

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management


College of Management

Nanhua University

Master Thesis

女性到歐洲自助旅行行為意圖之探討

A Study on Exploring Women's European
Self-Travel Behavioral Intention



顏嘉文

Chia-Wen Yen

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 107 年 6 月

June 2018

南 華 大 學
旅 遊 管 理 學 系 旅 遊 管 理 碩 士 班
碩 士 學 位 論 文

女性到歐洲自助旅行行為意圖之探討
A Study on Exploring Women's European Self-Travel
Behavioral Intention

研究生：顏嘉文

經考試合格特此證明

口試委員：李佐玲

于恩

丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 107 年 6 月 19 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
106學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：女性到歐洲自助旅行行為意圖之探討

研究生：顏嘉玟

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

隨著交通便利與資訊科技的發展，到國外自助旅行的人數逐年攀升，一趟自助旅行雖然充滿著獨特的回憶，但相對地，從決定參與自助旅行開始，也必須付出相當的心力去規劃和安排行程，此外，更要有能力和體力去應付旅途中面臨的一切挑戰和變數。根據統計，近年來女性到歐洲自助旅行的人口數增加比率高於男性，究竟是什麼因素吸引女性從事歐洲自助旅行，值得我們加以探究。

本研究以計畫行為理論為架構，探討影響女性從事歐洲自助旅行行為意圖之相關因素。本研究採用問卷調查法，以便利抽樣之方式共回收有效問卷492份，並運用SPSS及結構方程模式進行資料分析與假設驗證。

研究結果顯示：

- (一) 女性從事歐洲自助旅行的「態度」對於「行為意圖」有正向影響。
- (二) 女性從事歐洲自助旅行的「知覺行為控制」對「實際行為」有正向影響。
- (三) 女性從事歐洲自助旅行的「行為意圖」對「實際行為」有正向影響。
- (四) 旅遊次數在「知覺行為控制」對「實際行為」的關係有干擾效果。
- (五) 旅遊次數在「行為意圖」對「實際行為」的關係有干擾效果。

根據本研究結果與結論，提出建議，供尚未從事歐洲自助旅行的女性、歐洲自助旅行愛好者、官方旅遊單位及後續研究者作為參考。

關鍵詞：計畫行為理論、歐洲自助旅行、女性

Title of Thesis: A Study on Exploring Women's European Self-Travel
Behavioral Intention

Name of Institute: Master program in Tourism management, Department
of Tourism Management, Nanhua University

Graduate Date: June 2018

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Chia-Wen Yen

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

With the convenience of transportation and the fast-developed information technology, more and more people choose to travel abroad on their own. Although a self-travel trip can be unique and unforgettable, it takes a lot of efforts and time to plan and prepare beforehand. Besides, self-travelers must be strong and tough enough to deal with all the challenges happening during the trip. However, the number of females who travel to Europe is getting higher and higher. The reason why more and more females are traveling to European countries independently is what we want to explore.

Based on the Theory of Planned Behavior, the purpose of this study is to find out the factors that attract females to participate in European self-travel. The researchers sent questionnaires online and got 492 valid questionnaires back. SPSS and Structure equation modeling (SEM) are used to analyze the data and test the hypotheses.

The results of this study are as following:

- (1)Female's attitude towards European self-travel significantly affect their behavioral intention towards European self-travel.
- (2)Female's perceived behavioral control towards European self-travel significantly affect their behavior towards European self-travel.
- (3)Female's behavioral intention towards European self-travel significantly affect their behavior towards European self-travel.
- (4)Number of European self-travels shows an evident impact on the degree of influences of perceived behavioral control and behavior.
- (5)Number of European self-travels shows an evident impact on the degree of influences of behavioral intention and behavior.

According to the result, we offer some suggestions for women who would like to experience European self-travel, European self-travel lovers, public sectors, travel agencies and other researchers.

Keywords: Theory of Planned Behavior, European Self-Travel, Female

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目 錄.....	iii
圖目錄.....	vi
表目錄.....	vii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	5
1.3 研究範圍與對象.....	5
1.4 研究流程.....	6
第二章 文獻探討.....	7
2.1 計畫行為理論與相關研究.....	7
2.1.1 計畫行為理論發展歷程與內涵.....	7
2.1.2 計畫行為理論相關研究.....	15
2.2 自助旅行之理論與相關研究.....	16
2.2.1 自助旅行的定義與相關研究.....	17
2.2.2 自助旅行的特性與相關研究.....	19
2.2.3 女性自助旅行之相關研究.....	23
2.2.4 自助旅行次數與行為之相關研究.....	25
第三章 研究方法.....	27
3.1 研究架構與假說.....	27
3.2 研究對象與內容.....	28
3.3 問卷設計.....	29

3.3.1 個人基本資料	29
3.3.2 態度構面之衡量	29
3.3.3 主觀規範構面之衡量	30
3.3.4 知覺行為控制構面之衡量	31
3.3.5 行為意圖構面之衡量	31
3.3.6 實際行為構面之衡量	32
3.4 資料分析方法	32
3.5 前測信效度分析	34
第四章 研究結果與討論	38
4.1 樣本基本資料分析	38
4.2 描述性統計分析	42
4.2.1 女性從事歐洲自助旅行態度	42
4.2.2 女性從事歐洲自助旅行主觀規範	43
4.2.3 女性從事歐洲自助旅行知覺行為控制	44
4.2.4 女性從事歐洲自助旅行行為意圖	45
4.2.5 女性從事歐洲自助旅行實際行為	46
4.3 信效度分析	46
4.3.1 態度因素分析	47
4.3.2 主觀規範因素分析	47
4.3.3 知覺行為控制因素分析	48
4.3.4 行為意圖因素分析	49
4.3.5 實際行為因素分析	50
4.4 結構方程整體模型分析	51
4.4.1 整體模型	51

4.4.2 旅遊次數多寡對模型的干擾效果分析.....	60
第五章 結論與建議.....	66
5.1 研究結論.....	66
5.2 建議.....	68
5.2.1 研究建議.....	68
5.2.2 實務建議.....	69
5.3 研究貢獻.....	70
參考文獻.....	71
附錄 正式問卷.....	77



圖目錄

圖 1.1 2007-2017 年中華民國國民出國到歐洲總人次變化.....	4
圖 1.2 研究流程圖.....	6
圖 2.1 命題控制理論架構 (Dulany, 1968).....	8
圖 2.2 理性行為理論架構 (Fishbein & Ajzen, 1975).....	10
圖 2.3 計畫行為理論架構 (Ajzen, 1985).....	12
圖 2.4 常規性決策與外延性決策的關係.....	26
圖 3.1 研究架構圖.....	27
圖 4.1 研究結構模型概念圖.....	51
圖 4.2 女性從事歐洲自助旅行路徑圖.....	58
圖 4.3 干擾效果路徑關係圖.....	61

表目錄

表 1.1 中華民國國民出國人數統計	1
表 1.2 中華民國男性／女性出國人數統計	2
表 1.3 中華民國國民海外旅遊方式比較	3
表 2.1 計畫行為理論之相關研究.....	15
表 2.2 國外自助旅行定義之相關研究	17
表 2.2 國外自助旅行定義之相關研究(續).....	18
表 2.3 國內自助旅行定義之相關研究	18
表 2.3 國內自助旅行定義之相關研究(續).....	19
表 2.4 自助旅行與跟團旅遊之優缺點	20
表 3.1 態度量表.....	30
表 3.2 主觀規範量表.....	30
表 3.3 知覺行為控制量表.....	31
表 3.4 行為意圖量表.....	32
表 3.5 實際行為量表.....	32
表 3.6 態度前測因素分析表.....	35
表 3.7 主觀規範前測因素分析表.....	35
表 3.8 知覺行為控制前測因素分析表	36
表 3.9 行為意圖前測因素分析表.....	36
表 3.9 行為意圖前測因素分析表(續).....	37
表 3.10 實際行為前測因素分析表	37
表 4.1 樣本基本資料分析.....	40
表 4.3 態度相關題項分析表.....	43
表 4.4 主觀規範相關題項分析表.....	44

表 4.5 知覺行為控制相關題項分析表	45
表 4.6 行為意圖相關題項分析表.....	46
表 4.7 實際行為相關題項分析表.....	46
表 4.8 態度因素分析表.....	47
表 4.9 主觀規範因素分析表.....	48
表 4.10 知覺行為控制因素分析表	49
表 4.11 行為意圖因素分析表.....	50
表 4.12 實際行為因素分析表.....	50
表 4.13 理論模式適配度分析表.....	52
表 4.14 整體模型驗證性收斂效度分析表	53
表 4.14 整體模型驗證性收斂效度分析表(續).....	54
表 4.15 區別效度檢查表.....	54
表 4.16 整體模型路徑關係檢定表	57
表 4.17 旅遊次數干擾效果路徑檢定表	60
表 4.18 旅遊次數模型路徑檢定表	63
表 4.19 旅遊次數模型 t 值檢定表	64
表 4.20 旅遊次數模型 P 值檢定表	64

第一章 緒論

本章分為四節，第一節敘述研究背景與動機；第二節提出研究目的；第三節界定研究範圍與對象；第四節指出研究流程。

1.1 研究背景與動機

在各式各樣的休閒活動中，出國旅行可以使人們離開慣有的生活圈，讓自己置身於新環境、感受新的事物、體驗不同的生活方式和文化，且近年來隨著經濟快速發展及國民所得提高，讓出國旅遊不再是遙不可及的夢想。根據交通部觀光局的統計資料，如表 1.1 所示，2006 年的台灣出國總人數約為 867 萬人次，2011 年的台灣出國總人數約為 958 萬人次，到 2016 年則增加到約 1458 萬人次，統計出近十年的出國人數成長率高達 68%，由此可見，對國人而言，出國旅遊漸漸成為生活的一部分，且扮演著越來越重要的角色。

表 1.1 中華民國國民出國人數統計

年度	人次	成長率	指數 (80 年=100)	觀光外匯支出(美元)
2006 (95 年)	8,671,375	5.64	257.61	8,746,000,000
2007 (96 年)	8,963,712	3.37	266.30	9,070,000,000
2008 (97 年)	8,465,172	-5.56	251.48	8,451,000,000
2009 (98 年)	8,142,946	-3.81	241.91	7,800,000,000
2010 (99 年)	9,415,074	15.62	279.70	9,358,000,000
2011 (100 年)	9,583,873	1.79	284.72	10,112,000,000
2012 (101 年)	10,239,760	6.84	304.20	10,630,000,000
2013 (102 年)	11,052,908	7.94	328.36	12,304,000,000
2014 (103 年)	11,844,635	7.16	351.88	13,998,000,000
2015 (104 年)	13,182,976	11.30	391.64	15,502,000,000
2016 (105 年)	14,588,923	10.66	433.41	16,574,000,000

資料來源：交通部觀光局統計資料 (2006~2016)、研究者整理

除了出國旅遊的人數不斷攀升外，從表 1.2 可知，和男性出國人數相比，近十年女性出國人數有了大幅的變化，2007 年的台灣女性出國總人數約 388 萬人次，2012 年的台灣女性出國總人數約為 469 萬人次，到 2017 年則增加到約 787 萬人次，統計出近十年的女性出國人數成長率高達 103%，甚至於 2017 年超越了男性出國的人數，高出約 0.6 個百分點。此數據反映出隨著時代的演變，現代女性的社會地位和教育程度大幅提升、有獨立的經濟能力和高昂的自主意識，女性們不再扮演著傳統女主內的角色，而是有更多的能力和資源從事出國旅遊。

表 1.2 中華民國男性／女性出國人數統計

年度	合計	男 Male		女 Female	
		人次	佔合計百分比	人次	佔合計百分比
2007 年	8,963,712	5,083,013	56.71	3,880,699	43.29
2008 年	8,465,172	4,835,437	57.12	3,629,735	42.88
2009 年	8,142,946	4,628,499	56.84	3,514,447	43.16
2010 年	9,415,074	5,222,821	55.47	4,192,253	44.53
2011 年	9,583,873	5,300,378	55.31	4,283,495	44.69
2012 年	10,239,760	5,547,161	54.17	4,692,599	45.83
2013 年	11,052,908	5,863,157	53.05	5,189,751	46.95
2014 年	11,844,635	6,188,931	52.25	5,655,704	47.75
2015 年	13,182,976	6,767,955	51.34	6,415,021	48.66
2016 年	14,588,923	7,326,824	50.22	7,262,099	49.78
2017 年	15,654,579	7,775,669	49.67	7,878,910	50.33

資料來源：交通部觀光局統計資料 (2007~2017)、研究者整理

出國旅遊已然成為國人最喜愛的休閒活動中之一，而近年來出國旅遊的方式也有所轉變，從因語言隔閡、方便省錢等原因而選擇的「團體旅遊」逐漸轉變為旅行社提供機加酒的「半自助旅遊」和由旅行者一手包辦的「自助旅遊」。根據交通部觀光局國人海外旅遊狀況調查指出，如表 1.3 所示，近五年個別旅遊所占的比例一直高於團體旅遊。然而，為何海外旅遊的方式會從「被動」到「主動」、從「依賴旅行社」到「自主決

定」、從「景點遊覽」到「深入當地」呢？事實上，自助旅行是一種非常獨特的旅行方式，從計畫旅程開始的行程安排、食宿選擇、機票訂購等事宜，乃至旅途中依實際情況彈性調整行程，甚至於旅遊開銷的掌握，從頭至尾的過程，皆由旅行者自行決定，不假他人之手，再加上目前的網路資訊發達及相關自助旅遊網站的盛行，選擇自助旅行的人數相對成長。

表 1.3 中華民國國民海外旅遊方式比較

年度	旅遊方式	
	個別旅遊(%)	團體旅遊(%)
2012 年	65.1	34.9
2013 年	62.3	37.7
2014 年	67.9	32.1
2015 年	65.7	34.3
2016 年	68.7	31.3

資料來源：交通部觀光局統計資料 (2012~2016)、研究者整理

研究者本身亦是自助旅行的愛好者，從 2014 年起每年皆到歐洲自助旅行，至今已到訪過英國、德國、法國、西班牙、捷克、奧地利、瑞士、匈牙利等八國，留下許多深刻印象和美好回憶。而這四年來，每次都選擇到歐洲自助旅行的原因，需回溯至大學時期，當時修了一門歐洲文學的課，從那時起，對歐洲便有許多的憧憬和想像，每每觀賞旅遊節目、翻閱報章雜誌、搜尋網路資訊時，也不知不覺被歐洲特殊的文化氣息所吸引，故也成為之後自助旅行的唯一目的地。出乎意料的是，從這幾次的旅行經驗中，研究者發現隨著機票價格的調降、英鎊歐元的貶值和免簽證等因素，到歐洲旅遊不再是無法實現的夢，根據交通部觀光局的統計資料，如圖 1.1 所示，2007 年到歐洲的旅遊人數約 24 萬人次，到 2017 年則增加到約 49 萬人次，統計出近十年到歐洲人數成長率高達 104%。

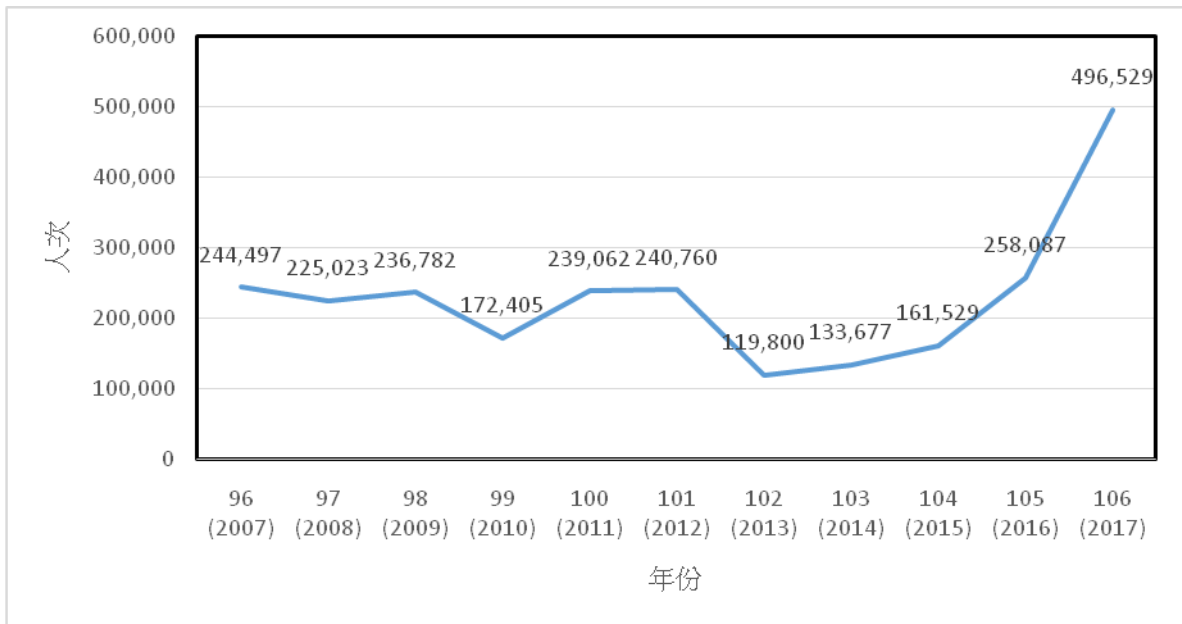


圖 1.1 2007-2017 年中華民國國民出國到歐洲總人次變化

資料來源：交通部觀光局統計資料 (2007~2017)

回想起第一次到英國的自助旅行，從出發前的機票、住宿、交通票券訂購、景點選擇和行程安排等等，對自助新手來說，每項細節皆需花費許多的時間和心力去瞭解和規劃，如此漫長的準備過程原以為會令人煩躁不安，令人意外的是，能不依賴他人，隨自己喜好來張羅一切細節的過程，反倒令研究者從中獲得許多的成就感和滿足感。

