

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM

MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

景觀知覺與景觀偏好影響消費者選擇民宿之消費意圖研究

The Influences of Landscape Perception and Preference on Bed & Breakfast

Consumers' Behavioral Intension

研究生：朱賜月

GRADUATE STUDENT : Ssu-Yueh Chu

指導教授：許澤宇博士

ADVISOR : Che-Yu Hsui Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 四 年 六 月

南華大學博碩士論文電子全文檔案延後公開申請書

本論文為本人 朱賜月 (姓名) 於 旅遊管理學系 系所

103 學年度第 二 學期取得 碩士 博士學位之論文

論文題目：景觀知覺與景觀偏好影響消費者選擇民宿之消費意圖研究

指導教授：許澤宇

因本人以上列論文向經濟部智慧財產局申請專利

專利申請案號：_____

保密簽署案號：_____

請於_____年_____月_____日後再將上列論文電子全文檔案公開。

其他 (請詳細說明原因)

原因：近期曾發表期刊(國內、國外)，等待期刊論文刊登後再公開論文電子全文檔案

請於 2018 年 8 月 1 日後再將上列論文電子全文檔案公開。

※粗框內必填

「紙本論文」請勾選開始提供借閱服務之時間 (二選一)：

立即上架提供借閱服務

至電子全文檔案公開日期才上架提供借閱服務

※註：此處之上架借閱服務指南華大學圖書館及國家圖書館而言，若選擇不立即提供借閱，會降低論文之被引用率及其學術價值，請審慎選擇。

※上述三選項，依據教育部 100 年 7 月 1 日臺高(二)字第 1000108377 號函文，若延後公開需訂定合理期限，其期限至多為 5 年，以「上傳日期」加 5 年計算。

研究生：朱賜月 (親筆簽名)

指導教授：許澤宇 (親筆簽名)

申請日期：中華民國 104 年 6 月 10 日

說明：

1. 有論文延後公開需求者，請於論文上傳至系統前，將申請書送至圖書館借還書櫃台。
2. 委託上傳者，以申請日期為計算依據。
3. 紙本論文不立即上架提供借閱者，需檢附本申請書影本，裝訂於封面頁後，口試合格證明書之前，且不編頁碼。

南 華 大 學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

景觀知覺與景觀偏好影響消費者
選擇民宿之消費意圖研究

研究生：朱賜月

經考試合格特此證明

口試委員：傅煥瑋
丁誌敏
許澤宇

指導教授：許澤宇

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 104 年 5 月 15 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

103 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：景觀知覺與景觀偏好影響消費者選擇民宿之消費意圖研究

研究生：朱賜月

指導教授：許澤宇 博士

論文摘要內容：

本研究探討消費者對不同建築風格之民宿偏好，利用常見的四種民宿建築風格(地中海式、閩南式、歐式、日式)，分別搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林，組合成二十四張民宿景觀合成圖，透過視覺模擬的方式來進行。受測者在看過這些虛擬實境之合成圖後，再以問卷的方式評估景觀知覺自然度、景觀偏好、復癒性及消費意圖。研究結果發現，消費者景觀偏好高其消費意圖亦高，復癒性為完全中介效果。而年齡層不同其偏好的建築風格亦極大的不同，其中29歲以下的年齡層最喜歡地中海式的建築風格搭配海景；30-39歲和60歲以上的年齡層最喜歡的是日式的建築風格搭配海景；40-59歲的年齡層最喜歡的是歐式的建築風格搭配海景，消費意圖平均值最高為地中海式的建築風格搭配海景，而歐式建築風格搭配雨林卻屬敬陪末座，因此建築風格仍應搭配適切之自然景觀，始可有效刺激遊客之消費意圖。研究結果可提供民宿業者選址及庭園造景設計參考。

關鍵詞：複合式景觀、知覺自然度，景觀偏好，恢復性環境，消費者行為
意圖

Title of Thesis : The Influences of Landscape Perception and Preference on Bed & Breakfast
Consumers' Behavioral Intension

Name of Institute : Master program of Tourism management, Department
of Tourism Management ,Nan Hua

Graduate Date : June 2015

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Ssu-Yueh Chu

Advisor : Che-Yu Hsui Ph.D.

Abstract

This study consumer preferences of different architectural styles of the bed and breakfast, B & B use four common architectural styles (Mediterranean, Taiwanese, European, Japanese-style), respectively, with tundra, grasslands, sea view, coniferous forest, broadleaf forest and rainforest, combined into composite image twenty-four B & B landscape through visual analog manner. Subjects were after reading these composite image of virtual reality, and then to the questionnaire assessed perception naturalness of the landscape, landscape preferences, restorative environment and consumer behavioral intentions. The results found that consumers prefer the landscape of its high consumption intention is also high, restorative environment of complete mediation effect. The ages of different architectural styles which have greatly different preferences, including 29 under the age of ages favorite Mediterranean architectural style with sea views; 30-39 years of age and over 60 years of age favorite is the Japanese architectural style with sea views; ages 40-59 years old favorite is the European architectural style with sea views. Highest average consumer intent Mediterranean style architecture with a sea view, and European architectural style with rain, but the case in last place, and therefore should remain with the appropriate architectural style of the natural landscape, before they can be effective Visitors of intent to stimulate consumption. The results of this study can

provide B & B industry location and garden landscaping design.

Keywords : Compound-Landscapes, Perception naturalness, Landscape Preferences, Restorative Environment, Consumer Behavioral Intentions



目 錄

中文摘要.....	i
Abstract	ii
目 錄	iv
表目錄.....	vi
圖目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究內容.....	4
1.4 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	7
2.1 複合式景觀.....	7
2.2 知覺自然度.....	9
2.3 景觀偏好.....	10
2.4 復癒性環境.....	14
2.5 消費行為意圖.....	19
第三章 研究方法.....	21
3.1 研究假說前言與實驗流程.....	21
3.2 研究架構與假說.....	22
3.3 研究變數之操作性定義及量表.....	25
3.4 研究設計.....	31
第四章 研究結果.....	34
4.1 自然度、景觀偏好、復癒性與消費意圖的信效度.....	34
4.2 敘述性統計.....	36
4.3 民宿地中海式、閩式、歐式、日式各搭配六種景觀迴歸分析.....	47
第五章 討論與管理意涵.....	80
5.1 消費者針對相同建築風格搭配不同景觀時，消費意圖為何呢.....	80
5.2 消費者針對不同建築風格搭配相同景觀時，消費意圖為何呢.....	88
5.3 針對喜好程度、自然度、景觀偏好和復癒性分析.....	91
5.4 針對四種建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析.....	98
5.5 探討自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此的關係.....	100
第六章 結論與建議.....	105
6.1 研究結論.....	105
6.2 研究建議.....	108
參考文獻.....	110
附錄一.....	118

附錄二.....	124
附錄三.....	137
附錄四.....	188



表 目 錄

表 2.1	恢復性環境相關實證研究表.....	18
表 3.1	量表內容與本研究問項.....	28
表 3.2	民宿複合式景觀透過專家問卷修正前後的測量問項.....	30
表 4.1	自然度、景觀偏好、復癒性與消費意圖的信度.....	34
表 4.2	景觀偏好、復癒性、自然度與消費意圖的效度.....	35
表 4.3	景觀偏好、復癒性、自然度與消費意圖構面之區別效度.....	36
表 4.4	受訪者的基本資料.....	37
表 4.5	受測者對複合式景觀喜好程度平均值及標準差.....	38
表 4.6	受測者對複合式景觀自然度平均值及標準差.....	39
表 4.7	受測者對複合式景觀之景觀偏好平均值及標準差.....	39
表 4.8	受測者對複合式景觀之復癒性平均值及標準差.....	40
表 4.9	受測者對複合式景觀之消費意圖平均值及標準差.....	41
表 4.10	四種建築風格各搭配六種景觀迴歸分析的摘要表.....	50
表 4.11	地中海式搭配凍原迴歸分析表.....	51
表 4.12	地中海式搭配草原迴歸分析表.....	51
表 4.13	地中海式搭配海景迴歸分析表.....	52
表 4.14	地中海式搭配針葉林迴歸分析表.....	52
表 4.15	地中海式搭配闊葉林迴歸分析表.....	53
表 4.16	地中海式搭配熱帶雨林迴歸分析表.....	53
表 4.17	閩式搭配凍原迴歸分析表.....	54
表 4.18	閩式搭配草原迴歸分析表.....	54
表 4.19	閩式搭配海景迴歸分析表.....	55
表 4.20	閩式搭配針葉林迴歸分析表.....	55
表 4.21	閩式搭配闊葉林迴歸分析表.....	56
表 4.22	閩式搭配熱帶雨林迴歸分析表.....	56
表 4.23	歐式搭配凍原迴歸分析表.....	57
表 4.24	歐式搭配草原迴歸分析表.....	57
表 4.25	歐式搭配海景迴歸分析表.....	58
表 4.26	歐式搭配針葉林迴歸分析表.....	58
表 4.27	歐式搭配闊葉林迴歸分析表.....	59
表 4.28	歐式搭配熱帶雨林迴歸分析表.....	59
表 4.29	日式搭配凍原迴歸分析表.....	60
表 4.30	日式搭配草原迴歸分析表.....	60
表 4.31	日式搭配海景迴歸分析表.....	61
表 4.32	日式搭配針葉林迴歸分析表.....	61
表 4.33	日式搭配闊葉林迴歸分析表.....	62

表 4.34	日式搭配熱帶雨林迴歸分析表.....	62
表 4.35	地中海式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑	63
表 4.36	地中海式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑	64
表 4.37	地中海式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑	64
表 4.38	地中海式搭針葉林景觀特徵自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑....	65
表 4.39	地中海式搭闊葉林景觀特徵自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑....	66
表 4.40	地中海式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費之路徑....	66
表 4.41	閩式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	67
表 4.42	閩式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	68
表 4.43	閩式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	68
表 4.44	閩式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	69
表 4.45	閩式搭闊葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	70
表 4.46	閩式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	70
表 4.47	歐式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	71
表 4.48	歐式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	72
表 4.49	歐式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	72
表 4.50	歐式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	73
表 4.51	歐式搭闊葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	74
表 4.52	歐式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	74
表 4.53	日式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	75
表 4.54	日式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	76
表 4.55	日式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析.	76
表 4.56	日式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	77
表 4.57	日式搭闊葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	78
表 4.58	日式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析	78
表 5.1	地中海式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表.....	81
表 5.2	閩式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表.....	83
表 5.3	歐式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表.....	85
表 5.4	日式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表.....	87
表 5.5	受測者對複合式景觀之消費意圖平均值及景觀總排名(不同建築風格).....	89
表 5.6	受測者對複合式景觀之喜好程度平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下).	91
表 5.7	受測者對民宿建築風格之喜好及建築物總排名(在不同背景景觀條件下).....	92
表 5.8	受測者對複合式景觀之自然度平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下).....	93
表 5.9	受測者對民宿建築風格之自然度平均值及建築物總排名(不同背景景觀).....	94
表 5.10	受測者對複合式景觀之景觀偏好平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下).	95
表 5.11	受測者對民宿建築風格景觀偏好平均值及建築物總排名(不同背景景觀).....	95
表 5.12	受測者對複合式景觀之復癒性平均值及景觀總排名(不同建築風格).....	96
表 5.13	受測者對民宿建築風格之復癒性平均值及建築物總排名(不同背景景觀).....	97

表 5.14 受測者對民宿建築風格之消費意圖平均值及建築物總排名(不同背景景觀)..... 98



圖 目 錄

圖 1.1 研究流程圖.....	6
圖 3.1 研究架構圖.....	22
圖 4.1 民宿複合式景觀自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖之路徑圖.....	47
圖 4.2 民宿複合式景觀自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖實際路徑圖.....	49



第一章 緒論

本章共分為四節，第一節主要是在說明本研究的研究背景與動機；第二節部分說明本研究的研究目的；第三節則是論文的章節安排與內容；第四節為本研究的研究流程。

1.1 研究背景與動機

隨著週休二日的實施，國人越來越重視休閒，國內旅遊的風氣也越來越盛。尤其是特色民宿，有越來越多的人會選擇民宿入住。學者黃宜瑜與張怡梅(2006)指出，在其研究之民宿特質中有9項住宿民宿遊客認為「重要」。排序前三名者有：住宿房間內可以欣賞到美麗的風光、民宿規劃設計和附近的景觀融為一體以及民宿擁有優美的庭園(黃宜瑜、張怡梅，2006)。因此遊客選擇民宿時其周邊景觀環境便成為重要考量因子之一。

美國知名心理學家Kaplan (1973)認為，人類喜歡優美的景觀，並非無緣由的，而是基於人類精神上對「美」的需求。換言之，當人們看到醜惡的景觀時，便無法滿足其需求，這其中的差異，便是偏好 (preference) 的產生，而景觀偏好則是人們對該景觀所給予之評價。不少研究(例如Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003；洪佳君，2001；曾慈慧、凌德麟、毛慧芬，2002)也指出，自然度會造成不同程度之景觀偏好，例如人們對於自然景觀擁有較人工景觀為高之偏好、水景常優於山景。

「景觀」 (landscape) 是人們從事戶外遊憩活動中，最容易接觸及感

受到的。優美的自然景觀不但可以使得觀賞者有愉悅的感覺，並且可以使人們的身心從疲勞中恢復。當人們獲得恢復效果而消除疲勞的同時，注意力（attention）也將隨之恢復。Kaplan 與Kaplan（1987）在「注意力恢復理論」（attention restoration theory,ART）中提出了四項具有使注意力恢復之特徵—遠離（being away）、延展性（extent）、魅力性（fascination）與相容性（compatibility）。若環境中具有這四項特徵，且強度均足夠，便可稱為「恢復性環境」（restorative environment），而在恢復性環境中所得之體驗，稱之為「恢復性體驗」（restorative experience），透過恢復性體驗可以達到注意力恢復的效果(Kaplan & Kaplan, 1989)。Herzog、Black、Fountaine 與Knotts（1997）研究恢復性環境中注意力恢復的益處，研究的結果顯示：自然環境（nature setting）對於人們恢復（recovery）的效果大於運動（sports）與娛樂（entertainment）（Herzog et al., 1997）。

注意力恢復理論提出後，相關實證研究陸續由Ulrich(1981)，Kaplan(1989)提出，這些研究大部分著重在單一景觀元素(例如草原、水景、街景)知覺恢復性效果的探討，另有學者（Olmsted, 1990; Cooper Marcus & Barnes, 1999；張俊彥、曾慈慧，2000）就庭園、公園或益康花園等景觀進行研究，亦即過去的研究大部分皆聚焦於純自然或純人工環境之景觀所造成之消費者感受，鮮少針對自然景觀搭配人工結構物-也就是本研究所談的民宿，此複合式景觀所致之影響。近來，不少特色民宿仿效國外，亦常興

起一陣藍白色調之地中海風之建築或歐式建築，然卻鮮少有研究去了解此等建築設計所搭配之景觀，對遊客消費知覺之影響。

1.2 研究目的

本研究試著依不同的景觀特徵與建築風格搭配的複合式景觀，分別從知覺自然度和景觀偏好和復癒性的角度，探討這些元素對消費者選擇民宿消費意圖之影響。

具體來說，本研究目的及預期回答問題如下四點所述：

- 一、 不同民宿之建築設計搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林，對消費者來說，知覺自然度是否有所不同？
- 二、 不同民宿之建築設計搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林，對消費者來說，景觀偏好是否有所不同？
- 三、 不同民宿之建築設計搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林，對消費者來說，復癒性是否有所不同？
- 四、 不同民宿之建築設計搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林，對消費者來說，消費意圖是否不同？
- 五、 探究景觀偏好和復癒性在知覺自然度與消費意圖之間所扮演之中介效果。

1.3 研究內容

本研究針對研究目的收集相關的理論及國內外研究，並由文獻回顧建立量表的測量方式，進行研究設計與調查分析，再由所得的結果提出建議，本論文將分為下列六章，分別敘述如下：

第一章 緒論

介紹本論文的研究背景與動機、目的、研究內容、研究流程與章節安排。

第二章 文獻探討

此章是彙整相關文獻，並闡述本研究之理論觀點，主要內容分別為複合式景觀、景觀偏好、復癒性、消費意圖及相關實證研究。

第三章 研究方法

根據文獻回顧結果，建立本研究相關架構，同時提出研究假說，並以虛擬實境之合成圖，進行實體問卷與網路問卷。

第四章 研究結果

根據本研究範圍內所蒐集的資料進行分析與統整，並對數據資料檢定的結果進行分析與說明。

第五章 討論與管理意涵

將本研究分析的結果，進一步探討理論性及管理性的發現。

第六章結論與建議

依照資料分析的結果彙整出結論與建議，並提供給民宿業者選址及庭園造景設計參考以及作為後續研究的參考與建議。

1.4 研究流程

本研究內容分為緒論、文獻探討、研究方法、研究結果、討論與管理意涵、結論與建議等六部分。首先，在緒論部份先確定研究動機與目的，隨後蒐集複合式景觀、景觀偏好、復癒性、消費意圖以及實證研究等相關文獻，再就虛擬實境之合成圖及相關實證研究給予定義及說明，根據文獻建立研究架構與研究假設，依此設定本研究之問卷，進行相關問卷發放，整合所有問卷資料後，利用軟體SPSS18版進行統計分析，驗證本研究之研究架構與假設，並依此產生研究結果，提出相關建議與未來研究的方向，以提供民宿業者選址及庭園造景設計參考。

有關研究流程如下圖1.1所示。

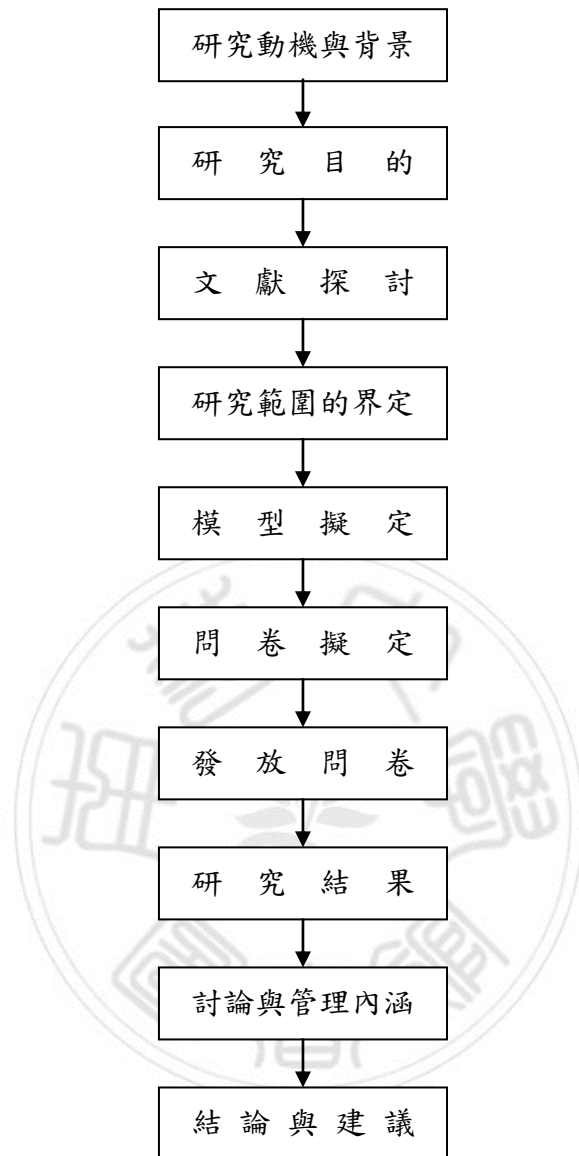


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 複合式景觀

2.1.1 景觀

「景觀」(Landscape)是在十六世紀末引入英國語系，最早的文獻是在聖經詩篇裡出現，是觀賞整個耶路撒冷的景物。希伯來文寓涵視覺美質的「景觀」，和英文「Scenery」很類似；英國語「landskip」後來演變成「landscape」一直沿用到現在；德文中的「景觀」「Landschaft」等同英文的 region 或是 area countryside，用來闡述環境中視覺空間的實體，具有美感與精神的空間特性，而不是只限於美學的意義（楊宏志，1991；陳惠美，1999），最近很多學者又將景觀的意涵納入鄉野風光、山丘遠景和大型花園等。隨著時代科技的改變，又被衍生出地理學、文化層面、生態學等不同內涵的概念，直至目前，Landscape（2013）泛指陸上美麗的風景、地形、地貌、造景、景觀等意涵。學者 Warsh (1964)認為 Landscape 包括了自然、人文，因人類改變不斷地調整及取代，在任何點或任何土地上看到的地球表面景觀；Jones 與 Jones (1977)認為 Landscape 係由地形(Land form)和地表覆蓋物(Land cover)(包括植被、水體、動物和人造物)所構成的視覺形態(周先捷，2005：6)。

2.1.2 複合式景觀

人們透過計畫性的營造努力的想改造自然，以產生符合我們心中藍圖的景觀，創造出有別於自然的「人為環境」。在實際生活中，人們多數居住在都市叢林中，環境中會有一些植栽、綠地、噴水池等可以讓我們心情愉悅、放輕鬆以及紓緩壓力，都市環境中幾乎很難找得到僅有單一種的自然元素或是單一種的人工元素的景觀，亦即生活周遭的環境真正存在的都是混合一定比例的自然場景以及人工建築或景物的環境。而民宿景觀雖然亦是自然景觀和人工建築組合成的複合式景觀，但因為其遠離塵囂是消費者假日趨之若鶩之地。

2.1.3 景觀模擬

在環境認知研究領域中，一般常運用景觀模擬及視覺感官知覺來探索人們對環境的反應(Sheppard, 1989；張俊彥等，2009)。直至目前幾乎都是利用電腦進行景觀模擬，因為相關軟體工具的推陳出新其編輯工作簡便容易，編輯後的影像更有助於受訪者對設計者想要呈現內容的解讀。除了適當的環境要取得不容易以外，環境的控制因素也無法全面取得，因此常常採用視覺景觀模擬的方式進行研究，並且已經取得很多科學的文獻的驗證以及信、效度的肯定(Bateson & Hui, 1992; Daniel & Meitner 2001)。綜合前人的研究，利用電腦視覺模擬是極合適的景觀呈現方法因為既能達成使用者和設計者的溝通以及評估功能，其對於景觀的呈現、更新及傳輸都很方

便，可以大幅的縮短時間和經費上的限制。

2.2 知覺自然度

本研究景觀知覺包含知覺自然度和知覺復癒性，這一節文獻探討先談知覺自然度，於 2.4 再談知覺復癒性的相關文獻。「自然」，很多時候指的是「自然環境」或「荒野」(例如野生動物、岩石、森林或沙灘等其本質上未受人類介入)，目前一般是指自然和人工來區分。自然環境 (nature environment)，廣泛的定義是一個非人為因素形成的環境(自然生態學習網，2013)。關於景觀自然度的定義很多，例如 Peron、Berto 和 Purcell (2002)提及自然度時將景觀分成三個等級：自然景觀(自然度高)含括極地、大草原、沙漠、熱帶森林、湖泊以及河流；混合景觀是指街道和行道樹、兒童遊樂場、海港、噴泉、山中的別墅、鄉村的房屋和農田；建築景觀(自然度低)是指機場、摩天大樓、工業區、火車站等。Hampe 和 Noe (1983)將道路景觀圍籬從非常自然一直到人工分成五種。Ulrich (1983, 1993)及 Wohlwill (1983)學者提出主要景觀元素為植被、水體和山景，沒有人工物或人工物為隱蔽的情況，景觀輪廓或曲線或不規則等三項，做為自然環境的判斷標準。

(4)Tveit、Ode 和 Fry (2006)根據相關文獻，認為自然度是一個概念，一般觀察者知覺景觀的自然度越高，表示景觀的自然情形越能接近觀察者的內心認為的自然狀態。因此，人類一提到自然環境，很快就會聯想到高山、湖

泊、河流、草原、森林、沙漠、海洋等天然環境。不少研究(例如 Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003; 洪佳君, 2001; 曾慈慧、凌德麟、毛慧芬, 2002)也指出, 自然度會造成不同程度之景觀偏好, 例如人們對於自然景觀擁有較人工景觀為高之偏好、水景常優於山景。

2.3 景觀偏好

2.3.1 定義

景觀偏好 (landscape preference) 是一種評價, 一種表示喜好程度的態度, 常常反應在選擇的行為上。景觀偏好是一連串人和環境交互作用所產生的結果, 是觀賞者看了景觀後所產生的主觀價值判斷的歷程, 是源自於每個人的基本人格特質、社會情境和實質環境三部分 (王小璘, 1999); 景觀偏好就是觀賞者的視覺經驗針對景觀資源偏好的一種評價 (李素馨, 1999)。景觀偏好研究的目的是在於了解景觀的特性以及個人的喜好, 可作為景觀規劃設計以及管理的依據, 可以是有形具體的景物, 也可以是無形的心理意象 (李素馨、何英齊, 2000)。

2.3.2 生成

Mehrabian 與 Russell (1974) 所提出之M-R模式, 即是第一個解釋環境刺激對個人行為意向的影響。在其研究模式中指出, 顧客受實體環境刺激的模式可分成三個部份: 環境刺激、情感表達, 以及受刺激後之趨近與

迴避的反應。一般而言，我們主要是透過眼睛來觀看景觀產生偏好，藉由此種認知而進行視覺景觀評估，探討遊客對景觀偏好的程度。偏好的產生過程是由景觀知覺開始，發展到景觀認知，觀賞者先透過視覺對環境的刺激產生知覺 (Coomber & Biswas, 1972)，再由觀賞者對景觀加以評價產生景觀偏好。感覺和知覺是個體接收訊息加以處理，產生對外知覺的反應過程，即S-O-R 模式由 S 到 O 的歷程。景觀偏好會經歷知覺和認知的階段這說明經驗是和個人對環境的認識有關聯，隨著不同環境產生個人對景觀的知覺偏好 (李素馨，1995)。景觀偏好說是個人或團體對一個「景觀」的喜歡和不喜歡的程度，發生的歷程源自於每個個體身心理狀態的不同，接受社會環境的差異以及對實質景觀環境感知的不同，整個是由人對景觀知覺的一連串過程 (侯錦雄，2003)。

2.3.3 景觀偏好之內容、向度與構面

Kaplan 與 Kaplan (1989) 指出人類對環境的偏好，來自於過去物種的演化，以及特定情境所賦予的適應性價值。他們也主張環境提供很多的資訊，當人們處理環境資訊時，會藉由空間的組織理解環境，並引起人們對環境組織的探索(exploration)，為了解釋不確定的資訊，透過理解和探索，透過兩個層次的推論方法 (直接的、推論及預測)，達到環境資訊的處理效果。這個概念，即是Kaplan 與 Kaplan (1989) 所提出的景觀偏好矩陣 (preference matrix) 模式。Kaplan 與 Kaplan 所提出的景觀偏好模式主要

有二個向度 (domain)：在第一個向度上有兩個範疇 (categories) 「瞭解」 (understanding) 和 「探索」 (exploration)，因為某些環境的屬性，可以帶給人們對環境的理解，到達一定的理解程度，會立即去注意到它，同時瞭解環境所提供的資訊。人們也會藉由觀察探索慢慢的擴展想法，在體驗的過程中，探索是一個重要的元素，是進一步尋找景觀資訊的潛力，有助於人們對於瞭解程度的提昇並擴展到一個人的知識。(黃孝璋，2007) 在第二個向度上，是指在二度或三度的視覺環境中去思考所涉及的因子，也包含兩個範疇，第一個範疇是環境可提供「推論預測的程度」 (degree of inference)，另一個範疇是「立即可知」 (immediately)，讓人們能夠最容易的思考出訊息，例如景觀元素和光影的分布等等 (Kaplan & Kaplan, 1989)。

(1) 一致性 (coherence)：景物組織起來很容易被認知的程度，令人所看到的環境是一致和諧的，任何一個能將景觀中的亮度、大小、材質組織成一些主要單位的東西會提高一致性 (Kaplan & Kaplan, 1989)。其組成要素，必須具有瞭解 (understanding) 和直接立即可知 (immediate) 的特性，當某一景觀具有這兩種向度的範疇時，即具有「一致性」的特質。

(2) 複雜性 (complexity)：景觀中不同視覺元素的數量其豐富程度，亦即當人們在特殊環境中，可見到景觀元素的多寡 (Kaplan & Kaplan, 1989)。一般複雜度較高的景觀元素其豐富程度也較高，組成要素必須具

有探索 (exploration) 和直接立即可知 (immediate) 的特性，當景觀具有這兩種向度的範疇時，即稱為具有「複雜性」的特質。

(3) 易讀性 (legibility)：為一個結構良好的空間，具有明確區分的元素，容易了解和記憶的特性，可以很容易在景觀中找到出路，亦可以回到原點，表示這個環境可以被了解但不會迷失其中，環境以清晰以及易辨的方式呈現出來。組成要素必須具有瞭解 (understanding) 和推論、預測 (inferred, predicted) 的特性，當景觀具有這兩種向度的範疇時，即具有「易讀性」的特質。

(4) 神秘性 (mystery)：可吸引人亦鼓勵人進入該景觀或環境中並進一步探險、學習隱藏在環境中不會立即顯現的東西 (Kaplan & Kaplan, 1989)，亦即景觀提供個體具前瞻性訊息的程度，當觀賞者進入或探勘該景觀時可以獲得更多的訊息程度。組成要素必須具有探索 (exploration) 和推論、預測 (inferred, predicted) 的特點，當景觀具有這兩種向度的範疇時，即具有「神秘性」的特質。

總而言之，景觀偏好是一種情緒反應，也是一種心理的價值評估。Kaplan 與 Kaplan (1982) 指出人類對偏好的環境，會試圖去理解並且融入其中的強烈慾望感，透過視覺的瀏覽和探索，便是瞭解環境的首要行為。另外 Kaplan 與 Kaplan 也相信自然景觀若具備這四項特質：一致性、複雜性、易讀性與神秘性，往往會引起觀賞者的興趣 (Gerlach-Spriggs, 1998)。優美的自然景觀不

但可以使得觀賞者有愉悅的感覺，並且可以使人們的身心從疲勞中恢復。當人們獲得恢復效果而消除疲勞的同時，注意力（attention）也將隨之恢復。

2.4 復癒性環境

2.4.1 恢復之定義

「恢復」或「復癒」、「復原」（restoration）在牛津字典（Oxford）的定義「恢復一個人的健康與身體的力量」（tending to restore health and strength）。本研究強調的是對於恢復性環境的認知，因此稱為「恢復」。為了避免過度使用直接注意力造成精神疲勞所帶來的影響，Kaplan 與 Kaplan（1989）針對注意力的恢復提出的方法「注意力恢復理論」（attention restoration theory, ART）。是基於自然環境、特殊的景觀、荒野遊憩所產生的（Kaplan 等人，1993），若能使精神疲勞獲得恢復以及其他相關的好處，稱之為恢復性體驗（restorative experience），具有這種效果的环境稱之為恢復性環境（restorative environment）。

2.4.2 注意力之定義

注意力（attention）一詞最早係由William James（1892）所提出，認為注意力有兩種(1)非自主性注意力（involuntary attention）和(2)自主性注意力（voluntary attention）（Kaplan, 1995）。「注意」是指心力集中的狀態，使心力聚焦在一個特定的作業上。「注意」可看成是一個過程或一個狀態（邵郊，1993）。

(1)非自主性注意力 (involuntary attention) 所指的是較容易吸引注意的事物，不需要花費太大的心神之注意力，亦即不需要任何的費心。一些令人感到有趣和興奮的事物發生時會引起注意，譬如：奇怪的事物、明亮的事物、美麗的事物、文字、聲響等 (Kaplan & Kaplan, 1989)。非自主性注意力的吸引的關鍵一般來自於具有魅力性 (fascination) 的事物，因此 Kaplan (1995) 針對非自主性注意力提出了「魅力性」的觀點。

(2)自主性／直接注意力 (voluntary/directed attention) 最主要是指一種「禁止」 (inhibition) 的概念，就是專注在某一個焦點上，受到自我意識的控制，並且禁止一切會造成人分心 (distractions) 事物的能力。James 指出自主性注意力需要精神上的努力，去維持預期活動的目標避免分心，當集中注意力在不具有吸引力或不是有趣的事物中時，需要投入更多心力來集中精神避免分心，自主性注意力所需求的強度以及時間，會導致注意力疲憊，減低日常生活中的競爭 (competing) 和效能 (曾慈慧, 2002)，造成精神疲勞 (mental fatigue) (Kaplan & Kaplan, 1989)。我們若長時間一直使用直接注意力精神將會遭受耗損，也就是精神專注力使用過度導致的「直接注意力疲勞」 (directed attention fatigue, DAF) (Kaplan, Bardwell, & Slakter, 1993)，這種直接注意力的疲勞也稱為精神疲勞，會對人類產生解決問題的能力下降、情緒較負面、易怒 (irritability)、高度的分心 (high distraction) 缺乏耐心、挫折容忍度降低、助人行為減少、工作效能降低、

錯誤次數增加、吸收資訊能力降低等（Herzog 等人，1997；Kaplan & Kaplan，1989；Hartig 等人，1991）。

2.4.3 恢復性環境知覺之構面

Kaplan 與Kaplan（1989）指出能令人產生恢復性體驗的環境稱為恢復性環境，具有下列四項特徵：

（1）遠離（**being Away**）：Kaplan 與Kaplan（1989）認為遠離可以分為三種層面，第一種層面是遠離環境中不相關或是令人不悅的刺激物，例如噪音、擁擠以及塞車等（Hartig等人，1996；Hartig 等人，1997；Laumann 等人，2001）；第二種層面為遠離日常之環境、活動和掛心的事物，遠離會令人聯想起這一切之相關事物（Hartig 等人，1991，Kaplan，1995）；第三種層面則是暫時停止對特定目標之追求（Hartig 等人，1997；Laumann 等人，2001）。若能具足這三種層面，最有可能產生恢復的效果。

（2）延展性（**extent**）：延展性指的是一種在時間或空間上擴展成一個較大且不同世界的環境（Kaplan，1995）。大致上分為有形的（**physically**）和無形的（**perceptually**）（Kaplan & Kaplan，1989），有形的延展性指的是一種豐富而協調的環境資源，能吸引人們去留意，有一種探索（**exploration**）的可能（Herzog 等人，1997）；無形的延展性所強調的是一種想像（**imagined**）的概念，可以在一個較抽象的程度上去體驗延展性，對整個世界的了解之間有一個關聯性（**connectedness**）（Kaplan &

Kaplan, 1989)。

(3) 魅力性 (**fascination**)：Kaplan (1995) 指出魅力性分為「剛性魅力」(hard fascination) 和「柔性魅力」(soft fascination)，剛性魅力是一種強烈的固定住個體的注意力，只留下一點點空間可供人思考（例如：觀賞賽車比賽）；而柔性魅力大部分是指自然環境所帶給我們的體驗（例如：漫步在自然環境中）。柔性魅力的主要有二種：一種是強度適中不需要花費心神去注意；第二種是環境所誘發的魅力是一種美質的愉悅感 (Hartig 等人, 1997)，可以幫助抵銷重大事件所造成的痛苦 (Herzog 等人, 1997)。

(4) 相容性 (**compatibility**)：當一個人想做的事情符合環境的要求以及所提供的資源時，會令人有相容性的感覺。相容性是一個能夠支持個人喜好和意圖的環境；自然環境常常被認為具有高度的相容性，因為自然環境可與我們的喜好產生興趣和共鳴 (Kaplan, 1995)。當一個人想做的事情符合環境的要求所提供的資源時，會產生相容性 (Hartig 等人, 1997)。

2.4.4 恢復性景觀效益實證研究

注意力恢復理論基於自然環境等背景產生 (Kaplan et al., 1993)，因此，國內外恢復性環境的實證研究相當多，詳見表 2.1。資料來源蘇珮文(民 103)

表 2.1 恢復性環境相關實證研究表

研究者	年份	研究方法	研究主題	研究結論及特點
Korpela & Hartig	1996	Perceived Restorativeness Scale (PRS) 知覺恢復量表	Restorative qualities of favorite places 最喜愛場地之恢復性特徵研究	自然環境與居住環境具有恢復性環境的潛力
曾慈慧	2004	景觀復癒福祉量表	現地與非現地景觀體驗與健康復癒之探討	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公園景觀體驗對心理認知層面有影響； 2. 實際環境產生的正向影響較照片模擬環境高； 3. 森林環境具有遠離性特徵；水體環境具有魅力性特徵；公園環境具有相容性特徵
葉源鎰	2006	知覺居住環境品質量表 (R-PREQ)、知覺恢復性量表 (R-PRS)	都市居民之知覺居住環境品質與知覺恢復性之相關性研究	都市環境中綠地空間特徵愈高，對知覺恢復性產生正向影響
Gary Felsten	2009	知覺復癒量表	Where to take a study break on the college campus: An attention restoration theory perspective 從注意力恢復理論的角度探討校園復癒環境	校園設置大型天然景觀的壁畫有恢復注意力疲勞的潛力
郭彰仁等	2010	遊憩體驗量表 (REP)、知覺復癒量表 (R-PRS)	森林遊樂區之遊憩體驗與知覺復癒關係研究	自然美景體驗愈多知覺復癒能力愈高、觀看自然環境景觀對人的生心理復癒效果較高

資料來源：蘇珮文(民 103)

從文獻的回顧發現，一般人普遍都比較喜愛自然的景觀特徵，對於自然的環境會給予較高的正向評價（Ulrich, 1981; Purcell et al., 1994; Van den Berg et al., 2003）；綠色植栽和水體的自然環境，對我們的心理狀態有正向影響，其中動態的水景其恢復力的效果更佳(Ulrich, 1981; Kaplan & Kaplan,

1989; 張俊彥、洪佳君, 2002; 周孟慈, 2005; 葉婉柔, 2013); 在森林遊樂區的復癒研究發現, 當自然美景體驗愈多其知覺復癒能力就愈高 (郭彰仁等, 2010), 因此, 當受測者接近自然環境越多, 對心理效益有正向的效果。黃孝璋 (2007) 研究指出景觀偏好與注意力恢復力亦呈現良好的正相關, 而偏好矩陣因子的一致性與神秘性, 對於注意力恢復力因子中的延展性、魅力性與相容性皆呈現顯著的正相關。

2.5 消費行為意圖

知覺反應源自於消費者受到刺激以後, 在整個資訊處理的過程中, 會對刺激賦予一些意義; 其中商品的意義可以滿足個體的需求, 才可能產生消費行為(Reynolds & Wells, 1977)。Reynolds 與 Wells (1977)針對消費情境刺激和消費者心理行為反應, 提出了「刺激(Stimulate)—有機體(Organism)—反應(Response)」(簡稱S-O-R)消費者行為架構, 來解釋消費行為的機制。刺激, 為影響個體的因素, 可以是個體自身的需求, 或是商品對個體的訊息刺激; 有機體, 是刺激與反應的中間歷程, 消費者的認知與情感會影響刺激所產生的反應, 常指個體對環境的知覺或偏好; 反應, 是指個體最後表現選擇、購買、使用等行為。

