

台灣本土化渡假生活型態量表之建構

—以多樣本為基礎之信效度分析

The Construction of Taiwan's Vacation Lifestyle Scale —A Test of the Reliability and Validity Based on Multiple Samples

鄭健雄 *Jen-Son Cheng*

臺中健康暨管理學院 休閒與遊憩管理學系 助理教授

Assistant Professor,

Department of Leisure and Recreation Management,

Taichung Healthcare and Management University

劉孟奇 *Mon-Chi Lio*

國立中山大學 政治經濟學系 助理教授

Assistant Professor,

Department of Political Economy,

National Sun Yat-Sen University

(Received April 26, 2000; First Revised June 4, 2002; Accepted November 21, 2002)

摘要：本研究主要目的在於透過嚴謹的信效度檢定，建構適用於台灣本土的渡假生活型態量表。本研究首先建構原始量表，經由探索性實證研究予以修訂，再分別於知本、墾丁、與宜蘭三地建立旅客樣本予以檢測。在三個不同樣本當中，都可以根據同一組 15 個題項抽取 5 個渡假生活型態構面，在三個樣本中，各個構面與相關題項的因素結構皆與預期相同，信度檢定均具不錯的內部一致性。在三個樣本中，驗證性因素分析顯示具有不錯的因素效度，其因素結構亦無差異。針對渡假生活型態構面與旅遊行為之間進行的迴歸分析顯示出相當良好的建構效度，且三個樣本中之迴歸係數極為一致。以 LISREL 測試結構方程模型的結果，顯現出渡假生活型態構面對於旅遊住宿水準有相當良好的解釋能力。實證分析支持本研究建立之渡假生活型態量表具有良好之信效度與穩固性。

關鍵詞：生活型態、渡假生活型態、量表建構、信度、效度、LISREL

ABSTRACT: This study attempts to construct a domestic vacation lifestyle scale with rigorously testing the reliability and validity. A preliminary scale was first developed and then modified on the basis of an exploratory analysis. The modified scale was then tested against three independent samples. Five dimensions extracted from a set of 15 items can be obtained in all three samples. In all three samples, the relationships of dimensions and related items in the factor structure are as what we expect, and the test of reliability shows good internal consistency. Confirmatory factor analyses of three samples all show good model fitness, and an analysis with LISREL shows that the factor structures in three samples are consistent. Regressions on vacation lifestyle dimensions and travel behavior variables show good construct validity, and an analysis with LISREL shows that the regression equations in three samples are basically identical. A further test with LISREL also shows that vacation lifestyle dimensions measured by our scale can successfully explain the differences in travel frequency and the expense on accommodation. The reliability and validity of our vacation lifestyle scale are strongly supported.

KEYWORDS: Lifestyle, Vacation Lifestyle, Scale Development, Reliability, Validity, LISREL

作者感謝評審委員提供寶貴的意見，同時感謝國科會專題研究補助(NSC90-2416-H-468-001-SSS)。

壹、緒論

生活型態研究在行銷、教育、社會學、女性學等諸多領域都相當受到重視，在國內也有不少相關研究；但是在這些研究中普遍存在一些缺失，特別是不少學者直接自國外既有量表題庫中抽取部分題項進行調查，卻既未考慮跨社會文化的差異，同時也忽略部分題項的變異量與因素結構 (factor structure) 改變所造成的偏誤。許多在這一方面的本土研究都是只針對一份樣本進行的一次性研究，無法檢證所得到的結果是否穩固 (robust) (譚大純等, 2000)。除此之外，大部分的國內研究都完全只根據特定因素在哪些題項上具有高負荷量來為其命名，而忽略了如果這些因素的確具有研究者所賦予的意義，它們還必須能夠如同預期的與其它觀察變項發生關聯 (Kline, 1994)，以支持其建構效度 (construct validity) [註一]。例如譚大純等 (2000) 的研究雖然重視量表內部一致性及因素結構穩定性的問題，但是除了因素效度之外，並未進一步檢查所抽取因素與外在效標 (external criterion) 的關聯性，因此對於效標關聯效度 (criterion-related validity) 與建構效度的討論有所不足，也未能充分地論證量表的預測能力。

在另一方面，國外研究發現，相對於可用於瞭解及預測日常消費行為的一般生活型態，實有針對觀光旅遊消費行為另行建立渡假生活型態 (vacation lifestyle) 之必要，其原因在於旅遊市場之產品與勞務之消費情境與一般商品有別，同時所牽涉到的是遠離日常生活之消費行為 (Zins, 1998)。然而目前國內除了鄭健雄與劉孟奇 (2001) 的探索性研究之外，相關研究卻相當缺乏。有鑑於國內觀光旅遊市場日趨重要，實有必要針對國民旅遊建構一穩固的渡假生活型態量表，以對旅客之消費行為提供更深入的洞見，同時做為業者進行市場行銷與制定行銷策略之參考。

本研究的主要目的在於建構一個穩固的本土化渡假生活型態量表，並避免先前相關生活型態研究缺乏嚴謹量表建構過程的缺失。本研究之主要特點在於檢證量表之穩定性時，係藉由建立多個樣本，以結構方程模式 (structural equation modeling) 之 LISREL 方法進行分析。結構方程模式的原始目的在於分析潛在變項 (latent constructs) 及潛在變項之間的結構關係，不過結構方程模式相對於傳統統計方法的一個重要優點是可用於檢定不同樣本的因素結構或迴歸關係是否相同 (Reisinger and Turner, 1999)。本研究沿用譚大純等 (2000) 運用 LISREL 檢定多樣本因素結構相同性 (equality of factor structures) 以測試因素結構穩定性的方法。除此之外，本研究也利用 LISREL 檢定多樣本之迴歸係數相同性，以檢證量表於預測方面之穩定性。



本研究首先根據分析國內外相關研究及訪談業者專家的結果，建構一份原始量表，並針對墾丁地區遊客進行問卷調查，以所得到的樣本進行探索性研究，由此修訂原始量表，並得到由 22 個題項所測量的 7 個渡假生活型態構面（鄭健雄與劉孟奇，2001）。其次，本研究根據修訂後的量表，分別於墾丁、知本、宜蘭等三地分別針對遊客進行問卷調查，建立三個不同樣本以檢測量表之信效度及穩固性。

本研究將分別探討下列問題：

- 一、一個穩固的生活型態量表應該能夠根據事先設定的測量題項與構念之間的關係，從不同樣本當中根據相同題項抽取出一組穩定而一致的生活型態因素構面，亦即量表應具有因素效度 (factorial validity) [註二]，同時因素結構在以不同樣本進行複核 (cross-validate) 時具有模式穩定性 (model stability)。因此本研究將檢證(a)在三個樣本中，是否都能透過因素分析，從同一組題項中抽取出一組生活型態構面，同時各個構面與題項之間的關係與研究者的預期相符？(b)在三個樣本中，各個構面是否皆具有良好的內部一致性？(c)針對三個樣本進行驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis) 是否能得到類似的結果，並具有不錯的模型配適度？(d)能否驗證三個樣本的因素結構具有相同性？
- 二、一個良好的生活型態量表應該具有不錯的建構效度，亦即生活型態構面與外在效標之間應當能夠具有顯著相關，其相關性符合理論預期，同時這些關係相當穩定。為了檢量表的建構效度，本研究將(a)運用迴歸分析，檢證渡假生活型態量表能否如同預期的與旅遊消費行為之間產生明顯關聯？(b)以 LISREL 進行多樣本的迴歸模型相同性分析，以檢證在三個樣本當中，渡假生活型態與旅遊消費行為之間的迴歸係數是否一致？(c)以 LISREL 探討渡假生活型態與旅遊消費行為之間的結構關係是否與預期一致，並且在不同樣本之間具有穩定性？

貳、生活型態與渡假生活型態

一、生活型態的測量與應用

傳統上，生活型態一般被視為是心理統計變項 (psychographics) 的同義詞，而目前文獻中定義生活型態的重點則著重在個人的行為、興趣、與意見上面。最早以這三者來測量生活型態的為芝加哥大學教授 Wells and Tigert (1971) 所編製之 300 題 AIO (Activity, Interest, Opinion) 量表，最近則有 180 題及 200 題等版本 (Assael, 1992)。根據 Reynolds and Darden (1972) 的定義，AIO 變項的意義如下：

(一) 活動 (Activity)：指一種具體明顯的活動，通常是可以直接觀察到的，但其理由則是很

難加以直接衡量。

- (二) 興趣 (Interest): 指對於某些事物、事件或主題的興奮程度, 可以使人產生特別且持續的注意。
- (三) 意見 (Opinion): 指個人對於某些問題刺激的情境下, 所給予的口頭或書面陳述的反應。可以用於描述個人對於事情的解釋、期望與評估。

生活型態可能與區域與人口統計變項有關, 無論如何, 一般研究普遍指出, 生活型態是在人口統計變項之外能夠獨立解釋消費者行為的重要因素。一般生活型態研究的對象針對日常生活方式, 例如有名的 VALS (Value and Lifestyle Survey) 及 VALS2 生活型態量表, 將一般人區分為原則導向、地位導向、以及行動導向三種主要類別, 再進一步細分為實踐者、信仰者、自我實現者、成就者、奮鬥者、掙扎者、體驗者、製造者等八種區隔。在這八種生活型態區隔中, 個人所擁有的休閒產品、參與的休閒活動、以及所使用的休閒相關媒體都有明顯差異。這意味著從這八種生活型態區隔中可以獲得極有價值的訊息, 可以作為政府制定、推行公眾政策、廠商發展新產品或進行市場定位的依據。