經歷過多次的歐洲自助旅行，研究者發現雖然女性到歐洲自助，旅程中會有許多不確定性和面臨自身安全等問題，然而，女性選擇到歐洲自助旅行的人數卻逐年上升，想必自助旅行肯定有其獨特的魅力及價值，從自助旅行中我們所得到的經驗與回憶是獨一無二的。因此，究竟什麼因素會影響女性選擇到歐洲自助旅行的行為意圖？研究者以計畫行為理論來探討女性對從事歐洲自助旅行的態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖間的關係，除了驗證上述理論外，也期盼研究結果能提供旅遊相關單位參考。

1.2 研究目的

本研究主要係以計畫行為理論架構探討影響女性到歐洲自助旅行行為意圖之因素及到歐洲自助旅行次數之干擾效果，擬定的研究目的如下：

1. 瞭解女性到歐洲自助旅行的態度、主觀規範、知覺行為控制、行為意圖與實際行為。
2. 分析女性到歐洲自助旅行的態度、主觀規範與知覺行為控制對其參與歐洲自助旅行行為意圖之影響。
3. 分析女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制與行為意圖對其實際參與歐洲自助旅行行為之影響。
4. 探討到歐洲自助旅遊次數在態度對行為意圖影響的干擾效果。
5. 探討到歐洲自助旅遊次數在主觀規範對行為意圖影響的干擾效果。
6. 探討到歐洲自助旅遊次數在知覺行為控制對行為意圖影響的干擾效果。
7. 探討到歐洲自助旅遊次數在知覺行為控制對實際行為影響的干擾效果。
8. 探討到歐洲自助旅遊次數在行為意圖對實際行為影響的干擾效果。

1.3 研究範圍與對象

本研究以計畫行為理論為基礎探討女性到歐洲自助旅行之行為意圖，故研究對象僅限女性，且須具有到歐洲自助旅行之經驗。因人力、時間、經費等因素的限制與困難，故本研究主要來源為網路問卷。

1.4 研究流程

本研究之流程如圖 1.2 所示。

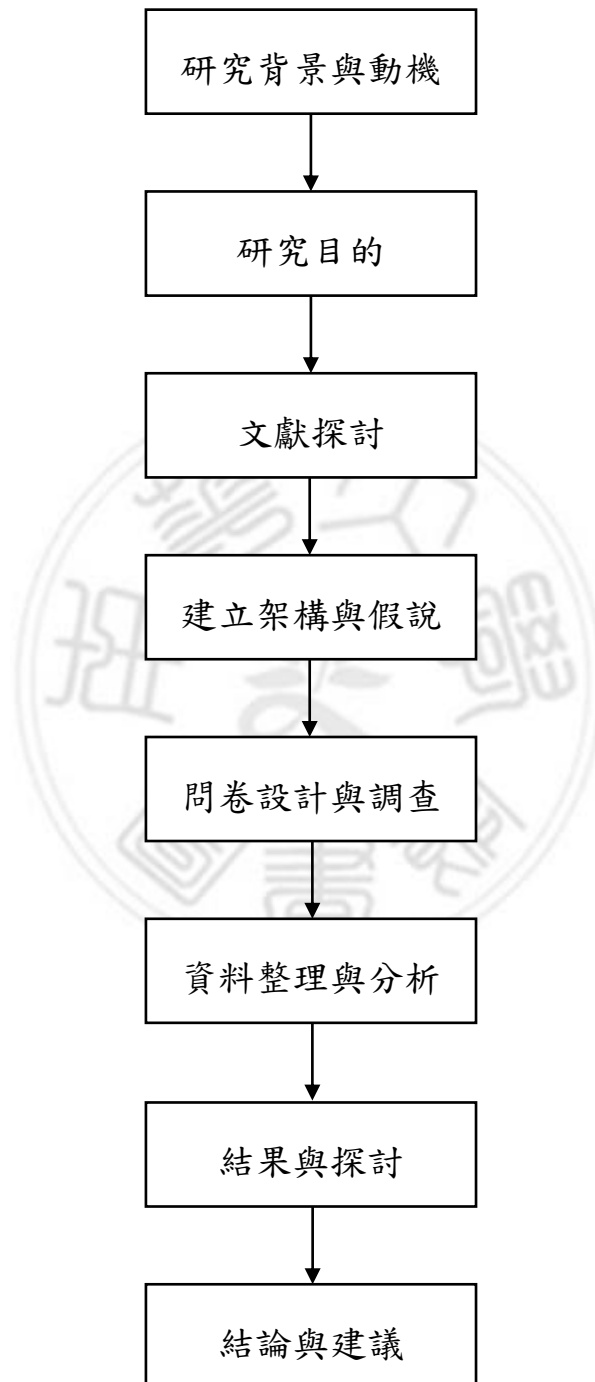


圖 1.2 研究流程圖

資料來源：研究者整理

第二章 文獻探討

本章共分為二節，第一節為計畫行為理論與相關研究；第二節為自助旅行理論與相關研究。

2.1 計畫行為理論與相關研究

本研究主要想瞭解影響女性從事歐洲自助旅行此項行為的因素為何，因此在執行行為前的行為意圖便成了重要的分析關鍵。行為意圖是指個人想要採取某一特定行為之行動傾向，也就是在行為選擇之決定過程下，所引導而產生是否要採取此行為的某種程度表達，行為意圖是任何行為表現的必需過程，為行為顯現前的決定(Ajzen, 1991)。因此，本研究以 Ajzen (1985)所提出的計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)為基礎，來探討女性從事歐洲自助旅行之影響要素及行為意圖。本節共分兩部分，首先回顧計畫行為理論的發展歷程及其內涵，再彙整各領域應用計畫行為理論之研究。

2.1.1 計畫行為理論發展歷程與內涵

1.命題控制理論(Theory of propositional control, TPC)

Dulany (1968)語言學習的實驗研究中指出，受試者處於不明瞭實驗目的的狀況下，在實驗過程中的口語回應並非散亂隨機的反應，而是有預想的假設(hypothesis)，並能根據實驗者所給予的訊息(role-taking)來調整其假設的判斷準則(criteria)，據以調整接續的表達(role-making)，不斷的自我調整修正。

因此，Dulany 以在特定情境下對口語回應(actions)的增強參數(reinforcement parameter)—知識(knowledge)、信念(beliefs)、覺悟(awareness)等效果，形成命題系統網絡(network of propositions)，提出命題控制理論，其理論之線性公式如下：

$$B \sim BI = [(RHd) (RSv)]w_0 + [(BH) (MC)]w_1$$

RHd (hypothesis of the distribution of reinforcement)→增強的預期

RSv (the subjective value of a reinforcer)→增強物的價值

BH (behavioral hypothesis)→他人的預期

MC (motivation to comply)→遵從他人預期的動機

w_0 、 w_1 (empirically determined weights)→權數

BI (behavioral intention)→行為意圖

B (overt behavior)→明顯的行為

其模式架構圖如圖 2.1 所示：

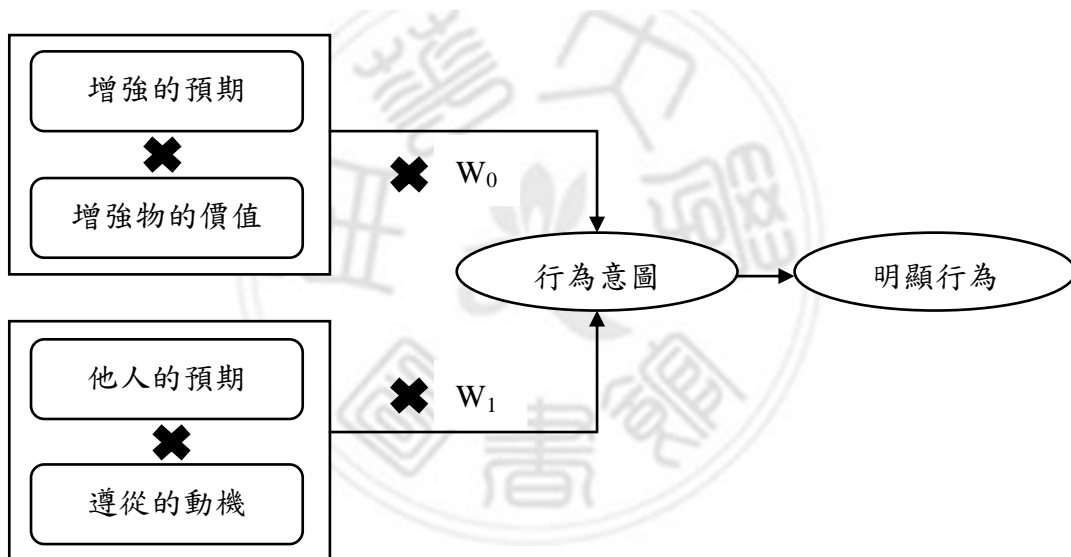


圖 2.1 命題控制理論架構 (Dulany, 1968)

Dulany(1968)的語言學習命題，描述受試者在實驗情境中的語言表達意圖(BI)會受到(一)受試者對增強預期的設想(RHd)—先驗的成見，以及對增強的主觀價值知覺(RSv)，(二)受試者對群體規範的想法(BH)—配合的傾向，以及遵行群體規範的動機(MC)之影響。換言之，在互動的情境中，個人的行為傾向係受制於個人的主觀判斷與評價及行為規範和順從規範的意願。

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

為了更精確的解釋人類行為決策的過程，於是 Fishbein & Ajzen 於 1975 年提出理性行為理論，又譯為理性行動理論，是以 Dulany 的命題控制理論(Theory of Planned Behavior)、Vroom 的期望模式(Expectancy-Value Model)及多重屬性態度模式(Multi-Attribute Attitude Model)為基礎延伸而來。其理論主要提出兩項基本假設：

(1) 人類的行為都是理性的，個人行為之發生乃是基於個人意志(volitional control)所控制。

(2) 個人的行為是由個人的行為意圖所決定。

在理性行為理論中，行為意圖是指個人採取某行為的可能性，可作為預測行為的指標，其包含了兩項決定要素：一是個人因素；另一個則是社會影響。個人因素是指個人對某特定行為所抱持的正面或負面的看法，亦即對該行為的「態度」(Attitude toward the Behavior, AT)；社會因素則是個人在決定是否採取某特定行為時，感受到重要他人或團體的意見，所感知到的社會壓力，此被稱為「主觀規範」(Subjective Norm, SN)。換句話說，個人從事某項行為是受到行為意圖所決定的，而行為意圖是受到態度與主觀規範的交互作用所影響，綜合以上，理性行為理論之線性公式如下：

$$B \sim BI = w_1AT + w_2SN$$

B (Behavior)→行為

BI (behavioral intention)→行為意圖

AT (attitude toward the behavior)→對特定行為的態度

SN (subjective norm)→主觀規範

w_1w_2 →分別是態度及主觀規範的相對加權

其概念圖如圖 2.2 所示：

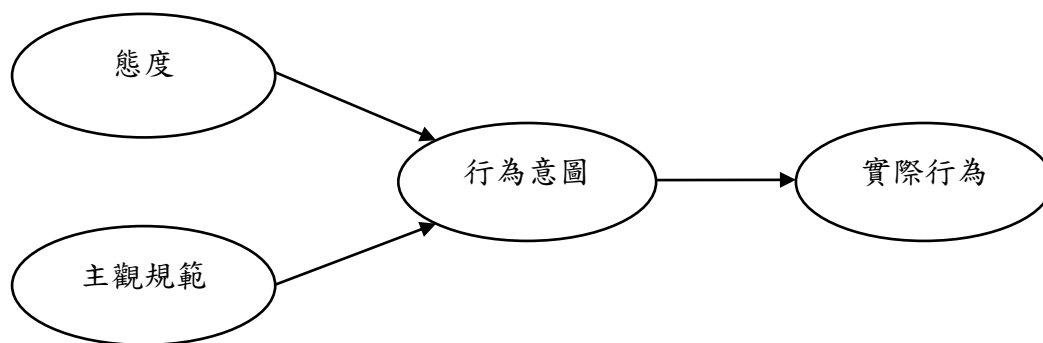


圖 2.2 理性行為理論架構 (Fishbein & Ajzen, 1975)

然而，理性行為理論假設個人的行為是符合理性且是在自我意志控制下所發生的。但在實際情況中，人們的行為會受到其他因素的影響，而這些因素會影響個人意志的控制程度，Ajzen & Madden (1986)在以大學生課堂出席行為的研究中，將影響個人意志控制的因素歸納為內在與外在因素兩大類：

(1)內在因素：

(a)資訊、技術、能力(information, skills and ability)：當個體缺乏完成某項特定行為所需要的資訊、技術或能力時，該項行為就無法實現。

(b)情緒及強迫作用(emotions and compulsions)：當個體處於壓力或強烈情緒的狀態之下，對本身行為的控制力會相對降低。

(c)個別差異(individual difference)：個體對控制行為的自身能力本來就存有個別差異。

(d)意志力(power of will)：許多行為的達成需要相當程度的意志力，而不同的個體對於行為控制的意志力各有不同。

(e)遺忘(forgetting)：有些行為無法完成，是因為採取行為的個體遺忘的這件事。

(2)外在因素：

(a)時間與機會(time and opportunity)：很多行為無法發生的原因，起因於

沒有時間與機會。

(b)依賴他人(dependence on others)：當某項特定行為的完成需要他人的協助時，個人對於行為便無法完全掌控。

因此，為了更有效預測非意志控制下的行為，以提升對行為的預測力，Ajzen(1985)以理性行為理論為基礎，進一步提出計畫行為理論，來補足理性行為理論的缺失。

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

由 Ajzen 於 1985 年提出，其在理性行為理論中原有的影響行為意圖的兩大因素「態度」與「主觀規範」外，另外增加了個人對外在環境控制能力的「知覺行為控制」變項，其係指個人知覺到完成某一行為的容易或困難程度，亦即反應個人過去經驗和所預期的阻礙，以下為計畫行為理論的線性公式：

$$B \sim BI = w_1AT + w_2SN + w_3PBC$$

B (Behavior)→行為

BI (behavioral intention)→行為意圖

AT (attitude toward the behavior)→對特定行為的態度

SN (subjective norm)→主觀規範

PBC(perceived behavioral control)→知覺行為控制

$w_1w_2w_3$ →分別是態度、主觀規範及知覺行為控制的相對加權

其概念圖如圖 2.3 所示：

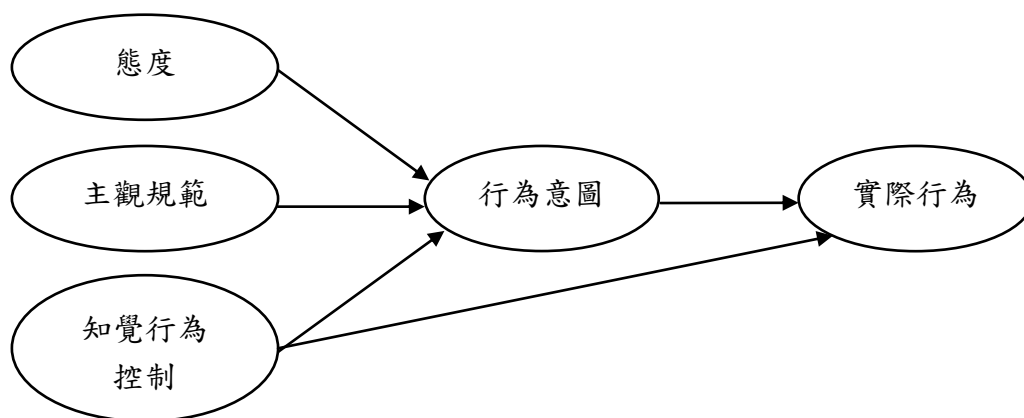


圖 2.3 計畫行為理論架構 (Ajzen, 1985)

計畫行為理論指出，行為意圖主要由三個重要因素所共同決定，一為內在因素，即個人對於採取某行為的「態度」；一為外在因素，及影響個人採取某行為的「主觀規範」；最後則是資源與機會的因素，即個人對於知覺完成某行為難易程度的「知覺行為控制」。計畫行為理論被認為較完整的行為意圖模式，故較理性行為理論更受學者重視，許多實證研究結果顯示，計畫行為理論的預測能力確實比理性行為理論高。以下為計畫行為理論中各項因素的說明：

(1)態度(Attitude toward the Behavior, AT)

指個人對某特定行為所抱持的正面或負面的看法，亦即個人對某特定行為經概念化後所形成之評價。Fishbein 與 Ajzen (1975) 認為在期望價值理論(Expectancy-value model)下，態度為個人執行某行為可能導致結果的「信念(Belief, B)」乘上個人對這些結果的「評價(Evaluation, E)」，若個人對此特定行為抱持著越正向的信念及評價愈高時，則對此行為的意圖愈強烈，故態度是行為信念與結果評價經由函數作用後的結果，可以下列式子表示：

$$AT = \sum_{i=1}^n (B_i \times E_i)$$

AT→個人對採行該行為的態度

B_i →個人對採行第 i 項行為後，可能導致結果的信念

E_i →個人對第 i 項結果的評價

n →個人採行某行為時，對可能導致結果的信念數目

(2)主觀規範(Subjective Norm, SN)

指個人在採取某項特定行為時會受到周遭的重要他人所給予的意見所影響，而感受到的社會壓力。主觀規範可由個人知覺到的重要他人或團體（如父母、配偶、朋友、同事等）認為他應否執行該特定行為之壓力的「規範信念(Normative Beliefs, NB)」乘上個人採取某行為時對重要他人的意見的「依從程度(Motivation to Comply, MC)」來決定，亦即當重要他人所給的意見愈正向，則個人採取該行為的意圖就愈強烈，其可以下列數學式表示：

$$SN = \sum_{j=1}^m (NB_j \times MC_j)$$

SN→個人對採行該行為的主觀規範

NB_j →個人覺得第 j 個重要參考群體認為其應該或不應該採行某項行為的信念

MC_j →個人依從第 j 個重要參考群體的意願

m →重要參考群體的數目

(3)知覺行為控制 (Perceived Behavioral Control, PBC)