當意圖越強烈時, 表示個體實行該行為的可能性越高, 所以行為意圖是預測未來實際購買行為的有效因子(Reynolds & Wells, 1977)。Andreu、Bigné、Chumpitaz 和 Swaen (2006)整合過去研究, 認為消費者的行為意圖

主要包含三項：未來再次消費的意願、提高消費金額的傾向、延長停留時間的傾向。Rosenbaum (2009)的研究結果亦證實消費者當服務環境的知覺恢復性愈高時，其消費次數與消費金額都會提高，因此環境會引發消費者的知覺反應以及偏好，進而影響其行為意圖。鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。



第三章 研究方法

3.1 研究假說前言與實驗流程

本節內容包括本研究之研究假說前言與實驗流程、研究架構與假說、變項定義與量表及統計資料分析方法為主。分五節描述如下：本研究根據文獻擬定研究架構，在正式問卷中探討知覺自然度對依變項『消費意圖』間的關聯性，並以『景觀偏好、復癒性』作為中介變項，主要是在測量消費者知覺自然度是否會受其『景觀偏好、復癒性』因素，進而影響到消費意圖。

就經營者的觀點，消費者對於環境的知覺自然度、偏好和復癒性是否會影響消費行為，才是他們最關心的問題。近幾年的研究結果證實消費者知覺環境的反應會影響行為意圖。Rosenbaum (2009)證實消費者對服務環境的知覺其恢復性愈高，消費次數和消費金額都會提高。鄭翊偉(2007)也證實消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。行為意圖能反應消費者實行行為的想法，過去消費行為研究多以行為意圖(behavioral intention)探討個體當下對消費環境的知覺和未來行為傾向的關係。考量消費者的行為意圖會受到諸多因素影響，本研究想要探討的是消費者景觀偏好和復癒性是不是主要來自於複合式景觀的刺激，因此必須控制變因價位都是4-6人房每晚4000元左右；若2人房每晚2000元左右。(如表3.1)

3.2 研究架構與假說

3.2.1 研究架構

民宿地中海式、閩式、歐式、日式各搭配六種景觀研究模式如下：

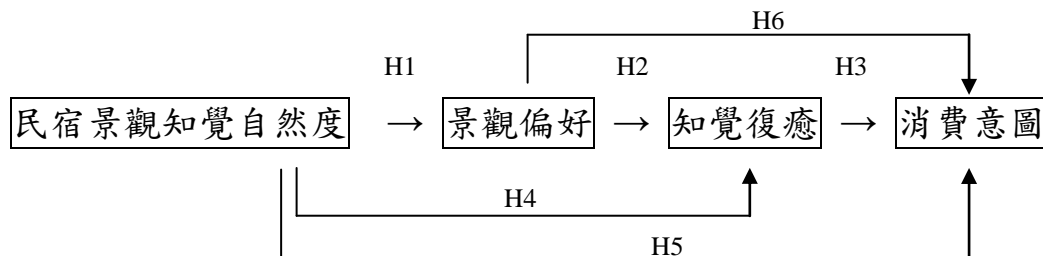


圖 3.1 研究架構圖

3.2.2 研究假說

1. 知覺自然度與景觀偏好之關係

美國知名心理學家Kaplan (1973) 指出，人類很喜歡優美的景觀，是因為我們對「美」的需求。很多研究(例如Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003; 洪佳君, 2001; 曾慈慧、凌德麟、毛慧芬, 2002)顯示，自然度會造成不同程度之景觀偏好，人們偏好自然景觀，其中水景又常優於山景。但以 Hampe 和 Noe (1983)將道路景觀圍籬從非常自然一直到人工分成五種為例，亦顯示中度自然的圍籬最被偏好，高度自然的圍籬最不被人們偏好；另外景觀複雜度對自然景觀偏好之影響(謝孟倫、林晏州, 2011)，研究結果亦顯示自然景觀偏好與碎形維度值兩者之間呈一倒U字形二次曲線關係，當碎形維度值約為1.333時，景觀偏好值最高，表示人們偏好複雜度中間偏低之自然景觀。因此本研究提出假設一：

H1：民宿景觀知覺自然度對消費者的景觀偏好具有影響。

2. 景觀偏好與復癒性之關係

Ulrich (1981) 等多位學者研究指出，人們偏好自然環境與紓壓或注意力疲勞中恢復(recover)的能力有關。Kaplan 與Kaplan (1989) 環境偏好矩陣的四項特質和恢復性環境的四項特質可能有某種程度的關聯性。Korpela 和Hartig (1996) 的研究中推論喜愛地點可作為恢復性經驗的來源。我們喜歡優美的自然景觀令人有愉悅感，又可以使我們的身心從疲勞中恢復，其中注意力 (attention) 也隨之提高。黃章展 (2008) 「環境偏好與環境恢復知覺關係之研究—以山景景觀為例」研究結果顯示，整體的環境偏好會顯著的正向影響整體的環境恢復性知覺。Laumann (2001) 的研究中指出恢復性環境特質中的相容性 (compatibility) 和魅力性 (fascination)，可以有效的預測環境偏好； Herzog (2003) 研究中指出延展性 (extent) 與魅力性 (fascination) 預測偏好時有不錯的效果。另外黃孝璋 (2007) 研究指出景觀偏好與注意力恢復力亦呈現良好的正相關，而偏好矩陣因子的一致性與神秘性，對於注意力恢復力因子中的延展性、魅力性與相容性皆呈現顯著的正相關。因此本研究提出假設二：

H2：消費者的景觀偏好對復癒性具有影響。

3. 復癒性與消費意圖之關係

Rosenbaum (2009) 的研究結果證實消費者當服務環境的知覺恢復性愈

高時，其消費次數與消費金額都會提高，因此環境會引發消費者的知覺反應以及偏好，進而影響其行為意圖。因此本研究提出假設三：

H3：消費者的復癒性對消費者的消費意圖具有影響。

4. 知覺自然度與復癒性之關係

有研究顯示自然地點和居住環境最常被提及的恢復經驗如遠離日常生活、遺忘憂慮和反思個人問題，皆指出這些地點和恢復經驗有一種連結關係 (Korpela & Hartig, 1996; Korpela 等人, 2001); Herzog、Black、Fountaine 與 Knotts (1997) 研究亦顯示：自然環境 (nature setting) 對於人們恢復 (recovery) 的效果大於運動 (sports) 和娛樂 (entertainment) (Herzog et al., 1997)。因此本研究提出假設四：

H4：民宿景觀知覺自然度對消費者的復癒性具有影響。

5. 知覺自然度與消費意圖之關係

在景觀領域已經有很多的研究顯示，證實我們不僅僅偏好自然的環境 (Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003)，一般人也願意支付較高的代價接近優美景觀。例如：附近若有自然景觀的房價較高 (Luttik, 2000)；景觀美質也會影響到遊客對遊憩區的願付價格 (Daniel, Brown, King, Richards, & Stewart, 1989)，這些都顯示自然景觀具有商業價值。因此本研究提出假設五：

H5：民宿景觀知覺自然度對消費者的消費意圖具有影響。

6. 景觀偏好與消費意圖之關係

鄭翊偉(2007)證實消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。因此本研究提出假設六：

H6：消費者的景觀偏好對消費者的消費意圖具有影響。

3.3 研究變數之操作性定義及量表

3.3.1 知覺自然度

景觀評估是以視覺美學為研究中心，主要目的是在於幫助資源規劃、設計和經營管理者進行決策的時候對景觀做客觀的評判（陳惠美，1999）。本研究將Landscape命名為「景觀」，其定義為透過視覺觀察，環境中各種因子所組成的畫面。景觀評估依決策者一般分為專家模式與非專家模式兩大類，前者是具有專業知識領域，以質化方法進行分析；後者是由研究者蒐集一般大眾的景觀美質偏好，再進行質化或是量化的研究（脩文琴，2005）。本研究採用非專家模式(一般大眾)的景觀美質偏好，再行量化的研究。其知覺自然度採用Tveit、Ode 和 Fry (2006)的觀點，認為自然度是一個概念，一般觀察者知覺景觀的自然度越高，表示景觀的自然情形越能接近觀察者的內心認為的自然狀態。本研究經文獻彙整後，認為知覺自然度操作性定義為受訪者內心感受到的自然度。在景觀知覺測量，知覺自然度參考Van den Berg等人(2003)本研究亦以1題評估自然度，受訪者內心感受的自然度，針對「這間民宿的環境」從1（完全人工）~9（完全自然）來評估。

Odum(1989年)提出六大生物群落(biome)概念，依據氣溫和降雨量的不同，地球表面可區分為沙漠、凍原、草原、針葉林、落葉林和熱帶雨林等環境，因此本研究將融合自然景觀和人工建築定義為複合式景觀，依台灣的地理位置搭配的適切性，以海景取代沙漠景觀，利用四種常見的民宿建築風格(地中海式、閩南式、歐式、日式)分別搭配六個自然景觀特徵(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，欲了解測試者透過這些視覺刺激物觀看後的反應，並且想了解景觀美質 (scenic beauty)會不會影響消費者的偏好、復癒性進而影響其消費意圖的研究，採用虛擬實境組成二十四張合成圖，根據文獻可以了解到相片或幻燈片取代現地進行景觀偏好和認知評估，已證實具有相當的信度和效度。

3.3.2 景觀偏好

景觀偏好的研究是經由觀賞者對景觀評價的一種主觀心理判斷；觀賞者視覺的感知，首先是透過視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺以及動覺對環境的刺激所產生的感覺，再產生美的聯想。而偏好會因為觀察者和景觀特質的不同而有所不同（李麗雪，1998）。Kaplan 與Kaplan（1989）所提出的景觀偏好矩陣（preference matrix）模式，以一致性、易讀性、複雜性和神秘性進行評估；本研究經文獻彙整後，認為景觀偏好操作性定義採用一致性、易讀性、複雜性和神秘性，進行評估二十四張複合式景觀的景觀偏好。以李克特9點量尺來測量(1-9)，分數愈高代表對於該景觀偏好愈強。

3.3.3 復癒性

Kaplan(1989, 1995)雖然提出了注意力恢復理論(attention restoration theory, ART),指出恢復性環境具有四大特質,但是並未進一步針對此四大特徵發展提出測量「環境恢復性知覺」的方式。而目前較為常使用的測量方式,主要皆為其他學者以Kaplan 的注意力恢復理論為基礎,進一步發展設計出測量「環境恢復性知覺」的工具。Hartig 等人(1996,1997)以Kaplan 與Kaplan 的注意力恢復理論為基礎,一般嘗試建構出適合測量恢復性環境品質與認知的「知覺恢復量表」(perceived restorativeness scale, PRS),使該量表具有遠離性、魅力性、延展性及相容性等構面以及辨別各種不同恢復性環境潛力的功能。「恢復性組成量表」(restorative components scale, RCS; Laumann, 2001)。「知覺恢復性潛能量表」(perceived restorative potential, PRP; Herzog, 2003)三種。為了解民宿複合式景觀的環境是否具有知覺復癒之效益,本研究經文獻彙整後,認為復癒性操作性定義採用遠離性、魅力性、相容性和延展性進行評估二十四張複合式景觀的復癒性。擬採用Hartig等人(1997)提出的感受恢復量表PRS,量表由四個構面所組成,再參考Laumann(2001)等的量表,以及國內學者的量表為藍圖,以李克特9點量尺來測量(1-9),分數愈高代表對於該景觀的環境恢復性知覺感受力愈強;復癒性量表,參考附錄四。

3.3.4 消費意圖

行為意圖問項設計，本研究經文獻彙整後，認為消費意圖操作性定義以消費意願和願意停留時間衡量消費者的行為意圖，並參考 Reynolds 與 Wells (1977) 以 1（完全不可能）~9（完全可能）測量消費意願；以及 Andreu 等人(2006)以 1（一刻也不想停留）~9（停留非常久）測量願意停留時間。

表 3.1 量表內容與本研究問項

構面	變項及量表來源	問卷的內容	本研究問卷問項
消費意願	Reynolds 與 Wells (1977)	以 1（完全不可能）~9（完全可能）測量	以 1（完全不可能）~9（完全可能）測量
願意停留時間	Andreu 等人(2006)	以 1（一刻也不想停留）~9（停留非常久）測量	以 1（一刻也不想停留）~9（停留非常久）測量
一致性	具有分辨相同概念的程度 (Gerlach-Spriggs, 1998) (Kaufman, 1998)、 (Warner, 1998)	連貫→不連貫	這間民宿的環境讓我覺得景觀是有連續性的
		重複的元素→多樣化的元素	這間民宿的環境讓我覺得景色有重複性的感覺
		層次分明→沒有層次	這間民宿的景觀讓我覺得景物是層次分明的
複雜性	景觀中不同視覺元素的數量其豐富的程度 (Kaplan, 1989)	錯綜複雜→簡單明瞭	這裡的環境讓我覺得景觀是錯綜複雜的
		豐富→單調	這間民宿的環境讓我覺得物種多元資源豐富
		變化多端→興趣缺缺	這個環境讓我覺得景觀是變化多端
易讀性	一個結構良好的空間，其間擁有可明確區分的元素，具有容易瞭解與記憶的特性 (Bell 等人, 1990)、 (Gerlach-Spriggs 等人, 1998)	明確區分的元素→無法區分出不同的元素	這裡的環境，讓我可以一看就驗認出這間民宿的特色
		不易迷失→易迷失方向	住在這裡，我很容易辨認方向，不會迷失方向
		具突出或醒目的標的物→毫無明顯目標	這間民宿的周遭環境有明顯的標的物

構面	變項及量表來源	問卷的內容	本研究問卷問項
神秘性	可吸引人並鼓勵人進入該景觀或環境中做進一步探險、提供機會讓人學習環境中沒有立即顯現的東西(Bell 等人，1990)、(Gerlach-Spriggs 等人，1998)	迂迴(沒有立即實現)→一目了然	這裡的環境讓我覺得景觀一看一目了然
		幽深、神秘→明朗	這間民宿的環境讓我覺得有一種幽深神秘感
		新奇的→無趣的	這裡的環境讓我覺得很新奇
知覺自然度	從 1 (完全人工)~9 (完全自然) 進行評估。 Van den Berg 等人 (2003)	以 1 題評估自然度，請受訪者針對「這個環境」的自然度	以 1 題評估自然度，請受訪者針對「這間民宿的環境」從 1 (完全人工)~9 (完全自然) 進行評估自然度。
遠離性	遠離環境中不相關或是令人不悅之刺激物 Harting 等人(1996,1997) (Laumann et al.，2001)、(周先捷，2005)；遠離日常之環境、活動與掛心之事務(Harting 等人，1997)、(黃孝璋，2007)；暫時停止對特定目標之追求(Hartig 等，1997)	不相關之刺激物	待在這個環境的民宿，我感覺到可以遠離現實生活。
		遠離日常的活動	待在這個環境的民宿，能讓我拋開日常生活的例行事務。
		在此的事物可以幫助我放鬆緊繃的心情	待在這個環境的民宿，可以幫助我放鬆緊繃的心情。
延展性	有形的 Hartig 等人(1996,1997)	這個環境存在太多事物	我覺得這間民宿的景觀環境井然有序
	無形的 Hartig 等人 (1996,1997)、(嚴婉甄，2007)	這裡有太多令我心煩的干擾	我覺得這間民宿的景觀越看越心煩
		這裡的設施與環境相融合	我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調的
魅力性	剛性魅力 Hartig 等人(1996,1997) (Laumann et al.，2001)、(張肇翰、嚴婉甄、黃孝璋，2007)	在這裡有很多值得我探索與發掘的景物	在這間民宿的周邊有許多值得我去探索與發掘的地方
		許多有趣的事物會無意間吸引我的注意	待在這個環境的民宿，我感覺有很多有趣的事物會吸引我注意
	柔性魅力 (Laumann et al.，2001)、(張肇翰，2007)	這裡的環境值得我逗留	我想在這間民宿待久一點，看看這裡的環境

構面	變項及量表來源	問卷的內容	本研究問卷問項
相容性	一個能夠支持個人喜好與意圖的環境；當個人想做之事情符合環境之要求所提供之資源時，便會產生相容性 Hartig 等人(1996,1997) (Laumann et al. , 2001)、(張肇翰、嚴婉甄、黃孝璋, 2007)	在這裡相當適合我的風格	我覺得這間民宿很適合我住，相當符合我的風格
		我感覺我屬於這裡(與環境融為一體)	我覺得待在這間民宿可以自得其樂
		我能夠在這裡做我喜歡做的事情	住在這間民宿可以做我喜歡做的事情

資料來源：變項及量表來源參考黃韻璇(2009)，本研究再自行整理。

3.3.5 專家問卷與量表修正

為了讓問卷具有公信力以及語意的表達上能讓填答者更容易理解，本研究邀請專家做專家效度問卷(如附錄二)，以符合原問項的精神為原則，進行問卷內容的修正，其各問項透過專家修正前、修正後的對照如表 3.2。最後問卷題項的呈現，是依問項的難易，打散各構面而排序，如附錄一。專家效度問卷題號、正式問卷題號和網路問卷題號 對照表如附錄二。

表 3.2 民宿複合式景觀透過專家問卷修正前後的測量問項

測量構面	測量問項	
	修正前	修正後
喜好	請評估「這四間民宿的環境」。你喜歡哪個場景之民宿呢	請問您想選擇哪一間民宿入住呢？請就你喜歡的程度分別給予1-9分的評分。
魅力性	1. 待在這個環境的民宿，我感覺有許多有趣的事物會吸引我的注意。	1 該環境的民宿，我感覺會有許多吸引我的有趣的事物。
	2. 我想在這樣的民宿待久一點，看看這裡的環境。	2. 這張圖片我感覺這個環境很值得逗留。
延展性	1. 我覺得這間民宿的景觀環境井然有序。	1. 這張照片整個場景配置給我整體感受是井然有序的。
	2. 我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調的。	2. 這張圖片我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調不突兀的。
	4. 我覺得這間民宿的景觀越看越心煩。	3. 這張圖片讓我越看越心煩。

測量構面	修正前	修正後
相容性	1. 我覺得這間民宿很適合我住，相當符合我的風格。 2. 我覺得住在這裡，可以自得其樂。 3. 住在這間民宿可以做我喜歡做的事情。	1. 我想住在這間民宿。 2. 我覺得住在這裡，我可以自得其樂、很自在。 3. 如果住在這裡，我覺得我可以做我喜歡做的事情。
一致性	1. 這間民宿的環境讓我覺得景色有重複性的感覺。 2. 這間民宿的景觀讓我覺得景物是層次分明的。 3. 這間民宿的環境讓我覺得景觀是有連續性的。	1 這張圖片周邊環境沒什麼變化重複性高。 2 這張圖片整體的景觀呈現出來讓人覺得景物是層次分明、有條不紊的。 3 這張圖片的環境一覽無遺，景觀的延續性高。
複雜性	1. 這裡的環境讓我覺得景觀是錯綜複雜的。 2. 這個環境讓我覺得景觀是變化多端的。 3. 這間民宿的環境讓我覺得物種多元資源豐富。	1 這張圖片，該環境景觀讓我覺得很複雜。 2 這張圖片，該環境的景觀充滿變化。 3 這張圖片，該民宿的周邊環境物種很多元，感覺上資源很豐富。
神秘性	1. 這裡的環境讓我覺得景觀一看一目了然。 2. 這裡的環境讓我覺得很新奇。 3. 這間民宿的環境讓我覺得有一種幽深神秘感。	1 這張圖片看起來景觀是一目了然沒什麼神秘性。 2 這張圖片讓我覺得這個畫面很無趣。 3 這張圖片讓我覺得有一種神秘感。
易讀性	1. 這裡的環境，讓我可以一看就辨認出這間民宿的特色。 2. 住在這裡我很容易辨認方向，不會迷失方向。 3. 這間民宿的周遭環境有明顯的標的物。	1 這張圖片可讓我一眼就辨認出這間民宿的特色。 2 由這張圖片看來，我如果住在這裡我可以很容易辨認方向，不會迷路。 3 由這張圖片看來，該民宿的周遭環境標的物很明顯。
自然度	請評估「這間民宿的環境」	本題評估照片中這個環境與民宿給你的感受。你覺得這一張照片所呈現的「自然度」如何？
消費意圖	1. 您會想來這間民宿消費嗎 2. 您會想在這間民宿停留多久呢	1 您會來此消費的可能性為何？ 2 您會想在這裡停留時間長短為何？

資料來源：本研究整理

3.4 研究設計

3.4.1 研究方法

本研究的問卷題目是參考前人的構面而來的，因此原則上是採用驗證

性因素分析(CFA)，由構面去演繹題目(檢查題目效度):採 CFA。統計方法利用 SPSS 18 版，分別採用信、效度分析、敘述性統計、次數分配量、相關分析、獨立 t 檢定、單因子變異數分析及迴歸分析，再來驗證本研究之假說。

本研究以『問卷』做為資料蒐集的工具，問卷共分為四大部份。；第一部份為『知覺自然度』；第二部份為『景觀偏好』；第四部份為『復癒性』。楊國樞等人（1990）指出 Likert 量表在實際應用上測量範圍廣泛、製作過程簡單因此研究者樂於使用，量表的信度可藉由項目的增加而提高，而且其測量深度較精確等優點。考量測量尺度較大，因為選答分佈越廣、變異數越大，比較具有較好的區別力，本研究採用李克特九點尺度測量，依九個等級分別給予 1、2、3、4、5、6、7、8、9 的分數，分數越高表示同意程度越高。第五部份為『消費者基本資料』，個人特性部份，包含：性別、居住地、年齡、職業、教育程度、月平均收入、婚姻。。

3.4.2 抽樣方法及對象

本研究的量表依據前人所做的研究量表作為主要的藍圖，並配合本研究所要研擬的主題做適度的調整，再做專家效度問卷，如附錄二。待修改完後，這八份問卷以網路問卷或實體問卷做便利抽樣各 50 份左右進行預試，並進行信、效度分析，修改或刪除不適合的題項，最後再做正式問卷如附錄一，進行發放問卷。其中實體問卷採便利抽樣，於幾個景點及兩個

學校的師生做問卷調查，最後回收 303 份；網路問卷利用發 e-mail 以及 Facebook 回收了 345 份，兩種方式共計回收了 648 份問卷，無效問卷 48 份，整個資料收集齊全後再做資料的分析及討論。此量表包括四個構面，共有 28 個問項，首先透過問卷預試，將觀察變項 Cronbach's α 值未大於 0.7，解釋變異量未大於 0.5、標準化因素負荷量未大於 0.5 之變項一致性（「這張圖片周邊環境沒什麼變化重複性高」1 題）予以刪除，以確保預試問卷之信效度。刪除後再進行驗證，整個量表的信度 Cronbach's α 值皆大於 0.7，解釋變異量大於 50%、標準化因素負荷量亦大於 0.5，即代表整個量表具收斂效度如表 4.1 和表 4.2，預試後依難易度再做調整如附錄一。

第四章 研究結果

4.1 自然度、景觀偏好、復癒性與消費意圖的信效度

由表4.1的研究結果顯示整體而言四種建築風格(地中海式、閩南式、歐式、日式)搭配凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林或熱帶雨林其自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖的信度都達0.7以上，表示本研究問卷題項的內部一致性高。信度是指可靠性或一致性，亦即信度好的指標在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。

表 4.1 自然度、景觀偏好、復癒性與消費意圖的信度

信度 / 構面	自然度	景觀偏好	復癒性	消費意圖
Alpha值	0.70	0.747	0.867	0.865

資料來源：本研究整理

由表4.2的研究結果顯示自然度、景觀偏好、復癒性及消費意圖的因素負荷量都大於0.5以及累積解釋變異量都大於50%，即表示本研究都具足收斂效度。效度是指概念定義(conceptual definiton)及操作化定義(operational definiton)間是否契合。聚合效度(convergent validity) 亦即收斂效度，當測量同一構念的多重指標彼此間聚合或有關聯時，就有此種效度存在。

表 4.2 景觀偏好、復癒性、自然度與消費意圖的效度

構面	編號及題項描述	因素負荷量	累積解釋變異量
一致性	17 這張圖片整體的景觀呈現出來讓人覺得景物是層次分明、有條不紊的。 18 這張圖片的環境一覽無遺，景觀的延續性高。	0.837	51.050%
易讀性	3 這張圖片可讓我一眼就辨認出這間民宿的特色。 8 由這張圖片看來，我如果住在這裡我可以很容易辨認方向，不會迷路。 7 由這張圖片看來該民宿的周遭環境標的物很明顯	0.563	
複雜性	22 這張圖片，該環境景觀讓我覺得很複雜。 20 這張圖片，該環境的景觀充滿變化。 21 這張圖片，該民宿周邊環境物種很多元，感覺上資源很豐富。	0.794	
神秘性	9 這張圖片看起來景觀是一目了然沒什麼神秘性。 10 這張圖片讓我覺得這個畫面很無趣。 26 這張圖片讓我覺得有一種神秘感。	0.627	
遠離性	25 若能住在這裡，我會覺得可以暫時遠離「現實」的生活。 24 若能住在這裡，可讓我暫時拋開日常生活的例行事務。 23 住在這裡，可以幫助我放鬆緊繃的心情。	0.820	75.524%
魅力性	12 該環境的民宿，我感覺會有許多吸引我的有趣事物。 13 這張圖片我感覺這個環境很值得逗留。 11 在這間民宿周邊有許多值得我去探索與發掘的地方。	0.907	
相容性	6 我想住在這間民宿。 16 我覺得住在這裡，我可以自得其樂、很自在。 15 如果住在這裡，我覺得我可以做我喜歡做的事情。	0.906	
延展性	14 這張照片整個場景配置給我的整體感受是井然有序的。 4 這張圖片我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調不突兀的。 5 這張圖片讓我越看越心煩	0.839	
自然度	2 你覺得這一張照片所呈現之「自然度」如何？	0.656 0.793 0.679	52.241%
消費意圖	27 您會來此消費的可能性為何？ 28 您會想在這裡停留的時間長短為何？	0.941	88.587%

註：景觀偏好(包括:一致性、易讀性、複雜性和神秘性) 復癒性(包括:遠離性、魅力性、相容性和延展性)

資料來源：本研究整理

此外透過皮爾森積差相關矩陣及平均變異萃取(average variance extraction, AVE)的根號值，AVE值都大於0.5如表4.2具收斂效度。若是每一構面之平均變異萃取(累積解釋變異量)之根號值(斜對角各構面AVE根號值)，都大於該構面與其他構面之相關係數，顯示量表合乎區別效度。由表4.3對角線之平均變異萃取(累積解釋變異量)之根號值皆大於該構面與其他構面之相關係數，可知各構面間區別效度良好，因此本量表具有建構效度。

表 4.3 景觀偏好、復癒性、自然度與消費意圖構面之區別效度

	自然度	景觀偏好	復癒性	消費意圖
自然度	0.722			
景觀偏好	0.201	0.714		
復癒性	0.253	0.596	0.869	
消費意圖	0.187	0.565	0.713	0.941

4.2 敘述性統計

4.2.1 受訪者特性

本研究受訪者共 600 位，由表 4.4 的研究結果顯示其中以女性 338 位佔 56.3% 居多，男性 262 位佔 43.7% 較少；居住地都市 344 位佔 57.3% 居多，漁村 7 位佔 1.2% 最少；年齡 20-29 歲 184 位佔 30.7% 最多，30-39 歲 22 位佔 3.7% 最少；職業學生 204 位佔 34% 最多，退休人員 28 位佔 4.7% 最少；教育程度大專 381 位佔 63.5% 最多，國中 37 位佔 6.2.0% 最少；月平均收入 20000 元以下 313 位佔 52.2% 最多(其中家庭主婦、退休人員及其他收入都很少，因此不單單學生收入少)，40001-50000 元 20 位佔 3.3% 最少；已婚有小孩 284 位佔 47.3% 最多，已婚無小孩 53 位佔 8.8% 最少。

表 4.4 受訪者的基本資料

類別資料		人數 (位)	百分比	類別資料		人數 (位)	百分比	
性別	男性	262	43.7%	職業	學生	204	34%	
	女性	338	56.3%		軍警公教人員	129	21.5%	
居住地	農村	226	37.7%		家庭主婦	36	6%	
	山區	23	3.8%		退休人員	28	4.7%	
	漁村	7	1.2%		一般上班族	86	14.3%	
	都市	344	57.3%		自由業	47	7.8%	
年齡	19歲以下	33	5.5%		月平均收入	其他	70	11.7%
	20-29歲	184	30.7%			20000元以下	313	52.2%
	30-39歲	22	3.7%			20001-30000元	59	9.8%
	40-49歲	174	29%			30001-40000元	57	9.5%
	50-59歲	129	21.5%	40001-50000元		20	3.3%	
	60歲以上	58	9.7%	50001-60000元		53	8.8%	
教育程度	國中(含)以下	37	6.2%	婚姻		60001元以上	98	16.3%
	高中職	118	19.7%			未婚	263	43.8%
	大專	381	63.5%		已婚無小孩	53	8.8%	
	研究所(含)	64	10.7%		已婚有小孩	284	47.3%	

資料來源：本研究整理

4.2.2 針對二十四張民宿複合式景觀喜好程度的平均值及標準差

由表 4.5 的研究結果顯示，其不同的民宿複合式景觀類型也會形成不同程度的喜好程度。消費者對日式建築風格搭配闊葉林景觀(M=8.0526)和地中海式建築風格搭配海景景觀(M=7.9655)以及歐式建築風格搭配海景景觀(M=7.9348)的喜好程度排名居前三名。整體而言，民宿複合式景觀若搭配海景景觀或闊葉林景觀其平均值都偏高；消費者對於民宿建築風格搭配熱帶雨林或凍原景觀都非常不喜歡，其平均值只有 3 或 4 左右而已，舉例來說閩式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=3.2034)、歐式建築風格搭配熱帶雨林景

觀(M=3.3671)以及地中海式建築風格搭配凍原景觀(M=4.0862)。利用交叉表卡方分配歐海和歐闊有顯著差異 $p=0.000$ ；歐闊和歐針有顯著差異 $p=0.000$ ；閩闊和日海有顯著差異 $p=0.046$ ；地針和歐草有顯著差異 $p=0.002$ ；歐草和閩草有顯著差異 $p=0.005$ ；閩草和地闊有顯著差異 $p=0.000$ 。

表 4.5 受測者對複合式景觀喜好程度平均值及標準差

建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差
日闊8.0526(1.2453)	閩闊7.4576(1.5461)	地闊6.0737(1.9088)	日草4.7308(2.2429)
地海7.9655(1.4745)	日海7.1923(2.2966)	閩針5.9153(1.5897)	日雨4.3684(2.6702)
歐海7.9348(1.5249)	歐凍6.7283(1.8042)	日針5.8947(1.6001)	地雨4.2211(2.6019)
歐闊7.5696(1.5745)	地針6.4421(1.8318)	日凍5.6154(1.7672)	地凍4.0862(1.9311)
歐針7.5443(1.1635)	歐草6.1630(1.7370)	地草5.2069(2.2224)	歐雨3.3671(2.2314)
閩海7.4878(1.9767)	閩草6.1220(1.6208)	閩凍4.8659(1.8037)	閩雨3.2034(1.9545)

資料來源：本研究整理

4.2.3 針對二十四張民宿複合式景觀自然度的平均值及標準差

由表 4.6 的研究結果顯示，日式建築風格搭配闊葉林景觀(M=8.0526)、閩式建築風格搭配闊葉林景觀(M=7.8305)以及日式建築風格搭配海景景觀(M=7.7949)，這三種複合式景觀在消費者的心中是認為最自然的。相較之下，民宿複合式景觀若搭配凍原或草原景觀，在消費者的心中是認為最不自然的，閩式建築風格搭配凍原景觀(M=4.0244)、地中海式建築風格搭配凍原景觀(M=4.3103)以及地中海式建築風格搭配草原景觀(M=5.0690)，這三種複合式景觀消費者普遍都認為是最不自然的。利用交叉表卡方分配閩針和閩草有顯著差異 $p=0.048$ ；地草和地凍有顯著差異 $p=0.024$ 。

表 4.6 受測者對複合式景觀自然度平均值及標準差

建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差
日闊8.0526(1.2163)	日雨7.0877(1.9113)	日針6.3860(1.5324)	地針5.9263(1.9032)
閩闊7.8305(1.3151)	歐針7.0127(1.3821)	閩針6.3559(1.4711)	歐草5.5435(2.3224)
日海7.7949(1.9297)	閩雨7.0000(2.1656)	閩草6.3537(2.0809)	地雨5.4632(2.7784)
地海7.5690(1.9477)	日凍6.8718(1.7681)	地闊6.3474(1.8263)	地草5.0690(2.1994)
歐闊7.5063(1.6083)	歐凍6.7174(1.6329)	閩海6.2195(2.8110)	地凍4.3103(2.2881)
歐海7.1413(1.9867)	日草6.5385(2.2945)	歐雨6.0127(2.5343)	閩凍4.0244(2.0244)

資料來源：本研究整理

4.2.4針對二十四張民宿複合式景觀景觀偏好的平均值及標準差

由表 4.7 的研究結果顯示，消費者對於地中海式建築風格搭配海景景觀 (M=7.5672)最偏好，其次是閩式建築風格搭配闊葉林景觀(M=7.4915)以及日式建築風格搭配闊葉林景觀(M=7.2121)；最不被消費者偏好的是日式建築風格搭配草原景觀(M=4.3365)，其次是歐式建築風格搭配草原景觀 (M=4.9457)。利用交叉表卡方分配地海和閩闊有顯著差異 $p=0.038$ ；歐海和閩海有顯著差異 $p=0.027$ ；閩針和歐針有顯著差異 $p=0.025$ ；閩雨和日針有顯著差異 $p=0.002$ ；日凍和閩凍有顯著差異 $p=0.031$ ；閩凍和地針有顯著差異 $p=0.001$ ；歐草和日草有顯著差異 $p=0.017$ 。

表 4.7 受測者對複合式景觀之景觀偏好平均值及標準差

建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差
地海7.5672(1.2066)	歐闊6.6651(1.3185)	日雨5.8018(1.1009)	地針5.3512(1.0594)
閩闊7.4915(1.1293)	地雨6.4074(1.0749)	閩雨5.7781(0.7467)	地草5.3372(1.0109)
日闊7.2121(1.3015)	歐凍6.3333(0.9965)	日針5.6706(1.2152)	閩草5.2239(1.1626)
歐海7.0889(1.3217)	地闊5.9914(1.0957)	歐雨5.6177(0.8953)	地凍5.1362(1.1997)
閩海6.9187(1.4209)	閩針5.8898(0.8298)	日凍5.5295(1.3028)	歐草4.9457(1.5767)
日海6.7115(1.7287)	歐針5.8734(0.8859)	閩凍5.4134(1.0334)	日草4.3365(1.2898)

資料來源：本研究整理

4.2.5 針對二十四張民宿複合式景觀復癒性的平均值及標準差

由表 4.8 的研究結果顯示，消費者對於地中海式建築風格搭配海景景觀(M=7.9511)認為復癒性最高，最容易讓人放輕鬆，其次是日式建築風格搭配闊葉林景觀(M=7.9371)以及歐式建築風格搭配海景景觀(M=7.9139)；消費者認為復癒性最差，不但無法放輕鬆反而帶來緊張害怕的環境是歐式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=4.2922)，其次是閩式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=4.3093)以及地中海式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=4.5395)。利用交叉表卡方分配閩海和日海有顯著差異 $p=0.004$ ；歐針和地針有顯著差異 $p=0.028$ ；地針和地闊有顯著差異 $p=0.001$ 。

表 4.8 受測者對複合式景觀之復癒性平均值及標準差

建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差
地海7.9511(1.202)	歐闊6.8175(1.596)	閩針6.0551(1.153)	日雨4.7968(1.991)
日闊7.9371(1.102)	歐凍6.7328(1.367)	閩草6.0000(1.455)	地凍4.6638(1.631)
歐海7.9139(0.995)	歐針6.3924(1.071)	日針5.8319(1.379)	日草4.5470(1.752)
閩闊7.6850(1.304)	地針6.2746(1.517)	歐草5.7101(1.630)	地雨4.5395(1.838)
閩海7.6067(1.208)	地闊6.2044(1.250)	地草5.3563(1.682)	閩雨4.3093(1.336)
日海7.4199(1.523)	日凍6.0609(1.578)	閩凍4.9451(1.369)	歐雨4.2922(1.453)

資料來源：本研究整理

4.2.6 針對二十四張民宿複合式景觀消費意圖的平均值及標準差

由表 4.9 研究的結果顯示，整體而言海景和山景(闊葉林)的消費意圖最高，其中消費者對於地中海式建築風格搭配海景景觀(M=7.9828)消費意圖最高，其次是閩式建築風格搭配海景景觀(M=7.9207)以及日式建築風格搭配闊葉林景觀(M=7.8596)；消費者對於這 24 種民宿複合式景觀其消費意圖最差

的是歐式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=2.8797)，其次是閩式建築風格搭配熱帶雨林景觀(M=3.0932)以及地中海式建築風格搭配熱帶雨林景觀。利用交叉表卡方分配歐海和閩闊有顯著差異 $p=0.000$ ；閩闊和日海有顯著差異 $p=0.000$ ；日海和歐針有顯著差異 $p=0.001$ ；歐針和歐闊有顯著差異 $p=0.000$ ；地針和閩針有顯著差異 $p=0.008$ ；日雨和地雨有顯著差異 $p=0.006$ 。

表 4.9 受測者對複合式景觀之消費意圖平均值及標準差

建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差	建築景觀平均標準差
地海7.9828(1.556)	歐針7.2532(1.179)	日針5.5702(1.877)	地凍4.2759(2.103)
閩海7.9207(1.502)	歐闊7.1203(1.851)	閩草5.4085(2.083)	日草3.8654(2.292)
日闊7.8596(1.435)	歐凍6.3424(1.862)	日凍5.3910(2.109)	日雨3.5351(2.510)
歐海7.7772(1.481)	地針6.0684(1.958)	歐草5.2663(2.405)	地雨3.3579(2.188)
閩闊7.7203(1.601)	閩針5.9153(1.560)	地草5.2414(1.961)	閩雨3.0932(1.979)
日海7.4359(1.933)	地闊5.6737(1.679)	閩凍4.4756(1.983)	歐雨2.8797(2.254)

資料來源：本研究整理

4.2.7 受測者對地中海式建築而言，搭配不同景觀，消費者感受到的自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖為何？

1:對地中海式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的自然度為何？(參考表4.6)

消費者感受到的自然度平均值以海景(7.569)最高，依序為闊葉林(6.347)、針葉林(5.926)、熱帶雨林(5.463)、草原(5.069)，最低是凍原(4.310)。利用交叉表卡方分配地闊和地針有顯著差異 $p=0.000$ ；地草和地凍有顯著差異 $p=0.024$ 。

2:對地中海式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的景觀偏好為何？(參考表4.7)

消費者感受到的景觀偏好平均值以海景(7.5672)最高，依序為熱帶雨林(6.4074)、闊葉林(5.9914)、針葉林(5.3512)、草原(5.3372)，最低是凍原(5.1362)。利用交叉表卡方分配彼此間無顯著差異。

3:對地中海式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的復癒性為何？(參考表4.8)

消費者感受到的復癒性平均值以海景(7.9511)最高，依序為針葉林(6.2746)、闊葉林(6.2044)、草原(5.3563)、凍原(4.6638)，最低是熱帶雨林(4.5395)。利用交叉表卡方分配地針和地闊有顯著差異 $p=0.001$ 。

4:對地中海式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者的消費意圖為何？(參考表4.9)

消費者的消費意圖平均值以海景(7.9828)最高，依序為針葉林(6.0684)、闊葉林(5.6737)、草原(5.2414)、凍原(4.2759)，最低是熱帶雨林(3.3579)。利用交叉表卡方分配地針和地闊有顯著差異 $p=0.002$ ；地草和地凍有顯著差異 $p=0.003$ 。

4.2.8 受測者對閩式建築而言，搭配不同景觀，消費者感受到的自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖為何？

1:對閩式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的自然度為何？(參考表4.6)

消費者感受到的自然度以闊葉林(7.8305)最高，依序為熱帶雨林(7.000)、針葉林(6.3559)、草原(6.3537)、海景(6.2195)，最低是凍原(4.0244)。利用交叉表卡方分配閩闊和閩雨有顯著差異 $p=0.001$ ；閩雨和閩針有顯著差異 $p=0.001$ ；閩針和閩草有顯著差異 $p=0.048$ ；閩草和閩海有顯著差異 $p=0.004$ ；閩海和閩凍有顯著差異 $p=0.009$ 。

2:對閩式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的景觀偏好為何？(參考表4.7)

消費者感受到的景觀偏好以闊葉林(7.4915)最高，依序為海景(6.9187)、針葉林(5.8898)、熱帶雨林(5.7781)、凍原(5.4134)，最低是草原(5.2239)。利用交叉表卡方分配閩針和閩雨有顯著差異 $p=0.025$ ；閩凍和閩草有顯著差異 $p=0.041$ 。

3:對閩式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的復癒性為何？(參考表4.8)

消費者感受到的復癒性以闊葉林(7.6850)最高，依序為海景(7.6067)、針葉林

(6.0551)、草原(6.000)、凍原(4.9451)，最低是熱帶雨林(4.3093)。利用交叉表卡方分配閩草和閩凍有顯著差異 $p=0.027$ 。

4:對閩式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的消費意圖為何？(參考表4.9)

消費者的消費意圖以海景(7.9207)最高，依序為闊葉林(7.7203)、針葉林(5.9153)、草原(5.4085)、凍原(4.4756)，最低是熱帶雨林(3.0932)。利用交叉表卡方分配閩海和閩闊有顯著差異 $p=0.000$ ；閩闊和閩針有顯著差異 $p=0.000$ ；閩針和閩草有顯著差異 $p=0.000$ ；閩草和閩凍有顯著差異 $p=0.000$ 。

4.2.9 受測者對歐式建築而言，搭配不同景觀，消費者感受到的自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖為何？

1:對歐式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的自然度為何？(參考表4.6)

消費者感受到的自然度以闊葉林(7.5063)最高，依序為海景(7.1413)、針葉林(7.0127)、凍原(6.7174)、熱帶雨林(6.0127)，最低是草原(5.5435)。利用交叉表卡方分配歐凍和歐雨有顯著差異 $p=0.012$ ；歐雨和歐草有顯著差異 $p=0.024$ 。

2:對歐式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的景觀偏好為何？(參考表4.7)

消費者感受到的景觀偏好以海景(7.0889)最高，依序為闊葉林(6.6651)、凍原

(6.3333)、針葉林(5.8734)、熱帶雨林(5.6177)，最低是草原(4.9457)。利用交叉表卡方分配歐針和歐雨有顯著差異 $p=0.001$ 。

3:對歐式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的復癒性為何?(參考表4.8)

消費者感受到的復癒性以海景(7.9139)最高，依序為闊葉林(6.8175)、凍原(6.7328)、針葉林(6.3924)、草原(5.7101)，最低是熱帶雨林(4.2922)。利用交叉表卡方分配歐海和歐闊有顯著差異 $p=0.013$ 。

4:對歐式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的消費意圖為何?(參考表4.9)

消費者的消費意圖以海景(7.7772)最高，依序為針葉林(7.2532)、闊葉林(7.1203)、凍原(6.3424)、草原(5.2663)，最低是熱帶雨林(2.8797)。利用交叉表卡方分配歐海和歐針有顯著差異 $p=0.001$ ；歐針和歐闊有顯著差異 $p=0.000$ ；歐凍和歐草有顯著差異 $p=0.000$ 。

4.2.10 受測者對日式建築而言，搭配不同景觀，消費者感受到的自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖為何?

