

第肆章 結果與討論

本章主要在陳述問卷調查統計分析之結果，依據研究問題分為八節，第一節，受試者基本資料分析；第二節，背景變項對國民旅遊卡使用行為影響之分析；第三節，背景變項對休閒態度影響之分析；第四節，背景變項對休閒效益體驗影響之分析；第五節，國民旅遊卡使用行為與休閒態度之關係；第六節，國民旅遊卡使用行為與休閒效益體驗之關係；第七節，休閒態度與休閒效益體驗之關係；第八節，休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為之影響。

本研究是以南投縣國小行政人員為研究對象，採問卷調查方式，於民國 95 年 3 月 15 日~3 月 31 日進行抽樣調查工作，計發出問卷 300 份，收回 289 份，刪除無效問卷 12 份後，得有效問卷 277 份，回收率為 96%，有效問卷率為 92%。

第一節 受試者基本資料分析

本節旨在針對受試者的背景變項與國民旅遊卡使用行為兩個部份加以描述。背景變項分為：一、性別；二、年齡；三、教育程度；四、婚姻狀況；五、每月所得共五個部分。國民旅遊卡使用行為分為四個部分，包括一、休假時間；二、特約商店類型；三、補助金額；四、主要目的地。

一、背景變項

(一) 性別

在回收之有效問卷中，女性受試者有 127 人，佔 45.8%的比例；男性受試者有

150 人，佔 54.2% 的比例；女男比例約 1：1.1，男性受試者略多於女性（表 4-1-1）。

表 4-1-1
受試者性別分佈一覽表

性別	樣本數	百分比 (%)
男	150	54.2
女	127	45.8
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(二) 年齡

在應答者中，年齡最大為 65 歲，最小者為 26 歲，眾數 37 歲，平均年齡為 40 歲。將受試者分為 30 歲以下、31~35 歲、36~40 歲、41~45 歲、46~50 歲、51~55 歲、56 歲以上七組，其中 36~40 歲樣本數 86 人，所佔比例 31% 為最大，而 56 歲以上樣本數 10 人，所佔比例 3.6% 為最小（表 4-1-2）。

表 4-1-2
受試者年齡分佈一覽表

年齡分層	樣本數	百分比 (%)
30 歲以下	35	12.6
31~35 歲	38	13.7
36~40 歲	86	31
41~45 歲	55	19.9
46~50 歲	36	13
51~55 歲	17	6.1
56 歲以上	10	3.6
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(三) 教育程度

本研究受試者的教育程度，包含高中以下、專科、大學（含教育學分班）、碩士，其中，大學程度樣本為 200 人，所佔比例 72.2% 為最大，高中以下程度樣本為 8 人，所佔比例 2.9% 為最小（表 4-1-3）。

表 4-1-3
受試者教育程度分佈一覽表

教育程度	樣本數	百分比 (%)
高中以下	8	2.9
專科	23	8.3
大學(含教育學分班)	200	72.2
碩、博士	46	16.6
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(四) 婚姻狀況

本研究受試者的婚姻狀況，分為未婚、已婚有子女、已婚無子女和其他，其中已婚有子女者樣本為 221 人，所佔比例 79.8% 為最高，而婚姻狀況為其他之樣本數為 2，所佔比例 0.7% 為最低 (表 4-1-4)。

表 4-1-4
受試者婚姻狀況分佈一覽表

婚姻狀況	樣本數	百分比 (%)
未婚	38	13.7
已婚有子女	221	79.8
已婚無子女	16	5.8
其他	2	0.7
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(五) 每月所得

受試者的每月所得最小值為 27000 元，最大值為 85000 元，眾數為 60000 元，平均每月所得為 56552 元。分為 30000 元以下、30001~40000 元、40001~50000 元、50001~60000 元、60001~70000 元、70001 元以上六組，其中每月所得在 50001~60000 元的人數為 104 人，所佔比例為 37.5% 為最大，而 30000 元以下之樣本數為 5 人，所佔比例 1.8% 為最低 (表 4-1-5)。

表 4-1-5
受試者每月所得分佈一覽表

每月所得	樣本數	百分比 (%)
30000 元以下	5	1.8
30001~40000 元	16	5.8
40001~50000 元	75	27.1
50001~60000 元	104	37.5
60001~70000 元	49	17.7
70001 元以上	28	10.1
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

二、國民旅遊卡使用行為

(一) 休假時間

本研究之回收之有效問卷中，受試者的休假時間在非假日之樣本數為 223，所佔比例為 80.5%，非假日橫跨假日之樣本數為 54，所佔比例為 19.5%。休假時間在非假日的比例明顯高於非假日橫跨假日（表 4-1-6），而此二者的休假日期從問卷回答情形來看，皆集中於寒假和暑假期間。

表 4-1-6
受試者休假時間分佈一覽表

休假時間	樣本數	百分比 (%)
非假日	223	80.5
<i>非假日橫跨假日</i>	54	19.5
總計	277	100

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(二) 特約商店類型

受試者在九個特約商店類型的消費分佈情形中，以次數分布來看，商圈購物樣本數 183，所佔比例 66.1% 為最大，而加油站樣本數 167，所佔百分比 37.5% 次之，餐飲業樣本數 104，所佔比例 37.5% 為第三位；為最小者為其他遊憩，樣本數為 4，所佔百分比 1.4%，顯示受試者的使用行為以商圈購物最多。以平均消費金額來看，商圈購物平均消費金額 5756 元為最多，旅宿業 2037 元次之，餐飲業 1075 元第三，最少者為其他遊憩，平均消費金額 88 元。推論受試者喜好商圈購物居多，而旅宿業

的樣本數為81居第四位，在平均消費金額則居次，與其價格成本較高有關(表4-1-7)。

表 4-1-7
受試者特約商店類型消費情形分佈一覽表

特約商店	樣本數	百分比	平均金額 (元)	遺漏值 (百分比)	最小值	最大值	眾數
旅行業	20	7.2	686	1 (0.4%)	0	20000	0
旅宿業	81	29.2	2037	3 (1.1%)	0	17000	0
交通運輸業	19	6.9	292	0 (0%)	0	16000	0
餐飲業	104	37.5	1075	3 (1.1%)	0	13000	0
農特產品	32	11.6	359	1 (0.4%)	0	12000	0
加油站	167	60.3	920	4 (1.4%)	0	8000	0
遊樂園	27	9.7	188	0 (0%)	0	5000	0
其他遊憩	4	1.4	88	0 (0%)	0	12000	0
商圈購物	183	66.1	5756	6 (2.2%)	0	22000	0
樣本數總計 277							

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(三) 補助金額

在回收之有效問卷中，最近一次休假中使用國民旅遊卡進行休閒活動可請領補助的金額，最大值是 16000 元，最小值是 1000 元，眾數是 16000 元，平均補助金額為 11664 元。其中可請領補助金額 16000 元之樣本數為 139，所佔比例 50.2% 為最大，顯示受試者在一次休假中將休假補助用完者占半數之強 (表 4-1-8)。

表 4-1-8
受試者最近一次休假可請領補助金額一覽表

補助金額(元)	樣本數	百分比	補助金額(元)	樣本數	百分比
1000	20	2.9	9000	6	2.2
2000	9	3.2	10000	7	2.5
3000	10	3.6	11000	4	1.4
4000	9	3.2	12000	8	2.9
5000	9	3.2	13000	12	4.3
6000	12	4.3	14000	2	0.7
7000	14	5.1	15000	4	1.4
8000	24	8.7	16000	139	50.2
樣本數總計 277					

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

(四) 主要目的地

本研究回收之有效問卷中，以各縣市來看，於休假時間前往之主要目的地以台中市為最多，樣本數為 65，所佔比例為 23.5%，彰化縣次之，樣本數 34，所佔比例

為 12.3%，其次為台中縣，樣本數為 24，佔 8.7%（表 4-1-9）。將前往之主要目的地分為北、中、南、東及離島五個區域來看，以中部地區為最多，樣本數為 127，所佔比例為 45.8%，其次依序為南部地區、北部地區、東部地區及離島地區。

表 4-1-9
受試者休假前往之主要目的地分佈一覽表

主要目的地	樣本數	百分比 (%)	主要目的地	樣本數	百分比 (%)
基隆市	1	0.4	台南市	5	1.8
台北市	19	6.9	台南縣	3	1.1
台北縣	14	5.1	高雄市	7	2.5
桃園縣	7	2.5	高雄縣	10	3.6
新竹市	6	2.2	屏東縣	19	6.9
新竹縣	2	0.7	南部地區	60	21.7
苗栗縣	7	2.5	台東縣	8	2.9
北部地區	56	20.2	宜蘭縣	7	2.5
台中市	65	23.5	花蓮縣	13	4.7
台中縣	24	8.7	東部地區	28	10.1
彰化縣	34	12.3	澎湖縣	5	1.8
雲林縣	4	1.4	金門縣	1	0.4
中部地區	127	45.8	馬祖	0	0
嘉義市	11	4	離島地區	6	2.2
嘉義縣	5	1.8	總計樣本數	277	百分比 100%

註：粗體字代表樣本數最多者，斜體字代表樣本數最少者

另外，研究者依據受試者前往之主要目的地與次數以及平均消費金額較高的特約商店類型進行交叉分析。以特約商店類型來看，商圈購物之次數最多，前往之主要目的地以台中市最多，彰化縣與台中縣分次之；餐飲業則以台中市、台北縣與花蓮縣為多；加油站的前三位依序為台中市、彰化縣和屏東縣；在旅宿業方面，以屏東縣、花蓮縣與台北縣居多。總體來看，受試者國民旅遊卡的使用行為以鄰近縣市的商圈購物與加油居多，在旅遊的規劃上以自行規劃行程至屏東縣、花蓮縣居多。

表 4-1-10

受試者休假前往之主要目的地與特約商店類型交叉分析摘要表

主要目的地	台北市	台北縣	台中市	台中縣	彰化縣	屏東縣	花蓮縣
旅宿業							
樣本數		9				14	9
百分比		3.2%				5.1%	3.2%
餐飲業							
樣本數	5		30				6
百分比	1.8%		10.8%				2.2%
加油站							
樣本數			31		25	13	
百分比			11.2%		9%	4.7%	
商圈購物							
樣本數			54	19	31		
百分比			19.5%	10.4%	11.2%		

註：1. 粗體字代表樣本數最多者

2. 摘要內容以受試者前往之主要目的地與消費金額交叉分析之前三位為主

小結

綜合本節之統計結果，本研究所收集之樣本，其背景變項分配情形敘述如下：在性別方面，男性略多於女性，男女比例約 1.1：1；在年齡方面，以 36~40 歲為最多，56 歲以上者最少；教育程度以大學（含教育學分班）者為最多，高中以下者最少；婚姻狀況以已婚有子女為最多；在每月所得方面，以 50001~60000 元的人數為最多，30000 元以下者最少。在國民旅遊卡使用行為方面，討論並敘述如下：

