制-兼論登山教育與建構本土的登山學。2001年全國登山研討會，太魯閣國家公園管理處。花蓮縣，時間：2001年4月14日-4月15日。
- 陳永龍 (2007)。台灣山區整合性登山管理制度之研究-朝向入出山登記報備制的再思考。2007年全國登山研討會，行政院農業委員會林務局，臺北市，時間：2007年11月9日-11月10日。
- 陳麗如 (1994)。遊客對海灘遊憩區環境屬性需求之研究-以墾丁國家公園南灣海灘遊憩區為例。未出版碩士論文，逢甲大學，台中市。
- 陳俊男 (2004)。七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗與遊憩滿意度之研究。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 陳嘉雯 (2006)。登山健行活動之登山客持續涉入、休閒效益與幸福感關係之研究。未出版碩士論文，銘傳大學，臺北市。
- 陳佳葳 (2003)。台灣地區國家公園遊憩環境體驗之研究。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。
- 陳勁甫、蔡孟桓、李佳玲、陳佩君、陳美惠 (2007)。遊客參與事件活動動機、滿意度、知覺價值與行為意圖之研究—以「2005虎頭埤水與綠嘉年華」為例。環境與管理研究，8(1)，60-73。
- 陳冠曲、林喻東 (2006)。溪頭森林遊樂區遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向之研究。臺大實驗林研究報告，20(4)，261-277。

- 張乃允 (2008)。登山步道遊客目的地意象、地方依附與行為意圖之關係研究。未出版碩士論文，國立雲林科技大學，雲林縣。
- 張良漢、蘇士博、王偉琴 (2006)。不同活動涉入程度對地方依戀之研究。運動休閒管理學報，3(2)，1-18。
- 張良漢 (2006)。建構登山健行者活動涉入與地方依戀影響模式。體育學報，39(4)，163-178。
- 張良漢 (2008)。建構登山健行者休閒利益與休閒滿意之關係：休閒內在動機、休閒體驗所扮演的角色。大專體育學刊，10(3)，27-40。
- 張孝銘 (2006)。登山冒險遊憩行為模式之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 張孝銘、林芄任、李城忠 (2009)。登山冒險遊憩持續涉入模式之研究。運動休閒管理學報，6(1)，133-151。
- 張啟良 (1988)。遊憩品質之研究-以森林遊樂區為例。未出版碩士論文，國立成功大學，台南市。
- 張蕙芳 (1999)。逃離與追尋－登山的社會學研究(以兩個登山團體為例)。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
- 曾秉希 (2003)。地方居民對台中市梅川親水公園依附感之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 曾詩馨、李明聰 (2010)。古蹟旅遊之地方依附、休閒涉入與滿意度關係之研究－台南市安平古堡遊客為例。稻江學報，4(2)，1-13。
- 曹正、李瑞瓊 (1990)。觀光地區遊憩活動設施規劃設計準則研究報告。臺北：交通部觀光局。
- 曹勝雄、孫君儀 (2009)。建構地方依附因果關係模式。地理

- 學報，55，43-63。
- 楊建夫（2001）。臺灣的山脈。臺北：遠足文化。
- 楊雅婷（2008）。大社觀音山風景區步道登山健行者之休閒涉入與地方依戀關係之研究。未出版碩士論文，國立高雄應用科技大學，高雄市。
- 維基百科（2009）。柴山自然公園。網站來源：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw>
- 詹欣琪（1999）。都市綠園道遊憩活動特性與環境屬性之研究 - 以台中市經國園道為例。未出版碩士論文，東海大學，台中市。
- 葛樹人（1994）。心理學測驗。台北：桂冠書局。
- 歐雙磐、侯錦雄（2007）。登山者遊憩專門化與登山類型偏好，戶外遊憩研究，20(4)，51-74。
- 廖明豐（2003）。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 蔡旻熹（2009）。自行車道遊憩環境屬性及遊客休閒滿意度影響重遊意願之研究。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。
- 鄭勵君、李海清、邱金松（2007）。墾丁海域休閒潛水者對地方依附重要性與環境屬性滿意度之研究。大專體育學刊，9（4），53-60。
- 鄭秀玲、陳信吉、鍾志強（2007）。地方居民對澎湖縣觀音亭園區地方依附之研究。2007年國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會，私立吳鳳技術學院，嘉義縣，時間：2007年11月24日 - 11月25日。