指個人在從事某特定行為時，所感受到的難易程度，並以個人過去的經驗來預測從事該行為可能面臨的阻礙，也就是說當個人所擁有的資源與機會愈多，其所預期的阻礙就愈少，其對行為的知覺行為控制就愈強。知覺行為控制可由個人對自己能否完成該行為之認知的「控制信念(Control Beliefs, CB)」乘上個人可利用資源之易得性與阻礙程度的「知覺

強度(Perceived Power, PP」來衡量，當個人對該特定行為的控制程度愈高，從事該特定行為之意圖就愈強烈，其可以下列數學式表示：

$$PBC = \sum_{k=1}^q (CBk \times PPk)$$

PBC→個人對採行該行為的知覺行為控制

CBk→個人覺得擁有第 k 個因素多寡的知覺

PPk→個人覺得第 k 個因素對採行該行為的重要性

q→控制信念的數目

(4)行為意圖 (Behavior Intention, BI)

指個人想從事某特定行為之主觀判斷與行動傾向，亦即在行為選擇的決定過程中，個人執行某特定行為之意願或動機。Ajzen (1991)主張行為意圖與行為具有相當高的相關性，若行為意圖愈強烈，則個人從事該行為的機率愈高。因此，行為意圖可說是預測該行為此否實際實行的最佳方法。

(5)實際行為 (Behavior)

計畫行為理論主張行為發生的關鍵因素在於對此行為的行為意圖，並認為態度、主觀規範、知覺行為控制會間接透過行為意圖來影響行為。此外，知覺行為控制有時也能直接影響行為的產生。

綜合以上所述，計畫行為理論認為態度、主觀規範與知覺行為控制三變項決定了個人的行為意圖，其可簡化成三個淺顯的說法：第一是我想不想（態度）、第二是別人的看法（主觀規範）、第三是我做不做得得到（知覺行為控制）。因此，若個人對某特定行為抱持著愈正面的態度、主觀規範愈是支持從事該行為、對該行為的知覺行為控制愈強的話，則個人從事該行為的意圖亦隨之愈高。

2.1.2 計畫行為理論相關研究

計畫行為理論頗早即應用於國外相關研究，國內則大致始於 1995 年之後，其應用的領域相當廣泛，包含了心理、社會、教育、運動、醫療健康、休閒活動、消費行為、科技資訊、知識管理、職業抉擇等各個層面之研究。

本研究主要探討女性到歐洲自助旅行之行為意圖，因此收集的文獻將以計畫行為理論為架構且與休閒遊憩有關之研究，以作為研究之參考，相關研究整理如表 2.1。

表 2.1 計畫行為理論之相關研究

作者	研究主題	研究發現
葉允棋、陳美燕 (2007)	體驗行銷、體驗價值、顧客滿意與行為意圖關係之研究：以自行車休閒運動為例	1. 體驗行銷對消費者的體驗價值和顧客滿意度有正向影響。 2. 體驗價值對於消費者的顧客滿意度有正向影響。 3. 顧客滿意度對於消費者的行為意圖有正向的影響。
張鐸瀚、蔡漢忠 (2009)	以計畫行為理論探討自行車環台之行為意圖	自行車環台者對環台之態度(認知)、主觀規範(媒體、社會氛圍)、知覺行為控制(自我效能條件)會正向影響其行為意圖。
許義忠、莊麗君 葉智魁、余泰魁 (2009)	計劃行為理論納入過去行為來預測高中生的休閒遊憩意圖與行為	1. 計畫行為理論之解釋與預測力高於理性行為理論。 2. 加入過去行為變項，明顯提升了意圖與行為的解釋與預測力。 3. 習慣行為往往會跳過 TPB 的理性衡量過程。
張韶筠 (2011)	以計畫行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖與願付價格	態度、主觀規範和知覺行為控制對有機餐廳之消費意圖皆有正向影響。

表 2.1 計畫行為理論之相關研究(續)

作者	研究主題	研究發現
戴友榆、王慶堂 高紹源、李明儒 (2012)	計畫行為理論應用於 水域遊憩活動行為之 探討-以澎湖為例	研究參與者對水域遊憩活動的態度、主觀規範、知覺行為控制能顯著地預測其從事水域遊憩活動的意向。
林清壽、梁翥真 (2013)	中高齡者參與國內旅 遊行為意向之探究	態度、主觀規範、知覺行為控制及知覺娛樂性皆會正向影響中高齡者參與國內旅遊的行為意向，其中以知覺娛樂性及知覺行為控制的影響效果最高。
江凱傑 (2014)	以計畫行為理論探討 旅客對於住宿青年旅 館行為意圖之研究	態度、主觀規範、知覺行為控制對青年旅館旅客之行為意圖有顯著的正向影響，其中，態度影響最大，其次為知覺行為控制，再次為主觀規範。
紀芳伶 (2015)	基於計畫行為理論分 析自行車騎乘者自我 效能對行為意向之調 查研究	1.不同性別、教育程度、每周騎乘頻率、騎乘時間、騎乘目的對行為意向及自我效能影響因素皆有顯著差異。 2.自我效能對行為意向具有正向影響。
朱永蕙、劉嘉麒 (2016)	運用計畫行為理論探 討環境關注對綠色民 宿行為意向之研究	研究結果顯示環境關注對態度、主觀規範、知覺行為控制與綠色消費認知皆具有正向顯著影響；另外，態度、主觀規範、知覺行為控制與綠色消費認知對行為意向亦皆具有正向顯著影響。
許雅婷 (2017)	以計畫行為理論探討 遊客參訪觀光工廠之 行為意圖	遊客的態度、主觀規範與知覺行為控制皆對參訪觀光工廠之行為意圖有正向影響。

資料來源：研究者整理

2.2 自助旅行之理論與相關研究

近年來，隨著生活型態的改變，人們的休閒意識日益增高，旅遊在日常生活中扮演著愈來愈重要的角色。旅遊的方式很多元，有跟團、半自助、自助旅遊等，而隨著現代人對旅遊的自主性升高，旅遊資訊的蒐

集越來越簡單便捷、廉價航空如雨後春筍般的冒出等因素，皆帶動了自助旅遊的盛行。本研究主要想瞭解女性到歐洲自助旅行的行為意圖，本節共分為四部分，首先透過國內外文獻回顧自助旅行的定義與特性、再來整理女性從事自助旅行之相關研究，最後探討旅遊次數與行為之關係。

2.2.1 自助旅行的定義與相關研究

自助旅行是大家耳熟能詳的詞彙，但對自助旅行的定義各家卻有各家的說法，對國外的研究者而言，因為自助旅行在國外發展的歷史較久，故國外學者對自助旅行所要強調的旅遊特性，會有較細微的區分，其在自助旅行的定義上較狹隘，也有所差異。反觀國內的研究者，則對自助旅行的定義廣泛且較為一致，以下將彙整國內外學者對自助旅行的看法，整理如表 2.2、2.3。

表 2.2 國外自助旅行定義之相關研究

研究者	定義
Cohen (1972)	稱自助旅行者為「流浪者」(drifter)，在旅程中行程都由自己安排，不與其他觀光團接觸，並且喜愛體驗當地的生活文化。
Graburn (1983)	自助旅行者應被視為謹慎的冒險家，挾其文化自信探索尚未被大眾觀光客熟知的領域。
Riley (1988)	長期或有計畫的旅行，指一個人離開家鄉 6~8 個月以上，能掌握行程且在住宿、飲食及車票方面追求最低成本預算。
Shales (1988)	自助旅行者是指個別旅行者以一種可能而最適的方式(如步行)，到世界尚未開發的地區去探險並享受樂趣。
Pearce (1990)	自助旅行者強調與其他旅行者的相遇、自行安排且具有彈性的旅行設計。
Morrison、 Hsieh & O’Leary(1994)	指旅行者自己安排交通住宿，行程相當有彈性，並不事先購買或安排套裝行程之旅遊活動。

表 2.2 國外自助旅行定義之相關研究(續)

研究者	定義
Sharpley (1994)	自助旅行是人們花費一定時間進行旅遊，尤其是那些在有限預算下所從事之背包旅遊，其包含了自由、冒險與獨立的精神。
Loker-Murphy & Pearce (1995)	自助旅行者指自行安排有組織、具彈性的行程，偏好經濟型住宿、交通等設備、注重與當地人及其他旅行者接觸互動，且旅行時間較一般假期為長。
Buchanan & Rossetto (1997)	自助旅行即是指國際觀光客以背包旅遊之方式。於旅遊過程中至少停留一晚者，其並以較低的預算從事旅遊規劃，同時大多以住宿在團體寢室型式之旅館為主。
Wearing, S. & Wearing, B. (2001)	於青年旅舍(Youth Hostel Association, YHA)住宿一晚之國際觀光旅遊。
Hyde & Lawson (2003)	提出背包客是自助旅行者中的一部分，自助旅行者不但擁有相當彈性的旅行路線，也能在旅行目的地自由選擇遊歷地點與停留時間。

資料來源：研究者整理

表 2.3 國內自助旅行定義之相關研究

研究者	定義
陳德立 (1987)	從開始的計畫行程到經歷整個旅行過程，一直到旅行結束，完全由自己設計、調配、掌握與實行。
李湖清 (1987)	自行安排活動行程，而且不透過旅行社代訂機票、旅館等事項的觀光客所從事之旅遊活動。
周義隆 (1993)	源自於「backpacking」一字，只要是非參加旅行社舉辦之套裝旅遊而自行出國旅行者皆屬自助旅行。
鄭有利 (1994)	自主性強，經費自我操控，力求最高效益。行程有計畫且有彈性，停留時間較長。
沈青慧 (1995)	包含半自助與自助，前者指由航空公司或旅行社所推出只包含機票、飯店、機場接送及市區觀光，其他行程由自己安排；後者指脫離一般跟團旅遊，從地點選定到每日行程都由自己確認，不必遷就他人，可分為旅行社引導式、特定行程式及代辦機票式三種。

表 2.3 國內自助旅行定義之相關研究(續)

研究者	定義
蘇淑芳 (1996)	不參加旅行團，而在無領隊、無導遊的情況下，以個人出遊的方式，自己策劃一切旅遊事宜，包含行程設計、食宿交通等安排的一種旅遊，包括探親、訪友，而短期遊學、留學除外。
曾煥玫 (2000)	包含自助和半自助的方式，只要不是跟團出國，不是固定的行程均稱之，而旅行的方式分為團體式(有同伴)及個人式，主要把自助旅行定位為一種與傳統由旅行社安排跟團式旅遊不同的出國旅行方式。
李佳蓉 (2005)	從開始計畫行程、經歷旅行過程到旅行結束，完全由自己獨立設計、掌握、實行和完成。
陳勁甫&古素瑩 (2006)	自主安排行程及經濟交通膳宿、注重與當地人互動之出國旅遊。
傅淑梅 (2011)	自助旅行者把自己定位為旅行者而非觀光客，他們更願意深入當地、認識當地人、體驗當地文化與生活，有更強的好奇心，更願意去嘗試與學習。

資料來源：研究者整理

由上述可歸納出自助旅行是一種獨特的旅行方式，從一開始的行程規劃、機票、交通、住宿、飲食的選擇，個人的自主性都非常高。出發前，自助旅行者自行蒐集資料來安排行程；旅途中，自助旅行者可視實際狀況彈性調整行程；花費上，自助旅行者能根據個人的需求，以達到最高的經濟效益。綜合以上國內外研究者對自助旅行的定義，在本研究所謂「自助旅行」指的是「非團體套裝行程，具有自主、自助且願意體驗當地的文化和生活的旅遊行為，其中包含半自助旅行及自助旅行。」

2.2.2 自助旅行的特性與相關研究

根據最新公布的「2017 Visa 旅遊意向調查」，台灣民眾在選擇海外旅行時，有 45.3% 的人偏好自助旅行，大幅超越跟團旅遊的 28.1%，是近三年來自助旅行的比例首度超越跟團旅遊；此外，受訪者在近三年的平均

海外自助旅遊次數為 1.59 次，高於跟團旅遊的 1.14 次，顯現人們對旅行偏好有明顯的轉變。

然而，規劃一趟自助旅行需要耗費許多的時間和心力，在旅途中又有一定的風險性，究竟為何選擇自助旅行的人數不斷攀升呢？想必自助旅行肯定有其魅力及獨特性，故本節首先將整理出自助旅行與跟團旅遊的優缺點，如表 2.4 所示。

表 2.4 自助旅行與跟團旅遊之優缺點

	自助旅行	跟團旅遊
優點	1.能自行決定行程內容且較彈性 2.可深入在地，與當地人互動 3.可根據自我能力決定旅遊成本 4.可自行決定旅伴 5.可學習獨立、增加成就感	1.無需做足功課 2.能認識團體中的成員 3.無須擔心語言溝通 4.無須擔心交通問題 5.導遊和領隊會協助解決問題
缺點	1.需大量時間和心力規劃行程 2.旅行過程中的安全問題 3.移動上會耗費較多體力 4.需自行處理突發狀況 5.外語程度不佳，資訊一知半解	1.無法決定日期和自行掌控時間 2.無法決定食宿、交通方式 3.有時須參加購物行程 4.步調較緊湊，容易走馬看花 5.導遊或領隊品質參差不齊

資料來源：研究者整理

從以上的優缺點中，其實已可窺知一二自助旅行的特點，以下將整理幾位研究者所歸納出來的自助旅行的特性，以對自助旅行有更深入的了解。

根據鄭有利(1994)，自助旅行是一種精緻、有特色的旅遊型態，可就不同層面來分析自助旅行的特性：

1.有別於一般旅行團旅遊方式

一般旅行團會受到團體行動及成本考量的限制，為了團體的一致性與安全性，領隊會避免讓成員單獨行動，且團體旅行的方式皆大同小異，

大都希望在最短時間內看最多的東西。反觀自助旅行，最重要的條件便是旅行者能有足夠的時間與空間自己行動。

2. 旅遊內容的自主性強

為自助旅行的最大特色，旅行者各取所需主導自己的行程，從膳食、交通方式、景點停留的時間等等，皆可享受到自由自在的活動與旅遊內容。

3. 經費完全自我操控，使花費可達最高效益

自助旅行是把錢花在自己想花的地方，旅遊費用完全自我操控。

4. 是計畫性的旅遊

打從有自助旅行的意念起，自助旅行者便須衡量自己的時間和財力去做出初步的旅遊計畫，緊接著開始安排預定更詳細的行程，旅途中，每天的景點安排、大小事宜也都須透過計畫才能一一完成。不過也並不表示自助旅行者不能隨興而行，只要時間允許且經驗豐富，仍可依自己喜好去調整。

根據陳立平(2004)認為自助旅行主要特色有以下三點：

1. 自主

整個旅程的規畫到結束，都是有彈性、可變動的，可依個人喜愛需求與狀況做調整。

2. 自助

在沒有導遊或領隊的協助下，一切事務皆須自我打理，旅途中所遇到的種種突發狀況或困難，都須自己克服解決。也就是說，在自主下，自助是必然的。

3. 作為自助旅行者

不以觀光客自居，自助旅行者願意深入當地、與當地人互動並體驗

當地的文化與生活，不同於走馬看花的模式，自助旅行者有更多的勇氣、好奇心與學習心。

根據莊麗薇(2006)深度訪談資料，從自助旅行者的自我定義，可將自助旅行分為幾個特點，這些特點分別是：

1. 「自主性」(autonomy)

依個人需要自我決定(self-determination)、安排及自我實踐所有行程計畫，且讓行程保有充分彈性，可說是自助旅行最不同於跟團旅遊的獨特精神。

2. 「自我幫助」(self-help)

自助旅行缺乏專人安排一切行程，因此自己規劃行程後，需要自我幫助以讓預訂行程活動能夠順利進行。

3. 「自我控制」(self-control)

要使自我安排的行程順利進行，除了自主性與自我幫助，自我控制也是相當重要的，如體能掌控、飲食調配、金錢花費、時間掌控等等，都需要有一定程度的自我意識與自我控制。

4. 「自由」(freedom)

自由是發揮自主的基本前提。自助旅行雖是計畫性的旅行，但這些計畫是出於個人意願而來，故可自由彈性的去變換既定行程，藉此來完成自主性，達成旅行的目標。

歸納以上自助旅行的特點，我們可以知道自助旅行並不一定是玩得多、花得少的旅遊方式，而是一種在同一個地方花較多的時間去深入了解當地的人、事與物。自助旅行是一種講究自我負責、自我承擔，自我訓練，自我實踐的旅遊型態。

2.2.3 女性自助旅行之相關研究

自助旅行強調高自主性，在傳統的性別角色束縛下和父權社會的框架中，究竟驅使女性從事自助旅行的因素為何，以下將整理有關女性自助旅行的相關研究。

周義隆(1993)在其《國人出國自助旅行目的地選擇行為之研究》以旅行動機、旅行特性、目的地屬性為研究變數與個人屬性的交互影響，來探討旅行者目的地選擇之決策過程。研究中顯示，台灣自助旅行人口主要以女性為主，人數約占 70%，未婚者達 72%；年齡層分布在 20~39 歲的有 83%；專科以上教育程度者占 86%；每月所得在二萬至四萬之上班族居多，有 53%；職業則以公務人員、教職人員、公司職員以及商務人士居多，且其在決定旅遊地點時都會受到目的地印象之影響。另外，研究也顯示自助旅行者有隨著個人每月所得增加而遞減的趨勢，顯示高所得者可能較不喜歡自助旅行。

