

# 太魯閣國家公園花蓮居民遊憩涉入與地方依附之關係

研究生：吳佳純

指導教授：許義忠

太魯閣國家公園管理處研究生研究報告

中華民國 99 年 12 月

# 摘要

## 一、研究緣起

近年來觀光遊憩規劃，逐漸注重地方依附研究，來探討人與環境之間的關係，除了有助於資源保護外，在建構遊憩景點的特色上具有相當的貢獻。本研究探討地方居民遊憩涉入與地方依附之關係。遊憩涉入是指對於某遊憩活動的關注程度，地方依附是指對遊憩環境所賦予的情感意義。因此，透過遊憩涉入及地方依附，欲進一步瞭解花蓮居民遊憩涉入程度與太魯閣砂卡礑步道地方依附的關係。本研究以花蓮居民參與太魯閣砂卡礑步道之健行者為研究對象。

## 二、研究方法及過程

本研究於太魯閣砂卡礑步道入口處、停車場及廁所進行問卷發放，發放期間為99年3月12日至4月11日，採立意抽樣，訪員從砂卡礑步道入口處、停車場及廁所休息者，便過去詢問是否為居在花蓮的居民。訪員挑選受訪者的基本原則為「受訪者是花蓮居民，當天有從事健行活動，且目測年齡滿18歲」，其他條件則沒有限制，以收集花蓮居民對砂卡礑步道健行之遊憩涉入及地方依附之程度、花蓮居民在砂卡礑步道內之健行特性等相關資料。

研究主旨在 1) 瞭解花蓮居民在太魯閣砂卡礑步道健行遊憩涉入的程度；2) 瞭解花蓮居民在太魯閣砂卡礑步道健行地方依附的程度；3) 利用驗證性因素分析，瞭解遊憩涉入之吸引力、自我表現及中心性等三個構面；與地方依附之地方認同與地方依賴等兩個構面之間的關連性。本研究結果將提供太魯閣管理處相關管理建議，正視地方意義概念在國家公園管理上的實質意涵。

**【關鍵詞】** 遊憩涉入、地方依附

## 目 錄

<b>第壹章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 計畫目的.....	3
<b>第貳章 文獻回顧</b> .....	<b>5</b>
第一節 遊憩涉入概念與構面.....	5
第二節 地方依附概念與構面.....	9
第三節 遊憩涉入與地方依附關係.....	13
第四節 小結.....	14
<b>第參章 研究方法</b> .....	<b>15</b>
第一節 研究場域與研究對象.....	15
第二節 問卷製作.....	17
第三節 預測問卷蒐集過程.....	21
第四節 正式問卷蒐集過程.....	22
第五節 資料分析方法.....	22
<b>第肆章 研究結果</b> .....	<b>25</b>
第一節 受訪者的敘述性統計.....	32
第二節 花蓮居民之社經背景、情境變數、活動相關變數對於使用頻率差異性 分析.....	33
第三節 使用頻率與關連期間對於地方依附分析.....	37
第四節 整體結構模式分析.....	39
<b>第伍章 結論與建議</b> .....	<b>57</b>
第一節 討論與結論.....	57
第二節 建議事項.....	62
第三節 研究限制.....	63
第四節 未來研究建議.....	64
<b>參 考 文 獻</b> .....	<b>67</b>
中文文獻 .....	67
英文文獻 .....	65
相關網站 .....	70
<b>附 錄</b> .....	<b>73</b>
附錄 一、花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附之問卷前測問卷.....	73
附錄 二、花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附調查正式問卷.....	76

## 圖次

圖 2-1 遊憩專門化之迴圈 .....	8
圖 2-2 地方依賴與地方認同的發展模式 .....	12
圖 3-1 研究場域圖 .....	16
圖 4-1 本研究遊憩涉入-地方依附之研究假設模型 .....	38
圖 4-2 憩涉入初始模式 .....	41
圖 4-3 遊憩涉入最後模式 .....	44
圖 4-4 地方依附初始模式 .....	45
圖 4-5 地方依附最後模式 .....	48
圖 4-6 遊憩涉入與地方依附之整體模式結構模式 .....	50
圖 4-7 遊憩涉入-地方依附之研究模式路徑圖 .....	53

## 表次

表 3-1 花蓮居民之遊憩涉入問項 .....	18
表 3-2 花蓮居民之地方依附問項 .....	19
表 3-3 花蓮居民參與健行特性 .....	20
表 4-1 受訪者基本資料分析 .....	25
表 4-2 健行者之健行特性描述 .....	26
表 4-3 健行者與遊憩涉入描述統計分析 .....	29
表 4-4 健行者與地方依附描述統計分析 .....	30
表 4-5 遊憩涉入的 Cronbach's $\alpha$ 值 .....	31
表 4-6 地方依附的 Cronbach's $\alpha$ 值 .....	31
表 4-7 性別對使用頻率 t 檢定 .....	32
表 4-8 教育程度對使用頻率 t 檢定 .....	32
表 4-9 教育程度對使用頻率 t 檢定 .....	33
表 4-10 年齡對使用頻率單因子變異數分析 .....	33
表 4-11 健行同伴對使用頻率卡方分析 .....	34
表 4-12 月收入對使用頻率單因子變異數分析 .....	34
表 4-13 距離對使用頻率單因子變異數分析 .....	35
表 4-14 研究假設之結果 .....	35
表 4-15 使用頻率分群對於地方依附之單因子變異數分析 .....	36
表 4-16 關連期間分群對於地方依附之單因子變異數分析 .....	37
表 4-17 研究假設之結果 .....	37
表 4-18 本研究使用評鑑指標 .....	40
表 4-19 遊憩涉入初始模型整體適配度值 .....	42

表 4-20 遊憩涉入修正後模型整體適配度值 .....	43
表 4-21 地方依附初始模型整體適配度值 .....	45
表 4-22 地方依附修正模型整體適配度值 .....	47
表 4-23 整體模式適配度指標概況 .....	49
表 4-24 整體理論模式的衡量模式分析 .....	51
表 4-25 遊憩涉入與地方依附構面區別效度分析 .....	52
表 4-26 潛在變項間之直接效果與總效果表 .....	53
表 4-27 研究假設之結果 .....	54

# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

太魯閣國家公園，屬於峽谷型國家公園，以峽谷景觀聞名，具有雄偉壯麗的山川景色，內政部營建署的統計資料顯示，國人造訪國家公園的人次，由1999年的863萬人次逐年攀升到2007年的1652萬人次(內政部營建署，2008)，交通部觀光局在2005年國人旅遊狀況調查報告指出太魯閣國家公園到訪比率達1.64%，在六個國家公園到訪率排行第三位(交通部觀光局，2005)。花蓮縣政府觀光旅遊局歷年觀光遊憩區遊客人次統計顯示2006年太魯閣國家公園遊客人次較2005年成長11.84%(花蓮縣政府觀光旅遊局，2007)，由此可見太魯閣國家公園對於花蓮當地觀光發展有非常重要貢獻。而國家公園乃國人選擇休閒遊憩景點的熱門目標，也是發展國際觀光、吸引國外旅客的重要資產。太魯閣國家公園所轄有太魯閣遊客中心及布洛灣、綠水、合歡山三個管理站，境內遊憩景點及步道眾多，太魯閣國家公園管理處為了兼顧生態保育、環境教育、文化傳承及社區發展做了許多努力，每年也藉由舉辦許多大型活動吸引國內外遊客共同來體驗，將花蓮的美及太魯閣峽谷壯麗景觀介紹給全世界，也提升花蓮的國際形象。

地方是一種觀看、認識和理解世界的方式(引自Cresswell, 2004；徐苔玲等譯，2006)，當我們與地方之間有情感依附及關連時，我們就會看見有意義及經驗的世界。段義孚(1998)認為，透過人類的感知與經驗，我們得以透過地方來認識世界，而人與地方的情感聯繫，也就是一種依附感。而遊憩者常需要依賴某一特定的「地方」進行活動，在某種情況下，對該地方會產生一種依附(attachment)的情結，包括情感上的依附及功能上的依賴。情感依附是指個人對某地方的感情連繫，而功能依賴則是指地方的實質功能，是對環境景觀、設施的依賴。一個距離適中並且允許人們時常造訪的地方，遊憩者便於參與其選擇的活動，而傾向於依賴那個特定的「地方」；如此，地方依賴的程度便會加深，而且對於該地方具

有較高的評價(Moore & Graefe,1994；呂怡儒，2001)。

此外，休閒遊憩活動的涉入程度(Involvement)與人們地方依附之程度，有著緊密地關連性。Havitz and Dimanche(1990)提出涉入是休閒體驗的重心，當個人在遊憩與旅遊過程當中，「涉入」是介於個人與遊憩活動、旅遊情境或相關設施之間的一種動機、覺醒或感到興趣的心理狀態，可以利用重要性(important)、愉悅價值(pleasure value)、風險可能性(risk probability)及風險結果(risk consequence)的認知程度來衡量。Bricker and Kerstetter (2000)指出活動涉入程度會影響地方依附的程度，而Kyle, Graefe, Manning and Bacon (2003)也在登山健行者休閒涉入與地方依附的研究中發現，休閒涉入可以預測地方依附的程度。

目前國內研究以地方居民角度探討遊憩涉入與地方依附之間關連性的相關文獻並不多。呂怡儒(2001)認為從開始接觸一個地方，對地方產生地方感，但造訪者不一定對地方產生認同或強烈的依附，認同感的層次必須建立在親身的體驗上，透過不斷的與地方接觸，愈將自己納入環境內部，視為環境的一份子時，個人對地方的認同感便會愈強，甚而對特定地方產生依附。由此可知，地方居民的地方依附情形，實有其研究之必要性。本研究選擇花蓮太魯閣砂卡礑步道，希望從花蓮居民的觀點，來探討太魯閣砂卡礑步道提供的相關設施及服務，對花蓮居民來說，這個地方會有何功能性的依賴及情感的認同，透過花蓮居民到砂卡礑步道參與健行活動，了解居民的遊憩涉入為何，及了解居民參與遊憩涉入之後所產生的地方依附感，花蓮居民是否會因為遊憩涉入程度不同而有不同對於砂卡礑步道的依附程度。

## 第二節 計畫目的

近年來眾多學科範疇均關注人與環境互動的議題，如地理學、環境心理學、社會發展學、環境教育、景觀規劃等。這些學科在人與環境關係之論述亦發展出多元化的概念，如地方感(sense of place)、地方依附(place attachment)、社區感(sense of community)、社區依附(community attachment)、鄰里依附(neighborhood attachment)、社會認同(social identity)、情感依附(affective attachment)等，用來表示人們與環境的聯結關係(林嘉男、許毅璿，2007)。而研究顯示，地方依附意指對地方具有永恆的期待且願意去促進地方的發展(Tuan, 1977; 蔡秀玲, 1998; 呂怡儒, 2001)，這或許也意味著擁有較強地方依附感的遊客會有較高的再遊意願、願付價格等行為意圖(林裕強, 2006)。因此，地方依附在遊憩地區管理意涵上具有重要的意義。

潘淑蘭、吳忠宏、周儒(2008)回顧並整理過去前人對涉入、地方依附的相關文獻後可得知，涉入確實會影響地方依附(如：Hou, Lin, & Morais, 2005; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon., 2003; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2004; Kyle & Mowen, 2005)。Kyle 等人(2003)與 Kyle、Graefe、Manning and Bacon (2004)針對不同族群的登山健行者做調查，研究發現活動涉入能有效的預測地方依附。Kyle, Bricker, Graefe and Wickham (2004)同時針對登山、划船、及釣魚等不同活動均發現涉入會正向影響地方依附。長期且經常性使用地區資源的使用者，或是對相關活動或產品涉入程度越高者，會是最瞭解此地區資源的人，因為親近接觸的機會增加，隨時間形成多重的感情結套，因此較容易發展出對地方較強烈的情感情結(呂怡儒, 2001)。

Bricker and Kerstetter (2000)發現對活動的涉入增加時對地方依附也會增加。而Kyle等人(2003)以阿帕拉山的登山步道為例證實遊憩涉入可以預測地方

依附。Kyle 等人 (2004) 則證實遊憩活動涉入與地方依附關係的強度會因不同的場地或活動 (健行、划船、釣魚) 而不同。根據上述之研究發現, 可以明白遊憩涉入與地方依附的關係是可預測的, 由於可知人們會透過遊憩活動而長期性、經常性地使用遊憩場地。隨著時間的增加及透過持續的造訪, 個人對地方的認同感會增強進而對地方產生依附。

本研究計劃藉由對花蓮居民參與太魯閣砂卡礑步道健行活動之研究, 了解居民遊憩涉入的程度與地方依附的關係。

本研究目的為瞭解花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附之關係。

具體的研究問題有以下三點：

- 一、調查花蓮居民在太魯閣砂卡礑步道健行遊憩涉入的程度。
- 二、調查花蓮居民對太魯閣砂卡礑步道健行所產生的地方依附程度。
- 三、調查花蓮居民在太魯閣砂卡礑步道健行遊憩涉入與地方依附感之關係為何。

## 第貳章 文獻回顧

本研究欲探討花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附之關係，花蓮居民是否會因為遊憩涉入程度不同而有不同對於砂卡礑步道的依附程度。在這一章分為四節，第一節遊憩涉入概念與構面；第二節地方依附概念與構面；第三節遊憩涉入與地方依附關係；第四節本章小結。

### 第一節 遊憩涉入概念與構面

McIntyre 在 1989 年提出涉入的概念可適用於休閒遊憩領域，他指出當人們在參與的過程得到愉悅，將活動視為有自我意含、重要的且為休閒生活的中心時，參與者對活動的涉入就逐漸產生。涉入程度是逐漸由低到高的持續過程而產生，也就是對遊憩活動的關注程度。本節分別以涉入的定義、遊憩涉入的定義及遊憩涉入的構面，做為遊憩涉入的文獻探討。

#### 一、涉入 (Involvement) 定義

Havtitz and Dimanche (1990) 提出涉入的概念是由 Sherif and Cantril (1947) 以「社會判斷理論」為基礎而提出涉入的概念，以用來衡量個人的態度。當一個社會目標與個人自我有關聯時，涉入就會存在，因而提出涉入的概念，衡量個人的態度經由社會環境的互動過程中所學習而來的行為。1958 年 Bavor 將涉入的觀念引入消費者行為理論中，日後便在消費者研究領域上發展出實際的應用。在相關於「消費者研究」的相關領域中，『涉入』被發現與消費者的選擇行為例如：品牌忠誠度、購買習慣、熱愛的產品類型及廣告)有很大的關連性(Bloch and Bruce, 1984)。Krugman 於 1965 年將社會心理學的涉入概念應用於廣告學領域。由此可知，涉入概念的運用層面很廣泛，各個領域的相關學者均以其對某特定領域的專業而對『涉入』下不同的定義，是一個多元的觀念。Zaichkowsky(1985；342) 將涉入定義為：

個人基於內在的需求、價值觀與興趣，為個人對標的物所感受到的攸關程度，是種無法從外在觀察的動機、擾動或關心的心理狀態，是由特殊情境或刺激所引發，顯現出對事物或活動的關注程度。

Rothschild (1984) 對涉入所下的定義是較廣泛被接受的：涉入是對動機及興趣的喚醒的一種不明顯的描述。涉入代表一個人對於某活動或相關產品所投入的程度(Slama& Tashchian, 1985)。Zaichkowsky (1985) 認為「涉入」可廣義的解釋為個人對目標物關心的程度。由此可知，當人在特定情況下，個人經過刺激而認知的重要性或興趣程度提高時，個人的涉入程度就會提高，反之則越低。

## 二、遊憩涉入的定義

遊憩涉入的概念始於 1988 年，Selin and Howard 整合自我涉入 (ego involvement) 與休閒相關研究後，方在休閒遊憩研究領域引起了廣泛的注意和興趣。學者便藉此以解釋遊客對休閒、遊憩及觀光等活動之持久涉入 (enduring involvement; McIntyre, 1989)、情感依附 (affective attachment; McIntyre & Pigram, 1992) 及承諾 (commitment)。

在休閒遊憩研究方面，大多數的學者以Rothschild (1984) 與Havitz and Dimanche (1999) 所提出的遊憩涉入定義為基準，定義涉入為個體與遊憩活動、旅遊地點、或是相關遊憩設備及產品間無法觀察出的刺激、興趣之覺醒的心理狀態，並可藉由特定的刺激或是情境影響，並具有可驅動行為的特性。Havitz and Dimanche(1997)認為遊憩涉入是參與者如何看待自己所從事的休閒遊憩。Wiley, Shawn, and Havitz (2000) 認為遊憩涉入的概念可以對休閒遊憩領域的研究帶來不同新的見解，並可以透過活動本身所帶給參與者的意義、重要性或價值來瞭解，並且針對活動所帶來的情感依附，可以進一步地瞭解參與者的遊憩決策的過程。涉入被視為是一種對休閒活動的態度，涉入不再是單個構面概念，而是已發

展成多面向的概念，透過多面向的觀點，探討更多有關人的反應行為。

### 三、遊憩涉入之構面

Wiley, Shaw, and Havitz (2000) 提出涉入 (involvement) 在休閒領域中，是用來瞭解休閒行為的重要概念，Havitz and Dimanche (1990) 更提出涉入是休閒體驗的重心，當個人在遊憩與旅遊過程當中，「涉入」是介於個人與遊憩活動、旅遊情境或相關設施之間的一種動機、覺醒或感到興趣的心理狀態，可以利用重要性 (important)、愉悅價值 (pleasure value)、風險可能性 (risk probability) 及風險結果 (risk consequence) 的認知程度來衡量。風險是指損失某價值的可能性 (Priest & Baillie, 1987)，風險認知是個人參與活動後，主觀評估實際危險的總和。因為風險認知會影響個人選擇或參與遊憩活動。一般的遊憩者會選擇他們比較熟悉的活動特性，因而比較能控制風險的發生。