1:對日式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的自然度為何?(參考表4.6)

消費者感受到的自然度以闊葉林(8.0526)最高，依序為海景(7.7949)、熱帶雨林(7.0877)、凍原(6.8718)、草原(6.5385)，最低是針葉林(6.3860)。利用交叉

表卡方分配日凍和日草有顯著差異 $p=0.007$ 。

2:對日式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的景觀偏好為何?(參考表4.7)

消費者感受到的景觀偏好以闊葉林(7.2121)最高，依序為海景(6.7115)、熱帶雨林(5.8018)、針葉林(5.6706)、凍原(5.5295)，最低是草原(4.3365)。利用交叉表卡方分配日雨和日針有顯著差異 $p=0.021$ 。

3:對日式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的復癒性為何?(參考表4.8)

消費者感受到的復癒性以闊葉林(7.9371)最高，依序為海景(7.4199)、凍原(6.0609)、針葉林(5.8319)、熱帶雨林(4.7968)，最低是草原(4.5470)。利用交叉表卡方分配日針和日雨有顯著差異 $p=0.027$ 。

4:對日式建築而言，搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)，消費者感受到的消費意圖為何?(參考表4.9)

消費者的消費意圖以闊葉林(7.8596)最高，依序為海景(7.4359)、針葉林(5.5702)、凍原(5.3910)、草原(3.8654)，最低是熱帶雨林(3.5351)。利用交叉表卡方分配日針和日凍有顯著差異 $p=0.008$ ；日凍和日草有顯著差異 $p=0.000$ 。

4.3 民宿地中海式、閩式、歐式、日式各搭配六種景觀迴歸分析

研究模式如下：

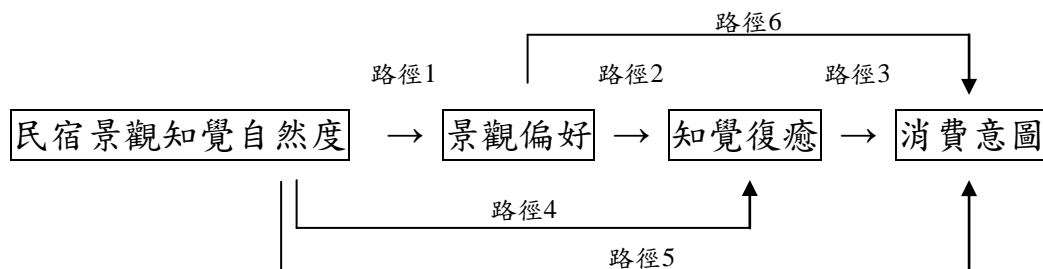


圖 4.1 民宿複合式景觀自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖之路徑圖

路徑1：民宿景觀知覺自然度對消費者的景觀偏好具有影響。

路徑2：消費者的景觀偏好對復癒性具有影響。

路徑3：消費者的復癒性對消費者的消費意圖具有影響。

路徑4：民宿景觀知覺自然度對消費者的復癒性具有影響。

路徑5：民宿景觀知覺自然度對消費者的消費意圖具有影響。

路徑6：消費者的景觀偏好對消費者的消費意圖具有影響。

4.3.1 迴歸分析

迴歸分析主要在瞭解自變數與依變數之間的相互關係。本研究將利用六個路徑來檢驗民宿景觀提供給遊客之知覺自然度與景觀偏好是否有顯著影響，景觀偏好對知覺復癒是否有顯著影響，知覺復癒對消費意圖是否有顯著影響，民宿景觀知覺自然度對知覺復癒是否有顯著影響，民宿景觀知覺自然度對消費意圖是否有顯著影響，以及景觀偏好對消費意圖是否有顯著影響。

依研究構面之因果關係，我們需要處理六次之簡單迴歸，六次的簡單迴歸分別是知覺自然度→景觀偏好，景觀偏好→知覺復癒，知覺復癒→消

費意圖，知覺自然度→知覺復癒，知覺自然度→消費意圖，景觀偏好→消費意圖。

4.3.2以日式凍原為例

1. 知覺自然度與景觀偏好之迴歸分析

本部份以自然度為自變項(X)，景觀偏好設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，知覺自然度對景觀偏好變數之調過後R平方=0.023，顯著性=0.097和路徑係數=0.189，根據分析結果得知，知覺自然度對景觀偏好沒有顯著影響。分析結果如表4.29所示。

2. 景觀偏好與知覺復癒之迴歸分析

本部份以景觀偏好為自變項(X)，知覺復癒設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，景觀偏好對知覺復癒變數之調過後R平方=0.473，顯著性=0.000和路徑係數=0.693，結果顯示(如表4.29所示)，景觀偏好對知覺復癒有顯著影響。

3. 知覺復癒與消費意圖之迴歸分析

本部份以知覺復癒為自變項(X)，消費意圖設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，知覺復癒對消費意圖變數之調過後R平方=0.647，顯著性=0.000和路徑係數=0.807，根據分析結果得知，知覺復癒對消費意圖有顯著影響。分析結果如表4.29所示。

4. 知覺自然度與知覺復癒之迴歸分析

本部份以知覺自然度為自變項(X)，知覺復癒設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，知覺自然度對知覺復癒變數之調過後R平方=0.046，顯著性=0.033和路

徑係數=0.241，根據分析結果得知，知覺自然度對知覺復癒有顯著影響。分析結果如表4.29所示。

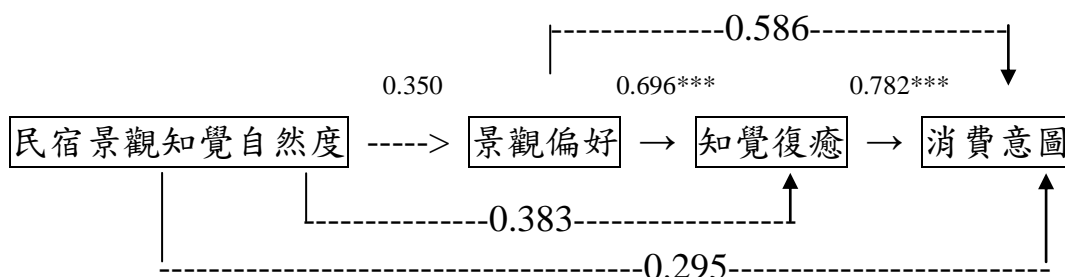
5. 知覺自然度與消費意圖之迴歸分析

本部份以知覺自然度為自變項(X)，消費意圖設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，知覺自然度對消費意圖變數之調過後R平方=0.061，顯著性=0.016和路徑係數=0.271，根據分析結果得知，知覺自然度對消費意圖有顯著影響。分析結果如表4.29所示。

6. 景觀偏好與消費意圖之迴歸分析

本部份以景觀偏好為自變項(X)，消費意圖設為依變項(Y)，並使用迴歸分析中的強迫進入變數法進行迴歸分析。從模式摘要表和係數表中發現，景觀偏好對消費意圖變數之調過後R平方=0.534，顯著性=0.000和路徑係數=0.735，根據分析結果得知，景觀偏好對消費意圖有顯著影響。分析結果如表4.29所示。

從迴歸分析(表4.10-表4.34)和路徑分析(表4.35-表4.58)的研究結果顯示，修正路徑圖(圖4.1)，得知民宿複合式景觀自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖之實際路徑圖如下圖4.2：



註:*代表<0.05 **代表<0.01 ***代表<0.001

→代表路徑成立 ---->代表路徑不成立

圖 4.2 民宿複合式景觀自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖實際路徑圖

4.3.3 四種建築風格各搭配六種景觀迴歸分析的研究結果

1. 四種建築風格各搭配六種景觀迴歸分析的摘要表

- (1) 由表4.10-表4.34的研究結果顯示，四種建築搭配六種景觀其景觀偏好會影響知覺復癒性，知覺復癒性亦會影響消費意圖其彼此之間都達顯著相關。
- (2) 由研究的結果顯示，知覺自然度與景觀偏好除了閩南式搭凍原、歐式搭雨林、日式搭凍原、日式搭草原和日式搭雨林之間無顯著相關以外，其他複合式景觀都有顯著相關。
- (3) 由研究的結果顯示，知覺自然度與知覺復癒性除了地中海式搭雨林、日式搭凍原、日式搭海景和日式搭雨林之間無顯著相關以外，其他複合式景觀都有顯著相關。
- (4) 由研究的結果顯示，景觀偏好與消費意圖除了地中海式搭熱帶雨林彼此無顯著相關以外，其他複合式景觀都有顯著相關。

表 4.10 四種建築風格各搭配六種景觀迴歸分析的摘要表

自變項	依變項	迴歸分析有無顯著相關
知覺自然度	景觀偏好	1.閩南式搭凍原 2.歐式搭雨林 3.日式搭凍原 4.日式搭草原 5.日式搭雨林 這五種複合式景觀無顯著相關，其他複合式景觀都有顯著相關。
景觀偏好	知覺復癒	四種建築搭配六種景觀都有顯著相關
知覺復癒	消費意圖	四種建築搭配六種景觀都有顯著相關
知覺自然度	知覺復癒	1.地中海式搭雨林 2.日式搭草原 3.日式搭海景 4.日式搭雨林 這四種複合式景觀都無顯著相關，其他複合式景觀都有顯著相關。
知覺自然度	消費意圖	1.地中海式搭雨林 2.日式搭海景 3.日式搭雨林 這三種複合式景觀都無顯著相關，其他複合式景觀都有顯著相關。
景觀偏好	消費意圖	地中海式搭雨林 無顯著相關，其他複合式景觀都有顯著相關。

資料來源：本研究整理

2. 地中海式搭配凍原迴歸分析表

由表4.11的研究結果顯示，景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.11 地中海式搭配凍原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.643	6.277	0.000	0.413	0.403	39.398	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.752	8.525	0.000	0.565	0.557	72.671	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.845	11.823	0.000	0.714	0.709	139.793	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.549	4.921	0.000	0.302	0.289	24.217	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.523	4.596	0.000	0.274	0.261	21.121	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.701	7.358	0.000	0.492	0.482	54.136	0.000

資料來源：本研究整理

3. 地中海式搭配草原迴歸分析表

由表4.12的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.12 地中海式搭配草原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.565	5.130	0.000	0.320	0.308	26.313	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.676	6.864	0.000	0.457	0.447	47.120	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.802	10.056	0.000	0.644	0.637	101.122	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.773	9.117	0.000	0.597	0.590	83.124	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.669	6.743	0.000	0.448	0.438	45.464	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.490	4.210	0.000	0.240	0.227	17.723	0.000

資料來源：本研究整理

4. 地中海式搭配海景迴歸分析表

由表4.13的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.13 地中海式搭配海景迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.515	4.495	0.000	0.265	0.252	20.209	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.852	12.190	0.000	0.726	0.721	148.598	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.694	7.207	0.000	0.481	0.472	51.945	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.610	5.765	0.000	0.372	0.361	33.240	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.464	3.915	0.000	0.215	0.201	15.327	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.617	5.873	0.000	0.381	0.370	34.495	0.000

資料來源：本研究整理

5. 地中海式搭配針葉林迴歸分析表

由表4.14的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.14 地中海式搭配針葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.433	4.628	0.000	0.187	0.178	21.421	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.556	6.445	0.000	0.309	0.301	41.536	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.840	14.934	0.000	0.706	0.703	223.026	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.536	6.126	0.000	0.288	0.280	37.528	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.501	5.583	0.000	0.251	0.243	31.166	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.583	6.912	0.000	0.339	0.332	47.779	0.000

資料來源：本研究整理

6. 地中海式搭配闊葉林迴歸分析表

由表4.15的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.15 地中海式搭配闊葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.340	3.485	0.001	0.115	0.106	12.142	0.001
景觀偏好	知覺復癒	0.561	6.535	0.000	0.315	0.307	42.706	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.740	10.613	0.000	0.548	0.543	112.626	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.501	5.577	0.000	0.251	0.243	31.105	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.403	4.252	0.000	0.163	0.154	18.081	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.550	6.352	0.000	0.303	0.295	40.343	0.000

資料來源：本研究整理

7. 地中海式搭配熱帶雨林迴歸分析表

由表4.16的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和知覺復癒性以及景觀偏好和消費意圖無顯著相關以外。

表 4.16 地中海式搭配熱帶雨林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.209	2.061	0.042	0.044	0.033	4.249	0.042
景觀偏好	知覺復癒	0.219	2.164	0.033	0.048	0.038	4.684	0.033
知覺復癒	消費意圖	0.865	16.629	0.000	0.748	0.746	276.528	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.146	1.427	0.157	0.021	0.011	2.036	0.157
知覺自然度	消費意圖	0.196	1.923	0.057	0.038	0.028	3.700	0.057
景觀偏好	消費意圖	0.109	1.060	0.292	0.012	0.001	1.124	0.292

資料來源：本研究整理

8. 閩式搭配凍原迴歸分析表

由表4.17的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和景觀偏好無顯著相關以外。

表 4.17 閩式搭配凍原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.154	1.398	0.166	0.024	0.012	1.955	0.166
景觀偏好	知覺復癒	0.472	4.794	0.000	0.223	0.213	22.981	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.816	12.603	0.000	0.665	0.661	158.846	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.545	5.808	0.000	0.297	0.288	33.727	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.446	4.459	0.000	0.199	0.189	19.878	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.415	4.083	0.000	0.172	0.162	16.675	0.000

資料來源：本研究整理

9. 閩式搭配草原迴歸分析表

由表4.18的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.18 閩式搭配草原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.248	2.290	0.025	0.061	0.050	5.242	0.025
景觀偏好	知覺復癒	0.758	10.380	0.000	0.574	0.569	107.748	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.868	15.664	0.000	0.754	0.751	245.359	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.445	4.441	0.000	0.198	0.188	19.724	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.345	3.288	0.002	0.119	0.108	10.809	0.002
景觀偏好	消費意圖	0.748	10.076	0.000	0.559	0.554	101.520	0.000

資料來源：本研究整理

10. 閩式搭配海景迴歸分析表

由表4.19的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.19 閩式搭配海景迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.640	7.454	0.000	0.410	0.402	55.563	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.799	11.892	0.000	0.639	0.634	141.429	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.739	9.819	0.000	0.547	0.541	96.406	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.614	6.959	0.000	0.377	0.369	48.430	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.234	2.150	0.035	0.055	0.043	4.622	0.035
景觀偏好	消費意圖	0.584	6.436	0.000	0.341	0.333	41.424	0.000

資料來源：本研究整理

11. 閩式搭配針葉林迴歸分析表

由表4.20的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.20 閩式搭配針葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.526	4.665	0.000	0.276	0.264	21.758	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.833	11.348	0.000	0.693	0.688	128.781	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.810	10.433	0.000	0.656	0.650	108.856	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.490	4.238	0.000	0.240	0.226	17.963	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.348	2.800	0.007	0.121	0.106	7.842	0.007
景觀偏好	消費意圖	0.695	7.307	0.000	0.484	0.475	53.390	0.000

資料來源：本研究整理

12. 閩式搭配闊葉林迴歸分析表

由表4.21的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.21 閩式搭配闊葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.545	4.903	0.000	0.297	0.284	24.042	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.910	16.548	0.000	0.828	0.825	273.826	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.855	12.436	0.000	0.731	0.726	154.660	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.621	5.980	0.000	0.386	0.375	35.765	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.538	4.820	0.000	0.290	0.277	23.231	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.862	12.863	0.000	0.744	0.739	165.454	0.000

資料來源：本研究整理

13. 閩式搭配熱帶雨林迴歸分析表

由表4.22的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.22 閩式搭配熱帶雨林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	-0.272	-2.137	0.037	0.074	0.058	4.568	0.037
景觀偏好	知覺復癒	0.487	4.210	0.000	0.237	0.224	17.723	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.767	9.013	0.000	0.588	0.580	81.237	0.000
知覺自然度	知覺復癒	-0.364	-2.952	0.005	0.133	0.117	8.711	0.005
知覺自然度	消費意圖	-0.426	-3.559	0.001	0.182	0.167	12.664	0.001
景觀偏好	消費意圖	0.382	3.118	0.003	0.146	0.131	9.722	0.003

資料來源：本研究整理

14. 歐式搭配凍原迴歸分析表

由表4.23的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.23 歐式搭配凍原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.255	2.503	0.014	0.065	0.055	6.265	0.014
景觀偏好	知覺復癒	0.750	10.764	0.000	0.563	0.558	115.860	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.784	11.982	0.000	0.615	0.610	143.574	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.345	3.485	0.001	0.119	0.109	12.143	0.001
知覺自然度	消費意圖	0.231	2.252	0.027	0.053	0.043	5.072	0.027
景觀偏好	消費意圖	0.712	9.611	0.000	0.507	0.501	92.376	0.000

資料來源：本研究整理

15. 歐式搭配草原迴歸分析表

由表4.24的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.24 歐式搭配草原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.515	5.705	0.000	0.266	0.257	32.544	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.830	14.133	0.000	0.689	0.686	199.745	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.844	14.904	0.000	0.712	0.708	222.126	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.576	6.687	0.000	0.332	0.325	44.718	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.539	6.063	0.000	0.290	0.282	36.761	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.782	11.915	0.000	0.612	0.608	141.967	0.000

資料來源：本研究整理

16. 歐式搭配海景迴歸分析表

由表4.25的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.25 歐式搭配海景迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化 係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.635	7.792	0.000	0.403	0.396	60.714	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.761	11.126	0.000	0.579	0.574	123.781	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.592	6.964	0.000	0.350	0.344	48.494	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.634	7.771	0.000	0.402	0.395	60.382	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.282	2.783	0.007	0.079	0.069	7.748	0.007
景觀偏好	消費意圖	0.571	6.598	0.000	0.326	0.319	43.536	0.000

資料來源：本研究整理

17. 歐式搭配針葉林迴歸分析表

由表4.26的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.26 歐式搭配針葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化 係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.416	4.014	0.000	0.173	0.162	16.113	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.712	8.904	0.000	0.507	0.501	79.278	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.357	3.358	0.001	0.128	0.116	11.2278	0.001
知覺自然度	知覺復癒	0.336	3.130	0.002	0.113	0.101	9.797	0.002
知覺自然度	消費意圖	0.305	2.809	0.006	0.093	0.081	7.889	0.006
景觀偏好	消費意圖	0.367	3.466	0.001	0.135	0.124	12.014	0.001

資料來源：本研究整理

18. 歐式搭配闊葉林迴歸分析表

由表4.27的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.27 歐式搭配闊葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.547	5.735	0.000	0.299	0.290	32.890	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.885	16.643	0.000	0.782	0.780	276.977	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.802	11.777	0.000	0.643	0.638	138.705	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.482	4.829	0.000	0.232	0.222	23.319	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.277	2.525	0.014	0.076	0.064	6.375	0.014
景觀偏好	消費意圖	0.625	7.018	0.000	0.390	0.382	49.249	0.000

資料來源：本研究整理

19. 歐式搭配熱帶雨林迴歸分析表

由表4.28的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和景觀偏好、知覺自然度和知覺復癒性以及知覺自然度和消費意圖無顯著相關以外。

表 4.28 歐式搭配熱帶雨林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.107	0.947	0.347	0.012	-0.001	0.896	0.347
景觀偏好	知覺復癒	0.506	5.149	0.000	0.256	0.246	26.508	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.780	10.927	0.000	0.608	0.603	119.410	0.000
知覺自然度	知覺復癒	-0.044	-0.384	0.702	0.002	-0.011	0.147	0.702
知覺自然度	消費意圖	0.005	0.042	0.967	0.000	-0.013	0.002	0.967
景觀偏好	消費意圖	0.309	2.847	0.006	0.095	0.084	8.107	0.006

資料來源：本研究整理

20. 日式搭配凍原迴歸分析表

由表4.29的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.29 日式搭配凍原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化 係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.189	1.682	0.097	0.036	0.023	2.828	0.097
景觀偏好	知覺復癒	0.693	8.376	0.000	0.480	0.473	70.154	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.807	11.917	0.000	0.651	0.647	142.015	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.241	2.169	0.033	0.058	0.046	4.705	0.033
知覺自然度	消費意圖	0.271	2.458	0.016	0.074	0.061	6.043	0.016
景觀偏好	消費意圖	0.735	9.455	0.000	0.541	0.534	89.404	0.000

資料來源：本研究整理

21. 日式搭配草原迴歸分析表

由表4.30的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和景觀偏好無顯著相關以外。

表 4.30 日式搭配草原迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化 係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	-0.023	-0.201	0.841	0.001	-0.013	0.041	0.841
景觀偏好	知覺復癒	0.588	6.337	0.000	0.346	0.337	40.157	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.706	8.690	0.000	0.498	0.492	75.518	0.000
知覺自然度	知覺復癒	-0.204	-1.816	0.073	0.042	0.029	3.298	0.073
知覺自然度	消費意圖	-0.254	-2.290	0.025	0.065	0.052	5.243	0.025
景觀偏好	消費意圖	0.639	7.235	0.000	0.408	0.400	52.346	0.000

資料來源：本研究整理

22. 日式搭配海景迴歸分析表

由表4.31的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和知覺復癒性以及知覺自然度和消費意圖無顯著相關以外。

表 4.31 日式搭配海景迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.242	2.175	0.033	0.059	0.046	4.732	0.033
景觀偏好	知覺復癒	0.852	14.162	0.000	0.725	0.722	200.549	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.817	12.348	0.000	0.667	0.663	152.476	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.153	1.353	0.180	0.024	0.011	1.831	0.180
知覺自然度	消費意圖	0.143	1.257	0.213	0.020	0.007	1.579	0.213
景觀偏好	消費意圖	0.728	9.257	0.000	0.530	0.524	85.691	0.000

資料來源：本研究整理

23. 日式搭配針葉林迴歸分析表

由表4.32的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.32 日式搭配針葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.582	5.308	0.000	0.339	0.327	28.173	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.867	12.917	0.000	0.752	0.748	166.837	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.845	11.734	0.000	0.715	0.709	137.690	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.652	6.383	0.000	0.426	0.415	40.743	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.568	5.117	0.000	0.322	0.310	26.180	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.715	7.577	0.000	0.511	0.502	57.408	0.000

資料來源：本研究整理

24. 日式搭配闊葉林迴歸分析表

由表4.33的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關。

表 4.33 日式搭配闊葉林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	0.499	4.275	0.000	0.249	0.236	18.276	0.000
景觀偏好	知覺復癒	0.799	9.844	0.000	0.638	0.631	96.909	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.881	13.824	0.000	0.777	0.772	191.090	0.000
知覺自然度	知覺復癒	0.689	7.046	0.000	0.474	0.465	49.650	0.000
知覺自然度	消費意圖	0.618	5.830	0.000	0.382	0.371	33.989	0.000
景觀偏好	消費意圖	0.684	6.954	0.000	0.458	0.458	48.358	0.000

資料來源：本研究整理

25. 日式搭配熱帶雨林迴歸分析表

由表4.34的研究結果顯示，知覺自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此之間兩兩都有顯著相關，除了知覺自然度和景觀偏好、知覺自然度和知覺復癒性以及知覺自然度和消費意圖無顯著相關以外。

表 4.34 日式搭配熱帶雨林迴歸分析表

(自變項)	依變項	標準化係數(β)	t 值	顯著性	解釋力 R 平方	調過後 R 平方	F 值	顯著性
知覺自然度	景觀偏好	-0.110	-0.824	0.414	0.012	-0.006	0.679	0.414
景觀偏好	知覺復癒	0.575	5.215	0.000	0.331	0.319	27.197	0.000
知覺復癒	消費意圖	0.911	16.392	0.000	0.830	0.827	268.698	0.000
知覺自然度	知覺復癒	-0.137	-1.027	0.309	0.019	0.001	1.054	0.309
知覺自然度	消費意圖	-0.153	-1.150	0.255	0.023	0.006	1.323	0.255
景觀偏好	消費意圖	0.466	3.908	0.000	0.217	0.203	15.270	0.000

資料來源：本研究整理

4.3.4 各種建築風格各搭配六種景觀的自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖路徑分析

1.由表 4.35 的研究結果顯示，地中海式搭配凍原景觀消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.336)，其次依序為知覺自然度(0.931)，復癒性(0.845)；而景

觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.35 地中海式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.643***	0.549***	0.523***
	間接效果		0.643*0.752=0.483	0.643*0.752*0.845
	總效果	0.643***	1.032***	0.931***(二)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.752***	0.701***
	間接效果			0.752*0.845=0.635
	總效果		0.752***	1.336***(一)
	知覺復癒			
	直接效果			0.845***
	間接效果			
	總效果			0.845***(三)

資料來源：本研究整理

2.由表 4.36 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.032)，其次依序為知覺自然度(0.975)，復癒性(0.802)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.36 地中海式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.565***	0.773***	0.669***
	間接效果			0.565*0.676=0.381	0.565*0.676*0.802
	總效果		0.565***	1.154***	0.975***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.676***	0.490***
	間接效果				0.676*0.802=0.542
	總效果			0.676***	1.032***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.802***
	間接效果				
	總效果				0.802***(三)

資料來源：本研究整理

3.由表 4.37 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.208)，其次依序為知覺自然度(0.768)，復癒性(0.694)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.37 地中海式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.515***	0.610***	0.464***
	間接效果			0.515*0.852=0.438	0.515*0.852*0.694
	總效果		0.515***	1.048***	0.768***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.852***	0.617***
	間接效果				0.852*0.694=0.591
	總效果			0.852***	1.208***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.694***
	間接效果				
	總效果				0.694***(三)

資料來源：本研究整理

4.由表 4.38 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.050)，其次依序為復癒性 (0.840)，知覺自然度 (0.703)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.38 地中海式搭針葉林景觀特徵自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.433***	0.536***	0.501***
	間接效果		0.433*0.556=0.240	0.433*0.556*0.840
	總效果	0.433***	0.776***	0.703***(三)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.556***	0.583***
	間接效果			0.556*0.840=0.467
	總效果		0.556***	1.050***(一)
	知覺復癒			
	直接效果			0.840***
	間接效果			
	總效果			0.840***(二)

資料來源：本研究整理

5.由表 4.39 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(0.965)，其次依序為復癒性 (0.740)，知覺自然度 (0.544)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.39 地中海式搭闊葉林景觀特徵自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.340***	0.501***	0.403***
	間接效果		0.340*0.561=0.190	0.340*0.561*0.740
	總效果	0.340***	0.691***	0.544***(三)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.561***	0.550***
	間接效果			0.561*0.740=0.415
	總效果		0.561***	0.965***(一)
	知覺復癒			
	直接效果			0.740***
	總效果			0.740***(二)

資料來源：本研究整理

6.由表 4.40 的研究結果顯示，消費意圖實則受復癒性影響最大(0.865)，其次依序為景觀偏好(0.298)，知覺自然度 (0.235)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.40 地中海式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費之路徑

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.209*	0.146	0.196
	間接效果		0.209*0.219=0.045	0.209*0.219*0.865
	總效果	0.209*	0.191	0.235(三)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.219*	0.109
	間接效果			0.219*0.865=0.189
	總效果		0.219*	0.298(二)
	知覺復癒			
	直接效果			0.865***
	總效果			0.865***(一)

資料來源：本研究整理

7.由表 4.41 的研究結果顯示，消費意圖實則受復癒性影響最大(0.816)，其次依序為景觀偏好(0.800)，知覺自然度 (0.505)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.41 閩式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.154	0.545***	0.446***
	間接效果			0.154*0.472=0.072	0.154*0.472*0.816
	總效果		0.154	0.617	0.505(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.472***	0.415***
	間接效果				0.472*0.816=0.385
	總效果			0.472***	0.800***(二)
	知覺復癒				
	直接效果				0.816***
	總效果				0.816***(一)

資料來源：本研究整理

8. 由表 4.42 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.405)，其次依序為復癒性 (0.868)，知覺自然度 (0.508)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.42 閩式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.248*	0.445***	0.345**
	間接效果			$0.248*0.758=0.187$	$0.248*0.758*0.868$
	總效果		0.248*	0.632*	0.508*(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.758***	0.748***
	間接效果				$0.758*0.868=0.657$
	總效果			0.758***	1.405***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.868***
	間接效果				
	總效果				0.868***(二)

資料來源：本研究整理

9.由表 4.43 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.174)，其次依序為復癒性 (0.739)，知覺自然度 (0.611)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.43 閩式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.640***	0.614***	0.234*
	間接效果			$0.640*0.799=0.511$	$0.640*0.799*0.739$
	總效果		0.640***	1.125***	0.611*(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.799***	0.584***
	間接效果				$0.799*0.739=0.590$
	總效果			0.799***	1.174***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.739***
	間接效果				
	總效果				0.739***(二)

資料來源：本研究整理

10.由表 4.44 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.369)，其次依序為復癒性 (0.810)，知覺自然度 (0.702)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.44 閩式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.526***	0.490***	0.348**
	間接效果			0.526*0.833=0.438***	0.526*0.833*0.810
	總效果		0.526***	0.928***	0.702**(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.833***	0.695***
	間接效果				0.833*0.810=0.674
	總效果			0.833***	1.369***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.810***
	間接效果				
	總效果				0.810***(二)

資料來源：本研究整理

11.由表 4.45 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.640)，其次依序為知覺自然度(0.962)，復癒性 (0.855)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.45 閩式搭閣葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.545***	0.621***	0.538***
	間接效果			0.545*0.910=0.495	0.545*0.910*0.855
	總效果		0.545***	1.116***	0.962***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.910***	0.862***
	間接效果				0.910*0.855=0.778
	總效果			0.910***	1.640***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.855***
	間接效果				
	總效果				0.855***(三)

資料來源：本研究整理

12.由表 4.46 的研究結果顯示，消費意圖實則受復癒性影響最大(0.767)，其次依序為景觀偏好 (0.755)，知覺自然度 (-0.527)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。

表 4.46 閩式搭閣雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		-0.272*	-0.364**	-0.426***
	間接效果			(-0.272)*0.487=-0.132	(-0.272)*0.487*0.767
	總效果		-0.272*	-0.496*	-0.527*(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.487***	0.382**
	間接效果				0.487*0.767=0.373
	總效果			0.487***	0.755***(二)
	知覺復癒				
	直接效果				0.767**
	間接效果				
	總效果				0.767**(一)

資料來源：本研究整理

13.由表 4.47 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(0.819)，其次依序為復癒性 (0.784)，知覺自然度 (0.380)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.47 歐式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.255*	0.345***	0.231*
	間接效果		0.255*0.750=0.191	0.255*0.750*0.784
	總效果	0.255*	0.536*	0.380*(三)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.750***	0.712***
	間接效果			0.750*0.784=0.588
	總效果		0.750***	0.819***(一)
	知覺復癒			
	直接效果			0.784***
	總效果			0.784***(二)

資料來源：本研究整理

14.由表 4.48 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.482)，其次依序為知覺自然度(0.899)，復癒性 (0.844)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.48 歐式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.515***	0.576***	0.539***
	間接效果			0.515*0.830=0.427	0.515*0.830*0.844
	總效果		0.515***	1.003***	0.899***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.830***	0.782***
	間接效果				0.830*0.844=0.700
	總效果			0.830***	1.482***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.844***
	間接效果				
	總效果				0.844***(三)

資料來源：本研究整理

15.由表 4.49 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.021)，其次依序為復癒性 (0.592)，知覺自然度 (0.568)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.49 歐式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.635***	0.634***	0.282**
	間接效果			0.635*0.761=0.483	0.635*0.761*0.592
	總效果		0.635***	1.117***	0.568**(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.761***	0.571***
	間接效果				0.761*0.592=0.450
	總效果			0.761***	1.021***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.592***
	間接效果				
	總效果				0.592***(二)

資料來源：本研究整理

16.由表 4.50 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(0.621)，其次依序為知覺自然度(0.410)，復癒性 (0.357)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.50 歐式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.416***	0.336**	0.305**
	間接效果		0.416*0.712=0.296	0.416*0.712*0.357
	總效果	0.416***	0.632**	0.410**(二)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.712***	0.367***
	間接效果			0.712*0.357=0.254
	總效果		0.712***	0.621***(一)
	知覺復癒			
	直接效果			0.357***
	間接效果			
	總效果			0.357***(三)

資料來源：本研究整理

17.由表 4.51 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.334)，其次依序為復癒性 (0.802)，知覺自然度 (0.665)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.51 歐式搭閣葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.547***	0.482***	0.277*
	間接效果			$0.547*0.885=0.484$	$0.547*0.885*0.802$
	總效果		0.547***	0.966***	0.665*(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.885***	0.625***
	間接效果				$0.885*0.802=0.709$
	總效果			0.885***	1.334***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.802***
	間接效果				
	總效果				0.802***(二)

資料來源：本研究整理

18.由表 4.52 的研究結果顯示，消費意圖實則受復癒性影響最大(0.780)，其次依序為景觀偏好(0.703)，知覺自然度 (0.047)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.52 歐式搭閣葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.107	-0.044	0.005
	間接效果			$0.107*0.506=0.054$	$0.107*0.506*0.780$
	總效果		0.107	0.010	0.047(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.506***	0.309**
	間接效果				$0.506*0.780=0.394$
	總效果			0.506***	0.703**(二)
	知覺復癒				
	直接效果				0.780***
	間接效果				
	總效果				0.780***(一)

資料來源：本研究整理

19.由表 4.53 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.300)，其次依序為復癒性 (0.807)，知覺自然度 (0.376)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.53 日式搭凍原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項	依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度			
	直接效果	0.189	0.241*	0.271*
	間接效果		0.189*0.693=0.130*	0.189*0.693*0.807
	總效果	0.189	0.371	0.376(三)
內生變數	景觀偏好			
	直接效果		0.693***	0.735***
	間接效果			0.693*0.807=0.559***
	總效果		0.693***	1.294***(-)
	知覺復癒			
	直接效果			0.807***
間接效果				
總效果			0.807***(-)	