（一）休假時間多數選擇非假日，且集中於寒暑假，這現象與教育行政主管機關宣導行政人員於寒暑假休假為宜以及學校單位的行政人員在寒暑假時間安排休假對校務影響較小有關。

（二）在特約商店類型方面，本研究受試者依消費人數較多者依序為商圈購物、加油站，餐飲業、旅宿業，與李家燕（2004）、洪紹淵（2004）、魏屏華（2004）及徐維辰（2005）等人的研究結果在消費人數較多的特約商店類型上次序略有不同；平均消費金額則以商圈購物最高，旅宿業第二，餐飲業第三，顯示在國民旅遊卡的使用上，均偏向以商圈購物為多數，選擇旅遊行程的較少。

(三) 在最近一次的休假期間可以請領的補助金額以 16000 元居多，平均請領補助金額為 11664 元，與李家燕 (2004)、甘唐沖 (2005)、徐維辰 (2005) 等相關研究相較，本研究受試者的消費金額較高。

(四) 在休假期間前往之主要目的地前三位分為台中市、台中縣、彰化縣，分區而言，以中部地區最多，其次依序為南部和北部地區，也就是鄰近縣市為主，與李家燕 (2004)、洪紹淵 (2004) 的研究及結果相似，與張明旺 (2004) 和徐維辰 (2005) 的研究，分別喜好至南部與東部離居住地較遠的地區有所不同；就整體而言，受試者於非假日至鄰近縣市進行商圈購物，並在一次休假期間將休假補助用完為多。

第二節 背景變項對國民旅遊卡使用行為影響之分析

本節針對受試者的背景變項對國民旅遊卡使用行為的影響進行整理分析。背景變項包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得五個部份，國民旅遊卡使用行為分為休假時間、特約商店類型、補助金額與主要目的地四項。本節分為四部份：一、背景變項對休假時間的影響；二、背景變項對特約商店類型的影響；三、背景變項對補助金額的影響；四、背景變項對主要目的地的影響；以下依序分析整理。

一、背景變項對休假時間的影響

背景變項包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得五個部份，國民旅遊卡使用行為分為休假時間、特約商店類型、補助金額與主要目的地四個變項。本項分析運用卡方考驗，細格期望次數不得小於 5，因此對於細格人數過少時，在配合研究目的下，以細格合併法適當調整變項分類，或次數偏低不具分析價值時以去除樣本法處理（邱皓政，2000）。婚姻狀況變項中屬於其他類的樣本過少，將該類受試者去除後分析；每月所得考慮 30000 元及 30001~40000 元組別之觀察次數偏低，進行合併後統計。分析結果顯示，受試者的性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得對於休假時間並無差異（表 4-2-1）。

表 4-2-1
不同背景變項之受試者在休假時間的差異比較

背景變項	休假時間		非假日	非假日橫跨假日	總和	X ²	P 值
	男	女					
性別	男		124	26	150	.974	.324
	女		99	28	127		
年齡	30 歲以下		30	30	35	3.728	.713
	31 歲~35 歲		34	4	38		
	36 歲~40 歲		68	18	86		
	41 歲~45 歲		43	12	55		
	46 歲~50 歲		27	9	36		
	51 歲~55 歲		13	4	17		
	56 歲以上		8	2	10		
教育程度	高中以下		8	0	8	4.548	.208
	五專		18	5	23		
	大學		164	36	200		
	碩博士		33	13	46		
婚姻狀況	未婚		28	10	38	1.647	.439
	已婚有子女		179	42	221		
	已婚無子女		14	2	16		
每月所得	40000 元以下		17	4	21	2.032	.845
	40001~50000 元		62	13	75		
	50001~60000 元		82	22	104		
	60001~70000 元		40	9	49		
	70001 元以上		22	6	28		

二、背景變項對特約商店類型的影響

依據前述對於細格次數過少的處理原則，進行分析結果如下：

(一) 特約商店類型中陸海空之其他遊憩業別預期次數過低，將該類受試者排除，結果性別對於特約商店類型中達顯著差異的有旅宿業、農特產品與手工藝品業、加油站、遊樂區及博物館(表 4-2-2)。

表 4-2-2
不同性別之受試者在特約商店類型的差異比較

特約商店類型	消費情形	性別		總和	X ²	P 值
		男	女			
旅行業	×	136	117	253	.291	.586
	○	12	8	20		
旅宿業	×	96	98	194	6.037	.014*
	○	52	27	79		
交通運輸業	×	137	117	254	.112	.738
	○	11	8	19		
餐飲業	×	93	77	170	.044	.831
	○	55	48	103		

表 4-2-2
不同性別之受試者在特約商店類型的差異比較 (續)

特約商店類型	消費情形	性別		總和	X ²	P 值
		男	女			
農特產及 手工藝品業	×	125	116	241	4.556	.033*
	○	23	9	32		
加油站	×	49	58	107	5.024	.025*
	○	99	67	166		
遊樂區博物館	×	129	118	247	4.120	.042*
	○	19	7	26		
商圈購物	×	54	36	90	1.812	.178
	○	94	89	183		

註：1.*p < .05

2. ×表示未消費，○表示有消費

(二) 年齡組別方面，將預期次數偏低的 30 歲以下和 31~35 歲合併，41~45 歲和 46~50 歲合併，51~55 歲和 56 歲以上組別合併後成為四組進行分析，結果顯示年齡對於住宿業、交通運輸業、餐飲業、農特產品及手工藝品業達顯著差異。(表 4-2-3)

表 4-2-3
不同年齡之受試者在特約商店類型的差異比較

特約商店	年齡組別	未消費	有消費	X ²	P 值
旅行業	35 歲以下	65	8	2.425	.489
	36~40 歲	82	4		
	41~50 歲	85	6		
	51 歲以上	25	2		
	總和	257	20		
住宿業	35 歲以下	61	12	11.118	.011*
	36~40 歲	52	34		
	41~50 歲	66	25		
	51 歲以上	17	10		
	總和	196	81		
交通運輸業	35 歲以下	71	2	7.930	.047*
	36~40 歲	81	5		
	41~50 歲	84	5		
	51 歲以上	22	5		
	總和	258	19		
餐飲業	35 歲以下	54	19	8.735	.033*
	36~40 歲	47	39		
	41~50 歲	58	33		
	51 歲以上	13	14		
	總和	172	105		
農特產 及手工藝 品業	35 歲以下	66	7	14.602	.002**
	36~40 歲	80	6		
	41~50 歲	81	10		
	51 歲以上	18	9		
	總和	245	32		

表 4-2-3
不同年齡之受試者在特約商店類型的差異比較 (續)

特約商店	年齡組別	未消費	有消費	X ²	P 值
加油站	35 歲以下	33	40	10.711	.098
	36~40 歲	37	49		
	41~50 歲	35	56		
	51 歲以上	5	22		
	總和	110	167		
遊樂區及博物館	35 歲以下	68	5	1.754	.625
	36~40 歲	75	11		
	41~50 歲	83	8		
	51 歲以上	24	3		
	總和	250	27		
商圈購物	35 歲以下	27	46	1.104	.776
	36~40 歲	31	55		
	41~50 歲	28	63		
	51 歲以上	8	19		
	總和	94	183		

註：*p < .05, ** p < .01

(三) 教育程度變項中，將期望次數過低的高中以下與專科合併，在特約商店類型中的交通運輸業、農特產品及手工藝業、遊樂區及博物館和陸海空之其他遊憩考慮其期望次數偏低，不進行分析，結果均未顯示差異 (表 4-2-4)。

表 4-2-4
不同教育程度之受試者在特約商店類型的差異比較

特約商店	教育程度	未消費	有消費	X ²	P 值
旅行業	專科以下	28	3	3.491	.175
	大學	189	11		
	碩博士	40	6		
	總和	257	20		
旅宿業	專科以下	20	11	1.752	.416
	大學	146	54		
	碩博士	30	16		
	總和	196	81		
餐飲業	專科以下	18	13	.313	.855
	大學	126	74		
	碩博士	28	18		
	總和	172	105		
加油站	專科以下	9	22	2.593	.273
	大學	85	115		
	碩博士	16	30		
	總和	110	167		
商圈購物	專科以下	14	17	3.910	.142
	大學	61	139		
	碩博士	19	27		
	總和	94	183		

(四) 婚姻狀況變項其他類的樣本過少，將該類受試者去除，在特約商店類型中的交通運輸業、農特產品及手工藝業、遊樂區及博物館和陸海空之其他遊憩考慮其期望次數偏低，不進行分析，統計結果均無顯示差異 (表 4-2-5)。

表 4-2-5
不同婚姻狀況之受試者在特約商店類型的差異比較

特約商店	婚姻狀況	未消費	有消費	X^2	P 值
旅行業	未婚	33	5	3.233	.199
	已婚有子女	208	13		
	已婚無子女	14	2		
	總和	255	20		
旅宿業	未婚	33	5	5.428	.066
	已婚有子女	151	70		
	已婚無子女	11	5		
	總和	195	80		
餐飲業	未婚	28	10	3.260	.196
	已婚有子女	135	86		
	已婚無子女	8	8		
	總和	171	104		
加油站	未婚	19	19	4.375	.112
	已婚有子女	81	140		
	已婚無子女	9	7		
	總和	109	166		
商圈購物	未婚	13	25	2.152	.341
	已婚有子女	71	150		
	已婚無子女	8	8		
	總和	92	183		

(五) 每月所得變項中將 30000 元以下及 30001~40000 元組進行合併，在旅行業、交通運輸業、陸海空之其他遊憩之期望次數偏低不進行分析，結果均無顯示差異 (表 4-2-6)。

表 4-2-6
不同每月所得受試者在特約商店類型的差異比較

特約商店	每月所得	未消費	有消費	X ²	P 值
旅宿業	40000 元以下	17	4	6.819	.146
	40001~50000 元	59	16		
	50001~60000 元	69	35		
	60001~70000 元	35	14		
	70001 元以上	16	12		
	總和	196	81		
餐飲業	40000 元以下	14	7	2.833	.586
	40001~50000 元	46	29		
	50001~60000 元	61	43		
	60001~70000 元	35	14		
	70001 元以上	16	12		
	總和	172	105		
農特產 及手工藝 品業	40000 元以下	19	2	2.999	.588
	40001~50000 元	67	8		
	50001~60000 元	93	11		
	60001~70000 元	44	5		
	70001 元以上	22	6		
	總和	245	32		
加油站	40000 元以下	10	11	7.243	.124
	40001~50000 元	37	38		
	50001~60000 元	34	70		
	60001~70000 元	21	28		
	70001 元以上	8	20		
	總和	110	167		
遊樂區及 博物館	40000 元以下	20	1	2.661	.616
	40001~50000 元	70	5		
	50001~60000 元	93	11		
	60001~70000 元	42	7		
	70001 元以上	25	3		
	總和	250	27		
商圈購物	40000 元以下	8	13	1.801	.772
	40001~50000 元	23	50		
	50001~60000 元	35	69		
	60001~70000 元	14	35		
	70001 元以上	12	16		
	總和	94	183		