McIntyre and Pigram(1992)研究中利用Little(1976)及Bryan(1977)所描述的遊憩專門化觀點(recreation specialization)，提出發展遊憩專門化的過程中，由認知系統(cognitive system)、情感系統(affective system)與行為系統(behavioral system)三個構面所組成，且三者間環環相扣，組成一個相互依賴的三環圖，如圖2-1所示，而其中的情感系統(affective system)在此即為持續性涉入，而後來 Kyle and Chick(2002)； Kyle、Graefe、Manning and Bacon(2003)等發現到重要性以及愉悅感常會聚合成為同一因素，進而將其合併成為一個構面，定名為吸引力 (attraction)，與自我表現(self-expression)及中心性(centrality)所組成的遊憩涉入之概念，現在被廣泛地運用在遊憩相關的領域當中。

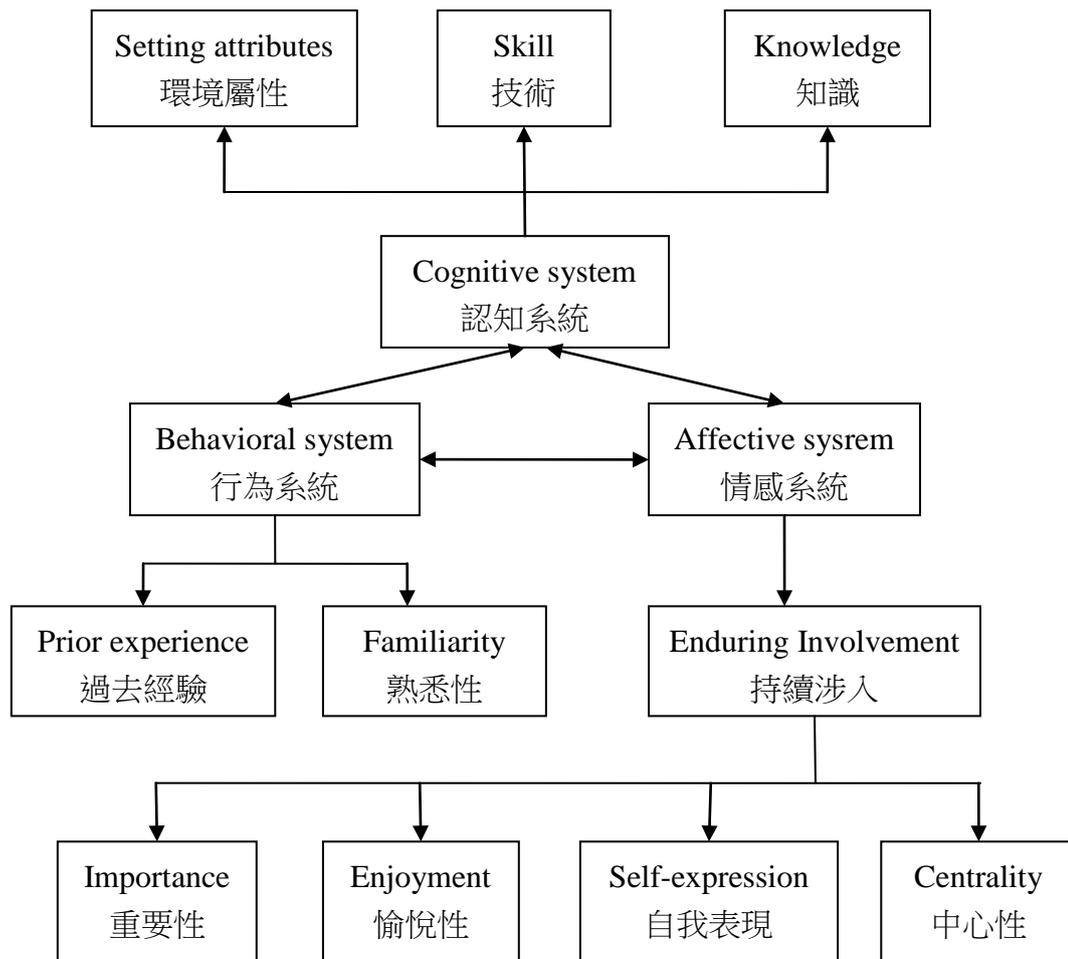


圖 2-1 遊憩專門化之迴圈

資料來源：McIntyre and Pigram(1992)

根據Kyle and Chick(2002)指出遊憩涉入此三個構面所代表的意涵分別如下：

1. 自我表現(self-expression)代表著象徵價值，藉由參與或購買的行為，來傳達個人本身追求自我實現的需求並且獲得認同自我的感受。

2. 吸引力(attraction)意指參與者或消費者對於某一項活動或產品的重要性或興趣，這也包含參與者或消費者參與之後或使用後所得到的愉悅感。

3. 生活型態的中心性(centrality to lifestyle)涵蓋的範圍為活動與社交圈本身(家人、朋友及社會團體)，並在參與者的生活當中扮演著主要的角色。當個人參與一個特別的休閒活動時，這三個構面確實能測量涉入效益，因而可指出這項休閒活動在一個人的生命脈絡中所產生具有價值或情感的意義 (Wiley, Shaw, and

Havitz, 2000)。

休閒遊憩領域中，國外在遊憩涉入的測量上，其衡量構面仍是以「吸引力」、「中心性」以及「自我表現」等三個構面為主(Havitz and Demanche,1997; Kyle, Graefe, Manning and Bacon, 2003, 2004; Wiley, Shaw and Havitz, 2000)。Kyle等人在2003年及2004年以此衡量方式，運用在美國的阿帕拉契登山步道之登山健行者的休閒活動涉入，國內在活動涉入方面的研究，同樣以吸引力 (attraction)、自我表現 (self expression) 及中心性 (centrality) 等三個構面為主。因此，本研究計劃參考以上三個構面，藉由此三個構面來衡量花蓮居民對於太魯閣砂卡礑步道的遊憩涉入程度。

## 第二節 地方依附概念與構面

近年來，已經有許多學者提出「地方」這概念在遊憩與自然資源管理領域已逐漸成為重要的議題。Brunson and Shelby(1993)對使用者來說，地方依附已經被建議在遊憩環境中扮演一個重要的替代角色。Warzecha and Lime(2001)指出地方依附被證實是一個有效的可變因素，在他的研究發現遊憩者對於兩條不同的河流的地方依附程度會因為河流旅行的動機而有不同。地方依附概念已經大量地應用在各領域中，像是觀光目的地(Lee, 2001)、遊憩專業化(Bricker and Kerstetter, 2000; Bryan, 1977)、遊憩衝擊(Thapa, 1996)等。本章節分別以地方的概念、地方依附的定義及地方依附的構面，做為地方依附的文獻探討。

### 一、地方的概念

1977年Tuan以現象學的空間(space)觀點，透過其人文地理學的角度，說明人與環境研究的本質，個人透過「地方」的使用經驗，因此對空間漸漸感到熟悉感，而形成地方象徵意義，使地方被視為經驗構築的意義與中心(Kyle et al.,

2003)；也就是說地方因與人的緊密結合和人所體驗的環境，而使得空間充滿了價值和意義（李英弘、林朝欽，1997）。

Hammitt and Cole (1998) 闡述地方情感的發展：人們為了追求荒野遊憩，常會發展出一個情感或一個歸屬感，當地方情感的發展達到非常濃厚之時，人們會對此一特定的地方會產生“根植感 (rootedness)” 甚至依賴荒野遊憩地區，進而延伸變成「他們的地方」，「一個特別喜愛的地方」，或「唯一的地方」；並指出透過情感聯結的過程，人們會持續造訪某特定的地方同時會產生「人-地方」的相互作用(引自劉憲錫，2008：p22)。

## 二、地方依附的定義

地方依附 (place attachment) 是環境心理學家對於地方情感研究的一種常用方法，涵蓋個體對住宅(house)及家(home)的聯繫，而後逐漸將依附的空間延伸至鄰近周遭的環境(neighborhood)及地方(place)等，用來表示個體與特定環境的聯結關係(聶筱秋、胡中凡等譯，2003)。

「依附」是一種人與地之間情感上的關係，包括了認知、偏好或判斷，或是一種情緒上或情感上的情結。而且依附的對象與行為方式，會隨著年齡成長、經驗等，在不同的階段會有不同的改變(Tuan, 1977; 蔡秀玲, 1998)。曾秉希(2003)在其研究中主要是討論地方居民在人造環境中的行為產生的結果，其研究將地方依附定義為：是個人體驗環境的經驗、是個人在地方發展社會網路後所產生的情感連結以及個人對於地方的長期感受。當地方所賦予的意義是具正面性的，且這些正面意義是促使人與地方產生正面的情感連結時，地方依附就已經形成，當對地方形成依附時，地方便會具有一定的個性(Shannon and Edward, 1995)。

1980年代以後休閒研究者開始用地方依附來探討遊憩者對地方的依附情感

與行為。遊客初到某個遊憩地時通常會在意該地所提供的遊憩功能，當體驗後發現該地具有它無可替代之功能時就會想要持續接近該地之需求，一段時間過後就會對這個地方產生情感，這種現象稱為地方依附(曹勝雄、孫君儀，2009)。就使用者的心理狀態而言，地方依附是使用者對環境的情緒及環境對使用者所象徵的感覺(Williams, Poggenbuck & Waston, 1992)。

由上述學者的看法可瞭解，地方對於個人而言，是有特別價值及意義的。地方因人類的行為和情感而使得地方充滿獨特性，也就是說地方的獨特性是可以引發個人對於地方產生情感上的認同。一個空間要透過人們的接觸、認識與體驗之後才漸漸的會有地方的概念，人置身在空間中，從認識地方開始及活動的參與，有了深入的了解及涉入後，才能發展為完整的地方概念，而經過長時間的發展過後地方依附則代表著一個人與某一特定地方之間感性或情感上的連結。

### 三、地方依附之構面

Williams, Poggenbuck & Waston (1992) 在研究中亦將地方依附分為地方依賴與地方認同二個構面。其中，地方依賴的概念是一種依附在特殊場所以滿足地方居民的目的及需求。地方認同是心理層面的感受，是一段時間經歷和經驗的過程後產生的情感和象徵上的意義，是個人對於自然環境的情感認同。地方依附包含三個含意：地方依附是個人體驗環境的經驗、地方依附是個人在地方發展社會網路後所產生的情感連結、地方依附是個人對於地方的長期感受(曾秉希，2003)。地方依附起源於使用者對地方中的事物及活動的長期參與。劉俊志(2004)認為地方依附是從地方獲取的一種感情信念(notion of affective)或情感關聯(emotion bonding)的過程，以及情緒和感情的表現。並指出地方依附為在經驗過一個地方之後，對於環境中所能滿足自己的機能而產生的依賴感，即為地方依賴(place dependence)，以及對於一個地方在情感層面所產生的認同感、歸屬感與其他情感層面的連結，即為地方認同(place identity)。

Moore and Grafe (1994) 針對鐵道使用者探討其對於鐵道周遭遊憩設施的依附感所做的研究中，將地方依附分為地方依賴及地方認同：其中地方依賴意指某遊憩環境或遊憩資源具備較有功能性的設備，使用者會依賴此資源所提供的功能，並可能藉此從事相關活動；地方認同是指此遊憩環境或某特定設施所具備較具情感及象徵意義的功能。在其研究中並指出，較具功能性的地方依賴會在較短的時間內形成，因為只要此遊憩環境的資源對使用者而言是好的、是方便的，地方依賴便可以較快形成。相較於此，具情感依賴成分的地方認同就需要較長的時間來養成。如圖2-1 所示，使用者特性、情況變數及相關活動會影響使用頻率，使用頻率的高低會造成地方依賴程度的多寡，地方依賴程度及關連期間的長短又會進一步影響地方認同的程度。

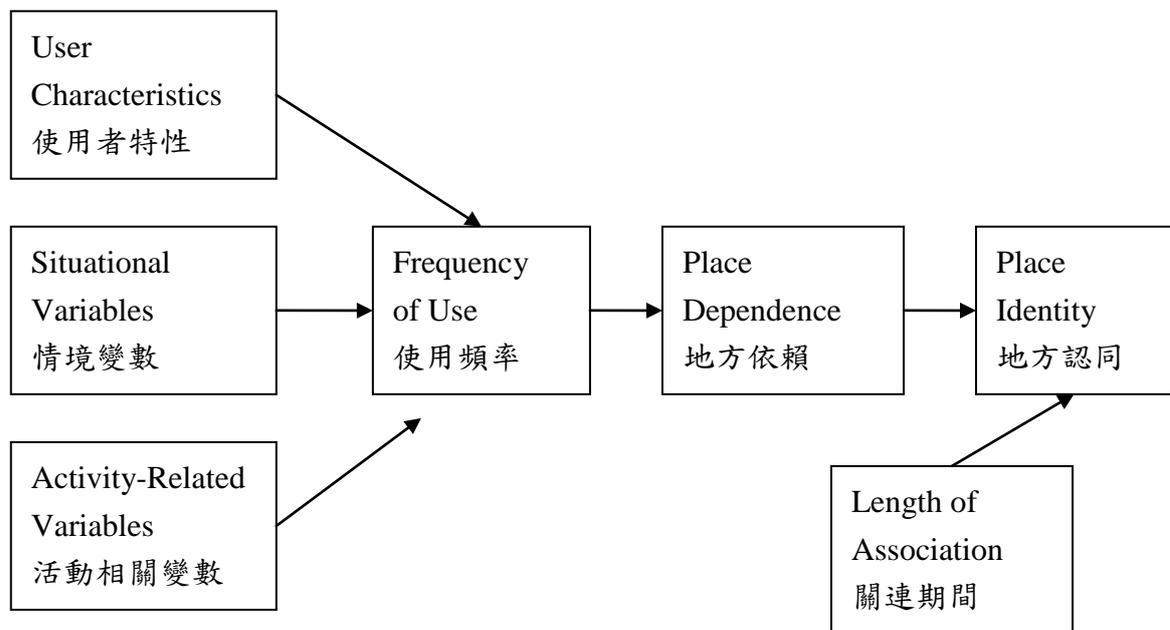


圖 2-2 地方依賴與地方認同的發展模式

資料來源：Moore and Graefe.,1994, p.21

由Moore and Grafe (1994) 地方依賴與地方認同的發展模式顯示，除了實質環境與心理層面的影響因素之外，使用者本身的社經背景特性、遊憩地與住家之距離及活動重要性，都會造成使用者對於遊憩場所的使用頻度的差異，進而影響

到地方依附的產生。在一個特定地點從事活動頻率相當高的人會因為使用者便於參與其選擇的活動，會傾向於依賴在這特定地點並且對於該地方具有較高的評價 (Moore and Graefe, 1994)。例如某地是個健行或賞鳥的好地方、方便的地方，人們會逐漸依賴這地方，但有別於地方依賴，情感的發展常需要較長的時間。研究顯示人們依賴一個特定地方並持續從事他們的活動，將發展為強烈的地方認同 (Bricker and Kerstetter, 2000; Moore and Graefe, 1994; 謝宗恆、侯錦雄和郭彰仁, 2005)。

承襲過去諸位學者的理論，採用較多學者提出且已經被反覆驗證過的地方依附理論，主要是以地方認同 (place identity) 及地方依賴 (place dependence) 兩個構面，來測量花蓮居民到太魯閣砂卡礑步道參與健行活動的地方依附。本研究欲參考 Kyle, Graefe, Manning and Bacon (2003) 所使用的地方依附構面以地方依賴、地方認同等兩個構面，藉由此兩個構面來衡量花蓮居民對於太魯閣砂卡礑步道的地方依附程度。

### 第三節、遊憩涉入與地方依附關係

Moore and Grafe (1994) 的研究中指出，地方依附分為地方依賴及地方認同兩構面，且個人會在較短時間內對活動相關設施形成依賴感之後，會在對與活動相關的遊憩環境產生認同感。Havitz and Dimanche(1990)認為休閒涉入程度為影響休閒體驗的重要成份，研究顯示涉入程度越高，所得的經驗會越好，使高休閒涉入程度會比低涉入程度更傾向地方依賴及地方依附。

Kyle 等(2003)以阿帕拉契山步道為例，探討登山健行客休閒活動涉入與地方附之間的關係，其中休閒活動涉入分為中心性(centrality)、自我表現(self expression)與吸引力(attraction)三個構面(Kyle & Mowen, 2005)，顯示休閒活動涉入為地方依附之前因變項，其中以自我表現與吸引力可預測地方認同；而自我

表現也可預測地方依賴。Kyle、Graefe、Manning and Bacon(2004)同樣以阿帕拉契山步道為研究地點，增加社會連接(socialbonding)與環境密度知覺(perceptions of setting density)兩構面，來探討休閒活動涉入與地方依附之關係。研究結果顯示只有地方認同與地方依賴有顯著影響到環境密度知覺，受訪者對於阿帕拉契山步道有相當高的地方認同，並且也而傾向覺得較擁擠；而在地方依賴方面也有高度的依賴程度，而受訪者卻覺得當時擁擠程度是在可接受範圍內。

張良漢等(2006)及Kyle等人在2003年及2004年對登山健行者的研究中發現，活動涉入可以預測地方依附，其中以活動涉入中的自我表現構面，最能顯著影響地方依附的程度，也說明因為長時間與地方資源有互動及情感的交流，個人對於此活動相關設施的依賴程度亦會增加，當個人對於某活動的涉入程度增加時，親近的機會增加，使最能瞭解及感受地方資源的人，較能與地方發展出情感的認同。Kyle等人(2003)以阿帕拉契山步道為例，探討健行客休閒活動涉入與地方依附之間的關係，結果顯示休閒活動涉入為地方依附之前因變項，其中自我表現與吸引力可預測地方認同；而自我表現可預測地方依賴。