生活型態分析的一個重要應用領域在於做為市場區隔的基礎, 根據 Plummer (1974) 的意見, 以生活型態進行市場區隔具有下列優點: 可以重新定義主要的目標市場; 可以對於市場結構提出新的觀點; 生活型態資訊可用於產品的定位; 生活型態資訊可幫助制定廣告與溝通方式; 提供新產品機會的資訊; 可幫助發展整合性的行銷與媒體策略; 可以協助行銷者解釋市場區隔在某些情境下對於產品及品牌反應的可能原因。

除了做為市場區隔的工具以外, 由於生活型態幾乎涵蓋了影響消費者行為的文化、社會、個人、心理等主要因素, 生活型態分析在諸多研究領域都受到重視。因此舉凡行銷、教育、社會學、女性學等都對於生活型態進行探討, 或在構念及概念間進行連結。目前以生活型態做為解釋變項, 用以解釋消費行為、學習成就等被解釋變項已成為典型的研究取向 (譚大純等, 2000)。

二、渡假生活型態研究

自 1970 年代開始, 生活型態分析就在休閒旅遊研究中受到高度重視, 並且提供了關於渡假者動機與行為的豐富訊息。美國賓州旅遊發展局 (Pennsylvania Bureau of Travel Development) 即將 VALS 整合進觀光市場研究之中, 因為 VALS 可對觀光旅遊消費行為提供新的洞見, 也有助於掌握市場情況及擬定行銷策略 (Shih, 1986)。Hawes (1977) 檢視一個於 1973 年進行的美國消費者生活型態研究, 研究採分層隨機抽樣, 從一個包括 45000 個家戶的抽樣底冊中抽取出一個由 1000 個家戶構成的全國代表性樣本進行郵寄問卷調查, 回收 603 份女性有效問卷及 512 份男性有效問卷。Hawes (1977) 從中抽取 10 個與旅遊消費有關的 AIO 題項進行分析, 結果發現受訪者對 AIO 題項的同意程度與其家庭所得中娛樂、休憩、渡假

旅遊支出所占比例有明顯相關。Schewe and Calantone (1978) 以方便抽樣方式，從 1974-1975 之間分成四次、於五個地點對投宿於美國麻州汽車旅館的觀光旅客進行問卷調查，得到 1498 份有效問卷，結果發現受訪者對於 AIO 題項的同意程度與其旅遊目的及旅遊目的地之間有明顯關聯，例如就山林、城市、海濱三種旅遊目的地而言，選擇海濱的旅客即較具社交性、對自己的健康與所得都較為滿意。

無論如何，學者也發現一般生活型態量表對於觀光旅遊行為比較難以提出令人滿意的解釋，因此有另外建構渡假生活型態的必要 (Zins, 1998)。其原因有二：首先，觀光旅遊產品與勞務的消費條件可能與其他一般消費財極為不同，因此，最好專門針對旅遊產品與勞務建立相關的 AIO 題項。其次，一般生活型態係建立在日常生活之上，而渡假生活型態卻正好與其相反，乃是建立在遠離日常生活的行為之上 (Zins, 1998)。

國外早期的主要渡假生活型態研究包括 Darden and Perreault (1975) 針對美國東南部五個州以系統隨機抽樣抽取的 1000 個家戶進行郵寄問卷調查，回收 359 份有效問卷，研究發現渡假生活型態與過去五年的渡假次數、渡假持續時間、渡假的創新性 (innovativeness)、到渡假地的距離等渡假行為有關，例如意見領導型的旅客、露營型的旅客、富佬名流型 (jet-setter) 的旅客、運動觀眾型 (sport-spectator) 的旅客就明顯喜好創新性高、次數少的渡假方式，而不喜好傳統、次數多的渡假方式。Perreault et al. (1977) 對美國東南部及大湖區以系統隨機抽樣抽取的 2000 個家戶進行郵寄問卷調查，從回收的 670 份有效問卷中發現，渡假生活型態與社經地位有關，並且對渡假旅遊行為有顯著影響。舉例而言，家庭取向的渡假者平均年齡及平均所得較高，冒險型的渡假者較為年輕，教育程度也較高。在渡假行為方面，重視預算的渡假者在露營旅行的次數上遠高於其它類型的渡假者，冒險型渡假者的搭機旅行次數明顯較高，而冒險型與家庭取向渡假者的汽車旅行次數則高出其它類型一倍左右。

晚近的主要國外研究包括 Gladwell (1990) 運用修改自 Perreault et al. (1977) 的渡假生活型態量表，以方便抽樣方式，對 1200 位美國印第安那州立公園旅館住客進行郵寄問卷調查，回收 496 份有效問卷。Gladwell (1990) 以渡假生活型態為區隔基礎，將州立公園的遊客分為知識豐富的旅行者、重視預算的旅行者、事先規劃的旅行者三種類型，分析顯示不同類型遊客在社經地位上有顯著差異，例如知識豐富的旅行者在教育程度及所得上較高，重視預算的旅行者在教育程度及所得上都顯著低於其它類型，而事先規劃的旅行者的平均年齡則明顯高出其它類型十歲左右。在渡假行為方面，重視預算的旅行者在渡假次數及渡假時間長短上都低於其它類型，而知識豐富的旅行者則有較長的平均旅行距離。

Lawson et al. (1999) 以紐西蘭電話簿為抽樣底冊，隨機抽取 3700 位紐西蘭民眾進行郵寄問卷調查，針對回收的 1703 份有效問卷進行分析發現，可將遊客區隔為戶外探險者、運動愛好者、偏好假日者、教育旅遊者、家庭旅遊者、短程旅遊者，而不同區隔族群在旅遊動

機、目的地、花費、住宿與飲食習慣、以及交通上皆有明顯不同。舉例而言，在旅遊目的地方面，戶外探險者不喜歡旅遊顛峰時間的觀光勝地，他們每人每日的旅遊支出低於整個樣本的平均值 10%，最常選擇的住宿場所是露營營地，而在人口統計特徵方面，這個族群以受過大專教育、受雇為主，單身與離婚的比例也是最高的。

Silverberg et al. (1996) 使用發展自 Perreault et al. (1977) 的渡假生活型態量表，就美國三個州對自然生態旅遊有興趣的民眾，以隨機抽樣方式，抽取 1200 位受訪者進行郵寄問卷調查，回收 334 份有效問卷。分析結果發現，藉由渡假生活型態分析可以將自然生態旅遊遊客區隔成六種族群，而不同族群在旅遊行為以及對於生態保護的態度上都有明顯差異。舉例而言，露營型的旅客族群年齡較低，對於生態環境有較強的保護傾向，對於其它自然生態休憩活動的參與程度也較高。相對地，社交型及資訊型的旅客不以露營為主要住宿方式，對於生態環境抱持比較強的操控與消費觀念，但是這些旅客的生態旅遊次數卻有較高的傾向。

Zins (1998) 以方便抽樣方式，針對 389 位到奧地利旅遊的奧地利、德國、瑞士旅客進行問卷調查。其研究使用一個歐洲觀光組織 (European Tourism Institute) 所建立的 8 個構面、23 個題項的渡假生活型態量表，構面包括樂趣與娛樂、安全感與熟悉感、舒適與放鬆、真實的文化與自然、重視氣氛、刺激與運動、逃離與改變、及兒童導向。Zins (1998) 的研究發現渡假生活型態可用於解釋遊客對於主題飯店的選擇，舉例而言，在刺激與運動此一渡假生活形態因素上得分高的旅客比較會選擇網球主題旅館，而比較不會選擇兒童型的主題旅館。在舒適與放鬆上因素得分較高的旅客則比較會選擇高爾夫主題旅館，而比較不會選擇家庭型的主題旅館。Zins (1998) 也發現渡假生活型態與一般生活型態、個人價值觀、渡假利益等其他心理統計變項有關，舉例而言，在重視氣氛上因素得分較高的旅客，對於自我實現的價值觀較為認同，對於安全感的價值觀較不認同，這種旅客在創造性與自我中心等一般生活型態因素上的得分較高，也比較重視購物及社交互動等渡假利益。

基本上，國外的研究顯示出渡假生活型態研究可以讓研究者對於觀光旅客的心理動機及旅客型態有更深入的瞭解，並且能夠有效地解釋及預測旅客在觀光旅遊上的支出及消費行為，因此在實務上也被普遍使用於觀光旅遊市場的市場區隔及行銷決策之上。

三、國內生活型態研究的信效度問題

檢視我國博碩士論文，在 1990 年以後有 200 篇以上生活型態的相關研究，而 1980 年代以後在中文期刊上面關於生活型態的研究也有 50 篇以上。在一般生活型態方面，有名的研究包括 ICP 資料庫，此調查始自 1986 年，依據內政部規定之地理區劃分法，以各縣市人口數目為比例，取各縣市之代表鄉鎮市區進行系統抽樣，每年均抽樣 1200 人。別蓮蒂 (2000) 根據此一資料庫，以生活型態為基礎，將台灣地區成年消費者區隔為六個族群，分析發現不同族群在消費行為上有明顯差異。