三、背景變項對國民旅遊卡使用行為中補助金額的影響

將受試者的背景變項分別以 t 考驗與單因子變異數分析，結果顯示在年齡、教育程度與婚姻狀況達顯著差異。在年齡方面，經事後比較之結果顯示 56 歲以上者明顯高於 30 歲以下者；在教育程度方面之結果呈現顯著差異，事後比較之結果並未顯示任何二組間有顯著差異。而婚姻狀況中，已婚有子女者明顯高於未婚者；請領補助金額則不因性別與每月所得的不同而有差異（表 4-2-7）。

表 4-2-7
不同背景變項之受試者在補助金額的差異比較

背景變項	樣本數	平均數	標準差	t 值		
性別	(1) 男	150	11473	5114	-6.760	
	(2) 女	127	11890	5017		
背景變項	樣本數	平均數	標準差	F 值		事後比較
年齡	(1) 30 歲以下	35	8943	835	4.370***	(7)>(1)
	(2) 31~35 歲	38	9763	894		
	(3) 36~40 歲	86	12326	500		
	(4) 41~45 歲	55	12491	677		
	(5) 46~50 歲	36	12000	902		
	(6) 51~55 歲	17	12588	1195		
	(7) 56 歲以上	10	15400	400		
教育程度	(1) 高中以下	8	16000	0	3.072*	ns
	(2) 五專	23	12174	5348		
	(3) 大學	200	11221	5171		
	(4) 碩博士	46	12587	4740		
婚姻狀況	(1) 未婚	38	8684	5189	6.774***	(2)>(1)
	(2) 已婚有子女	221	12326	4902		
	(3) 已婚無子女	16	10000	5099		
	(4) 其他	2	8500	4950		
每月所得	(1) 30000 元以下	5	14000	4472	1.921	ns
	(2) 30001~40000 元	16	10062	5767		
	(3) 40001~50000 元	75	10547	5335		
	(4) 50001~60000 元	104	12038	4723		
	(5) 60001~70000 元	49	12000	5642		
	(6) 70001 元以上	28	13179	4028		

註：1. *p < .05, ** p < .01, *** p < .001

2. ns 表事後比較無差異

四、不同背景變項對國民旅遊卡使用行為中主要目的地的影響

依照期望格次數過少的細格處理方法予以合併後分析，將前往之主要目的地期望次數偏低的東部地區與離島合併；在背景變項上也做合併的處理，年齡方面，30歲以下和31~35歲合併，41~45歲和46~50歲合併，51~55歲和56歲以上組別合併後成為四組進行分析；在教育程度方面，將高中以下與五專合併，合併後成為三組進行分析；婚姻狀況變項上，細格次數偏低的其他類不予分析；每月所得方面，將30000元以下及30001~40000元組合併，合併後成為五組進行分析。研究者經過兩次分析處理後，婚姻狀況變項仍有細格偏低現象，然兩次統計結果皆顯示，受試者的背景變項之間，僅性別對於前往之主要目的地呈現差異，其他背景變項均無顯著差異（表4-2-8）。

表 4-2-8
不同背景變項之受試者在前往之主要目的地的差異比較

背景變項	主要目的地	主要目的地				總和	X ²	P 值
		北	中	南	東部和離島			
性別	男	26	63	42	19	150	8.513	.037*
	女	30	64	18	15	127		
年齡	35歲以下	8	37	18	10	73	12.375	.193
	36歲~40歲	20	32	25	9	86		
	41歲~50歲	22	44	14	11	91		
	51歲以上	6	14	3	4	27		
教育程度	五專以下	3	17	5	6	31	6.881	.332
	大學	44	89	47	20	200		
	碩博士	9	21	8	8	46		
婚姻狀況	未婚	6	19	10	3	38	2.713	.844
	已婚有子女	45	100	48	28	221		
	已婚無子女	3	8	2	3	16		
每月所得	40000元以下	1	13	4	3	21	9.432	.666
	40001~50000元	11	36	20	8	75		
	50001~60000元	25	44	21	14	104		
	60001~70000元	11	22	11	5	49		
	70001元以上	8	12	4	4	28		

註：*p < .05

小結

歸納受試者背景變項與國民旅遊卡使用行為之差異比較結果可知本研究之受試者在性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得五個變項上，分別有國民旅遊卡

使用行為上的差異（表 4-2-9）。以下就本研究結果與相關研究討論並敘述如下：

一、性別

男性與女性受試者，在特約商店類型中的旅宿業、農特產品與手工業、加油站、遊樂區及博物館，以及前往之主要目的地呈現顯著差異；與李家燕（2004）的研究顯示於交通運輸業有顯著差異的結果不同。

二、年齡

年齡對於特約商店類型中的旅宿業、交通運輸業、餐飲業與農特產品與手工業，有消費與未消費者之間呈現顯著差異；另外，可請領補助金額呈現 56 歲以上者明顯高於 30 歲以下者之結果。

三、教育程度

本研究僅在可請領的補助金額上呈現顯著差異，但事後比較並無呈現任何二組間有顯著差異；與李家燕（2004）在加油站、商圈購物呈現差異，以及徐維辰（2005）在旅宿業中有差異的研究結果不同。

四、婚姻狀況

不同婚姻狀況僅在可請領補助金額上有顯著差異，事後比較結果為已婚有子女者明顯高於未婚者。與李家燕（2004）和徐維辰（2005）的研究結果相同，婚姻狀況的不同在請領補助金額上會有差異。

五、每月所得

本研究中每月所得對於國民旅遊卡使用行為各構面均無呈現差異，顯示所得不同不會影響國民旅卡使用行為的使用行為。

表 4-2-9
受試者背景變項在國民旅遊卡使用行為之差異比較

背景變項	性別	年齡	教育程度	婚姻狀況	每月所得
特約商店類型					
休假時間					
特約商店類型					
旅行業					
旅宿業	*	*			
交通運輸業		*			
餐飲業		*			
農特產及手工藝品業	*	*			
加油站	*				
遊樂區及博物館	*				
陸海空之其他遊憩					
商圈購物					
可請領補助金額		*	*	*	
主要目的地	*				

註：*表示有顯著差異

第三節 背景變項對休閒態度影響之分析

本節旨在分析說明背景變項對休閒態度的影響。休閒態度量表由休閒認知、休閒喜好與休閒行為傾向三個分量表所組成。以下分別就性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得五個變項對休閒態度的影響進行分析整理。

一、不同性別受試者在休閒態度之差異比較

以 t 考驗分析本研究所有的受試者中，不同性別在休閒態度的差異，就整體而言，男性女性都具有良好的休閒態度，而女性略高於男性；在個別構面中，女性各構面的平均數亦高於男性；而受試者的休閒認知與休閒喜好高於休閒行為傾向；變異數皆呈現同質，但是男女並無顯著差異（表 4-3-1）。

表 4-3-1
不同背景變項之受試者在休閒態度的差異比較

構面	性別	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒態度	男	150	4.32	.45	-1.281
	女	127	4.39	.45	
休閒認知	男	150	4.48	.48	-.817
	女	127	4.52	.45	
休閒喜好	男	150	4.38	.47	-1.106
	女	127	4.44	.47	
休閒行為傾向	男	150	4.02	.60	-1.568
	女	127	4.13	.55	

二、不同年齡受試者在休閒態度之差異比較

將所有受試者分為 30 歲以下、31~35 歲、36~40 歲、41~45 歲、46~50 歲、51~55 歲和 56 歲以上七組進行單因子變異數分析，結果顯示在整體休閒態度上以 46~50 歲平均較高，個別構面來看，休閒認知以 36~40 歲平均數較高，休閒喜好與休閒行為傾向以 46~50 歲較高；但在各構面上均未有顯著差異（表 4-3-2）。

表 4-3-2
不同年齡之受試者休閒態度 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒態度	(1) 30 歲以下	35	4.29	.42	1.027	ns
	(2) 31~35 歲	38	4.24	.45		
	(3) 36~40 歲	86	4.40	.44		
	(4) 41~45 歲	55	4.38	.48		
	(5) 46~50 歲	36	4.44	.45		
	(6) 51~55 歲	17	4.35	.42		
	(7) 56 歲以上	10	4.22	.39		
休閒認知	(1) 30 歲以下	35	4.43	.44	.956	ns
	(2) 31~35 歲	38	4.44	.45		
	(3) 36~40 歲	86	4.56	.45		
	(4) 41~45 歲	55	4.54	.51		
	(5) 46~50 歲	36	4.52	.45		
	(6) 51~55 歲	17	4.42	.52		
	(7) 56 歲以上	10	4.28	.53		
休閒喜好	(1) 30 歲以下	35	4.36	.43	1.285	ns
	(2) 31~35 歲	38	4.28	.49		
	(3) 36~40 歲	86	4.43	.49		
	(4) 41~45 歲	55	4.45	.50		
	(5) 46~50 歲	36	4.50	.48		
	(6) 51~55 歲	17	4.40	.37		
	(7) 56 歲以上	10	4.29	.31		
休閒行為傾向	(1) 30 歲以下	35	3.98	.55	1.086	ns
	(2) 31~35 歲	38	3.89	.58		
	(3) 36~40 歲	86	4.10	.61		
	(4) 41~45 歲	55	4.06	.60		
	(5) 46~50 歲	36	4.22	.59		
	(6) 51~55 歲	17	4.16	.62		
	(7) 56 歲以上	10	4.03	.43		

註：ns表事後比較無差異

三、不同教育程度受試者在休閒態度之差異比較

教育程度分為高中以下、五專、大學和碩博士四個組別，結果顯示，從整體休閒態度和個別構面來看，碩、博士組別的平均數皆高於其他組別，在休閒認知構面上，呈現顯著差異，事後比較結果碩博士明顯高於五專組別之受試者（表 4-3-3）。

表 4-3-3
不同教育程度之受試者休閒態度 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒態度	(1) 高中以下	8	4.15	.54	2.271	ns
	(2) 五專	23	4.23	.52		
	(3) 大學	200	4.35	.44		
	(4) 碩博士	46	4.47	.40		
休閒認知	(1) 高中以下	8	4.20	.64	4.548*	(4)>(2)
	(2) 五專	23	4.27	.54		
	(3) 大學	200	4.50	.46		
	(4) 碩博士	46	4.65	.39		
休閒喜好	(1) 高中以下	8	4.25	.49	1.385	ns
	(2) 五專	23	4.28	.50		
	(3) 大學	200	4.41	.48		
	(4) 碩博士	46	4.50	.43		
休閒行為傾向	(1) 高中以下	8	3.93	.59	.834	ns
	(2) 五專	23	4.09	.67		
	(3) 大學	200	4.04	.57		
	(4) 碩博士	46	4.18	.58		