#### **第四節、小結**

綜合上述學者的觀點，花蓮居民對太魯閣砂卡礑步道有地方依附感的產生，是要須經過認識砂卡礑步道的環境、體驗砂卡礑步道環境之後，居民對於砂卡礑步道裡的自然生態、歷史環境及活動參與的頻率，而深入瞭解及涉入，因而形成地方依附，這是居民對地方的記憶，也是居民與地方的正向情感連結。因此藉由花蓮居民到太魯閣砂卡礑步道參與健行活動之遊憩涉入與地方依附感，可預測居民對峽谷區的遊憩涉入及地方依附的程度及彼此之關係。

## 第參章 研究方法

本章旨在說明本研究的研究方法，第一節為研究場域與對象的選擇、第二節為問卷的製作、第三節為預測問卷蒐集過程、第四節為正式問卷蒐集過程，第五節為資料分析方法。

### 第一節 研究場域與研究對象

#### 一、太魯閣國家公園簡介

太魯閣國家公園座落於花蓮、台中及南投三縣。其範圍以立霧溪峽谷、東西橫貫公路沿線及其外圍山區為主，包括合歡群峰、奇萊連峰、南湖中央尖山連峰、清水斷崖、立霧溪流域及三棧溪流域等，全部面積共計九萬二千公頃。太魯閣國家公園，屬於峽谷型國家公園，以峽谷景觀聞名，砂卡礑步道、長春祠、布洛灣、燕子口、九曲洞等峽谷景觀美不勝收，著名的白楊瀑布、清水斷崖展現太魯閣國家公園地形之險峻與地質之奧妙。位於太魯閣國家公園天祥以東至太魯閣閣口間之立霧溪峽谷地區，含括中橫沿線最優美的大理石峽谷景緻，由於交通便利，成為中外遊客旅遊台灣的最重要路線(郭育任，2004)；峽谷段各據點遊客量推估結果，遊客中心、砂卡礑步道、布洛灣遊憩區、燕子口及九曲洞、天祥為遊客量最多的景點(林晏州，2004)。林晏洲在2004年太魯閣國家公園峽谷段遊憩環境衝擊之研究與遊客調查分析中，分析2004年遊客之居住地點比較。由研究分析可知，整體而言，仍以居住於台北基隆、與花東地區之遊客居多，假日之受訪遊客中，雖仍以台北基隆居住者居多(39.7%)，但花東地區居住者之比例則比非假日增加許多(26.4%)，可知花東地區的居民有就近選擇太魯閣國家公園作為其假日旅遊點的情形。在旅遊特性分析中，遊客到太魯閣國家公園之旅遊次數最多為五次以上(44.2%)，最少為第四次(5.8%)，顯示本區遊客重遊率高。花蓮居民因鄰近太魯閣國家公園，國家公園在適當的經營管理之下，若能將砂卡礑步道內之遊憩資源有效運用，並瞭解居民對砂卡礑步道長期以來的情感投入及涉入

之程度，以提供花蓮居民良好的學習環境與遊憩體驗。

## 二、研究場域說明～砂卡礑步道

砂卡礑步道從入口到三間屋全長約 4.5 公里，倚傍著砂卡礑溪而行。砂卡礑溪是立霧溪入海前最後匯入的支流，十六公里的流路中，形成峻秀的峽谷，清澈的溪水、美麗的岩石褶皺及鬱密的森林，讓砂卡礑溪步道兼具景觀與生態之美。砂卡礑步道海拔約六十公尺，在坡度較緩的地方，土壤堆積深厚，形成高大且層次豐富的森林；步道上昆蟲、蝶類、蛇類、山鳥，偶而還可見到臺灣獼猴等哺乳動物，使砂卡礑步道處處展現生機。

砂卡礑步道是日治末期日本人所建，主要是為了發展立霧溪的水立發電。民國 29 年，日本政府在太魯閣興建立霧發電廠，在溪畔建水壩，並開鑿輸水隧道，引立霧溪水至發電廠發電，因此步道最初是為了維修水壩和大水管而建立。砂卡礑步道原名神秘谷步道，民國 90 年太魯閣國家公園才更名為「砂卡礑步道」，並將這條路規劃為景觀步道，加強沿線安全措施，增設休憩平台與解說設施。



圖 3-1 研究場域圖 資料來源：太魯閣國家公園(2009)

### 三、研究對象~花蓮居民

本研究以居住在台灣花蓮縣市居民為主要樣本，樣本抽樣範圍界定為因在花蓮縣市工作、求學而居住在花蓮的居民。凡年滿 18 歲以上，在太魯閣國家公園峽谷地區砂卡礑步道參與健行活動之台灣花蓮居民皆為問卷發放對象。

## 第二節 問卷製作

本研究欲探討遊憩涉入 (recreational involvement) 與地方依附 (place attachment) 之間的關係。本問卷共分為四個部分：1) 第一部分為遊憩涉入變項；2) 第二部分為地方依附變項；3) 第三部分花蓮居民參與健行特性；4) 第四部分為社會人口統計變項 (詳細的問項請見附件一)。以下介紹各問項的內容與參考來源：

### 一、遊憩涉入量表

本研究參考學者 Kyle, Graefe, Manning and Bacon (2003) 的衡量方式，以吸引力 (attraction)、自我表現 (self expression) 及中心性 (centrality) 等三個構面為主。問卷設計採用李克特量表 (Likert scale)，依程度高低不同分為非常同意、同意、普通、不同意、非常不同意，藉以評量花蓮居民對於太魯閣國家公園峽谷區砂卡礑步道的遊憩涉入程度。

### 二、地方依附量表

本研究參考 Kyle, Grafe, Manning and Bacon (2003) 所使用的地方依附構面以地方認同、地方依賴等兩個構面。問卷設計採用李克特量表 (Likert scale)，依程度高低不同分為非常同意、同意、普通、不同意、非常不同意，藉以評量花蓮居民對於太魯閣國家公園峽谷區砂卡礑步道的地方依附程度。

表 3-1 花蓮居民之遊憩涉入問項

構面	項目	參考來源
Self Expression 自我表現	1. When I participate in hiking I can really by myself 當我健行時，可以真正的做我自己	Kyle et al. (2003)
	2. You can tell a lot about a person by seeing them hiking 看到別人健行時，可以看出那個人的特性	
	3. When I participate in hiking others see me the way I want them to see me 我希望透過健行活動，讓人看到我是一個喜歡參與健行活動的人	
Attraction 吸引力	4. Hiking is important to me 健行對我而言很重要	Kyle et al. (2003)
	5. Hiking interests me 我對健行很感興趣	
	6. Participating in hiking is one of the most enjoyable things that I do 從事健行活動是我做過最快樂的事之一	
	7. Hiking is pleasurable 健行是令人心情愉悅的	
Centrality 中心性	8. I really enjoy hiking 我很享受健行活動	Kyle et al. (2003)
	9. I find a lot of my life is organized around hiking 我的日常生活與健行息息相關	
	10. Hiking has a central role in my life 在我的人生中，健行扮演一個中心的角色	
	11. I find a lot of my life is organized around hiking activities 我發現我的生活總是圍繞著健行活動而進行(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)	

表 3-2 花蓮居民之地方依附問項

構面	項目	參考來源
Place Identity 地方認同	1.This trail means a lot to me 砂卡礑步道對我來說意義不凡	Kyle et al. (2003)
	2.I am very attached to the Appalachian trail 在情感上，我非常依附砂卡礑步道	
	3.I identify strongly with this trail 我對砂卡礑步道有強烈的認同感	
	4.I have a special connection to the Appalachian trail and the people who hike along it 我對砂卡礑步道和去那裡健行的人有一種特殊的 關係	
P lace Dependence 地方依賴	5.I enjoy hiking along the Appalachian Trail more than any other trail 我喜歡在砂卡礑步道健行更勝於其他步道	Kyle et al. (2003)
	6.I got more satisfaction out of visiting this trail than from visiting any other trail 和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意 度	
	7.Hiking here is more important than hiking in any other place 在砂卡礑步道健行比在其他步道健行來得重要	
	8.I wouldn't substitute any other trail for the type of recreation I do here 對我來說，在砂卡礑步道從事遊憩活動是沒有其他 步道可以取代的	

### 三、花蓮居民參與健行特性

本研究參考Moore and Grafe (1994) 的地方依賴與地方認同的發展模式。欲調查的居民參與健行特性，變項包含花蓮居民健行的習慣、居民前往太魯閣砂卡礑步道健行的使用頻率、關連期間、重要性及情境變數等項目。

最後，將花蓮居民參與健行特性變項的內容摘要如表3-3。

表 3-3 花蓮居民參與健行特性

<b>變項名稱</b>	
<b>住家附近步道使用頻率</b>	0~10次、11~20次、21~30次、31~50次、51~100 過去半年內，您在住家附近步 道健行的次數
<b>砂卡礑步道使用頻率</b>	1~2次、3~4、5~10次、 11~20次、21~30次、31次以上 過去半年內，您到砂卡礑步道 健行的次數
<b>關連期間</b>	1年以內、1~2年、3~4年、5~10年、 11~20年、20年以上 您在砂卡礑步道健行的歷史有 多久
<b>活動相關變數(重要性)</b>	1.非常不重要 2.不重要 3.普通重要 4.重要 5.非常重要
activity important how important their particular trail activity was to them 在砂卡礑步道健行活動(包括 賞景、溯溪、攝影或賞鳥) 對您的重要性	
<b>情境變數</b>	目前居住地：花蓮縣_____ 市/鄉/鎮 Distance between home and trail _____ 里/村 Miles from home to trail 現在居住的地方距離與砂卡礑步道大約有 _____公里

#### 四、社會人口統計變項

本研究欲調查之社會人口統計變項包含性別、年齡、教育程度、居住地及個人月收入等問項。

### 第三節 預測問卷蒐集過程

#### 一、預測過程與修改

本研究分別在 2010 年 3 月 9、10 日於太魯閣砂卡礑步道發放前測問卷。上午八點至下午五點在步道口及砂卡礑停車場、洗手間詢問來此步道健行的花蓮居民。前測問卷共回收問卷 40 份，有效問卷 25 份。回收後，透過信度分析(reliability analysis)分析前測資料之後，再配合居民在填答前測問卷時的種種疑問，針對部分問項做語意上之修改與調整及刪減並修改不適用之問項內容。在刪除不良題目及做部分語意、內容之調整後，將前測問卷修改為正式問卷。

#### 二、預測結果

前測問卷已於 2010 年 3 月 9、10 日完成 25 份。

前測問卷的狀況與修改建議如下：

\*題意不清：例：當我健行時，可以真正的當我自己，受訪者會覺得是當我自己

什麼，因此許多受訪者建議改為：當我健行時，可以真正的做我自己。

\*第三部分第一題，您在住家附近步道健行的次數？住在新城鄉、秀林鄉的居民

會不清楚是否將砂卡礑步道列入計算。建議修改為：您在住家附近步道健行的次數(不包含砂卡礑步道)？

\*統一框框格式間距，以方便受訪者勾選。

\*字體需再放大，題與題之間間隔建議再加大。

#### 三、預測問卷之信度及效度

(一)問卷之信度：本研究問卷使用 Cronbach's  $\alpha$  係數檢驗其信度與內部一致性。

問卷內容以及所有樣本 (N=50) 前測分數的  $\alpha$  值如下：

- (1) 自我表現，共 3 題， $\alpha=0.909$  (問卷第一部分的(1)~(3)題)。
- (2) 吸引力，共 5 題， $\alpha=0.947$  (問卷第一部分的(4)~(8)題)。
- (3) 中心性，共 3 題， $\alpha=0.798$  (問卷第一部分的(9)~(11)題)。
- (4) 地方認同，共 4 題， $\alpha=0.684$  (第二部分之(1)~(4)題)。

(5) 地方依賴，共 4 題， $\alpha=0.902$  (問卷第二部分之(5)~(8)題。

(二)問卷之效度：本研究問卷內容主要係參考引用學者所發展相關量表，故本研究問卷量表應已具內容效度，另問卷題項表達方面，亦經由文獻探討與專家學者反覆討論後彙整而得，以求過程嚴謹性與結果完整性。

#### 第四節 正式問卷蒐集過程

研究者於太魯閣砂卡礑步道入口處、停車場及廁所進行問卷發放，發放期間為 99 年 3 月 12 日至 4 月 11 日，採立意抽樣，訪員從砂卡礑步道入口處、停車場及廁所休息者，便過去詢問是否為居在花蓮的居民，做完問卷後便等待下一個可能的受訪者移動，一直詢問到所有遊客是否為花蓮居民及願意填答問卷為止。訪員挑選受訪者的基本原則為「受訪者是花蓮居民，當天有從事健行活動，且目測年齡滿 18 歲」，其他條件則沒有限制。

##### 一、問卷回收率

本研究之正式問卷於 99 年 3 月 12 日至 4 月 11 日每日(下雨天除外)於砂卡礑步道採立意抽樣發放。共計發放正式問卷 355 份，在刪除填答不完整及非花蓮居民填答之問卷後，總計有效問卷為 311 份，有效問卷回收率平均為 87%。

#### 第五節 資料分析方法

本研究使用的統計軟體為 SPSS 12.0 統計分析軟體，而在整體模式的分析是以 AMOS17.0 來進行分析，所採用的分析方式如下：

##### 一、敘述性統計：

說明樣本的基本結構，利用次數分配、百分比等描述性統計方法來說明花蓮居民性別、年齡、教育程度、前來健行的同伴、月收入、過去半年內在住家附近步道健行的次數、過去半年內在砂卡礑步道健行的次數、健行歷史、活動重要性、居住地、住家到砂卡礑步道的距離的基本分布。

## 二、信度分析(Reliability Analysis)：

一個量表的信度愈高，表示量表愈穩定，本研究將採用李克特態度量表中常用的信度考驗方法-「Cronbach's  $\alpha$ 」係數來衡量各構面的內部一致性信度(internal-consistency reliability)。Cronbach's  $\alpha$  在 0.7 以上為佳，0.8 以上為甚佳，0.9 以上則相當理想(吳明隆、涂金堂，2007)。效度(Validity)係一種衡量尺度能夠測出研究者所要衡量事物的有效程度，本研究以結構方程式(Structural Equation Modeling；SEM)進行模式配適度檢定，以檢定各構面是否具有足夠的收斂效度及區別效度。

## 三、驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA)

本研究以 AMOS 17.0 統計軟體建立結構方程模型，檢定變數的路徑係數是否有顯著性，藉以驗證研究假說。結構方程模式是社會及行為科學研究中經常用來探討因果模式的工具，利用結構方程模式來探討變項間因果關係時，其因果模式已預先假定，統計方法只是在此因果模式下，驗證施測所得觀察資料的配適度(Fit indices)，研究者所假設的因果模式未適合施測所得觀察資料，則改用另一種因果模式，直到找到一個最適合的模式為止。本研究分析方法是根據 Anderson and Gerbing(1988)所提出的二步驟程序，首先使用驗證性因素分析發展出一個配適度佳的測量模式，接著進一步分析理論模式。



## 第肆章 研究結果

### 第一節 受訪者的敘述性統計

#### 一、受訪者基本資料分析

本研究共回收 311 份有效問卷，其中男性有 160 位（51.4%），女性有 151 位（48.6%）。年齡分布方面，41-50 歲有 90 位，佔絕大多數（28.9%），其次為 51-60 歲，共 79 位（25.4%）。受訪者的教育程度方面，以大學/大專學歷的 190 位受訪者占最多，居全體的（61.1%），其次為高中/職及以下學歷 112 位（36.0%）。此次前來健行的同伴方面，以親戚家人的 156 份最多，佔全體的（50.2%），其次為朋友 79 位（25.4%），而個人前往也有 39 位，佔（12.5%）。月收入部份則以 20,001 至 30,000 最多共 109 位（35.0%），30,000~40,000 及無固定收入為其次，各佔 24.8%與 21.9%。其他詳細內容如表 4-1 所顯示。

表 4-1 受訪者基本資料分析

項目	人數 (N=311)	百分比 (%)
性別		
男	160	51.4
女	151	48.6
年齡		
20以下	6	1.9
21-30	53	17.0
31-40	69	22.2
41-50	90	28.9
51-60	79	25.4
61 以上	14	4.5
教育程度		
高中/職及以下	112	36.0
大學/大專	190	61.1
研究所以上	9	2.9
同伴		
自己前來	39	12.5
同事	22	7.1
家人親戚	156	50.2
朋友	79	25.4
同學	15	4.8
參加旅行團	0	.0
社會團體	0	.0
月收入		
無固定收入	68	21.9
20,000元以下	16	5.1
20,001~30,000元	109	35.0
30,001~40,000元	77	24.8
40,001~50,000元	35	11.3
50,001~60,000元	5	1.3
60,001~80,000元	2	.6
80,001元以上	0	.0

## 二、健行者之健行特性

表 4-2 健行者之健行特性描述

類別	人數(N=311)	百分比 (%)
住家附近步道健行次數		
0-10次	116	37.7
11-20次	123	39.5
21-30次	65	20.9
31-50次	7	2.3
51-100次	0	.0
砂卡礑步道健行次數		
1-2次	50	16.1
3-4次	156	50.2
5-10次	71	22.8
11-20次	9	2.9
21-30次	3	1.0
31次以上	22	7.1
砂卡礑步道健行歷史		
1年以內	3	1.0
1-2年	32	10.3
3-4年	118	37.9
5-10年	134	41.3
11-20年	20	6.4
21年以上	4	1.3
砂卡礑步道健行活動重要性		
非常不重要	0	.0
不重要	2	.6
普通重要	44	13.8
重要	146	46.9
非常重要	120	38.6
居住地		
花蓮縣秀林鄉	25	8.0
花蓮縣新城鄉	12	3.8
花蓮縣花蓮市	165	53.0
花蓮縣吉安鄉	81	26.0
花蓮縣壽豐鄉	6	1.9
花蓮縣鳳林鎮	8	2.6
花蓮縣光復鄉	1	.3
花蓮縣瑞穗鄉	3	1.0