資料來源：本研究整理

20.由表 4.54 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.054)，其次依序為復癒性 (0.706)，知覺自然度 (-0.263)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。

表 4.54 日式搭草原景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		-0.023	-0.204*	-0.254*
	間接效果			$(-0.023)*0.588=-0.013$	$(-0.023)*0.588*0.706$
	總效果		-0.023	-0.217	-0.263(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.588***	0.639***
	間接效果				$0.588*0.706=0.415$
	總效果			0.588***	1.054***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.706***
	間接效果				
	總效果				0.706***(二)

資料來源：本研究整理

21.由表 4.55 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.424)，其次依序為復癒性 (0.817)，知覺自然度 (0.311)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.55 日式搭海景景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.242*	0.153	0.143
	間接效果			$0.242*0.852=0.206$	$0.242*0.852*0.817$
	總效果		0.242*	0.359	0.311(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.852***	0.728***
	間接效果				$0.852*0.817=0.696$
	總效果			0.852***	1.424***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.817***
	間接效果				
	總效果				0.817***(二)

資料來源：本研究整理

22.由表 4.56 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.447)，其次依序為知覺自然度(0.994)，復癒性 (0.845)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.56 日式搭針葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.582***	0.652***	0.568***
	間接效果			0.582*0.867=0.504	0.582*0.867*0.845
	總效果		0.582***	1.156***	0.994***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.867***	0.715***
	間接效果				0.867*0.845=0.732
	總效果			0.867***	1.447***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.845***
	總效果				0.845***(三)

資料來源：本研究整理

23.由表 4.57 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.387)，其次依序為知覺自然度(0.969)，復癒性 (0.881)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受知覺自然度的影響比景觀偏好大。消費者知覺自然度必須透過景觀偏好和知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

表 4.57 日式搭闊葉景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		0.499***	0.689***	0.618***
	間接效果			0.499*0.799=0.398	0.499*0.799*0.881
	總效果		0.499***	1.087***	0.969***(二)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.799***	0.684***
	間接效果				0.799*0.881=0.703
	總效果			0.799***	1.387***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.881***
	間接效果				
	總效果				0.881***(三)

資料來源：本研究整理

24.由表 4.58 的研究結果顯示，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(0.989)，其次依序為復癒性 (0.911)，知覺自然度 (-0.210)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響，其中知覺復癒性受景觀偏好的影響比知覺自然度大。

表 4.58 日式搭雨林景觀特徵知覺自然度、景觀偏好、知覺復癒與消費意圖路徑分析

自變項		依變項	景觀偏好	知覺復癒	消費意圖
外生變數	自然度				
	直接效果		-0.110	-0.137	-0.153
	間接效果			(-0.110)*0.575=-0.063	(-0.110)*0.575*0.911
	總效果		-0.110	-0.200	-0.210(三)
內生變數	景觀偏好				
	直接效果			0.575***	0.466***
	間接效果				0.575*0.911=0.523
	總效果			0.575***	0.989***(一)
	知覺復癒				
	直接效果				0.911***
	間接效果				
	總效果				0.911***(二)

資料來源：本研究整理

25.以日式建築風格搭配凍原為例

- (1). 自然度對景觀偏好有直接效果，貢獻為 0.189(參考表 4.29 和表 4.53)。
- (2). 自然度對知覺復癒有直接效果，貢獻為 0.241；間接效果(透過景觀偏好)為 $0.189*0.693=0.130$ ，因此總效果為 $0.241+0.130=0.371$
- (3). 自然度對消費意圖有直接效果，貢獻為 0.271；間接效果(透過景觀偏好和知覺復癒)為 $0.189*0.693*0.807=0.105$ ，貢獻為 0.376。
- (4). 景觀偏好對知覺復癒有直接效果，貢獻為 0.693。
- (5). 景觀偏好對消費意圖有直接效果，貢獻為 0.735；間接效果(透過知覺復癒) $0.693*0.807=0.559$ ，因此總效果為 $0.735+0.559=1.294$ 。
- (6). 知覺復癒對消費意圖有直接效果，貢獻為 0.807。

由上述景觀偏好和復癒性這兩個變數對消費意圖之影響都是顯著的，由此可知，消費意圖實則受景觀偏好影響最大(1.3)，其次依序為知覺復癒(0.807)，知覺自然度(0.376)；而景觀偏好尚須透過知覺復癒作為中介，才會對消費意圖產生較大影響。

- (7). 知覺復癒受景觀偏好影響較大 **0.693**，受自然度影響較小 **0.371**(有直接效果，貢獻為 **0.241**；間接效果貢獻為 $0.189*0.693=0.130$ ，總效果為 $0.241+0.130=0.371$)。

第五章討論與管理意涵

本章節想針對第四章研究結果的數據分析，做較細緻的討論和陳述其管理意涵，以提供民宿業者或相關單位的參考。

5.1 消費者針對相同建築風格搭配不同景觀時，消費意圖為何呢

5.1.1 消費者最偏好地中海式建築風格搭配哪一種景觀，消費意圖為何呢？

男、女生的看法是否有異？居住地不同看法是否有異？年齡層不同看法是否有異？職業不同看法是否有異？教育程度不同看法是否有異？月收入不同看法是否有異？未婚、已婚看法是否有異？

1. 地中海式建築風格，消費者最偏好海景（平均值 7.5672）；消費意圖海景亦最高（平均值 7.9828）、其次是針葉林（平均值 6.0684），緊接著是闊葉林（平均值 5.6737）、其中凍原（平均值 4.2759）和熱帶雨林（平均值 3.3579）的消費意圖最低，利用交叉表卡方分配地針和地闊有顯著差異 $p=0.002$ ；地草和地凍有顯著差異 $p=0.003$ 。鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。相關的研究指出人們偏好水體因為水流動清澈、自然、被植栽和山巒包圍以及開闊的視野(Herzog, 1985; Yang 和 Brown, 1992)。人們喜歡順光(front light)的景色，不喜歡陰影或積雪的風景(Arthur, 1971; Pearce 和 Waters, 1983)，此與本研究所得到的結果一致，亦即遊客偏好水景，而凍原景觀是最不被遊客喜好；消費意圖亦是水景最高，凍原和熱帶雨林的景觀最低，此結果可以提供民宿業者區位選址的參考。(參考表 5.11

和表 5.14)

2. 針對搭配海景和闊葉林的研究結果顯示，性別、居住地、年齡層、職業、教育程度、月收入 and 婚姻狀況對於消費意圖不會有影響；搭配闊葉林的景觀偏好其中性別、居住地、年齡層、職業和月收入對於景觀偏好不會有影響，而教育程度(F 值 12.195***，P 值<0.000)國中含以下與大專的程度有顯著差異和婚姻狀況(F 值 17.640***，P 值<0.000)已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異。如表 5.1 和附錄三。

表 5.1 地中海式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表

人口統計變項	地中海式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
性別	草原(自然度和復癒性) 男女生有顯著差異(女性的平均值大於男性)，其他複合式景觀男女生無顯著差異。
居住地	六種複合式景觀都無顯著差異
年齡層	復癒性-針葉林景觀有顯著性差異(20-29歲與50-59歲)，其他複合式景觀都無顯著差異。
職業	復癒性-凍原景觀 (學生與軍警公教人員、家庭主婦、退休人員、自由業、其他有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。
教育程度	1. 景觀偏好-針葉林 (國中含以下、高中職與大專的程度有顯著差異)以及闊葉林 (國中含以下與大專的程度有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 復癒性-熱帶雨林景觀有顯著差異(大專與高中職程度有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 自然度和消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。
月收入	六種複合式景觀都無顯著差異
婚姻狀況	1.自然度-熱帶雨林景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2.景觀偏好-闊葉林景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3.復癒性-針葉林景觀(未婚與已婚無小孩、已婚有小孩之間有顯著性差異以及已婚有小孩與已婚無小孩之間有顯著差異)；熱帶雨林-復癒性 (未婚與已婚無小孩、已婚有小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 4.消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。

資料來源：本研究整理

5.1.2 消費者對於閩南式建築風格其景觀偏好以及消費意圖的影響為何呢

1. 消費者的景觀偏好前三名搭配闊葉林(M=7.4915)、海景(M=6.9187)和針葉林(M=5.8898)，利用交叉表卡方分配閩針和閩雨有顯著差異 $p=0.025$ ；閩凍和閩草有顯著差異 $p=0.041$ 。消費意圖最高搭配海景(M=7.9207)、其次闊葉林(M=7.7203)和針葉林(M=5.9153)，閩南式建築搭配熱帶雨林(M=3.0932)消費意圖最低，利用交叉表卡方分配閩海和閩闊有顯著差異 $p=0.000$ ；閩闊和閩針有顯著差異 $p=0.000$ ；閩針和閩草有顯著差異 $p=0.000$ ；閩草和閩凍有顯著差異 $p=0.000$ 。鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖，此結果可以提供民宿業者區位選址的參考。(參考表 5.11、表 5.14)

2. 針對搭配海景和闊葉林的景觀研究結果顯示，以景觀偏好而言性別、居住地、職業、教育程度和月收入不會有影響，而搭配海景景觀的年齡(F 值 14.140***，P 值<0.000)，60 歲以上與 20-29 歲有顯著差異、闊葉林的年齡(F 值 4.093***，P 值<0.01)，40 歲以上與 30-39 歲有顯著差異；海景景觀的婚姻狀況 (F 值 54.115***，P 值<0.000)，已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，已婚有小孩的平均值大於已婚無小孩；闊葉林的婚姻狀況(F 值 5.110*，P 值<0.01)，已婚有小孩與未婚與之間有顯著差異；而性別、居住地、年齡層、職業、教育程度、月收入和婚姻狀況對於消費意

圖不會有影響(參考表 5.2)。

3. 收入不同，對於閩式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項都不會有影響，其他景觀研究結果如表 5.2 和附錄三。

表 5.2 閩式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表

人口統計變項	閩式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
年齡層	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自然度-凍原景觀有顯著差異(39 歲以下與 40 歲以上)、草原景觀(30-39 歲與其他年齡層有顯著差異)、海景景觀(30 歲以上與 29 歲以下有顯著差異)、熱帶雨林景觀(40 歲以上與有 39 歲以下顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 景觀偏好草原(30-39 歲與 20-29 歲有顯著差異)、海景(60 歲以上與 20-29 歲有顯著差異)、闊葉林(40 歲以上與 30-39 歲有顯著差異)和熱帶雨林(40 歲以上與 30-39 歲有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性-凍原景觀(40 歲以上與 30-39 歲有顯著差異)、草原景觀(30-39 歲與 29 歲以下有顯著差異)、海景景觀(40 歲以上與 20-29 歲有顯著差異)、闊葉林景觀(40-49 歲、60 歲以上與 30-39 歲有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 4. 消費意圖-凍原(19 歲以下、40-49 歲與 30-39 歲有顯著差異)和草原(30-39 歲與 19 歲以下、20-29 歲有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。
婚姻狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自然度-凍原景觀 (已婚有小孩與未婚、已婚無小孩之間有顯著性差異)、草原景觀 (已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)、海景景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)和熱帶雨林景觀(已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，已婚無小孩的平均值大於已婚有小孩)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 景觀偏好-草原景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，已婚有小孩的平均值大於已婚無小孩)；海景景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，已婚有小孩的平均值大於已婚無小孩)；闊葉林 (已婚有小孩與未婚與之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性-各個景觀都有顯著差異；凍原景觀 (已婚有小孩與未婚、已婚無小孩之間有顯著差異)；草原景觀 (已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；海景景觀(已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；熱帶雨林景觀 (未婚與已婚無小孩、已婚有小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 4. 消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。

人口統計變異數	閩式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
性別	1. 自然度-針葉林和熱帶雨林男女生有顯著差異(都是男生的平均值顯著大於女生)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 景觀偏好-熱帶雨林男女生有顯著差異(女生的平均值顯著大於男生)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性和消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。
居住地	自然度-熱帶雨林的景觀有顯著差異(居住在農村和漁村或都市之間有顯著的差異，以平均數而言都市大於漁村)，其他複合式景觀都無顯著差異。
職業	自然度-凍原景觀(學生與退休人員、其他有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。
教育程度	自然度-草原景觀(高中職、大專、研究所與國中含以下的程度有顯著差異)和海景景觀(高中職、研究所與國中含以下的程度有顯著差異)有顯著差異，其他複合式景觀都無顯著差異。
月收入	六種複合式景觀都無顯著差異。

資料來源：本研究整理

5.1.3 消費者對於歐式建築風格其景觀偏好以及消費意圖的影響為何呢

1. 消費者的景觀偏好前三名搭配海景 (M=7.0889)、闊葉林 (M=6.6651)和凍原(M=6.3333)，利用交叉表卡方分配歐針和歐雨有顯著差異 $p=0.001$ 。消費意圖最高搭配海景 (M=7.7772)、針葉林 (M=7.2532)和闊葉林 (M=7.1203)，利用交叉表卡方分配歐海和歐針有顯著差異 $p=0.001$ ；歐針和歐闊有顯著差異 $p=0.000$ ；歐凍和歐草有顯著差異 $p=0.000$ 。不少研究(例如 Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003；洪佳君，2001；曾慈慧、凌德麟、毛慧芬，2002)也指出，自然度會造成不同程度之景觀偏好，例如人們對於自然景觀擁有較人工景觀為高之偏好、水景常優於山景；鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖，此結果可以提供民宿

業者區位選址的參考。(參考表 5.11 和表 5.14)

2. 針對搭配海景和闊葉林的景觀研究結果顯示，以景觀偏好而言性別、居住地、職業和月收入不會有影響；搭配闊葉林景觀的年齡(F 值 8.122***, P 值<0.000)，19 歲以下與 20-29 歲有顯著差異；闊葉林景觀的教育程度(F 值 3.193***, P 值<0.05)，國中以下與大專程度有顯著差異；海景景觀的婚姻狀況(F 值 22.943***, P 值<0.000)，已婚有小孩與未婚、已婚無小孩之間有顯著差異；闊葉林景觀的婚姻狀況(F 值 7.981***, P 值<0.000)，已婚有小孩與未婚之間有顯著差異；性別、居住地、年齡層、職業、教育程度、月收入和婚姻狀況對於消費意圖不會有影響。男女生對於歐式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項都不會有影響，其他景觀研究結果如表 5.3 和附錄三。

表 5.3 歐式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表

人口統計變項	歐式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
年齡層	1. 自然度-草原景觀(40 歲以上與 29 歲以下有顯著差異)、海景景觀(40-49 歲與 19 歲以下有顯著差異)、熱帶雨林景觀(19 歲以下、40-49 歲與 20-29 歲有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 景觀偏好-闊葉林(19 歲以下與 20-29 歲)有顯著差異，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性-針葉林景觀 (19 歲以下與 20-29 歲有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 4. 消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。
職業	1. 自然度-草原景觀(家庭主婦、其他與學生有顯著差異)、海景景觀(家庭主婦、其他與學生有顯著差異)、熱帶雨林景觀(軍警公教、退休人員、其他與自由業有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2. 景觀偏好-草原景觀(家庭主婦、其他與學生)有顯著差異，其他複合式景觀都無顯著差異，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性、消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。

人口統計變項	歐式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
性別	六種複合式景觀男女生都無顯著差異
居住地	復癒性-草原(居住在農村、都市與山區)有顯著差異，其他複合式景觀無顯著差異。
教育程度	1.自然度-草原(高中職與大專程度有顯著差異)和熱帶雨林(研究所與大專程度有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2.景觀偏好-闊葉林(國中以下與大專程度)有顯著差異，其他複合式景觀都無顯著差異。 3.復癒性、消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。
月收入	自然度-草原景觀(60000元以上與20000元以下有顯著差異)和熱帶雨林景觀(60000元以上與20001-30000元有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。
婚姻狀況	1.自然度-草原景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)、海景景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)和熱帶雨林景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2.景觀偏好-草原景觀(已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，已婚有小孩的平均值大於已婚無小孩)；海景景觀(已婚有小孩與未婚、已婚無小孩之間有顯著差異)；闊葉林景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3.復癒性-凍原景觀(未婚與已婚無小孩、已婚有小孩之間有顯著差異)；草原景觀(已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；針葉林景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；闊葉林景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 4.消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。

資料來源：本研究整理

5.1.4 消費者對於日式建築風格其景觀偏好以及消費意圖的影響為何呢

1. 消費者的景觀偏好前三名搭配闊葉林(M=7.2121)、海景(M=6.7115)和熱帶雨林(M=5.8018)，利用交叉表卡方分配日雨和日針有顯著差異 $p=0.021$ 。消費意圖最高搭配闊葉林(M=7.8596)、海景(M=7.4359)和針葉林

($M=5.5702$)，利用交叉表卡方分配日針和日凍有顯著差異 $p=0.008$ ；日凍和日草有顯著差異 $p=0.000$ 。鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖，此結果可以提供民宿業者區位選址的參考。(參考表 5.11 和表 5.14)

2. 針對搭配海景和闊葉林的景觀研究結果顯示，以景觀偏好而言性別、居住地、年齡層、職業、教育程度和月收入不會有影響；搭配海景景觀的婚姻狀況(F 值 23.768***， P 值 <0.000)，已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異；消費意圖除了海景景觀的婚姻狀況(F 值 3.989***， P 值 <0.05)，已婚有小孩與未婚之間有顯著差異，其他人口統計變數無顯著差異。男女生、教育程度和月收入不同對於日式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項都不會有影響，其他景觀研究結果如表 5.4 和附錄三。

表 5.4 日式建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析一覽表

人口統計變項	日式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
性別	六種複合式景觀男女生都無顯著差異
居住地	自然度-熱帶雨林的景觀有顯著差異(居住在農村和漁村或都市之間有顯著的差異，以平均數而言都市大於漁村)，其他複合式景觀都無顯著差異。
年齡層	1.自然度-凍原景觀有顯著差異(39歲以下與40歲以上有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 2.復癒性-凍原景觀(20-29歲、50-59歲與60歲以上有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。 3. 復癒性、消費意圖，六種複合式景觀都無顯著差異。
職業	自然度-凍原景觀(學生與退休人員、其他有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。
教育程度	六種複合式景觀都無顯著差異
月收入	六種複合式景觀都無顯著差異

人口統計變項	歐式建築風格搭配六種景觀個別的差異分析
婚姻狀況	<p>1.自然度-凍原景觀(未婚與已婚無小孩、已婚有小孩之間有顯著性差異)和針葉林景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。</p> <p>2.景觀偏好-草原景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；海景景觀(已婚無小孩、已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；針葉林景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)；熱帶雨林景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。</p> <p>3.復癒性-凍原景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)；海景景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；針葉林景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)；熱帶雨林景觀(未婚與已婚無小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。</p> <p>4.消費意圖-草原景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著性差異)；海景景觀(已婚有小孩與未婚之間有顯著差異)；針葉林景觀(未婚與已婚有小孩之間有顯著差異)，其他複合式景觀都無顯著差異。</p>

資料來源：本研究整理

5.2 消費者針對不同建築風格搭配相同景觀時，消費意圖為何呢

5.2.1 針對海景應該搭配哪一種民宿建築風格，消費者的消費意圖較高呢？

民宿建築風格需與景觀搭配，消費者才具有較高之消費意圖，這與性別或年齡是否有關係呢？

1. 透過人口統計變異數差異分析的研究結果顯示性別和年齡層對消費意圖不會有影響(參考表 5.1-表 5.4)。
2. 根據研究結果，雖然各建築風格搭配海景其消費意圖沒有顯著差異，但從受訪者回應之平均值來看，地中海式建築風格搭配海景排名第一(平均值 7.9828)、其次是閩式建築風格搭配海景(平均值 7.9207)和歐式建築風格搭配海景(平均值 7.7772)，利用交叉表卡方分配閩海和歐海有顯著差異

$p=0.000$ 。事實上，鄭翊偉(2007)的研究指出，消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖，而洪佳君(2001)的研究中亦曾指出，受訪者對水體景觀較為偏好，此與本研究所得到的結果一致，亦即遊客偏好水景，且具有較高之消費意圖(參考表 5.5)。

由表 5.5 研究的結果顯示，海景搭配地中海式的建築風格消費意圖最高。其排序與表 5.12 復癒性的研究結果互相呼應。Rosenbaum (2009)證實消費者對服務環境的知覺其恢復性愈高，消費次數和消費金額都會提高。其排序與表 5.10 的景觀偏好研究結果意互相呼應，鄭翊偉(2007)亦證實消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。行為意圖能反應消費者實行行為的想法，過去消費行為研究多以行為意圖(behavioral intention)探討個體當下對消費環境的知覺和未來行為傾向的關係，因此民宿業者若要選址，可以選擇在台灣花東沿岸地區，採用地中海式建築風格，研究結果與目前民宿流行藍白地中海式建築風格搭配海景有異曲同工之妙，民宿網誌(2014)記載已登記有案的建築共 192,000 間，占了全部 14.999%。

表 5.5 受測者對複合式景觀之消費意圖平均值及景觀總排名(不同建築風格)

建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀
歐凍6.3424	閩草5.4085	地海7.9828	歐針7.2532	日闊7.8596	日雨3.5351
日凍5.3910	歐草5.2663	閩海7.9207	地針6.0684	閩闊7.7203	地雨3.3579
閩凍4.4756	地草5.2414	歐海7.7772	閩針5.9153	歐闊7.1203	閩雨3.0932
地凍4.2759	日草3.8654	日海7.4359	日針5.5702	地闊5.6737	歐雨2.8797
第4名	第5名	第1名	第3名	第2名	第6名

資料來源：本研究整理

5.2.2 針對山景(闊葉林)應該搭配哪一種民宿建築風格，消費意圖會較高呢

當為山景時，消費者對於哪一種民宿建築風格的消費意圖會較高呢？

男、女生的看法是否有異？居住地不同看法是否有異？年齡層不同看法是否有異？職業不同看法是否有異？教育程度不同看法是否有異？月收入不同看法是否有異？未婚、已婚看法是否有異？(參考表 5.1-表 5.5)

1. 當為山景時，旅客對日式建築風格的消費意圖最高(平均值 7.8596)，其次是閩式建築風格(平均值 7.7203)，利用交叉表卡方分配彼此間無顯著差異。研究的結果顯示男女生、居住地、年齡、工作、教育程度和月收入以及婚姻狀況對於日式建築風格搭配六種景觀都不會有顯著差異(如附錄三)。
2. 僅次於日式建築風格搭配闊葉林的是閩南式建築風格搭配闊葉林(M=7.7203)，其四周除了後面山巒和樹木的屏障以外，前面亦多了低矮的圍牆而呈現較封閉的環境，相較於其他建築風格都是開方式的，以展望-庇護理論主張人們偏好不被外人所發現，又能夠提供觀察者向外展望的環境(Appleton, 1975)，亦符合中國的風水福地，周圍群山環抱形成天然的避難所，不怕人為或自然氣候的侵害，其視野亦良好又不被外人所發現。

5.3 針對喜好程度、自然度、景觀偏好和復癒性分析

5.3.1 受測者對民宿複合式景觀之喜好程度海景優於山景

由表 5.6 的研究結果顯示其不同的複合式景觀類型也會形成不同程度的喜好。消費者對海景的喜好程度優於闊葉林，依序是針葉林、草原、凍原，最差為熱帶雨林，利用交叉表卡方分配日凍和閩凍有顯著差異 $p=0.035$ ；歐草和閩草有顯著差異 $p=0.005$ ；閩草和地草有顯著差異 $p=0.034$ 。但不是單單一種人工建築或是某一種自然景觀背景可以決定人們的喜好程度，建築風格若搭錯景觀，結果應是很糟糕的(例如閩南式風格之民宿較不適合搭熱帶雨林；反之地中海式之建築較不適合搭凍原)。另外，歐式風格搭闊葉林或海景，結果應該算是中上水準。洪佳君(2001)的研究中也顯示景觀偏好感受的部分，依序為：水體景觀、高山景觀、森林景觀、公園景觀、都市景觀。本研究的結果與之相呼應。

表 5.6 受測者對複合式景觀之喜好程度平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下)

建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀
歐凍6.7283	歐草6.1630	地海7.9655	歐針7.5443	日闊8.0526	日雨4.3684
日凍5.6154	閩草6.1220	歐海7.9348	地針6.4421	歐闊7.5696	地雨4.2211
閩凍4.8659	地草5.2069	閩海7.4878	閩針5.9153	閩闊7.4576	歐雨3.3671
地凍4.0862	日草4.7308	日海7.1923	日針5.8947	地闊6.0737	閩雨3.2034
第5名	第4名	第1名	第3名	第2名	第6名

資料來源：本研究整理

由表5.7的研究結果顯示消費者比較喜好歐式建築，接著依序是日式、閩南式，而地中海式居後，利用交叉表卡方分配閩針和閩凍有顯著差異 $p=0.047$ ；歐海和歐闊有顯著差異 $p=0.000$ ，歐闊和歐針有顯著差異 $p=0.000$ ；

歐凍和歐草有顯著差異 $p=0.036$ 。其中地中海式的建築風格搭配海景景觀一般消費者是滿喜歡的，但是若搭其他的景觀例如凍原、熱帶雨林和草原排名都是很差的。歐式或是日式建築風格各搭配海景和山景消費者都很喜歡，因此民宿規畫設計和附近的景觀融為一體滿重要的(黃宜瑜、張怡梅，2006)。此結果對民宿業者區位選址很重要。

表 5.7 受測者對民宿建築風格之喜好及建築物總排名(在不同背景景觀條件下)

建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀
地海7.9655	閩海7.4878	歐海7.9348	日閩8.0526
地針6.4421	閩闊7.4576	歐闊7.5696	日海7.1923
地闊6.0737	閩草6.1220	歐針7.5443	日針5.8947
地草5.2069	閩針5.9153	歐凍6.7283	日凍5.6154
地雨4.2211	閩凍4.8659	歐草6.1630	日草4.7308
地凍4.0862	閩雨3.2034	歐雨3.3671	日雨4.3684
第4名	第3名	第1名	第2名

資料來源：本研究整理

5.3.2 受測者對民宿複合式景觀之自然度日式建築風格居冠

Tveit、Ode和Fry (2006)根據相關文獻，認為自然度是一個概念，一般觀察者知覺景觀的自然度越高，表示景觀的自然情形越能接近觀察者的內心認為的自然狀態。由表5.6、5.7、5.8和5.9的研究結果顯示消費者知覺自然度高不一定喜好程度高，以日式建築風格而言，其自然度雖然排名第一(利用交叉表卡方分配日草和閩草有顯著差異 $p=0.023$ ；歐針和日針有顯著差異 $p=0.011$ ；閩針和地針有顯著差異 $p=0.028$ ；日雨和閩雨有顯著差異 $p=0.000$ ；閩雨和歐雨有顯著差異 $p=0.034$)，但喜好程度則以歐式建築風格排名第一(利用交叉表卡方分配閩針和閩凍有顯著差異 $p=0.047$ ；歐海和歐闊有顯著差

異 $p=0.000$ ；歐闊和歐針有顯著差異 $p=0.000$ ；歐凍和歐草有顯著差異 $p=0.036$)。另外以闊葉林為背景搭配四種建築風格其自然度雖然排名為第一，但是以海景為背景搭配四種建築風格其喜好程度排名為第一。以 Hampe 和 Noe (1983)將道路景觀圍籬從非常自然一直到人工分成五種為例，亦顯示中度自然的圍籬最被偏好，高度自然的圍籬最不被人們偏好；另外景觀複雜度對自然景觀偏好之影響(謝孟倫、林晏州，2011)，研究結果亦顯示自然景觀偏好與碎形維度值兩者之間呈一倒U字形二次曲線關係，當碎形維度值約為1.333時，景觀偏好值最高，表示人們偏好複雜度中間偏低之自然景觀。透過碎形維度作為測量指標，本研究確實驗證前人對景觀複雜度與景觀偏好倒U曲線關係之假設，在景觀複雜度相關研究中極具貢獻，亦即中度複雜度人們的景觀偏好較高。本研究與之呼應。由表5.8的研究結果顯示，以自然度而言闊葉林的平均值比海景高，其中日式建築風格搭配闊葉林景觀其自然度的排名為第一，而凍原和草原景觀的自然度消費者認為的自然度最低。

表 5.8 受測者對複合式景觀之自然度平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下)

建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀
日凍6.8718	日草6.5385	日海7.7949	歐針7.0127	日闊8.0526	日雨7.0877
歐凍6.7174	闊草6.3537	地海7.5690	日針6.3860	闊闊7.8305	闊雨7.0000
地凍4.3103	歐草5.5435	歐海7.1413	闊針6.3559	歐闊7.5063	歐雨6.0127
闊凍4.0244	地草5.0690	闊海6.2195	地針5.9263	地闊6.3474	地雨5.4632
第5名	第6名	第2名	第3名	第1名	第4名

資料來源：本研究整理

由表5.9的研究結果顯示，日式和歐式建築風格搭配任何景觀，消費者心中認為的自然度都較高，顯示這類的民宿整體搭配起來讓人覺得很自然不會太人工，此結果可以提供民宿業者參考，日式和歐式建築風格是可以考慮的場域，將會吸引很多想接近大自然的消費族群。

表 5.9 受測者對民宿建築風格之自然度平均值及建築物總排名(不同背景景觀)

建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀
地海7.5690	閩闊7.8305	歐闊7.5063	日闊8.0526
地闊6.3474	閩雨7.0000	歐海7.1413	日海7.7949
地針5.9263	閩針6.3559	歐針7.0127	日雨7.0877
地雨5.4632	閩草6.3537	歐凍6.7174	日凍6.8718
地草5.0690	閩海6.2195	歐雨6.0127	日草6.5385
地凍4.3103	閩凍4.0244	歐草5.5435	日針6.3860
第4名	第3名	第2名	第1名

資料來源：本研究整理

5.3.3 受測者對民宿複合式景觀之景觀偏好海景居冠

以景觀偏好而言，由表5.10四種建築風格各搭配六種景觀的研究結果發現，海景排名為第一，其次是山景(闊葉林)，接著依序的排名是熱帶雨林、針葉林、凍原，最後是草原，利用交叉表卡方分配日凍和閩凍有顯著差異 $p=0.031$ ；歐草和日草有顯著差異 $p=0.017$ ；歐海和閩海有顯著差異 $p=0.027$ ；閩針和歐針有顯著差異 $p=0.025$ 。本研究搭配的草原景觀沒有屏障很寬闊，若以展望-庇護理論主張人們偏好不被外人所發現，又能夠提供觀察者向外展望的環境(Appleton, 1975)，以及中國的風水福地指出，周圍群山環抱形成天然的避難所，較不怕人為或自然氣候的侵害，其視野亦良好又不被外人所發現。另外相關的研究指出，景觀中若有水體的呈現，觀賞者的偏好

性增加(Ulrich, 1981; Balling等, 1982)。亦有研究指出人們偏好水體因為水流動清澈、自然、被植栽和山巒包圍以及開闊的視野(Herzog, 1985; Yang和Brown, 1992); 另外有研究也指出, 人們喜歡順光(front light)的景色, 不喜歡陰影或積雪的風景(Arthur, 1971; Pearce和Waters, 1983), 本研究的結果與之呼應。

表 5.10 受測者對複合式景觀之景觀偏好平均值及景觀總排名(不同建築風格條件下)

建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀
歐凍6.3333	地草5.3372	地海7.5672	閩針5.8898	閩闊7.4915	地雨6.4074
日凍5.5295	閩草5.2239	歐海7.0889	歐針5.8734	日闊7.2121	日雨5.8018
閩凍5.4134	歐草4.9457	閩海6.9187	日針5.6706	歐闊6.6651	閩雨5.7781
地凍5.1362	日草4.3365	日海6.7115	地針5.3512	地闊5.9914	歐雨5.6177
第5名	第6名	第1名	第4名	第2名	第3名

資料來源：本研究整理

由表5.11的研究結果顯示, 閩南式和歐式的建築風格各搭配六種景觀最被消費者偏好, 其中地中海式的建築風格搭配海景一般消費者是最偏好的但是若搭其他的景觀例如凍原、草原和針葉林就比較不被消費者偏好, 顯示民宿規畫設計和附近的景觀融為一體滿重要的(黃宜瑜、張怡梅, 2006)。

表 5.11 受測者對民宿建築風格景觀偏好平均值及建築物總排名(不同背景景觀)

建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀
地海7.5672	閩闊7.4915	歐海7.0889	日闊7.2121
地雨6.4074	閩海6.9187	歐闊6.6651	日海6.7115
地闊5.9914	閩針5.8898	歐凍6.3333	日雨5.8018
地針5.3512	閩雨5.7781	歐針5.8734	日針5.6706
地草5.3372	閩凍5.4134	歐雨5.6177	日凍5.5295
地凍5.1362	閩草5.2239	歐草4.9457	日草4.3365
第4名	第1名	第1名	第3名

資料來源：本研究整理

5.3.4 受測者對民宿複合式景觀之復癒性海景居冠

以復癒性而言，由表 5.12 的研究結果顯示，海景和山景(闊葉林)亦是令消費者感到最能放輕鬆的場域，利用交叉表卡方分配歐海和閩海有顯著差異 $p=0.000$ ，閩海和日海有顯著差異 $p=0.004$ ，歐針和地針有顯著差異 $p=0.028$ 。與景觀偏好表 5.10 的研究結果相呼應，符合復癒性其中一個特徵相容性，是一個能夠支持個人喜好和意圖的環境；自然環境常常被認為具有高度的相容性，因為自然環境可與我們的喜好產生興趣和共鳴 (Kaplan, 1995)。當一個人想做的事情符合環境的要求所提供的資源時，會產生相容性 (Hartig 等人, 1997)。其中曾慈慧(2004)現地與非現地景觀體驗與健康復癒之探討(利用景觀復癒福祉量表)，其研究結果顯示，森林環境具有遠離性特徵；水體環境具有魅力性特徵。

表 5.12 受測者對複合式景觀之復癒性平均值及景觀總排名(不同建築風格)

建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀	建築物景觀
歐凍6.7328	閩草6.0000	地海7.9511	歐針6.3924	日闊7.9371	日雨4.7968
日凍6.0609	歐草5.7101	歐海7.9139	地針6.2746	閩闊7.6850	地雨4.5395
閩凍4.9451	地草5.3563	閩海7.6067	閩針6.0551	歐闊6.8175	閩雨4.3093
地凍4.6638	日草4.5470	日海7.4199	日針5.8319	地闊6.2044	歐雨4.2922
第4名	第5名	第1名	第3名	第2名	第6名

資料來源：本研究整理

由表 5.13 研究的結果顯示，歐式和日式建築風格各搭配六種景觀，其復癒性最高，顯示消費者覺得住在這種環境最能讓人放輕鬆，有遠離塵囂的感覺。優美的自然景觀不但可以使得觀賞者有愉悅的感覺，並且可以使人們的身心從疲勞中恢復。當人們獲得恢復效果而消除疲勞的同時，注意

力 (attention) 也將隨之恢復。Kaplan 與 Kaplan (1987) 在「注意力恢復理論」(attention restoration theory, ART)。

表 5.13 受測者對民宿建築風格之復癒性平均值及建築物總排名(不同背景景觀)

建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀
地海7.9511	閩闊7.6850	歐海7.9139	日闊7.9371
地針6.2746	閩海7.6067	歐闊6.8175	日海7.4199
地闊6.2044	閩針6.0551	歐凍6.7328	日凍6.0609
地草5.3563	閩草6.0000	歐針6.3924	日針5.8319
地凍4.6638	閩凍4.9451	歐草5.7101	日雨4.7968
地雨4.5395	閩雨4.3093	歐雨4.2922	日草4.5470
第4名	第3名	第1名	第2名

資料來源：本研究整理

由表5.14的結果顯示，整體而言，歐式建築風格搭配這六種景觀其消費者的消費意圖居冠，目前台灣民宿的建築風格歐式建築風格亦很常見，以民宿網誌記載(2014)統計約180,000間，為全部民宿14.999%。消費者的消費意圖接著依序為閩南式和日式建築風格搭配六種景觀，其中地中海式建築風格雖然搭配海景排名第一，但是搭配其他五種景觀整個以平均值而言卻敬陪末座。表5.14的消費意圖與表5.11的景觀偏好和表5.13的復癒性研究結果一致，都是歐式建築風格整體搭配六種景觀排名第一，顯示消費意圖、景觀偏好和復癒性相關性高。

表 5.14 受測者對民宿建築風格之消費意圖平均值及建築物總排名(不同背景景觀)

建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀	建築物 景觀
地海7.9828	閩海7.9207	歐海7.7772	日閩7.8596
地針6.0684	閩閩7.7203	歐針7.2532	日海7.4359
地闊5.6737	閩針5.9153	歐闊7.1203	日針5.5702
地草5.2414	閩草5.4085	歐凍6.3424	日凍5.3910
地凍4.2759	閩凍4.4756	歐草5.2663	日草3.8654
地雨3.3579	閩雨3.0932	歐雨2.8797	日雨3.5351
第4名	第2名	第1名	第3名

資料來源：本研究整理

5.4 針對四種建築風格搭配六種景觀與人口統計變項差異分析

5.4.1 男、女生最喜歡怎樣的場景怎樣的民宿建築風格呢

若直接以性別來看，男、女生最喜歡怎樣的場景怎樣的民宿建築風格呢？

1. 由研究的結果顯示男生最喜歡閩式建築風格搭配山景(平均值 7.6218)
2. 女生最喜歡地中海式建築風格搭配海景(平均值 7.5675)。

(利用 t 檢定男女生無顯著差異，參考表 5.1 表 5.2 表 5.3 和表 5.4)

5.4.2 居住在農村或居住在都市其偏好的民宿風格有差別嗎

若直接以居住地來看，住在農村和住在都市其偏好的民宿風格有差別嗎？

由研究的結果顯示居住地對於景觀偏好不會有影響。

(參考表 5.1、表 5.2、表 5.3 和表 5.4)

5.4.3 年紀較輕者(29 歲以下)最喜歡怎樣的場景怎樣的民宿建築風格呢

若直接以年齡層來看，年紀較輕者(29 歲以下)最喜歡怎樣的場景怎樣的民宿建築風格呢？20-59 歲或年長者(60 歲以上) 最喜歡怎樣的場景怎樣的民

宿建築風格呢？(參考表 5.1、表 5.2、表 5.3 和表 5.4)