- 鄭秀玲 (2008)。澎湖居民之地方意象、地方依附與行為意圖關係之研究－以觀音亭園區為例。未出版碩士論文，國立雲林科技大學，雲林縣。
- 鄭建民、高俊雄、鄭憲成 (2004)。高雄市柴山遊憩資源與使用評估之研究。第四屆中華民國運動與休閒管理國際學術研討會，國立臺灣師範大學，臺北市，時間：2004年3月13日-3月14日。
- 劉季華 (2006)。比較台灣與大陸遊客其環境屬性、遊憩滿意度與目的地口碑關係之研究－以阿里山森林遊樂區為例。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。
- 劉毓妮、林晏州 (1993)。遊客對激流泛舟環境屬性偏好之研究。戶外遊憩研究，6(3)，53-75。
- 劉怡雯 (2007)。地方依附、環境屬性對社區景點意象塑造之影響。未出版碩士論文，世新大學，臺北市。
- 劉俊志 (2004)。居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依附差異探討。未出版碩士論文，國立東華大學，花蓮縣。
- 劉珈灝 (2008)。自行車使用者對遊憩涉入、地方依附和滿意度之關係－以愛河自行車道為例。未出版碩士論文，國立高雄應用科技大學，高雄市。
- 聶筱秋、胡中凡等譯 (2003)。環境心理學。臺北：桂冠圖書股份有限公司。(Bell, A. P., Greene, C. T., Fisher, D. J., & Baum, A. (1996). Environmental Psychology, Fort Worth: Harcourt College Publishers).
- 蕭瑞貞 (1998)。遊客重遊行為對其遊樂區屬性忠誠度關係之研究－以劍湖山世界為例。未出版碩士論文，逢甲大學，台中市。

鐘士佳、高育芸、李英弘（2006）。高雄市城市光廊場所依戀之研究，*中華建築學刊*，2(2)，3-16。

英文部分：

- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction, behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Boulding, W. A. K., Staelin, R. S., & V. A. Zeithaml. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectation to behavioral intention. *Journal of Marketing Research*, 30, 7-27.
- Burns, R. C., Graefe, A. R., & Absher, J. D. (2003). Alternate measurement approaches to recreational customer satisfaction: Satisfaction-only versus gap scores. *Leisure Sciences*, 25, 363-380.
- Bricker, K. S., & Kerstetter, L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22, 233-257.
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research(2nd ed.)*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Education, Inc.
- Cronin, J. J., Brady, M.K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Driver, B. L., & Bassett, J. R. (1997). Problem of defining and measure the preferences of river recreations. U.S. , *USDA*

- Forest Service*, 267-272.
- Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction. *Environment & Behavior*, 11(4), 483-510.
- Editorial, A. (2008). Communicating place, space and mobility. *Journal of Pragmatics*, 2, 1-8.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior (8th ed.)*. Fort Worth: Dryden Press.
- Flexner, S. B., & Hauck, L. C. (1987). *The Random House Dictionary of the English Language Unabridged (2nd ed.)*. New York, Random House Inc.
- Galliano, S. J., & Loeffler, G. M. (1999). *Place Assessment: How people define ecosystem.pacific northwest research station*. Portland, Oregon. U. S. Department of Agriculture, Forest Service General Technical Report, PNW-GTR-462.
- Hummon, D. M. (1992). *Community attachment: local sentiment and sense of place*. In: Altman, I. and Low, S. M. (eds.) *Place Attachment*, New York: Plenum Press.
- Hwang, S. N., Lee, C., & Chen, H. J. (2005). The relationship among recreationists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan national parks. *Tourism Management*, 26(2), 143-156.
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.

- Hollen, h. S., Olson, D., & Fortney, R. (1992). Use of Important-Performance Analysis to Evaluate State Park Cabins: The case of The West Virginia State Park System. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10(1), 1-11.
- Kaltenborn, B. P. (1997). Nature of Place Attachment: A Study Among Recreation Homeowners in Southern Norway. *Leisure Sciences*, 19, 175-189.
- Kim, S. S., Lee, C., & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factor at Korean national parks. *Tourism Management*, 24, 169-180.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.
- Lawson, S. R., & Manning, R. T. (2002). Tradeoffs among social, resource, and management attributes of Denali wilderness experience : a contextual approach to normative research. *Leisure Science*, 6, 297-312.
- Len, M. H. (2008). Examining state dependence and place attachment within a recreational fishing site choice model. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 110-127.
- Lodico, M.G., Spaulding, D.T., & Voegtle, K.H. (2006). *Methods in educational research: From theory to practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