黃振富(1996)在《自助旅行者的真實建構-以台灣旅歐女性自助旅行者為例》的論文中，採用深入訪談的方式來探究自助旅遊者的經驗與體驗，以此來建構一個完整的形象。研究結果顯示，女性自助旅行者會透過在食衣住行、觀光活動及具有傳統味道的觀光景點選擇來追求「真實性」(authenticity)，企圖更接近當地的真實生活，不同於團體旅遊走馬看花的觀光模式。女性自助者透過自助旅行來學習與吸收，這是一種文化投資，能豐富個人經驗、獲得他人認同，甚至累積個人的未來資本。

李佳蓉(2005)在《女性獨自從事自助旅行之動機與體驗》的研究中針對獨自從事自助旅行的 15 位女性進行訪談，將旅遊動機歸納出從常軌中逃離、追求冒險、享受自由與獨特感以及自我實現四項動機，並認為每一次獨自旅行均呈現多重的動機，且會隨著旅行者的心境、人生階段的

更迭或身分角色的交替而有不同的比重；此外，受訪者對旅途安全問題多感到掙扎與猶豫，但她們會發展出一套自我調適與防護的機制；最後，經歷多年的旅行後。受訪者的生活產生了實質的轉變，包括工作型態、生活態度、更樂於助人，以及對女性主體性的覺醒等等。

曾煥玫(2000)在《女性自助旅行者的旅行經驗研究》論文中，以深度訪談方式訪問兩位自助旅行團負責人及五位女性自助旅行者來呈現女性自助旅行者的個人旅行經驗。研究發現，這些女性將出門旅行視為自我挑戰，旅行為她們帶來成長與改變，並增加了對自我的認同，即便旅行中遭遇種種性別權力關係、衝突和挫折，也能從中學習反抗與因應之道，女性不全然是消極的弱者。此外，研究中也指出女性自助旅行者具有某些共同的社會背景與人格特質，包括年輕沒有感情負擔、已婚沒有孩子、已婚但有家人的支持陪伴、自主的經濟來源、家人在經濟上的支持、工作型態多樣，工作不只是「工作」、有較高教育程度、獨立自主的個性以及具有性別意識。

莊麗薇(2006)《自助旅行、觀光與文化想像：以台灣的自助旅行論述為例》中提到，雖然自助旅行以女性居多，但從研究中發現，不管男性或女性的自助旅行者，在互相照應、住宿、交通等因素考量下，皆有結伴同行的趨勢。

從上列研究中可以發現自助旅行和性別有關的幾個現象：

1. 早期參加自助旅行以男性居多，旅行目的多與名聲、財富或宗教信仰為主。自從 90 年代女權主義興起，進入職場的機會男女平等，女性的社會地位及表現能力與男性不相上下。在時代的變遷下，女性勇於挑戰自己、跳脫傳統性別的框架，以追尋自我價值之實現，使得女性會比男性更願意為了夢想而辭掉工作去旅行，對於他人對自我的認同與否也不像以往

言聽計從，可見影響女性從事自助旅行的主觀規範已有所轉變。

2.近年來，從事自助旅行的人口以女性為主，且不再侷限某些職業，年齡層也逐漸拉開，學生族群及老人族群也紛紛加入了自助旅行的行列，顯示經濟能力的好壞已不是決定從事自助旅行的主因。可以發現，阻礙女性從事自助旅行的因素較以往減少許多，越來越多人願意嘗試並以自助的方式來進行旅遊。

2.2.4 自助旅行次數與行為之相關研究

當人們做出外出旅遊的決定時，在其他影響因素不變的情況下，旅遊需要和旅遊動機會直接導致人們做出的旅遊決策，根據 Mayo, Edward J. & Jarvis, Lance P. (1981) 旅遊者在進行旅遊決策時可分為三種類型：

1. 常規性決策：

當旅遊者在解決一般性的旅遊問題時，根據以往處理此類問題的經驗迅速做出的決策，因此常規性決策也被稱為習慣性決策或慣例性決策。

2. 外延性決策：

針對旅遊中一些重大問題所做出的決策，旅遊者要花費相當多的時間和精力去收集有關資訊和研擬各種方案，然後從中做出選擇，解決此類問題需要具有豐富的經驗、廣泛的知識、敏銳的心思和創造性思維，因此外延性決策又被稱為廣泛性決策或擴展性決策。

3. 衝動性決策：

亦可稱為瞬間決策，和常規決策截然不同，衝動性決策指事先沒有考慮周延而在瞬間做出的決策，它通常為廣告、電視節目、報章雜誌，或旅遊者自身的從眾行為，如朋友旅遊的體驗、勸說等激發而引起的，而不是建立在以往經驗的基礎上。

以上三種旅遊決策類型適用於不同的旅遊者，對旅遊經驗豐富的人

而言，傾向採用常規性決策，因其對旅遊內容較為熟悉、接觸到的旅遊訊息較多，一般情況下根據其需要和旅遊目的地，他們可瞬間做出旅遊決定；但對旅遊經驗較缺乏的人而言，因所掌握的旅遊資訊較少、需要一段時間徹底瞭解旅遊方案後，才得以做出旅遊決定，因而傾向採用外延性決策。正常情況下，人們做出旅遊的決策分佈在常規性決策和外延性決策之間，如圖 2.4 所示。

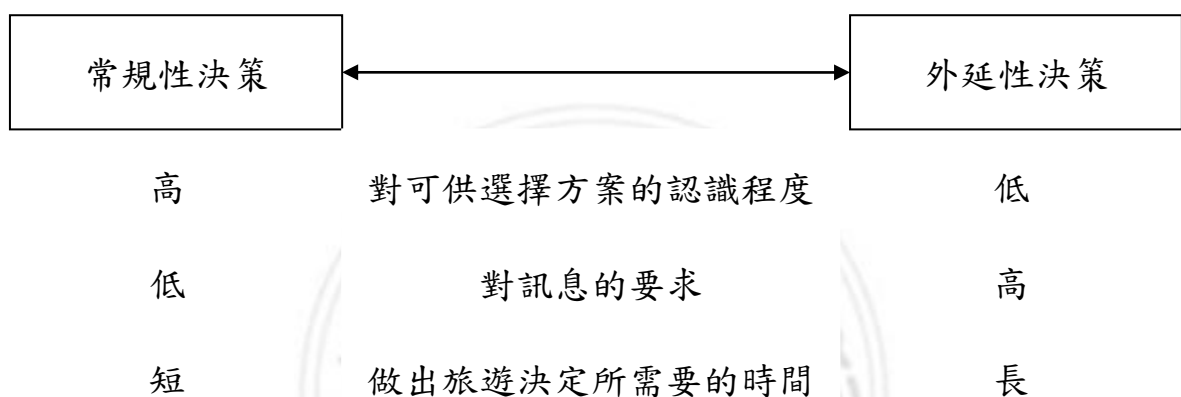


圖 2.4 常規性決策與外延性決策的關係 (Mayo & Jarvis, 1981)

綜合以上，我們可以發現旅遊經驗豐富者和旅遊經驗缺乏者所做出的旅遊決策和計畫方式可能會有所不同，故經驗多寡可能影響旅遊行為之產生與否。

第三章 研究方法

本章共分為五節，第一節先建立本研究之研究架構與假說；第二節列出研究對象與內容；第三節說明問卷設計內容；第四節為資料分析方法；最後一節為前測信效度分析，以下分別敘述之。

3.1 研究架構與假說

本研究依據研究背景與動機及相關文獻探討，以計畫行為理論為基礎，進而瞭解「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」三構面是否影響女性從事歐洲自助旅行之行為及女性到歐洲自助旅行的次數是否對整體模型產生干擾，建構出研究架構，如圖 3.1 所示。

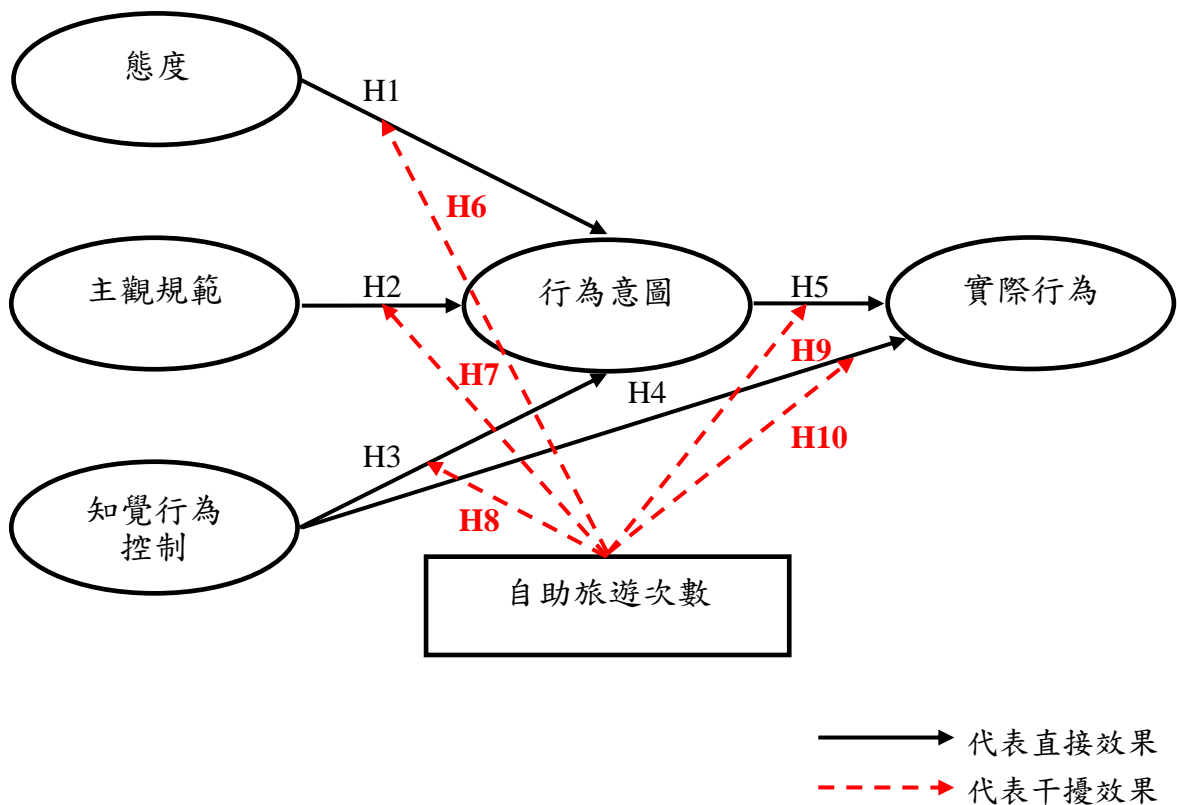


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：研究者整理

根據以上之架構圖，設定出本研究之研究假說如下：

- H1：女性到歐洲自助旅行的態度對女性到歐洲自助旅行的行為意圖有顯著的影響。
- H2：女性到歐洲自助旅行的主觀規範對女性到歐洲自助旅行的行為意圖有顯著的影響。
- H3：女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制對女性到歐洲自助旅行的行為意圖有顯著的影響。
- H4：女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制對女性到歐洲自助旅行的實際行為有顯著的影響。
- H5：女性到歐洲自助旅行的行為意圖對女性到歐洲自助旅行的實際行為有顯著的影響。
- H6：女性到歐洲自助旅遊的次數在態度對行為意圖影響中會有干擾效果。
- H7：女性到歐洲自助旅遊的次數在主觀規範對行為意圖影響中會有干擾效果。
- H8：女性到歐洲自助旅遊的次數在知覺行為控制對行為意圖影響中會有干擾效果。
- H9：女性到歐洲自助旅遊的次數在知覺行為控制對實際行為影響中會有干擾效果。
- H10：女性到歐洲自助旅遊的次數在行為意圖對實際行為影響中會有干擾效果。

3.2 研究對象與內容

本研究以女性且曾有歐洲自助旅行經驗者為研究對象，並採取問卷調查法，問卷發放方式以網路問卷為主，分別發放於 PTT 旅遊版與歐洲

旅遊版、Facebook 自助旅行社團與身邊親友同學。於 2017 年 11 月到 2018 年 1 月進行問卷發放及回收。

本研究正式問卷總共發放 560 份，扣除無效問卷 68 份後，有效問卷為 492 份，有效問卷的回收率為 87.86%。根據文獻理論基礎，在前測 70

份的問項中的最大變異數，利用公式 $n \geq \frac{\sigma^2 z_{\alpha}^2}{\varepsilon^2}$ （ n 為樣本數， z 為標準常態分配值， α 為顯著水準， ε 為容許誤差， σ^2 為變異數）算出樣本數，由前測題項中所得的最大變異數為 1.243，當 α 設為 5%， ε 設為 0.1 時，則 $n \geq 477$ ，而本研究有效抽樣樣本數為 492 份，已多於 477 份。

3.3 問卷設計

本研究採用問卷調查法，以便利抽樣的方式進行資料蒐集，問卷設計參考國內外相關文獻資料編製而成。本研究共有五個研究變項，加上基本資料，問卷共分為六個部分。問卷設計以李克特(Likert Scale)五點尺度為主，依照「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」分別給予 1、2、3、4、5 的分數，問卷內容分述如下：

3.3.1 個人基本資料

此部分調查曾有遇到歐洲自助旅行女性的社經背景資料及從事歐洲自助旅行的相關資訊，共有 10 個題項，包含年齡、婚姻狀況、子女個數、子女的最小年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、到歐洲自助旅遊的次數、印象最深刻的國家、前往該次旅遊的同伴。

3.3.2 態度構面之衡量

此部分主要想瞭解女性到歐洲自助旅行的態度，參考 Ajzen & Driver (1992) 所提出的情感量表，發展本構面的題項，如表 3.1 所示。

表 3.1 態度量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
態度	1. 對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	Ajzen & Driver (1992)
	2. 對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	
	3. 對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	
	4. 對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	
	5. 對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	
	6. 對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	

資料來源：Ajzen & Driver (1992)、研究者整理

3.3.3 主觀規範構面之衡量

此部分主要想瞭解女性到歐洲自助旅行的主觀規範，依據 Schiffman & Kanuk (2000) 所提出的主張，將主觀規範分為主群體與次群體兩個因素，主要參考群體包含父母、配偶、朋友、親戚等；次要參考群體包含報章雜誌、新聞媒體、網路等，並參考 Ajzen (2002) 所編製的量表，發展本構面的題項，如表 3.2 所示。

表 3.2 主觀規範量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
主觀規範	1. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的。	Schiffman & Kanuk (2000)
	2. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的。	
	3. 大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌...)認為到歐洲自助旅行是好的。	
	4. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	Ajzen (2002)
	5. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	

資料來源：Schiffman & Kanuk (2000)、Ajzen (2002)、研究者整理

3.3.4 知覺行為控制構面之衡量

此部分主要想瞭解女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制，依據 Taylor & Todd (1995) 所提出的主張，將影響知覺行為控制的因素分為自我能力與便利條件兩個因素，發展出本構面的題項，如表 3.3 所示。

表 3.3 知覺行為控制量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
知覺行為 控制	1. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的假期。	Taylor & Todd (1955)
	2. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的經濟能力。	
	3. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的體力。	
	4. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的外語能力。	
	5. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的適應環境能力。	
	6. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	
	7. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	
	8. 若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力。	

資料來源：Taylor & Todd (1955)、研究者整理

3.3.5 行為意圖構面之衡量

此部分主要想瞭解女性到歐洲自助旅行的行為意圖，依據 Lam & Hsu (2004) 所編製的量表，發展出本構面的題項，如表 3.4 所示。

表 3.4 行為意圖量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
行為意圖	1. 未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	Lam & Hsu (2004)
	2. 未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	
	3. 未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	
	4. 未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	
	5. 我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗。	
	6. 我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行。	

資料來源：Lam & Hsu (2004)、研究者整理

3.3.6 實際行為構面之衡量

此部分主要想瞭解女性實際到歐洲自助旅行的情況，依據 Lam & Hsu (2004) 所編製的量表，發展出本構面的題項，如表 3.5 所示。

表 3.5 實際行為量表

構面	構面衡量變項	參考文獻
實際行為	1. 我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	Lam & Hsu (2004)
	2. 我會上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊。	
	3. 我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	

資料來源：Lam & Hsu (2004)、研究者整理

3.4 資料分析方法

本研究採用量化研究方法，以瞭解女性從事歐洲自助旅行行為意圖之因素，完成網路問卷回收後，首先進行整理篩選，去除無效問卷，再進行有效問卷的編碼與建檔，之後依研究目的和研究假設，運用 SPSS 及 AMOS 等套裝軟體進行統計分析，最後依據研究架構進行假設驗證，本研究將運用下列各種統計分析進行各項檢定。

1. 描述性統計分析(Descriptive Analysis)

用以說明樣本單一變數的資料結構，包括次數分配、百分比分配、

平均值、標準差等。本研究運用描述性統計對有效問卷進行統計分析，以呈現問卷填答者之個人基本資料及各研究構面的分配情形與特性。

2.信度分析(Reliability Analysis)

用以瞭解測量結果的一致性與穩定性，亦即量表作答結果的可信度，測量結果穩定性及一致性越高，則信度越高。本研究採用目前最被廣泛使用的 Cronbach's α 係數來進行問卷信度的檢定，Cronbach's α 係數介於 0 到 1 之間， α 值越大代表信度越高。Cronbach's α 係數高於 0.7 為高信度，0.7~0.35 為可接受信度，0.35 以下為低信度。

3.效度分析(Validity Analysis)

用來檢測量表是否能正確衡量出所欲了解的特質或概念，為了提高量表之效度，本研究各構面所使用的問卷內容除了參考相關文獻，與教授討論，並請專家學者針對題項給予建議，希望藉由文獻探討與專家學者的意見，以取得過程與結果的嚴謹性及完整性，以兼顧問卷的內容效度與專家效度。

4.驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA)