1. 由研究的結果顯示年齡層不同偏好的建築風格亦不同，19 歲以下的年齡層最喜歡地中海式的建築風格搭配海景(平均值高達 8.9)，其次是地中海式風格的建築搭配凍原(平均值 8.6000)、歐式風格的建築搭配熱帶雨林(平均值 8.4000)、日式的建築風格搭配熱帶雨林(平均值 8.2)、歐式風格的建築搭配闊葉林(平均值 8.0000)， p 值 >0.05 ，無顯著差異。
2. 20-29 歲的年齡層最喜歡地中海式的建築風格搭配海景(平均值高達 7.2857)，其次是日式風格的建築搭配闊葉林(平均值 7.0909)、閩式風格的建築搭配熱帶雨林(平均值 7.0455)、閩式的建築風格搭配闊葉林(平均值 6.8636)、閩式的建築風格搭配針葉林(平均值 6.7000)， p 值 >0.05 ，無顯著差異。
3. 30-39 歲的年齡層最喜歡日式的建築風格搭配海景(平均值高達 8.4500)，其次是歐式風格的建築搭配闊葉林(平均值 7.6818)、日式風格的建築搭配草原(平均值 7.5625)、閩式的建築風格搭配草原(平均值 7.5455)、日式的建築風格搭配闊葉林(平均值 7.1818)， p 值 >0.05 ，無顯著差異。
4. 40-49 歲的年齡層最喜歡歐式的建築風格搭配海景(平均值高達 8.0119)，其次是閩式風格的建築搭配海景(平均值 7.8413)、閩式風格的建築搭配闊葉林(平均值 7.8291)、地中海式的建築風格搭配海景(平均值 7.6182)、歐式的建築風格搭配闊葉林(平均值 7.5657)， p 值 >0.05 ，無顯著差異。

5. 50-59 歲的年齡層最喜歡歐式的建築風格搭配海景(平均值高達 7.7929) , 其次是閩式風格的建築搭配海景(平均值 7.7436)、地中海式的建築風格搭配海景(平均值 7.6529) 、閩式的建築風格搭配闊葉林(平均值 7.5615)、日式的建築風格搭配海景(平均值 7.3133) , p 值 >0.05 , 無顯著差異。
6. 60 歲以上的年齡層最喜歡日式的建築風格搭配海景(平均值 8.4375) , 其次是閩式的建築風格搭配海景(平均值 8.1146) 、閩式的建築風格搭配闊葉林(平均值 7.7727)、地中海式的建築風格搭配海景(平均值 7.6333)、日式的建築風格搭配闊葉林(平均值 7.5325) , p 值 >0.05 , 無顯著差異。
7. 顯示海景的場域每一個年齡層都喜歡, 但是年輕人比較喜歡地中海式的建築風格, 而年長者比較喜歡日式的建築風格。透由實際訪問消費者的看法, 得知年長者亦喜歡海景那種一望無際的感覺, 度假時若能住在日式平房舖的塌塌米建築風格, 令人感覺既輕鬆、很慵懶, 又可以達到紓壓的效果。

5.5 探討自然度、景觀偏好、復癒性和消費意圖彼此的關係

5.5.1 自然度和景觀偏好的相關性不高, 因此研究目的假設一部分不成立

透過迴歸分析(表 4.10-表 4.34)和路徑分析(表 4.35-表 4.58)的研究結果顯示, 知覺自然度對於景觀偏好的相關性不高, 因此研究目的假設一民宿景觀知覺自然度對消費者的景觀偏好具有影響此假設部分不成立。本研究利用線性迴歸發現, 除了閩式搭凍原($P=0.166$)、歐式搭熱帶雨林($P=0.347$)、

日式搭凍原($P=0.097$)、日式搭草原($P=0.841$)和日式搭熱帶雨林($P=0.414$)這 5 個景觀無顯著相關以外，其他景觀都有顯著相關；利用迴歸曲線估計發現，這 5 個景觀呈現倒 U 曲線，其中閩式搭凍原無顯著相關($P=0.649$)、歐式搭熱帶雨林有顯著相關($P=0.000$)、日式搭凍原無顯著相關($P=0.160$)、日式搭草原有顯著相關($P=0.001$)和日式搭熱帶雨林有顯著相關($P=0.006$)。若以民宿四種建築風格搭配所有的景觀而言，做線性迴歸發現都有顯著相關($P=0.000$)，而曲線估計除了日式建築搭配所有的景觀無顯著相關($P=0.147$)以外，其他三種建築風格搭配所有的景觀做曲線迴歸發現都有顯著相關($P<0.05$)；若以六種景觀各搭所有的建築風格而言，做線性迴歸發現除了熱帶雨林搭所有的建築風格無顯著相關($P=0.936$)以外，其他五種景觀各搭所有的建築風格都有顯著相關($P=0.000$)，而曲線估計除了凍原搭所有的建築風格無顯著相關($P=0.912$)以外，其他五種景觀各搭所有的建築風格做曲線迴歸發現都有顯著相關($P<0.05$)，本研究發現凍原、草原和海景屬於景物線條較簡單的景觀，因此偏向線性相關，熱帶雨林屬於線條較複雜的景觀因此一般呈現倒 U 的曲線相關。以 Hampe 和 Noe (1983)將道路景觀圍籬從非常自然一直到人工分成五種為例，顯示中度自然的圍籬最被偏好，高度自然的圍籬最不被人們偏好；另外景觀複雜度對自然景觀偏好之影響(謝孟倫、林晏州，2011)，研究結果亦顯示自然景觀偏好與碎形維度值兩者之間呈一倒 U 字形二次曲線關係，表示人們偏好複雜度中間偏低之自然景觀。

5.5.2 景觀偏好和復癒性彼此之間有高度相關性以及復癒性和消費意圖彼此之間亦有高度相關性，所以研究目的假設二和假設三都成立

透過迴歸分析(表4.10-表4.34)和路徑分析(表4.35-表4.58)的研究結果顯示，其中景觀偏好和復癒性彼此之間有高度相關性以及復癒性和消費意圖彼此之間亦有高度相關性，所以研究目的假設二消費者的景觀偏好對復癒性具有影響和假設三消費者的復癒性對消費者的消費意圖具有影響，這兩個假設都成立。Kaplan 與Kaplan (1989) 環境偏好矩陣的四項特質和恢復性環境的四項特質可能有某種程度的關聯性。Korpela 和Hartig (1996) 的研究中推論喜愛地點可作為恢復性經驗的來源。黃章展 (2008) 「環境偏好與環境恢復知覺關係之研究—以山景景觀為例」研究結果顯示，整體的環境偏好會顯著的正向影響整體的環境恢復性知覺。另外黃孝璋 (2007) 研究指出景觀偏好與注意力恢復力亦呈現良好的正相關，而偏好矩陣因子的一致性與神秘性，對於注意力恢復力因子中的延展性、魅力性與相容性皆呈現顯著的正相關。Rosenbaum (2009) 的研究結果亦證實消費者當服務環境的知覺恢復性愈高時，其消費次數與消費金額都會提高。

5.5.3 自然度和復癒性有相關、自然度和消費意圖有相關以及景觀偏好和消費意圖有相關，因此假設四、假設五以及假設六部分不成立

透過迴歸分析(表 4.10-表 4.34)和路徑分析(表 4.35-表 4.58) 的研究結果顯示，自然度和復癒性部分有相關，因此假設四民宿景觀知覺自然度對消

費者的復癒性有影響部分不成立(因為地中海式搭熱帶雨林、日式搭草原、日式搭海景和日式搭熱帶雨林無顯著相關 $P>0.05$)，有研究顯示自然地點和居住環境最常被提及的恢復經驗如遠離日常生活、遺忘憂慮和反思個人問題，皆指出這些地點和恢復經驗有一種連結關係 (Korpela & Hartig, 1996; Korpela 等人, 2001)。假設五民宿景觀知覺自然度對消費者的消費意圖有影響部分不成立(因為地中海式搭熱帶雨林、日式搭海景和日式搭熱帶雨林無顯著相關 $P>0.05$)，在景觀領域已經有很多的研究顯示，證實我們不僅僅偏好自然的環境(Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003)，一般人也願意支付較高的代價接近優美景觀。例如：附近若有自然景觀的房價較高(Luttik, 2000)，顯示自然景觀具有商業價值。假設六消費者的景觀偏好對消費者的消費意圖有影響部分不成立(因為地中海式搭熱帶雨林無顯著相關 $P>0.05$)，鄭翊偉(2007)研究證實消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。本研究的結果顯示，假設四、五和六部分不成立。

總之，透過迴歸分析(表 4.10-表 4.34)和路徑分析(表 4.35-表 4.58) 的研究結果顯示，路徑一知覺自然度對於景觀偏好具有影響部分不成立、路徑四知覺自然度對於復癒性具有影響部分不成立、路徑五知覺自然度對於消費意圖具有影響部分不成立和路徑六景觀偏好對於消費意圖具有影響部分不成立，因為部分民宿複合式景觀構面彼此間相關性不高，只有路徑二景

觀偏好對於復癒性具有影響有高度正相關和路徑三復癒性對於消費意圖具有影響有高度正相關，因此修正原來的路徑圖(圖 4.1)，其實際的路徑圖如圖 4.2。

本研究的研究結果顯示，當景觀偏好與消費意圖之間若有復癒性當中介因子，消費者的消費意圖顯得會更高，本研究驗證在此議題『復癒性』具有完全中介效果，因此民宿業者景觀設計的重點應該可以多擺放在能使遊客放輕鬆的場域。其區域選址可以選擇靠近海景景觀或是闊葉林景觀的區段，本研究結果與陳婷芳、陳惠美、陸洛(民 101) 景觀知覺與景觀偏好對餐廳消費者行為意圖之影響，顯示遠景為湖泊水景是消費者消費意圖最高的區域與之相呼應。



第六章 結論與建議

6.1 研究結論

本研究依據研究目的透過問卷的方式驗證結果，藉此探討知覺自然度、景觀偏好和復癒性是否會影響消費者選擇民宿之消費意圖研究。透過迴歸分析(表4.10-表4.34)和路徑分析(表4.35-表4.58)的研究結果顯示，只有路徑二景觀偏好對於復癒性具有影響有高度正相關和路徑三復癒性對於消費意圖具有影響有高度正相關，因此假設二和假設三成立，消費者景觀偏好越高其消費意圖越高，復癒性為完全中介效果。

6.1.1 消費者知覺自然度對景觀偏之關係

透過迴歸分析(表4.10-表4.34)和路徑分析(表4.35-表4.58)以及表5.8和表5.10的研究結果顯示，知覺自然度和景觀偏好亦有相關，除了閩式搭凍原、歐式搭熱帶雨林、日式搭凍原、日式搭草原和日式搭熱帶雨林以外；消費者感受到的自然度以闊葉林最高，海景其次；若以景觀偏好而言，消費者景觀偏好海景其次是闊葉林。以 Hampe 和 Noe (1983)將道路景觀圍籬從非常自然一直到人工分成五種為例，顯示中度自然的圍籬最被偏好，高度自然的圍籬最不被人們偏好；另外景觀複雜度對自然景觀偏好之影響(謝孟倫、林晏州，2011)，研究結果亦顯示自然景觀偏好與碎形維度值兩者之間呈一倒U字形二次曲線關係，當碎形維度值約為1.333時，景觀偏好值最高，表示人們偏好複雜度中間偏低之自然景觀。

6.1.2 景觀偏好對復癒性之關係

本研究透過迴歸分析(表4.9-表4.33)和路徑分析(表4.34-表4.57) 的研究結果顯示，景觀偏好和復癒性彼此高度相關；表5.10和表5.12顯示消費者對海景和闊葉林景觀偏好高以及復癒性亦高，其中黃章展（2008）「環境偏好與環境恢復知覺關係之研究—以山景景觀為例」研究結果亦顯示，整體的環境偏好會顯著的正向影響整體的環境恢復性知覺。

6.1.3 復癒性對消費意圖之關係

本研究透過迴歸分析(表4.9-表4.33)和路徑分析(表4.34-表4.57) 的研究結果顯示，復癒性和消費意圖亦高度相關；表5.12和表5.5顯示消費者對海景和闊葉林復癒性高其消費意圖亦高，Rosenbaum (2009)的研究結果亦證實消費者當服務環境的知覺恢復性愈高時，其消費次數與消費金額都會提高。

6.1.4 消費者知覺自然度對復癒性之關係

本研究透過迴歸分析(表4.9-表4.33)和路徑分析(表4.34-表4.57) 的研究結果顯示，知覺自然度和復癒性亦有相關，除了地中海式搭熱帶雨林、日式搭草原、日式搭海景和日式搭熱帶雨林以外；表5.8和表5.12顯示消費者對海景、闊葉林和針葉林知覺自然度高其復癒性亦高，Herzog、Black、Fountaine 與Knotts（1997）研究亦顯示：自然環境（nature setting）對於人們恢復（recovery）的效果大於運動（sports）和娛樂（entertainment）（Herzog et al., 1997）。

6.1.5 消費者知覺自然度對消費意圖之關係

本研究透過迴歸分析(表4.9-表4.33)和路徑分析(表4.34-表4.57) 的研究結果顯示，知覺自然度和消費意圖亦有相關，除了地中海式搭熱帶雨林、日式搭海景和日式搭熱帶雨林以外；表5.8和表5.5顯示消費者對海景、闊葉林和針葉林知覺自然度高其消費意圖亦高，在景觀領域已經有很多的研究顯示，證實我們不僅僅偏好自然的環境(Purcell, Lamb, Peron, & Falchero, 1994; Purcell, Peron, & Berto, 2001; Van den Berg, Koole, & Van der Wulp, 2003)，一般人也願意支付較高的代價接近優美景觀。

6.1.6 景觀偏好對消費意圖之關係

本研究透過迴歸分析(表4.9-表4.33)和路徑分析(表4.34-表4.57) 的研究結果顯示，景觀偏好和消費意圖亦有相關，除了地中海式搭熱帶雨林以外；表5.10和表5.5顯示消費者對海景、闊葉林和針葉林景觀偏好高其消費意圖亦高，就經營者而言，消費者對於環境的知覺和偏好是否會影響消費行為，才是他們最關心的。鄭翊偉(2007)也證實了消費者對環境的景觀偏好會正向影響行為意圖。

每一個年齡層對於民宿建築風格都喜歡搭配海景景觀，其中地中海式的建築風格搭配海景景觀其最受年輕人(二十九歲以下)青睞；而三十至三十九歲以及年長者(六十歲以上)其最偏好日式的建築風格搭配海景景觀；另外四十至五十九歲最偏好歐式建築搭配海景景觀。女孩子亦偏好地中海式的建築風格搭配海景景觀，因此男孩子若想帶女朋友出遊，可以選擇地中海

式的建築風格搭配海景景觀；此外消費者對海景的偏好優於山景(闊葉林)。

歐式風格的建築搭配海景或闊葉林景觀雖然皆不具最佳之消費意圖，但整體來說，都具中上水準，台灣民宿網誌(2014)記載，登記有案180,000間，占全台14.999%。消費意圖平均值最高為地中海式的建築風格搭配海景，台灣民宿網誌(2014)記載，登記有案192,000間，占全台14.999%，其次是閩式的建築風格搭配海景，而歐式建築風格搭配雨林卻屬敬陪末座，因此建築風格仍應搭配適切之自然景觀，始可有效刺激遊客之消費意圖，顯示民宿規畫設計和附近的景觀融為一體滿重要的(黃宜瑜、張怡梅，2006)；若以山景(闊葉林)而言，一般很受消費者青睞的是日式建築風格，台灣民宿網誌(2014)記載，登記有案843,000間，占全台65.85%，本研究與之相呼應。

6.2 研究建議

本研究結果發現，消費者對於民宿複合式景觀的景觀偏好與消費意圖之間若有復癒性當中介因子，消費者的消費意圖會顯得更高，因此民宿業者對於景觀設計的重點應該可以多擺放在能使遊客放輕鬆的場域。研究結果亦發現每一個年齡層的消費者都喜好搭配海景景觀或是搭配山景景觀，所以民宿業者對於區域選址可以選擇靠近海景景觀或是闊葉林景觀的區段例如台灣花東地區或是海拔不要太高的闊葉林區域，歐式建築風格不管搭配哪一個景觀消費者景觀偏好都高，因此民宿業者可以朝這方面的建築設計。

另外此次研究以六大生物群落的概念當藍圖，但先以台灣地理位置擁

有的海景取代沙漠的景觀，希望立足台灣能約略看全世界，後續研究者若有興趣，可以依六大生物群落的概念做更細緻的研究，並可以增加取樣的多元性，若能做跨國性的中西方研究，其研究結果將更全面性及完整性。



參考文獻

中文參考文獻

1. 王小璘(1999)。都市公園綠量視覺評估之研究，設計學報，4(1)，61-89。
2. 江彥政、張俊彥，(2009)，鄉材環境景觀生態結構對生心理反應之影響，建築學報，67，131-148。
3. 李素馨(1995)。環境知覺和環境評估，規劃設計學報，1(4)，53-74。
4. 李素馨，(1999)，都市視覺景觀偏好之研究，都市與計劃，26(1)，19-40。
5. 李素馨(2000)。中山高速公路土地使用景觀偏好之探討。造園學報，6(1/2)，19-34。
6. 李素馨、何英齊(2000)。應用瞳位追蹤方法建立景觀偏好模式之研究。造園學報，6(1/2)，71-89。
7. 李麗雪(1998)。台灣傳統庭園的情緒體驗及景觀偏好之研究—以板橋林家花園為例。國立台灣大學園藝研究所博士論文，未出版，台北。
8. 周先捷，(2005)，環境偏好與環境恢復性知覺關係之研究—以山景景觀為例，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系研究所，台中。
9. 周孟慈，(2005)，自然旅遊環境之遊憩體驗與生心理效益之研究，內政部營建署太魯閣國家公園管理處研究報告。
10. 邵郊(1993)。生理心理學。台北：五南。

- 11.洪佳君（2001）。高山、水體、森林、公園、都市景觀之生心理效益。
國立中興大學園藝研究所碩士論文，未出版，台中。
- 12.侯錦雄（1985）。景觀知覺與景觀設計。東海學報，857-866。
- 13.侯錦雄、郭彰仁、辛珮甄、張筱雲（2003）。台中市民眾對天橋造型改善之偏好研究，造園學報，(1)，53-72。
- 14.脩文琴（2005）。雪霸國家公園雪見地區景觀道路遊客美質偏好與生態工法應用之研究，碩士論文，中華大學營建管理研究所，新竹。
- 15.張俊彥，(2006)，自然環境使用者效益之研究-總計畫暨子計畫五：健康生態環境之使用者健康效益(1)，行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
- 16.張春興、楊國樞（1984）。心理學。台北：三民。
- 17.陳惠美、林晏州，(1997)，景觀知覺與景觀品質關係之研究，造園學報，4(1)，1-16。
- 18.陳惠美（1999）。觀賞序列對景觀視覺資源評估作用之研究-兼論視覺資源之永續經營管理，博士論文，國立臺灣大學園藝研究所，台北。
- 19.陳婷芳、陳惠美、陸洛，(2012)，景觀知覺與景觀偏好對餐廳消費者行為意圖之影響，戶外遊憩研究，25(2)，1-24。
- 20.曾慈慧（2002）。景觀環境與福祉及復癒關係之探討，博士論文，國立臺灣大學園藝研究所，台北。

- 21.曾慈慧、凌德麟、毛慧芬（2002）。景觀環境的偏好、心理效益認知與生心理反應之研究。造園學報，8(2)，25-44。
- 22.曾慈慧（2004），現地與非現地景觀體驗與健康復癒之探討，旅遊管理研究，4(2)，99-118。
- 23.黃宜瑜、張怡梅（2006）。台灣遊客屬性與民宿選擇偏好之關係，休閒農業與鄉村旅遊發展理論與實踐，郭煥成、鄭健雄、楊德剛、陳田主編，中國礦業大學出版：中國徐州，頁257-270。
- 24.黃孝璋（2007）。景觀偏好、注意力恢復力及心理生理反應之相關性研究，碩士論文，國立台灣大學生物資源暨農學院園藝學研究所，台北。
- 25.黃韻璇，(2009)，自然旅遊環境四項心理效益交互影響關係之探討-以南投縣惠蓀林場為例，碩士論文，國立中興大學農村規畫研究所，台中。
- 26.楊宏志（1991）。視覺景觀評估方法論：以森林遊樂區為例。戶外遊憩研究，4(4)，3-51。
- 27.葉源鎰，(2006)，知覺居住環境品質與知覺恢復性之相關性研究-以台中市居民為例，行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
- 28.鄭翊偉，(2007)，台中市景觀餐廳風格之景觀偏好與消費意圖關係之研究，碩士論文，逢甲大學景觀與遊憩研究所，台中。
- 29.韓可宗，(2005)，「稀樹草原假說」就景觀美質、偏好與復癒反應的再次驗證，地理學報，41，25-44。

- 30.韓可宗，(1995)，景觀風水理論基礎，台北：地景企業股份有限公司。
- 31.謝孟倫、林晏州，(2011)，景觀複雜度對自然景觀偏好之影響，碩士論文，國立台灣大學園藝暨景觀學系研究所，台北。
- 32.Landscape(2013)，麥克米倫高級英漢雙解詞典，台北：麥克米倫出版社及書林出版有限公司。
- 33.貝爾(Paul A. Bell)等著/聶筱秋，胡中凡譯，(2003)，環境心理學初版，新加坡商亞洲湯姆生國際公司出版，臺北縣新店市，桂冠發行。
- 34.蘇珮文，(2014)，動物園環境景觀之知覺復癒研究，碩士論文，南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所，嘉義。

英文參考文獻

1. Appleton, J. 1975. The Experience of Place. London: Wiley.
2. Arthur, L.M. 1977. Predicting Scenic Beauty of Forest Environments: Some Empirical Tests. Forest Science v.23, No.2: 151-160.
3. Bateson, J. E. G., Hui, M. K. (1992). The ecological validity of photographic slides and videotapes in simulating the service setting, *Journal of Consumer Research*, 19(2), 271-281.
4. Bell, P. A., Fisher, J. D., Baum, A., and Greene, T. C. (1990). Environmental psychology. Fort Worth, TX: Dryden Press.
5. Clay, G. R., & Smidt, R. K. (2004). Assessing the validity and reliability of descriptor variables used in scenic highway analysis. Landscape and Urban Planning, 66(4), 239-255.

6. Evans, G. W. and Wood, K. W. (1980). Assessment of environmental aesthetics in scenic highway corridors. Environment and Behavior, 12, 255-273.
7. Felsten, G. (2009). Where to take a study break on the college campus: An attention restoration theory perspective. Journal of Environmental Psychology, 29, 160–167.
8. Gerlach-Spriggs, N., Kaufman, R. E., and Warner, S. B. (1998). Restorative gardens-The healing landscape. London: Yale University Press.
9. Hampe, G.D., & Noe, F.P. (1983). A study in the aesthetics of boundaries: Fences along a national parkway. Journal of Environmental Management, 17(3), 239-248.
10. Han, K.T. (2003). A reliable and valid self-rating measure of the restorative quality of natural environments, Landscape and Urban Planning, 64, 209-232.
11. Hartig, T., and Evans, G. W. (1991). Restorative effect of natural environment experiences. Environment and Behavior, 23, 3-26.
12. Hartig, T., Korpela, K. M., Evans, G. W. and Gärling, T. (1996). Validation of a measure of perceived environmental restorativeness. (Göteborg Psychological Reports, 26: 1-64). Göteborg: Göteborg University, Department of Psychology.
13. Hartig, T., Kaiser, F. and Bowler, P. A. (1997). Further development of a measure of perceived environment restorativeness (Working Paper No.5). Gävel, Sweden: Uppsala University, Institute for Housing Research.
14. Herzog, T. R., Maguire, C. P., & Nebel, M. B. (2003). Assessing the restorative components of environments. Journal of Environmental Psychology, 23(2), 159-170.

15. Herzog, T. R. (1984). A cognitive analysis of preference for field and forest environment. Landscape Research, 9, 10-16.
16. Herzog, T. R. and Smith, G. A. (1988). Danger, mystery, and environmental preference. Environment and Behavior, 20(3), 320-344.
17. Herzog, T. R., Black, A. M., Fountaine, K. A. and Knotts, D. J. (1997). Reflection and attentional recovery as distinctive benefits of restorative environments. Journal of Environmental Psychology, 17, 165-170.
18. Kaplan, R., and Kaplan, S. (1989). The experience of nature: A psychological perspective. NY: Cambridge University Press. Nearby Nature.
19. Kaplan, S., Bardwell, L. V. and Slakter, D. B. (1993). The museum as a restorative environment. Environment and Behavior, 25(6), 725-742.
20. Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: toward an integrative framework. Journal of Environmental Psychology, 15, 169-182.
21. Kaplan, S. (2001). Meditation, restoration, and the management of mental fatigue. Environment and Behavior, 33(4), 507-542.
22. Korpela, K., Kyttä, M., & Hartig, T. (2002). Restorative experience, self-regulation, and children's place preferences. Journal of Environmental Psychology, 22(4), 387-398.
23. Laumann, K., Gärling, T., & Stormark, K. M. (2001). Rating scale measures of restorative components of environments. Journal of Environmental Psychology, 21(1), 31-44.
24. Mehrabian, A. & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. Cambridge, MA: MIT Press.
25. Nordh, H., Hartig, T., Hagerhall, C. M., & Fry, G. (2009). Components of small urban parks that predict the possibility for restoration. Urban Forestry & Urban Greening, 8(4), 225-235.

26. Pearce, S. and Waters, N.M. 1983. Quantitative Methods for Investigating the Variables that Underlie Preference for Landscape Scenes. Canadian Geographer v.27, No.4: 319-344.
27. Purcell, A. T., Lamb, R. J., Peron, E. M., & Falchero, S. (1994). Preference or preferences for landscape? Journal of Environmental Psychology, 14(3), 195-209.
28. Purcell, A. T., & Lamb, R. J. (1998). Preference and naturalness: An ecological approach. Landscape and Urban Planning, 42(1), 57-66.
29. Purcell, T., Peron, E., & Berto, R. (2001). Why do preferences differ between scene types? Environment and Behavior, 33(1), 93-106.
30. Peron, E., Berto, R., & Purcell, T. (2002). Restorativeness, preference and the perceived naturalness of places. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 3(1), 19-34.
31. Reynolds, F. D., & Wells, W. D. (1977). Consumer behavior, New York : McGraw-Hill Book Company.
32. Rosenbaum, M. S. (2009). Restorative servicescapes: Restoring directed attention in third places. Journal of Service Management, 20(2), 173-191.
33. Simoni, T. (2003). Preference and perceived naturalness in visual perception of naturalistic landscapes. Zb. Bioteh. Fak. Univ. Ljublj. Kmet., 82(3), 369-387.
34. Tveit, M., Ode, A., & Fry, G. (2006). Key concepts in a framework for analyzing visual landscape character. Landscape Research, 31(3), 220-255.
35. Ulrich, R. S. (1981). Natural versus urban scenes some psycho physiological effects. Environment and Behavior, 13(5), 523-556.

36. Van den Berg, A. E., Koole, S. L., & Van der Wulp, N. Y. (2003).
Environmental preference and restoration: (How) are they related? Journal of Environmental Psychology , 23(2), 135-146.
37. Van den Berg, A. E., & Koole, S. L. (2006). New wilderness in the Netherlands: An investigation of visual preferences for nature development landscapes. Landscape and Urban Planning, 78(4), 362-372.
38. Yang, Byoung-E, and Brown, T.J. 1992. A Cross-cultural Comparison of Preferences for Landscape Style and Landscape Element. Environment and Behavior v.24, No.4, July: 471-507.

網站

1. 民宿網誌(台灣民宿入口網)
<http://www.taiwanminsu.com/blog/sample-page,2014,11,25,pm5:20>
2. 自然生態學習網,
<http://nature.edu.tw/resourcecategories/displayarticle/5> ,2013,7,7,am10:18

附錄一 受訪者正式問卷

親愛的受訪者，您好！本研究主要是在探討民宿景觀特徵、知覺自然度、知覺恢復性、景觀偏好與消費行為意圖的關係，本問卷採不記名方式，您所填答之所有資料僅供學術研究使用，敬請放心作答。感謝您，祝您平安、快樂！

南華大學旅遊管理學系

指導教授 許澤宇博士

研究生 朱賜月敬上

第一部分

週休二日全家出遊或有時一年中公司會安排休假，可以到戶外走一走讓身心放輕鬆。因為休假的時間不長所以選擇國內旅遊，想找一個風景獨特且價位又平實的民宿，為了事先安排行程因此需要先訂房，透過網路看到六間同樣是地中海式不同場景的民宿，其價位都是 4-6 人房每晚 4000 元左右；若 2 人房每晚 2000 元左右。

說明：請你針對下面地中海式六個場景的民宿環境，就設的題項分別給予 1-9 分的評分，分數愈高者表示愈符合。例如：我覺得該環境令人很舒服，若就凍原背景而言我覺得有些符合故給 4 分，草原背景我覺得很符合給 7 分，海景背景我覺得極符合給 9 分，若就針葉林背景我覺得還算符合給 5 分，闊葉林背景我覺得非常符合給 8 分，熱帶雨林背景我覺得不大符合故給 2 分。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景
4	7	9	5	8	2

V1.請問您想選擇哪一間民宿入住呢？請就你喜歡的程度分別給予 1-9 分的評分。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

請繼續回答下面問題：

V2.本題評估照片中這個環境與民宿給你的感受。你覺得這一張照片的所呈現之「自然度」如何？1 分代表完全人工，9 分表示完全自然，請就相符情形給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V3.這張圖片可讓我一眼就辨認出這間民宿的特色。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V4. 這張圖片我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調不突兀的。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V5. 這張圖片讓我越看越心煩(分數給越高表示越心煩)。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V6. 我想住在這間民宿。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V7. 由這張圖片看來，該民宿的周遭環境標的物很明顯。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V8. 由這張圖片看來，我如果住在這裡我可以很容易辨認方向，不會迷路。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V9. 這張圖片看起來景觀是一目了然沒什麼神秘性。就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V10. 這張圖片讓我覺得這個畫面很無趣。就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V11. 在這間民宿週邊有許多值得我去探索與發掘的地方。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V12. 該環境的民宿，我感覺會有許多吸引我的有趣事物。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V13. 這張圖片我感覺這個環境很值得逗留

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V14. 這張照片整個場景配置給我的整體感受是井然有序的。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V15. 如果住在這裡，我覺得我可以做我喜歡做的事情。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V16. 我覺得住在這裡，我可以自得其樂、很自在。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V17 這張圖片整體的景觀呈現出來讓人覺得景物是層次分明、有條不紊的。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V18. 這張圖片的環境一覽無遺，景觀的延續性高。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V19. 這張圖片週邊環境沒什麼變化重複性高。就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V20. 這張圖片，該環境的景觀充滿變化。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V21. 這張圖片，該民宿周邊環境物種很多元，感覺上資源很豐富。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V22. 這張圖片，該環境景觀讓我覺得很複雜。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V23. 住在這裡，可以幫助我放鬆緊繃的心情。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V24. 若能住在這裡，可讓我暫時拋開日常生活的例行事務。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V25. 若能住在這裡，我會覺得可以暫時遠離「現實」的生活。就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V26. 這張圖片讓我覺得有一種神秘感。就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

V27. 您會來此消費的可能性為何？

(1 分表示絕對不可能；9 分表示我已迫不及待要入住了)

就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

28. 您會想在這裡停留的時間長短為何?(1 分表示一刻也不想停留，9 分表示如果可能，你想要 long stay)就相符情形分別給予 1-9 分的分數。

1.凍原背景	2.草原背景	3.海景背景	4.針葉林背景	5.闊葉林背景	6.熱帶雨林背景

第二部分—您的基本資料 (請在適當欄位註記)

V29.性別：¹ 男、² 女

V30.居住地：¹ 農村、² 山區、³ 漁村、⁴ 都市

V31.年齡：¹ 19 歲以下、² 20-29 歲、³ 30-39 歲、⁴ 40-49 歲、⁵ 50-59 歲、
⁶ 60 歲以上

V32.職業：¹ 學生、² 軍警公教人員、³ 家庭主婦、⁴ 退休人員、⁵ 一般上班族、⁶ 自由業、⁷ 其他_____

V33.教育程度：¹ 國中(含)以下、² 高中職、³ 大專、⁴ 研究所(含以上)

V34.月平均收入(學生或家管請以可支配零用錢來勾選)：

¹ 20,000 元以下、² 20,001~30,000 元、³ 30,001~40,000 元、
⁴ 40,001~50,000 元、⁵ 50,001~60,000 元、⁶ 60,001 元以上

V35.婚姻：¹ 未婚、² 已婚無小孩、³ 已婚有小孩(小孩 _____位)

再次謝謝您的合作~祝您有個美好的一天!



附錄二 專家效度評定問卷

指導教授：許澤宇博士

編製者：朱賜月研究生

敬啟者，您好：

首先，感謝您在百忙之中抽空，填寫這份專家意見調查問卷，萬分感謝！

這份問卷主要是希望能藉由您的學術專業，來審視研究量表各項目，以建立本研究工具的內容效度，懇祈 您逐題檢視題目與選項，並惠賜卓見。

本問卷共分為2大部分，第一部分分別為「基本資料」、「遠離性」、「魅力性」、「延展性」、「相容性」、「一致性」、「複雜性」、「神秘性」、「易讀性」、「知覺自然度」、「消費意圖」，第二部分「基本資料」，請您就每題題目與其向度的選項，就適合的程度在「□」中打「√」。若有修正的意見，也懇請您不吝指教，將寶貴意見書寫於該題之下，以作為研究者修正之參考，衷心感謝您的協助與指教。此

敬祝

教安

南華大學旅遊管理研究所

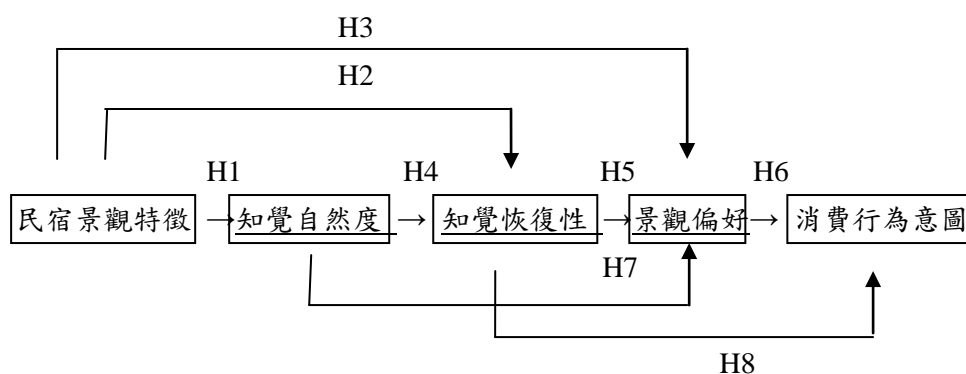
指導教授 許澤宇博士

研究生 朱賜月敬上

中華民國一〇三年八月

研究主要內容簡述：

本研究主要探討不同建築風格之民宿，其周遭景觀特徵的不同是否會造成知覺復癒性之不同，進而影響其偏好(preference)，最後再影響其消費行為意圖。其架構圖如下：



刺激(Stimulate)

有機體(Organism)

反應(Response)

研究方法以視覺模擬的方式進行，本研究將常見的民宿建築歸類為四種(閩南式、日式、歐式、地中海式)，這四種建築再分別搭配六種背景(草原、凍原、針葉林、闊葉

林、熱帶雨林、海景)，據此搭配組合成24張景觀合成圖(如最後的附錄)，請受測者針對每張圖片分別評估景觀之知覺自然度、知覺恢復性、景觀偏好以及消費意願與停留時間之消費意圖。

許多研究已證實人們普遍喜愛較自然的景觀，對自然環境的評價也較正面(Ulrich,1981; Purcell et al., 1994; Van den Berg et al., 2003)。過去許多學者對於景觀自然度的概念之見解不同，有些認為是評估景觀自然或人工化的程度(陳惠美、林晏州，1997; Clay & Smidt, 2004)，甚至有人主張這樣的自然度概念，能用來區分從自然原始到都市人工等各種類型之景觀。闡釋自然度是一個概念，觀察者知覺景觀的自然度越高，代表景觀的自然情形越接近觀察者內心認為的自然狀態。這種知覺自然度(perceived naturalness)在Junker與Buchecker (2008)的河川景觀研究中，被證實與偏好具高度相關。

Kaplan (1995)主張恢復性景觀具有四項特性：遠離性(being away)、魅力性(fascination)、延展性(extent)與相容性(compatibility)。遠離性係指環境使人感覺遠離日常生活，避開責任義務、追求目標等平凡陳腐的想法，以減少使用直接注意力，提供休息恢復的機會。魅力性指環境能引人入勝，甚至吸引人的注意力；自然景觀能引發非直接注意力讓人放鬆，這種柔性魅力與美感體驗能進一步帶來恢復性體驗。延展性為環境能有無限延伸的感覺，讓人感到置身另一個世界，允許直接注意力休息，進而恢復精神。相容性則是環境提供的活動與個人傾向或目的相符；自然場域具有不同的空間特色，產生的活動種類多樣，容易符合人們目的。

景觀偏好(landscape preference)是一種評價，一種表示喜好程度的態度，且其態度常常也反應在其選擇行為上。景觀偏好是一連串人與環境交互作用所產生的結果，是觀賞者以肉眼接受了可見景觀後所產生的一種主觀價值判斷的歷程，這樣的歷程是源自於每個人基本人格特質、社會情境及實質環境等三部分(王小璘，1999)此外Kaplan與Kaplan也相信自然景觀經常具備上述四項特質(一致性、複雜性、易讀性與神秘性)，也因為具有這些特質而往往會引起觀賞者之興趣(Gerlach-Spriggs, 1998)。(一)一致性(**coherence**)：其意義為景物組織起來容易被認知的程度，使人所看到的環境是一致和諧的，任何能將景觀中的亮度、大小、材質組織成一些主要單位的東西會提高其一致性(Kaplan & Kaplan, 1989)。其組成要素，必須具有瞭解(understanding)與直接且立即可知(immediate)的特性，當某一景觀具有此兩種向度的範疇之時，便可以稱其具有「一致性」的特質。(二)複雜性(**complexity**)：定義為景觀中不同視覺元素的數量其豐富程度，也就是說，當人們在某一特殊環境之中，可見景觀元素之多寡(Kaplan & Kaplan, 1989)。通常複雜度較高的景觀景觀元素的豐富程度也較高，其組成要素必須具有探索(exploration)與直接且立即可知(immediate)的特性，當某一景觀具有此兩種向度的範疇之時，便可以稱其具有「複雜性」的特質。(三)易讀性(**legibility**)：其定義為一個結構良好的空間，其間擁有可明確區分的元素，具有容易了解與記憶的特性，因此可以很容易在景觀中找到出路，也可以回到原點，意味著環境可被了解但不會迷失其中，環境以清晰、易辨的方式呈現出來。其組成要素必須具有瞭解(understanding)與推論、預測(inferred, predicted)的特性，當某一景觀具有此兩種向度的範疇之時，便可以稱其具有「易讀性」的特質。(四)神秘性(**mystery**)：其定義為可吸引人並鼓勵人進入該景觀或環境中作進一步探險、提供機會讓