- Manning, R. E. (1986). *Studies in outdoor recreation: A review and synthesis of the social science literature in outdoor recreation*. Corvallis O. R.: Oregon State University Press.
- Marr, J. W. (1986). Letting the customer be the judge of quality. *Quality Progress*, 19(10), 46-49.
- McCool, S. F., Stskey, G. H., & Clark, R. N. (1984). Choosing recreation setting: Processes, Findings, and Research Directions, *Symposium on Recreation Choice Behavior*. (PP.1-8) USDA Forest Service.
- Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: the case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16, 17-31.
- Oh, H.(1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: 78 A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67-82.
- O ' Sullivan, R. L. (1991). *Marketing for parks, recreation, and leisure*. State College, PA: Venture.
- Rust, R. T., & Zahorik, A. (1993). Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. *Journal of Retailing*, 69, 194-215.
- Sampon, S. E., & Showalter, M. J. (1999). The performance -importance response function: Observations and implications. *Service Industries Journal*, 19, 1-25.
- Truong, T. H., & Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of

- Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management*, 27, 842-855.
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49, 830-840.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
- Williams, D. R., & Patterson, M. E. (1999). Environmental psychology: Mapping Landscape meanings for ecosystem management. In H. K. Cordell and J. C. Bergstrom (Eds). *Integrating Social Sciences and Ecosystem Management : Human Dimensions in Assessment, Policy and Management*. Champaign, IL: Sagamore.
- Wong, J., & Law, R. (2003). Differences in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hong Kong. *Tourism Management*, 24, 401-410.
- Zeithaml, V. A, Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

附錄

預試問卷

登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之研究

您好！本問卷為學術性質的研究問卷，目的在於了解登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之相關研究。請依照自己的實際感受填答問題，並提供您寶貴的意見。所有資料僅供學術使用，請安心填答。非常感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康、登山愉快

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：林房儷 教授

研究生：黃國峻 敬上

請你在下列各項問題，按照您實際的看法，在『』中打勾。

[第一部分] 環境屬性

我對登山健行地區

我對蘭潭後山

重要程度認定

的滿意情形

非
常
不
重
要
不
重
要
普
通
重
要
非
常
重
要

非
常
不
滿
意
不
滿
意
普
通
滿
意
非
常
滿
意

實質環境屬性

1 空氣清新 -----

2 風景優美 -----

3 溫度舒適 -----

	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
4 地形地貌豐富	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 植物景觀多樣性	--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 動物鳥類景觀	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 人文史跡景觀	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 環境輕鬆具休閒氣氛	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
社會環境屬性										
1 有機會結識新朋友		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 有地方可以與朋友聊天		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 有提供適合休息聚會的地方		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 可增進親友的感情		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 其它遊客不會過度喧嘩嘈雜		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 居民對遊客友善態度		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 其他遊客活動是否影響自己		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
經營管理屬性										
1 提供旅遊景點資訊		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
2 環境維護良好	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 景點宣傳與推廣	--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 提供遊客申訴問題的管道		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 攤販排列整齊	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 販售的商品價格合理		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 服務人員態度良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
活動設施屬性										
1 停車空間足夠	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 危險地區警告標誌明顯		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 提供緊急的醫療服務		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 交通系統方便容易到達		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 廁所清潔	-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 戶外遊憩設施完善		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 動線導覽指標清楚		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 餐廳清潔	-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

非					非				
常					常				非
不	不			常	不	不			常
重	重	普	重	重	滿	滿	普	滿	滿
要	要	通	要	要	意	意	通	意	意

9 餐食美味可口 ---- |

非
常
不
同
意

非
常
不
同
意

非
常
不
同
意

普
通
意

普
通
意

普
通
意

[第二部分] 地方依附

- 1 沒有其他的自然登山健行環境，可 -----
以與此地相比
- 2 在此地登山健行所獲的之滿足感， -----
遠超過其他地方
- 3 此地是我空閒時十分喜歡去的地方 -----
- 4 比起其他登山步道景點，在此地登 -----
山健行讓我感覺滿意
- 5 來過此地之後，我會喜歡到跟此地 -----
相似的登山健行步道遊憩地點
- 6 此地對我的重要性，遠超過其他登 -----
山健行遊憩景點
- 7 沒有其他登山健行的場所，可以代 -----
替此地