註：1.*p < .05,

2. ns 表事後比較無差異

四、不同婚姻狀況受試者在休閒態度之差異比較

婚姻狀況分為未婚、已婚有子女、已婚無子女和其他四個組別，結果顯示在整體休閒態度及各構面上均無顯著差異（表 4-3-4）。

表 4-3-4
不同婚姻狀況之受試者休閒態度 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒態度	(1) 未婚	38	4.35	.40	1.059	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.35	.47		
	(3) 已婚無子女	16	4.29	.56		
	(4) 其他	2	4.89	5.23E-02		
休閒認知	(1) 未婚	38	4.54	.42	1.039	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.50	.47		
	(3) 已婚無子女	16	5.00	.52		
	(4) 其他	2	4.50	.00		
休閒喜好	(1) 未婚	38	4.41	.44	1.136	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.41	.47		
	(3) 已婚無子女	16	4.34	.60		
	(4) 其他	2	5.00	.00		
休閒行為傾向	(1) 未婚	38	4.00	.56	.709	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.01	.58		
	(3) 已婚無子女	16	4.04	.66		
	(4) 其他	2	4.57	.20		

註：ns表事後比較無差異

五、不同所得受試者在休閒態度之差異比較

將每月所得分為 30000 元以下、30001~40000 元、40001~50000 元、50001~60000 元、60001~70000 元、70001 元以上六個組別進行單因子變異數分析，結果顯示，從整體休閒態度和個別構面來看，均無顯著差異（表 4-3-5）。

表 4-3-5
不同所得之受試者休閒態度 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒態度	(1) 30000 元以下	5	4.08	.52	1.426	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.31	.45		
	(3) 40001~50000 元	75	4.33	.45		
	(4) 50001~60000 元	104	4.32	.45		
	(5) 60001~70000 元	49	4.42	.46		
	(6) 70001 元以上	28	4.50	.37		
休閒認知	(1) 30000 元以下	5	4.16	.53	1.574	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.41	.53		
	(3) 40001~50000 元	75	4.45	.46		
	(4) 50001~60000 元	104	4.50	.45		
	(5) 60001~70000 元	49	4.54	.51		
	(6) 70001 元以上	28	4.66	.39		
休閒喜好	(1) 30000 元以下	5	4.22	.46	.929	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.41	.46		
	(3) 40001~50000 元	75	4.39	.46		
	(4) 50001~60000 元	104	4.37	.49		
	(5) 60001~70000 元	49	4.46	.48		
	(6) 70001 元以上	28	4.55	.43		
休閒行為傾向	(1) 30000 元以下	5	3.77	.68	1.352	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.05	.51		
	(3) 40001~50000 元	75	4.06	.59		
	(4) 50001~60000 元	104	3.99	.57		
	(5) 60001~70000 元	49	4.18	.63		
	(6) 70001 元以上	28	4.22	.47		

註：ns表事後比較無差異

小結

歸納不同背景變項的受試者在休閒態度的差異比較結果（表 4-3-6），整體而言男性與女性都具有良好的休閒態度，與連婷治（1998）、宋幸蕙（1999）、林清崎（2002）的研究相同；本研究之女性在整體休閒態度與個別構面的平均數均略高於男性；在個別構面中，男女的休閒認知與休閒喜好的平均數均高於休閒行為傾向平均數，與林清崎（2002）研究相同。此外，本研究結果顯示整體休閒態度不因性別、年齡、婚姻狀況不同而有差異，與連婷治（1998）、宋幸蕙（1999）、林清崎（2002）研究

相同；與洪榮昌（2003）在性別上有差異的結果不同。在個別構面上，性別、年齡、婚姻狀況與每月所得，亦無休閒態度的差異，僅在教育程度上有些微影響，休閒認知構面中，碩博士明顯高於五專。

表 4-3-6
受試者背景變項在休閒態度之差異比較

休閒態度	背景變項	性別	年齡	教育程度	婚姻狀況	每月所得
整體休閒態度						
休閒認知				*		
休閒喜好						
休閒行為傾向						

註：*表示有顯著差異

第四節 背景變項對休閒效益體驗影響之分析

本節旨在分析說明背景變項對使用國民旅遊卡之休閒效益體驗的影響。休閒效益體驗量表由心理效益、生理效益、社交效益與經濟效益四個分量表所組成。以下分別就性別、年齡、教育程度、婚姻狀況與每月所得五個變項對休閒效益體驗的影響進行分析整理。

一、不同性別受試者在休閒效益體驗之差異比較

以 t 考驗分析本研究所有的受試者中，不同性別在休閒效益體驗的差異。結果顯示男性整體休閒效益體驗較女性高。就個別構面而言，以生理效益體驗的平均數最高，經濟效益體驗的平均數最低，男性在各構面的平均數都高於女性；此外，在經濟效益體驗構面上，呈現顯著差異，男性明顯高於女性（表 4-4-1）。

表 4-4-1
不同背景變項之受試者在休閒效益體驗的差異比較

構面	性別	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒效益	男	150	3.98	.62	1.047
	女	127	3.90	.67	
心理效益	男	150	4.02	.71	.667
	女	127	3.97	.70	
生理效益	男	150	4.09	.73	.052
	女	127	4.08	.79	
社交效益	男	150	4.06	.69	.616
	女	127	4.01	.73	
經濟效益	男	150	3.76	.72	2.293*
	女	127	3.55	.82	

註：* $p < .05$

二、不同年齡受試者在休閒效益體驗之差異比較

將所有受試者分為 30 歲以下、31~35 歲、36~40 歲、41~45 歲、46~50 歲、51~55 歲和 56 歲以上七組進行單因子變異數分析，結果顯示在整體休閒效益體驗上以 56

歲以上平均較高，從個別構面來看，心理、生理與社交效益體驗，56歲以上者平均數高於其他組別；在經濟效益體驗方面，以30歲以下者平均數較高；整體而言經濟效益體驗的平均數較其他休閒效益體驗構面低，分析結果在構面上均未有顯著差異（表4-4-2）。

表 4-4-2
不同年齡之受試者休閒效益體驗 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒效益	(1) 30歲以下	35	3.94	.60	.543	ns
	(2) 31~35歲	38	3.81	.71		
	(3) 36~40歲	86	4.00	.59		
	(4) 41~45歲	55	3.91	.71		
	(5) 46~50歲	36	4.01	.73		
	(6) 51~55歲	17	3.90	.54		
	(7) 56歲以上	10	4.07	.45		
心理效益	(1) 30歲以下	35	3.97	.68	.288	ns
	(2) 31~35歲	38	3.88	.83		
	(3) 36~40歲	86	4.03	.63		
	(4) 41~45歲	55	4.01	.79		
	(5) 46~50歲	36	4.03	.73		
	(6) 51~55歲	17	3.94	.68		
	(7) 56歲以上	10	4.10	.39		
生理效益	(1) 30歲以下	35	3.96	.76	.521	ns
	(2) 31~35歲	38	3.99	.83		
	(3) 36~40歲	86	4.15	.67		
	(4) 41~45歲	55	4.07	.85		
	(5) 46~50歲	36	4.17	.83		
	(6) 51~55歲	17	4.07	.74		
	(7) 56歲以上	10	4.28	.43		
社交效益	(1) 30歲以下	35	3.95	.73	.600	ns
	(2) 31~35歲	38	3.93	.75		
	(3) 36~40歲	86	4.11	.65		
	(4) 41~45歲	55	3.98	.80		
	(5) 46~50歲	36	4.05	.79		
	(6) 51~55歲	17	4.07	.44		
	(7) 56歲以上	10	4.27	.47		
經濟效益	(1) 30歲以下	35	3.86	.59	1.346	ns
	(2) 31~35歲	38	3.44	.85		
	(3) 36~40歲	86	3.70	.76		
	(4) 41~45歲	55	3.58	.76		
	(5) 46~50歲	36	3.81	.76		
	(6) 51~55歲	17	3.53	.88		
	(7) 56歲以上	10	3.65	1.00		

註：ns表事後比較無差異

三、不同教育程度受試者在休閒效益體驗之差異比較

教育程度分為高中以下、五專、大學和碩博士四個組別，結果顯示，從整體休

閒效益體驗來看，碩、博士組別與大學組別明顯高於五專組之受試者。從個別構面來看，社交與經濟效益體驗構面，皆呈現碩博士組別與大學組別明顯高於五專組別之結果（表 4-4-3）。

表 4-4-3
不同教育程度之受試者休閒效益體驗 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒效益	(1) 高中以下	8	3.83	.67	4.579**	(4)>(2) (3)>(2)
	(2) 五專	23	3.49	.97		
	(3) 大學	200	3.98	.58		
	(4) 碩博士	46	4.04	.61		
心理效益	(1) 高中以下	8	3.80	.55	2.681	ns
	(2) 五專	23	3.63	.99		
	(3) 大學	200	4.03	.66		
	(4) 碩博士	46	4.05	.71		
生理效益	(1) 高中以下	8	4.19	.56	1.791	ns
	(2) 五專	23	3.75	1.11		
	(3) 大學	200	4.11	.71		
	(4) 碩博士	46	4.16	.74		
社交效益	(1) 高中以下	8	4.13	.48	3.435*	(4)>(2) (3)>(2)
	(2) 五專	23	3.60	1.08		
	(3) 大學	200	4.05	.67		
	(4) 碩博士	46	4.14	.61		
經濟效益	(1) 高中以下	8	3.19	1.35	8.167***	(4)>(2) (3)>(2)
	(2) 五專	23	3.00	1.03		
	(3) 大學	200	3.73	.67		
	(4) 碩博士	46	3.80	.74		

註：1.*p<.05, ** p<.01, *** p<.001
2. ns 表事後比較無差異

四、不同婚姻狀況受試者在休閒效益體驗之差異比較

婚姻狀況分為未婚、已婚有子女、已婚無子女和其他四個組別，分析結果顯示在個別構面上，生理效益以已婚有子女者平均數較高；但各構面上均無顯著差異（表 4-4-4）。

表 4-4-4
不同婚姻狀況之受試者休閒效益體驗 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒效益	(1) 未婚	38	3.91	.58	.823	ns
	(2) 已婚有子女	221	3.97	.64		
	(3) 已婚無子女	16	3.72	.76		
	(4) 其他	2	4.00	.78		
心理效益	(1) 未婚	38	3.96	.62	.708	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.01	.70		
	(3) 已婚無子女	16	3.76	.84		
	(4) 其他	2	4.07	.91		
生理效益	(1) 未婚	38	4.01	.72	2.251	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.14	.74		
	(3) 已婚無子女	16	3.67	.97		
	(4) 其他	2	3.75	.71		
社交效益	(1) 未婚	38	3.88	.72	.963	ns
	(2) 已婚有子女	221	4.07	.70		
	(3) 已婚無子女	16	3.92	.75		
	(4) 其他	2	4.17	1.18		
經濟效益	(1) 未婚	38	3.79	.71	.674	ns
	(2) 已婚有子女	221	3.65	.79		
	(3) 已婚無子女	16	3.52	.81		
	(4) 其他	2	4.00	.35		