係依據理論建構事前已假設因素之存在與其所包含的項目，而後驗證其符合的程度。CFA 是建構效度的分析工具之一，分析因素與變項間的相關，就是驗證輻合效度(convergent validity)；而分析各因素之間的相關，就是驗證區別效度 (discriminant validity)。另外，CFA 也經常配合因徑分析(Path Analysis)/結構方程模型(Structural Equation Modeling, SEM)，並使用其統計軟體進行分析。針對本研究的假說，透過驗證性因素分析來檢驗各變項之因素負荷量及變項間的相關性。

5.路徑/迴歸分析 (Path Analysis)

路徑分析是將變項關係以模型化的方式來進行分析的統計方法。由

一系列的迴歸分析組成，透過假設性的架構，將不同的方程式加以組合，形成結構化的模式。

6.結構方程模式(Structural Equation Modeling, SEM)

又被稱為線性結構方程模式 (Linear Structural Relationships, LISREL)，或共變數結構分析(Covariance Structure Analysis)，是一種處理因果關係模式的統計方法，它結合了因素分析、因徑分析與迴歸分析，主要用來檢驗潛在變項與外顯變項間之關係。SEM 統計模式包含測量模式與結構模式，其中測量模式主要是透過驗證性因素分析 (CFA) 以檢驗測量指標的效度；而結構模式主要是針對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模式的適配性。因此，SEM 可同時處理一系列互相關聯之相依關係，即一種以多個線性模式呈現分析性變數間關係之統計模式。本研究運用 SEM 進行資料分析，來檢驗理論模式與觀察資料間之適配度、研究變項之信度與效度，以及研究變項間理論關係的影響方向、效果強弱和顯著性，來探究各個變數間的因果關係。

3.5 前測信效度分析

本研究將前測有效問卷 70 份，利用因素分析檢驗信效度，依檢驗結果，刪除不適合的題項，以探究女性到歐洲自助旅行的態度、主觀規範、知覺行為控制、行為意圖、實際行為的構面，以建構其效度及信度。

為了使本研究有效的達到預測的結果，在每個構面中各題項的因素負荷量皆須達 0.6 以上，解釋變異量比例均在 50% 以上；各題項的 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，才得以表示此構面具有一致性及穩定性，依序說明如表 3.6、3.7、3.8、3.9、3.10。

表 3.6 態度前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
態度	1. 對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	0.86	4.38	72.99	0.92
	2. 對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	0.90			
	3. 對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	0.86			
	4. 對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	0.87			
	5. 對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	0.87			
	6. 對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	0.76			

資料來源：研究者整理

表 3.7 主觀規範前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
主觀規範	1. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.75	2.54	50.76	0.75
	2. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.78			
	3. 大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.63			
	4. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.65			
	5. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.74			

資料來源：研究者整理

表 3.8 知覺行為控制前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
知覺 行為 控制	1. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的假期。	0.30	3.52	44.02	0.78
	2. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的經濟能力。	0.57			
	3. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的體力。	0.71			
	4. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的外語能力。	0.59			
	5. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的適應環境能力。	0.70			
	6. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	0.71			
	7. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	0.79			
	8. 若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力。	0.81			

資料來源：研究者整理

註：粗體表因素負荷量未達 0.6。

表 3.9 行為意圖前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
行為 意圖	1. 未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	0.85	3.81	63.45	0.88
	2. 未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	0.84			
	3. 未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	0.82			
	4. 未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	0.85			

表 3.9 行為意圖前測因素分析表(續)

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
行為意圖	5. 我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗。	0.61	3.81	63.45	0.88
	6. 我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行。	0.78			

資料來源：研究者整理

表 3.10 實際行為前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
實際行為	1. 我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	0.94	2.03	67.52	0.74
	2. 我會上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊。	0.87			
	3. 我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	0.63			

資料來源：研究者整理

依據表 3.6、3.7、3.8、3.9、3.10 所測出各個構面的分析結果，針對本研究問卷進行修改，知覺行為控制構面內的三個題項，雖因因素負荷量未達 0.6 的標準，但諮詢專家後，認為此三題項有其保留的必要性，待正式問卷回收後，再決議是否剔除，正式問卷內容如附錄一所示。

第四章 研究結果與討論

本章將針對研究樣本進行資料分析，並對研究結果加以說明。本章共分為四節，第一節進行樣本基本資料分析；第二節描述性統計分析；第三節信效度分析；第四節結構方程整體模型分析，並進行假設驗證與討論。

4.1 樣本基本資料分析

本研究針對曾到歐洲自助旅行之女性進行問卷調查，其中人口統計項目包含年齡、婚姻狀況、子女個數、子女的最小年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、到歐洲自助旅遊的次數、印象最深刻的國家、前往該次旅遊的同伴。本研究之有效問卷為 492 份，以其進行受測樣本背景資料之分析，依項目次序分別說明如下，並彙整分析結果如表 4.1 所示，其中 N=492，代表總樣本數為 492 人。

1. 年齡

受訪樣本中以 30~39 歲者居多，占整體有效樣本數的一半；20~29 歲者次之，占 39.4%；其次依序為 40~49 歲、50 歲以上、19 歲以下。

2. 婚姻狀況

受訪樣本中以單身者居多，占整體有效樣本 57.5%；其次為已婚者，占 24.4%；交往中者占 17.5%；其他則占了 0.6%。

3. 子女個數

受訪樣本中以沒有子女者居多，占整體有效樣本的 89%；有 1 個子女者次之，占 6.3%，由此顯示，曾經到歐洲自助旅行的女性有將近九成沒有子女。

4. 子女的最小年齡

在 54 位有子女的受訪樣本中，子女年齡最小為 11(含)歲以上者居多，

占 33.3%；1 歲(含)以下者次之，占 27.8%；其次依序為 1~3(含)歲、5~10(含)歲、3~5(含)歲。

5.教育程度

受訪樣本中以擁有大學學歷的比例最高，占 57.7%；其次為研究所以上，占 40.1%；受訪者中學歷為高中職或國中以下，共占了 2.2%，由此顯示，曾經到歐洲自助旅行的女性，以具有高學歷者居多。

6.職業

受訪樣本中以工商服務業者的比例最高，占 33.1%；軍公教者次之，占 24.1%；再其次為其他，占 20.3%，而從事這三類職業的人數占了整體有效樣本的七成七之多。

7.個人平均月收入

受訪樣本中個人平均月收入以 40,001~60,000 元者居多，占 37%；收入 20,001~40,000 元次之，占 26.2%；其次依序為無固定、60,001~80,000 元、20,000 元以下、80,001 元以上。

8.到歐洲自助旅遊的次數

受訪樣本中到歐洲自助旅遊的次數以 1~3 次者居多，占了整體有效樣本的 71.1%；其次為 4~6 次，占 20%；再其次為 10 次以上者，占 5.1%；最少為 7~10 次者，占 3.8%。

9.印象最深刻的國家

受訪樣本中印象最深刻的國家以位於中歐(波蘭、瑞士、列支敦斯登、奧地利、匈牙利、捷克、斯洛伐克、斯洛維尼亞、德國)者居多，占 32.3%；再來為西歐(英國、法國、愛爾蘭、荷蘭、比利時、盧森堡、摩納哥、澤西、耿西、曼島)，占 30.3%；其次為南歐(葡萄牙、西班牙、安道爾、希臘、義大利、聖馬利諾、馬爾他、梵蒂岡、保加利亞、羅馬尼亞、賽爾

維亞、克羅埃西亞、波士尼亞與赫塞哥維納、蒙特內哥羅、科索沃、阿爾巴尼亞、馬其頓、直布羅陀)，占 23.8%；再其次為北歐(丹麥、挪威、冰島、芬蘭、瑞典、法羅群島、布韋島)、東歐(烏克蘭、白俄羅斯、立陶宛、拉脫維亞、愛沙尼亞、摩爾多瓦)及亞歐交界(俄羅斯、土耳其、哈薩克、亞塞拜然、喬治亞、賽普勒斯、北賽普勒斯、亞美尼亞)。由此顯示，到中歐、西歐和南歐這三個地區從事自助旅行的人數占了整體有效樣本的八成六之多。

10. 前往該次旅遊的同伴

受訪樣本中以同學或朋友為旅遊同伴者居多，占 35%；單獨前往者占了 26.8%；家人或親戚者占 21.3%；其次為情侶，占 11%；再其次為同事，占 5.9%。

表 4.1 樣本基本資料分析

N=492

樣本背景項目	類別	人數	百分比%
年齡	19 歲以下	3	0.60
	20~29 歲	194	39.40
	30~39 歲	246	50.00
	40~49 歲	35	7.10
	50 歲以上	14	2.90
婚姻狀況	單身	283	57.50
	交往中	86	17.50
	已婚	120	24.40
	其他	3	0.60
子女數	0 個	438	89.00
	1 個	31	6.30
	2 個	19	3.90
	3 個(含)以上	4	0.80

表 4.1 樣本基本資料分析(續)

N=492

樣本背景項目	類別	人數	百分比%
子女年齡最小為	1 歲(含)以下	15	27.80
	1~3(含)歲	11	20.40
	3~5(含)歲	2	3.70
	5~10(含)歲	8	14.80
	11(含)歲以上	18	33.30
教育程度	國中以下	1	0.20
	高中職	10	2.00
	大專院校	284	57.70
	研究所以上	197	40.10
職業	農林漁牧業	1	0.20
	軍公教	118	24.10
	工商服務業	163	33.10
	學生	72	14.60
	自由業	24	4.90
	家管	13	2.60
	退休	1	0.20
	其他	100	20.30
個人平均月收入	無固定	59	12.00
	20,000 元以下	41	8.30
	20,001~40,000 元	129	26.20
	40,001~60,000 元	182	37.00
	60,001~80,000 元	55	11.20
	80,001 元以上	26	5.30
到歐洲自助旅遊 的次數	1~3 次	350	71.10
	4~6 次	98	20.00
	7~10 次	19	3.80
	10 次以上	25	5.10

表 4.1 樣本基本資料分析(續)

N=492

樣本背景項目	類別	人數	百分比%
印象最深刻的國家是	北歐	59	12.00
	南歐	117	23.80
	西歐	149	30.30
	中歐	159	32.30
	東歐	4	0.80
	亞歐交界國	4	0.80
前往該次旅遊的同伴	單獨前往	132	26.80
	情侶	54	11.00
	家人或親戚	105	21.30
	同學或朋友	172	35.00
	同事	29	5.90

資料來源：研究者整理

4.2 描述性統計分析

本研究除了受訪者的基本資料外，其餘變項包括態度、主觀規範、知覺行為控制、行為意圖、實際行為皆採李克特(Likert)五點量尺，平均數 3 分以下，表示受訪者對於題項之看法為負向；平均數 3 分以上，表示受訪者對於題項之看法為正向；若平均數等於 3 分，則代表受訪者對於題項之看法為中立。標準差是用來了解受訪者對問項看法的差異程度，標準差越大，則受訪者看法的差異程度越大；反之，則受訪者的看法越一致。各構面之研究結果分析如下：

4.2.1 女性從事歐洲自助旅行態度

由表 4.3 可知，各題項平均數介於 4.54 至 4.74 之間，整體平均值為 4.63，顯示女性對歐洲自助旅行的態度是屬於高評價，受訪者對各題項皆具有正面的看法，其中以「值得的」(4.74)平均數最高，「有吸引力的」

(4.73)次之，而「享受的」(4.54)平均數為最低；而在標準差方面皆小於1，可見受訪者對於到歐洲自助旅行的態度看法較一致。

表 4.3 態度相關題項分析表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均
態度	1.對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	4.54*	0.64	6	4.63
	2.對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	4.60*	0.56	4	
	3.對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	4.74*	0.48	1	
	4.對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	4.73*	0.48	2	
	5.對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	4.64*	0.55	3	
	6.對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	4.55*	0.59	5	

資料來源：研究者整理

註：*：表示該平均數已通過>3的顯著性檢定

4.2.2 女性從事歐洲自助旅行主觀規範

由表 4.4 可知，各題項平均數介於 3.75 至 4.00 之間，整體平均值為 3.92，是所有構面中平均數最低者。其中以「大多數的媒體訊息認為到歐洲自助旅行是好的」(4.00)的平均數最高，「大多數對我重要的個人認為到歐洲自助旅行是好的」(3.96)次之，而「大多數對我重要的團體鼓勵且支持我到歐洲自助旅行」(3.75)的平均數最低，可以顯示媒體訊息對受訪者的影響力最大，而重要個人的正面影響大於重要團體，且可由此推知，他人對於女性是否從事歐洲自助旅行的影響力較小。

各題項的標準差方面雖小於 1，但皆在 0.8 以上，可見受訪者從事歐洲自助旅行與否，受到他人的影響程度較有所不同。

表 4.4 主觀規範相關題項分析表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均
主觀規範	1.大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的。	3.96*	0.80	2	3.92
	2.大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的。	3.94*	0.81	4	
	3.大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌...)認為到歐洲自助旅行是好的。	4.00*	0.82	1	
	4.大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	3.95*	0.84	3	
	5.大多數對我重要的團體(公司、社團...) 鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	3.75*	0.87	5	

資料來源：研究者整理

註：*：表示該平均數已通過>3 的顯著性檢定

4.2.3 女性從事歐洲自助旅行知覺行為控制

由表 4.5 可知，各題項平均數介於 3.69 至 4.34 之間，整體平均值為 4.13，顯示受訪者對各題項皆具有正面的看法，其中以「若要到歐洲自助旅行，我有足夠的體力」(4.34)平均數最高，「若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規畫行程」(4.32)次之，而「若要到歐洲自助旅行，我有足夠的外語能力」(3.69)平均數最低，可見受訪者選擇以自助旅行為旅遊方式是因為知道自己能負荷旅途中所消耗的大量體力，且在出發前，對旅遊行程會有完善的規劃和安排。

在標準差方面，以「若要到歐洲自助旅行，我有足夠的假期」的標準差最高，可見受訪者對於有足夠假期與否的差異性較大。

表 4.5 知覺行為控制相關題項分析表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均
知覺行為控制	1.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的假期。	4.15*	1.09	4	4.13
	2.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的經濟能力。	4.05*	0.92	7	
	3.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的體力。	4.34*	0.71	1	
	4.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的外語能力。	3.69*	0.90	8	
	5.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的適應環境能力。	4.26*	0.64	3	
	6.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	4.32*	0.69	2	
	7.若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	4.10*	0.75	6	
	8.若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力。	4.11*	0.89	5	

資料來源：研究者整理

註：*：表示該平均數已通過>3 的顯著性檢定

4.2.4 女性從事歐洲自助旅行行為意圖

由表 4.6 可知，各題項平均數介於 3.80 至 4.73 之間，整體平均值為 4.28，顯示受訪者對各題項皆具有正面的看法，其中以「我願意和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗」(4.73)的平均數最高，「我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行」(4.53)次之，而「未來一年，我計畫到歐洲自助旅行」(3.80)的平均數最低，可見受訪者對於到歐洲自助旅行即便有高度的意願，卻不見得能付諸行動去實行。

在標準差方面，「未來一年，我可能會到歐洲自助旅行」和「未來一年，我計畫到歐洲自助旅行」的標準差皆大於 1，可見受訪者對於一年內能否實際到歐洲自助旅行的看法較不一致。

表 4.6 行為意圖相關題項分析表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均
行為意圖	1.未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	4.27*	0.99	4	4.28
	2.未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	3.92*	1.15	5	
	3.未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	3.80*	1.24	6	
	4.未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	4.45*	0.80	3	
	5.我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗。	4.73*	0.53	1	
	6.我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行。	4.53*	0.69	2	

資料來源：研究者整理

註：*：表示該平均數已通過>3 的顯著性檢定

4.2.5 女性從事歐洲自助旅行實際行為

由表 4.7 可知，各題項平均數介於 4.26 至 4.67 之間，整體平均值為 4.40，顯示受訪者對各題項皆具有正面的看法，其中以「上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊」(4.67)平均數最高，「關注到歐洲旅行的節目或影片」(4.67)次之，而「主動詢問到歐洲自助旅行的訊息」(4.26)的平均數最低。標準差方面，以「我會關注到歐洲旅行的節目或影片」為最高。

表 4.7 實際行為相關題項分析表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均
實際行為	1.我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	4.26*	0.79	3	4.40
	2.我会上網蒐尋到歐洲自助旅遊的資訊。	4.67*	0.56	1	
	3.我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	4.28*	0.85	2	

資料來源：研究者整理

註：*：表示該平均數已通過>3 的顯著性檢定

4.3 信效度分析

本研究運用 SPSS 統計軟體進行因素分析，以檢驗量表中態度、主觀規範、知覺行為控制、行為意圖、實際行為等構面，分別說明如下。

4.3.1 態度因素分析

此構面由對我而言到歐洲自助旅行是「享受的」、「愉快的」、「值得的」、「有吸引力的」、「是令人滿足的」、「有益的」六個題項組成，此構面因子解釋變異量為 66.46%，其中以「對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的」的因素負荷量 0.87 為最高，因素的內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.89，分析結果如表 4.8。

表 4.8 態度因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
態度	1. 對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	0.76	3.99	66.46	0.89
	2. 對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	0.84			
	3. 對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	0.84			
	4. 對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	0.82			
	5. 對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	0.87			
	6. 對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	0.76			

資料來源：研究者整理

4.3.2 主觀規範因素分析

此構面由「大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的」、「大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的」、「大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌...)認為到歐洲自助旅行是好的」、「大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行」、「大多數對我重要的團

體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行」五個題項組成，其中「大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌...)認為到歐洲自助旅行是好的」此題項因素負荷量經測量後未達 0.5 的標準，不具有效度，因此刪掉此題項。

此構面最終以四個題項組成，因子解釋變異量為 65.42%，其中以「大多數對我重要的團體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行」的因素負荷量 0.83 為最高，因素的內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.82，分析結果如表 4.9。

表 4.9 主觀規範因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
主觀 規範	1. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.79			
	2. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.82			
	4. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.80	2.62	65.42	0.82
	5. 大多數對我重要的團體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.83			