與休閒有關的生活型態研究有李芝靜與余若芸 (1997) 以方便抽樣方式對 615 位台北市及其周邊景點遊客進行問卷調查，研究發現不同景點遊客之生活型態有顯著差異，而且遊客生活型態不同，其遊覽動機與遊覽後態度亦有明顯不同。吳萬益與陳淑惠 (1995) 以中美日韓的大學生為研究群體，以方便抽樣方式，對 1310 位台灣、大陸、美、日、韓大學生發出問卷，共回收 745 份有效問卷，研究者將生活型態區分為追求時髦與家庭傾向兩個因素構面，結果發現不同國籍之大學生在追求時髦、家庭傾向等因素有明顯差異，且不同生活型態受訪者其消費習慣與休閒偏好亦有明顯差異。陳彰儀 (1985) 為探討台北市已婚婦女在休閒活動興趣、休閒活動參與兩者與生活型態的關係，受訪者取樣範圍包括台北市 16 個行政區，採立意抽樣方式，以台北市政府社會局分設於全市 12 個社會福利服務中心為據點，共獲得 491 份有效問卷，分析結果可將職業婦女生活型態區分為知識藝文、社交應酬、消極被動、自信謹慎、運動旅遊、傳統婦女等構面，分析顯示休閒活動興趣的高低、參與程度的高低與其生活型態因素上有明顯差異。

無論如何，在既有國內生活型態研究中普遍出現的缺憾之處是：

- (一) 如譚大純等 (2000) 所指出的，雖然針對生活型態的研究十分重要，國內外研究引述者眾，但關於我國民眾生活型態之測量卻普遍存在著若干基本且嚴重的問題，最主要的問題是生活型態之測量、定義、與操作常有歧異之處，因此探討量表是否穩固十分重要。生活型態的量表應經過多次重複研究測試的考驗，才能建立其穩固性。但是不少本土研究所發展的相關量表都只經過一次或極少頻次之實證測試，此現象在休閒學域中尤為顯著。如此建構之量表，在重測信度、甚至基本的表面與建構效度上都可能有問題。如果量表在基礎上即有問題，後續沿用更不妥適。
- (二) 許多國內學者的生活型態研究都是直接引用歐美相關學者所發展的量表，進行翻譯及修改而成。這種「移植」的作法可能會產生三種問題。第一為未考慮跨文化的差異：適用於歐美的 AIO、VALS、VALS2 量表、或渡假 AIO 量表中的一些題項，在目前台灣的文化中可能並不合適，或容易產生解讀偏誤，而一些產生於華人文化中的題項亦少見於一般西方量表 (Tai and Tam, 1996)。第二為直接取用部分題項的做法不當：在探討生活型態對於不同消費行為的影響時，不少研究者只憑直覺抽取部分題項進行調查，卻忽略此部份題項可能使得變異量及因素結構改變。第三為許多研究不重視信度與效度問題：因為許多國內研究工具都是「移植」國外量表，直接翻譯及修改而成 (楊中芳, 1997)；「移植」之後，對於西方量表建構過程中的信度、效度資料卻不予重視，也未根據本土資料重新測試量表之信效度。

針對生活型態量表的信效度問題，譚大純等 (2000) 重新檢視 1991-1997 之 ICP (Integrated Consumer Profile) 資料庫，根據內部一致性分析，以及使用探索性因素分析重新

抽取因素結構後，從原先 ICP 生活型態量表之 132 題項中抽取由 35 個題項所組成的 12 個因素，並且以 LISREL 進行多樣本因素結構相同性檢定，結果發現新量表從 1991-1997 之因素結構無顯著差異。不過譚大純等 (2000) 並未進一步測試生活型態因素與消費行為之間是否具有顯著相關，因此在效標關聯效度與建構效度的討論上有所不足。

銜諸國內外研究，可以發現生活型態分析在消費者研究與觀光旅遊研究中都極為重要，但是國內既有生活型態研究在量表的信效度方面普遍存有一些問題，而除了鄭健雄與劉孟奇 (2001) 的探索性研究以外，國內對於渡假生活型態的研究仍然相當不足。因此，本研究針對台灣國民旅遊發展一套本土化渡假生活型態量表，透過嚴謹的信效度分析揭露此量表之結構，並藉由 LISREL 對多樣本之因素結構相同性及迴歸係數相同性進行檢定，以確立量表之穩固性。本研究結果不只可供後續研究沿用，亦可做為實務界應用之可靠測量工具。

參、研究設計與方法

本研究自 2000 年 5 月開始進行量表編訂的工作。研究者首先參考 Perreault et al. (1977)、Gladwell (1990)、與 Silverberg et al. (1996) 針對美國渡假生活型態的研究，及 Zins (1998) 針對歐洲渡假生活型態的研究，同時請教業者專家，並綜合研究者本身的實務見解，從中發展原始量表的構念及測量題項。原始量表中包括 21 個構面及 75 個 AIO 題項，經過幾次前測之後，本研究將其修改為一個包含 12 個構面、55 個題項的渡假生活型態量表[註三]。

針對修改後的原始量表，本研究於 2000 年 9-10 月間至墾丁地區以方便抽樣方式進行現場問卷調查。在探索性研究中全部共發出 384 份問卷，回收有效問卷 333 份。樣本中女性佔 51.4%，受訪者平均年齡為 33.65，平均家庭所得為 5 萬 6 千元。問卷包括三個部分，第一個部分是一組針對渡假旅遊的 AIO 題項，其題號順序以亂數編排。問卷採取六點李克特尺度 (Likert-type scales)，由受訪者表達他們對於各個 AIO 陳述題項的同意或不同意程度，問卷的第二個部分紀錄受訪者的旅遊消費行為，第三部份則紀錄受訪者的人口及社會統計特性。

本研究針對所得到的樣本進行探索性分析，並依此再次修訂量表。根據探索性因素分析 (exploratory factor analysis)，可以從 22 個題項中萃取出 7 個渡假生活型態因素，分別為：享受生活、社交功能、家庭取向、遠離日常生活、喜愛自然、追求健康、以及週末旅遊 (鄭健雄、劉孟奇，2001)。

延續前述探索性研究結果，本研究進一步就修訂後的量表，於墾丁、宜蘭、知本三地抽取樣本，以多樣本進行施測。為了檢測量表的穩固性，一個常見的作法是針對同一量表，以隨機抽樣方式抽取大樣本重複施測。但是由於國內針對渡假旅客母體的抽樣底冊難以取得，

隨機抽樣實有其困難。因此本研究採取 Schewe and Calantone (1978) 的方式，於台灣南北及東部三個具有代表性的重要渡假目的地對旅客進行抽樣調查，並且儘量於多個不同時點及多個地點進行問卷發放，以獲得代表性樣本。舉例而言，於墾丁進行調查的抽樣時間包括週五、週休二日以及非週休二日的週末，抽樣地點涵蓋墾丁國家公園內的幾個主要旅客聚集地點，包括貓鼻頭、南灣、小灣、船帆石、鵝鑾鼻，同時商請當地旅館業者協助，找出具代表性的五星級飯店、四星級飯店、青年活動中心、以及生態休閒農場各一家，分別針對其住宿旅客進行問卷調查。除此之外，訪員皆接受過一天以上的訓練課程，而對同一家庭或旅遊團體，僅調查其中一人。針對宜蘭、知本的抽樣調查也同樣遵循上述抽樣程序。

本研究調查時間為 2001 年 2-4 月之間，於知本發出 772 份問卷，回收 653 份有效問卷；於墾丁發出 797 份問卷，回收 665 份有效問卷；於宜蘭發出 593 份問卷，回收 500 份有效問卷。各個地區所得到的樣本特性如表一所示。

表 1 知本、墾丁、宜蘭樣本特性

變項	知本樣本 (N=653)		墾丁樣本 (N=665)		宜蘭樣本 (N=500)	
	平均數或比例	標準差	平均數或比例	標準差	平均數或比例	標準差
性別(女性)	50.5%	—	51.6%	—	47.4%	—
年齡	35.65	9.12	33.56	9.38	32.19	9.12
居住地(北部)	21.3%	—	31.6%	—	63.6%	—
學歷(大學以上)	34.9%	—	39.5%	—	41.2%	—
家庭月所得(萬元)	6.64	3.99	6.57	4.05	5.74	4.03
國內旅遊次數	3.42	2.42	3.77	2.67	3.88	3.27
國外旅遊次數	0.87	1.42	0.87	1.26	0.79	1.24
平常住宿費用*	3028	1561	3452	2513	2719	1186
當日住宿費用*	3701	1731	4248	1935	2747	1466

* 係指每間每宿費用(元)。

由於本研究採取方便抽樣，可能產生資料效度偏低的問題。不過就另一方面而言，由於方便抽樣較可能產生系統性的偏差，量表事實上較難在不同樣本間表現出高度的穩固性。換句話說，如果在這種不利的研究條件之下，量表仍能在因素結構以及與外在效標的關聯性上表現出高度的一致性，應可提高研究者對於量表穩固程度的信心。由於實際上大部分研究者囿於研究限制，常常難以透過隨機抽樣之大樣本對量表重複施測。因此，本研究之方法或可為許多受到類似研究限制的研究者在試圖建立量表穩固性時，提供一個具有高度可行性的方法。