花蓮縣玉里鎮	9	2.8
住家到砂卡礑步道距離		
10公里以內	25	7.8
11-19公里	12	3.9
20-29公里	144	46.3
30-39公里	91	29.2
40-49公里	14	4.5
50公里以上	25	7.8

從表 4-2 中可得知大部分的受訪者，過去半年內在住家附近步道健行的次數，以 11-20 次的 123 位 (39.5%) 最多，其次為 0-10 次的 116 位(37.7%)，而 21-30 次的人數也有 65 位占 20.9。過去半年內在砂卡礑步道健行的次數，呈現以 3-4 次的居多，共有 156 位(22.8%)，其次頻率為 5-10 次為 71 位 (22.8%)，其餘 1-2 次有 50 位 (19.2%)，31 次以上有 22 位 (7.1%)。在砂卡礑步道健行歷史方面，呈現以 5-10 年的居多，共有 134 位(41.3%)，其次頻率為 3-4 年有 118 位 (37.9%)，其餘 1-2 年有 32 位 (10.3%)，11-20 年有 20 位 (6.4%)。在砂卡礑步道參與健行活動的重要性方面，多數人認為砂卡礑步道參與健行活動是重要的有 146 位 (46.9%)，認為非常重要的有 120 位，佔 38.6%，其餘認為普通的有 44 位，佔 14.1%。居住地以花蓮縣花蓮市的 165 位最多，佔全體的 53.0%，其次為花蓮縣吉安鄉的 81 位佔 26.0%。住家到砂卡礑步道的距離以 20-29 公里的 144 位為最多，佔全體 46.3%，其次為 30-39 公里的 91 位佔 29.2%。

#### 小結：

花蓮居民健行者背景以 41-50 歲為主要群體，男女比例相差不大，男性數比女性稍為偏多一點；居民教育程度多是大學/大專學歷；前來健行的同伴方面大多是與親戚家人和朋友一同健行；平均月收入部份呈現 20,001 至 30,000 元、30,001 至 40,000 元及無經常性收入三項比例較多的結果。

健行者之健行特性中，三成的居民無健行習慣，過去半年內在砂卡礑步道健行

的次數平均約在 2 個月一次或一個月一次，而有五成健行習慣的花蓮居民，多數居民仍選擇在自家附近的步道參與健行活動，唯有居住在砂卡礑步道的富世村居民幾乎每天會在砂卡礑步道健行，有四成的居民有 5-10 年的砂卡礑步道健行歷史，約五成的居民認為在砂卡礑步道參與健行活動是重要的，參與砂卡礑步道健行活動有五成的居民居住在花蓮縣花蓮市，住家到砂卡礑步道的距離大多以 20-29 公里為居多。

### 三、受訪者之各問項敘述性統計分析

由表 4-3 可見健行者對遊憩涉入三構面平均分數高低依序為：吸引力 > 自我表現 > 中心性。顯示健行者對於遊憩涉入主要傾向吸引力。在自我表現構面中以「當我健行時，可以真正的做我自己」平均值為最高，而「我希望透過健行活動，讓人看到我是一個喜歡參與健行活動的人」則相對較低；在吸引力構面中以「健行是令人心情愉悅的」平均值為最高，而「健行對我而言很重要」則相對較低；在中心性構面中以「我發現我的生活總是圍繞著健行活動而進行(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)」平均值為最高，而「我的日常生活與健行息息相關」則相對較低。

表 4-3 健行者與遊憩涉入描述統計分析

構面名稱	測量問項	平均數 MEAN	標準差 SD	構面內 排名
自我表現1	當我健行時，可以真正的做我自己	4.44	.603	1
自我表現2	看到別人健行時，可以看出那個人的特性	4.00	.645	2
自我表現3	我希望透過健行活動，讓人看到我是一個喜歡參與健行活動的人	3.76	.734	3
自我表現構面平均數：4.06				
吸引力4	健行對我而言很重要	4.35	.624	5
吸引力5	我對健行很感興趣	4.48	.605	2
吸引力6	從事健行活動是我做過最快樂的事之一	4.43	.612	3
吸引力7	健行是令人心情愉悅的	4.72	.492	1
吸引力8	我很享受健行活動	4.39	.579	4
吸引力構面平均數：4.47				
中心性9	我的日常生活與健行息息相關	3.75	.747	3
中心性10	在我的人生中，健行扮演一個中心的角色	3.85	.709	2
中心性11	我發現我的生活總是圍繞著健行活動而進行 (包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)	4.50	.544	1
中心性構面平均數：4.03				

由表 4-4 可見健行者對地方依附二構面平均分數高低依序為：地方依賴 > 地方認同。顯示健行者對於地方依附主要傾向地方依賴。在地方認同構面中以「我對砂卡礑步道有強烈的認同感」平均值為最高，而「我對砂卡礑步道和去那裡健行的人有一種特殊的關係」則相對較低；在地方依賴構面中以「和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意度」平均值為最高，而「在砂卡礑步道健行比在其他步道健行來得重要」則相對較低。

表 4-4 健行者與地方依附描述統計分析

構面名稱	測量問項	平均數 MEAN	標準差 SD	構面內 排名
地方認同1	砂卡礑步道對我來說意義不凡	3.87	.696	3
地方認同2	在情感上，我非常依附砂卡礑步道	4.08	.793	2
地方認同3	我對砂卡礑步道有強烈的認同感	4.68	.513	1
地方認同4	我對砂卡礑步道和去那裡健行的人有一種特殊的關係	3.54	.748	4
地方認同構面平均數：4.06				
地方依賴5	我喜歡在砂卡礑步道健行更勝於其他步道	4.20	.668	2
地方依賴6	和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意度	4.62	.549	1
地方依賴7	在砂卡礑步道健行比在其他步道健行來得重要	3.99	.714	4
地方依賴8	對我來說，在砂卡礑步道從事遊憩活動是沒有其他步道可以取代的	4.12	.613	3
地方依賴構面平均數：4.23				

#### 四、遊憩涉入與地方依附量表的信度測試

本研究以 Cronbach's  $\alpha$  信度係數說明各構面量表的信度，Cronbach's  $\alpha$  在 0.7 以上為佳，0.8 以上為甚佳，0.9 以上則相當理想(吳明隆、涂金堂，2007)。

為了瞭解遊憩涉入與地方依附量表量表的內部一致性如何，將遊憩涉入與地方依附以 Cronbach's  $\alpha$  進行信度測試，在遊憩涉入量表之信度分析中，自我表現為 0.839，吸引力為 0.933，中心性為 0.853，該構面各題項的 Cronbach's  $\alpha$  值請見表 4-5；在地方依約量表之信度分析中，地方認同為 0.831，地方依賴為 0.871，此二構面各題項的 Cronbach's  $\alpha$  值請見表 4-6。

表 4-5 遊憩涉入的 Cronbach's  $\alpha$  值

	平均數	標準差	修正的項 目總相關	Cronba ch's $\alpha$
<b>自我表現</b>				<b>0.839</b>
當我健行時，可以真正的做我自己	4.44	.603	.649	
看到別人健行時，可以看出那個人的特性	4.00	.645	.511	
我希望透過健行活動，讓人看到我是一個喜歡參與健行活動的人	3.76	.734	.619	
<b>吸引力</b>				<b>0.933</b>
健行對我而言很重要	4.35	.624	.686	
我對健行很感興趣	4.48	.605	.652	
從事健行活動是我做過最快樂的事之一	4.43	.612	.695	
健行是令人心情愉悅的	4.72	.492	.594	
我很享受健行活動	4.39	.579	.626	
<b>中心性</b>				<b>0.853</b>
我的日常生活與健行息息相關	3.75	.747	.639	
在我的人生中，健行扮演一個中心的角色	3.85	.709	.622	
我發現我的生活總是圍繞著健行活動而進行(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)	4.50	.544	.533	

表 4-6 地方依附的 Cronbach's  $\alpha$  值

	平均數	標準差	修正的項 目總相關	Cronba ch's $\alpha$
<b>地方認同</b>				<b>0.831</b>
砂卡礑步道對我來說意義不凡	3.87	.696	.558	
在情感上，我非常依附砂卡礑步道	4.08	.793	.498	
我對砂卡礑步道有強烈的認同感	4.68	.513	.503	
我對砂卡礑步道和去那裡健行的人有一種特殊的關係	3.54	.748	.583	
<b>地方依賴</b>				<b>0.871</b>
我喜歡在砂卡礑步道健行更勝於其他步道	4.20	.668	.583	
和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意度	4.62	.549	.583	
在砂卡礑步道健行比在其他步道健行來得重要	3.99	.714	.583	
對我來說，在砂卡礑步道從事遊憩活動是沒有其他步道可以取代的	4.12	.613	.602	

## 第二節 花蓮居民之社經背景、情境變數、活動相關變數對於使用頻

### 率差異性分析

本節以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析砂卡礑步道之花蓮居民的社經背景、情境變數、活動相關變數等變項進行分析，探討花蓮居民對於砂卡礑步道之使用頻率是否有差異性存在。

#### 一、性別對於使用頻率之獨立樣本 t 檢定分析

經獨立樣本 t 檢定分析，詳見表 4-7，分析結果顯示性別達到顯著差異(P 值 < 0.05)，推論男性參與砂卡礑步道健行的使用頻率比較高。

表 4-7 性別對使用頻率 t 檢定

項目	平均值		t 值	P 值(Sig)
	男性(n=160)	女性(n=151)		
使用頻率	2.65	2.21	3.159	.001

#### 二、教育程度對於使用頻率之獨立樣本 t 檢定分析

由於部分研究所以上受訪人數較少，因此合併為「大學/大專以上」後進行分析。經獨立樣本 t 檢定分析，詳見表 4-8，分析結果顯示不同教育程度達到顯著差異(P 值 < 0.05)，高中/職及以下之居民參與砂卡礑步道健行的使用頻率比較高。

表 4-8 教育程度對使用頻率 t 檢定

項目	平均值		t 值	P 值(Sig)
	高中/職及以下 (n=112)	大學/大專以上 (n=199)		
使用頻率	2.88	2.19	3.965	.000

#### 三、活動重要性對於使用頻率之獨立樣本 t 檢定分析

由於部分認為普通重要受訪人數較少，因此合併為「重要」後進行分析。經

獨立樣本 t 檢定分析，詳見表 4-9，分析結果顯示不同活動重要性達到顯著差異(P 值<0.05)，認為非常重要之居民參與砂卡礑步道健行的使用頻率比較高。

表 4-9 教育程度對使用頻率 t 檢定

項目	平均值		t 值	P 值(Sig)
	重要(n=192)	非常重要(n=120)		
使用頻率	1.93	3.24	9.068	.000

#### 四、不同年齡對於使用頻率之單因子變異數分析

由於部分 20 歲以下受訪人數較少，因此合併為「18-30 歲」後進行分析；51-60 歲及 61 歲以上以下受訪人數較少，合併為「51 歲以上」後進行分析。單因子變異數分析的結果發現，在年齡層方面，不同的年齡層受訪者對砂卡礑步道使用頻率達到顯著差異(P 值<0.05)，51 歲以上之受訪者對於使用頻率皆高於其他年齡層，顯示年齡層高者有比較高的使用頻率。以 Scheffe 法進行事後比較，51 歲以上比起其他年齡層有顯著差異，詳見表 4-10。

表 4-10 年齡對使用頻率單因子變異數分析

項目	使用頻率
18-30 歲(n=59)	2.22
31-40 歲(n=69)	2.16
41-50 歲(n=90)	2.36
51 歲以上(n=93)	2.86
F 值	5.747
P 值(Sig)	.001
Scheffe	51 歲以上 > 18-30 歲、31-40 歲、41-50 歲

#### 五、不同健行同伴對於使用頻率之分析

由於部分同事與同學受訪人數較少，因此合併為「同事同學」後進行分析。本研究將砂卡礑步道使用頻率分為高低二類，使用卡方檢定來檢定健行同伴對於砂卡礑步道使用頻率分析其是否顯著差異，詳見表 4-11。

高/低度使用頻率的同伴以家人親戚最多，各佔 42.0%、54.0%，其中，高度使用頻率有 29 人是自己前來健行。其卡方值為 33.132，p 值=.000<0.05，顯示不同的健行同伴對砂卡礑步道使用頻率達到顯著差異。

表 4-3 健行同伴對使用頻率卡方分析

項目	低度使用頻率		高度使用頻率		卡方值 (P)
	個數	百分比%	個數	百分比%	
自己前來	10	5.0	29	28.0	<b>X<sup>2</sup>=33.132</b> <b>P=.000</b>
家人親戚	112	54.0	44	42.0	
朋友	58	28.0	21	20.0	
同事/同學	26	13.0	11	10.0	

#### 六、不同月收入對於使用頻率之單因子變異數分析

由於部分月收入 50.001-60.000 元及 60.001-80.000 元以上受訪人數較少，因此合併為「40.001 元以上」後進行分析；單因子變異數分析的結果發現，詳見表 4-12，在月收入方面，不同的月收入受訪者對砂卡礑步道使用頻率達到顯著差異 (P 值<0.05)，觀察平均值發現，月收入 20.000 元以下之受訪者對於使用頻率皆高於其他月收入受訪者。以 Scheffe 法進行事後比較，月收入 20.000 元以下者，比起無固定收入、20.001-30.000 元、30.001-40.000 元、40.001 元以上等月收入者有顯著差異。

表 4-4 月收入對使用頻率單因子變異數分析

項目	使用頻率
無固定收入(n=68)	2.60
20.000 元以下(n=16)	4.50
20.001-30.000 元(n=109)	2.11
30.001-40.000 元(n=77)	2.25
40.001 元以上(n=41)	2.59
F 值	16.681
P 值(Sig)	.000
Scheffe	20.000 元以下 > 無固定收入、20.001-30.000 元、 30.001-40.000 元、40.001 元以上

## 七、距離對於使用頻率之單因子變異數分析

單因子變異數分析的結果發現，在距離方面，不同的距離受訪者對砂卡礑步道使用頻率達到顯著差異(P值<0.05)，觀察平均值發現，花蓮市 (1-24KM)之受訪者對於使用頻率皆高於其他距離受訪者。以Scheffe法進行事後比較，花蓮市>花蓮市與吉安鄉、吉安鄉以南之受訪者有顯著差異，詳見表4-13。

表 4-5 距離對使用頻率單因子變異數分析

項目	使用頻率
花蓮市 (1-25KM) (n=137)	3.11
花蓮市與吉安鄉(26-40KM) (n=146)	2.22
吉安鄉以南(41-90KM) (n=28)	1.74
F 值	26.960
P 值(Sig)	.000
Scheffe	花蓮市 > 花蓮市與吉安鄉、 吉安鄉以南

## 八、小結：

綜合以上研究結果，不同社經背景、居住地距離及活動重要性對於使用頻率之關係具有顯著性差異存在，假設1、假設2與假設3獲得支持。檢定結果指出，男性居民健行者在使用頻率具有顯著差異，51歲以上之居民健行者、普偏教育的程度皆在高中職以下、認為活動重要性非常重要者、當距離砂卡礑步道公里數越少(1-25km)者有較高的使用頻率。

根據研究假設，經統計分析所得到的結果如表 4-14 所示。

表 4 -6 研究假設之結果

研究假設	結果
<b>H1</b> ：不同社經背景的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異。	成立
<b>H2</b> ：不同居住地距離的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異。	成立
<b>H3</b> ：不同活動重要性的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異。	成立

### 第三節 使用頻率與關連期間對於地方依附分析

#### 一、使用頻率分群對於地方依附之單因子變異數分析

本研究將砂卡礑步道依使用頻率將受訪者分為低度使用頻率、中度使用頻率、高度使用頻率三類。1~2 次歸類為低度使用頻率；3~4 次及 11~20 次歸類為中度使用頻率；21 次以上歸類為高度使用頻率。不同使用頻率受訪者在地方依附(地方認同與地方依賴)經由單因子變異數分析發現，詳見表 4-15，「地方認同」與「地方依賴」，兩構面均達到顯著差異( $p$  值 $<0.05$ )，有顯著差異存在，觀察平均值發現高度使用頻率受訪者對於地方認同與地方依賴程度均大致為中上之偏高程度。以 Scheffe 法進行事後比較，檢定發現中度使用頻率較低度使用頻率，高度使用頻率較中度使用頻率、低度使用頻率有較高的地方認同感；中度使用頻率較低度使用頻率，高度使用頻率較中度使用頻率、低度使用頻率有較高的地方依賴。

表 4-7 使用頻率分群對於地方依附之單因子變異數分析

項目	地方認同	地方依賴
低度使用頻率(n=50)	3.61	3.84
中度使用頻率(n=236)	4.04	4.23
高度使用頻率(n=25)	4.90	4.98
F 值	59.559	47.915
P 值(Sig)	.000	.000
Scheffe	2>1, 3>2、1	2>1, 3>2、1

註：1=低度使用頻率，2=中度使用頻率，3=高度使用頻率

#### 二、關連期間分群對於地方依附之單因子變異數分析

本研究將砂卡礑步道依關連期間將受訪者分為低度關連期間、中度關連期間、高度關連期間三類，一年以內及 1-2 年歸類為低度關連期間；3-4 年及 5-10 年歸類為中度關連期間；11 年以上歸類為高度關連期間。不同關連期間受訪者在地方依附(地方認同與地方依賴)經由單因子變異數分析發現，詳見表 4-16，「地