註：ns表事後比較無差異

五、不同所得受試者在休閒效益體驗之差異比較

將每月所得分為 30000 元以下、30001~40000 元、40001~50000 元、50001~60000 元、60001~70000 元、70001 元以上六個組別進行單因子變異數分析。從整體休閒效益來看，70001 元以上者的平均數高於其他組別，從個別構面來看，心理效益以 30001~40000 元之受試者較高，生理效益以 60001~70000 元者平均數較高，社交效益體驗以 70001 元以上者平均數較高，經濟效益體驗以 70001 元以上者平均數較高，但各構面均無顯著差異（表 4-4-5）。

表 4-4-5
不同所得之受試者休閒效益體驗 ANOVA 分析摘要表

構面	組別	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒效益	(1) 30000 元以下	5	3.69	.52	1.020	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.00	.79		
	(3) 40001~50000 元	75	3.84	.71		
	(4) 50001~60000 元	104	3.95	.61		
	(5) 60001~70000 元	49	4.05	.60		
	(6) 70001 元以上	28	4.06	.58		
心理效益	(1) 30000 元以下	5	3.74	.38	1.326	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.17	.77		
	(3) 40001~50000 元	75	3.86	.78		
	(4) 50001~60000 元	104	4.00	.67		
	(5) 60001~70000 元	49	4.15	.65		
	(6) 70001 元以上	28	4.00	.77		
生理效益	(1) 30000 元以下	5	4.05	.72	1.452	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.19	.74		
	(3) 40001~50000 元	75	3.90	.86		
	(4) 50001~60000 元	104	4.15	.71		
	(5) 60001~70000 元	49	4.21	.70		
	(6) 70001 元以上	28	4.13	.73		
社交效益	(1) 30000 元以下	5	3.87	.46	.504	ns
	(2) 30001~40000 元	16	4.02	.89		
	(3) 40001~50000 元	75	3.94	.76		
	(4) 50001~60000 元	104	4.06	.67		
	(5) 60001~70000 元	49	4.09	.74		
	(6) 70001 元以上	28	4.11	.55		
經濟效益	(1) 30000 元以下	5	3.10	1.18	1.925	ns
	(2) 30001~40000 元	16	3.61	1.18		
	(3) 40001~50000 元	75	3.66	.81		
	(4) 50001~60000 元	104	3.58	.72		
	(5) 60001~70000 元	49	3.73	.64		
	(6) 70001 元以上	28	4.00	.67		

註：ns 表事後比較無差異

小結

歸納不同背景變項的受試者在休閒效益體驗的差異比較結果（表 4-3-6），在整體休閒效益體驗以及個別構面中，男性的平均數皆高於女性，以個別構面中的經濟效益體驗來看，與董國安（2004）的研究相同，男性的平均數高於女性；另外，在教育程度上，本研究結果顯示整體休閒效益體驗、社交與經濟效益體驗上，均呈現碩博士明顯高於五專、大學明顯高於五專的差異結果，與馬上均（2002）的研究中教育程度較高休閒效益越高的研究結果相同。

表 4-4-6
受試者背景變項在休閒效益體驗之差異比較

休閒效益體驗 \ 背景變項	性別	年齡	教育程度	婚姻狀況	每月所得
整體休閒效益			*		
心理效益					
生理效益					
社交效益			*		
經濟效益	*		*		

註：*表示有顯著差異

第五節 國民旅遊卡使用行為與休閒態度之關係

本節針對受試者的國民旅遊卡使用行為與休閒態度的關係進行整理分析。國民旅遊卡使用行為分為休假時間、特約商店類型、補助金額與主要目的地四項，休閒態度包含休閒認知、休閒喜好與休閒行為傾向三個部份。本節分為四部份：一、休假時間對休閒態度的影響；二、特約商店類型對休閒態度的影響；三、補助金額對休閒態度的影響；四、主要目的地對休閒態度的影響，以下依序分析整理。

一、休假時間對休閒態度的影響

從休假時間來看，統計結果顯示於非假日以及非假日橫跨假日者的休閒態度，在整體以及個別構面均未達顯著差異（4-5-1）。

表 4-5-1
不同休假時間之受試者在休閒態度的差異比較

構面	休假時間	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒態度	非假日	223	4.34	.45	-.855
	非假日橫跨假日	54	4.40	.43	
休閒認知	非假日	223	4.49	.47	-.620
	非假日橫跨假日	54	4.53	.48	
休閒喜好	非假日	223	4.40	.48	-.994
	非假日橫跨假日	54	4.47	.44	
休閒行為傾向	非假日	223	4.06	.57	-.664
	非假日橫跨假日	54	4.11	.62	

二、特約商店類型對休閒態度的影響

從使用國民旅遊卡於九種特約商店類型進行消費的受試者來分析其休閒態度的差異，結果顯示有無於各類型特約商店消費之受試者在在休閒態度構面上均無顯著差異（表 4-5-2）。

表 4-5-2
有無於各類特約商店消費之受試者休閒態度差異分析

構面	特約商店類型	有無消費	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒態度	旅行業	×	257	4.35	.45	-1.870
		○	20	4.43	.46	
休閒認知		×	257	4.50	.46	-.665
		○	20	4.57	.50	
休閒喜好		×	257	4.41	.48	.235
		○	20	4.39	.48	
休閒行為傾向		×	257	4.05	.58	-1.870
		○	20	4.30	.57	
整體休閒態度	旅宿業	×	196	4.37	.46	1.031
		○	81	4.31	.43	
休閒認知		×	196	4.52	.47	1.305
		○	81	4.44	.47	
休閒喜好		×	196	4.42	.48	.509
		○	81	4.39	.46	
休閒行為傾向		×	196	4.09	.60	.963
		○	81	4.01	.54	
整體休閒態度	交通運輸業	×	258	4.36	.45	1.284
		○	19	4.22	.43	
休閒認知		×	258	4.51	.47	1.710
		○	19	4.32	.47	
休閒喜好		×	258	4.41	.47	.987
		○	19	4.31	.47	
休閒行為傾向		×	258	4.07	.59	.690
		○	19	3.98	.51	
整體休閒態度	餐飲業	×	172	4.37	.45	.841
		○	105	4.32	.44	
休閒認知		×	172	4.52	.47	1.050
		○	105	4.46	.47	
休閒喜好		×	172	4.42	.48	.403
		○	105	4.40	.46	
休閒行為傾向		×	172	4.09	.59	.817
		○	105	4.03	.57	
整體休閒態度	農特產品及 手工藝業	×	245	4.35	.45	-.356
		○	32	4.38	.42	
休閒認知		×	245	4.50	.47	.012
		○	32	4.50	.47	
休閒喜好		×	245	4.04	.48	-.716
		○	32	4.47	.47	
休閒行為傾向		×	245	4.06	.59	-.235
		○	32	4.09	.52	

表 4-5-2
有無於各類特約商店消費之受試者休閒態度差異分析 (續)

構面	特約商店類型	有無消費	樣本數	平均數	標準差	t 值																																																																																																																																																																		
整體休閒態度	加油站	×	110	4.34	.45	-0.231																																																																																																																																																																		
		○	167	4.35	.45		休閒認知		×	110	4.48	.48	-0.435	○	167	4.05	.46	休閒喜好		×	110	4.37	.49	-1.007	○	167	4.43	.46	休閒行為傾向		×	110	4.10	.56	.987	○	167	4.04	.60	整體休閒態度	遊樂區博物館	×	250	4.34	.45	-0.814	○	27	4.41	.42	休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457	○	27	4.53	.45	休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○
休閒認知		×	110	4.48	.48	-0.435																																																																																																																																																																		
		○	167	4.05	.46		休閒喜好		×	110	4.37	.49	-1.007	○	167	4.43	.46	休閒行為傾向		×	110	4.10	.56	.987	○	167	4.04	.60	整體休閒態度	遊樂區博物館	×	250	4.34	.45	-0.814	○	27	4.41	.42	休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457	○	27	4.53	.45	休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60								
休閒喜好		×	110	4.37	.49	-1.007																																																																																																																																																																		
		○	167	4.43	.46		休閒行為傾向		×	110	4.10	.56	.987	○	167	4.04	.60	整體休閒態度	遊樂區博物館	×	250	4.34	.45	-0.814	○	27	4.41	.42	休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457	○	27	4.53	.45	休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																			
休閒行為傾向		×	110	4.10	.56	.987																																																																																																																																																																		
		○	167	4.04	.60		整體休閒態度	遊樂區博物館	×	250	4.34	.45	-0.814	○	27	4.41	.42	休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457	○	27	4.53	.45	休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																														
整體休閒態度	遊樂區博物館	×	250	4.34	.45	-0.814																																																																																																																																																																		
		○	27	4.41	.42		休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457	○	27	4.53	.45	休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																									
休閒認知		×	250	4.49	.47	-0.457																																																																																																																																																																		
		○	27	4.53	.45		休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177	○	27	4.51	.41	休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																				
休閒喜好		×	250	4.40	.48	-1.177																																																																																																																																																																		
		○	27	4.51	.41		休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518	○	27	4.12	.55	整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																															
休閒行為傾向		×	250	4.06	.58	-0.518																																																																																																																																																																		
		○	27	4.12	.55		整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090	○	4	4.11	.87	休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																										
整體休閒態度	其他遊憩	×	273	4.35	.44	1.090																																																																																																																																																																		
		○	4	4.11	.87		休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282	○	4	4.20	.90	休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																					
休閒認知		×	273	4.50	.46	1.282																																																																																																																																																																		
		○	4	4.20	.90		休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780	○	4	4.22	.93	休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																
休閒喜好		×	273	4.41	.46	.780																																																																																																																																																																		
		○	4	4.22	.93		休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848	○	4	3.82	.82	整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																											
休閒行為傾向		×	273	4.07	.57	.848																																																																																																																																																																		
		○	4	3.82	.82		整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748	○	183	4.36	.44	休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																																						
整體休閒態度	商圈購物	×	94	4.32	.44	-0.748																																																																																																																																																																		
		○	183	4.36	.44		休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811	○	183	4.51	.45	休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																																																	
休閒認知		×	94	4.46	.49	-0.811																																																																																																																																																																		
		○	183	4.51	.45		休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680	○	183	4.42	.47	休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																																																												
休閒喜好		×	94	4.38	.47	-0.680																																																																																																																																																																		
		○	183	4.42	.47		休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491	○	183	4.07	.60																																																																																																																																																							
休閒行為傾向		×	94	4.04	.54	-0.491																																																																																																																																																																		
		○	183	4.07	.60																																																																																																																																																																			