肆、分析結果

一、探索性因素分析

本研究首先以折半方式，從知本樣本中抽取一個次樣本 (N=329, 女性佔 49.8%) 進行探索性因素分析。針對此次樣本，以主軸法 (principal axis factoring) 進行因素抽取，並以正角轉軸法 (Varimax with Kaiser Normalization) 轉軸後，抽取出由 15 個題項所衡量的 5 個渡假生活型態構面，包括家庭取向、遠離日常生活、週末旅遊者、享受生活、以及社交聯誼，可解釋的總變異量為 60.8%。表二當中為轉軸後的因素負荷矩陣，其中係數可視為是各個題項與因素構面之間的相關係數。

一個有效的因素分析必須符合下列條件：樣本數至少在 100 以上；樣本數與變項的比例至少在 2:1 以上；能夠透過適當的轉軸程序將適當數目的因素轉成簡單結構 (simple structure) 等條件 (Kline, 1994, p. 174)。可以發現，表二當中的因素負荷矩陣基本上符合簡單結構的要求；其中每一個因素只跟 3 個題項有高度相關(大於 0.4，而大部分相關係數都在邊際上達到 0.6 以上)，而與其他題項的相關係數皆低於 0.3；同時，每一個題項也只與一個因素高度相關。除此之外，個別因素會與哪些 AIO 題項產生高度相關也與研究者的預期相符。這些都指出探索性因素分析的結果相當成功。

表 2 探索性因素分析之因素負荷量矩陣(知本次樣本，N=329)

題項	因素				
	家庭取向	遠離日常生活	週末旅遊	享受生活	社交聯誼
X1	0.855	0.015	0.131	0.004	0.020
X2	0.594	0.093	0.055	0.083	0.027
X3	0.573	0.228	0.126	0.031	0.214
X4	0.127	0.660	0.072	0.118	0.023
X5	0.057	0.628	0.053	0.046	0.031
X6	0.051	0.517	0.095	0.186	0.189
X7	0.156	0.034	0.741	0.077	0.029
X8	0.025	0.095	0.633	-0.033	0.238
X9	0.115	0.125	0.417	-0.011	0.261
X10	0.107	0.140	0.046	0.758	-0.080
X11	-0.030	0.058	-0.017	0.478	0.005
X12	0.050	0.231	0.014	0.473	0.097
X13	0.150	0.062	0.223	-0.162	0.603
X14	0.263	-0.028	0.157	0.021	0.529
X15	0.052	0.200	0.088	0.156	0.447
解釋變異量(%)	22.63	12.95	9.42	8.48	7.38
特徵值	3.39	1.94	1.41	1.27	1.11

說明：1. 以主軸法抽取因素，以正角轉軸法進行轉軸。

在這 5 個構面中不包括原先量表裡面喜愛自然與追求健康兩個構面，對宜蘭樣本與墾丁樣本進行探索性因素分析的結果也顯示出這兩個構面無法被穩定地萃取出來，因此在後續研究中將這兩個構面剔除。本研究以表二當中的 15 個題項、5 個渡假生活型態構面為最終量表[註四]，並以此進行進一步的信效度分析。在內部一致性方面，在三個樣本當中，各個渡假生活型態因素的 Cronbach's α 值都達到 0.5 以上，如表三所示，這顯現出由這 15 個 AIO 題項所構成的渡假生活型態量表具有不錯的內部一致性[註五]。

表 3 最終渡假生活型態量表之構面與相關測量題項

因素命名	題項	測量 AIO 問項(部分題項)	Cronbach's α		
			知本樣本	墾丁樣本	宜蘭樣本
家庭取向	X1	***	0.687	0.759	0.681
	X2	我的家庭收藏許多全家一同出外渡假旅遊的照片			
	X3	我度假的重要目的是為了增進家人之間的感情			
遠離日常生活	X4	我認為最好的渡假地點就是一個能夠遠離塵囂的地方	0.642	0.551	0.623
	X5	我度假是為了能夠遠離平常所處的生活環境			
	X6	***			
週末旅遊者	X7	我的渡假次數在政府實施週休二日後增加不少	0.662	0.600	0.661
	X8	我喜歡利用週休二日出外渡假旅遊			
	X9	***			
享受生活	X10	***	0.591	0.661	0.545
	X11	如果在當地找不到很高級的飯店，我就不去那裡渡假			
	X12	對我而言，在度假時有美食佳餚是很重要的			
社交聯誼	X13	我喜歡參加公司旅遊或自強活動	0.539	0.557	0.555
	X14	***			
	X15	我度假的重要目的在於聯絡同事或朋友之間的感情			

說明：***為保留未公開題項；對完整渡假生活型態量表有興趣的讀者請向作者索取。

比較本研究所得出的本土渡假生活型態量表與國外的渡假生活型態量表，可以發現兩者有共同性，也有明顯的不同之處。就共同性而言，本研究所得到的享受生活構面與美國相關研究 (Perreault et al., 1977; Gladwell, 1990) 中的 First Class Traveler 或 Cosmopolitan Traveler 相近，而週末旅遊者與遠離日常生活兩個構面也在國外量表中有近似構面。

無論如何，雖然部分題項可自國外量表翻譯得來，但是要如何將其表達成本地受訪者能夠清楚掌握與易於接受之語意，仍然必須在前測到探索性分析此一過程中予以相當程度的修正。此外，部分題項乃是基於本土旅遊市場特性，自行發展得出。例如在歐美量表中之 First Class Traveler 與 Cosmopolitan Traveler 中並不特別強調以飲食界定旅遊品質。但是據本研究之觀察，近幾年來台灣旅遊流行文化似乎明顯受到日本旅遊文化影響，因此不管在電視節目

與報章雜誌的旅遊報導中皆強調在追求享受的高格調旅遊過程中必須包括享用美食佳餚的經驗，這一點在旅遊展當中也表現得相當明顯。因此在本研究之中，「對我而言，在度假時有美食佳餚是很重要的」(X12) 即為針對本地旅遊文化中此一特性所設計之 AIO 題項。

家庭取向此一構面在美國量表中有 Familial Traveler 之類似構面 (Perreault et al., 1977; Gladwell, 1990)，在歐洲量表中有 Child Orientation 之類似構面 (Zins, 1998)，而這個構面的重要性也普遍獲得國內旅遊業者專家的認同，但是國外量表所使用的 AIO 題項卻難以通過本研究的前測與探索性測試。因此，在此一構面所使用的 AIO 題項皆為本研究自行發展所得，例如「我的家庭收藏許多全家一同出外渡假旅遊的照片」(X2) 此一題項，即是根據本地家庭旅遊者非常重視拍攝家庭團體照的特性而設計得出。

就不同點而言，社交聯誼是本土渡假生活型態量表中非常獨特的構面，在美國量表中雖有 Functional Gregariousness、Vacation Gregariousness、與 Socializing 等名稱相似的構面 (Perreault et al., 1977; Gladwell, 1990; Silverberg, 1996)，但是其題項所反映的卻是在渡假中與不特定團體出遊並發展新關係[註六]。相對的，本土旅遊業者及專家都熟知以公司、社團、或社區之「自強活動」為名集體出遊的「團客」，是台灣國民旅遊市場中非常獨特且重要的顧客類型。換句話說，本研究中的社交聯誼構面指的是與熟識的公司同事、社團朋友、社區鄰居共同出遊，其特性在於「強化已經相當熟稔的人際關係」，而例如「我度假的重要目的在於聯絡同事或朋友之間的感情」(X15) 此一 AIO 題項即反映出此一本土旅遊文化特點，這也與西方類似名稱構面中「尋求新人際關係」的特性形成強烈對比。

這些結果顯現出不少學者直接自國外既有量表題庫中抽取部分題項進行調查，未考慮跨社會文化差異的作法的確值得商榷。從另一方面來說，不具備足夠本土化意涵的量表，恐怕亦難以在實證測試中表現出高度穩固性。

二、驗證性因素分析與因素結構相同性檢定

針對最終量表，本研究分別就知本、墾丁、與宜蘭三個樣本，以 LISREL 進行驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis)，以檢證量表之因素效度。驗證性因素分析之理論模型如圖一所示。