方認同」與「地方依賴」，兩構面均達到顯著差（異值 $<0.05$ ），有顯著差異存在，觀察平均值發現高度關連期間受訪者對於地方認同與地方依賴程度均大致為中上之偏高程度。以 Scheffe 法進行事後比較，檢定發現中度關連期間較低度關連期間，高度關連期間較中度關連期間、低度關連期間有較高的地方認同感；中度關連期間較低度關連期間，高度關連期間較中度關連期間、低度關連期間有較高的地方依賴。

表 4-8 關連期間分群對於地方依附之單因子變異數分析

項目		地方認同	地方依賴
集群 分析	低度關連期間(n=35)	3.65	3.85
	中度關連期間(n=252)	4.03	4.22
	高度關連期間(n=24)	4.75	4.87
F 值		32.304	30.382
P 值(Sig)		.000	.000
Scheffe		2>1, 3>2、1	2>1, 3>2、1

註：1=低度關連期間，2=中度關連期間，3=高度關連期間

### 三、小結：

綜合以上研究結果，不同使用頻率與關連期間對於地方依附之關係具有顯著性差異存在，假設4與假設5也獲得支持。檢定結果指出，高度使用頻率與高度關連期皆有較高的地方依賴與地方認同感。

根據研究假設，經統計分析所得到的結果如表 4-17 所示。

表 4-9 研究假設之結果

研究假設	結果
<b>H4</b> ：不同使用頻率的花蓮居民對於砂卡礑步道的地方依附感具有顯著差異。	成立
<b>H5</b> ：不同關連期間的花蓮居民對於砂卡礑步道的地方依附感具有顯著差異。	成立

#### 第四節 整體結構模式分析

本節將以本研究架構整體樣本進行結構方程式分析，以驗證本研究所提出之觀念性架構，瞭解遊憩涉入構面(自我表現、吸引力、中心性)與地方依附(地方認同、地方依賴)之關係。

本階段進行結構分析。本研究之理論模式如圖 4-1，並使用 AMOS17.0 軟體工具進行分析。

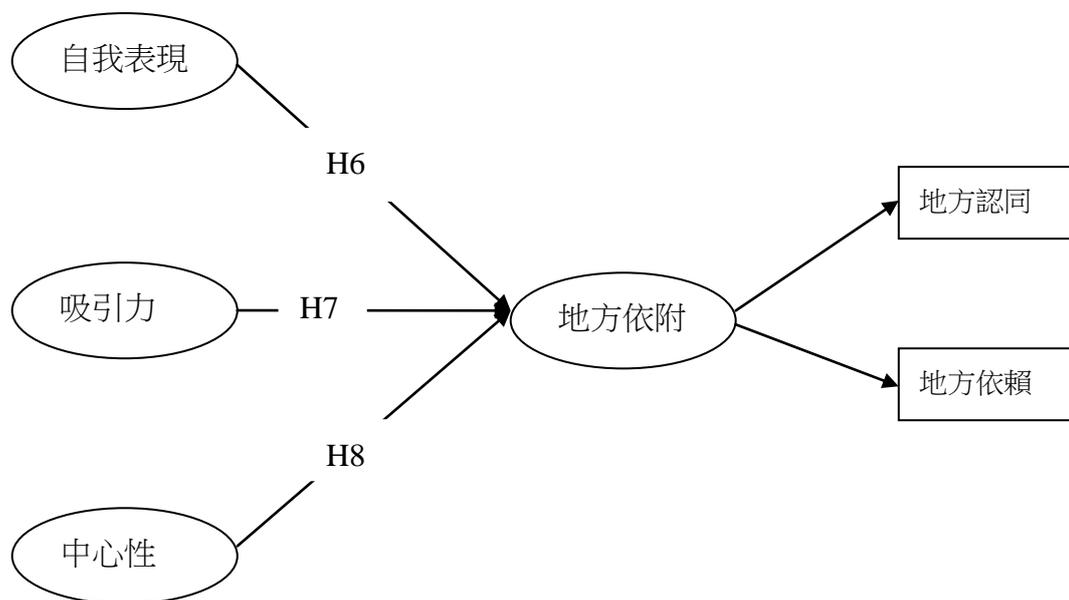


圖 4-1 本研究遊憩涉入-地方依附之研究假設模型

##### 一、結構方程式分析程序

結構方程式模型的建立必須以理論為基礎，強調必須過觀念的釐清、文獻整理與推理提出有待檢驗的假設模型(邱皓政，2003)，且理論是假設模式成立主要的解釋依據。若發現假設模式與觀察資料的適配度不佳，研究者將模式進行適當修正(吳明隆，2006)，模式改變即為模式界定(model specification)，對初始理論模式進行局部的修改或調整，提高假設模式的適配度，如果模式可識別，則表示理論上模式中的每個參數皆可導出估計值，決定模式識別(model identification)。接著選擇施測觀察變項及資料，利用結構方程式多元迴歸的基礎，對SEM 進行

模式估計(model estimation)，如果模式未達適配度評鑑(assessment of fit)時，此時則需將參數釋放或固定，進行模式修正(model modification)重新估計模式，直到找到一個最合適的模式為止，最終則對模式的統計結果加以解釋（黃芳銘，2007）。

## 二、驗證性因素分析

驗證性因素分析(confirmatory factor analysis, CFA)可以使研究者進一步檢驗不同項目的因素與不同方法的因素結構組成下的因素模型的檢驗(邱皓政，2003)。CFA 使用於特定的理論觀點或概念架構作為基礎，藉由數學程序來確認該理論觀點所提出的計量模型是否適當，使本研究能進一步的處理測量指標與其潛在因素的特殊關係，並探討潛在因素的關係。CFA 所檢驗的測量變項與潛在變項的假設關係，為結構方程模式最基礎的測量部分，不但是結構方程模式中的基礎，更可應用在項目效度與信效度考驗與理論有效性的確認。以SEM 的術語來看，潛在變項的因素分析則為CFA(邱皓政，2003)，利用CFA 來驗證研究模式中各測量變項是否能準確測量各潛在變項，亦驗證研究模式的內在適配度。

## 三、結構方程式的評鑑

整體模式配適度分析是用來衡量整個觀念性架構與觀察資料的配適程度，本研究依 Bagozzi and Yi (1988)的看法，從基本的適配標準(Preliminary Fit Criteria)、整體模式配適度(Overall Model Fit)、及模式內在結構適配度(Fit of Internal Structure of Model )等三方面來加以評量。

### (一)基本的適配標準

此標準是用來檢測模式之辨認問題或輸入有誤等，可從衡量指標的衡量誤差不能有負值及因素負荷量不能低於0.5 或高於0.95 及是否達到顯著水準來加以衡量。

### (二)整體模式配適度

此指標是用來衡量整個模式與觀察資料的適配程度，此方面的適配度衡量有許多指標，Hair, Anderson, Tatham and Black (1998)將其分為三種類型：絕對配適度衡量 (Absolute Fit Measure)、增量配適度衡量 (Incremental Fit Measure)及簡要配適度衡量 (Parsimonious Fit Measure)等，詳見表 4-18。

### 1. 絕對配適度衡量

用以確定整體模式可用來預測共變數或相關矩陣的程度，衡量指標如卡方統計值、適配度指標(GFI)、平均殘差平方根(RMR)、平均近似值誤差平方根(RMSEA)等。

### 2. 增量配適度衡量

比較所發展的理論模式與虛無模式，衡量指標如調整的適配度指標(AGFI)、基準的配適指標(NFI)、和比較適配指標(CFI)等。

### 3. 簡要配適度衡量

係要調整適配度衡量，能比較含有不同估計係數數目的模式，以決定每一估計係數所能獲致的適配程度，衡量指標如簡要的基準適配指標(PNFI)、簡要的適配度指(PGFI)。

表 4-10 本研究使用評鑑指標

適配度衡量指標	配適的標準或臨界值
絕對配適度衡量	
卡方值 ( $\chi^2$ )	越小越好
$\chi^2 / \text{d.f.}$	< 3
GFI	> 0.9
RMR	< 0.05(越小越好)
RMSEA	< 0.05(良好適配)
	0.05 ~ 0.08(不錯適配)
	0.08 ~ 0.10(普通適配)
	> 0.1(不良適配)

增量適配度衡量	
AGFI	>0.9
NFI	>0.9(越大越好)
CFI	>0.9(越大越好)
簡要適配度衡量	
PNFI	>0.5(越大越好)
PGFI	>0.5(越大越好)

#### 四、遊憩涉入初始模型適配度分析

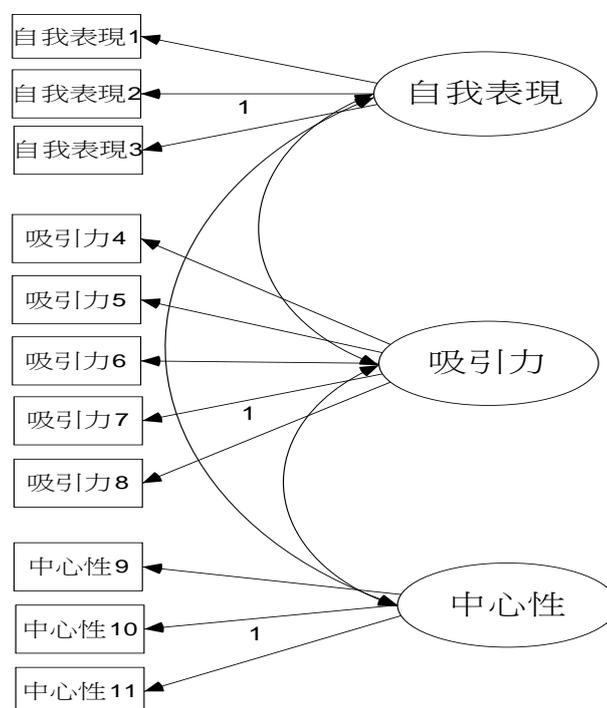


圖 4-2 憩涉入初始模式

遊憩涉入模型的適配度分析，以絕對適配度指標、增量適配指標與簡要適配指標作為整體適配度評定指標。由表4-19得知，初始模式之絕對適配指標，卡方值187.431，自由度為41，絕對適配指標之GFI(0.896)與RMSEA(0.107)未達到標準，增量適配度指標之CFI(0.946)達到可接受範圍，AGFI(0.832)未達到標準，而簡要適配度指標皆達到可接受範圍。因此，遊憩涉入之理論模型仍有修正空間。

表 4-19 遊憩涉入初始模型整體適配度值

適配度衡量指標	實際數值	配適的標準或臨界值	是否符合標準
<b>絕對配度衡量</b>			
卡方值 ( $\chi^2$ )	187.431	越小越好	
自由度 (d.f.)	41		
$\chi^2 / d.f.$	4.571	< 3	不符合
GFI	0.896	> 0.9	不符合
RMR	0.017	< 0.05(越小越好)	符合
RMSEA	0.107	< 0.05(良好適配) 0.05 ~ 0.08(不錯適配) 0.08 ~ 0.10(普通適配) > 0.1(不良適配)	不良配適
<b>增量適配度衡量</b>			
AGFI	0.832	> 0.9	不符合
NFI	0.932	> 0.9(越大越好)	符合
CFI	0.946	> 0.9(越大越好)	符合
<b>簡要適配度衡量</b>			
PNFI	0.695	> 0.5(越大越好)	符合
PGFI	0.556	> 0.5(越大越好)	符合

### 1. 遊憩涉入模型修飾

除了檢驗模型契合度之外，進行模型的修飾可使模型的契合度指標符合標準，故Byrne(1998)建議模型的修飾，以修正指標(MI)檢視模型(吳明隆，2006)。

修正指標(MI)之目的在顯示某些觀察殘差的相關性關係，為了驗證理論與收集到的資料間的關係讓模型達到配適度的標準，修正模式的過程就是驗證所蒐集的樣本資料是否符合模型理論的建構。學者Bagozzi and Yi(1988)認為當修正指標MI指數高於3.84時就有必要進行模式修飾(程炳林，2003)。遊憩涉入經由MI修正後，模式達到適配。修飾過程如下所述：

#### (1) 修正模式一

模式經運算之後，進一步檢視輸出結果，從報表MI值的建議中得知，發現「吸

引力5」(0.90)以及「吸引力6」(0.93)兩者的測量誤之間殘留了相當大的MI值(MI=25.593)，根據MI指標，吸引力5與吸引力6之MI值大於3.84，研究顯示這兩個變項之測量誤具有相當的共同影響來源，且隸屬於同一個構面，因此決定將此兩測量誤間的關係給予釋放。

## (2)修正模式二

刪除問項吸引力5與吸引力6之後重新估計，整體適配度還未達標準，且MI值結果顯示，「自我表現2」(0.53)以及「自我表現3」(0.70)兩者的測量誤之間殘留了相當大的MI值(MI=10.158)，根據MI指標之建議，將自我表現2(誤差變項e2)及自我表現3(誤差變項e3)設定有共變關係(彼此間有相關)。

刪除問項吸引力5與吸引力6及設定自我表現2(誤差變項e2)及自我表現3(誤差變項e3)有共變關係之後，整體適配度指標：絕對適配指標之卡方值由187.431降至67.885，自由度由41降為23且GFI大於0.9，RMSEA0.079顯示不錯適配；增量適配度指標之CFI(0.975)與AGFI(0.907)達到可接受範圍，而簡要適配度指標皆達到可接受範圍達到標準(表4-20)。

表 4-11 遊憩涉入修正後模型整體適配度值

適配度衡量指標	實際數值	配適的標準或臨界值	是否符合標準
絕對配度衡量			
卡方值 ( $\chi^2$ )	67.885	越小越好	
自由度 (d.f.)	23		
$\chi^2 / d.f.$	2.951	<3	符合
GFI	0.953	>0.9	符合
RMR	0.015	<0.05(越小越好)	符合
RMSEA	0.079	<0.05(良好適配) 0.05 ~ 0.08(不錯適配) 0.08 ~ 0.10(普通適配) >0.1(不良適配)	不錯配適
增量適配度衡量			
AGFI	0.907	>0.9	符合

NFI	0.963	>0.9(越大越好)	符合
CFI	0.975	>0.9(越大越好)	符合
簡要適配度衡量			
PNFI	0.615	>0.5(越大越好)	符合
PGFI	0.623	>0.5(越大越好)	符合

經模型修飾，共刪除二題不適配之問項，依序為吸引力 5--「我對健行很感興趣」及吸引力 6--「從事健行活動是我做過最快樂的事之一」。

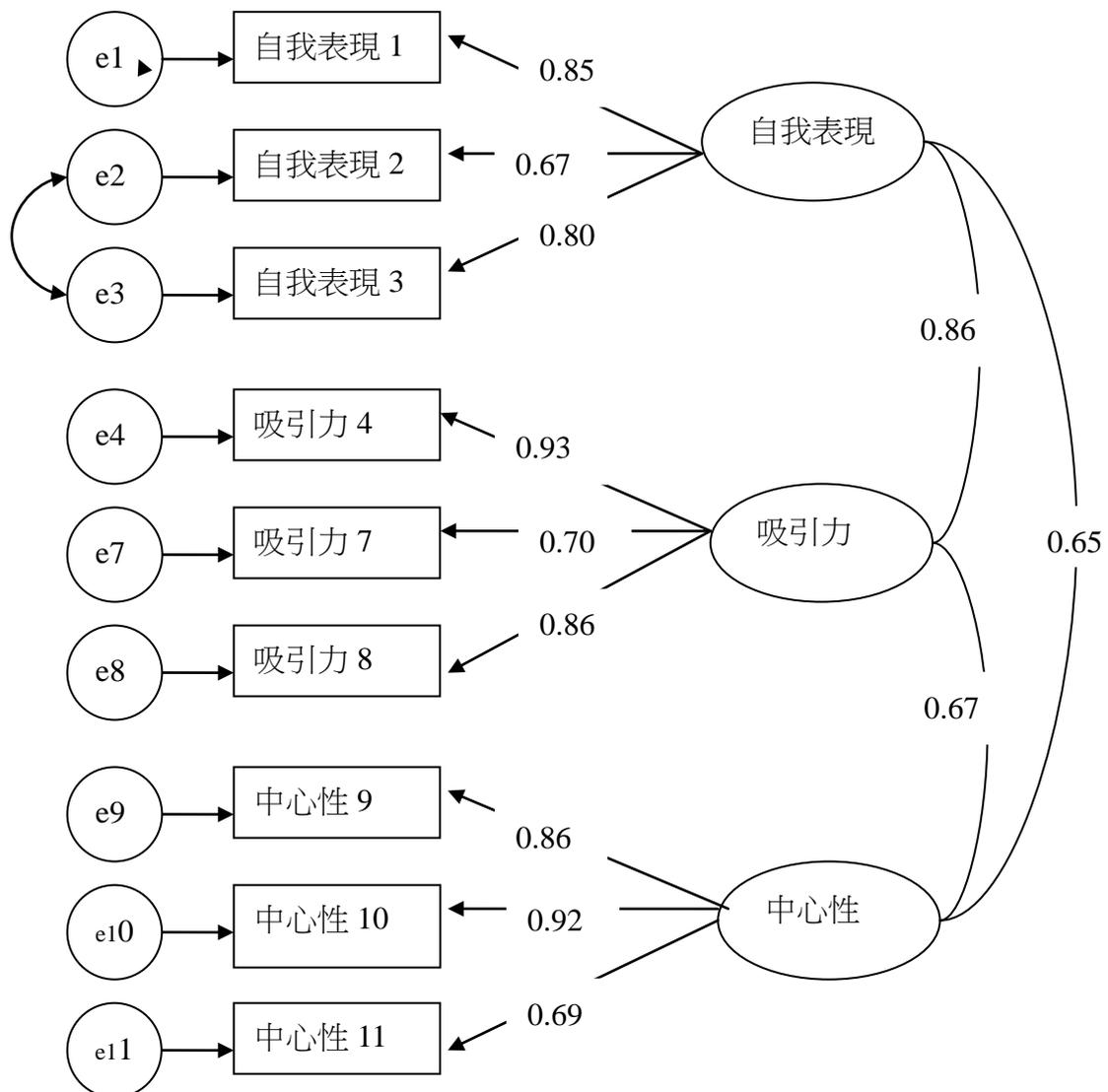


圖 4-3 遊憩涉入最後模式

## 五、地方依附初始模型適配度分析

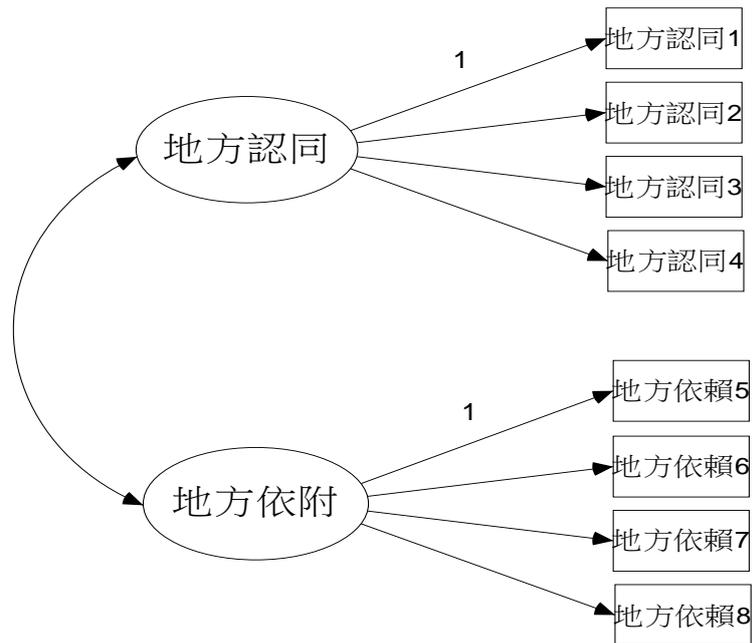


圖 4-4 地方依附初始模式

地方依附初始模型的配適度分析，以絕對適配度指標、增量適配指標與簡要適配指標作為整體適配度評定指標。由表4-21得知，初始模式之絕對適配指標，卡方值為135.860，自由度為19，絕對適配指標之GFI(0.903)達到標準範圍，而RMSEA(0.141)未達到標準，增量適配度指標之CFI(0.925)達到標準範圍，而AGFI(0.815)未達到標準，而簡要適配度指標PGFI(0.476)未達到可接受範圍。因此，地方依附之理論模型仍有修正空間。