註：×表示未消費，○表示有消費

三、補助金額對休閒態度的影響

從補助金額來看，結果顯示在整體休閒態度以及個別構面均未達顯著差異 (表 4-5-3)。

表 4-5-3
不同補助金額之受試者在休閒態度的差異比較

構面	樣本數	平均數	標準差	與平均補助金額之 p 值
平均補助金額	277	11664	5106.04	
整體休閒態度	277	4.35	.45	.024
休閒認知	277	4.50	.47	.012
休閒喜好	277	4.41	.47	.028
休閒行為傾向	277	4.07	.58	.025

四、主要目的地對休閒態度的影響

將主要目的地分成北區、中區、南區、東區和離島五個地區進行休閒態度之分析，在地區與整體態度及個別構面之間均無顯著差異，顯示前往不同地區之受試者其休閒態度並無不同（表 4-5-4）。

表 4-5-4
前往不同主要目的地之受試者在休閒態度的差異比較

構面	主要目的地	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒態度	(1) 北區	56	4.46	.41	1.224	ns
	(2) 中區	127	4.33	.44		
	(3) 南區	60	4.34	.50		
	(4) 東區	28	4.26	.39		
	(5) 離島	6	4.37	.43		
	總和	277	4.35	.45		
休閒認知	(1) 北區	56	4.59	.45	.748	ns
	(2) 中區	127	4.49	.47		
	(3) 南區	60	4.50	.49		
	(4) 東區	28	4.47	.44		
	(5) 離島	6	4.53	.50		
	總和	277	4.50	.47		
休閒喜好	(1) 北區	56	4.55	.44	1.777	ns
	(2) 中區	127	4.38	.48		
	(3) 南區	60	4.39	.50		
	(4) 東區	28	4.30	.42		
	(5) 離島	6	4.48	.45		
	總和	277	4.41	.47		
休閒行為傾向	(1) 北區	56	4.16	.51	.996	ns
	(2) 中區	127	4.04	.58		
	(3) 南區	60	4.11	.69		
	(4) 東區	28	3.92	.45		
	(5) 離島	6	3.98	.51		
	總和	277	4.07	.58		

註：ns表事後比較無差異

小結

歸納受試者國民旅遊卡使用行為與休閒態度之關係結果顯示，本研究受試者在國民旅遊卡使用行為的休假時間、特約商店類型、補助金額與前往的主要目的地四個構面上，均未有休閒態度的差異。

第六節 國民旅遊卡使用行為與休閒效益體驗之關係

本節針對受試者的國民旅遊卡使用行為與休閒效益體驗的關係進行整理分析。

國民旅遊卡使用行為包含休假時間、特約商店類型、補助金額與主要目的地四項，休閒效益體驗分為心理、生理、社交與經濟效益四個部份。本節分為四部份：一、休假時間對休閒效益體驗的影響；二、特約商店類型對休閒效益體驗的影響；三、補助金額對休閒效益體驗的影響；四、主要目的地對休閒效益體驗的影響。

一、休假時間對休閒效益體驗的影響

從休假時間來看，統計結果顯示於非假日以及非假日橫跨假日者的休閒效益體驗，在整體以及個別構面均沒有顯著差異（4-6-1）。

表 4-6-1
不同休假時間之受試者在休閒效益體驗的差異比較

構面	休假時間	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒效益	非假日	223	3.98	.63	.507
	非假日橫跨假日	54	3.93	.71	
生理效益	非假日	223	4.01	.69	.535
	非假日橫跨假日	54	3.95	.76	
心理效益	非假日	223	4.11	.73	.835
	非假日橫跨假日	54	4.01	.88	
社交效益	非假日	223	4.03	.69	-.039
	非假日橫跨假日	54	4.04	.78	
經濟效益	非假日	223	3.67	.76	.415
	非假日橫跨假日	54	3.63	.83	

二、特約商店類型對休閒效益體驗的影響

從使用國民旅遊卡於九種特約商店類型進行消費的受試者來分析其休閒效益體驗的差異，結果顯示有無在各類型特約商店消費之受試者的休閒效益體驗均無顯著差異（表 4-6-2）。

表 4-6-2
有無於各類特約商店消費之受試者休閒效益體驗差異分析

構面	特約商店類型	有無消費	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒效益	旅行業	×	257	3.95	.64	-1.589
		○	20	4.18	.51	
心理效益		×	257	3.97	.70	-1.487
		○	20	4.22	.62	
生理效益		×	257	4.07	.76	-1.358
		○	20	4.31	.56	
社交效益		×	257	4.01	.71	-1.923
		○	20	4.32	.56	
經濟效益		×	257	3.65	.77	-.813
		○	20	3.80	.78	
整體休閒效益	旅宿業	×	196	3.94	.68	-1.142
		○	81	4.03	.52	
心理效益		×	196	3.96	.74	-1.025
		○	81	4.06	.58	
生理效益		×	196	4.05	.81	-1.285
		○	81	4.18	.60	
社交效益		×	196	4.00	.75	-1.079
		○	81	4.1	.55	
經濟效益		×	196	3.6	.79	-.672
		○	81	3.7	.72	
整體休閒效益	交通運輸業	×	258	3.97	.65	.242
		○	19	3.93	.48	
心理效益		×	258	3.99	.71	-.122
		○	19	4.01	.52	
生理效益		×	258	4.08	.76	-.162
		○	19	4.11	.60	
社交效益		×	258	4.03	.71	.159
		○	19	4.00	.56	
經濟效益		×	258	3.67	.77	.804
		○	19	3.52	.75	
整體休閒效益	餐飲業	×	172	4.00	.57	1.346
		○	105	3.90	.73	
心理效益		×	172	4.02	.65	.927
		○	105	3.94	.78	
生理效益		×	172	4.13	.68	1.362
		○	105	4.01	.87	
社交效益		×	172	4.07	.65	1.234
		○	105	3.96	.79	
經濟效益		×	172	3.70	.72	1.079
		○	105	3.60	.85	
整體休閒效益	農特產品手工藝	×	245	3.96	.63	-.470
		○	32	4.01	.71	
心理效益		×	245	3.98	.70	-.529
		○	32	4.05	.78	
生理效益		×	245	4.08	.75	-.578
		○	32	4.16	.80	
社交效益		×	245	4.03	.69	-.510
		○	32	4.09	.81	
經濟效益		×	245	3.65	.76	-.544
		○	32	3.73	.86	

表 4-6-2
有無於各類特約商店消費之受試者休閒效益體驗差異分析 (續)

構面	特約商店類型	有無消費	樣本數	平均數	標準差	t 值
整體休閒效益	加油站	×	110	3.95	.55	-.309
		○	167	3.98	.69	
心理效益		×	110	3.97	.59	-.442
		○	167	4.01	.77	
生理效益		×	110	4.03	.66	-1.139
		○	167	4.13	.81	
社交效益		×	110	4.00	.63	-.672
		○	167	4.06	.75	
經濟效益		×	110	3.73	.70	1.060
		○	167	3.62	.82	
整體休閒效益	遊樂區博物館	×	250	3.95	.65	-1.181
		○	27	4.10	.50	
心理效益		×	250	3.98	.71	-.893
		○	27	4.11	.67	
生理效益		×	250	4.07	.77	-1.416
		○	27	4.28	.63	
社交效益		×	250	4.01	.72	-1.607
		○	27	4.24	.49	
經濟效益		×	250	3.66	.78	-.343
		○	27	3.71	.74	
整體休閒效益	其他遊憩	×	273	3.97	.64	.426
		○	4	3.83	.24	
心理效益		×	273	3.99	.70	.599
		○	4	3.87	.27	
生理效益		×	273	4.09	.76	.574
		○	4	3.87	.43	
社交效益		×	273	4.03	.71	.689
		○	4	3.79	.31	
經濟效益		×	273	3.66	.77	-.385
		○	4	3.81	.23	
整體休閒效益	商圈購物	×	94	3.94	.62	-.492
		○	183	3.98	.65	
心理效益		×	94	3.95	.69	-.752
		○	183	4.01	.71	
生理效益		×	94	4.05	.71	-.597
		○	183	4.11	.78	
社交效益		×	94	3.99	.72	-.658
		○	183	4.05	.70	
經濟效益		×	94	3.72	.69	.870
		○	183	3.63	.81	

註：×表示未消費，○表示有消費

三、補助金額對休閒效益體驗的影響

從補助金額來看，結果顯示在整體休閒效益以及個別構面均未達顯著相關(4-6-3)。

表 4-6-3

不同補助金額之受試者在休閒效益體驗的相關分析

構面	樣本數	平均數	標準差	與平均補助金額之 p 值
平均補助金額	277	11664	5106.04	
整體休閒效益	277	3.97	.64	.062
生理效益	277	4.00	.71	.061
心理效益	277	4.09	.76	.067
社交效益	277	4.03	.71	.076
經濟效益	277	3.66	.77	-.003

四、主要目的地對休閒效益體驗的影響

將主要目的地分成北區、中區、南區、東區和離島五個地區進行休閒效益之分析，結果顯示在個別構面中的經濟效益有顯著差異，前往北部地區的受試者明顯高於前往中部地區的受試者，但在整體休閒效益上經事後比較並無顯著差異，同樣的結果也出現在社交效益構面上(表 4-6-4)。

表 4-6-4
前往不同主要目的地之受試者在休閒效益體驗的差異比較

構面	主要目的地	樣本數	平均數	標準差	F 值	事後比較
整體休閒效益	(1) 北區	56	4.14	.50	2.889*	ns
	(2) 中區	127	3.87	.68		
	(3) 南區	60	4.10	.68		
	(4) 東區	28	3.81	.59		
	(5) 離島	6	3.98	.41		
	總和	277	3.97	.60		
心理效益	(1) 北區	56	4.13	.59	.090	ns
	(2) 中區	127	3.91	.75		
	(3) 南區	60	4.13	.70		
	(4) 東區	28	3.82	.69		
	(5) 離島	6	4.05	.51		
	總和	277	4.00	.71		
生理效益	(1) 北區	56	4.21	.58	.270	ns
	(2) 中區	127	4.00	.79		
	(3) 南區	60	4.18	.83		
	(4) 東區	28	4.03	.78		
	(5) 離島	6	4.33	.38		
	總和	277	4.09	.76		
社交效益	(1) 北區	56	4.22	.55	.033*	ns
	(2) 中區	127	3.93	.75		
	(3) 南區	60	4.15	.76		
	(4) 東區	28	3.85	.56		
	(5) 離島	6	4.14	.83		
	總和	277	4.03	.71		
經濟效益	(1) 北區	56	3.98	.61	.001**	(1)>(2)
	(2) 中區	127	3.54	.81		
	(3) 南區	60	3.78	.79		
	(4) 東區	28	3.46	.72		
	(5) 離島	6	3.25	.55		
	總和	277	3.66	.77		