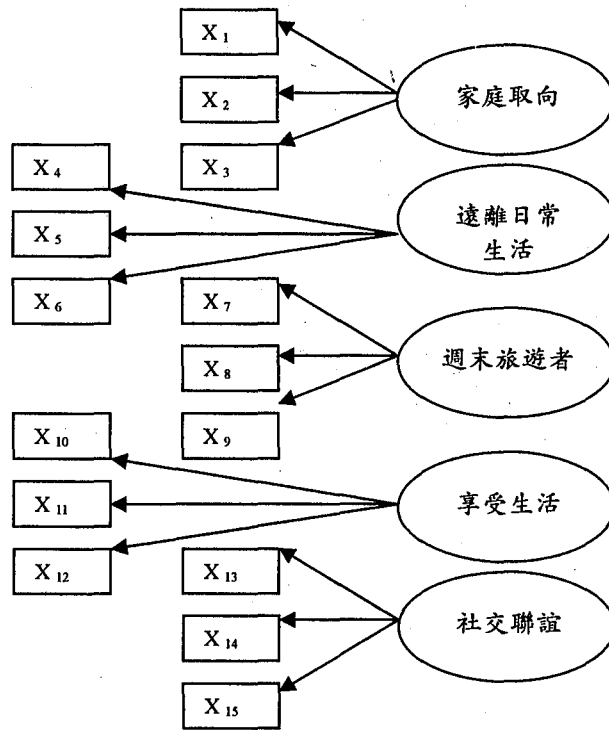


圖 1 渡假生活型態驗證性因素分析模型

此外，為了進一步檢證各因素與相關測量變項之間的關係是否穩定，本研究以 LISREL 檢定在三個樣本之中的因素結構是否具有相同性。在進行多樣本因素結構相同性檢定時，本研究假設在三個樣本當中因素與測量變項之間的關係皆如圖一所示，同時假設三個樣本的因素負荷量、因素之間的相關係數、及誤差變異皆相等。

在進行驗證性因素分析與多樣本因素結構相同性檢定時，本研究以最大概似法 (maximum likelihood method, ML) 進行參數推估。由於資料與多變量常態性 (multivariate normality) 的假設有所差距，因此在估計時同時使用共變異矩陣 (covariance matrix) 與漸近共變異矩陣 (asymptotic covariance matrix)，以校正非常態性對於卡方值與係數標準誤的影響 [註七]。估計結果如表 4 所示。

在模型配適度上面，本研究分別考慮 GFI (goodness of fit index)、AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)、RMR (root mean square residual)、RMSEA (root mean square error of approximation)、以及 CFI (comparative fit index) 等指標。其中 GFI、AGFI、與 CFI 值介於 0 與 1 之間，當愈接近 1 時，代表模式與實際資料型態之配適度愈佳。一般而言，0.9 以上為



可接受水準 (Bentler & Bonett, 1980)。RMR 值愈接近 0 時，表示模式配適度愈佳，一般而言，可接受水準在 0.05 左右。RMSEA 值愈接近 0 時，表示模式配適度愈佳。根據 Steiger (1990) 的建議，RMSEA 值在 0.1 以下代表整體模型與觀察值配適度良好 (good)，在 0.05 以下代表配適度相當良好 (very good)，在 0.01 以下代表配適度極為良好 (outstanding good)。

表 4 渡假生活型態驗證性因素分析與因素結構相同性檢定結果

因素	題項	因素負荷量			
		知本 樣本	墾丁 樣本	宜蘭 樣本	假設三個樣本 因素結構相同
家庭取向	X ₁	0.77	0.78	0.73	0.77
	X ₂	0.68	0.67	0.60	0.65
	X ₃	0.67	0.78	0.72	0.73
遠離日常生活	X ₄	0.72	0.62	0.62	0.65
	X ₅	0.69	0.69	0.78	0.71
	X ₆	0.65	0.59	0.61	0.62
週末旅遊者	X ₇	0.69	0.64	0.69	0.67
	X ₈	0.73	0.71	0.79	0.74
	X ₉	0.58	0.51	0.50	0.53
享受生活	X ₁₀	0.77	0.71	0.65	0.71
	X ₁₁	0.49	0.66	0.48	0.55
	X ₁₂	0.53	0.60	0.52	0.56
社交聯誼	X ₁₃	0.67	0.64	0.68	0.67
	X ₁₄	0.55	0.55	0.59	0.55
	X ₁₅	0.43	0.53	0.43	0.46
配適度指標					
GFI		0.94	0.95	0.92	0.91
AGFI		0.91	0.92	0.88	--
CFI		0.89	0.91	0.85	0.88
RMR		0.054	0.048	0.058	0.065
RMSEA		0.047	0.042	0.060	0.041

說明：1. 所有因素負荷量皆在 1% 水準以下顯著。

2. 在測試因素結構相同性時，假設因素負荷量、因素相關、及誤差變異皆相等。

從表 4 中可以發現，就各個樣本的驗證性因素分析而言，模型配適度指標都達到可接受水準，其中 GFI、AGFI、與 CFI 在三個樣本當中的邊際值皆達到 0.9，RMR 皆在 0.05 上下，而 RMSEA 都在 0.06 以下。在三個樣本當中的因素負荷量都極為相近，顯示出本量表不但具有不錯的因素效度，而且因素與相關測量變項之間的關係相當穩定。

以 LISREL 進行多樣本因素結構相同性檢定的結果進一步確認最終量表的因素結構具有很高的穩定性。從表四最右方一欄可以發現，如果在因素結構相同的假設下，以 LISREL 進行驗證性因素分析，則所有的因素負荷量都在邊際上達到 0.5 以上，其中有三分之二以上的題項達到 0.6 以上，並且都在 0.001 顯著水準下達到顯著，整體模型配適度指標分別為 GFI =

0.91、RMR = 0.065、RMSEA = 0.041。這個結果表示「在三個樣本當中進行驗證性因素分析，可得到相同的因素結構」的假設是可以接受的，意即本量表之因素結構具有極高之穩定性。

三、迴歸分析與迴歸係數相同性檢定

根據前面兩個小節的分析，可以確認在最終渡假生活型態量表中的 15 個 AIO 題項會如同本研究所預期的集結成 5 個因素，各個題項在所要測量的構面上都有相當高的因素負荷量，同時在三個不同樣本中的因素結構基本上相同，這些驗證性因素分析與多樣本因素結構相同性檢定的結果證明了本量表不但具有高因素效度，而且因素結構相當穩定。

無論如何，僅僅證明某些題項之間有高度相關、或這些題項在某一個因素上有高負荷量，並不足以證明這些渡假生活型態因素就是能夠解釋或預測旅遊消費行為的有效變項。Kline (1994, p. 175) 即指出，雖然研究者可以根據個別因素在哪些題項上有高負荷量來賦予因素意義，以及為其命名，但是到底研究者對於這些因素的詮釋是否適當，這仍然必須視某些外在效標 (external criterion) 而定，特別是這些因素能不能如同研究者所預期的與其它觀察變項產生明顯相關，可以做為檢驗這些因素是否具備建構效度的依據。

舉例而言，研究者可以預期如果一個遊客在「享受生活」此一因素有很高的得分，那麼他就應該在高品質的旅館、餐飲、或旅遊產品上面有很高的消費支出。如果實證結果發現這種遊客中的大部分人在有高級旅館可供選擇的情形下反而會投宿平價旅館，那麼這個渡假生活型態因素的建構效度就有問題。同樣地，可以預期在「週末旅遊者」此一因素得分高的遊客，他的全年國內渡假次數應該明顯比其他遊客多，如果發現這種遊客的國內渡假次數明顯低於在此因素上得分低者，則此一因素在建構效度就有所不足。

根據業者及專家的觀察，旅遊市場中的團客有消費力較低的傾向，因此可以預期「社交聯誼」此一因素的得分應與平均住宿費用有明顯的負相關。在「家庭取向」此一因素上得分高的旅客應該以全家出遊為主，因此其平均住宿費用應該明顯高於在此一因素上得分低的旅客。

為檢視這些因素能否有效解釋遊客的旅遊消費行為，本研究首先以迴歸分析估計渡假生活型態構面與旅遊消費行為的關聯性，並且進一步比較從三個樣本中所得出的迴歸係數是否一致，以檢證渡假生活型態構面與旅遊消費行為之間的相關性是否穩定。

為了進行迴歸分析，本研究首先針對知本、墾丁、宜蘭樣本分別以主軸法進行因素抽取，以正角轉軸法轉軸，接著再以 Anderson-Rubin 法計算各個受訪者在不同渡假生活型態構面上的因素得分，並以此進行迴歸分析。在迴歸模型中的被解釋變項分別為下列四個變項的標準化得分：國內旅遊次數(過去一年內)、國外旅遊次數(過去一年內)、平常住宿費用(指平常國內旅遊時每間每宿多少元)、當日住宿費用(指當次或受訪當日旅遊時每間每宿多少元)，各被解釋變項的平均數及標準差如表一所示。解釋變項則為在各個渡假生活型態構面上的標準化