資料來源：研究者整理

4.3.3 知覺行為控制因素分析

此構面由若要到歐洲自助旅行，「我有足夠的假期」、「我有足夠的經濟能力」、「我有足夠的體力」、「我有足夠的外語能力」、「我有足夠的適應環境能力」、「我有足夠的能力規劃行程」、「我有足夠

的緊急應變能力」、「我有獨自旅遊或找到旅伴的能力」八個題項組成，其中「足夠的假期」、「足夠的經濟能力」、「足夠的體力」、「足夠的外語能力」、「足夠的適應環境能力」五個題項的因素負荷量經測量後均未達 0.5 的標準，不具有效度，因此刪掉這五個題項。

此構面最終以三個題項組成，因子解釋變異量為 66.39%，其中以「若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力」的因素負荷量 0.86 為最高，因素的內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.75，分析結果如表 4.10。

表 4.10 知覺行為控制因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
知覺行為控制	6. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	0.75			
	7. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	0.83	1.99	66.39	0.75
	8. 若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力。	0.86			

資料來源：研究者整理

4.3.4 行為意圖因素分析

此構面由「未來一年，我想要到歐洲自助旅行」、「未來一年，我可能會到歐洲自助旅行」、「未來一年，我計畫到歐洲自助旅行」、「未來一年，我願意再到歐洲自助旅行」、「我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗」、「我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行」六個題項組成，其中「我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗」、「我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行」兩個題項的因素負荷量經測量後均未達 0.5 的標準，不具有效度，因此刪掉這兩個題項。

此構面最終以四個題項組成，因子解釋變異量為 78.04%，其中以「未

來一年，我可能會到歐洲自助旅行」的因素負荷量 0.94 為最高，因素的内部一致性 Cronbach's α 係數為 0.90，分析結果如表 4.11。

表 4.11 行為意圖因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
行為意圖	1. 未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	0.87	3.12	78.04	0.90
	2. 未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	0.94			
	3. 未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	0.92			
	4. 未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	0.80			

資料來源：研究者整理

4.3.5 實際行為因素分析

此構面由我會「主動詢問到歐洲自助旅行的訊息」、「上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊」、「關注到歐洲旅行的節目或影片」三個題項組成，此構面因子解釋變異量為 66.45%，其中以「關注到歐洲旅行的節目或影片」的因素負荷量 0.88 為最高，因素的内部一致性 Cronbach's α 係數為 0.74，分析結果如表 4.12。

表 4.12 實際行為因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
實際行為	1. 我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	0.84	1.99	66.45	0.74
	2. 我會上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊。	0.72			
	3. 我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	0.88			

資料來源：研究者整理

4.4 結構方程整體模型分析

本研究的結構關係模型概念圖如圖 4.1 所示，利用統計套裝軟體來對模式適配度及模型內在結構（收斂效度及區別效度）進行測試，本節將探究構面之間整體模型的影響關係，分為整體模型、到歐洲自助 1-3 次模型、到歐洲自助 4-6 次模型及到歐洲自助 7-10 次模型及旅遊次數高低對模型是否產生干擾效果等五個部份來進行說明，最後再以結構方程模型驗證各項假說檢定。

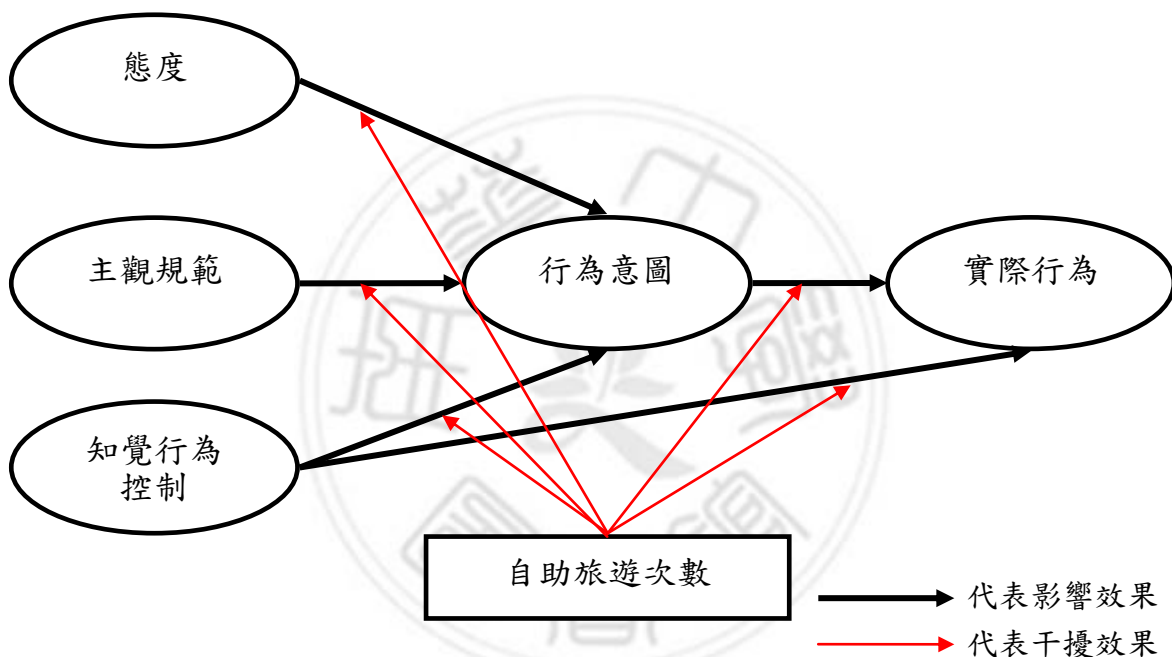


圖 4.1 研究結構模型概念圖

4.4.1 整體模型

整體模式適配度主要用於了解觀察資料與所要考驗的理論模式之間的契合程度，也可以說是一種模式的外在品質檢定（黃芳銘，2003）。本研究之模型適配度經過多次修正後，適配度的評鑑指標全部都有符合標準數值，如表 4.13 所示。在絕對適配度指標、增值適配度指標和簡約適配度指標中的項目，皆能達到良好標準，由此可知，本研究的外在品質已達一般學術研究要求的模型適配度評鑑水準，研究模式可以被接受。

表 4.13 理論模式適配度分析表

評鑑指標類型	標準值	整體模型	符合與否	
	χ^2	P-value>0.05	0.00	不符合
	χ^2/df	<3	2.44*	符合
絕對適配 度指標	GFI	>0.9	0.93*	符合
	AGFI	>0.9	0.90*	符合
	RMR	<0.05	0.04*	符合
	RMSEA	<0.05	0.05*	符合
增值適配 度指標	NFI	>0.9	0.94*	符合
簡約適配 度指標	PNFI	>0.5	0.72*	符合
	CN	>200	261*	符合

資料來源：本研究整理

註：*表示合乎標準值

雖然整體模式的適配已被接受，但除了確認模式的外在品質，如果能再深入了解每一個參數，對理論的驗證更能獲得保證(黃芳銘，2003)。透過模型的內在結構適配度，我們可以評量模型內估計參數的顯著性、測量指標的信度、潛在變項的信度及效度。

本研究利用驗證性因素分析觀察模型，檢測模式各構面題項之標準化因素負荷量 (SFL) 及 t 值的顯著性，評鑑模型內部的一致性、收斂效度與區別效度。根據 Bagozzi & Yi (1988) 建議之衡量指標，選取最常用的兩項指標：其一是潛在變項的組合信度 (CR)，用以測量資料的內部一致性，CR 的值大於 0.7，表示資料具有內部的一致性；其二是平均變異抽取量 (AVE)，用以計算潛在變項之各測量變數對該潛在變項的平均變異解釋力，AVE 值大於 0.5，則表示此測量具有一定的收斂效度。

整體模型驗證性收斂效度表如表 4.14 所示。整體模型題項的組合信度皆大於 0.7，顯示其內部具有高度的一致性；而各構面的 AVE 也皆大於 0.5 的建議值，顯示皆達信度標準且具有收斂效度；除了「上網搜尋到

歐洲自助的資訊」此題項的標準化因素負荷量未達 0.6，但尚能符合大於 0.5，在可接受的範圍，其餘各題項的標準化因素負荷量皆能達到 0.6 以上；最後檢視各潛在變項所估計的參數值 t 值的 P 值都小於 0.001 達顯著水準，代表模式的內在品質佳，由以上各數據顯示本研究模式內在結構適配度良好。

表 4.14 整體模型驗證性收斂效度分析表

構面	題項	SFL	t 值	EV	組成信度 (CR)	平均變異抽取量 (AVE)
態度	●到歐洲自助旅行是享受的	0.64	13.47***	0.60	0.90	0.60
	●到歐洲自助旅行是愉快的	0.76	15.89***	0.43		
	●到歐洲自助旅行是值得的	0.83	16.64***	0.31		
	●到歐洲自助旅行是有吸引力的	0.80	16.79***	0.36		
	●到歐洲自助旅行是令人滿足的	0.89	17.79***	0.21		
	●到歐洲自助旅行是有益的	0.70	—	0.52		
主觀規範	●大多數對我重要的個人認為到歐洲自助是好的	0.78	12.84***	0.39	0.85	0.58
	●大多數對我重要的團體認為到歐洲自助旅行是好的	0.73	13.97***	0.47		
	●大多數對我重要的個人鼓勵且支持我到歐洲自助旅行	0.64	12.71***	0.60		
	●大多數對我重要的團體鼓勵且支持我到歐洲自助旅行	0.89	—	0.21		
知覺行為控制	●我有足夠的能力規劃行程	0.60	10.95***	0.64	0.75	0.51
	●我有足夠的緊急應變能力	0.72	11.81***	0.48		
	●我有獨自旅遊或找到旅伴能力	0.81	—	0.35		
行為意圖	●未來一年我想要到歐洲自助	0.75	—	0.44	0.90	0.70
	●未來一年我可能會到歐洲自助	0.98	23.41***	0.05		
	●未來一年我計畫到歐洲自助	0.94	22.99***	0.12		
	●未來一年我願意再到歐洲自助	0.63	17.27***	0.60		

表 4.14 整體模型驗證性收斂效度分析表(續)

構面	題項	SFL	t 值	EV	組成信度 (CR)	平均變異抽取量 (AVE)
實際行為	●主動詢問到歐洲自助的訊息	0.73	—	0.47		
	●上網搜尋到歐洲自助的資訊	0.50	9.91***	0.75	0.75	0.51
	●關注到歐洲旅行的節目或影片	0.86	11.92***	0.25		

資料來源：研究者整理

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

區別效度則是將同一構面的兩個不同次構面進行相關分析，若此兩個構面的相關程度低，則表示此兩個構面具有區別效度(Anderson & Gerbing, 1988)。本研究在區別效度檢定之判斷準則為：每個構面的 AVE 平方根大於各構面相關係數之個數，至少需占整體的比較個數 75% 以上(Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998)，若區別效度不高，則表示其可合成同一主構面，進行二階驗證。本研究之區別效度分析表如表 4.15 所示，得知本研究各構面的 AVE 平方根皆大於其他構面的相關係數，顯示此測量具有區別效度。

表 4.15 區別效度檢查表

	態度	主觀規範	知覺行為控制	行為意圖	實際行為
態度	0.78	-	-	-	-
主觀規範	0.30	0.78	-	-	-
知覺行為控制	0.26	0.19	0.72	-	-
行為意圖	0.30	0.11	0.18	0.84	-
實際行為	0.33	0.12	0.17	0.30	0.72

資料來源：研究者整理

註：灰色區塊部分為各構面平均變異抽取量的平方根。

經結構方程模式的鑑定過後，本研究再針對各構面的關係與研究假說進行分析與檢定，整體模型路徑關係檢定表如表 4.16 所示。由表中數值可知大部分假說成立，符合預期，整體模型路徑關係如圖 4.2 所示，分項說明如下：

1.H1：態度對行為意圖有正向顯著影響——成立

由表 4.16 及圖 4.2 可知，態度對行為意圖的路徑係數為 0.24，t 值為 4.60，P 值小於 0.001，達顯著水準，表示女性到歐洲自助旅行的態度對於行為意圖有正向顯著影響，故本研究的假說 1 成立。

根據期望-價值理論 (Fishbein & Ajzen, 1975) 指出態度是指個人對特定對象所反應出的一種持續性的喜歡或不喜歡的預設立場，也就是個人實行某特定行為的正向和負向的評價。由此路徑可知，女性對於從事歐洲自助旅行越喜愛、越有高度的正面評價，其到歐洲自助旅行的意向就越強烈，此研究結果與 Ajzen 所提出的計畫行為理論相符。

2. H2：主觀規範對行為意圖有正向顯著影響——不成立

由表 4.16 及圖 4.2 可知，主觀規範對行為意圖的路徑係數為 0.02，t 值為 0.41，P 值為 0.68，未達顯著水準，表示女性到歐洲自助旅行的主觀規範對於行為意圖無正向顯著影響，故本研究的假說 2 不成立。

主觀規範乃指個人採取特定行為所感受到的社會壓力，本研究將主觀規範分為「重要他人的影響」、「重要團體的影響」和「媒體影響」，經結構方程式分析發現，他人、社會和大眾媒體的影響力並未顯著影響女性是否從事歐洲自助旅行的決定。究其因可能有二，其一為自助旅行者的個人特質，從女性自助旅行者的旅遊動機中可歸納出自助旅行者有個人意識強烈、從常規中逃離、具有冒險性、享受自由與獨特感、獨立性強、追求自我實現等特質(李佳蓉，2005)，故其在決定是否從事自助旅行時，因個人意識較強烈，因而不易受到他人的左右。其二為女性角色的轉變，隨著女性主義及兩性平權的發展，現今女性跳脫傳統父權社會的框架，受到良好的教育，有自己的事業，不受婚姻家庭束縛，強調獨立、自信、經濟自主、人格獨立、愛自己、善待自己、不受他人拘束、

看重自己的興趣和喜好，並能有強烈的自我主宰意識等等，不同於以往只能扮演被動、乖乖聽話及服從的角色，女性能拿回主導權，依自己的想法和意見做出選擇和決定，因而從事歐洲自助旅行的意願較不會受到重要他人、團體或媒體資訊的影響。

3. H3：知覺行為控制對行為意圖有正向顯著影響——不成立

由表 4.16 及圖 4.2 可知，知覺行為控制對行為意圖的路徑係數為 0.08，t 值為 1.47，P 值為 0.14，未達顯著水準，表示女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制對於行為意圖無正向顯著影響，故本研究的假說 3 不成立。

4. H4：知覺行為控制對實際行為有正向顯著影響——成立

由表 4.16 及圖 4.2 可知，知覺行為控制對實際行為的路徑係數為 0.12，t 值為 2.16，P 值小於 0.001，達顯著水準，表示女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制對於實際行為有正向顯著影響，故本研究的假說 4 成立。

知覺行為控制指的是個人完成某行為的掌控程度，當個人所掌握的資源與機會越多，所預期的阻礙就越少，則對行為的知覺行為控制就越強。經結構方程式分析發現，女性從事歐洲自助旅行的知覺行為控制對其行為意圖無顯著的影響但對實際行為卻有顯著影響，究其因，可能為知覺行為控制強的人能以過去的經驗為基礎，故掌握到的旅遊資訊管道較多、能預期自助旅行時所可能遇到的阻礙，且排除預期阻礙的能力也較高，也就是說，知覺行為控制能力強的話，其能擁有瞬間的決策能力及判斷力，不須經由意圖去醞釀較久的時間後才去行動。

有經驗的旅行者，因愈能真實掌控旅途前的行程規劃準備、處理旅途中的大小事務和解決可能遇到的突發狀況，她們不需先醞釀行為意

圖，便能直接引發實際行為；反之，對旅行經驗缺乏者而言，其所預期面臨的阻礙較多且排除阻礙的能力較低，她們對於能否完成自助旅行的認知和信念就越薄弱，需要更多的外在訊息刺激來引發行為意圖，當一切不可控的因素漸漸變成可掌握的情況，才有實際行為的產生。從中推知所預期的阻礙越少，越容易促成實際行為的產生，而可以略過行為意圖的中介角色。

5. H5：行為意圖對實際行為有正向顯著影響——成立

由表 4.16 及圖 4.2 可知，行為意圖對實際行為的路徑係數為 0.23，t 值為 4.50，P 值為 0.03，達顯著水準，表示女性到歐洲自助旅行的行為意圖對於實際行為有正向顯著影響，故本研究的假說 5 成立。

行為意圖是指個人對於某項特定行為的採取意願，而實際行為是指個人採取行動的行為，經結構方程式分析發現，女性從事歐洲自助旅行的行為意圖對其行為有顯著的影響。個人意志完全控制的行為不僅受行為意圖的影響，還受執行行為的個人能力、機會以及資源等實際控制條件的制約，在實際控制條件充分的情況下，行為意圖直接決定行為。

表 4.16 整體模型路徑關係檢定表

假說	路徑	假設關係	檢定結果	路徑係數	t 值	P 值	假說成立與否
H1	態度→行為意圖	+	+	0.24	4.60	***	成立
H2	主觀規範→行為意圖	+	+	0.02	0.41	0.68	不成立
H3	知覺行為控制→行為意圖	+	+	0.08	1.47	0.14	不成立
H4	知覺行為控制→實際行為	+	+	0.12	2.16	***	成立
H5	行為意圖→實際行為	+	+	0.23	4.50	0.03**	成立