表 4-21 地方依附初始模型整體適配度值

適配度衡量指標	實際數值	配適的標準或臨界值	是否符合標準
絕對配度衡量			
卡方值 ( $\chi^2$ )	135.860	越小越好	
自由度 (d.f.)	19		
$\chi^2 / d.f.$	7.150	<3	不符合
GFI	0.903	>0.9	符合
RMR	0.018	<0.05(越小越好)	符合

RMSEA	0.141	<0.05(良好適配) 0.05 ~ 0.08(不錯適配) 0.08 ~ 0.10(普通適配) >0.1(不良適配)	不良配適
增量適配度衡量			
AGFI	0.815	>0.9	不符合
NFI	0.914	>0.9(越大越好)	符合
CFI	0.925	>0.9(越大越好)	符合
簡要適配度衡量			
PNFI	0.620	>0.5(越大越好)	符合
PGFI	0.476	>0.5(越大越好)	不符合

### 1.地方依附模型修飾

如同第一部分，學者 Bagozzi and Yi(1988)認為當修正指標 MI 指數高於 3.84 時就有必要進行模式修飾(程炳林，2003)。地方依附經由 MI 修正後，模式達到適配。修飾過程如下所述：

#### (1)修正模式一

模式經運算之後，進一步檢視輸出結果，從報表MI值的建議中得知，發現「地方認同3」(0.70)以及「地方依賴6」(0.73)兩者的測量誤之間殘留了相當大的MI值(MI=70.402)，根據MI指標，地方認同3與地方依賴6之MI值大於3.84，研究顯示這兩個變項之測量誤具有相當的共同影響來源，且隸屬於同一個構面，因此決定將此兩測量誤間的關係給予釋放。

#### (2)修正模式二

刪除問項地方認同3與吸地方依賴6之後重新估計，整體適配度還未達標準，且MI值結果顯示，「地方認同1」(0.79)以及「地方認同2」(0.76)兩者的測量誤之間殘留了相當大的MI值(MI=4.676)，根據MI指標之建議，將地方認同1(誤差變項 e12)及地方認同2(誤差變項 e13)設定有共變關係(彼此間有相關)。

刪除問項地方認同 3 與地方依賴 6 及設定地方認同 1 (誤差變項 e12)及地方認同 2(誤差變項 e13)有共變關係之後，整體適配度指標：絕對適配指標之卡方值由 135.860 降至 22.899，自由度由 19 降為 7 且 GFI 大於 0.9，RMSEA0.086 顯示普通適配；增量適配度指標之 CFI(0.980)與 AGFI(0.932)達到可接受範圍，而簡要適配度指標皆達到可接受範圍達到標準(表 4-22)。

表 4-22 地方依附修正模型整體適配度值

適配度衡量指標	實際數值	配適的標準或臨界值	是否符合標準
<b>絕對配度衡量</b>			
卡方值 ( $\chi^2$ )	22.899	越小越好	
自由度 (d.f.)	7		
$\chi^2 / d.f.$	3.271	< 3	不符合
GFI	0.970	> 0.9	符合
RMR	0.013	< 0.05(越小越好)	符合
RMSEA	0.086	< 0.05(良好適配) 0.05 ~ 0.08(不錯適配) 0.08 ~ 0.10(普通適配) > 0.1(不良適配)	普遍配適
<b>增量適配度衡量</b>			
AGFI	0.932	> 0.9	符合
NFI	0.973	> 0.9(越大越好)	符合
CFI	0.980	> 0.9(越大越好)	符合
<b>簡要適配度衡量</b>			
PNFI	0.519	> 0.5(越大越好)	符合
PGFI	0.522	> 0.5(越大越好)	符合

經模型修飾，共刪除二題不適配之問項，依序為地方認同 3 -- 「我對砂卡礑步道有強烈的認同感」及地方依賴 6-- 「和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意度」。

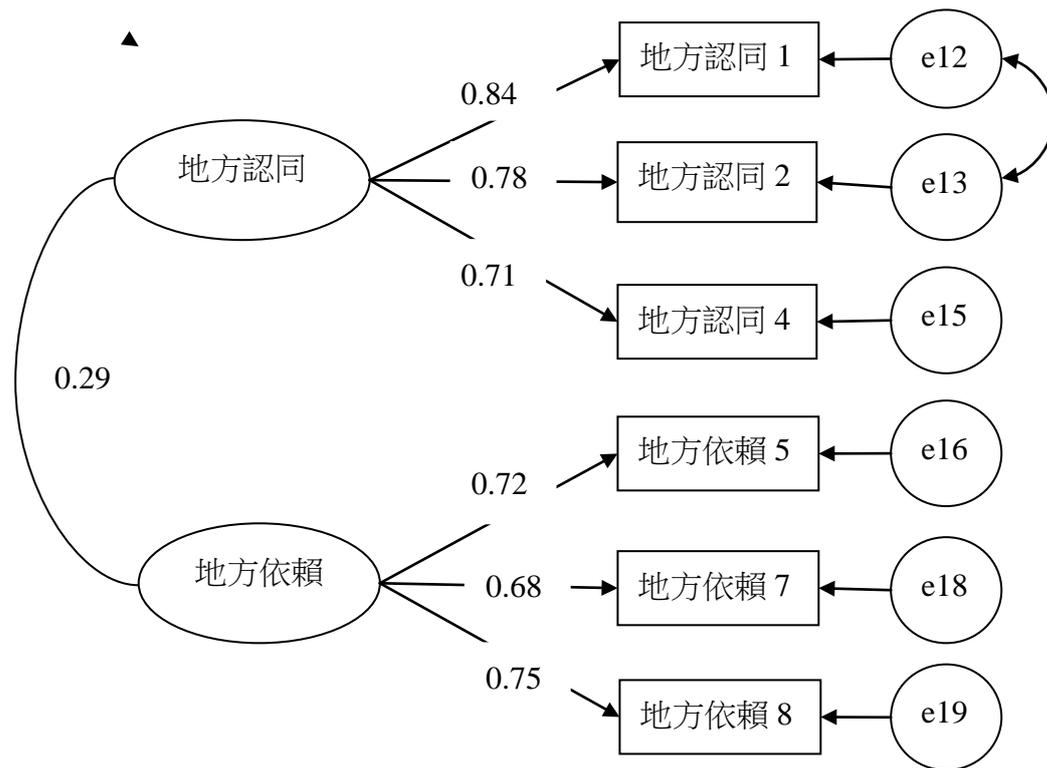


圖 4-5 地方依附最後模式

## 六、遊憩涉入與地方依附之整體模式結構模式

整體模式配適度分析是用來衡量整個觀念性架構與觀察資料的配適程度，本研究依 Bagozzi and Yi (1988)的看法，從基本的適配標準(Preliminary Fit Criteria)、整體模式配適度(Overall Model Fit)、及模式內在結構適配度(Fit of Internal Structure of Model )等三方面來加以評量。

### (一) 基本的適配標準

此標準是用來檢測模式之辨認問題或輸入有誤等，可從衡量指標的衡量誤差不能有負值及因素負荷量不能低於0.5或高於0.95及是否達到顯著水準來加以衡量。由表 4-23 說明本研究在各個潛在構面的衡量指標之因素負荷量均達顯著水準，且均超過0.5以上，且衡量誤差亦沒有出現負值，整體而言為可接受範圍。

### (二) 整體模式配適度

此指標是用來衡量整個模式與觀察資料的適配程度，此方面的適配度衡量有許多指標，Hair, Anderson, Tatham and Black (1998)將其分為三種類型：絕對配適

度衡量 (Absolute Fit Measure)、增量配適度衡量(Incremental Fit Measure)及簡要配適度衡量 (Parsimonious Fit Measure)等。

### 1.絕對配適度衡量

用以確定整體模式可用來預測共變數或相關矩陣的程度，衡量指標如卡方統計值、適配度指標(GFI)、平均殘差平方根(RMR)、平均近似值誤差平方根(RMSEA)等。本研究整體理論模式的絕對適配度衡量指標如表 4-23，其中 GFI 值為 0.951 及 RMR 為 0.014 已達標準範圍內、RMSEA 為 0.067 則為不錯配適標準範圍。

### 2.增量配適度衡量

比較所發展的理论模式與虛無模式，衡量指標如調整的適配度指標(AGFI)、基準的配適指標(NFI)、和比較適配指標(CFI)等如表 4-23 所示，本研究整體理論模式的增量配適度衡量指標為 AGFI=0.912、NFI=0.961 及 CFI=0.977，此三種指標皆達到標準範圍。

### 3.簡要配適度衡量

係要調整適配度衡量，能比較含有不同估計係數數目的模式，以決定每一估計係數所能獲致的適配程度，衡量指標如簡要的基準適配指標(PNFI)、簡要的適配度指標(PGFI)如表 4-23，本研究整體理論模式的簡要適配度衡量指標為 PNFI=0.647、PGFI=0.533，均大於 0.5，代表指標數值均達可接受之範圍。

表 4-23 整體模式適配度指標概況

適配度衡量指標	實際數值	配適的標準或臨界值	是否符合標準
絕對配度衡量			
卡方值 ( $\chi^2$ )	88.026	越小越好	
自由度 (d.f.)	37		
$\chi^2 / d.f.$	2.379	< 3	符合
GFI	0.951	> 0.9	符合
RMR	0.014	< 0.05(越小越好)	符合
RMSEA	0.067	< 0.05(良好適配)	不錯配適

		0.05 ~ 0.08(不錯適配)	
		0.08 ~ 0.10(普通適配)	
		>0.1(不良適配)	
增量適配度衡量			
AGFI	0.912	>0.9	符合
NFI	0.961	>0.9(越大越好)	符合
CFI	0.977	>0.9(越大越好)	符合
簡要適配度衡量			
PNFI	0.647	>0.5(越大越好)	符合
PGFI	0.533	>0.5(越大越好)	符合

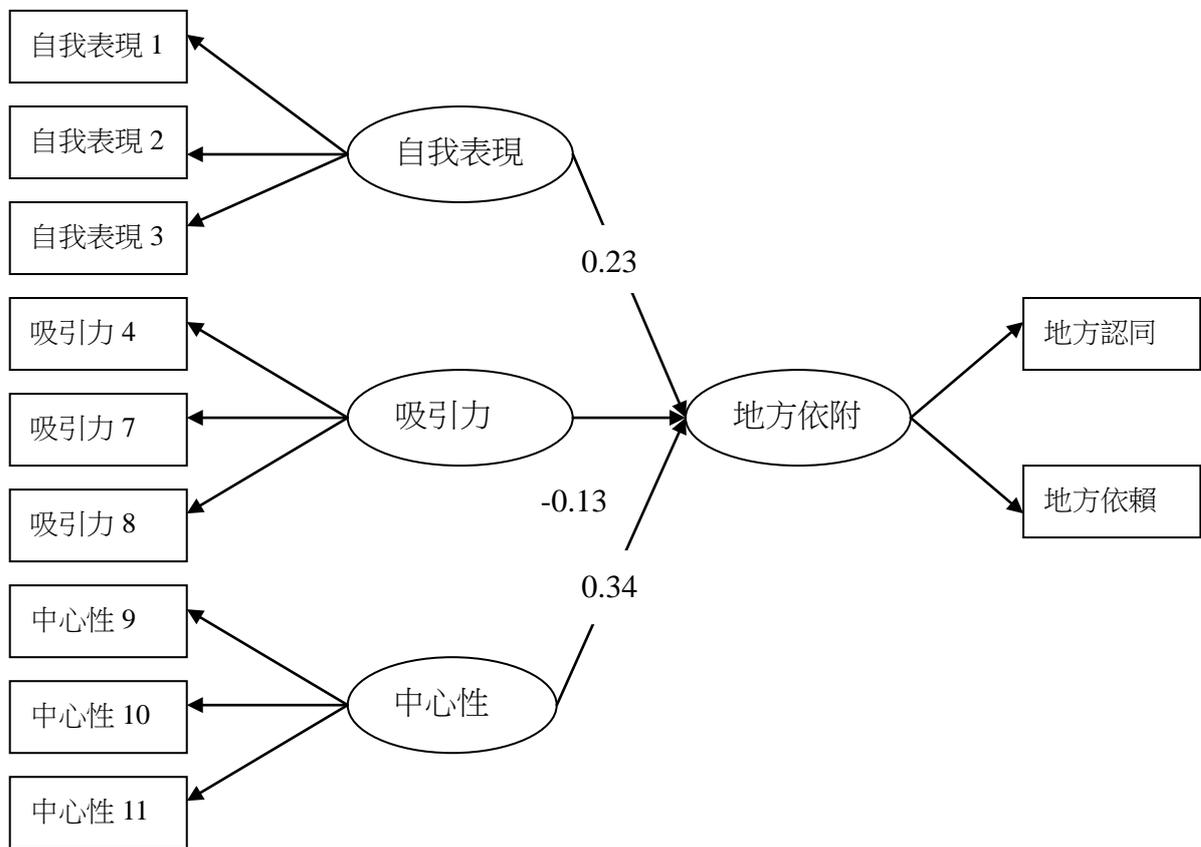


圖 4-6 遊憩涉入與地方依附之整體模式結構模式

## 七、效度分析

本研究藉由驗證性因素分析進行各構面衡量模式(Measurement Model)的配適度檢定，以檢定各構面的收斂效度(Convergent Validity)與區別效度

(Discriminate Validity)。以下依序分析收斂效度與區別效度。

(一)收斂效度分析

收斂效度分析的評核可由四方面來評定，(1)配適度指標(Goodness of Fit Index；GFI)、基準配適度指標(Normed Fit Index；NFI)、及比較配適度指標(Comparative Fit Index；CFI)，其理想值為高於 0.90；(2)平均殘差平方根(Root Mean Square Residual；RMR)，其理想值為低於 0.05；(3)平均萃取變異量(AVE)，其理想值為高於 0.50；(4)各反應指標的因素負荷量皆要顯著。

由表 4-24 中所示各構面驗證性因素的結果，其模式的配適度指標 GFI、NFI、CFI 均大於 0.90 的理想水準，RMR 值為 0.014，低於 0.05 的理想值。Fornel and Larcker (1981) 認為 AVE 值達 0.5 以上表示該量表具有收斂效度，各構面衡量問項的因素負荷量均達 0.50 以上，每個構面的萃取變異量大於 0.5，顯示本研究各構面問項的收斂效度是在可接受範圍內。

表 4-12 整體理論模式的衡量模式分析

變項	MLE 的估計參數		CR 組合信度	AVE 萃取變異量
	因素負荷量	衡量誤差		
自我表現			0.817	0.600
自我表現 1	0.848	0.281		
自我表現 2	0.670	0.551		
自我表現 3	0.795	0.368		
吸引力			0.875	0.702
吸引力 4	0.933	0.130		
吸引力 7	0.705	0.503		
吸引力 8	0.860	0.260		
中心性			0.865	0.685
中心性 9	0.867	0.248		
中心性 10	0.914	0.165		
中心性 11	0.684	0.532		
地方依附			0.906	0.828
地方認同	0.901	0.188		
地方依賴	0.919	0.155		

## (二)區別效度

本研究對於遊憩涉入及地方依附衡量模式之區別效度檢測，依據 Gaski and Nevin(1985)的建議進行分析，共有兩項評核準則：(1)兩兩構面間的相關係數需小於 1.00；(2)兩兩構面的相關係數需小於個別的 Cronbach's  $\alpha$  係數。遊憩涉入與地方依附區別效度分析結果如表 4-25 所示，顯示兩兩構面之相關係數為 0.244 至 0.828，均小於 1.00，且均小於各構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數。因此可以說本研究在遊憩涉入與地方依附構面衡量模式的區別效度在可接受的範圍內。