因素得分。

表 5 旅遊次數對渡假生活型態構面之迴歸分析結果

渡假生活 型態構面	國內旅遊次數				國外旅遊次數					
	知本 (N=635)	墾丁 (N=657)	宜蘭 (N=491)	假設三個樣本 迴歸係數相同	知本 (N=633)	墾丁 (N=657)	宜蘭 (N=491)	假設三個樣本 迴歸係數相同		
家庭取向	0.157 (3.847) ^a	0.122 (3.208) ^a	0.108 (3.081) ^a	0.132 (3.483) ^a	0.080 (2.486) ^b	0.072 (1.979) ^b	0.085 (2.236) ^b	0.081 (2.213) ^b		
遠離日常生活	-0.043 (-1.047)	0.019 (0.482)	0.042 (1.272)	0.002 (0.066)	-0.033 (-0.863)	0.001 (0.017)	0.004 (0.087)	-0.012 (-0.302)		
週末旅遊者	0.138 (3.344) ^a	0.117 (2.642) ^a	0.101 (2.952) ^a	0.120 (3.770) ^a	0.027 (0.812)	-0.080 (-1.866) ^c	-0.011 (-0.202)	-0.024 (-0.743)		
享受生活	0.010 (0.255)	0.061 (1.517)	0.085 (1.802) ^c	0.049 (1.529)	0.181 (5.273) ^a	0.200 (5.564) ^a	0.090 (1.925) ^c	0.163 (5.444) ^a		
社交聯誼	0.023 (0.546)	-0.003 (-0.073)	0.060 (1.665) ^c	0.024 (0.751)	-0.042 (-0.954)	-0.010 (-0.263)	0.072 (1.245)	-0.001 (-0.031)		
R ²	0.050	0.038	0.048	知本 墾丁 宜蘭	0.041 0.040 0.043	0.042	0.051	0.022	知本 墾丁 宜蘭	0.035 0.034 0.032
配適度指標										
GFI	--	--	--	0.998	--	--	--	0.996		
CFI	--	--	--	1.000	--	--	--	1.000		
RMR	--	--	--	0.014	--	--	--	0.024		
RMSEA	--	--	--	0.000	--	--	--	0.000		

說明：1. 括弧內為 t 值，上標 a、b 和 c 分別代表於 1%、5% 及 10% 顯著水準下顯著。

2. 迴歸係數為標準化係數。

本研究先分別就三個樣本進行迴歸分析，再進行多樣本之迴歸係數相同性檢定。在進行迴歸分析與多樣本迴歸係數相同性檢定時，本研究以最大概似法進行參數推估，並且在估計時同時使用共變異矩陣與漸近共變異矩陣，以校正資料不符合多變量常態性對於卡方值與係數標準誤的影響。所得結果如表 5 與表 6 所示，其中的迴歸係數為標準化係數。

表 6 渡假住宿費用對渡假生活型態構面之迴歸分析結果

渡假生活 型態構面	平常住宿費用				當日住宿費用			
	知本 (N=631)	墾丁 (N=648)	宜蘭 (N=488)	假設三個樣本 迴歸係數相同	知本 (N=559)	墾丁 (N=569)	宜蘭 (N=473)	假設三個樣本 迴歸係數相同
家庭取向	0.120 (3.626) ^a	0.081 (2.555) ^b	0.211 (4.995) ^a	0.133 (3.538) ^a	0.119 (2.924) ^a	0.130 (3.364) ^a	0.099 (2.110) ^b	0.120 (2.996) ^a
遠離日常生活	0.026 (0.883)	-0.037 (-0.899)	0.004 (0.118)	-0.002 (-0.043)	0.011 (0.276)	-0.059 (-1.514)	0.002 (0.036)	-0.018 (-0.491)
週末旅遊者	-0.035 (-0.755)	0.020 (0.635)	-0.050 (-1.120)	-0.022 (-0.688)	-0.053 (-1.186)	-0.008 (-0.182)	-0.054 (-1.243)	-0.038 (-1.153)
享受生活	0.332 (7.788) ^a	0.217 (8.260) ^a	0.310 (7.357) ^a	0.286 (9.439) ^a	0.154 (3.222) ^a	0.253 (6.124) ^a	0.234 (5.688) ^a	0.214 (6.540) ^a
社交聯誼	-0.075 (-2.101) ^b	-0.121 (-3.459) ^a	0.015 (0.353)	-0.063 (-2.058) ^b	-0.082 (-2.021) ^b	-0.027 (-0.723)	0.042 (0.913)	-0.024 (-0.751)
R ²	0.134	0.069	0.144	知本 0.101 墾丁 0.107 宜蘭 0.105	0.050	0.087	0.068	知本 0.062 墾丁 0.066 宜蘭 0.060
配適度指標								
GFI	--	--	--	0.994	--	--	--	0.998
CFI	--	--	--	0.972	--	--	--	1.000
RMR	--	--	--	0.029	--	--	--	0.015
RMSEA	--	--	--	0.000	--	--	--	0.000

說明：1. 括弧內為 t 值，上標 a、b 和 c 分別代表於 1%、5% 及 10% 顯著水準下顯著。

2. 迴歸係數為標準化係數。

由表 5 及表 6 可見，就四個迴歸模型而言，在三個樣本中所估出的標準化迴歸係數都極為接近。針對四個迴歸模型以 LISREL 進行多樣本迴歸係數相同性檢定的結果顯現出極佳的整體模型配適度，這表示可以接受「在三個樣本當中迴歸係數相同」的假定，也意味著在不同樣本之中，渡假生活型態構面與四個被解釋變項之間的關係都極為穩定。

根據表 5，一如預期，在三個樣本當中，週末旅遊者此一渡假生活型態構面都對於國內旅遊次數有明顯的正向影響，在三個樣本迴歸係數相同的假設下，其標準化迴歸係數為 0.120。同時正如旅遊業界對於團客消費力較低的預期，社交聯誼此一渡假生活型態構面與平常住宿費用之間有明顯的負相關，在三個樣本迴歸係數相同的假設下，其標準化迴歸係數

為-0.063。

從表 6 中可見，如同預期，在三個樣本當中，享受生活此一渡假生活型態構面都與平常住宿費用及當日住宿費用有明顯正相關。在三個樣本迴歸係數相同的假設下，享受生活此一構面對平常住宿費用與當日住宿費用之標準化迴歸係數分別為 0.286 及 0.214。以家庭旅遊為主的旅客理應有明顯較高的平常住宿費用與當日住宿費用，這一點在三個樣本的迴歸分析中都得到確認。在三個樣本迴歸係數相同的假設下，家庭取向此一構面對平常住宿費用與當日住宿費用之標準化迴歸係數分別為 0.133 及 0.120。因此，迴歸分析結果支持享受生活、家庭取向、週末旅遊者、社交聯誼等四個構面的建構效度，也支持因素命名的妥適性。

就效標關聯效度而言，在五個渡假生活型態構面中，只有遠離日常生活對四個被解釋變項都沒有表現出明顯的預測能力。在三個樣本當中，家庭取向此一構面與國內旅遊次數都有明顯正相關，在三個樣本迴歸係數相同的假設下，其標準化迴歸係數為 0.132。享受生活與國內旅遊次數之間也表現出正相關，但是顯著性有所不足。有趣的是，雖然本量表針對國民旅遊設計，但是享受生活與家庭取向兩個構面與國外旅遊次數都有明顯的正相關，在三個樣本迴歸係數相同的假設下，其標準化迴歸係數分別為 0.081 及 0.163。這些結果顯現出本量表有相當高的預測能力與應用價值[註 8]。

四、以 LISREL 檢證建構效度

在前一節的分析當中，本研究先以因素分析法抽取因素、計算因素分數，再進行迴歸分析，但是這個分析方法有幾個缺點。首先，這個做法將計算潛在變項分數與估計變項之間迴歸關係分成兩個步驟進行，但是在第一個步驟之中，從觀察變項轉換到潛在變項時即會喪失部分資訊，可能造成後續迴歸分析的估計有所偏差。其次，在計算因素分數時所根據的是探索性因素分析而非驗證性因素分析，較不嚴謹。此外，在衡量住宿費用水準時實應同時考慮平常住宿費用與當日住宿費用這兩個高度相關的變項，並將其簡化為一個變項。

因此，本研究在這一小節當中設立結構方程模式，分析渡假生活型態構面與國民旅遊消費行為之關係。由於在相關研究中，渡假生活型態可做為結構模型中的中介變項，例如 Zins (1998) 即以渡假生活型態做為消費者價值觀與旅館選擇之中介變項，因此本節之分析結果亦可提供後續此類研究之參考。

本研究以「平常住宿費用」與「當日住宿費用」之標準化分數衡量潛在變項「旅遊住宿水準」，以「國內旅遊次數」之標準化分數衡量潛在變項「國內旅遊頻率」。根據上一小節之分析，與表五中的結果，本研究假設國內旅遊頻率此一變項會受到享受生活、家庭取向、與週末旅遊者等渡假生活型態構面的影響，旅遊住宿水準則會受到享受生活、家庭取向、與社交聯誼等渡假生活型態構面的影響。

針對上面的模型設定，本研究分別針對三個樣本，以 LISREL 進行結構方程模式分析，

參數推估採最大概似法，並且在估計時同時使用共變異矩陣與漸近共變異矩陣，以校正資料不符合多變量常態性對於卡方值與係數標準誤的影響。結構方程模型之設定以及對宜蘭樣本之估計結果如圖二所示。