人學習隱藏在原始的優越(ventage)環境中沒有立即顯現的東西(Kaplan & Kaplan, 1989), 意指景觀提供個體有關前瞻訊息之程度, 即當觀賞者進一步投入或探勘該景觀時將可以獲得更多的訊息程度。其組成要素必須具有探索(exploration)與推論、預測(inferred, predicted)的特性, 當某一景觀具有此兩種向度的範疇之時, 便可以稱其具有「神秘性」的特質。綜觀上述所論, 景觀偏好是一種情緒反應, 亦是一種心理的價值評估。因此, Kaplan 與 Kaplan (1982)認為人類對所偏好的環境, 有著試圖去理解並融入其中的強烈慾望, 而透過視覺的瀏覽與探索, 便是瞭解環境的首要行為。因此, 人們對於景觀的偏好, 有一部份是源自於環境特徵的心理因素, 同時也受到整體環境的影響。景觀的構成形式具有上述四項特質(一致性、複雜性、易讀性、神秘性), 能透過視覺效果引發心理反應, 並且導致觀賞者之興趣, 而這些景觀特質的提升會造成人們對該景觀環境有較高的偏好。Kaplan 與 Kaplan (1989)指出一個使人偏好的環境較有可能成為恢復性環境, 因此, 一個使人高度偏好的景觀環境, 亦會帶來相關的心理效益, 並有使人恢復注意力的可能, 也就是使人偏好的景觀環境有可能成為恢復性環境, 因此景觀偏好有可能會影響恢復性環境。

Rosenbaum (2009)則證實消費者對服務環境的知覺恢復性愈高, 其消費次數與消費金額皆會提高。是故, 環境會引發消費者的知覺反應與偏好, 可能進而影響其行為意圖。由於行為意圖能反應消費者履行行為的想法, 過去消費環境行為研究多以行為意圖(behavioral intention)來研究個體當下對消費環境的知覺及其未來行為傾向的關係。當意圖越強烈時, 表示個體從事該行為的可能性越高, 所以行為意圖是預測未來實際購買行為的有效因子(Reynolds & Wells, 1977)。Andreu、Bigné、Chumpitaz和Swaen(2006)整合過去研究, 認為消費者的行為意圖主要包含三項: 未來再次消費的意願、提高消費金額的傾向、延長停留時間的傾向。

問卷設計簡述:

1、本研究的問卷題項包含: 知覺自然度、知覺恢復性、景觀偏好、行為意圖以及個人特性。個人特性部份, 包含: 性別、年齡、教育、職業、平均月收入。除了個人特性, 另外四個部分的題目, 考量測量尺度較大, 選答分佈越廣、變異數越大, 具有較好的區別力, 遂一律採用李克特9點尺度測量; Hartig 等人(1996, 1997)以Kaplan 與Kaplan 的注意力恢復理論為基礎, 一般較常使用的有「知覺恢復性量表」(perceived restorativeness scale, PRS; Hartig, 1996, 1997)、「恢復性組成量表」(restorative components scale, RCS; Laumann, 2001)、「知覺恢復性潛能量表」(perceived restorative potential, PRP; Horzeg, 2003)三種, 本研究將針對上述測量工具, 探討其適用範圍與使用限制, 釐清彼此間的差異, 以選擇最適合本研究進行的測量工具。在景觀知覺測量, 知覺自然度參考Van den Berg等人(2003)以1題評估自然度, 請受訪者針對「這間餐廳的環境」從0(完全人工)~9(完全自然)進行評估。行為意圖問項設計, 本研究以消費意願和願意停留時間兩題測量消費者之行為意圖, 並參考Reynolds與Wells(1977)以0(完全不可能)~10(完全可能)測量消費意願; 以及Andreu等人(2006)以0(一刻也不想停留)~9(停留非常久)測量願意停留時間。

2、過去許多研究證實當觀賞者不論是身處於具恢復性的該環境中, 或只是觀賞具恢復

性的景觀照片，都可能知覺到恢復性(perceived restoration) (Felsten, 2009; Rosenbaum, 2009)。因此本研究採視覺模擬合成圖做為民宿景觀特徵的刺激物「針對消費情境刺激和消費者心理行為反應，提出「刺激(Stimulate)－有機體(Organism)－反應(Response)」(簡稱S-O-R)之消費者行為架構，來解釋消費行為的機制。」為了避免問卷題目概念或題意類似，產生月暈效果(halo effect)造成整體評估具高度一致性問題(Jacobs & Kozlowski,1985)。本研究設計6張問卷，每張問卷只針對同一背景四種不同建築物類型作答(此份專家效度評定問卷背景是凍原)。

3、問卷大綱及題目分配表

綱要	內容	專家效度的題號	正式問卷紙本的題號	正式問卷網路的題號
第一部份、 對這間民宿整體評估	喜歡或不喜歡	1	1	1
知覺復癒性	遠離性	2-4	23 24 25	73 70 67 74 71 68 75 72 69
	魅力性	5-7	11 12 13	34 37 31 35 38 32 36 39 33
	延展性	8-10	4 5 14	40 10 13 41 11 14 42 12 15
	相容性	11-13	6 15 16	16 46 43 17 47 44 18 48 45
知覺偏好	一致性	14-16	17 18 19	55 49 52 56 50 53 57 51 54
	複雜性	17-19	20 21 22	64 58 61 65 59 62 66 60 63
	神秘性	20-22	9 10 26	25 28 76 26 29 77 27 30 78
	易讀性	23-25	3 7 8	7 22 19 8 23 20 9 24 21
知覺自然度	評估人工或自然	26	2	4 5 6
消費意圖	消費意願	27	27	79 80 81
	停留時間	28	28	82 83 84
個人基本資料	性別、居住地、年齡、職業、 教育程度、家庭月收入、婚姻	29-35	29-35	85-91

問卷部分

親愛的受訪者，您好！本研究主要是在探討民宿景觀特徵、知覺自然度、知覺恢復性、景觀偏好與消費行為意圖的關係，本問卷採不記名方式，您所填答之所有資料僅供學術研究使用，敬請放心作答。感謝您，祝您平安、快樂！

南華大學旅遊管理學系

指導教授 許澤宇博士

研究生 朱賜月敬上

第一部分

週休二日出遊，如果您想選擇民宿，目前若有閩南式、日式、歐式、地中海式四種類型可以選擇(背景都是凍原)，您最喜歡哪一種民宿景觀呢？您考量的點為何？下面列了一些選項，請試著寫一個數字，以代表您自己的感受與各選項陳述相符的程度。

說明：請你針對下面四個類型的民宿環境，就設的題項分別給予 1-9 分的評分，分數愈高者表示愈符合。例如:我覺得該環境令人很舒服，就閩南式而言非常符合故給 9 分，日式和歐式很符合給 8 分，地中海式稍微符合給 7 分。

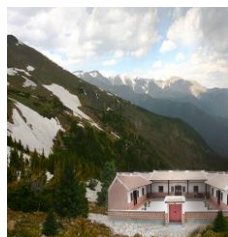
1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式
9	8	8	7

V1. 針對下列四個類型的民宿場景，就你喜歡的程度分別給予 1-9 分的評分

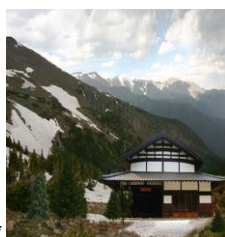
1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

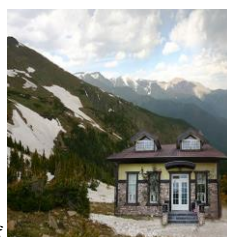
修改建議：-----



1 閩南式



2 日式



3 歐式



4 地中海式

遠離性

V2. 針對下列四個類型的民宿，如果待在該環境的民宿，我感覺到可以遠離現實生活。就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V3. 針對下列四個類型的民宿，如果待在該環境的民宿，能讓我拋開日常生活的例行事務。就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V4. 針對下列四個類型的民宿，如果待在該環境的民宿，可以幫助我放鬆緊繃的心情。就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

魅力性

V5. 針對下列四個類型的民宿，如果待在該環境的民宿，我感覺會有許多吸引我的有趣事物。就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V6. 針對下列四個類型的民宿，我想在這樣的民宿待久一點，享受這裡的環境。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V7. 針對下列四個類型的民宿，在這間民宿週邊有許多值得我去探索與發掘的地方。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

延展性

V8. 針對下列四個類型的民宿，我覺得這間民宿的景觀環境井然有序。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V9. 針對下列四個類型的民宿，我覺得這間民宿與其周圍的景物是協調的。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V10. 針對下列四個類型的民宿，我覺得這間民宿的景觀越看越心煩。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

相容性

V11. 針對下列四個類型的民宿，我覺得這間民宿很適合我住，相當符合我的風格。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V12. 針對下列四個類型的民宿，我覺得住在這裡，可以自得其樂。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V13. 針對下列四個類型的民宿，如果住在該民宿可以做我喜歡做的事情。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

一致性

V14. 針對下列四個類型的民宿，該民宿的環境讓我覺得景色有重複性的感覺。(看不懂?? 所謂重複性是指沒有變化嗎?)

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V15 針對下列四個類型的民宿，該民宿的景觀讓我覺得景物是層次分明的。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V16. 針對下列四個類型的民宿，該民宿的環境讓我覺得景觀是有連續性的。(延續性是否較佳?)

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

複雜性

V17. 針對下列四個類型的民宿，該的環境讓我覺得景觀是錯縱(綜) 錯字複雜的。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V18. 針對下列四個類型的民宿，該環境讓我覺得景觀是變化多端的。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V19. 針對下列四個類型的民宿，該民宿的環境讓我覺得物種多元資源豐富。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

神秘性

V20. 針對下列四個類型的民宿，該的環境讓我覺得景觀一看就一目了然。
就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V21. 針對下列四個類型的民宿，該環境讓我覺得很新奇。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V22. 針對下列四個類型的民宿，該民宿的環境讓我覺得有一種神秘感。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

易讀性

V23. 針對下列四個類型的民宿，該環境讓我可以一看就辨認出這間民宿的特色。

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

消費意圖

V27. 針對下列四個類型的民宿，您來這間民宿消費的可能性？

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

V28. 針對下列四個類型的民宿，您會想在這間民宿停留長短給予 1-9 分的評分(1 分表示不停留，9 分表示停留非常長久)

就相符情形分別給予 1-9 分的分數

1.閩南式	2.日式	3.歐式	4.地中海式

適合 不適合 修改後適合

修改建議：-----

第二部分—您的基本資料 (請在適當欄位註記)

V29.性別：¹ 男、² 女

V30.居住地：¹ 農村、² 山區、³ 漁村、⁴ 都市

V31.年齡：¹ 19 歲以下、² 20-29 歲、³ 30-39 歲、⁴ 40-49 歲、⁵ 50-59 歲、
⁶ 60 歲以上

V32.職業：¹ 學生、² 軍警公教人員、³ 家庭主婦、⁴ 退休人員、⁵ 一般上班族、⁶ 自由業、⁷ 其他_____

V33.教育程度：¹ 國中(含)以下、² 高中職、³ 大專、⁴ 研究所(含以上)

V34.月平均收入(學生或家管請以可支配零用錢來勾選)：

¹ 20,000 元以下、² 20,001~30,000 元、³ 30,001~40,000 元、
⁴ 40,001~50,000 元、⁵ 50,001~60,000 元、⁶ 60,001 元以上

V35.婚姻：¹ 未婚、² 已婚無小孩、³ 已婚有小孩(小孩 _____位)

再次謝謝您的合作~祝您有個美好的一天！

適合 不適合 修改後適合

修改建議：

整體建議與意見：

問卷前面若能說明清楚，答題者才容易作答既不會會錯意又不會造成無效問卷

祝您 健康 快樂！

附錄三:四種建築搭配六種景觀t檢定和單因子變異數分析

表1 日式建築 t檢定

景觀特徵	SEX	自然度	景觀偏好	複雜性	消費意圖	景觀特徵	SEX	自然度	景觀偏好	複雜性	消費意圖
		平均數	平均數	平均數	平均數			平均數	平均數	平均數	平均數
日凍	1.男	7.1429	5.7600	6.3143	5.7429	日針	1.男	6.3043	5.6184	5.7065	5.7391
	2.女	6.6512	5.3419	5.8547	5.1047		2.女	6.4412	5.7059	5.9167	5.4559
	總和	6.872	5.530	6.061	5.391		總和	6.386	5.671	5.832	5.570
	F值	10.576**	0.090	1.048	0.025		F值	0.002	0.311	0.606	2.739
	顯著性	0.002	0.765	0.309	0.874		顯著性	0.964	0.579	0.440	0.104
	t值	1.278	1.419	1.285	1.336		t值	-0.328	-0.265	-0.561	0.556
顯著性	0.205	0.160	0.203	0.185	顯著性	0.744	0.792	0.577	0.581		
日草	1.男	6.4000	4.4893	4.5190	3.8429	日闊	1.男	8.1304	7.4427	8.0906	8.0870
	2.女	6.6512	4.2122	4.5698	3.8837		2.女	8.000	7.0561	7.8333	7.7059
	總和	6.539	4.337	4.547	3.865		總和	8.053	7.212	7.937	7.860
	F值	0.489	0.786	.005	3.088		F值	4.310*	0.285	0.984	0.709
	顯著性	0.487	0.378	0.945	0.083		顯著性	0.043	0.595	0.326	0.403
	t值	-0.478	0.943	-0.126	-0.078		t值	0.426	1.102	0.863	0.983
顯著性	0.634	0.349	0.900	0.938	顯著性	0.672	0.275	0.392	0.330		
日海	1.男	8.2000	6.6657	7.2857	7.4143	日雨	1.男	7.3478	5.5739	4.5036	3.0652
	2.女	7.4651	6.7488	7.5291	7.4535		2.女	6.9118	5.9559	4.9951	3.8529
	總和	7.795	6.712	7.420	7.436		總和	7.088	5.802	4.797	3.535
	F值	4.727*	0.055	1.882	0.601		F值	0.056	1.414	8.013**	5.707*
	顯著性	0.033	0.816	0.174	0.441		顯著性	0.814	0.239	0.006	0.020
	t值	1.730	-0.210	-0.699	-0.089		t值	0.843	-1.293	-0.988	-1.215
顯著性	0.084	0.834	0.486	0.930	顯著性	0.403	0.201	0.328	0.230		

註:1.符號*表示<0.05 ;符號**表示<0.01 ;符號***表示<0.001

2.雖然透過F檢定有顯著性,但是再透過t檢定p值>0.05因此亦無顯著性 因此性別不會影響自然度、複雜性、景觀偏好以及消費意圖,亦即無顯著性差異。

1. IF顯著性(P值) $p(F^*) > \alpha (p > \alpha = 0.05) \rightarrow$ 接受同質性(即變異數相等) \rightarrow 上面那一列 \rightarrow 顯著性(P值) $p_{11}(t_{11}) < \alpha \rightarrow$ 有顯著差異; 顯著性(P值) $p_{11}(t_{11}) > \alpha \rightarrow$ 無顯著差異

2. IF顯著性(P值) $p(F^*) < \alpha (p < \alpha = 0.05) \rightarrow$ 拒絕同質性(即變異數不相等) \rightarrow 下面那一列 \rightarrow 顯著性(P值) $p_{21}(t_{21}) < \alpha \rightarrow$ 有顯著差異, 顯著性(P值) $p_{21}(t_{21}) > \alpha \rightarrow$ 無顯著差異

表2 獨立樣本檢定

	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
	F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
								下界	上界
Q4凍原 假設變異數相等	10.576	.002	1.226	76	.224	.49169	.40121	-.30739	1.29078
自然度 不假設變異數相等			1.278	72.754	.205	.49169	.38469	-.27503	1.25842
Q5草原 假設變異數相等	.489	.487	-.478	76	.634	-.25116	.52499	-1.29678	.79445
自然度 不假設變異數相等			-.482	74.406	.632	-.25116	.52159	-1.29037	.78804
Q6海景 假設變異數相等	4.727	.033	1.693	76	.095	.73488	.43407	-.12964	1.59941
自然度 不假設變異數相等			1.730	74.959	.084	.73488	.41997	-.10175	1.57152

表3 獨立樣本檢定

	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
	F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
								下界	上界
Q4針葉 假設變異數相等	.002	.964	-.328	55	.744	-.13683	.41707	-.97265	.69899
自然度 不假設變異數相等			-.322	44.119	.749	-.13683	.42527	-.99384	.72018
Q5闊葉 假設變異數相等	4.310	.043	.394	55	.695	.13043	.33088	-.53266	.79353
自然度 不假設變異數相等			.426	54.985	.672	.13043	.30630	-.48340	.74427
Q6雨林 假設變異數相等	.056	.814	.843	55	.403	.43606	.51734	-.60071	1.47284
自然度 不假設變異數相等			.842	47.233	.404	.43606	.51780	-.60548	1.47760

表4 獨立樣本檢定

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙路)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
日復凍	假設變異數相等	1.048	.309	1.285	76	.203	.45963	.35765	-.25268	1.17195
	不假設變異數相等			1.315	75.977	.192	.45963	.34948	-.23642	1.15569
日復草	假設變異數相等	.005	.945	-.126	76	.900	-.05072	.40150	-.85038	.74894
	不假設變異數相等			-.127	73.423	.900	-.05072	.40060	-.84903	.74759
日復海	假設變異數相等	1.882	.174	-.699	76	.486	-.24336	.34797	-.93640	.44969
	不假設變異數相等			-.678	61.167	.500	-.24336	.35875	-.96068	.47397
日偏凍	假設變異數相等	.090	.765	1.419	76	.160	.41814	.29465	-.16870	1.00498
	不假設變異數相等			1.448	75.991	.152	.41814	.28874	-.15693	.99321
日偏草	假設變異數相等	.786	.378	.943	76	.349	.27708	.29385	-.30818	.86233
	不假設變異數相等			.961	75.943	.340	.27708	.28843	-.29739	.85154
日偏海	假設變異數相等	.055	.816	-.210	76	.834	-.08312	.39603	-.87188	.70563
	不假設變異數相等			-.207	68.617	.836	-.08312	.40104	-.88326	.71701
日消凍	假設變異數相等	.025	.874	1.336	76	.185	.63821	.47758	-.31298	1.58939
	不假設變異數相等			1.345	74.428	.183	.63821	.47444	-.30704	1.58345
日消草	假設變異數相等	3.088	.083	-.078	76	.938	-.04086	.52508	-1.08665	1.00493
	不假設變異數相等			-.079	75.793	.937	-.04086	.51669	-1.06999	.98827
日消海	假設變異數相等	.601	.441	-.089	76	.930	-.03920	.44290	-.92131	.84291
	不假設變異數相等			-.087	65.044	.931	-.03920	.45252	-.94294	.86453
日凍草海自然度	假設變異數相等	4.256	.043	1.023	76	.309	.32514	.31773	-.30768	.95796
	不假設變異數相等			1.059	74.810	.293	.32514	.30716	-.28679	.93707

表5 獨立樣本檢定

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙路)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
日復針	假設變異數相等	.606	.440	-.561	55	.577	-.21014	.37461	-.96087	.54058
	不假設變異數相等			-.556	45.999	.581	-.21014	.37774	-.97049	.55020
日復闊	假設變異數相等	.984	.326	.863	55	.392	.25725	.29813	-.34023	.85472
	不假設變異數相等			.895	52.613	.375	.25725	.28752	-.31954	.83403
日復雨	假設變異數相等	8.013	.006	-.913	55	.365	-.49147	.53845	-1.57056	.58761
	不假設變異數相等			-.988	54.959	.328	-.49147	.49752	-1.48854	.50559
日偏針	假設變異數相等	.311	.579	-.265	55	.792	-.08752	.33083	-.75052	.57547
	不假設變異數相等			-.266	48.454	.791	-.08752	.32863	-.74813	.57308
日偏闊	假設變異數相等	.285	.595	1.102	55	.275	.38654	.35072	-.31632	1.08940
	不假設變異數相等			1.103	47.567	.275	.38654	.35032	-.31799	1.09106
日偏雨	假設變異數相等	1.414	.239	-1.293	55	.201	-.38197	.29545	-.97407	.21013
	不假設變異數相等			-1.344	52.866	.185	-.38197	.28429	-.95223	.18829
日消針	假設變異數相等	2.739	.104	.556	55	.581	.28325	.50981	-.73844	1.30494
	不假設變異數相等			.566	50.366	.574	.28325	.50013	-.72112	1.28761
日消闊	假設變異數相等	.709	.403	.983	55	.330	.38107	.38764	-.39578	1.15793
	不假設變異數相等			1.001	50.266	.321	.38107	.38054	-.38316	1.14531
日消雨	假設變異數相等	5.707	.020	-1.166	55	.249	-.78772	.67561	-2.14167	.56623
	不假設變異數相等			-1.215	53.133	.230	-.78772	.64847	-2.08832	.51287
日針闊雨自然度	假設變異數相等	1.494	.227	.523	55	.603	.42967	.82187	-1.21739	2.07672
	不假設變異數相等			.543	52.848	.589	.42967	.79095	-1.15688	2.01621

表6 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	自然度 凍原	自然度 草原	自然度 海景	自然度 針葉林	自然度 闊葉林	自然度 雨林
居住地 平均 數	1. 農村	6.625	6.375	7.438	6.263	8.316	8.211
	2. 山區	7.750	6.750	6.000	8.000	8.500	5.000
	3. 漁村	8.500	9.000	7.000	5.000	9.000	3.000
	4. 都市	6.900	6.525	8.3000	6.441	7.824	6.824
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088
	F值	1.110	0.828	2.716	1.367	1.206	8.887***
	P值(顯著性)	0.350	0.483	0.051	0.263	0.316	0.000
	POST HOC 事後檢定	日式搭配熱帶雨林之自然度: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.000 < \alpha=0.05$ 觀不同質(接受H1) F統計量之顯著性(P值) $p=0.000 < \alpha=0.05$ 觀ANOVA 觀POSTHOC 觀未假設相同變異數 觀Tamhane's T2 檢定顯著性(P值) $p < \alpha$ 觀在95%的信心水準下, 有顯著差異 1>3,4; 4>3					

註:符號*代表 <0.05 ; 符號**代表 <0.01 ; 符號***代表 <0.001

表7 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	日自然度 凍原	日自然度 草原	日自然度 海景	日自然度 針葉林	日自然度 闊葉林	日自然度 雨林
年 齡 層 平 均 數	1.19歲以下	8.667	7.000	5.000	8.000	8.000	7.000
	2.20-29歲	7.606	6.788	7.758	7.000	8.500	4.000
	3.30-39歲	9.000	8.500	8.500	7.500	8.500	8.250
	4.40-49歲	5.941	6.706	7.941	6.261	7.739	7.174
	5.50-59歲	6.600	5.800	7.667	6.000	8.250	7.050
	6.60歲以上	5.125	5.875	6.875	6.857	8.143	7.143
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088
	F值	6.741***	0.849	1.833	1.140	0.558	1.401
	P值(顯著性)	0.000	0.520	0.117	0.352	0.731	0.240
	POST HOC 事後檢定	日式搭配凍原之自然度: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.244 > \alpha=0.05$ 觀同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值) p 值 $=0.000 < \alpha$ 觀至少有一組與眾不同 觀ANOVA 觀POST HOC(做事後 比較) 觀假設相同變異數 觀LSD檢定顯著性(P值) $p < \alpha$ 觀在95%的信 心水準下, 有顯著差異 1,2>4,5,6; 3>4,5,6; 5>6					

註:符號*代表 <0.05 ; 符號**代表 <0.01 ; 符號***代表 <0.001

表8 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	日自然度 凍原	日自然 度草原	日自然 度海景	日自然 度針葉	日自然 度闊葉	日自然 度雨林
職業 平均 數	1. 學生	7.694	6.806	7.528	8.000	8.000	5.000
	2. 軍警公教	6.700	6.800	8.200	6.077	7.462	6.769
	3. 家庭主婦	4.750	4.400	7.250	7.000	8.000	8.500
	4. 退休人員	5.000	4.667	8.000	8.000	7.667	6.333
	5. 上班族	0.667	7.333	7.333	6.313	7.875	7.000
	6. 自由業	7.000	7.143	8.000	6.400	8.700	7.300
	7. 其他	5.444	5.667	8.889	6.000	8.546	7.727
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088
F值	5.051***	1.843	0.817	1.216	1.462	0.944	
P值(顯著性)	0.000	0.103	0.561	0.314	0.210	0.473	
事後檢定	日式搭配凍原之自然度: 1>4,7						

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表9 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	日自然度 凍原	日自然度 草原	日自然度 海景	日自然度 針葉林	日自然度 闊葉林	日自然度 雨林
教育 程度 平均 數	1. 國中以下	5.000	3.667	6.333	7.250	8.500	7.250
	2. 高中職	6.250	6.625	8.250	6.400	8.667	6.933
	3. 大專	7.182	6.582	7.655	6.294	7.735	7.147
	4. 研究所	6.500	7.750	9.000	6.250	8.000	7.000
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088
F值	2.548	2.031	1.517	0.462	2.395	0.053	
P值(顯著性)	0.062	0.117	0.217	0.710	0.079	0.984	

表10 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	日自然度 凍原	日自然度 草原	日自然度 海景	日自然度 針葉林	日自然度 闊葉林	日自然度 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	6.887	6.604	7.717	6.294	8.353	7.588
	2.20001-30000元	8.400	6.600	7.000	7.333	8.556	6.778
	3.30001-40000元	6.286	6.571	7.857	6.200	7.600	6.300
	4.40001-50000元	8.500	8.500	8.500	5.600	7.000	7.200
	5.50001-60000元	6.000	4.750	7.750	6.111	8.000	6.778
	6.60000元以上	6.286	6.429	8.714	6.571	8.143	7.714
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088
	F值	1.657	0.780	0.543	1.079	1.641	0.807
	P值(顯著性)	0.156	0.567	0.743	0.383	0.166	0.550

表11 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	日自然度 凍原	日自然度 草原	日自然度 海景	日自然度 針葉林	日自然度 闊葉林	日自然度 雨林	
婚姻狀況平均數	1. 未婚	7.675	6.800	7.600	7.778	8.111	6.222	
	2. 已婚無小孩	5.200	6.600	7.200	6.000	9.000	8.667	
	3. 已婚有小孩	6.152	6.212	8.121	6.133	7.978	7.156	
	總和	6.872	6.539	7.795	6.386	8.053	7.088	
		F值	11.608***	0.589	0.911	5.059**	1.006	2.049
		P值(顯著性)	0.000	0.557	0.406	0.010	0.372	0.139
	POST HOC 事後檢定	1. 日式搭配凍原之自然度: 1>2,3 2. 日式搭配針葉林之自然度: 1>3						

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表12 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.6594	4.5156	7.1250	5.3333	7.5311	5.7842
	2.山區	5.4500	3.5313	5.9250	6.4444	6.8182	6.6000
	3.漁村	6.3000	4.5625	5.8000	5.0556	6.4091	4.1000
	4.都市	5.3950	4.2625	6.5050	5.8497	7.1043	5.8647
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	0.476	0.783	1.275	1.187	0.763	2.099
	P值	0.700	0.507	0.289	0.324	0.520	0.111

表13 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	6.7333	3.0417	4.8667	7.7778	7.4545	8.2000
	2.20-29歲	5.4606	3.9091	5.6788	6.6111	7.0909	6.6500
	3.30-39歲	5.9500	7.5625	8.4500	7.0556	7.1818	5.5000
	4.40-49歲	5.0647	4.4044	7.4941	5.4300	7.1818	5.9174
	5.50-59歲	6.1133	4.6750	7.3133	5.3667	7.1409	5.5100
	6.60歲以上	5.1500	5.0000	8.4375	5.9683	7.5325	5.8429
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	1.838	5.891***	9.441***	2.774*	0.101	1.676
	P值(顯著性)	0.116	0.000	0.000	0.027	0.991	0.157
	POST HOC 事後檢定	1. 日式搭配草原之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 2. 日式搭配海景之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 3. 日式搭配針葉林之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表14 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
職業 平均數	1. 學生	5.5667	3.8368	5.6111	7.2778	7.3636	7.3000
	2. 軍警公教	5.5100	4.7875	7.4600	5.7521	6.7832	5.9846
	3. 家庭主婦	5.4000	4.3750	7.7250	4.8889	6.7273	5.7500
	4. 退休人員	4.9667	3.5417	7.3333	6.2963	6.6970	5.9000
	5. 上班族	5.7333	4.5000	6.8889	5.3611	6.8807	5.7875
	6. 自由業	5.6429	5.4107	7.7714	5.8111	7.4818	5.2000
	7. 其他	5.3556	5.0833	8.6222	5.5758	8.1570	5.8636
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	0.166	3.052**	8.390***	1.079	1.692	1.213
	P值(顯著性)	0.985	0.010	0.000	0.388	0.142	0.315
POST HOC 事後檢定	<p>1. 日式搭配草原之景觀偏好: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $\rightarrow p=0.046 < \alpha=0.05 \rightarrow$不同質(接受H1) F統計量之顯著性(P值) $p=0.010 < \alpha=0.05 \rightarrow$ANOVA \rightarrowPOSTHOC \rightarrow未假設相同變異數 \rightarrowTamhane's T2 檢定 顯著性(P值)$p > \alpha \rightarrow$無顯著差異</p> <p>2. 日式搭配海景之景觀偏好: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $\rightarrow p=0.040 < \alpha=0.05 \rightarrow$不同質(接受H1) F統計量之顯著性(P值) $p=0.000 < \alpha=0.05 \rightarrow$ANOVA \rightarrowPOSTHOC \rightarrow未假設相同變異數 \rightarrowTamhane's T2 檢定 顯著性(P值)$p > \alpha \rightarrow$無顯著差異</p>						

註:符號*代表 <0.05 ; 符號**代表 <0.01 ; 符號***代表 <0.001

表15 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
教育 程度 平均 數	1. 國中以下	5.3333	3.7917	7.0333	5.6389	7.3409	5.7750
	2. 高中職	5.5625	4.7344	7.8938	5.2667	7.3333	5.3800
	3. 大專	5.5018	4.2000	6.2291	5.9052	7.1845	6.0147
	4. 研究所	5.9250	5.0313	8.3750	5.2222	6.8636	5.6000
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	0.152	1.293	6.254***	1.168	0.150	1.217
	P值	0.928	0.283	0.001	0.331	0.929	0.312
	事後檢定	日式搭配海景之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表 <0.05 ; 符號**代表 <0.01 ; 符號***代表 <0.001

表16 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

月收入不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	5.4472	4.0024	6.2868	5.6667	7.6096	5.9118
	2.20001-30000元	5.9800	6.1750	7.8200	5.8395	7.2121	5.5222
	3.30001-40000元	6.0857	5.2857	7.5571	5.7222	6.8636	5.8900
	4.40001-50000元	3.5500	4.1875	6.9000	4.6222	7.0364	6.2600
	5.50001-60000元	5.5000	4.4063	7.4750	5.8642	6.8990	5.4333
	6.60000元以上	5.8571	4.6071	7.8000	5.8889	7.2727	5.9143
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	1.474	4.346**	2.276	0.863	0.563	0.529
	P值(顯著性)	0.209	0.002	0.056	0.512	0.728	0.753
事後檢定	日式搭配草原之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表17 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	日偏好 凍原	日偏好 草原	日偏好 海景	日偏好 針葉林	日偏好 闊葉林	日偏好 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	5.5700	3.9250	5.6700	6.4568	6.8788	6.5889
	2.已婚無小孩	5.2800	4.3500	7.6200	5.2593	8.7273	5.5000
	3.已婚有小孩	5.5182	4.8333	7.8364	5.5407	7.1778	5.6644
	總和	5.5295	4.3365	6.7115	5.6706	7.2121	5.8018
	F值	0.110	4.943**	23.768***	2.431	2.466	2.956
	P值(顯著性)	0.896	0.010	0.000	0.098	0.094	0.060
	POST HOC 事後檢定	1. 日式搭配草原之景觀偏好: 3>1 2. 日式搭配海景之景觀偏好: 2,3>1					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表18 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.7995	4.9297	7.7578	5.601	8.2632	4.4912
	2.山區	6.2917	3.6042	5.9375	6.417	7.6250	5.6250
	3.漁村	7.9583	1.9583	7.3333	5.125	7.1667	2.7917
	4.都市	6.1521	4.4646	7.3021	5.968	7.8186	5.0368
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.832	7.9371	4.7968
	F值	1.348	2.520	1.937	.570	1.069	1.111
	P值(顯著性)	0.265	0.064	0.131	.637	.370	.353

表19 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
年齡層 平均數	1.19歲以下	7.1389	4.7500	6.7500	8.4167	8.4167	7.9167
	2.20-29歲	6.5606	3.9949	6.6465	7.1667	7.8333	5.2500
	3.30-39歲	5.4583	6.1667	8.9583	7.0000	8.3750	4.7708
	4.40-49歲	5.4363	4.9951	7.8578	5.6884	7.9094	5.1775
	5.50-59歲	6.1167	4.6722	8.0111	5.4417	7.8000	4.3917
	6.60歲以上	4.9687	5.1563	8.4375	6.0000	8.1310	4.1429
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.8319	7.9371	4.7968
	F值	2.534*	1.481	4.508***	0.275	0.258	0.996
	P值(顯著性)	0.036	0.207	0.001	0.061	0.934	0.430
POST HOC 事後檢定	1.日式搭配凍原之復癒性: 2,5>6 2.日式搭配海景之復癒性:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表20 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
職業 平均數	1.學生	6.6088	4.0579	6.6551	7.9167	8.2083	6.7917
	2.軍警公教	5.2917	4.7083	7.9917	5.5449	7.5513	5.0833
	3.家庭主婦	5.7917	4.6667	8.3542	5.5417	7.8333	2.6667
	4.退休人員	5.1944	4.3889	8.1111	6.6667	7.5000	5.1667
	5.一般上班族	6.1667	5.3981	7.5185	5.5573	7.6198	5.4010
	6.自由業	5.6667	4.7738	8.0357	6.0833	8.2417	4.0083
	7.其他	5.3333	5.2963	8.6204	5.7879	8.6667	4.2197
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.8319	7.9371	4.7968
	F值	1.793	1.150	3.978**	1.249	1.621	1.519
	P值(顯著性)	0.113	0.343	0.002	0.298	0.161	0.191
事後檢定	日式搭配海景之復癒性:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表 <0.05 ;符號**代表 <0.01 ;符號***代表 <0.001

表21 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
教育 程度 平均 數	1.國中(含)以下	5.6944	3.9444	7.8333	6.1042	8.0417	2.6667
	2.高中職	5.6771	4.9427	8.0521	5.4222	8.0444	4.3056
	3.大專	6.2227	4.4485	7.1333	6.0539	7.8824	5.2574
	4.研究所(含)以上	5.6458	4.7708	8.5208	5.2083	7.8958	4.8542
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.8319	7.9371	4.7968
	F值	0.646	0.460	2.471	1.063	0.085	2.653
	P值(顯著性)	0.588	0.711	0.068	0.373	0.968	0.058

表22 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
月收入 平均 數	1.20000元以下	6.2406	4.3475	7.0676	6.1961	8.5147	4.8186
	2.20001-30000元	6.0833	5.8333	8.4000	6.0741	8.0648	4.7130
	3.30001-40000元	6.0833	5.2262	8.1429	5.6667	7.3917	4.8750
	4.40001-50000元	4.3333	3.9583	7.1667	4.6667	7.2500	5.7167
	5.50001-60000元	5.1458	4.8333	8.2292	5.5093	7.6481	4.0463
	6.60000元以上	5.6786	4.4643	8.2738	6.1190	8.0119	5.0476
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.8319	7.9371	4.7968
	F值	0.967	0.953	2.116	1.218	2.174	0.475
	P值(顯著性)	0.444	0.452	0.073	0.314	0.071	0.793

表23 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	日復癒 凍原	日復癒 草原	日復癒 海景	日復癒 針葉林	日復癒 闊葉林	日復癒 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1. 未婚	6.5292	4.1854	6.7646	6.9722	7.7778	6.0463
	2. 已婚無小孩	6.2667	5.7833	7.9833	5.4444	8.9722	2.7778
	3. 已婚有小孩	5.4621	4.7980	8.1288	5.6296	7.9000	4.6815
	總和	6.0609	4.5470	7.4199	5.8319	7.9371	4.7968
	F值	4.569*	2.531	9.247***	4.085*	1.468	3.718*
	P值(顯著性)	0.013	0.086	0.000	0.022	0.239	0.031
POST HOC 事後檢定	<p>1. 日式搭配凍原之復癒性: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $\rightarrow p=0.014 < \alpha \rightarrow$不同質(接受H1) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.013 < \alpha=0.05$ ANOVA \rightarrow POSTHOC \rightarrow 未假設相同變異數 \rightarrow Tamhane's T2 檢定顯著性(P值)$p < \alpha \rightarrow$ 在95%的信心水準下, 有顯著差異 1>3</p> <p>2. 日式搭配海景之復癒性: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.469 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.000 < \alpha$ 至少有一組與眾不同 ANOVA POST HOC(做事後比 較) 假設相同變異數LSD檢定顯著性(P值)$p < 0.05$在95%的信心水 準下, 有顯著差異 3>1</p> <p>3. 日式搭配針葉林之復癒性: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.824 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.022 < \alpha$ 至少有一組與眾不同 ANOVA POST HOC(做事後比 較) 假設相同變異數LSD檢定顯著性(P值)$p < 0.05$ 在95%的信心水 準下, 有顯著差異 1>3</p> <p>4. 日式搭配熱帶雨林之復癒性: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.839 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.031 < \alpha$ 至少有一組與眾不同 ANOVA POST HOC(做事後比 較) 假設相同變異數LSD檢定顯著性(P值)$p < 0.05$ 在95%的信心水 準下, 有顯著差異 1>2</p>						

註:符號*代表 <0.05 ; 符號**代表 <0.01 ; 符號***代表 <0.001

表24 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	日消費意圖 凍原	日消費意圖 草原	日消費意圖 海景	日消費意圖 針葉林	日消費意圖 闊葉林	日消費意圖 雨林
居住地平均數	1.農村	5.2500	4.3125	7.5938	5.0789	8.1842	3.3421
	2.山區	5.3750	2.8750	6.2500	7.5000	8.0000	4.2500
	3.漁村	7.2500	1.0000	7.5000	5.5000	6.2500	1.5000
	4.都市	5.4125	3.7500	7.4250	5.7353	7.7647	3.7206
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	0.558	1.784	0.564	1.244	1.233	0.578
	P值	0.645	0.158	0.640	0.303	0.307	0.632