表 4-25 遊憩涉入與地方依附構面區別效度分析

構面	平均數	標準差	自我表現	吸引力	中心性	地方認同	地方依賴				
自我表現	4.06	0.57	Cronbach's $\alpha$ =0.839	Cronbach's $\alpha$ =0.933	Cronbach's $\alpha$ =0.853	Cronbach's $\alpha$ =0.831	Cronbach's $\alpha$ =0.871				
吸引力	4.47	0.51						.747(**)	.603(**)	.349(**)	.828(**)
中心性	4.03	0.59						.566(**)	.243(**)	.338(**)	
地方認同	4.04	0.56						.244(**)	.300(**)		
地方依賴	4.23	0.54						.286(**)			
*表p<0.05，**表p<0.01，***表p<0.001											

## 八、模式內在結構適配度

用以評量模式內估計參數的顯著程度，各指標及潛在變項的信度等，可由個別項目的信度是否在 0.7 以上，潛在變項的組合信度(Composite Reliability)是否在 0.7 以上、及潛在變項的平均萃取變異量(Average Variance Extracted, AVE)是否大於 0.5 等可接受水準來評估。

由潛在變項的組合信度及潛在變項的平均萃取變異量的評估，由上表 4-23 中所示，自我表現、吸引力、中心性、地方依附等的組合信度分別為 0.817、0.875、0.865、0.906，而平均萃取變異量分別為 0.600、0.702、0.685 及 0.828，均達可

接受水準，故本模式具有良好的內在結構配適度。

### 九、遊憩涉入影響地方依附的效果分析

結構模式分析主要針對研究理論之各潛在變數間，進行因果關係驗證，且各路徑係數已標準化，代表各潛在變數間之直接效果(direct effect)，其值越大表示構面間影響程度越高，如表 4-26 所示。自我表現對於地方依附的影響為不顯著關係(0.23)，吸引力對於地方依附的影響為不顯著關係(-0.13)，而中心性對於地方依附的影響則為顯著關係(0.34)。遊憩涉入對地方依附感構面的表現，由整體理論模式路徑圖(圖 4-7)中可知，只有中心性對地方依附之影響為顯著關係，當中心性的強度增加時，地方依附感表現的也會愈高。

表 4-13 各潛在變項間之關係一覽表

潛在變項之關係	標準化係數	標準誤	t 值	R <sup>2</sup>
自我表現 → 地方依附	0.23	0.158	1.049	0.014
吸引力 → 地方依附	-0.13	0.174	-0.386	
中心性 → 地方依附	0.34*	0.120	3.633	

註：p<0.05

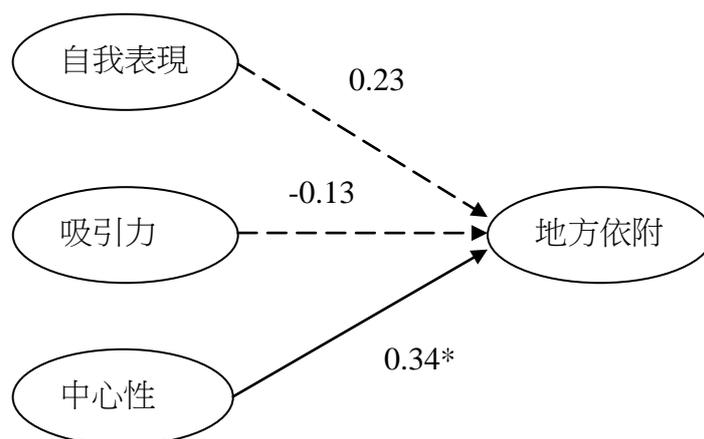


圖 4-7 遊憩涉入-地方依附之研究模式路徑圖

## 十、小結：

本研究以遊憩涉入、地方依附為主要的架構進行結構方程式分析，遊憩涉入可分為自我表現、吸引力和中心性，地方依附構面則是由地方認同與地方依賴等潛在觀察變項測得。本研究結果顯示，該模型具有良好的配適度，如表 4-23。卡方值 ( $\chi^2=88.026$ ) 自由度 37、RMSEA 值介於 0.05 - 0.085 之間，配適度屬良好，而 NNFI 與 CFI 皆大於 0.9。整體而言，配適度屬於良好狀態 ( $\chi^2_{(311)}=88.026$ ；RMSEA=0.067；CFI=0.977；NFI=0.961)。潛在變項之組合信度中，由表 4-24 可以看出所有的變項期因素負荷量皆大於 0.05 皆具有符合理論下的預測。而自我表現對於地方依附的影響為不顯著關係(0.23)，吸引力對於地方依附的影響為不顯著關係(-0.13)，而中心性對於地方依附的影響則為顯著關係(0.34)，只有假設 8 獲得支持。

根據研究假設，經統計分析所得到的結果如表 4-27 所示。

表 4-27 研究假設之結果

研究假設	結果
H6：花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動中，自我表現會正向地影響地方依附。	不成立
H7：花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動中，吸引力會正向地影響地方依附。	不成立
H8：花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動中，中心會正向地影響地方依附。	成立



## 第五章 結論與建議

本章共分成三小節，第一節依照研究假設進行進一步之討論，並歸納整理本研究之分析結果，並與過往之研究相互辯證。第二節為實質建議，根據研究結果的分析討論，給予相關管理單位一些政策上的經營管理政策與改善遊憩問題之建議及後續研究上的建議。第三節為研究限制，說明本研究在進行研究調查時所面臨的一些難題，提供給後續相關研究者參考。

### 第一節 討論與結論

本研究於此節中將針對研究中之所有研究問題最後透過實證檢驗之結果逐一做討論，將針對假設成立及不成立的部分分別討論其成因及推論其可能發展的方向。以下將一本研究之各個假設問題作一回答及推論，分述如下：

#### 一、不同社經背景的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異

在本研究中，男性使用者的使用頻率表現高於女性使用者，50 歲以上之高年齡層受訪者，普遍教育程度皆在國中或高中職，現在皆已到達半退休的年齡，空閒時砂卡礑步道成為使用者享受大自然且參與健行的地方，故能表現出較高程度的使用頻率。在同伴於使用頻率的差異上，獨自前來的居民使用頻率會高於與朋友及家人前來的居民。自行前來的居民，可在他們想要來的時間來到此地，並且恣意的在此逗留，比起隨家人或朋友前來的居民，多了一份的自由與隨性，因此更能夠感受砂卡礑步道的一切。

#### 二、不同居住地距離的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異

研究結果顯示，居住在花蓮市以北之居民，其使用砂卡礑步道之頻率，高於居住在花蓮市以南之受訪者。此結果與 Moore and Grafe (1994) 的研究結果相同，證實距離會正向顯著地影響使用頻率；亦即，距離遊憩活動場域越近者，其

使用之頻率亦會隨之增加。此外，本研究也與 Nyaupane, Grafe and Burns(2003) 的研究結果一致，距離較遠的旅行者跟距離較近的旅行者相比，他們需要花較長的時間才能抵達目的地，探訪的頻率也會比較少，對於目的地的地方依附程度也就會比較低。多數花蓮居民健行者皆居住在距離砂卡礑步道 1-25 公里範圍內，若是富世村居民平時就緊鄰砂卡礑步道而居，成長的環境也與此地有濃厚的情感，對此砂卡礑步道也會產生較高程度之地方依附，相對地居住在花蓮縣吉安鄉以南的居民因住家與砂卡礑步道之距離約在 50-100 公里以上，參與砂卡礑步道的健行頻率也會比較少，對於砂卡礑步道的地方依附程度也就會比較低。而砂卡礑步道之花蓮健行者，因長時間在當地活動，也使對當地產生依賴，對於砂卡礑步道之情感演變成對地方的認同感。

### **三、不同活動重要性的花蓮居民對於砂卡礑步道的使用頻率具有顯著差異**

有近五成的居民認為砂卡礑步道參與健行活動是重要的(46.9%)之受訪者，而其次佔較高的比例是認為非常重要之受訪者有 38.6%，認為非常重要之受訪者對於使用頻率皆高於其他活動重要性受訪者。本研究之結果亦與 Moore and Grafe (1994)的研究結果一致，證實活動重要性會正向顯著地影響使用頻率。

### **四、不同使用頻率的花蓮居民對於砂卡礑步道的地方依附感具有顯著差異**

在使用頻率上，以高度使用頻率較中度使用頻率、低度使用頻率有較高的地方依賴與地方認同感。推論此可能因高度使用頻率健行者大多為砂卡礑步道的鄰近居民，從小就在砂卡礑步道附近成長，若是在砂卡礑步道內擁有自己土地的原住民居民，則會在自己的土地種植作物，經常需沿砂卡礑步道巡視自己的土地，因此時常使用砂卡礑步道，故呈現出較高程度的地方依附，也就是說時間或使用頻率的影響，是在地方情感的 formed 上扮演一個創造回憶、累積情感的作用。使用者可以將對於遊憩場所設施環境的依賴感，轉化成對於遊憩場所的認同，以及將認同感更進一步深化，而有不同的情感表現形式 ( Moore & Graefe, 1994 ;

Williams, Patterson, Poggenbuck & Waston, 1992)。

### 五、不同關連期間的花蓮居民對於砂卡礑步道的地方依附感具有顯著差異

研究結果顯示，長期使用砂卡礑步道，並發展出的較高情感依附之居民（較高關連期間之群體），其地方依附之程度亦會隨之增加。推論此可能因民國 75 年成立太魯閣國家公園以來，而臨近太魯閣砂卡礑步道的花蓮縣市居民享地利之便及易達性高的健行步道，經過持續性的造訪與長時間的活動後與砂卡礑步道產生長期的地方情感，故呈現出較高程度的地方依附感。

在本研究的研究結果中可以發現，居民的關連期間與地方依強的強弱是呈現一種正向相關的趨勢。在本研究中發現於砂卡礑步道關連期間越久的花蓮居民在地方依賴與地方認同的程度愈高。此結果與 Williams 等（1992）、McCool 等（1994）、Moore 等（1994）、Kaltenborn & Williams（2002）等學者的研究結果相同。故本研究結果正可以回應 Tuan 對於地方與時間的看法，可見人們在一個地方且經過一段時間之後，對使用者來說這特殊的地方承載了其回憶、事件、情感等，將會形成了一個專屬於個人的地方，依附著自己對於這個地方的環境依賴及情感的牽連，在隨著時間的進行對於地方的依賴與情感也逐漸的累積、強烈。因此，在此地附近居住時間愈久的花蓮居民，他們的地方依附表現就會較其他的遊客為強。

### 六、花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動中，僅中心性會正向地影響地方依附

本研究以遊憩涉入、地方依附為主要的架構進行結構方程式分析，遊憩涉入可分為自我表現、吸引力和中心性，地方依附構面則是由地方認同與地方依賴等潛在觀察變項測得。研究結果遊憩涉入對地方依附是有顯著相關，本模式獲得驗證，驗證了遊憩涉入程度會影響地方依附的程度。對遊憩涉入而言，只有中心性對地方依附有顯著關係。

研究結果顯示遊憩涉入對地方依附是有顯著相關，而本模式獲得驗證，Kyle 等(2003)、Kyle 等(2004)以阿帕拉契山步道為例，探討登山客休閒活動涉入與地方依附之間的關係，其研究指出其中遊憩涉入中「自我表現」及「吸引力」構面，最能顯著影響地方依附的程度。以上研究與本研究砂卡礑步道對照，則是遊憩涉入中的「中心性」構面最能顯著影響地方依附的程度相同。

本研究結果與Kyle 等(2004)健行者、垂釣者、划船者遊憩涉入與地方依附關係之研究的驗證結果相同，三種不同的遊憩活動中(健行、划船、釣魚)，遊憩涉入中的中心性構面，最能顯著影響地方依附的程度，因為對遊憩者而言，情感連結會因為與生活中有相關的重要活動而有正面影響，遊憩者會選擇與他們生活有相關的活動，而在這特定的遊憩環境發展情感上的連結。在此方面表示健行活動已經深植入花蓮居民的日常生活中，並扮演十分重要的角色，此活動已經在使用者心中佔有一定的地位。也表示花蓮居民健行者感覺在砂卡礑步道健行是最貼近他們生活中心的休閒活動。遊憩涉入與地方依附具有一定的相關性，Bricker 和 Kerstetter(2000)指出個人的行為與環境之間的關係常表現在對地方的感覺，或對遊憩環境情感的聯繫，從情感的聯繫或個人的依附，可獲悉遊憩環境對個人的重要意義。Kyle 等(2004)指出一個特別休閒活動的中心性是依據個人的生活型態，一個活動會被認為具有中心性是因為個人的生活環繞著這活動。多數之花蓮居民健行者居住離砂卡礑步道約30分鐘車程之範圍，而富世村居民平時就緊鄰砂卡礑步道而居，成長的環境也與此地有濃厚的情感，對此砂卡礑步道也會產生較高程度之地方依附。砂卡礑步道之花蓮居民健行者，也因長年在此地活動，而逐漸對當地產生認同感。

#### 七、花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動，自我表現與地方依附呈現不顯著之關係

本研究在此方面的實證結果並無法驗證自我表現會顯著影響地方依附。自我表現為使用者透過某種活動來傳達個人本身追求自我實現並獲得認同的

自我感受。本研究結果與 Kyle 等(2003)有所出入，其原因在於阿帕拉契山徑從美國緬因州的卡塔丁山 (Mount Katahdin)，沿著阿帕拉契山脈的山脊一直到喬治亞州的斯普林吉爾山 (Springer Mountain)，是一條可以在山陵線上行走的步道，它穿越具有獨特文化且風景優美的原野、田園、森林區域，遊客則需靠自己親自步行去體驗、遊覽阿帕拉契山脈 (台灣步道志工官方網，2010)，阿帕拉契步道較具挑戰性。因此，遊憩活動參與者，可以透過阿帕拉契健行活動本身，達到自我表現與挑戰之滿足。反觀砂卡礑步道的健行活動，為男女老幼皆合宜的初級健行路線，花蓮居民較無法從該路線之健行中，得到自我表現，甚或自我討戰之滿足。因此，於大眾化健行路線的實證研究中，自我表現-地方依附的相對應關係，呈現不顯著之相關。

#### **八、花蓮居民參與砂卡礑步道健行活動中，吸引力與地方依附呈現不顯著之關係**

本研究在這方面之實證研究結果顯示，健行活動對於花蓮居民之吸引力程度不會顯著影響花蓮居民對於從事健行活動的場所所提供的環境、資源等形成地方依附。吸引力一詞意指某活動所帶給使用者的愉悅程度及重要性，當某活動對於使用者有越高的吸引力時，使用者會願意花更多時間，更用心的體驗在某特定場所從事遊憩活動的感受。也就是說，某活動若對於使用者的吸引力程度越高，則越能提高使用者對於能提供其從事遊憩活動的場所之關注，對於該場所能提供的環境、設施等資源也就會越關心。但在此表示花蓮居民對於健行活動的涉入程度並未達到較高層次，對於砂卡礑步道所提供的環境、設施等資源未達到依賴及關心的程度，且對於花蓮居民而言，也尚未對於心理層面造成影響，是較淺層的遊憩涉入程度，也較難進一步對場所產生較深層的心理認同，因此這彼此間會是較難呈現顯著之影響關係。

## 第二節 建議事項

### 一、從經營管理的角度

從本研究之研究結果中可得知，使用頻率與關連期間會促成地方依附的形成。管理單位可以利用遊憩涉入與地方依附來建立花蓮居民與砂卡礑步道的關係，而管理單位必須從最根本、最具體的步道道環境、提供之設施等資源規劃著手以增加花蓮居民使用率，以促成花蓮居民會對砂卡礑步道形成更進一步情感依賴及心理之認同。包含下列四點建議：

#### 1.舉辦健行活動

管理單位方面對於步道裡環境與公共設施的維護必須持續的進行，才能給予居民一個完善的環境；曾秉希（2003）提到，長期性且持續性的活動辦理可以增強地方居民的依附感，居民因為進行活動而產生的依附，成為其日常生活的型態。因此可利用舉辦健行活動的方式，使相關單位藉活動過程中，教育居民健行有許多的益處，不只能帶來健康與親友一同健行增加情感交流，使花蓮居民健行者對參與健行活動的涉入程度能提高，視健行活動為主要休閒活動，進而對砂卡礑步道能有更深的情感的聯繫及產生依賴與認同感並增強花蓮居民對砂卡礑步道的依附感。

#### 2.正視擁擠的問題

因為使用頻率對地方依賴及地方認同有正向影響，砂卡礑步道停車場，在假日或平日熱門時段人車過多時易出現塞車、廢氣過多及停車位不足亂停車的問題。因此，該擁擠之狀況，勢必排擠長期資源使用者前來使用國家公園之頻率。故，若能規劃便利的交通系統，像是汽機車承載管制、接駁巴士提供、增加市區至太魯閣公車班次及遊園專車等，可改善峽谷交通和砂卡礑步道停車位不足的問題，以助於花蓮居民提高使用頻率。

### 3. 導入以地方意義為架構的導覽解說模式

在砂卡礑步道中如能提供定時的非團體遊客解說導覽，導覽解說可幫助健行者對其所造訪的地方而有所認識及瞭解，給與花蓮居民健行者正確的訊息並瞭解在環境中所扮演的角色，並且透過健行活動與家人、朋友或是社會團體形成互動，成為花蓮居民生活中重要的角色，也經由解說讓花蓮居民健行者瞭解砂卡礑步道當地的生態環境及發展歷史，讓花蓮居民健行者更能體會其生活之相關性。對當地的認識越深時，身心所感受到土地的溫暖，必會喚醒保存的關心除了健行外還能吸收新知，提供功能上的吸引力，必能提升對地方的依賴感，經由身心的體驗增加對地方的認同感。