註：1.*p < .05, ** p < .01

2. ns 表事後比較無差異

小結

歸納受試者國民旅遊卡使用行為與休閒效益體驗之關係，結果顯示受試者的休閒效益體驗不因國民旅遊卡使用時的休假時間、特約商店類型消費、補助金額不同而有差異；僅在前往的主要目的地變項中，整體休閒效益體驗和個別構面中的社交

效益體驗有顯著差異，但經事後比較結果為無差異；另外，經濟效益個別構面上呈現顯著差異，亦即受試者在經濟效益構面上，因為前往之主要目的地不同而有差異，呈現北區明顯高於中區之結果。

第七節 休閒態度與休閒效益體驗之關係

本節旨在分析說明休閒態度與休閒效益體驗的關係。本研究之休閒態度包含休閒認知、休閒喜好與休閒行為傾向三個部份，而休閒效益體驗係指心理、生理、社交與經濟效益四個部份，分為一、休閒態度與休閒效益體驗的描述性統計，二、整體休閒態度與休閒效益體驗的相關分析，三、休閒態度各層面與休閒效益體驗相關分析，分別整理如下。

一、休閒態度與休閒效益體驗的描述性統計

根據受試者的填答情形來看，在休閒態度方面，整體而言受試者的休閒態度正向積極，個別構面中休閒認知平均分數較高，休閒行為傾向較低；休閒效益體驗方面，以生理效益與社交效益的平均數較高，經濟效益最低（表 4-7-1）。其次，整體休閒態度與整體休閒效益體驗呈顯著相關；從個別構面來看，每一個構面間均為顯著相關（表 4-7-2）。

表 4-7-1

休閒態度與休閒效益體驗各構面平均數與標準差摘要表

構面	樣本數	平均數	標準差
整體休閒態度	277	4.35	.45
休閒認知	277	4.50	.49
休閒喜好	277	4.41	.47
休閒行為傾向	277	4.01	.58
整體休閒效益體驗	277	3.97	.64
心理效益	277	4.00	.71
生理效益	277	4.09	.76
社交效益	277	4.03	.71
經濟效益	277	3.66	.77

表 4-7-2
休閒態度與休閒效益體驗相關分析摘要表

構面	整體休閒態度	休閒認知	休閒喜好	休閒行為傾向
整體休閒效益體驗	.581**	.512**	.494**	.558**
心理效益	.541**	.482**	.455**	.518**
生理效益	.525**	.443**	.452**	.520**
社交效益	.562**	.472**	.487**	.557**
經濟效益	.404**	.376**	.341**	.369**

註：** $p < .01$

二、整體休閒態度與使用國民旅遊卡之休閒效益體驗的相關分析

由表 4-7-2 可得知整體休閒態度與使用國民旅遊卡之休閒效益體驗的相關分析結果，分述如下：

(一) 整體休閒態度與整體休閒效益體驗的相關係數值為.581，達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，兩者之間具顯著正相關，顯示整體休閒態度得分越高者，在休閒效益體驗就越好。

(二) 整體休閒態度與心理效益的相關係數值為.541，達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，兩者之間具顯著正相關，顯示整體休閒態度得分越高者，在心理效益體驗就越好。

(三) 整體休閒態度與生理效益的相關係數值為.525，達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，兩者之間具顯著正相關，顯示整體休閒態度得分越高者，在生理效益體驗就越好。

(四) 整體休閒態度與社交效益的相關係數值為.562，達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，兩者之間具顯著正相關，顯示整體休閒態度得分越高者，在社交效益體驗就越好。

(五) 整體休閒態度與經濟效益的相關係數值為.404，達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，兩者之間具顯著正相關，顯示整體休閒態度得分越高者，在經濟效益體驗就

越好。

三、休閒態度各層面與使用國民旅遊卡之休閒效益體驗相關分析

以積差相關對休閒態度與使用國民旅遊卡之休閒效益體驗各層面進行考驗所得的結果如下：

(一) 休閒認知與整體休閒效益體驗的相關係數值為.512，與心理效益的相關係數值為.482，與生理效益的相關係數值為.443，與社交效益的相關係數值為.472，與經濟效益的相關係數值為.376，均達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，顯示休閒認知與整體及個別休閒效益體驗之間，分別具有顯著正相關，亦即休閒認知得分越高者，在整體以及心理、生理、社交和經濟各構面的休閒效益體驗效益就越好。

(二) 休閒喜好與整體休閒效益體驗的相關係數值為.494，與心理效益的相關係數值為.455，與生理效益的相關係數值為.452，與社交效益的相關係數值為.487，與經濟效益的相關係數值為.341，均達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，顯示休閒喜好與整體及個別休閒效益體驗之間，分別具有顯著正相關，亦即休閒喜好得分越高者，在整體以及心理、生理、社交和經濟各構面的休閒效益體驗效益就越好。

(三) 休閒行為傾向與整體休閒效益的相關係數值為.558，與心理效益的相關係數值為.518，與生理效益的相關係數值為.520，與社交效益的相關係數值為.557，與經濟效益的相關係數值為.369，均達.01 ($p < .01$) 的顯著水準，顯示休閒行為傾向與整體及個別休閒效益體驗之間，分別具有顯著正相關，亦即休閒行為傾向得分越高者，在整體以及心理、生理、社交和經濟各構面的休閒效益體驗效益就越好。

小結

歸納休閒態度與使用國民旅遊卡之休閒效益體驗之相關分析結果，從整體與個別構面來看，休閒態度與休閒效益體驗均有顯著相關，與蘇美玲 (1999)、張恕忠

(2002) 和姚代平 (2005) 的研究結果相同，亦即休閒態度愈好，獲得的休閒效益感受越好，能充分了解休閒的好處有助於獲得較大的休閒效益體驗。

第八節 休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為之影響

本節旨在探討休閒態度、休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為之影響。首先，以受試者國民旅遊卡使用行為為分組變數，進行集群分析，研究者針對其行為特性予以命名。其次運用區別分析，探討休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為的影響。本節分為二個部分：一、國民旅遊卡使用行為的集群分析與描述統計；二、休閒態度與休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為的影響。

一、國民旅遊卡使用行為的集群分析與描述統計

本研究運用集群分析，針對所有國民旅遊卡使用行為變項屬性相似程度較高的觀察值加以分群，使每一群組內的特性相似而群組間的異質性高，研究者並針對各集群的國民旅遊卡使用特性分別予以命名。由於樣本數在 200 個以上，首先以部份觀察值進行階層式群集分析，判讀冰柱圖的結果以三群為最合適，並以此為集群數的參考；再以非階層式的 K-mean 集群分析法，以三群作為預設的集群數進行實際分群，研究者並針對三個集群的共同特徵分別命名為長程休閒旅遊型、短程休閒購物型與長程休閒購物型，以下針對各集群的國民旅遊卡使用行為與描述統計資料，將各集群特性說明如下：

(一) 集群一：長程休閒旅遊型

從國民旅遊卡使用行為來看休假時間多數為非假日，消費之特約商店類型次數較多者除了商圈購物、加油站、餐飲業外，消費於旅宿業、旅行業與交通運輸業者也不少，平均補助金額為三組中最高者，金額為 15539 元，前往之主要地區雖以中部為多，但其他地區分佈亦平均，包含了所有至離島地區從事休閒活動者(表 4-8-1)。

表 4-8-1
長程休閒旅遊型族群國民旅遊卡使用行為摘要分析表

背景變項		樣本數	國民旅遊卡使用行為	樣本數	
性別	男	85	休假時間	非假日	135
	女	80			
年齡	30歲以下	10	特約商店類型	非假日橫跨假日	30
	31~35歲	17		旅行業	16
	36~40歲	55		旅宿業	56
	41~45歲	38		交通運輸業	14
	46~50歲	24		餐飲業	62
	51~55歲	11		農特產及手工藝品業	19
教育程度	56歲以上	10	加油站	95	
	高中以下	8	游樂區及博物館	20	
	專科	15	陸海空之其他游類	3	
大學(含教育學分班)	碩、博士	112	商圍購物	119	
	碩、博士	30			
婚姻狀況	未婚	11	平均補助金額	15539 元	
	已婚有子女	146	主要目的地		
	已婚無子女	7	北部地區	29	
每月所得	其他	1	中部地區	79	
	30000元以下	4	南部地區	32	
	30001~40000元	7	東部地區	19	
	40001~50000元	35	離島地區	6	
	50001~60000元	66	樣本數總和為 165，佔全體受試者 60%		
	60001~70000元	33			
70001元以上	20				

(二) 集群二：短程休閒購物型

從國民旅遊卡使用行為來看休假時間多數亦為非假日，消費之特約商店類型次數偏重於加油站和商圍購物，消費於旅行業、旅宿業、交通運輸業與餐飲業者為少數，平均補助金額為最低者，金額為 3044 元，前往之主要地區以中部地區為主（表 4-8-2）。

表 4-8-2
短程休閒購物型族群國民旅遊卡使用行為摘要分析表

背景變項		樣本數	國民旅遊卡使用行為	樣本數		
性別	男	26	休假時間	非假日		
	女	19			非假日橫跨假日	35
年齡	30歲以下	8	特約商店類型	旅行業		
	31~35歲	11			旅宿業	2
	36~40歲	11			交通運輸業	4
	41~45歲	7			餐飲業	1
	46~50歲	6			農特產及手工藝品業	8
	51~55歲	2			加油站	5
教育程度	56歲以上	0	遊樂區及博物館	其他游類		
	高中以下	0			陸海空之其他游類	30
	專科	4			商團購物	3
大學(含教育學分班)	碩、博士	35	平均補助金額	3044 元		
	未婚	6			主要目的地	
	已婚有子女	11				北部地區
婚姻狀況	已婚無子女	29	中部地區	23		
	其他	4	南部地區	9		
	每月所得	30000元以下	0	東部地區	3	
		30001~40000元	5	離島地區	0	
		40001~50000元	16	樣本數總和為 45，佔全體受試者 16%		
		50001~60000元	12			
		60001~70000元	11			
70001元以上		1				

(三) 集群三：長程休閒購物型

從國民旅遊卡使用行為來看休假時間多數亦為非假日，消費之特約商店類型次數偏重於商團購物、旅宿業、餐飲業與加油站，消費於旅行業者、交通運輸業者為少數，平均補助金額居次，金額為 7910 元，前往之主要地區除以中部較多外，北部與南部地區居次（表 4-8-3）。