表25 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	日消費意圖 凍原	日消費意圖 草原	日消費意圖 海景	日消費意圖 針葉林	日消費意圖 闊葉林	日消費意圖 雨林
年齡層平均數	1.19歲以下	7.1667	1.3333	5.3333	9.0000	8.0000	8.0000
	2.20-29歲	5.5000	2.9394	7.0152	8.0000	9.0000	4.0000
	3.30-39歲	6.5000	8.0000	9.0000	6.7500	7.8750	3.7500
	4.40-49歲	4.5588	4.5882	7.3235	5.2391	7.7174	3.8696
	5.50-59歲	6.0000	4.4000	8.1000	5.2750	7.9500	2.9500
	6.60歲以上	4.6250	5.0625	8.5625	5.6429	7.7143	3.2143
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	1.606	5.140***	2.392*	2.083	0.310	0.972
	P值(顯著性)	0.170	0.000	0.046	0.083	0.905	0.444
	POST HOC 事後檢定	1.日式搭配草原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 2.日式搭配海景之消費意圖：做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表26 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	消費意圖 凍原	消費意圖 草原	消費意圖 海景	消費意圖 針葉	消費意圖 闊葉	消費意圖 雨林
職業平均數	1.學生	5.6389	2.8056	6.8750	9.0000	8.5000	6.5000
	2.軍警公教	5.0500	5.0000	7.6500	5.1923	7.1923	3.6154
	3.家庭主婦	5.8750	4.7500	9.0000	6.2500	8.7500	1.2500
	4.退休人員	3.8333	4.1667	8.1667	6.0000	7.1667	4.3333
	5.一般上班	5.5556	4.6667	7.2222	5.1563	7.6250	4.4375
	6.自由業	5.1429	4.4286	7.5000	6.1000	8.2000	2.1500
	7.其他	5.1111	5.1111	8.6667	5.2727	8.5909	3.0455
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	0.486	2.859*	1.760	1.698	1.496	1.877
	P值	0.831	0.015	0.120	0.141	0.199	0.103
	事後檢定	日式搭配草原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表27 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	消費意圖 凍原	消費意圖 草原	消費意圖 海景	消費意圖 針葉	消費意圖 闊葉	日消費意圖 雨林
教育程度平均數	1.國中以下	6.0000	3.8333	8.6667	6.7500	8.0000	1.8750
	2.高中職	5.1250	4.5313	7.7500	5.3667	8.0000	2.8333
	3.大專	5.4636	3.6091	7.1909	5.6471	7.8088	3.9853
	4.研究所	5.0000	4.7500	8.6250	4.5000	7.6250	4.0000
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	0.229	0.874	1.365	1.041	0.105	1.415
	P值(顯著性)	0.876	0.458	0.260	0.382	0.957	0.249

表28 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

月收入不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	日消費意圖 凍原	日消費意圖 草原	日消費意圖 海景	日消費意圖 針葉林	日消費意圖 闊葉林	日消費意圖 雨林
月收入平均數	20000元以下	5.4151	3.3679	7.1698	5.9118	8.6765	3.3529
	20001-30000元	6.7000	6.8000	8.7000	6.0556	8.0000	3.6667
	30001-40000元	5.7857	5.1429	7.7143	5.5500	7.0500	3.4000
	40001-50000元	2.2500	2.0000	5.5000	4.6000	6.8000	4.7000
	50001-60000元	5.1250	5.2500	8.1250	5.0000	7.6111	3.1111
	60000元以上	4.9286	4.0000	8.4286	5.5714	7.9286	3.7143
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	1.444	3.683**	1.588	0.646	2.718*	0.283
	P值(顯著性)	0.219	0.005	0.174	0.666	0.030	0.920
	POST HOC 事後檢定	1 日式搭配草原之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異. 2. 日式搭配闊葉林之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表29 日式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	日消費意圖 凍原	日消費意圖 草原	日消費意圖 海景	日消費意圖 針葉林	日消費意圖 闊葉林	日消費意圖 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	5.5250	2.9875	6.8625	7.1111	7.6667	5.0556
	2.已婚無小孩	5.3000	4.8000	7.7000	5.0000	9.0000	1.8333
	3.已婚有小孩	5.2424	4.7879	8.0909	5.3000	7.8222	3.3444
	總和	5.3910	3.8654	7.4359	5.5702	7.8596	3.5351
	F值	0.164	6.957**	3.989*	4.033*	1.045	2.612
	P值(顯著性)	0.849	0.002	0.023	0.023	0.359	0.083
	POST HOC 事後檢定	1.日式搭配草原之消費意圖: 3>1 2.日式搭配海景之消費意圖: 3>1 3日式搭配針葉林之消費意圖:.1>3					

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表30 地中海式建築搭配不同景觀t檢定

景觀特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	復愈性 平均數	消費意圖 平均數	景觀 特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	復愈性 平均數	消費意圖 平均數
地凍	1.男	3.778	4.9944	4.6528	4.4167	地針	1.男	5.805	5.1729	6.4980	6.2927
	2.女	4.550	5.2000	4.6688	4.2125		2.女	6.019	5.4865	6.1049	5.8981
	總和	4.310	5.136	4.664	4.276		總和	5.926	5.351	6.275	6.068
	F值	0.724	2.740	0.684	0.552		F值	0.066	0.372	0.000	1.587
	顯著性	0.398	0.103	0.412	0.461		顯著性	0.798	0.544	0.999	0.211
	t值	-1.194	-0.600	-0.034	0.339		t值	-0.540	-1.437	1.255	0.973
	顯著性	0.238	0.551	0.973	0.736		顯著性	0.591	0.154	0.213	0.333
地草	1.男	4.222	5.0617	4.6065	4.7778	地闊	1.男	6.366	5.9756	6.1646	5.6463
	2.女	5.450	5.4611	5.6937	5.4500		2.女	6.333	6.0034	6.2346	5.6944
	總和	5.069	5.337	5.356	5.241		總和	6.347	5.991	6.204	5.674
	F值	0.387	0.945	0.060	1.329		F值	0.934	0.873	0.096	0.222
	顯著性	0.536	0.335	0.808	0.254		顯著性	0.336	0.352	0.757	0.639
	t值	-2.019*	-1.404	-2.368*	-1.213		t值	0.086	-0.122	-0.269	-0.138
	顯著性	0.048	0.166	0.021	0.230		顯著性	0.932	0.903	0.789	0.891
t檢定	2>1		2>1								
地海	1.男	7.000	7.5667	7.7917	7.9722	地雨	1.男	5.585	6.5220	4.6992	3.3659
	2.女	7.825	7.5675	8.0229	7.9875		2.女	5.370	6.3204	4.4182	3.3519
	總和	7.569	7.567	7.951	7.983		總和	5.463	6.407	4.540	3.358
	F值	8.067**	1.072	1.261	0.200		F值	0.077	0.004	2.680	1.166
	顯著性	0.006	0.305	0.266	0.656		顯著性	0.783	0.950	0.105	0.283
	t值	-1.247	-0.002	-0.675	-0.034		t值	0.372	0.904	0.736	0.031
	顯著性	0.225	0.998	0.503	0.973		顯著性	0.711	0.368	0.464	0.976

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表31 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的自然度的差異

景觀 特徵	類別	地自然 度凍原	地自然 度草原	地自然 度海景	地自然 度針葉	地自然 度闊葉	地自然度 雨林
居住 地 平均 數	5. 農村	4.600	5.600	7.900	5.938	6.656	5.875
	6. 山區	1.000	1.000	5.000	6.800	6.600	4.000
	7. 漁村	5.000	6.000	8.000	7.000	6.000	8.000
	8. 都市	4.222	4.861	7.444	5.825	6.158	5.316
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	0.846	1.765	0.830	0.504	0.546	1.029
	P值顯著性	0.475	0.165	0.483	0.681	0.652	0.384

表32 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
年齡層不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	地自然度 凍原	地自然度 草原	地自然度 海景	地自然度 針葉林	地自然度 闊葉林	地自然度 雨林
年齡層 平均 數	1. 19歲以下	9.000	9.000	7.000	5.714	6.000	5.571
	2. 20-29歲	4.429	4.143	8.571	6.000	6.275	4.400
	3. 30-39歲	3.800	4.000	7.800	4.000	6.000	5.000
	4. 40-49歲	4.091	5.227	6.864	6.120	6.600	6.480
	5. 50-59歲	4.471	5.471	8.118	5.846	6.385	6.769
	6. 60歲以上	4.167	4.667	7.333	6.333	6.333	5.667
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	0.951	1.338	1.300	0.958	0.181	2.663*
	P值(顯著性)	0.456	0.263	0.278	0.468	0.969	0.027
	POST HOC 事後檢定	地中海式搭配熱帶雨林之自然度: Levene F統計量的顯著性(一般"p"值)P值 =0.026<0.05不同質 ANOVA→POSTHOC→未假設相同變異數→Tamhane's T2 檢定 P值>0.05 無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表33 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	地自然度 凍原	地自然 度草原	地自然 度海景	地自然 度針葉	地自然 度闊葉	地自然 度雨林
職業 平均 數	1. 學生	7.667	5.667	7.333	6.136	6.409	4.682
	2. 軍警公教	4.348	5.174	7.261	5.800	6.933	6.467
	3. 家庭主婦	2.600	5.200	8.200	6.800	6.800	7.400
	4. 退休人員	4.750	4.500	6.750	5.000	6.000	6.333
	5. 上班族	5.000	5.583	7.667	5.273	6.182	5.455
	6. 自由業	3.250	3.250	7.250	6.250	6.250	6.500
	7. 其他	3.143	4.857	8.714	5.692	5.539	5.692
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	2.555*	0.644	0.713	0.648	0.765	1.516
	P值	0.031	0.694	0.641	0.692	0.599	0.182
事後檢定	地中海式搭配凍原之自然度: 1>2,3,6,7 ; 5>3						

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表34 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	地自然度凍原	地自然度草原	地自然度海景	地自然度針葉	地自然度闊葉	地自然度雨林
教育程度平均數	1.國中以下	4.87	6.000	7.429	7.400	6.800	6.600
	2.高中職	2.800	4.800	8.800	6.467	6.600	6.933
	3.大專	4.667	4.741	7.556	5.723	6.200	4.954
	4.研究所	4.000	5.263	7.316	5.700	6.700	6.000
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	1.207	0.681	0.776	1.736	0.455	2.666
	P值(顯著性)	0.316	0.567	0.512	0.165	0.714	0.052

表35 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	地自然度凍原	地自然度草原	地自然度海景	地自然度針葉	地自然度闊葉	地自然度雨林
月收入平均數	1.20000元以下	2.000	4.250	8.000	6.068	6.305	5.085
	2.20001-30000元	4.556	4.500	7.667	6.167	6.167	5.500
	3.30001-40000元	4.714	6.143	8.571	5.333	6.111	5.889
	4.40001-50000元	4.250	4.750	5.500	5.000	6.000	4.667
	5.50001-60000元	3.600	4.800	7.100	5.667	6.333	6.333
	6.60000元以上	4.933	5.733	7.733	5.917	6.917	6.750
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	1.358	1.007	1.527	0.410	0.292	0.940
P值(顯著性)	0.255	0.423	0.198	0.840	0.916	0.459	

表36 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	地自然度凍原	地自然度草原	地自然度海景	地自然度針葉	地自然度闊葉	地自然度雨林
婚姻狀況平均數	2.未婚	5.000	4.615	7.769	6.060	6.320	4.680
	3.已婚無小孩	5.200	6.000	7.600	5.600	7.000	6.200
	4.已婚有小孩	3.975	5.100	7.500	5.800	6.300	6.350
	總和	4.310	5.069	7.569	5.926	6.347	5.463
	F值	1.419	0.721	0.091	0.281	0.334	4.514*
P值(顯著性)	0.251	0.491	0.913	0.756	0.717	0.013	
事後檢定	地中海式搭配熱帶雨林之自然度: 2,3>1						

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表37 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.2000	5.3611	7.8450	5.4460	6.2500	6.1562
	2.山區	4.5000	5.2222	6.1000	4.8909	5.2727	6.3200
	3.漁村	4.4000	4.7778	8.6000	4.8182	6.3636	5.1000
	4.都市	5.1389	5.3426	7.4250	5.3477	5.9027	6.5789
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	0.229	0.105	1.275	0.477	1.498	1.661
	P值	0.876	0.957	0.292	0.699	0.221	0.195

表38 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
年齡層不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	8.6000	7.8889	8.9000	4.7792	5.6883	6.3714
	2.20-29歲	5.2571	5.1111	7.2857	5.1068	5.3477	6.5650
	3.30-39歲	5.0800	4.6889	7.1000	5.4773	6.6818	6.1500
	4.40-49歲	5.1818	5.3990	7.6182	5.8255	6.5491	6.1200
	5.50-59歲	5.0000	5.4575	7.6529	5.3147	6.4266	6.3923
	6.60歲以上	4.6833	5.1481	7.6333	5.6667	6.9091	6.8000
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	2.086	2.031	0.476	2.068	7.810***	0.727
	P值(顯著性)	0.082	0.090	0.793	0.077	0.000	0.605
	POST HOC 事後檢定	地中海式搭配闊葉林之景觀偏好:Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.618 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性 $p=0.000 < \alpha$ → 至少有一組 與眾不同 → ANOVA → POST HOC(做事後比較) → 假設相同變異數 → LSD檢定 顯著性(P值) $p > \alpha$ → 無顯著差異					

註:符號*代表 <0.05 ; **代表 <0.01 ; ***代表 <0.001

表39 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
職業 平均數	1. 學生	7.2667	6.4444	7.5667	5.0434	5.4070	6.5591
	2. 軍警公教	5.1130	5.3092	7.6696	5.5515	6.5455	6.4733
	3. 家庭主婦	4.4200	5.4222	7.1800	5.9273	7.1091	6.8600
	4. 退休人員	5.0500	5.5556	7.5000	5.5455	7.0303	6.9000
	5. 上班族	5.5667	5.3796	7.5167	5.7190	6.2562	6.2364
	6. 自由業	4.8000	4.8611	6.8250	5.8864	6.8864	5.5750
	7. 其他	4.3143	4.9683	8.0571	5.4196	6.1608	5.9308
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	3.439**	0.941	0.536	1.408	6.183***	1.305
	P值(顯著性)	0.006	0.474	0.778	0.221	0.000	0.263
POST HOC 事後檢定	<p>1.地中海式搭配凍原之景觀偏好:Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.449 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)$p=0.006 < \alpha \rightarrow$至少有一組與眾不同$\rightarrow$ANOVA$\rightarrow$POST HOC(做事後比較)$\rightarrow$假設相同變異數$\rightarrow$LSD檢定顯著性(P值)$p > \alpha \rightarrow$無顯著差異</p> <p>2. 地中海式搭配闊葉林之景觀偏好:Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.150 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)$p=0.000 < \alpha \rightarrow$至少有一組與眾不同$\rightarrow$ANOVA$\rightarrow$POST HOC(做事後比較)$\rightarrow$假設相同變異數$\rightarrow$LSD檢定顯著性(P值)$p > \alpha \rightarrow$無顯著差異</p>						

註:符號*代表 <0.05 ; **代表 <0.01 ; ***代表 <0.001

表40 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
教育 程度 平均 數	1. 國中以下	5.6714	5.8413	7.8429	6.3818	7.1818	7.0800
	2. 高中職	5.2400	5.1111	7.4800	5.7515	6.9515	6.3867
	3. 大專	5.0741	5.1934	7.6444	5.1427	5.6098	6.3646
	4. 研究所	5.0000	5.4152	7.3789	5.5909	6.4364	6.3800
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	0.569	0.878	0.310	3.573*	12.195***	0.684
	P值	0.638	0.458	0.818	0.017	0.000	0.564
	POST HOC 事後檢定	<p>1.地中海式搭配針葉林之景觀偏好: 1,2>3</p> <p>2.地中海式搭配闊葉林之景觀偏好: 1>3</p>					

註:符號*代表 <0.05 ; **代表 <0.01 ; ***代表 <0.001

表41 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
月收入 平均 數	1.20000元以下	3.8500	5.1944	7.5000	5.1864	5.7011	6.4915
	2.20001-30000元	5.6333	5.2222	7.3500	6.2879	6.3333	6.2667
	3.30001-40000元	5.0286	5.7143	8.0571	5.3535	6.6465	6.4000
	4.40001-50000元	5.4250	5.3333	7.0500	5.3030	5.4545	4.4333
	5.50001-60000元	4.5500	5.1222	7.5900	5.4848	6.4394	7.0000
	6.60000元以上	5.2467	5.4815	7.7400	5.6364	6.6667	6.2667
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	2.346	0.387	0.536	1.452	3.174*	2.759*
	P值(顯著性)	0.054	0.856	0.748	0.214	0.011	0.023
	POST HOC 事後檢定	1.地中海式搭配闊葉林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 2.地中海式搭配熱帶雨林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05 ; **代表<0.01 ; ***代表<0.001

表42 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	地偏好 凍原	地偏好 草原	地偏好 海景	地偏好 針葉林	地偏好 闊葉林	地偏好 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1.未婚	5.6538	5.3590	7.4000	5.1345	5.4509	6.4560
	2.已婚無小孩	5.2800	5.2222	7.5800	5.3818	6.8727	5.7200
	3.已婚有小孩	4.9500	5.3444	7.6200	5.6182	6.5568	6.4325
	總和	5.1362	5.3372	7.5672	5.3512	5.9914	6.4074
	F值	1.775	0.035	0.159	2.386	17.640***	1.086
	P值(顯著性)	0.179	0.965	0.854	0.098	0.000	0.342
	事後檢定	地中海式搭配闊葉林之景觀偏好: 2,3>1					

註:符號*代表<0.05 ; **代表<0.01 ; ***代表<0.001

表43 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.0542	5.5750	8.2000	6.0286	6.3542	4.3333
	2.山區	5.0833	5.0833	7.1667	7.0833	6.2167	5.0833
	3.漁村	4.2500	5.0000	8.8333	5.1667	7.0833	3.3333
	4.都市	4.4468	5.2523	7.8102	6.3611	6.1038	4.6287
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	0.625	0.174	0.763	0.994	0.433	0.460
	P值	0.602	0.913	0.520	0.400	0.730	0.711

表44 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
年齡層不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀 特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
年齡層 平均數	1.19歲以下	7.0833	7.9167	8.7500	5.8214	6.7738	5.0714
	2.20-29歲	4.8452	4.7381	7.7857	6.7938	6.1271	5.0542
	3.30-39歲	4.7833	4.4000	7.8667	5.7500	6.4167	4.6042
	4.40-49歲	4.6856	5.4508	7.8977	6.2167	6.2933	4.1500
	5.50-59歲	4.4412	5.5539	8.1373	5.3269	5.8013	3.5962
	6.60歲以上	4.5000	5.5417	7.7500	5.9861	6.4167	4.1111
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	0.516	1.056	0.227	2.387*	0.663	1.792
	P值(顯著性)	0.763	0.395	0.949	0.044	0.653	0.123
	事後檢定	地中海式搭配針葉林之復癒性: 2>5					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表45 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
職業 平均 數	1.學生	7.0833	6.7778	7.3611	6.7424	6.2955	5.0758
	2.軍警公教	4.3007	5.2464	7.9855	5.7444	6.2500	3.9611
	3.家庭主婦	4.5833	5.7167	8.0500	6.1000	6.6000	4.1500
	4.退休人員	4.5208	5.7500	7.6042	5.8333	6.9167	5.6667
	5.一般上班族	5.4167	5.5833	7.9236	6.1061	6.2424	4.6818
	6.自由業	4.1667	4.2083	7.3958	6.2500	6.3958	3.8750
	7.其他	3.9524	4.8929	8.5833	5.6218	5.4359	3.3654
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	2.277	0.872	0.625	1.531	1.134	2.264*
	P值(顯著性)	0.051	0.522	0.709	0.178	0.349	0.046
	事後檢定	地中海式搭配熱帶雨林之復癒性:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表46 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
教育 程度 平均 數	1.國中(含)以下	5.6429	6.2619	8.3690	6.9667	6.6833	6.0500
	2.高中職	4.4167	5.1333	8.3000	6.0500	6.2722	3.4444
	3.大專	4.8920	5.1759	7.9414	6.3679	6.1269	4.6910
	4.研究所(含)以上	4.0439	5.3377	7.7193	5.6583	6.3667	4.4417
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	2.082	0.801	0.646	1.092	0.391	3.279*
	P值(顯著性)	0.113	0.498	0.589	0.357	0.760	0.025
	事後檢定	地中海式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異3>2					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表47 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
月收入 平均 數	1.20000元以下	4.1458	4.9375	8.1250	6.5240	6.2189	4.7952
	2.20001-30000元	5.3611	5.2176	7.8935	6.8889	6.0694	4.6667
	3.30001-40000元	4.7262	6.4405	8.5714	5.4167	6.3333	4.3889
	4.40001-50000元	5.4167	5.0000	7.1042	5.8611	5.5833	4.1667
	5.50001-60000元	3.8250	4.9833	7.8333	5.8333	6.2361	4.4028
	6.60000元以上	4.2944	5.4722	7.9889	5.7083	6.2431	3.4931
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	1.690	0.789	0.803	1.625	0.178	1.058
	P值(顯著性)	0.153	0.562	0.553	0.162	0.970	0.389

表48 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	地復癒 凍原	地復癒 草原	地復癒 海景	地復癒 針葉林	地復癒 闊葉林	地復癒 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1. 未婚	4.9679	5.5641	7.7692	6.6817	6.2467	5.0333
	2. 已婚無小孩	4.8333	5.3167	7.5000	4.8333	6.0500	2.6667
	3. 已婚有小孩	4.5438	5.2937	8.0667	5.9458	6.1708	4.1562
	總和	4.6638	5.3563	7.9511	6.2746	6.2044	4.5395
	F值	0.353	0.124	0.678	5.473**	0.080	5.807**
	P值(顯著性)	0.704	0.883	0.512	0.006	0.924	0.04
	POST HOC 事後檢定	<p>1. 地中海式搭配針葉林之復癒性:Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.248 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.006 < \alpha \rightarrow$至少有一組與眾不同 \rightarrowANOVA \rightarrowPOST HOC(做事後比較) \rightarrow假設相同變異數 \rightarrowLSD檢定顯著性(P值)$p < \alpha$ 在95%的信心水準下,有顯著差異 1>2,3 ; 3>2</p> <p>2. 地中海式搭配熱帶雨林之復癒性:Levene F統計量的顯著性(一般"p"值) $p=0.491 > \alpha=0.05$ 同質(接受H0) F統計量之顯著性(P值)p值 $=0.04 < \alpha \rightarrow$至少有一組與眾不同 \rightarrowANOVA \rightarrowPOST HOC(做事後比較) \rightarrow假設相同變異數 \rightarrowLSD檢定 P值 < 0.05 在95%的信心水準下,有顯著差異 1>2, 3</p>					

註:符號*代表 <0.05 ; **代表 <0.01 ; ***代表 <0.001

表49 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
居住地平均數	1.農村	4.9000	5.1500	7.9000	5.8438	5.8281	3.2188
	2.山區	5.0000	5.0000	8.0000	6.9000	5.5000	3.4000
	3.漁村	4.0000	5.0000	9.0000	5.0000	7.0000	3.5000
	4.都市	3.9167	5.3056	8.0000	6.1404	5.5789	3.4298
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	0.982	0.036	0.156	0.558	0.369	0.064
	P值	0.408	0.991	0.926	0.644	0.775	0.979

表50 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
年齡層平均數	1.19歲以下	9.0000	8.0000	9.0000	5.0714	6.4286	3.7857
	2.20-29歲	4.0000	5.1429	8.2857	6.5750	5.2000	3.6750
	3.30-39歲	5.2000	4.5000	8.3000	5.8750	6.8750	2.8750
	4.40-49歲	4.4773	5.2273	7.5909	6.0800	5.9200	3.3200
	5.50-59歲	3.7059	5.2353	8.2353	5.0769	5.6154	2.8077
	6.60歲以上	3.9167	5.5833	7.9167	6.0833	6.2500	2.4167
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	1.638	0.557	0.528	1.626	1.636	0.636
	P值(顯著性)	0.166	0.733	0.754	0.161	0.159	0.673

表51 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
職業平均數	1.學生	7.6667	7.5000	8.1667	6.4545	5.4886	3.6250
	2.軍警公教	4.1304	5.0870	8.1522	5.7667	5.9333	3.0333
	3.家庭主婦	2.9000	4.5000	8.6000	5.5000	6.0000	3.6000
	4.退休人員	3.8750	6.0000	7.8750	5.8333	6.5000	3.6667
	5.一般上班族	5.1250	5.9583	7.8333	5.8182	6.2273	3.9545
	6.自由業	3.2500	3.7500	6.8750	5.7500	5.7500	2.5000
	7.其他	3.6429	4.5000	7.8571	5.6923	5.1923	2.4231
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	2.699*	1.887	0.523	0.533	0.666	0.809
	P值(顯著性)	0.024	0.101	0.788	0.782	0.677	0.566
	事後檢定	地中海式搭配凍原之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表52 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
教育程度平均數	1.國中以下	5.0000	5.7857	8.5714	6.9000	6.5000	5.2000
	2.高中職	3.8000	4.4000	8.5000	6.0000	6.1333	2.0667
	3.大專	4.6111	5.1667	7.8519	6.1154	5.4538	3.4538
	4.研究所以上	3.6579	5.3684	7.8158	5.4500	6.0000	3.7500
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	1.146	0.513	0.643	0.644	1.288	3.298*
	P值(顯著性)	0.339	0.675	0.591	0.588	0.283	0.024
	事後檢定	地中海式搭配熱帶雨林之消費意圖:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; **代表<0.01; ***代表<0.001

表53 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

月收入不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	2.2500	4.5000	8.5000	6.2797	5.4831	3.4915
	2.20001-30000元	5.0000	4.8889	8.0833	6.6667	6.4167	3.8333
	3.30001-40000元	4.5714	5.9286	7.4286	5.3333	6.0556	3.1667
	4.40001-50000元	5.0000	4.5000	7.2500	4.5000	5.0000	3.3333
	5.50001-60000元	3.8000	5.4500	8.0000	6.0833	6.5833	3.6667
	6.60000元以上	3.9333	5.6000	8.1667	5.6667	5.6667	2.4583
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	1.544	0.619	0.478	0.989	0.926	0.531
	P值(顯著性)	0.192	0.686	0.791	0.429	0.468	0.752

表54 地中海式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	地消費意圖 凍原	地消費意圖 草原	地消費意圖 海景	地消費意圖 針葉林	地消費意圖 闊葉林	地消費意圖 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	5.0769	5.7308	8.1538	6.3900	5.5000	3.7100
	2.已婚無小孩	4.3000	5.3000	7.4000	4.6000	5.7000	2.4000
	3.已婚有小孩	4.0125	5.0750	8.0000	5.8500	5.8875	3.0375
	總和	4.2759	5.2414	7.9828	6.0684	5.6737	3.3579
	F值	1.269	0.542	0.423	2.399	0.588	1.575
	P值(顯著性)	0.289	0.584	0.657	0.096	0.558	0.213

表55 閩式建築 t檢定

景觀特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	復應性 平均數	消費意圖 平均數	景觀 特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	復應性 平均數	消費意圖 平均數
閩凍	1.男	4.0833	5.3806	5.0417	4.4306	閩針	1.男	6.7600	5.8960	6.2333	6.0800
	2.女	3.9783	5.4391	4.8696	4.5109		2.女	6.0588	5.8853	5.9240	5.7941
	總和	4.024	5.413	4.945	4.476		總和	6.356	5.890	6.055	5.915
	F值	0.307	2.914	0.661	0.302		F值	8.518	2.664	6.157	5.638
	顯著性	0.581	0.092	0.419	0.584		顯著性	0.005	0.108	0.016	0.021
	t值	0.232	-0.253	0.562	-0.181		t值	2.065	0.049	1.122	0.746
	顯著性	0.817	0.801	0.575	0.857		顯著性	0.045	0.961	0.267	0.459
閩草	1.男	6.3889	4.9646	5.8449	5.2778	閩闊	1.男	8.1600	7.6218	7.9100	7.8400
	2.女	6.3261	5.4269	6.1214	5.5109		2.女	7.5882	7.3957	7.5196	7.6324
	總和	6.354	5.224	6.000	5.409		總和	7.831	7.492	7.685	7.720
	F值	0.419	1.034	1.152	0.373		F值	11.817	1.594	2.596	1.045
	顯著性	0.520	0.312	0.286	0.543		顯著性	0.001	0.212	0.113	0.311
	t值	0.135	-1.812	-0.852	-0.500		t值	1.913	0.757	1.139	0.489
	顯著性	0.893	0.074	0.397	0.618		顯著性	0.063	0.452	0.259	0.627
閩海	1.男	6.1667	6.9306	7.5440	7.9306	閩雨	1.男	8.0400	5.5564	4.2667	3.0800
	2.女	6.2609	6.9094	7.6558	7.9130		2.女	6.2353	5.9412	4.3407	3.1029
	總和	6.220	6.919	7.607	7.921		總和	7.000	5.778	4.309	3.093
	F值	1.598	0.115	0.031	0.007		F值	16.303	0.015	0.470	0.373
	顯著性	0.210	0.736	0.861	0.933		顯著性	0.000	0.904	0.496	0.544
	t值	-0.150	0.066	-0.414	0.052		t值	3.731	-2.007	-0.209	-0.044
	顯著性	0.881	0.947	0.680	0.959		顯著性	0.000	0.050	0.836	0.965

註:符號*表示<0.05 ; 符號**表示<0.01 ; 符號***表示<0.001

表56 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特 徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然度 草原	閩自然度 海景	閩自然度 針葉林	閩自然度 闊葉林	閩自然度 雨林
居住 地 平均數	1.農村	4.6897	6.9655	7.1034	6.8750	8.0417	7.2917
	2.山區						
	3.漁村	4.0000	3.0000	4.5000			
	4.都市	3.6471	6.1373	5.7843	6.0000	7.6857	6.8000
	總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	2.546	4.482*	2.509	5.420*	1.044	0.730
	P值	0.085	0.014	0.088	0.023	0.311	0.396
	事後檢定	1. 閩式搭配草原之自然度:有顯著差異1,4>2 2. 閩式搭配針葉林之自然度:有顯著差異2>4					

註:符號*代表<0.05 ; 符號**代表<0.01 ; 符號***代表<0.001

表57 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
年齡層不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然度 草原	閩自然度 海景	閩自然度 針葉林	閩自然度 闊葉林	閩自然度 雨林
年齡層 平均 數	1.19歲以下	3.7000	4.7000	4.2000	6.6667	7.1667	5.0000
	2.20-29歲	2.8621	6.3448	4.1034	5.0000	7.0000	4.0000
	3.30-39歲	1.0000	9.0000	8.0000	7.0000	6.0000	3.0000
	4.40-49歲	5.3333	7.1429	8.1905	6.3200	8.0000	7.2400
	5.50-59歲	4.3846	6.1538	7.7692	6.4118	7.7647	7.4706
	6.60歲以上	5.0000	6.3750	8.5000	6.3750	8.3750	8.0000
	總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	6.064***	2.407*	15.998***	0.418	1.244	3.759**
	P值	0.000	0.044	0.000	0.834	0.302	0.005
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之自然度:有顯著差異 1,2,3>4,5,6 2. 閩式搭配草原之自然度:有顯著差異 3>1,2,4,5,6,7 3. 閩式搭配海景之自然度:有顯著差異 3,4,6>1,2 4. 閩式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異4,5,6>1,2,3					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表58 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然度 草原	閩自然度 海景	閩自然度 針葉林	閩自然度 闊葉林	閩自然度 雨林
職業 平均 數	1. 學生	3.1351	5.8378	4.1622	6.7143	7.4286	5.0000
	2. 軍警公教	5.1875	7.1875	7.9375	6.2500	7.9375	6.5625
	3. 家庭主婦	4.6667	7.1667	7.6667	7.0000	8.2857	8.7143
	4. 退休人員	4.7500	6.0000	8.2500	5.5000	8.5000	8.0000
	5. 上班族	3.3333	6.6667	7.8333	6.1818	7.5455	7.1818
	6. 自由業	4.3333	6.0000	7.1667	5.8571	7.1429	6.4286
	7. 其他	5.4286	6.7143	8.5714	6.8571	8.2857	8.0000
	總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	3.507**	1.071	10.528***	0.811	0.982	0.737*
	P值	0.004	0.387	0.000	0.566	0.447	0.022
事後檢定	1. 閩式搭配凍原之自然度:有顯著差異2,7>1,5 2. 閩式搭配海景和熱帶雨林之自然度:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表59 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然度 草原	閩自然度 海景	閩自然度 針葉林	閩自然度 闊葉林	閩自然度 雨林
教育程度平均數	5. 國中以下	4.2500	4.6250	6.5000	6.8333	7.0000	5.8333
	6. 高中職	4.8667	6.8667	8.0000	6.6111	8.0000	7.8889
	7. 大專	3.6415	6.3585	5.4340	6.0000	7.8276	6.9310
	8. 研究所	5.0000	7.3333	8.3333	6.8333	8.1667	5.8333
	9. 總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	2.075	2.756*	5.260**	1.178	1.030	2.332
	P值(顯著性)	0.110	0.048	0.002	0.326	0.387	0.084
	POST HOC 事後檢定	1.閩式搭配草原之自然度:有顯著差異2,3,4>1 2.閩式搭配海景之自然度:有顯著差異2,4>3					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表60 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然 度 草原	閩自然度 海景	閩自然 度 針葉林	閩自然 度 闊葉林	閩自然度 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	3.6481	6.3519	5.4815	6.6522	7.7391	6.9565
	2.20001-30000元	3.0000	4.5000	6.1667	5.8571	8.0000	6.5714
	3.30001-40000元	4.5000	6.2500	7.5000	5.6667	7.3333	7.1667
	4.40001-50000元	4.5000	6.5000	5.5000	5.5000	6.0000	5.5000
	5.50001-60000元	4.2500	6.0000	7.7500	5.8333	8.5000	6.6667
	6.60000元以上	5.9167	7.4167	8.7500	6.7333	8.0667	7.5333
	總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	3.250**	1.672	3.624**	1.105	1.455	0.444
	P值(顯著性)	0.010	0.152	0.005	0.369	0.220	0.816
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之自然度:有顯著差異6>1 2. 閩式搭配海景之自然度:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表61 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	閩自然度 凍原	閩自然 度草原	閩自然度 海景	閩自然 度針葉	閩自然 度闊葉	閩自然度 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1.未婚	3.2500	5.8182	4.6136	6.2667	7.6667	5.6000
	2.已婚無小孩	4.1579	6.6842	7.3684	7.0000	8.0000	9.0000
	3.已婚有小孩	5.6842	7.2632	8.7895	6.3250	7.8750	7.3250
	總和	4.0244	6.3537	6.2195	6.3559	7.8305	7.0000
	F值	12.351***	3.750*	27.737***	0.411	0.168	6.248
	P值(顯著性)	0.000	0.028	0.000	0.665	0.846	0.004**
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之自然度:有顯著差異 3>1,2 2. 閩式搭配草原之自然度:有顯著差異 3>1 3. 閩式搭配海景之自然度:有顯著差異 2,3>1 4. 閩式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異2,3>1; 2>3					

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表62 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.7586	5.3856	7.2529	5.9417	7.6136	5.6023
	2.山區	5.1000	3.6818	5.9167	0.000	0.000	0.000
	3.漁村	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	4.都市	5.2294	5.1925	6.7680	5.8543	7.4078	5.8987
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	2.619	2.115	1.610	0.156	0.469	2.294
	P值	0.079	0.127	0.206	0.695	0.496	0.135

表63 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	5.3600	5.1182	6.1833	5.9667	6.0303	5.1970
	2.20-29歲	5.4414	4.3386	5.8190	6.7000	6.8636	7.0455
	3.30-39歲	3.9000	7.5455	6.5000	6.2000	5.6364	5.0000
	4.40-49歲	5.5429	5.9913	7.8413	5.7880	7.8291	5.8545
	5.50-59歲	5.4769	5.7902	7.7436	5.8176	7.5615	5.7807
	6.60歲以上	5.1250	5.3409	8.1146	6.0625	7.7727	5.7500
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	0.624	10.558***	14.140***	0.568	4.093**	2.413*
	P值	0.682	0.000	0.000	0.724	0.003	0.048
	POST HOC 事後檢定	4. 閩式搭配草原之景觀偏好:有顯著差異3>2 5. 閩式搭配海景之景觀偏好:有顯著差異6>2 6. 閩式搭配闊葉林之景觀偏好:有顯著差異4-6>3 7. 閩式搭配熱帶雨林之景觀偏好:有顯著差異2>1,3-6					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表64 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
職業 平均數	1.學生	5.4378	4.4914	5.8468	6.1714	6.3117	5.5455
	2.軍警公教	5.5813	5.9659	7.6250	5.6250	7.6250	5.9091
	3.家庭主婦	5.5667	6.1667	8.4444	6.5714	8.3506	5.5714
	4.退休人員	4.9250	5.0909	8.1667	5.8500	7.7955	5.7500
	5.上班族	5.1833	5.6061	7.2917	5.4818	7.1818	5.7686
	6.自由業	5.2167	5.6212	7.1389	5.6143	6.9091	5.9740
	7.其他	5.4143	6.0000	8.4405	6.4714	8.4026	5.7532
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	0.314	7.225***	14.570***	2.768	4.373	0.343
	P值(顯著性)	0.928	0.000	0.000	0.021	0.001	0.911
POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配草原之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 2. 閩式搭配海景之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 3. 閩式搭配針葉林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 4. 閩式搭配闊葉林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表65 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
教育程度 平均數	1.國中以下	6.1250	5.8068	7.4792	5.8833	6.1970	5.6667
	2.高中職	5.2667	5.8545	8.2278	6.0111	7.9091	5.6667
	3.大專	5.2849	4.8593	6.3962	5.8552	7.4922	5.7618
	4.研究所	5.9667	6.0909	7.5139	5.7000	7.5303	6.3030
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	2.320	5.895***	9.813***	0.240	3.983*	1.182
	P值(顯著性)	0.082	0.001	0.000	0.868	0.012	0.325
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配草原之景觀偏好:有顯著差異1>3 2. 閩式搭配海景之景觀偏好:有顯著差異1,2,4>3 3. 閩式搭配闊葉林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表66 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
月 收 入 平 均 數	1.20000元以下	5.4704	4.9865	6.5478	6.1913	7.1897	5.5534
	2.20001-30000元	4.6833	5.2879	6.3750	6.0286	7.6753	6.0779
	3.30001-40000元	4.9500	5.1591	8.0833	5.3500	7.3939	6.0152
	4.40001-50000元	5.5000	5.9091	7.1250	5.6000	6.1364	5.6818
	5.50001-60000元	5.0750	4.9545	7.2500	5.3000	7.9242	6.1212
	6.60000元以上	5.7750	6.2576	8.3264	5.8533	7.9152	5.7636
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	1.189	2.820*	4.749***	1.966	1.634	1.027
	P值(顯著性)	0.323	0.022	0.001	0.099	0.167	0.411
POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配草原之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 2. 閩式搭配海景之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表67 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	閩偏好 凍原	閩偏好 草原	閩偏好 海景	閩偏好 針葉林	閩偏好 闊葉林	閩偏好 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1.未婚	5.4864	4.6074	5.9867	5.8067	6.7394	5.8121
	2.已婚無小孩	4.9632	5.5120	7.4342	5.9750	7.8409	5.6136
	3.已婚有小孩	5.6947	6.3636	8.5614	5.9125	7.7386	5.7818
	總和	5.4134	5.2239	6.9187	5.8898	7.4915	5.7781
	F值	2.729	25.524***	54.115***	0.108	5.110*	0.110
	P值(顯著性)	0.071	0.000	0.000	0.898	0.009	0.896
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配草原之景觀偏好:有顯著差異 2,3>1 ; 3>2 2. 閩式搭配海景之景觀偏好: 有顯著差異 2,3>1 ; 3>2 3. 閩式搭配闊葉林之景觀偏好:有顯著差異 3>1					