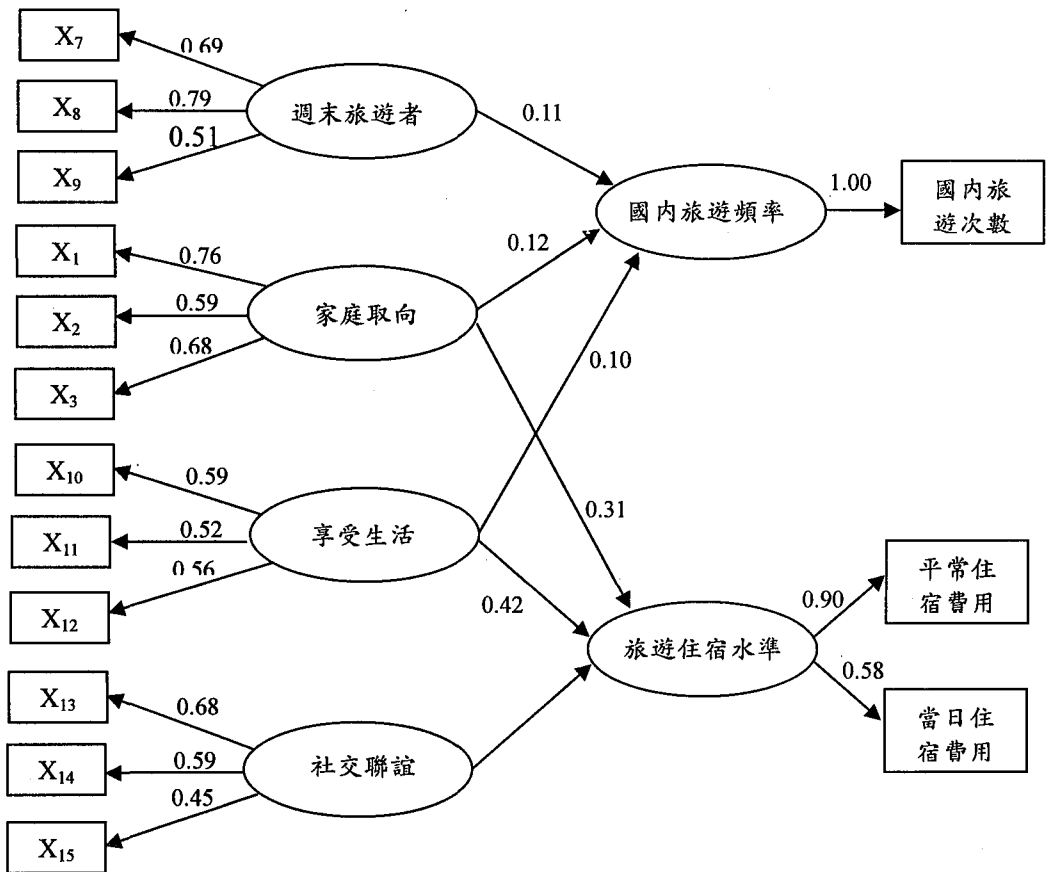


圖 2 渡假生活型態對旅遊消費行為結構方程模式分析(宜蘭樣本)

結構方程模型包括測量模型 (measurement model) 與結構模型 (structural model) 兩個部分。在測量模型方面，其估計結果與表 4 雷同，而對於結構方程式之估計結果如表 7 所示，模型配適度指標則如表 8 所示。

從表 7 可以發現，在三個樣本中所得到的結構模型估計結果相當接近，特別是旅遊住宿水準與渡假生活型態構面之關係極為穩定。由表 8 可以發現，三個樣本之結構方程模式分析皆顯現出不錯的整體模型配適度。一如預期，享受生活與家庭取向這兩個構面與旅遊住宿水準有明顯的正相關，而社交聯誼則與旅遊住宿水準有明顯的負相關。在三個樣本中，週末渡假者都與國內旅遊頻率有明顯的正相關。家庭取向與國內旅遊頻率有正相關，不過在墾丁樣



本中較不顯著。享受生活也與國內旅遊頻率有正相關，不過在知本樣本中較不顯著。綜合以上分析，可以發現結構方程模式分析的結果支持享受生活、家庭取向、週末旅遊者、與社交聯誼等構面的建構效度，也肯定這些因素命名的妥適性。

表 7 結構方程式之係數估計結果

渡假生活 型態構面	國內旅遊頻率			旅遊住宿水準		
	知本	墾丁	宜蘭	知本	墾丁	宜蘭
週末旅遊者	0.16 ^a	0.14 ^b	0.11 ^c	--	--	--
家庭取向	0.12 ^b	0.08	0.12 ^b	0.18 ^a	0.28 ^a	0.31 ^a
享受生活	0.03	0.10 ^c	0.10 ^c	0.40 ^a	0.46 ^a	0.42 ^a
社交聯誼	--	--	--	-0.17 ^b	-0.27 ^a	-0.18 ^b

說明：1.上標 a、b 和 c 分別代表於 1%、5% 及 10% 顯著水準下顯著。

2.知本樣本 N=557，墾丁樣本 N=559，宜蘭樣本 N=473。

表 8 模型配適度指標

配適度指標	知本樣本	墾丁樣本	宜蘭樣本
GFI	0.94	0.94	0.95
AGFI	0.91	0.91	0.92
CFI	0.89	0.88	0.92
RMR	0.050	0.047	0.047
RMSEA	0.057	0.050	0.051

伍、結論與建議

一、研究結論與討論

本研究建構「台灣本土化渡假生活型態量表」，其中包含由 15 個 AIO 題項所測量的 5 個因素構面，分別為家庭取向、週末旅遊者、遠離日常生活、享受生活、與社交聯誼。本研究於墾丁、知本、與宜蘭三個重要旅遊目的地分別抽取旅客樣本，測試量表之信效度，結果顯示：

- (一) 在三個不同樣本當中，各個渡假生活型態構面的 Cronbach's α 值都達到 0.5 以上，顯示本量表具有可以接受的內部一致性。
- (二) 在三個不同樣本當中，以 15 個題項對 5 個渡假生活型態構面建立測量模型，再以 LISREL

進行驗證性因素分析的結果都顯示出良好的因素效度。

- (三) 以 LISREL 測試「在三個不同樣本中的因素結構相同」此一假設，結果證明此一假設為資料所支持，也顯示出此量表之因素結構極為穩定。
- (四) 以迴歸分析檢證渡假生活型態構面與旅遊消費行為之間的關係，結果發現在三個樣本中的結果極為一致。享受生活此一渡假生活型態構面與國外旅遊次數、平常住宿費用、當日住宿費用都有顯著且強烈的正相關。家庭取向此一渡假生活型態構面與國內旅遊次數與國外旅遊次數有明顯正相關，同時對於平常住宿費用與當日住宿費用有顯著且強烈的正向影響。週末旅遊者此一渡假生活型態構面對於國內旅遊次數有明顯的正向影響。社交聯誼此一渡假生活型態構面與平常住宿費用有明顯的負相關。這些結果顯現出享受生活、家庭取向、週末旅遊者、與社交聯誼等構面都有相當不錯的建構效度與預測能力。遠離日常生活此一構面與旅遊次數與住宿費用的關聯性較為薄弱。
- (五) 以 LISREL 測試「在三個不同樣本中，以渡假生活型態構面對旅遊消費行為進行迴歸，所得到的迴歸係數相同」的假設，結果強烈支持此一假設。這意味著渡假生活型態構面與旅遊消費行為之間的關聯性極為穩定。
- (六) 設立結構方程模型，以 LISREL 測試渡假生活型態構面與國內旅遊頻率和旅遊住宿水準之間的結構關係，結果發現在三個樣本中的模型整體配適度都相當良好，而且結構模型估計結果極為相近。在結構關係方面，在三個樣本中，週末旅遊者都對於國內旅遊頻率有明顯的正向影響，享受生活與家庭取向對於旅遊住宿水準有明顯正向影響，社交聯誼則對於旅遊住宿水準有明顯的負向影響。此一結果肯定量表的建構效度與預測能力，也支持因素命名的妥適性。

藉由對三個不同樣本進行嚴謹的信效度分析，本研究建立之最終渡假生活型態量表的穩固性受到實證分析的強烈支持。根據本研究，從原始量表的 55 個題項形成的 12 個構面中，只有 15 個題項（約 27.3%）集結而成的 5 個構面能夠通過內部一致性、驗證性因素分析、以及多樣本因素結構相同性檢定。這個結果可以與譚大純等（2000）發現 ICP 資料庫當中的 132 題項僅 35 題（約 26.5%）所形成的 12 因素可通過信效度檢定的結果相比較。除此之外，在墾丁探索性研究（鄭健雄、劉孟奇，2001）中所得出的 7 個構面中有 2 個無法通過其後以另外三個樣本進行的穩定性測試，這隱含著許多只使用單一樣本的類似研究，實有必要再以其他樣本檢視量表的穩固程度。

從構念的測量題項必須為多題項 (multi-item) 的角度來看，本研究僅有 5 個因素，而每個因素由三題所組成，可能在構念的周延性上較為不足。不過根據研究者與業者專家討論的結果，皆同意本量表已捕捉到國民旅遊中的重要心理構面。而在題項數方面，在絕大部分的生活型態研究中，因素對題項之比例大致皆為 3:1。因此就這一點而言，本研究與其他相關

研究相當一致。從實用上來說，可供業者使用之量表不宜過長，例如歐洲觀光組織使用之渡假生活型態量表即僅有 8 個構面、23 個題項。就研究限制而言，由於如 LISREL 之類的結構方程模式分析中變項不宜過多，通常以 20 個左右為宜，意即約有 5-6 個構念，每個構念由 3-4 個指標測量 (Reisinger and Turner, 1999)，因此本研究之構念數及題項數與所使用之研究分析工具較為相符，同時研究結果亦可提供其他使用結構方程模式分析之渡假生活型態相關研究作為有用參考。