資料來源：研究者整理

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

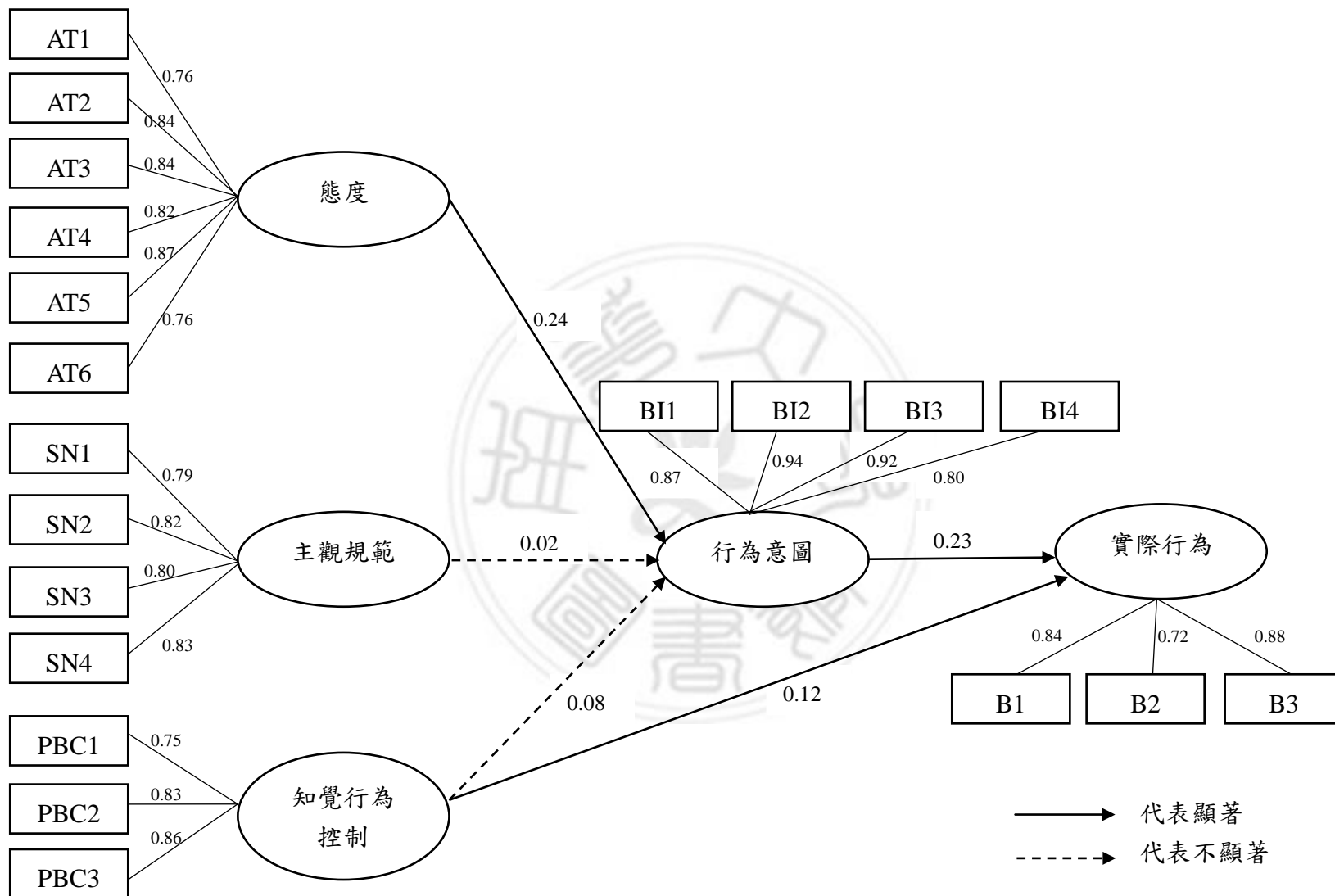


圖 4.2 女性從事歐洲自助旅行路徑圖

註：題次與題項對照表

構面	代稱	題項	因素負荷量
態度	AT1	對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	0.76
	AT2	對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	0.84
	AT3	對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	0.84
	AT4	對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	0.82
	AT5	對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	0.87
	AT6	對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	0.76
主觀規範	SN1	大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.79
	SN2	大多數對我重要的團體(公司、社團...)認為到歐洲自助旅行是好的。	0.82
	SN3	大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.80
	SN4	大多數對我重要的團體(公司、社團...)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	0.83
知覺行為控制	PBC1	若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	0.75
	PBC2	若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	0.83
	PBC3	若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的能力。	0.86
行為意圖	BI1	未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	0.87
	BI2	未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	0.94
	BI3	未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	0.92
	BI4	未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	0.80
實際行為	B1	我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	0.84
	B2	我會上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊。	0.72
	B3	我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	0.88

4.4.2 旅遊次數多寡對模型的干擾效果分析

根據 Mayo & Jarvis 於 1981 年所提出的旅遊決策類型中，我們可以發現旅遊經驗豐富者和旅遊經驗缺乏者所做出的旅遊決策和計畫方式會有所不同，故本研究在假說 6、假說 7、假說 8、假說 9 和假說 10 中所要探討的是旅遊經驗多寡是否會對整體模型造成干擾效果，並去深入探討其造成干擾效果的可能因素，以確保研究的完整性。

本研究將到歐洲自助旅遊的次數問項區分為「1~3 次」、「4~6 次」、「7~10 次」及「10 次以上」，其中因為「7~10 次」的問卷作答人數過少，因此我們只針對其他三個類別來做干擾效果的討論。

干擾效果路徑檢定表如表 4.17 所示，結果顯示女性到歐洲自助旅遊次數的多寡對於模型確實有產生干擾效果，其路徑關係如圖 4.3。

表 4.17 旅遊次數干擾效果路徑檢定表

假說	構面/路徑	DF	$\Delta\chi^2$	P 值	干擾效果
H6	態度→行為意圖	2	-9.161	1.000	無
H7	主觀規範→行為意圖	2	-8.945	1.000	無
H8	知覺行為控制→行為意圖	2	0.913	0.633	無
H9	知覺行為控制→實際行為	2	8.697	0.013*	有
H10	行為意圖→實際行為	2	9.616	0.008**	有

資料來源：本研究整理

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

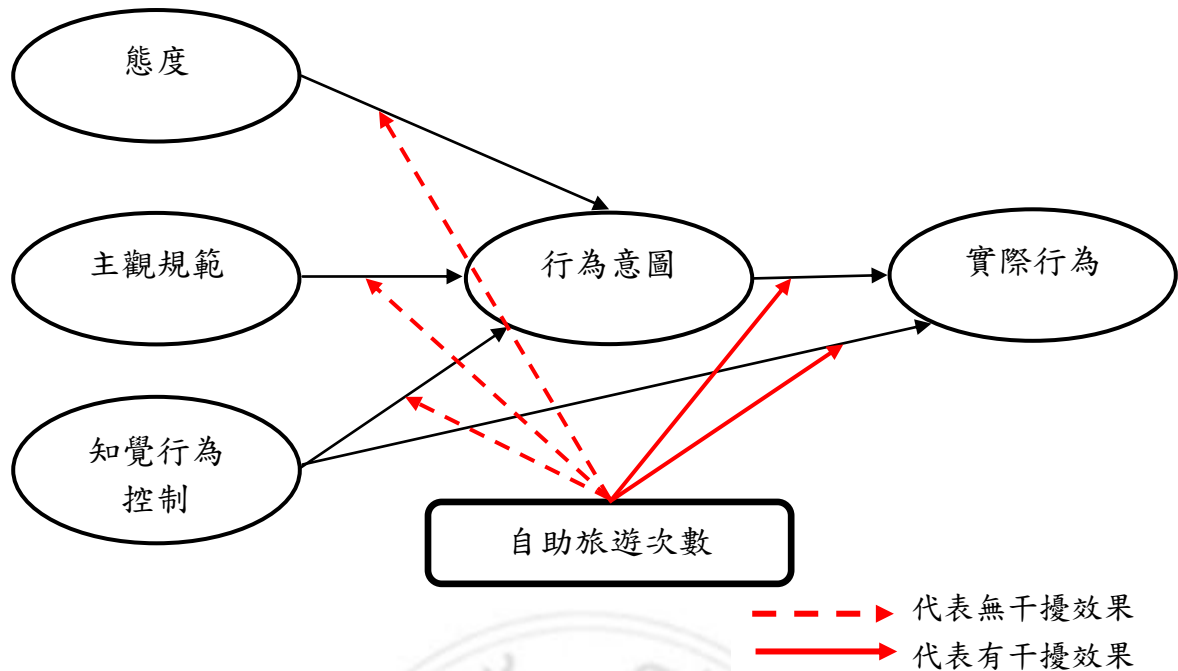


圖 4.3 干擾效果路徑關係圖

本研究整理

說明如下：

1. H6：從事歐洲自助旅行者的旅遊次數在態度對行為意圖影響中會有干擾效果——不成立

旅遊次數的干擾在態度對於行為意圖沒有顯著效果，故本研究的假說 6 不成立。

換言之，歐洲自助旅行的旅遊次數多寡，並不會在態度對行為意圖的影響程度造成干擾效果，也就是說，旅遊者對從事歐洲自助旅行的所抱持的信念，與其對此結果的評價，不論旅遊經驗豐富與否，皆不受到影響，並不會因為旅遊次數多寡，而有顯著的不同。

2. H7：從事歐洲自助旅行者的旅遊次數在主觀規範對行為意圖影響中會有干擾效果——不成立

旅遊次數的干擾在主觀規範對於行為意圖沒有顯著效果，故本研究的假說 7 不成立。

換言之，歐洲自助旅行的旅遊次數多寡，並不會在主觀規範對行為意圖的影響程度造成干擾效果，也就是說，旅遊者對從事歐洲自助旅行所感受到的社會壓力，如重要的他人或團體、媒體訊息等等，與其對他人意見的依從程度，不論旅遊次數的多寡，皆不受到影響，並不會因為從事自助旅行的次數，而有顯著的不同。

3. H8：從事歐洲自助旅行者的旅遊次數在知覺行為控制對行為意圖影響中會有干擾效果——不成立

旅遊次數的干擾在知覺行為控制對於行為意圖沒有顯著效果，故本研究的假說 8 不成立，換言之歐洲自助旅行的旅遊次數多寡，並不會在知覺行為控制對行為意圖的影響程度造成干擾效果，也就是說，旅遊者對於能否完成自助旅行的認知，加上衡量自身所擁有的資源和機會與其所預期面臨的阻礙，不論旅遊次數多或少，皆不受到影響，並不會因為是自助旅行的老手或生手，而有顯著的不同。

4. H9：從事歐洲自助旅行者的旅遊次數在知覺行為控制對實際行為影響中會有干擾效果——成立

H10：從事歐洲自助旅行者的旅遊次數在行為意圖對實際行為影響中會有干擾效果——成立

旅遊次數的干擾在知覺行為控制對於實際行為有顯著效果，故本研究的假說 9 成立，而旅遊次數的干擾在行為意圖對於實際行為有顯著效果，故本研究的假說 10 成立。

由表 4.18、4.19、4.20 的旅遊次數路徑關係檢定表所示，以下我們將針對不同旅遊次數的路徑值、t 值和 P 值更深入的去了解和討論旅遊次數的多寡是如何在知覺行為控制對實際行為的路徑中和行為意圖對實際行為的路徑中產生顯著干擾效果，而其影響的背後因素又為何。

首先，我們從表 4.18 來觀察 H9 和 H10 的路徑值，H9 旅遊次數在知覺行為控制對實際行為的影響中，我們可以得知「整體模型」的路徑值是 0.116、「1-3 次」的路徑值是 0.063、「4-6 次」的路徑值是 0.161，而「10 次以上」的路徑值是 0.570，從這些數據中，我們可以發現隨著旅遊次數的增加，其路徑值有逐漸上升的趨勢。

反觀 H10 旅遊次數在行為意圖對實際行為的影響中，我們可以得知「整體模型」的路徑值為 0.229、「1-3 次」的路徑值為 0.210、「4-6 次」的路徑值為 0.222，而「10 次以上」的路徑值為 0.150，也就表示隨著旅遊次數的增加，其路徑值反而有逐漸下降的趨勢。

表 4.18 旅遊次數模型路徑檢定表

假說	路徑	整體 路徑值	10次以上 路徑值	4-6次 路徑值	1-3次 路徑值
H9	知覺行為控制→實際行為	0.116	0.570	0.161	0.063
H10	行為意圖→實際行為	0.229	0.150	0.222	0.210

資料來源：本研究整理

再來，我們從表 4.19 來觀察 H9 和 H10 的 t 值，H9 旅遊次數在知覺行為控制對實際行為的影響中，我們可以得知「整體模型」的 t 值是 2.161，「1-3 次」的 t 值是 1.012，「4-6 次」的 t 值是 1.626，而「10 次以上」的 t 值是 3.548，從中我們發現隨著旅遊次數的增加，t 值有逐漸上升的趨勢。

反觀 H10 旅遊次數在行為意圖對實際行為的影響中，我們可以得知「整體模型」的 t 值為 4.498，「1-3 次」的 t 值是 3.458，「4-6 次」的 t 值是 2.452，而「10 次以上」的 t 值是 1.545，可以發現隨著旅遊次數的增加，t 值反而有逐漸下降的趨勢。

表 4.19 旅遊次數模型 t 值檢定表

假說	路徑	整體 t值	10次以上 t值	4-6次 t值	1-3次 t值
H9	知覺行為控制→實際行為	2.161	3.548	1.626	1.012
H10	行為意圖→實際行為	4.498	1.545	2.452	3.458

資料來源：本研究整理

最後，我們從表 4.20 來觀察 H9 和 H10 的 P 值，H9 旅遊次數在知覺行為控制對實際行為的影響中，我們可以得知「整體模型」的 P 值是 0.031，「1-3 次」的 P 值是 0.311，「4-6 次」的 P 值是 0.104，而「10 次以上」的 P 值則是小於 0.001，很明顯的隨著旅遊次數的增加，P 值有越顯著的趨勢。

反觀 H10 旅遊次數在行為意圖對實際行為的影響中，「整體模型」的 P 值小於 0.001，「1-3 次」的 P 值也是小於 0.001，「4-6 次」的 P 值是 0.014，而「10 次以上」的 P 值是 0.122，相反的隨著旅遊次數的增加，P 值反而越不顯著。

表 4.20 旅遊次數模型 P 值檢定表

假說	路徑	整體 P值	10次以上 P值	4-6次 P值	1-3次 P值
H9	知覺行為控制→實際行為	0.031*	***	0.104	0.311
H10	行為意圖→實際行為	***	0.122	0.014*	***

資料來源：本研究整理

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

綜合以上，我們可以發現到歐洲自助旅遊的次數越多，其在知覺行為控制對實際行為的影響越大，相反的，其在行為意圖對實際行為的影響越小；而到歐洲自助旅遊次數越少，其在知覺行為控制對實際行為的影響越小，相反的，其在行為意圖對實際行為的影響越大。

究其因，可能擁有豐富旅遊經歷的女性，隨著到歐洲自助旅遊次數的增加，逐漸的累積了自己規劃行程的能力、隨機應變的能力、解決問

題的能力等等，其對於所需資源與機會的控制能力也隨之提高，其中包括了個人慾望、意向、時間、金錢、技能、機會、能力、資源或政策等個人無法掌控的非動機因素，也都能有較高的掌握度。也就是說，旅遊經驗越豐富的女性因具備自己有能力完成歐洲自助旅遊的認知、能善用身邊可利用的資源，所預期面臨的阻礙也較少，她們無須先引發到歐洲旅遊的行為意圖，再去促成實際行為的產生，反之，只要一切條件皆具備，她們將立即採取行動，因而隨著旅遊次數的增加，其知覺行為控制對實際行為的影響越顯著；其行為意圖對實際行為的影響越不顯著。

相較於自助旅遊經驗豐富的老手，旅遊生手因過去累積的經驗值較少，對自己能否完成自助旅行的信念較薄弱且缺少自己有能力完成自助旅遊的認知，故其預期自身所面臨的阻礙較多，生手的知覺行為控制能力相對較低。因此，她們在選擇從事自助旅行前，必須先形成足夠的意願和動機，經過長時間的規劃、準備，醞釀出強烈的行為意圖後，才實際去付諸行動，因而隨著旅遊次數的遞減，其知覺行為控制對實際行為的影響越不顯著；其行為意圖對實際行為的影響越顯著。

第五章 結論與建議

女性從事歐洲自助旅行在目前有越來越普遍的趨勢，隨著資訊科技的發展，旅遊資訊，報章雜誌、傳播媒體的普及，讓女性不再像以往一樣受到諸多的限制與阻礙，使得更多的女性可以跳脫舒適圈，開始展開自助旅行。本研究的目的是在於探討女性從事歐洲自助旅行之行為意圖，並對可能影響行為意圖的「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」及外在變數進行分析，以建立一個「女性從事歐洲自助旅行行為意圖」完整的理論模式基礎、以此基礎確立研究架構，透過實證分析，提出研究結論與相關建議，以提供有意願從事歐洲自助旅行之女性、相關旅遊單位及後續研究者參考。

5.1 研究結論

本研究的目的是在了解女性從事歐洲自助旅行的態度、主觀規範、知覺行為意圖對行為意圖與實際行為之間的關聯性，根據第二章相關文獻，探討各構面的主要內涵，並參考相關量表、諮詢專家意見，編制本研究之問卷，並以曾到歐洲自助旅行的女性為對象進行問卷調查，將所得資料刪選、編碼後，做信效度測量，以描述性統計、結構方程分析等統計方法進行資料檢定分析，得出研究結果分項說明如下：

1.女性到歐洲自助旅行的態度、主觀規範與知覺行為控制對其參與旅遊行為意圖之影響：態度的影響為正向顯著，但主觀規範和知覺行為控制的影響則不顯著。其影響程度以態度最大，再來是知覺行為控制，最後才是主觀規範，根據此結果，我們可以推論：

(1)女性對歐洲自助旅行具有正向的信念及高度的評價，因此態度對行為意圖的影響程度相當高。

(2)女性對從事歐洲自助旅行的控制程度，可能因為缺乏經驗而導致預期的阻礙較多、信心較不足，其對行為意圖的影響程度沒有想像中顯著。

(3)現代女性在決定是否從事歐洲自助旅行時，並不會完全聽從那些對其行為決策具有影響力的群體，究其因可能受自助旅行者的個人特質，如具有冒險性、獨立性強、自我意識強烈等等所影響；也可能受到女性主義興起的影響，現代女性擁有自己的主宰權，能選擇自己想做的事，而不受社會的壓力、他人或團體的影響。