註:符號*代表<0.05 ; 符號**代表<0.01 ; 符號***代表<0.001

表68 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	閩復癒 凍原	閩復癒 草原	閩復癒 海景	閩復癒 針葉林	閩復癒 闊葉林	閩復癒 雨林
居住地 平均數	1.農村	5.2098	6.4425	7.7874	6.2604	7.9375	4.0382
	2.山區	4.6667	4.0417	7.5000			
	3.漁村						
	4.都市	4.8056	5.8252	7.5082	5.9143	7.5119	4.4952
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	0.845	3.760*	0.495	1.289	1.530	1.687
	P值(顯著性)	0.434	0.028	0.611	0.261	0.221	0.199
	事後檢定	閩式搭配草原之復癒性:有顯著差異 1>2					

註:符號*代表<0.05 ; 符號**代表<0.01 ; 符號***代表<0.001

表69 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	閩復癒 凍原	閩復癒 草原	閩復癒 海景	閩復癒 針葉林	閩復癒 闊葉林	閩復癒 雨林
年齡層 平均數	1.19歲以下	4.9500	5.4750	7.2833	5.7500	6.3472	4.3056
	2.20-29歲	4.4799	5.4339	6.8276	6.2500	6.2083	4.7917
	3.30-39歲	1.9167	8.3333	7.5000	6.6667	5.8333	5.0000
	4.40-49歲	5.3651	6.6310	8.2222	5.9500	8.0533	4.4867
	5.50-59歲	5.5064	6.3846	8.0385	6.1078	7.7304	4.4461
	6.60歲以上	4.9896	6.1354	8.5313	6.3750	8.0417	3.2604
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	2.749*	2.956*	6.624***	0.304	3.217*	1.241
	P值	0.025	0.017	0.000	0.908	0.013	0.303
POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之復癒性:有顯著差異 4,5>3 2. 閩式搭配草原之復癒性:有顯著差異3>1,2 3. 閩式搭配海景之復癒性:有顯著差異 4,5,6>2 4. 閩式搭配闊葉林之復癒性:有顯著差異 4,6>3						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表70 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀 特徵	類別	閩復癒 凍原	閩復癒 草原	閩復癒 海景	閩復癒 針葉林	閩復癒 闊葉林	閩復癒 雨林
職業 平均數	1.學生	4.6464	5.4144	6.8761	5.9048	6.5238	4.4762
	2.軍警公教	5.4219	6.7292	8.0573	5.7500	7.8542	4.6302
	3.家庭主婦	5.3472	6.8750	8.8472	6.8452	8.5833	3.5714
	4.退休人員	4.6667	5.6875	8.6042	6.2083	8.2500	2.9375
	5.一般上班族	4.7083	6.4028	7.9722	5.8106	7.3712	4.7652
	6.自由業	4.9306	5.8194	7.4722	5.6190	6.7262	4.1905
	7.其他	5.4643	6.6667	8.6071	6.8452	8.6905	4.3333
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	0.923	2.699*	7.445***	1.671	4.050**	1.535
	P值(顯著性)	0.483	0.020	0.000	0.147	0.002	0.185
	事後檢定	閩式搭配草原、海景和闊葉林之復癒性:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表71 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	閩復癒 凍原	閩復癒 草原	閩復癒 海景	閩復癒 針葉林	閩復癒 闊葉林	閩復癒 雨林
教育程度 平均 數	1.國中(含)以下	5.8021	6.5521	8.0104	5.2361	5.9861	4.2500
	2.高中職	5.0278	6.5556	8.5111	6.2917	8.1204	4.0602
	3.大專	4.7107	5.6651	7.2594	6.1149	7.7155	4.3621
	4.研究所(含)以上	5.6667	6.8333	7.8750	5.8750	7.9306	4.8611
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	2.333	2.894*	5.422**	1.360	4.993**	0.556
	P值(顯著性)	0.091	0.041	0.002	0.264	0.004	0.646
	POST HOC 事後檢定	1.閩式搭配草原之復癒性: 做事後檢定無顯著差異 2.閩式搭配海景之復癒性: 做事後檢定無顯著差異 3. 閩式搭配闊葉林之復癒性: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表72 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	閩復癒 凍原	閩復癒 草原	閩復癒 海景	閩復癒 針葉林	閩復癒 闊葉林	閩復癒 雨林
月收 入 平均 數	1.20000元以下	4.8194	5.8164	7.3318	6.2101	7.3333	4.0399
	2.20001-30000元	4.5278	6.0278	7.8750	6.3095	7.7738	4.5952
	3.30001-40000元	4.6042	5.6667	8.1875	5.4861	7.4583	4.3472
	4.40001-50000元	5.9583	7.3750	7.9167	4.9167	6.2500	5.0000
	5.50001-60000元	5.3125	5.4583	7.5000	5.9167	8.4167	5.2917
	6.60000元以上	5.5417	6.8750	8.5000	6.1333	8.1722	4.0889
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	0.983	1.608	0.324	0.853	1.768	1.099
	P值(顯著性)	0.434	0.168	0.051	0.519	0.136	0.732

表73 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	閩復癒凍原	閩復癒草原	閩復癒海景	閩復癒針葉林	閩復癒闊葉林	閩復癒雨林
婚姻狀況平均數	1. 未婚	4.7992	5.4564	6.9830	5.8500	6.9667	5.1333
	2. 已婚無小孩	4.5746	6.3421	8.0746	5.9583	7.9167	3.2083
	3. 已婚有小孩	5.6535	6.9167	8.5833	6.1417	7.9312	4.1104
	總和	4.9451	6.0000	7.6067	6.0551	7.6850	4.3093
	F值	3.722*	8.779***	19.747***	0.356	3.293*	5.357**
	P值(顯著性)	0.029	0.000	0.000	0.702	0.044	0.007
	POST HOC事後檢定	1. 閩式搭配凍原之復癒性:有顯著差異 3>1,2 2. 閩式搭配草原之復癒性:有顯著差異 2,3>1 3. 閩式搭配海景之復癒性:有顯著差異2,3>1 4. 閩式搭配闊葉林之復癒性:做事後檢定無顯著差異 5. 閩式搭配熱帶雨林之復癒性:有顯著差異1>2,3					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表74 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖凍原	閩消費意圖草原	閩消費意圖海景	閩消費意圖針葉林	閩消費意圖闊葉林	閩消費意圖雨林
居住地平均數	1. 農村	4.6379	6.0000	8.1034	6.2917	8.0833	2.9167
	2. 山區	2.7500	2.0000	7.0000	0.000	0.000	0.000
	3. 漁村	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	4. 都市	4.4510	5.2059	7.8529	5.6571	7.4714	3.2143
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	0.855	4.433*	0.637	2.414	2.120	0.318
	P值	0.429	0.015	0.532	0.126	0.151	0.575
	事後檢定	閩式搭配草原之消費意圖:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表75 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖凍原	閩消費意圖草原	閩消費意圖海景	閩消費意圖針葉林	閩消費意圖闊葉林	閩消費意圖雨林
年齡層平均數	1.19歲以下	5.0500	4.3500	7.1000	4.6667	5.3333	2.6667
	2.20-29歲	3.7241	4.4828	7.6897	7.0000	7.0000	3.7500
	3.30-39歲	1.0000	9.0000	8.0000	7.0000	6.0000	5.0000
	4.40-49歲	5.2381	6.3333	8.3333	5.8400	8.1800	3.1600
	5.50-59歲	4.8846	6.1154	7.8846	6.1765	8.0588	3.4412
	6.60歲以上	4.2500	6.0625	8.7500	6.1250	7.7500	2.0625
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	2.602*	4.251**	1.598	1.218	4.665***	0.817
	P值	0.032	0.002	0.171	0.314	0.001	0.543
	POST HOC事後檢定	1. 閩式搭配凍原之消費意圖:有顯著差異1.4>3 2. 閩式搭配草原之消費意圖:有顯著差異3>1,2 2. 閩式搭配闊葉林之消費意圖:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表76 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖凍原	閩消費意圖草原	閩消費意圖海景	閩消費意圖針葉林	閩消費意圖闊葉林	閩消費意圖雨林
職業平均數	1.學生	4.0405	4.4054	7.5000	5.0000	5.7143	2.9286
	2.軍警公教	5.2188	6.5000	8.0938	5.3438	7.7188	3.3438
	3.家庭主婦	5.2500	6.4167	8.5833	7.0000	8.8571	2.2143
	4.退休人員	4.2500	5.3750	8.7500	6.1250	8.3750	1.5000
	5.一般上班族	3.5000	6.2500	8.0000	5.9545	7.6818	4.0455
	6.自由業	4.8333	5.5833	7.7500	5.8571	7.2857	3.3571
	7.其他	5.0714	6.5000	8.7857	6.9286	8.7143	2.7143
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	1.234	3.399**	1.354	2.026	4.031**	1.229
	P值(顯著性)	0.299	0.005	0.244	0.079	0.002	0.307
POST HOC事後檢定	1. 閩式搭配草原之消費意圖:做事後檢定無顯著差異 2. 閩式搭配闊葉林之消費意圖:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表77 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖 凍原	閩消費意圖 草原	閩消費意圖 海景	閩消費意圖 針葉林	閩消費意圖 闊葉林	閩消費意圖 雨林
教育程度平均數	1.國中以下	6.0000	6.3750	8.1875	5.4167	6.0000	3.7500
	2.高中職	4.7000	6.1333	8.3333	6.2500	8.3056	2.3056
	3.大專	4.0472	4.9151	7.8302	5.8448	7.6724	3.2931
	4.研究所以上	5.6667	6.6667	7.3333	5.7500	7.9167	3.8333
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	3.479*	3.128*	0.826	0.510	3.569*	1.596
	P值(顯著性)	0.020	0.030	0.483	0.677	0.020	0.201
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 2. 閩式搭配草原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 3. 閩式搭配闊葉林之消費意圖：做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表78 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖 凍原	閩消費意圖 草原	閩消費意圖 海景	閩消費意圖 針葉林	閩消費意圖 闊葉林	閩消費意圖 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	4.2593	5.0833	7.7222	6.1739	7.3043	2.6957
	2.20001-30000元	3.6667	5.1667	8.3333	6.0714	8.5000	3.7857
	3.30001-40000元	4.3750	5.5000	8.6250	5.0833	7.3333	2.8333
	4.40001-50000元	5.5000	7.2500	9.0000	4.2500	4.5000	5.0000
	5.50001-60000元	4.3750	4.7500	6.8750	5.9167	8.6667	4.0000
	6.60000元以上	5.7500	6.8750	8.5417	6.0000	8.2000	2.8667
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	1.472	1.974	1.505	0.942	3.731**	1.044
	P值(顯著性)	0.209	0.092	0.198	0.462	0.006	0.402
	事後檢定	閩式搭配闊葉林之消費意圖：做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表79 閩式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	閩消費意圖 凍原	閩消費意圖 草原	閩消費意圖 海景	閩消費意圖 針葉林	閩消費意圖 闊葉林	閩消費意圖 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	4.1818	4.5455	7.4886	5.5667	6.8667	4.1667
	2.已婚無小孩	4.0000	6.0263	8.2105	5.8750	8.0000	1.8750
	3.已婚有小孩	5.6316	6.7895	8.6316	6.0500	8.0125	2.8125
	總和	4.4756	5.4085	7.9207	5.9153	7.7203	3.0932
	F值	4.641*	10.942***	4.695*	0.517	3.063	3.676*
	P值	0.012	0.000	0.012	0.599	0.055	0.032
	POST HOC 事後檢定	1. 閩式搭配凍原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 2. 閩式搭配草原之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 3. 閩式搭配海景之消費意圖：做事後檢定無顯著差異 4. 閩式搭配熱帶雨林之消費意圖：做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表80 歐式建築 t檢定

景觀特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	複感性 平均數	消費意圖 平均數	景觀特徵	SEX	自然度 平均數	景觀偏好 平均數	複感性 平均數	消費意圖 平均數
歐冰	1.男	6.8571	6.5000	6.9286	6.5119	歐針	1.男	7.2619	5.8690	6.3036	7.1905
	2.女	6.6000	6.1933	6.5683	6.2000		2.女	6.7297	5.8784	6.4932	7.3243
	總和	6.717	6.333	6.733	6.342		總和	7.013	5.873	6.392	7.253
	F值	0.345	1.100	1.118	5.167		F值	1.874	2.125	1.722	3.128
	顯著性	0.558	0.297	0.293	0.025		顯著性	0.175	0.149	0.193	0.081
	t值	0.751	1.480	1.263	0.783		t值	1.729	-0.046	-0.784	-0.501
	顯著性	0.455	0.142	0.210	0.436		顯著性	0.088	0.963	0.436	0.618
歐草	1.男	5.6429	4.7937	5.4385	4.9881	歐闊	1.男	7.5714	6.5801	6.6726	7.0238
	2.女	5.4600	5.0733	5.9383	5.5000		2.女	7.4324	6.7617	6.9820	7.2297
	總和	5.544	4.946	5.710	5.266		總和	7.506	6.665	6.818	7.120
	F值	0.319	2.456	0.555	0.817		F值	0.397	0.772	0.771	1.465
	顯著性	0.574	0.121	0.458	0.368		顯著性	0.531	0.382	0.383	0.230
	t值	0.374	-0.846	-1.474	-1.017		t值	0.381	-0.608	-0.858	-0.491
	顯著性	0.709	0.400	0.144	0.312		顯著性	0.704	0.545	0.394	0.625
歐海	1.男	7.0238	7.1515	7.8234	7.6310	歐雨	1.男	6.3571	5.4976	4.4782	3.0476
	2.女	7.2400	7.0364	7.9900	7.9000		2.女	5.6216	5.7541	4.0811	2.6892
	總和	7.141	7.089	7.914	7.777		總和	6.013	5.618	4.292	2.880
	F值	0.869	0.520	3.869	11.226		F值	3.140	2.678	1.014	0.004
	顯著性	0.354	0.819	0.052	0.001		顯著性	0.080	0.106	0.317	0.950
	t值	-0.518	0.414	-0.798	-0.844		t值	1.293	-1.276	1.216	0.703
	顯著性	0.606	0.680	0.427	0.401		顯著性	0.200	0.206	0.228	0.484

註:符號*表示<0.05；符號**表示<0.01；符號***表示<0.001

表81 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
居住地 平均數	1.農村	7.0000	5.8684	7.0263	6.9688	7.7813	6.7813
	2.山區	5.3333	4.0000	6.6667	8.3333	7.3333	5.3333
	3.漁村						
	4.都市	6.6667	5.4792	7.2917	6.9070	7.3023	5.5814
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	2.860	1.743	0.367	1.746	0.576	2.430
	P值	0.063	0.181	0.694	0.165	0.633	0.072

表82 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	6.5000	2.5000	4.7500	7.0000	9.0000	7.0000
	2.20-29歲	6.8158	4.5789	6.3421	6.7879	6.8788	4.6364
	3.30-39歲	7.6667	4.6667	7.0000	8.0000	8.5000	5.5000
	4.40-49歲	6.6957	6.7826	8.2609	7.4444	7.9444	7.4444
	5.50-59歲	6.6667	6.5000	7.9444	6.6875	8.0000	6.8750
	6.60歲以上	6.0000	6.5000	7.1667	7.3333	7.6667	6.6667
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	0.486	6.326***	5.552***	1.004	2.045	4.432***
	P值	0.800	0.000	0.000	0.421	0.082	0.001
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配草原之自然度:有顯著差異 4,5,6>1,2 2. 歐式搭配海景之自然度:有顯著差異 4>1 3. 歐式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異 1,4>2					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表83 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
職業 平均 數	1. 學生	6.8049	4.3902	6.2195	6.9412	7.1176	5.0294
	2. 軍警公教	7.1053	6.3684	7.8421	7.2941	7.7647	7.7059
	3. 家庭主婦	6.6000	7.8000	8.8000	5.5000	6.5000	6.0000
	4. 退休人員	6.7500	6.2500	7.0000	6.6667	8.6667	7.0000
	5. 上班族	5.1111	5.6667	7.3333	6.9167	7.6667	5.9167
	6. 自由業	7.0000	6.0000	7.5000	6.3333	6.3333	4.0000
	7. 其他	7.0000	7.2500	8.7500	7.6250	8.6250	7.1250
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	1.817	4.564***	4.048***	0.952	1.837	3.247**
	P值	0.105	0.000	0.001	0.464	0.104	0.007
POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配草原之自然度:有顯著差異 3,7>1 2. 歐式搭配海景之自然度:有顯著差異 3,7>1 3. 歐式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異 2,4,7>6						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表84 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
教育 程度 平均 數	1.國中以下	6.5000	7.5000	8.5000	7.0000	8.5000	4.0000
	2.高中職	6.4762	6.5238	7.9048	7.1538	8.1538	7.0000
	3.大專	6.7377	5.0656	6.7869	6.8947	7.2456	5.5789
	4.研究所	7.2500	6.1250	7.5000	7.7143	8.1429	8.2857
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	0.443	2.923*	2.159	0.778	1.884	3.904*
	P值(顯著性)	0.723	0.038	0.099	0.510	0.140	0.012
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配草原之自然度:有顯著差異 2>3 2. 歐式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異 4>3					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表85 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

月收入不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
月收入 平均 數	1.20000元以下	6.8448	5.0690	6.7414	7.0000	7.3111	5.3333
	2.20001-30000元	4.5000	5.2500	7.0000	7.5000	7.0000	4.7500
	3.30001-40000元	6.1429	6.5714	7.7143	6.5714	8.2857	6.7143
	4.40001-50000元	8.0000	3.5000	8.0000			
	5.50001-60000元	6.6000	6.2000	8.2000	6.6667	7.4444	6.1111
	6.60000元以上	6.9375	6.9375	7.9375	7.3571	7.9286	8.1429
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	2.158	2.505*	1.504	0.650	0.917	4.284**
	P值(顯著性)	0.066	0.036	0.197	0.629	0.459	0.004
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配草原之自然度:有顯著差異 6>1 2. 歐式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異 6>2					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表86 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的自然度的差異

景觀特徵	類別	歐自然度 凍原	歐自然度 草原	歐自然度 海景	歐自然度 針葉林	歐自然度 闊葉林	歐自然度 雨林
婚姻 狀況 平均 數	1.未婚	6.7843	4.6667	6.5098	6.9512	7.2195	5.0732
	2.已婚無小孩	6.4000	5.6000	7.0000	7.5000	8.0000	7.5000
	3.已婚有小孩	6.7097	6.9677	8.2258	7.0556	7.8056	7.0000
	總和	6.7174	5.5435	7.1413	7.0127	7.5063	6.0127
	F值	0.228	11.692***	8.394***	0.178	1.383	6.765**
	P值	0.796	0.000	0.000	0.837	0.257	0.002
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配草原之自然度:有顯著差異 3>1 2. 歐式搭配海景之自然度:有顯著差異 3>1 3. 歐式搭配熱帶雨林之自然度:有顯著差異 3>1					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表87 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
居住地不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
居住地 平均數	1.農村	6.4269	5.1732	7.3804	6.0656	7.1705	5.6844
	2.山區	6.6111	3.8750	6.3485	6.1667	5.9091	6.1667
	3.漁村				6.6000	6.0909	5.2000
	4.都市	6.2245	4.8993	6.9508	5.6930	6.3552	5.5395
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	0.682	1.833	2.183	1.455	2.958*	0.608
	P值	0.508	0.166	0.119	0.234	0.038	0.612
	事後檢定	歐式搭配闊葉林之自然度:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表88 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
年齡層不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	6.7222	4.5625	6.2955	7.2000	8.0000	8.4000
	2.20-29歲	6.6199	3.8180	6.3421	5.6364	5.7769	5.4333
	3.30-39歲	5.4074	4.4167	6.4848	6.6000	7.6818	6.3500
	4.40-49歲	6.2415	6.0326	8.0119	6.4778	7.5657	5.6000
	5.50-59歲	6.0988	5.8611	7.7929	5.7250	6.9886	5.8375
	6.60歲以上	5.7778	5.6944	7.0000	5.4889	7.1717	5.4667
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	1.981	12.537***	8.692***	3.909**	8.122***	3.090*
	P值	0.090	0.000	0.000	0.003	0.000	0.014
	POST HOC 事後檢定	1.歐式搭配草原、海景、針葉林和熱帶雨林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 2.歐式搭配闊葉林之景觀偏好:有顯著差異 1>2					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表89 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
職業不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
職業 平均數	1.學生	6.6694	3.8760	6.3126	5.7088	5.8797	5.5529
	2.軍警公教	6.2865	5.7895	7.7225	6.2412	7.3048	5.5059
	3.家庭主婦	6.3111	6.8333	8.8364	4.8500	6.5455	5.7000
	4.退休人員	5.7222	5.6458	7.3409	5.4667	6.9091	6.0667
	5.上班族	5.2840	5.3981	6.7273	5.6917	7.1136	5.6833
	6.自由業	5.6667	5.2500	7.6515	6.1000	6.3333	5.8667
	7.其他	6.7222	6.1563	8.3295	6.3875	8.0341	5.7500
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	4.015***	10.134***	9.359***	1.929	6.136***	0.265
	P值(顯著性)	0.001	0.000	0.000	0.088	0.000	0.951
POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配凍原之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配草原之景觀偏好: 有顯著差異 3,7>1 3. 歐式搭配海景之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 4. 歐式搭配闊葉林之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表90 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
教育程度不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
教育 程度 平均 數	1.國中以下	5.4444	5.0417	8.5000	5.8000	8.3636	5.4000
	2.高中職	5.9947	6.1310	7.8312	5.8000	7.0769	5.7538
	3.大專	6.4954	4.4672	6.7317	5.8895	6.4195	5.5860
	4.研究所	6.2083	5.4583	7.5114	5.9000	7.4156	5.6857
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	1.981	7.403***	5.412**	0.041	3.193*	0.171
	P值	0.123	0.000	0.002	0.989	0.028	0.915
	POST HOC 事後檢定	1.歐式搭配草原之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 2.歐式搭配海景之景觀偏好: 做事後檢定無顯著差異 3.歐式搭配闊葉林之景觀偏好: 有顯著差異 1>3					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表91 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

月收入不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	6.5096	4.4756	6.7947	5.8600	6.3111	5.6489
	2.20001-30000元	5.2222	5.8125	6.4091	5.0250	6.0455	5.3000
	3.30001-40000元	5.6984	5.7143	7.4416	5.9143	7.0390	5.7000
	4.40001-50000元	6.8333	4.5000	7.3636			
	5.50001-60000元	6.0222	5.4667	7.5455	5.9000	7.0808	5.4889
	6.60000元以上	6.2847	5.9896	7.9943	6.1214	7.5260	5.6500
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	2.282	3.600**	2.770*	1.213	3.217*	0.197
	P值(顯著性)	0.053	0.005	0.023	0.313	0.017	0.939
POST HOC 事後檢定	1.歐式搭配草原之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 2.歐式搭配海景之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異 3. 歐式搭配闊葉林之景觀偏好:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表92 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

婚姻狀況不同消費者感受到的景觀偏好的差異

景觀特徵	類別	歐偏好 凍原	歐偏好 草原	歐偏好 海景	歐偏好 針葉林	歐偏好 闊葉林	歐偏好 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	6.4771	4.1193	6.5508	5.8098	6.1397	5.6829
	2.已婚無小孩	5.8222	5.2583	6.5000	5.4500	7.2727	5.8000
	3.已婚有小孩	6.2616	6.2043	8.1642	5.9694	7.2298	5.5333
	總和	6.3333	4.9457	7.0889	5.8734	6.6651	5.6177
	F值	1.967	26.743***	22.943***	0.539	7.981***	0.305
	P值(顯著性)	0.146	0.000	0.000	0.585	0.000	0.738
	POSTHOC 事後檢定	1.歐式搭配草原之景觀偏好:有顯著差異 2,3>1;3>2 2.歐式搭配海景之景觀偏好:有顯著差異 3>1,2 3. 歐式搭配闊葉林之景觀偏好:有顯著差異 3>1					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表93 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒 凍原	歐復癒 草原	歐復癒 海景	歐復癒 針葉林	歐復癒 闊葉林	歐復癒 雨林
居住地 平均數	1.農村	6.6250	5.9978	8.0877	6.6172	7.2786	4.0729
	2.山區	6.7778	4.0417	7.7639	6.1667	5.8611	5.9722
	3.漁村				6.3333	6.0833	3.1667
	4.都市	6.8125	5.6910	7.7951	6.2422	6.5581	4.3643
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	0.199	3.983*	0.989	0.791	1.747	1.876
	P值(顯著性)	0.820	0.022	0.376	0.503	0.165	0.141
	事後檢定	歐式搭配草原之復癒性:有顯著差異 1,4>2					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表94 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒 凍原	歐復癒 草原	歐復癒 海景	歐復癒 針葉林	歐復癒 闊葉林	歐復癒 雨林
年齡層 平均數	1.19歲以下	6.7917	5.5625	7.9167	8.5833	8.6667	7.9167
	2.20-29歲	7.3114	4.8487	7.6184	5.7551	5.6540	4.3434
	3.30-39歲	5.4722	4.8056	7.3333	7.7500	8.5000	5.2500
	4.40-49歲	6.5906	6.6667	8.3913	7.2130	7.7361	3.8056
	5.50-59歲	6.3102	6.3056	8.1991	6.5365	7.5156	4.4375
	6.60歲以上	5.4722	6.2639	7.3889	6.2870	7.4259	4.2037
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	3.790**	5.677***	2.817*	9.149***	9.848***	1.987
	P值	0.004	0.000	0.021	0.000	0.000	0.091
	事後檢定	1. 歐式搭配凍原、草原、海景之復癒性:做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配針葉林、闊葉林之復癒性:有顯著差異 1>2					

註:符號*代表<0.05；符號**代表<0.01；符號***代表<0.001

表95 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒 凍原	歐復癒 草原	歐復癒 海景	歐復癒 針葉林	歐復癒 闊葉林	歐復癒 雨林
職業 平均數	1.學生	7.3293	4.9248	7.6504	5.8603	5.7059	4.4412
	2.軍警公教	6.6009	6.5088	8.1754	7.0441	7.5735	3.6618
	3.家庭主婦	6.6333	7.3333	8.8833	5.9167	7.3750	5.0417
	4.退休人員	5.7292	6.1875	7.6250	6.2222	7.6667	5.1389
	5.一般上班族	5.1574	5.6019	7.4259	6.2708	7.5000	4.4861
	6.自由業	5.8472	5.5556	7.7361	6.8889	6.8889	5.3611
	7.其他	6.9896	6.8229	8.8646	7.4479	8.4271	3.8021
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	5.339***	4.847***	3.717**	5.252***	8.226***	1.344
	P值(顯著性)	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.249
POST HOC 事後檢定	歐式搭配凍原、草原、海景、針葉林和闊葉林之復癒性:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表96 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒 凍原	歐復癒 草原	歐復癒 海景	歐復癒 針葉林	歐復癒 闊葉林	歐復癒 雨林
教育 程度 平均 數	1.國中(含)以下	5.1667	5.5833	8.5833	6.8750	8.7500	2.3333
	2.高中職	6.1706	6.5119	8.1151	6.4551	7.5513	4.4615
	3.大專	7.0492	5.3115	7.8183	6.3216	6.4985	4.3596
	4.研究所(含)以上	6.1875	6.6771	7.9479	6.7143	7.5000	3.9881
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	3.914*	4.266**	0.772	0.435	3.356*	1.437
	P值(顯著性)	0.011	0.007	0.513	0.729	0.023	0.239
POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配凍原之復癒性:做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配草原之復癒性:做事後檢定無顯著差異 3. 歐式搭配闊葉林之復癒性:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表97 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒凍原	歐復癒草原	歐復癒海景	歐復癒針葉林	歐復癒闊葉林	歐復癒雨林
月收入平均數	1.20000元以下	7.0489	5.3376	7.8190	6.1722	6.2963	4.4519
	2.20001-30000元	5.1667	6.5417	7.2500	5.6667	6.1250	5.0833
	3.30001-40000元	5.7024	5.9881	7.9643	6.5357	7.5952	4.4167
	4.40001-50000元	6.1250	5.1667	8.1250			
	5.50001-60000元	6.5000	5.7167	8.4500	6.8426	7.7037	3.5278
	6.60000元以上	6.5781	6.7969	8.2083	6.9464	7.7321	3.9821
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	2.884*	2.514*	1.056	2.476	4.253**	1.242
	P值(顯著性)	0.019	0.036	0.390	0.051	0.004	0.300
POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配凍原之復癒性:做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配草原之復癒性:做事後檢定無顯著差異 3. 歐式搭配闊葉林之復癒性:做事後檢定無顯著差異						

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表98 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的復癒性的差異

景觀特徵	類別	歐復癒凍原	歐復癒草原	歐復癒海景	歐復癒針葉林	歐復癒闊葉林	歐復癒雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	7.0670	5.0621	7.7206	6.0528	6.0793	4.5833
	2.已婚無小孩	6.1167	6.2417	7.4667	6.2917	7.4583	3.4167
	3.已婚有小孩	6.3817	6.6048	8.3763	6.7847	7.6227	4.0093
	總和	6.7328	5.7101	7.9139	6.3924	6.8175	4.2922
	F值	3.778*	11.325***	5.897**	4.942*	11.605***	1.912
	P值(顯著性)	0.027	0.000	0.004	0.010	0.000	0.155
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配凍原之復癒性:有顯著差異 1>2,3 2. 歐式搭配草原之復癒性:有顯著差異 2,3>1 3.歐式搭配海景之復癒性:做事後檢定無顯著差異 3. 歐式搭配針葉林之復癒性:有顯著差異 3>1 4. 歐式搭配闊葉林之復癒性:有顯著差異 3>1					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表99 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

居住地不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
居住地 平均 數	1.農村	6.3816	5.6579	8.3289	7.1094	7.3594	2.8281
	2.山區	6.7500	3.0833	7.0000	6.6667	5.3333	4.5000
	3.漁村				9.0000	8.0000	1.0000
	4.都市	6.2604	5.2292	7.4375	7.3605	7.0465	2.8488
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	0.195	3.121*	5.155**	1.269	1.219	0.750
	P值	0.376	0.049	0.008	0.291	0.309	0.526
	事後 檢定	1. 歐式搭配草原之消費意圖:做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配海景之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表100 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

年齡層不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
年齡 層 平均 數	1.19歲以下	6.3750	5.7500	7.3750	9.0000	9.0000	7.0000
	2.20-29歲	7.0921	3.9474	7.5658	7.7273	6.3636	2.8485
	3.30-39歲	2.1667	4.1667	6.1667	7.5000	8.2500	3.2500
	4.40-49歲	6.4565	6.5217	8.3913	7.1111	7.5556	2.4167
	5.50-59歲	5.8056	6.1667	7.9722	6.5938	7.6563	3.5313
	6.60歲以上	4.8333	6.3333	7.2500	6.7222	7.6111	2.2222
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	7.171***	5.548***	2.038	3.393**	2.213	1.276
	P值(顯著性)	0.000	0.000	0.081	0.008	0.062	0.284
	POST HOC 事後檢定	1. 歐式搭配凍原之消費意圖:做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配草原之消費意圖:做事後檢定無顯著差異 3. 歐式搭配針葉林之消費意圖:做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表101 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

職業不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
職業平均數	1.學生	7.0976	4.0976	7.5122	7.8088	6.3971	2.9412
	2.軍警公教	6.3158	6.6842	8.3158	7.0294	7.6471	2.5294
	3.家庭主婦	6.4000	7.3000	8.8000	7.0000	8.5000	5.0000
	4.退休人員	4.8750	5.7500	8.1250	6.1667	7.8333	2.8333
	5.一般上班族	4.2778	5.2778	6.5556	6.4583	7.3750	3.1667
	6.自由業	4.6667	5.1667	7.6667	6.8333	6.6667	3.6667
	7.其他	6.8125	6.4375	8.5000	7.1875	8.2500	2.1250
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	5.568***	4.500***	2.682*	3.260**	2.079	0.592
	P值(顯著性)	0.000	0.001	0.02	0.007	0.066	0.736
	POST HOC 事後檢定	歐式搭配凍原、草原、海景、針葉林之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表102 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)

教育程度不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
教育程度平均數	1.國中以下	4.5000	6.0000	8.0000	7.2500	8.5000	1.5000
	2.高中職	5.6905	6.3810	7.9762	6.6538	7.6538	3.1538
	3.大專	6.7541	4.6803	7.6475	7.4561	6.8947	2.8421
	4.研究所以上	5.3750	6.6250	8.1875	6.7143	7.5714	3.0714
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	3.490*	3.981*	0.493	2.277	1.159	0.328
	P值(顯著性)	0.019	0.010	0.688	0.087	0.331	0.805
	POST HOC 事後檢定	1.歐式搭配凍原之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異 2. 歐式搭配草原之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05;符號**代表<0.01;符號***代表<0.001

表103 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
月收入不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
月收入平均數	1.20000元以下	6.6810	4.6293	7.6810	7.6111	6.7889	2.8111
	2.20001-30000元	4.7500	6.5000	6.6250	6.8750	5.8750	3.0000
	3.30001-40000元	5.1429	5.9286	7.5714	6.5714	7.9286	4.2143
	4.40001-50000元	5.0000	5.5000	9.0000			
	5.50001-60000元	6.3000	6.3000	8.3000	6.7778	7.8333	2.5556
	6.60000元以上	6.2188	6.6250	8.1875	6.8571	7.6786	2.6071
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	1.856	2.539*	1.207	2.702*	1.881	0.714
	P值(顯著性)	0.111	0.034	0.308	0.037	0.123	0.585
	POST HOC 事後檢定	1.歐式搭配草原之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異 2.歐式搭配針葉林之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異.					

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

表104 歐式建築搭配不同景觀(凍原、草原、海景、針葉林、闊葉林和熱帶雨林)
婚姻狀況不同消費者感受到的消費意圖的差異

景觀特徵	類別	歐消費意圖 凍原	歐消費意圖 草原	歐消費意圖 海景	歐消費意圖 針葉林	歐消費意圖 闊葉林	歐消費意圖 雨林
婚姻狀況平均數	1.未婚	6.6765	4.2843	7.5294	7.6341	6.6341	3.1829
	2.已婚無小孩	5.6500	6.3000	7.0000	6.0000	7.0000	2.2500
	3.已婚有小孩	6.0161	6.5484	8.4355	6.8889	7.6806	2.5694
	總和	6.3424	5.2663	7.7772	7.2532	7.1203	2.8797
	F值	2.034	11.872***	5.681**	5.573**	3.246*	0.786
	P值(顯著性)	0.137	0.000	0.005	0.006	0.044	0.459
	POST HOC 事後檢定	歐式搭配草原、海景、針葉林和闊葉林之消費意圖: 做事後檢定無顯著差異					

註:符號*代表<0.05; 符號**代表<0.01; 符號***代表<0.001

附錄四 知覺恢復量表

(The Revised Perceived Restorativeness Scale, RPRS)

(Hartig, T., Kaiser, F. and Bowler, P. A., 1997)

- 1.這是一個可帶給我脫離世俗的一種體驗。(It is an escape experience.) *
 - 2.花時間在這裡有別於一成不變的日常生活而從事休息。(Spending time here gives me a break from my day-to-day routine.) #
 - 3.這是一個可以讓我完全休息的地方。(It is a place to get away from it all.)
 - 4.在此的事物可以幫助我放鬆緊繃的心情。(Being here helps me to relax my focus on getting things done.)
 - 5.在這裡可以幫助我解除一些被強迫集中的注意力。(Coming here helps me to get relief from unwanted demands on my attention.)
 - 6.這個環境具有吸引人的特質。(The setting has fascinating qualities.) *
 - 7.許多有趣的事物會無意間吸引我的注意。(My attention is drawn to many interesting things.) *
 - 8.我想要更加瞭解這個地方。(I want to get to know this place better.) #
 - 9.在這裡可有更多的探索與發現。(There is much to explore and discover here.) #
 - 10.我想要花更多的時間觀察此環境。(I want to spend more time looking at the surroundings.) #
 - 11.這裡很無聊。(This place is boring.) (-)
 - 12.這個環境是有魅力的。(The setting is fascinating.)
 - 13.這裡沒有什麼值得看的。(There is nothing worth looking at here.) (-)
 - 14.這個環境存在太多事物。(There is too much going on.) (-)*
 - 15.這是一個令人迷惘的地方。(It is a confusing place.) (-)*
 - 16.這裡有太多令我心煩的干擾。(There is a great deal of distraction.) (-)*
 - 17.此處感覺是毫無秩序的。(It is chaotic here.) (-)*
 - 18.在這裡相當適合我的風格。(Being here suits my personality.) *
 - 19.我能夠在這裡做我喜歡做的事情。(I can do things I like here.) *
 - 20.我感覺我屬於這裡。(I have a sense that I belong here.) *
 - 21.我可以在這裡找到自得其樂的方法。(I can find ways to enjoy myself here.) #
 - 22.我感覺我與這個環境融為一體。(I have a sense of oneness with this setting.) *
 - 23.有明顯的地標幫助我不至於迷失方向。(There are landmarks to help me get around.) §
 - 24.這裡容易在我心理形成圖像。(I could easily form a mental map of this place.) §
 - 25.在這裡很容易辨認自己的方向。(It is easy to find my way around here.) §
 - 26.很容易看出景物是如何被構成。(It is easy to see how things are organized) §
- 附註 (Notes) : (-)項目之計分必須反向編碼 (an item for which the value must be reversed

in coding)；*項目是早期PRS最初的形式(the item is from the earlier PRS and is in its original form)；#項目是早期PRS經過修改後的形式(the item is from the earlier PRS but is in a revised form)；§項目的設計顯示出其易讀性(the item was designed to represent legibility)。第1至5題為測量遠離(being away)之問項、第6至13題為測量魅力性(fascination)之問項、第14至17題為測量一致性(coherence)之問項、第18至26題為測量相容性(compatibility)之問項。

資料來源:周先捷(2005)