### 4. 在地化環境教育課程的推廣

藉由環境教育推廣，可以銜接正規環境教育，也可以幫助學生成為社會人士之後，懂得透過非正規環境教育機會或單位，增強自我所需的環境素養（Hsu & Roth, 1998）。推行環境教育已是全球的趨勢，亦為解決環境問題的良方。建議以花蓮縣市國中小學校為主要環境教育推廣對象，配合不同年級、不同主題，推出各種環境教育的課程，以太魯閣峽谷區砂卡礑步道做為花蓮地區中小學戶外教學提供優質的學習場域，希望藉由自然教育課程，透過主體概念的規劃與串聯，將環境知識、環境態度及環境行為向下紮根（許世璋、梁明煌，2008）。若能自小體驗砂卡礑步道天然的自然景觀及豐富的原住民人文歷史，以提升花蓮居民對砂卡礑步道之吸引力，花蓮居民會願意花更多時間，更用心的體驗在此地從事健行的感受，以增加對砂卡礑步道的依附感。

## 第三節 研究限制

根據本研究在執行上所遇到的困境，提供給後續相關研究者參考。

一、本研究採問卷調查方式，因受限於問卷發放時間只在2010年3月12日起至

2010年4月11日止，包含了假日及非假日時段進行施測，使樣本盡可能反應母體，但還是缺乏其他月份之花蓮居民健行者之資訊，因此在其他時期之花蓮居民健行者只能推測與3-4月份之花蓮居民健行者有相同的結果。

二、由於本研究此次調查地區僅針對太魯閣峽谷區砂卡礑步道之花蓮居民健行者進行問卷調查，然而就實務上而言，因居住各地區之花蓮居民健行者之社會經濟背景不同影響，對於遊憩涉入與地方依附之看法均會有所差異，故並不宜直接類推於其他步道之健行者遊憩涉入與地方依附之關係。

#### **第四節 未來研究建議**

一、分析遊客與居民的互動在地方依附上的影響。由於遊客與居民在地方依附上的表現，不僅是包括了使用者個人的地方依附表現，尚包括了使用者之間的互動（例如遊客與居民之間遊憩資源使用的互動）所造成的地方依附的影響。因此在未來的研究中，可以藉由對於使用者之間的互動於地方依附上的差異的討論，來更準確的分析使用者的地方依附表現。

二、因砂卡礑步道為是太魯閣峽谷區熱門景點之一，除了居民之外，吸引許多遊客來此觀光，因外來遊客必會對當地造成部分的衝擊，如：擁擠程度、停車問題等。因此在未來的研究中可針對遊客行為、各項設施之偏好等進行深入研究。

三、遊憩涉入的中心性這構面，Kyle 等(2004)建議在未來中心性的研究可再分為兩個構面：活動在個人生命中所扮演角色及社會因素。因中心性是由參與活動時與朋友或社會團體產生的互動，對遊憩者來說在他們的生命脈絡中會因活動重要性而產生社會連結，也會對一個特別的環境產生情感依附。此外，社會連結所產生的情感依附這概念和 Buchanan(1985)在社會連結中活動的投入程度相似，因此未來在地方依附中的地方認同與地方依賴這兩個構面外，社會連結(social

bonding)是由 Kyle 等(2005)經過驗證後所提出的，社會連結是指在休閒場所中會產生有意義的正面人際關係，人與人之間能藉由體驗的經驗及回憶而相互分享並且能持續維持社會性的發展。在未來的研究中建議可將社會連結的概念加入地方依附中；活動在個人生命中所扮演角色及社會因素概念納入中心性中。



## 參 考 文 獻

### 中文文獻：

- Cresswell, T.(2004)，徐苔玲、王志弘 譯，(2006)，地方：記憶、想像與認同，台北：群學。
- 呂怡儒，(2001)，台北近郊森林地方感之研究，未出版碩士論文，國立台灣大學森林學系，台北。
- 李英弘、林朝欽，(1997)，地方情感概念在戶外遊憩研究上之探討，1997 休閒遊憩觀光研究成果研討會：休閒遊憩行為（頁282-294）。台 北：戶外遊憩學會。
- 吳明隆、涂金堂，(2005)，SPSS 與統計應用分析，台北，五南。
- 林裕強，(2006)，地方依附在生態旅遊地管理上的意涵—以陽明山國家公園為例，國家公園學報，16 (2)，頁41—59。
- 林茂耀，(2004)，走進太魯閣. 峽谷步道篇，花蓮，內政部營建署太魯閣國家公園管理處。
- 林晏州，(2004)，太魯閣國家公園峽谷段遊憩環境衝擊之研究與遊客調查分析，台北，內政部營建署太魯閣國家公園管理處委託調查。
- 林嘉男、許毅璿，(2007)，人與環境關係之論述：釐清「地方感」、「地方依附」、與「社區依附」在環境研究上的角色，環境教育研究，5(1)，頁41—68。
- 曹勝雄、孫君儀，(2009)，建構地方依附因果關係模式，地理學報，55，43-63。
- 張良漢、蘇士博、王瑋琴，(2006)，不同活動涉入程度對地方依戀之研究，運動休閒管理學報，3 (2)，頁1-18。
- 曾秉希，(2003)，地方居民對台中市梅川親水公園依附感之研究，未出版碩士論文，私立朝陽科技大學休閒事業管理系，台中。
- 劉俊志，(2004)，居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依附差異探討，碩士論文，國立東華大學自然資源管理研究所。

- 劉憲錫，(2004)，釣客遊憩專業化與地方依附之研究，碩士論文，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所。
- 郭育任，(2004)，太魯閣國家公園中橫沿線峽谷段景點調查及解說系統規劃，台北，內政部營建署太魯閣國家公園管理處委託調查。
- 潘淑蘭、吳忠宏、周儒，(2008)，解說志工活動涉入、地方依附與滿意度之關係研究：以國立自然科學博物館為例，戶外遊憩協會，21 (3)：23-47。
- 蔡秀玲，(1998)，依附理論在諮商中的應用，輔導季刊，36 (1)，頁25-31。
- 謝宗恆、侯錦雄、郭彰仁，(2005)，遊客對北埔傳統聚落之文化遊憩屬性與場所依戀關係之研究，戶外遊憩研究，18 (4)，1-24。
- 聶筱秋、胡中凡等譯，(2005)，環境心理學，台北：桂冠圖書股份有限公司。(原書 Bell, A. P., Greene, C. T., Fisher, D. J., & Baum, A. [ 1996 ] *Environmental Psychology*. Fort Worth: Harcourt College Publishers. )

#### 英文文獻：

- Anderson, J. C. and Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3, pp. 411-423.
- Bricker, K. S. & Kerstetter, D. L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Science*, 22, 233-257.
- Bloch, P. H. & Bruce, G. D. (1984). Product involvement as leisure behavior. *Advances in consumer research*, 2, 197-202.
- Brunson, M. W., & B. Shelby. (1993). Recreation substitutability: A research agenda. *Leisure Science*, 15, 67-74.
- Bryan, H. (1997). Leisure value systems and recreational specialization: The case of trout fishermen. *Leisure Science*, 9, 174-187.

- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts, *Leisure Sciences*, 12, 179-195.
- Havitz, M. E. & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advance. *Journal of Leisure Research*, 29, 245-278.
- Havitz, M. E. & Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: Drive properties and paradoxes. *Journal of Leisure Research*, 31, 122-149.
- Hou, J. S., Lin, C.H., & Morais, D. B. (2005). Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44, 221-223.
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A. & Wickham, T.(2004). An examination of the relationships with activities and settings. *Leisure Science*, 26, 123-142.
- Kyle, G., & Chick, G. (2002). The social nature of leisure involvement. *Journal of Leisure Research*, 34, 426-448.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J.(2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35, 249-273.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J.(2004). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density. *Journal of Leisure Research*, 35, 249-273.
- McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring involvement. *Journal of leisure research*, 21(2), 167-179.
- McIntyre, N. & Pigram, J. (1992). Recreational specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure science*, 14, 3-15.
- Moore, R. L. & Graefe, A. R.(1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Science*, 16, 17-31.

- Warzecha, C. A., & D. W. Lime.(2001). Place attachment in Canyonlands National Park: Visitors' assessments of setting attributes on the Colorado and Green Rivers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(1), 59-78.
- Wiley, C. G. E., Shaw S. M. & Havitz, M. E.( 2000). Men's and women's involvement in sports: An examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure Science*, 22, 19-31.
- Priest, S., & Baillie, R. (1987), Justifying the risk to others: The real razor's sedge, *Journal of Experiential Education*, Vol. 10, No. 1, pp. 16-22.
- Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: Current problems and future direction. *Advances in consumer research*, 11, 216-217.
- Selin, S. & Howard, D. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20, 237-244.
- Shannon, G. & Edward, J. R. ( 1995 ) . The effect of goal orientation and place dependence on select goal interferences among winter backcountry users. *Leisure Science*, 17, 171-183.
- Slama, M. E. & Tashchian, A. (1985). Select socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. *Journal of marketing*, 49(1), 72-82.
- Tuan, Yi-fu (1977). *Space and place: the perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

**相關網站：**

交通部觀光局，2007，國人旅遊狀況調查，上網日期：2008/10/25

<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>

營建署全球資訊網，2008，「台灣的國家公園」，上網日期：2009/4/5  
<http://www.cpami.gov.tw>

太魯閣國家公園，2004，「探訪太魯閣」，太魯閣國家公園，  
<http://www.taroko.gov.tw/Mainpages/welcome/default.aspx>

交通部觀光局行政資訊系統，2006，觀光統計，上網日期：2008/11/5  
<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>

台灣步道志工官方網，2010，上網日期：2010/7/8  
<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!i61Fk3SGAhbQHnZUm3ivWQ--/article?mid=259>



## 附 錄

### 附錄 一、花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附之間卷前測問卷

您好：

我是東華大學觀光暨遊憩管理研究所的學生，本研究主要是想了解您個人對太魯閣峽谷地區砂卡礑步道的遊憩涉入程度及地方依附之關係。您的意見對我們的研究，具有關鍵性的影響；問卷中各項題目均無標準答案，請放鬆心情，依照您真實狀況與感受填答。

資料僅作為學術用途，絕不對外公開，您的寶貴經驗，將能為太魯閣國家公園提供未來努力的方向，最後，再次向您致上最深的敬意。

敬祝 身體健康 萬事如意

東華大學 觀光暨遊憩管理研究所

時間：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_時，地點：\_\_\_\_\_

本問卷所謂的『步道健行』或『步道健行活動』，  
包括：健行、散步、登山、溯溪、賞鳥、觀賞自然景色、攝影、生態觀察等活動。

第一部份：遊憩涉入

請依您的同意程度在適當的□內打✓，謝謝您！

#### 同意程度

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 當我健行時，可以真正的當我自己……	<input type="checkbox"/>				
2. 看到別人健行時，可以看出一個人的個性……	<input type="checkbox"/>				
3. 當我健行時，希望健行的人們能夠看到我……	<input type="checkbox"/>				
4. 健行對我而言很重要……	<input type="checkbox"/>				
5. 我對健行很感興趣……	<input type="checkbox"/>				
6. 健行是我最快樂的事之一……	<input type="checkbox"/>				
7. 健行是令人心情愉悅的……	<input type="checkbox"/>				
8. 我真的很喜歡健行……	<input type="checkbox"/>				
9. 我的生活與健行息息相關……	<input type="checkbox"/>				
10. 在我的人生中，健行扮演了一個重要的角色……	<input type="checkbox"/>				
11. 我發現很多我的生活是圍繞著健行活動 (包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)……	<input type="checkbox"/>				

請依您的同意程度在適當的□內打✓，謝謝您！

第二部份：地方依附

同意程度

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 砂卡礑步道對我來說有特別的意義……	<input type="checkbox"/>				
2. 我非常喜歡砂卡礑步道……	<input type="checkbox"/>				
3. 我強烈認同砂卡礑步道……	<input type="checkbox"/>				
4. 我對砂卡礑步道 和去那兒健行的人們有一種特別的關係……	<input type="checkbox"/>				
5. 我喜歡在砂卡礑步道健行更勝於其他步道……	<input type="checkbox"/>				
6. 和其他步道相比，我對砂卡礑步道比較滿意……	<input type="checkbox"/>				
7. 在砂卡礑步道健行比其他步道重要……	<input type="checkbox"/>				
8. 在砂卡礑步道健行是沒有其他步道可以取代的	<input type="checkbox"/>				

第三部份：

1. 過去半年內，您在住家附近步道健行的次數？

- 0~10次     11~20次     21~30次     31~50次  
 51~100次     100次以上

2. 過去半年內，您到砂卡礑步道健行的次數？

- 1~2次     3~4次     5~10次  
 11~20次     21~30次     30次以上

3. 您在砂卡礑步道健行的歷史有多久？

- 1年     1~2年     3~4年     5~10年  
 11~20年     20年以上

4. 在砂卡礑步道健行活動(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)對您的重要性為何？

- 非常不重要     中等不重要     輕微不重要  
 既非重要也非不重要  
 輕微重要     中等重要     非常重要

5. 請問您，目前居住地：花蓮縣\_\_\_\_\_市/鄉/鎮 \_\_\_\_\_里/村

**第四部份：遊客基本資料**

1. 性別： 男     女
2. 年齡： 20歲以下     21-30歲     31-40歲     41-50歲  
 51-60歲     61歲以上
2. 教育程度： 高中/職及以下     大學/大專     研究所以上
4. 您此次前來砂卡礑步道是和誰一起來？  
 自己前來     同事     家人親戚     朋友/同學     其他\_\_\_\_\_
5. 個人平均月收入(新台幣：元)：  
 無固定收入     20,000 以下  
 20,001~30,000 元     30,001~40,000 元  
 40,001~50,000 元     50,001~60,000 元  
 60,001~80,000 元     80,001 元以上

## 附錄 二、花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附調查正式問卷

花蓮的鄉親，您好：

這份問卷是由國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所設計，針對於砂卡礑步道的遊憩涉入程度及地方依附的研究。您的意見對我們的研究，具有關鍵性的影響；問卷中各項題目均無標準答案，請放鬆心情，依照您真實狀況與感受填答。

此問卷之資料將僅作為未來太魯閣國家公園管理之參考，絕不對外公開。最後，再次向您致上最深的謝意。

敬祝 身體健康 萬事如意

東華大學 觀光暨遊憩管理研究所 敬上

時間：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_時，地點：\_\_\_\_\_

本問卷所謂的『步道健行』或『步道健行活動』，

包括：健行、散步、登山、溯溪、賞鳥、觀賞自然景色、攝影、生態觀察等活動。

### 第一部份：遊憩涉入

請依您的同意程度在適當的□內打✓，謝謝您！

項 目		非常 不同意	不 同意	普 通	同 意	非常 同意
1.	我很享受健行活動	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2.	健行對我而言很重要	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3.	我希望透過健行活動，讓人看到我是一個喜歡參與健行活動的人	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.	從事健行活動是我做過最快樂的事之一	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
5.	我對健行很感興趣	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6.	看到別人健行時，可以看出那個人的特性	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
7.	在我的人生中，健行扮演一個中心的角色	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
8.	當我健行時，可以真正的做我自己	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
9.	我的日常生活與健行息息相關	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
10.	健行是令人心情愉悅的	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
11.	我發現我的生活總是圍繞著健行活動而進行(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

請依您的同意程度在適當的□內打✓，謝謝您！

**第二部份：地方依附**

項 目		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.	砂卡礑步道對我來說意義不凡	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2.	我喜歡在砂卡礑步道健行更勝於其他步道	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3.	和其他步道相比，我對砂卡礑步道有比較高的滿意度	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.	在砂卡礑步道健行比在其他步道健行來得重要	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
5.	在情感上，我非常依附砂卡礑步道	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6.	我對砂卡礑步道有強烈的認同感	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
7.	對我來說，在砂卡礑步道從事遊憩活動是沒有其他步道可以取代的	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
8.	我對砂卡礑步道和去那裡健行的人有一種特殊的關係	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

**第三部份：健行特性**

1. 過去半年內，您在住家附近步道健行的次數？

- 0~10次   
  11~20次   
  21~30次   
  31~50次  
 51~100次   
 101次以上

2. 過去半年內，您到砂卡礑步道健行的次數？

- 1~2次   
 3~4次   
 5~10次  
 11~20次   
 21~30次   
 31次以上

3. 您在砂卡礑步道健行的歷史有多久？

- 1年以內   
 1~2年   
 3~4年   
 5~10年  
 11~20年   
 21年以上

4.在砂卡礑步道健行活動(包括賞景、溯溪、攝影或賞鳥)對您的重要性為何？

非常不重要  不重要

普通重要

重要  非常重要

5.請問您，目前居住地：花蓮縣\_\_\_\_\_市/鄉/鎮 \_\_\_\_\_里/村

6.請問您，現在居住的地方距離與砂卡礑步道大約有\_\_\_\_\_公里

#### 第四部份：遊客基本資料

1.性別： 男性  女性

2.年齡： 20歲以下  21-30歲  31-40歲  41-50歲  
 51-60歲  61歲以上

3.教育程度：高中/職及以下 大學/大專 研究所以上

4.您此次前來砂卡礑步道是和誰一起來？

自己前來 同事(公司行號) 家人親戚 朋友 同學  
參加旅行團 社會團體(如：登山社) 其他\_\_\_\_\_

5.個人平均月收入(新台幣：元)：

無固定收入  20,000 以下  
 20,001~30,000 元  30,001~40,000 元  
 40,001~50,000 元  50,001~60,000 元  
 60,001~80,000 元  80,001 元以上

～問卷到此結束，非常感謝您的填答～