2.女性到歐洲自助旅行的知覺行為控制與行為意圖對其參與旅遊實際行為之影響：知覺行為控制和行為意圖的影響皆為正向顯著，其知覺行為控制的影響程度大於行為意圖，根據此結果，我們可以推論：

(1)女性對歐洲自助旅行的知覺行為控制能力越強，便無需間接透過行為意圖影響行為，可直接影響行為的產生。

(2)女性從事歐洲自助旅行的行為意圖愈強烈，則從事自助旅行的機率就愈高。

3.探討到歐洲自助旅遊次數對整體模型的干擾效果：在態度對行為意圖影響中、主觀規範對行為意圖影響中和知覺行為控制對行為意圖影響中的干擾效果皆不顯著；在知覺行為控制對實際行為影響中和行為意圖對實際行為影響中有顯著的干擾效果，根據此結果，我們可以推論：

(1)女性到歐洲自助旅行的經驗越豐富，其在知覺行為控制對實際行為的影響越顯著，但在行為意圖對實際行為的影響越不顯著；女性到歐洲自助旅行的經驗越不足，其在行為意圖對實際行為的影響越顯著，但在知覺行為控制對實際行為的影響越不顯著。

(2)女性從事歐洲自助如有過去的經驗為基礎，其對從事歐洲自助所預期面臨的阻礙相對較少，因而她們不需間接透過行為意圖來引發實際行為。

反之，如為到歐洲自助旅行的生手，其所擁有的資源和機會相對較少，因此她們需要先促成強烈的意願和動機，才去付諸行動。

5.2 建議

近年來，隨著休閒意識與旅遊觀念的增加，女性想成為勇於追求自我、享受生活的現代新女性蔚為潮流，加上各國極力推展觀光旅遊活動，參加自助旅行的限制及風險較以往降低許多，女性從事自助旅行的人數持續向上攀升。本研究主要針對女性從事歐洲自助旅行之行為意圖進行探討，研究結果顯示「態度」影響女性從事歐洲自助的行為意圖正面且顯著、「主觀規範」與「知覺行為控制」則無顯著影響；「知覺行為控制」及「行為意圖」對於女性從事歐洲自助的「實際行為」有正面且顯著的影響。因此，要增進女性從事歐洲自助旅行之意圖可從本研究結果提出學術及實務上的建議，以供尚未從事歐洲自助旅行的女性、歐洲自助旅行愛好者、後續研究者及相關單位作為參考，茲分述如下：

5.2.1 研究建議

- 1.研究結果顯示自助旅行的次數會直接影響女性參與自助旅行與否，經驗豐富者傾向直接付諸行動，而非先建構行為意圖，故建議後續研究者可以深入去探討旅遊次數、行為意圖及實際行為之關係。
- 2.女性從事自助旅行相關研究在國內已多有呈現，且提及到女性從事自助旅行的人數多於男性，但缺乏實證研究證明，因而針對男性自助旅行者的文獻付之闕如，究竟男性從事自助旅行時考量的因素為何，與女性是否有差異，差異處為何，建議後續研究者可進行深入的探究。
- 3.本研究以計畫行為理論為架構，量化研究為主體，但個人主觀認知複雜多變，僅憑數字難以概括解釋清楚，建議後續研究者在問卷中可加入受訪者更多有關自助旅行經驗的問項，例如行前準備、旅途中的細節及旅

遊後的收穫等等，並以質化研究或深入訪談的方法進行探討比對，相信能有更深入的分析與見解。

5.2.2 實務建議

1.對國內觀光旅遊相關單位的建議：

根據交通部觀光局統計資料，近十年的女性出國人數成長率高達103%，甚至於2017年超越了男性出國的人數，高出約0.6個百分點；而周義隆(1993)也在其《國人出國自助旅行目的地選擇行為之研究》中提到台灣自助旅行人口主要以女性為主，人數約占70%，未婚者達72%；年齡層分布在20~39歲的有83%；專科以上教育程度者占86%；每月所得在二萬至四萬之上班族居多，有53%；職業則以公務人員、教職人員、公司職員以及商務人士居多。由此，我們可知女性的觀光旅遊市場是不可忽略的，但國內目前針對女性市場所推出的產品卻不多，因而建議國內政府單位和旅遊業者可適當作出市場區隔，推出專屬女性的政策和產品，例如針對女性設計專屬的自助機加酒行程，或是交通票券的優惠專案，以刺激女性參加自助旅行的行為意圖。此外，政府應鼓勵旅遊業者突破已往行銷框架，多方參與各項國際旅展，提供機票或住宿優惠，由主管單位出面號召業者，主動提供業者展位，以多元包裝的旅遊產品來開拓國際旅遊市場。

2.對歐洲觀光旅遊相關單位的建議：

根據研究發現，歐洲自助旅遊經驗較不足的女性旅遊者，其在決定是否參與自助時裹足不前的原因主要源於其知覺行為控制能力較薄弱，故建議歐洲政府的相關觀光單位可藉由以下方式來促成其行為意圖，進而增強其付諸行動的決心：

- (1) 在各國透過電視、電影、網路、社群網絡等方式宣傳歐洲景點的迷人或獨特之處。
- (2) 持續提供到歐洲自助免簽的政策，以減少到歐洲旅遊的不便。
- (3) 提供安全並友善的旅遊環境，讓遊客在自助時能玩得安心。
- (4) 隨著資訊科技的發展，政府當局可以多開發官方的旅遊 APP，內容可包含景點介紹、住宿交通安排、官方相關網站的連結，除了減少遊客行前準備的時間，還能降低遊客自助的焦慮感。

5.3 研究貢獻

不同於以往的研究，本研究以「到歐洲自助旅遊的次數」做為調節變項，驗證了調節變項的中介效果，更深入了解模型，確保模型的完整度。



參考文獻

一、中文部分

1. 交通部觀光局(2006~2016)，中華民國 95 年~105 年國民出國人數統計報告。台北：交通部觀光局。
2. 交通部觀光局(2007~2017)，中華民國 96 年~106 年男性出國人數統計報告。台北：交通部觀光局。
3. 交通部觀光局(2007~2017)，中華民國 96 年~106 年女性出國人數統計報告。台北：交通部觀光局。
4. 交通部觀光局(2007~2017)，中華民國 96 年~106 年國民出國到歐洲總人次變化統計報告。台北：交通部觀光局。
5. 交通部觀光局(2012~2016)，中華民國 101 年~105 年國民海外旅遊方式比較調查報告。台北：交通部觀光局。
6. 朱永蕙、劉嘉麒(2016)，運用計畫行為理論探討環境關注對綠色民宿行為意向之研究，休閒與遊憩研究，8 卷 2 期，97-119 頁。
7. 江凱傑(2014)，以計畫行為理論探討旅客對於住宿青年旅館行為意圖之研究，國立台東大學休閒事業管理研究所在職專班碩士論文。
8. 李佳蓉(2005)，女性獨自從事自助旅行之動機與體驗，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
9. 李佳蓉、許義忠(2008)，女性自助旅行者動機、體驗與旅行後之改變，旅遊管理研究，8 卷 1 期，21-39 頁。
10. 沈青慧(1995)，半自助旅遊產品之消費者行為研究——以定點旅遊為實證研究，國立台灣大學企業管理研究所碩士論文。
11. 李湖清(1987)，國人出國觀光消費行為研究，中原大學企業管理研究

所碩士論文。

12. 林清壽、梁翥真(2013)，中高齡者參與國內旅遊行為意向之探究，福祉科技與服務管理學刊，1卷2期，105-122頁。
13. 周義隆(1993)，國人出國自助旅行目的地選擇行為之研究，文化大學觀光研究所碩士論文。
14. 紀芳伶(2015)，基於計畫行為理論分析自行車騎乘者自我效能對行為意向之調查研究，國立台東大學教育學系諮商心理研究所在職專班碩士論文。
15. 陳立平(2004)，中國自助旅遊的現狀及發展趨勢，2004年3月5日，取自：http://www.stravel.net/wenhua/detail.asp?n_id=265。
16. 陳勁甫、古素瑩(2006)，海外自助旅行者動機、知覺價值與市場區隔之研究，中華管理評論國際學報，9卷4期，1-23頁。
17. 陳德立(1987)，如何準備自助旅行，台北：青年經濟旅行俱樂部。
18. 許雅婷(2017) 以計畫行為理論探討遊客參訪觀光工廠之行為意圖，南華大學文化創意事業管理研究所碩士論文。
19. 許義忠、莊麗君、葉智魁、余泰魁(2009)，計劃行為理論納入過去行為來預測高中生的休閒遊憩意圖與行為，旅遊管理研究，8卷2期，145-162頁。
20. 張韶筠(2011)，以計畫行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖與願付價格，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系碩士論文。
21. 莊麗薇(2006)，自助旅行、觀光與文化想像—以台灣的自助旅行論述為例，東海大學社會學研究所碩士論文。
22. 張鐸瀚、蔡漢忠(2009)，以計畫行為理論探討自行車環台之行為意圖，2009服務業行銷研討會論文集，國立中興大學，442-456頁。

23. 黃芳銘(2003)，結構方程模式：理論與應用，台北：五南。
24. 黃振富(1996)，自助旅行者的真實建構—以台灣旅歐女性自助旅行者為例，東海大學社會學研究所碩士論文。
25. 傅淑梅(2011)，台灣女性海外自助旅行經歷之研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
26. 曾煥玫(2000)，女性自助旅行者的旅行經驗研究，國立台灣大學森林學研究所碩士論文。
27. 葉允棋、陳美燕(2007)，體驗行銷、體驗價值、顧客滿意與行為意圖關係之研究：以自行車休閒運動為例，台灣體育運動管理學報，5期，331-364頁。
28. 鄭有利(1994)，自助旅行與出國旅遊實務，台北：萬象圖書公司。
29. 戴友榆、王慶堂、高紹源、李明儒(2012)，計畫行為理論應用於水域遊憩活動行為之探討-以澎湖為例，管理實務與理論研究，6卷1期，33-58頁。
30. 蘇淑芳(1996)，國人出國旅遊型態選擇行為之研究-以美國地區為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
31. Visa(2017.09.20)，2017 Visa 旅遊意向調查，2018年2月20日取自：
<https://www.visa.com.tw/about-visa/newsroom/press-releases/nr-tw-170920.html>。

二、英文部分

1. Ajzen, I. (1985), From Intention to Actions: A Theory of Planned Behavior. Action-Control: From Cognition to Behavior, Heidelberg: Springer.
2. Ajzen, I. (1988), Attitudes, Personality and Behavior, England: Open University Press.
3. Ajzen, I. (1991), The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), pp.179-211.
4. Ajzen, I. (2002), Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, Journal of Applied Social Psychology, Vol. 32, pp.665-683.
5. Ajzen, I., & Driver, B.L. (1992), Prediction of Leisure participation from Behavior, Normative, and Control Beliefs: An application of the Theory of Planned Behavior, Leisure Sciences, 13(3), pp.185-204.
6. Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992), Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice, Journal of Leisure Research, 24(3), pp.207-240.
7. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980), Understanding Attitude and Predicting Social Behavior, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
8. Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986), Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control, Journal of Experimental Social Psychology, Vol. 22, pp.453-474.
9. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988), Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, Psychological Bulletin, 103(3), pp.411-423
10. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988), On the evaluation structural equation models, Academic of Marketing Science, Vol. 16, No. 1, pp.74-94.
11. Buchanan, I., & Rossetto, A. (1997), With My Swag Upon My Shoulder: A Comprehensive Study of International Backpackers to Australia,

- Occasional Paper, No. 24, Canberra: Bureau of Tourism Research.
12. Cohen, E. (1972), Towards a Sociology of International Tourism, Social Research, 39(1), pp.164-189.
 13. Dulany, D. E. (1968), Awareness, Rules, and Propositional Control: A Confrontation with S-R Behavior Theory. In D. Horton and T. Dixon (Eds.), Verbal Behavior and General Behavior Theory, New York: Prentice-Hall, pp.340-387.
 14. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975), Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison- Wesley.
 15. Graburn, N. H. H. (1983), Introduction: The Anthropology of Tourism, Annals of Tourism Research, 10(1), pp.9-33.
 16. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998), Multivariate data analysis (5th ed.), London: Prentice Hall International.
 17. Hyde, K. F., & Lawson, R. (2003), The nature of independent travel, Journal of Travel Research, 42(1), pp.13-23.
 18. Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2004), Theory of planned behavior: Potential travelers from China, Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 28, pp.463-482.
 19. Loker-Murphy, L., & Pearce, P. (1995), Young budget travelers: Backpackers in Australia, Annals of Tourism research, 22(4), pp.819-843.
 20. Mayo, Edward J., & Lance P. Jarvis, (1981), The Psychology of Leisure Travel, Boston: CBI Publishing Co.
 21. Morrison, A. M., Hsieh, S., & O'Leary, J. T. (1994), Segmenting the Australian domestic travel market by holiday activity participation, Journal of Tourism Studies, 5(1), pp. 39-56.
 22. Pearce, P. L. (1990), The Backpacker Phenomenon: Preliminary Answers

to Basic Questions, Department of Tourism: James Cook University of North Queensland.

23. Riley, P. J. (1988), Road Culture of International Long-Term Budget Travelers, Annals of Tourism Research, Vol. 15, pp.313-328.
24. Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L.(2000), Consumer Behavior (7th Ed.), Wisconsin: Prentice Hall, Inc.
25. Shales, M. (1988), The Travel's handbook edited by Melissa Shales in association with Martin Rosser, Kent Redding, and Richard Harrington, New ed., Chester: Conn Globe Pequot Press.
26. Sharpley, R. (1994), Tourism, Tourists and Society, Cambridgeshire: ELM.
27. Taylor, S., & Todd, P. A. (1995), Decomposition and Cross Effects in the Theory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions, International Journal of Research in Marketing, 12(2), pp.137-155.
28. Wearing, B., & Wearing, S. (2001), Conceptualizing the selves of tourism, Leisure Studies, 20(2), pp.143-159.

附錄 正式問卷

您好：

非常感謝您撥冗參與本問卷填答，本問卷目的在於瞭解女性從事歐洲自助旅行之行為意圖，您的參與對本研究十分重要。本問卷僅供學術用途，採匿名方式，懇請您依據個人對「自助旅行」的真實想法放心填答，十分感謝您的協助。敬祝平安健康

附註：本研究所謂「自助旅行」指的是非團體套裝行程，具有自主、自助且願意體驗當地的文化和生活的旅遊行為，其中包含半自助旅行及自助旅行。

南華大學旅遊管理研究所

指導教授：丁誌紋 博士

研究生：顏嘉玟 敬上

第一部份：個人基本資料，請勾選符合您的實際狀況

一、年齡 19歲以下 20~29歲 30~39歲 40~49歲 50歲以上

二、婚姻狀況 單身 交往中 已婚 其他

三、子女數 子女數_____個，年齡最小為_____歲

四、教育程度 國中以下 高中職 大專院校 研究所以上

五、職業 農林漁牧業 軍公教 工商服務業 學生

自由業 家管 退休 其他

六、個人平均月收入 無固定 20,000元以下

20,001元~40,000元 40,001元~60,000元

60,001元~80,000元 80,001元以上

七、到歐洲自助旅遊的次數 0次 1~3次 4~6次

7~10次 10次以上

八、印象最深刻的國家是 _____

九、前往該次旅遊的同伴 單獨前往 情侶 家人或親戚

同學或朋友 同事

第二部份：您對從事歐洲自助旅行的行為態度 敬請依據實際的感受，在與自己想法最接近的答案空格內，進行勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 對我而言到歐洲自助旅行是享受的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 對我而言到歐洲自助旅行是愉快的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 對我而言到歐洲自助旅行是值得的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 對我而言到歐洲自助旅行是有吸引力的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 對我而言到歐洲自助旅行是令人滿足的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 對我而言到歐洲自助旅行是有益的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份：影響您從事自助旅行的個人與群體 以下題目為了解哪些個人或群體會影響您從事自助旅行。請在與自己想法最接近的答案空格內，進行勾選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚…)認為到歐洲自助旅行是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 大多數對我重要的團體(公司、社團…)認為到歐洲自助旅行是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 大多數的媒體訊息(電視、網路、報紙、書籍、雜誌…)認為到歐洲自助旅行是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 大多數對我重要的個人(家人、朋友、親戚…)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 大多數對我重要的團體(公司、社團…)鼓勵且支持我到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

背面尚有題項，請翻頁繼續填答!!!

第四部份:為瞭解您對於從事自助旅行的條件或能力 敬請依據實際的狀況與想法，在與自己想法最接近的答 案空格內，進行勾選。	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的假期。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的經濟能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的體力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的外語能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的適應環境能 力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的能力規劃行程。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 若要到歐洲自助旅行，我有足夠的緊急應變能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 若要到歐洲自助旅行，我有獨自旅遊或找到旅伴的 能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部份:為瞭解您對於未來從事自助旅行的意圖 敬請依據實際的狀況與想法，在與自己想法最接近的答 案空格內，進行勾選。	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 未來一年，我想要到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 未來一年，我可能會到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 未來一年，我計畫到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 未來一年，我願意再到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我會和親朋好友分享到歐洲自助旅遊的經驗。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我會鼓勵親朋好友到歐洲自助旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第六部份:為瞭解您從事歐洲自助旅行的實際行為
敬請依據實際的狀況與想法，在與自己想法最接近的答
案空格內，進行勾選。

非 不 普 同 非
常 同 通 意 常
不 意
同 意
意

1. 我會主動詢問到歐洲自助旅行的訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會上網搜尋到歐洲自助旅遊的資訊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我會關注到歐洲旅行的節目或影片。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問卷到此結束，麻煩請逐題查看是否均已填答，由衷感謝您的協助!