表 4-8-3
長程休閒購物型族群國民旅遊卡使用行為摘要分析表

背景變項		樣本數	國民旅遊卡使用行為	樣本數					
性別	男	39	休假時間	非假日	53				
	女	28							
年齡	30歲以下	17	特約商店類型	非假日橫跨假日	14				
	31~35歲	10							
	36~40歲	20		旅行業	2				
	41~45歲	10		旅宿業	21				
	46~50歲	6		交通運輸業	4				
	51~55歲	4		餐飲業	35				
教育程度	56歲以上	0	農特產及手工藝品業	加油站	42				
	高中以下	0							
	專科	4				遊樂區及博物館	4		
	大學(含教育學分班)	53				陸海空之其他游類	0		
婚姻狀況	碩、博士	10	平均補助金額	商園購物	44				
	未婚	16				7910 元			
	已婚有子女	46							
已婚無子女	5	主要目的地	北部地區	17					
其他	0								
每月所得	30000元以下				1	中部地區	25		
	30001~40000元				4				
	40001~50000元				24			南部地區	19
	50001~60000元				26				
	60001~70000元				5			東部地區	6
	70001元以上	7	離島地區	0					
			樣本數總和為 67，佔全體受試者 24%						

此外，在三個集群的休閒態度與休閒效益體驗平均得分情形方面，長程休閒旅遊型在整體休閒態度最佳，平均得分為 4.36，整體休閒效益體驗也最好，平均得分為 4；短程休閒購物型在整體休閒態度最低，平均得分為 4.33，整體休閒效益體驗也最低，平均得分為 3.90，各集群間差異不大（表 4-8-4）。

表 4-8-4
不同國民旅遊卡使用行為集群休閒態度與休閒效益體驗平均得分摘要

國民旅遊卡使用行為 集群類型	樣本數	平均數	
整體休閒態度	長程休閒旅遊型	165	4.35
	短程休閒購物型	45	4.33
	長程休閒購物型	67	4.36
休閒認知	長程休閒旅遊型	165	4.49
	短程休閒購物型	45	4.47
	長程休閒購物型	67	4.53
休閒喜好	長程休閒旅遊型	165	4.41
	短程休閒購物型	45	4.38
	長程休閒購物型	67	4.40
休閒行為傾向	長程休閒旅遊型	165	4.07
	短程休閒購物型	45	4.04
	長程休閒購物型	67	4.07
整體休閒效益	長程休閒旅遊型	165	4.00
	短程休閒購物型	45	3.90
	長程休閒購物型	67	3.92
心理效益	長程休閒旅遊型	165	4.03
	短程休閒購物型	45	3.93
	長程休閒購物型	67	3.95
生理效益	長程休閒旅遊型	165	4.13
	短程休閒購物型	45	4.08
	長程休閒購物型	67	4.00
社交效益	長程休閒旅遊型	165	4.08
	短程休閒購物型	45	3.96
	長程休閒購物型	67	3.97
經濟效益	長程休閒旅遊型	165	3.67
	短程休閒購物型	45	3.61
	長程休閒購物型	67	3.69
總和	277		

二、休閒態度、休閒效益體驗對國民旅遊卡使用行為的影響

此部分在探討整體休閒態度和休閒效益體驗與對國民旅遊卡使用行為的影響，研究者先以國民旅遊卡使用行為的四個變項將受試者依其特性分成三群，並分別命名；其次以休閒態度與休閒效益體驗共 48 個變項為預測變項（自變項），以國民旅遊卡使用行為的集群數值為效標變項（依變項），進行區別分析，分析其國民旅遊卡使用行為類型的區別命中力。

結果顯示不同國民旅遊卡使用行為集群的休閒態度與休閒效益體驗平均得分差異不大，長程休閒旅遊組的平均值介於 3.19~4.62 之間，短程休閒購物組的平均值介於 3.20~4.62 之間，長程休閒購物組的平均值介於 3.09~4.67 之間。運用區別分析所

獲得的線性方程式即是區別函數，區別函數的數目是以組別數減一或是預測變項數減一中的較小者為準，本研究的組別數是三，因此區別函數有二個，從 Wilks' Lambda 值分別為 .725 和 .874，均大於 .05 的情形來看，三個國民旅遊卡使用行為集群間的休閒態度與休閒效益體驗平均值沒有顯著差異；查看表 4-8-5 典型區別函數係數的絕對值大小可以知道每個自變項的重要性，絕對值越大表示該變項對函數影響力越大，從表來看，在第一個函數中，藉由此函數計算後長程休閒旅遊組的平均值為 .331，短程休閒購物組的平均值為 -.881，長程休閒購物組的平均值為 -.224；從相對重要性來看，經常從事休閒活動是對的、休閒對健康有益與增進健康體能等三個因素是影響長程休閒旅遊類型者的主要變項；影響短程休閒購物類型者較大的因素是消除疲勞，恢復活力、讓身體得到適度的休息以及能完全投入休閒活動中；長程休閒購物類型者則傾向於認為所有因素都普遍重要（表 4-8-6）。

在函數二中，藉由此函數計算後長程休閒旅遊組的平均值為 -.141，短程休閒購物組的平均值為 -.437，長程休閒購物組的平均值為 .641，此函數中長程休閒旅遊類型者傾向於認為所有因素都普遍重要；影響短程休閒購物類型者的主要因素為從事休閒活動讓我獲得許多寶貴的經驗、喜歡自己所選擇的休閒活動與消除疲勞，恢復活力；影響長程休閒購物類型者的主要因素為能夠完全投入休閒活動、增進健康的體能與從事休閒活動有助於自我成長。最後根據自變項所建立的方程式來預測組別成員，由表 4-8-7 的分類結果顯示 56% 個原始組別的觀察值已正確分類。由此可推知測量休閒態度和使用國民旅遊卡的休閒效益體驗可以區別其國民旅遊卡使用行為的命中力為 56%。

表 4-8-5

休閒態度與休閒效益體驗在不同國民旅遊卡使用行為集群區別分析摘要表

自變項	典型函數係數			
	第一函數	第二函數		
1.利用時間從事休閒活動是明智的	-.079	-.234		
2.休閒活動有益於個人的發展	-.434	.477		
3.休閒活動有益於社會的發展	-.435	.548		
4.休閒活動對個人健康有益	.809	-.034		
5.休閒能帶給人愉悅的感覺	-.004	-.332		
6.從事休閒活動有助於提昇工作效率	-.433	.118		
7.休閒活動有益於紓解緊張、壓力	.046	.260		
8.從事休閒活動有助於自我成長	.288	.656		
9.休閒活動是社交往來與人接觸的大好機會	-.123	-.159		
10.休閒是重要的	-.223	-.011		
11.我重視自己的休閒活動	-.405	.177		
12.我覺得經常從事休閒活動是對的	1.397	.468		
13.我覺得從事休閒活動對我有益	-.368	-.714		
14.我喜歡自己所選擇的休閒活動	.640	-.867		
15.我所從事的休閒活動能帶給我樂趣	.150	-.003		
16.當我從事休閒活動時，覺得時間過得很快	.257	.209		
17.我能完全投入休閒活動中	-.650	.987		
18.從事休閒活動讓我獲得許多寶貴的經驗	-.236	-.870		
19.我覺得將時間用在休閒活動上，不算是浪費時間	-.466	-.251		
20.從休閒活動中，可以找到自我	-.223	-.246		
21.我經常參與休閒活動	.278	.090		
22.我會增加休閒活動的時間	-.090	-.220		
23.我會參加研習或演講等活動來提升休閒活動的技能	.463	-.081		
24.在經濟許可下，我願意添購休閒所需的器材	-.413	-.312		
25.我願意花時間在有關參與休閒活動技能的學習	-.160	.231		
26.即使很忙，我也會抽空從事休閒活動	-.362	.617		
27.在時間和金錢的許可下，我會嘗試新的休閒活動	.304	-.169		
1.使我心情舒暢愉快	.292	-.118		
2.使我紓解壓力	-.404	-.200		
3.使我發洩情緒	.560	-.086		
4.使我有機會嘗試新的事物	-.061	.149		
5.使我增進自我滿足，實現心中理想	.153	.077		
6.使我獲得自我表現的機會，獲得成就感	.387	-.171		
7.使我遠離繁雜的環境	-.451	.139		
8.消除疲勞，恢復活力	-.743	-.522		
9.增進健康的體能	.781	.688		
10.讓身體得到適度的休息	-.634	-.461		
11.調節身心平衡，使身心健全	.458	-.403		
12.增進家人間的情感	.007	-.305		
13.促進和工作同儕的感情	-.340	.045		
14.促進和朋友的感情	.563	-.166		
15.有助於拓展社交圈結交新朋友	-.107	-.121		
16.增加與大自然接近的機會	-.277	.279		
17.提振工作士氣	.376	.582		
18.得到許多優惠折扣	.077	.338		
19.累積紅利點數，享有現金回饋	-.204	-.372		
20.補貼休假旅遊時的費用	-.057	-.186		
21.有助於提昇自己於非假日旅遊的意願	.041	.402		
常數	.382	.255		
函數檢定	Wilks Lambda	卡方	自由度	顯著性
1 到 2	.725	80.476	96	.873
2	.874	33.621	47	.929

未標準化係數

表 4-8-6
國民旅遊卡使用行為集群各組平均值

國民旅遊卡使用行為集群	函數	
	函數一	函數二
長程休閒旅遊型	.331	-.141
短程休閒購物型	-.881	-.437
長程休閒購物型	-.224	.641

表 4-8-7
休閒態度與休閒效益體驗區別國民旅遊卡使用行為集群正確率交叉表

國民旅遊卡使用行為集群	原始組別 個數	預測集群成員			合計
		長程休閒旅遊型	短程休閒購物型	長程休閒購物型	
百分比	長程休閒旅遊型	98	34	33	165
	短程休閒購物型	8	24	13	45
	長程休閒購物型	23	11	33	67
百分比	長程休閒旅遊型	59.4	20.6	20	100
	短程休閒購物型	17.8	53.3	28.9	100
	長程休閒購物型	34.3	16.4	49.3	100

小結

本節將國民旅遊卡使用行為變項屬性相似程度較高的觀察值以集群分析方法分成三群，研究者並依其共同特性自行命名為長程休閒旅遊型、短程休閒購物型和長程休閒購物型；結果顯示三個集群的受試者休假日皆以非假日為主，在補助金額上顯示以一次休假中將休假補助用完者為多數，前往之主要目的地以鄰近縣市為主。

進一步以休閒態度和休閒效益體驗的所有變項為自變數，不同國民旅遊卡使用行為集群數為依變數進行區別分析，結果顯示影響長程休閒旅遊類型較大的因素為重視經常從事休閒活動、休閒對健康有益與增進健康體能，而影響短程休閒購物類型較重要的因素為能投入休閒活動中並認為休閒有助於自我成長與增進健康，另外較重視消除疲勞恢復活力的生理效益，也喜歡自己所選擇的休閒活動且能完全投入並從中獲取寶貴經驗是影響長程休閒購物類型的重要因素。最後根據自變項所建立的方程式來預測組別成員，分類結果顯示有 56% 的原始組別觀察值已正確分類。