非
常
不
同
意

不
同
意

普
通

同
意

非
常
同
意

- 8 在此地享受的樂趣比在其他登山健行遊憩景點多 -----
- 9 相較於其他登山健行遊憩景點，我更滿意此地的環境規劃 -----
- 10 此地對我而言有很多意義 -----
- 11 此地對我而言充滿了回憶 -----
- 12 我認同於此地登山健行步道的規劃 -----
- 13 我對於此地感到信賴 -----
- 14 對我來說，此地是我生活的一部份 -----
- 15 對我來說，此地十分特別 -----
- 16 我願意多花一些時間在此地上 -----
- 17 拜訪此地讓我感到很自在 -----
- 18 拜訪此地能幫助我找尋所要的生活型態 -----

[第三部分] 行為意圖

- 1 我會推薦並鼓勵親朋好友到此地進行登山健行活動。 -----
- 2 我會與親朋好友分享在此地進行登山健行的經驗及感受。 -----

非
常
不
同
意

不
同
意

普
通

同
意

非
常
同
意

3 在未來，我仍願意前往此地進行登山-----
健行活動。

[第四部分] 基本資料

- 1 性別：男 女
- 2 年齡：19歲以下 20-29歲 30-39歲
40-49歲 50歲以上
- 3 職業：軍警消防 公教人員 工 商 農
服務業 學生 其他_____
- 4 教育程度：高中(職)以下 專科 大學 研究
所以上
- 5 月收入：20,000 以下 20,001-35,000 35,001
-50,000 50,001-65,000 65,001 以上

整份問卷到此結束，非常感謝您的協助！

附錄

正式問卷

登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之研究

您好！本問卷為學術性質的研究問卷，目的在於了解登山健行者對環境屬性、地方依附與行為意圖關係之相關研究。請依照自己的實際感受填答問題，並提供您寶貴的意見。所有資料僅供學術使用，請安心填答。非常感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康、登山愉快

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：林房儷 教授

研究生：黃國峻 敬上

請你在下列各項問題，按照您實際的看法，在『』中打勾。

[第一部分] 環境屬性

	我對登山健行地區 重要程度認定	我對柴山(壽山) 的滿意情形
	↓	↓
	非 常 不 重 要	非 常 不 滿 意
	不 重 要	不 滿 意
	普 通	普 通
	重 要	重 滿 意
	非 常 重 要	非 常 滿 意
實質環境屬性		
1 風景優美 -----	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2 地形地貌豐富 ----	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3 植物景觀多樣性 --	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
4 動物鳥類景觀	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 人文史跡景觀	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 環境輕鬆具休閒氣氛	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
社會環境屬性										
1 有地方可以與朋友聊天	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 有提供適合休息聚會的地方	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 可增進親友的感情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 其它遊客不會過度喧嘩嘈雜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 居民對遊客友善態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
經營管理屬性										
1 提供旅遊景點資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 環境維護良好	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 提供遊客申訴問題的管道	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 攤販排列整齊	----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
5 販售的商品價格合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 服務人員態度良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
活動設施屬性										
1 停車空間足夠	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 危險地區警告標誌明顯	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 提供緊急的醫療服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 交通系統方便容易到達	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 廁所清潔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 戶外遊憩設施完善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 動線導覽指標清楚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

非
常
不
同
意

不
同
意

普
通

同
意

非
常
同
意

[第二部份] 地方依附

- 1 我喜歡沿著柴山步道健行勝於其他 -----
區的步道。
- 2 我到柴山步道休閒遊憩比起其他地 -----
區步道獲得較大的滿意度。
- 3 到柴山登山健行比到其它任何地區 -----
登山健行重要。
- 4 若要登山健行我不會以其他地區的 -----
步道代替這裡。
- 5 柴山對我而言很有意義。 -----
- 6 我對柴山登山步道的情感勝過其它 -----
步道。
- 7 我對柴山步道有強烈的認同感。 -----
- 8 我對柴山步道以及到這裡登山健行 -----
的人有特殊的情誼。

非
常
不
同
意

不
同
意

普
通

同
意

非
常
同
意

[第三部分] 行為意圖

- 1 我會推薦並鼓勵親朋好友到柴山進行-----
登山健行活動。
- 2 我會與親朋好友分享在柴山進行登山-----
健行的經驗及感受。
- 3 在未來，我仍願意前往柴山進行登山-----
健行活動。

[第四部分] 基本資料

- 1 性別：男 女
- 2 年齡：19歲以下 20-29歲 30-39歲
40-49歲 50歲以上
- 3 職業：軍警消防 公教人員 工 商 農
服務業 學生 其他_____
- 4 教育程度：高中(職)以下 專科 大學 研究
所以上
- 5 月收入：20,000以下 20,001-35,000 35,001
-50,000 50,001-65,000 65,001以上