二、研究限制與後續研究方向

本研究所建立的量表，雖經信度與效度分析，以及通過三個樣本進行的穩定性測試，顯現出本量表對於消費者旅遊消費行為具有相當良好的解釋能力，基本上，實證分析支持本研究建立之渡假生活型態量表具有良好之信效度與穩固性。但基於本研究的範圍與研究對象，本研究結果的可推論性可能有以下的限制存在。首先，在內部一致性檢定方面，在三個樣本當中，各個渡假生活型態因素的 Cronbach's α 值都達到 0.5 以上，雖然依據 Nunnally (1967) 指出，在心理計量學 (psychometric) 中 Cronbach's α 值在 0.5 至 0.6 的信度已經足夠，無可否認，本量表的 Cronbach's α 值與一般量表的 Cronbach's α 值比較，稍嫌偏低。

其次，本量表雖通過內部一致性、驗證性因素分析、以及多樣本因素結構相同性等檢定，但對部分被解釋變項的 R^2 偏低，究其原因，可能係政府實施週休二日後，國人旅遊習慣相似且明顯集中週末假日，加上旅遊頻率偏低 (表 1)，以致於在旅遊頻率上的解釋能力稍嫌不足，後續研究可繼續進行推論性較強的全台隨機抽樣調查研究，或針對本研究建構的 5 項因素構面再增多概念相關之題項，同時以此為基礎再擴展量表中之構念，以提高量表的周延性與解釋力。無論如何，本量表已具有相當的概化 (generalization) 能力，可提供後續相關研究做為預測國人渡假旅遊消費行為的重要解釋變項，並做為後續進行跨族群、跨地區、跨時期、以及跨文化的渡假生活型態與旅遊消費行為系列研究之可靠基礎。除此之外，本研究運用 LISREL 對多樣本之因素結構相同性與迴歸關係相同性進行分析，以測試量表信效度及穩定性的做法，也可作為相關研究之有用參考。



註釋

- [註一] 不同學者對於建構效度的定義有些差異。本研究採取 Bollen (1989) 的定義：建構效度評估一個關於構念的測量是否能夠與其他觀察變項產生相關，同時其相關性與從理論衍生之預測相符。以 Bollen (1989, p. 189) 的例子說明：假設我們針對一群國家發展了一個關於「反政府恐怖主義」此一構念的測量，同時理論假說認為這種形式的恐怖主義在民主國家中最高為嚴重。如果我們要測試恐怖主義測量的建構效度，就可以檢查它與政治民主程度的測量之間是否為正相關。如果兩者之間為顯著正相關，這就為建構效度提供了有利的證據。有些學者同時也以因素效度、聚斂效度 (convergent validity)、區別效度 (discriminant validity) 來探討建構效度。雖然以上效度概念都與建構效度密切相關，本研究遵循 Bollen (1989) 的分類，將建構效度與其他三種效度觀念區分開來。而由於目前國內缺乏可資比較的渡假生活型態量表，因此在本研究中不討論聚斂效度與區別效度。此外，本研究也運用效標關聯效度的概念。根據 DeVellis (1991, p. 47)，效標關聯效度與建構效度的區別在於雖然前者與後者都意指測量與其他觀察變項之間具有顯著相關，不過在前者之中的相關性缺乏理論基礎。
- [註二] 因素效度意指因素分析的解與事先預期的測量題項群聚方式一致。參見 DeVellis (1991, p. 107)。
- [註三] 這 12 個構面分別為追求新鮮、追求寧靜、遠離日常生活、慕名而至、家庭取向、喜愛自然、喜愛戶外遊憩、追求高級享受、社交功能、尋求知性體驗、追求健康、週末旅遊者。
- [註四] 本研究如何由原先 55 題形成的 12 個構面，精簡成以 22 題所構成的 7 個構面，最後選出由 15 個題項、5 個構面所組成的最終量表，這整個建構過程請參閱鄭健雄、劉孟奇(2001)。
- [註五] Nunnally (1967) 指出，在心理計量學 (psychometric) 中 Cronbach's α 值在 0.5 至 0.6 的信度已經足夠，而為了使 α 值超過 0.8 以上所做的努力，經常是多餘的。
- [註六] 這樣的題項例如“The most important part of my vacation is meeting new people” (Perreault et al., 1977; Gladwell, 1990) 或 “Most important is meeting new people” (Silverberg, 1996)。
- [註七] 參見 Scientific Software International: “Standard Errors and Chi-Squares in LISREL” (2002)。本研究也另外僅以共變異矩陣 (假設資料符合常態性) 進行估計，所得係數與假設非常態性所得結果相同，兩種估計方法只在配適度指標、標準誤與 t 值上面

有微小差異。

[註八] 鄭健雄與劉孟奇 (2001) 發現，如果只以人口統計變項（包括性別、年齡、所得、教育程度、居住地、職業、家庭生命週期）解釋遊客全年國內渡假次數與全年渡假住宿費用，只能分別解釋 3.8%與 9.8%的變異量，在迴歸模型中加入渡假生活型態變項後，則可以解釋的變異量分別提高到 8.2%與 16.8%，顯現出與傳統人口統計變項相較之下，渡假生活型態變項能夠大幅提高我們解釋渡假消費行為的能力。



參考文獻

1. 李芝靜、余若芸，1997。臺北市遊覽區遊客生活型態、遊覽原因及遊後態度之研究，*銘傳學刊*，第8期：41-64。
2. 別蓮蒂，2000。*生活型態白皮書*，台北：商周出版。
3. 吳萬益、陳淑惠，1995。大學生個人特質、生活型態、休閒偏好及消費行為之關係研究，*中山管理評論*，第3期：30-54。
4. 陳彰儀，1985。臺北市已婚職業婦女之休閒興趣參與情形與生活型態，*教育與心理研究*，第8期：191-210。
5. 楊中芳總校訂(楊宜音、張志學等譯)，1997。*性格與社會心理測量總覽*(Robinson, Shaver and Wrightsman 主編)，台北：遠流出版社。
6. 鄭健雄、劉孟奇，2001。國人渡假生活型態量表建構之初探—以墾丁國家公園遊客為例，*戶外遊憩研究*，第14卷第3期：57-80。
7. 譚大純、陳正男、賴孟寬，2000。生活型態量表之適合度檢驗、因素重組與趨勢比較：以ICP生活型態量表為例，*調查研究*，第8期：79-102。
8. Assael, H., 1992. *Consumer Behavior and Marketing Actions*, 4th ed., MA: PWS-KENT.
9. Bentler, P. M. and D. G. Bonett, 1980. Significance Test and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structure, *Psychological Bulletin*, 88: 588-606.
10. Bollen, K., 1989, *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley & Sons, New York.
11. Darden, W. and W. Perreault, 1975. A Multivariate Analysis of Media Exposure and Vacation Behavior with Life Style Covariates, *Journal of Consumer Research*, 2: 93-103.
12. DeVellis, R., 1991. *Scale Development: Theory and Applications*, CA: Sage.
13. Gladwell, N., 1990. A Psychographic and Sociodemographic Analysis of State Park Inn Users, *Journal of Travel Research*, 28: 15-20.
14. Hawes, D., 1977. Psychographics are Meaningful...not Merely Interesting, *Journal of Travel Research*, 15: 1-7.
15. Kline, P., 1994. *An easy guide to factor analysis*, London: Routledge.
16. Lawson, R., M. Thyne, T. Young and B. Juric, 1999. *Developing Travel Lifestyles: A New Zealand Example, Consumer Behavior in Travel and Tourism*, In A. Pizam and Y. Mansfeld (eds.), The Haworth Hospitality Press, New York: 449-479.
17. Nunnally, J., 1967. *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
18. Perreault, W., D. Darden and W. Darden, 1977. A Psychographic Classification of Vacation

- Life Styles, *Journal of Leisure Research*, 9: 208-224.
19. Plummer, J. T., 1974. The Concept and Application of Life Style Segmentation, *Journal of Marketing*, 1: 33-37.
 20. Reisinger, Y. and L. Turner, 1999. Structural Equation Modeling with Lisrel: Application in Tourism, *Tourism Management*, 20: 71-88.
 21. Reynolds, F. D. and Darden, W. R., 1972. Intermarket Patronage: A Psychographic Study of Consumer Outshoppers, *Journal of Marketing, October*, 36(4): 50-54.
 22. Schewe, C. D. and R. Calantone, 1978. Psychographic Segmentation of Tourists, *Journal of Travel Research*, 16: 14-20.
 23. Scientific Software International, 2002. Standard Errors and Chi-Squares in LISREL, (<http://www.ssicentral.com/lisrel/newkarl.htm>).
 24. Shih, D., 1986. VALS as a tool of tourism market research: the Pennsylvania Experience, *Journal of Travel Research*, 24: 2-11.
 25. Silverberg, K., S. Backman and K. Backman, 1996. A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States, *Journal of Travel Research*, 30: 19-28.
 26. Steiger, J. H., 1990. Structural Model Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach, *Multivariate Behavioral Research*, 25: 173-180.
 27. Tai, S. and J. Tam, 1996. A Comparative Study of Chinese Consumers in Asian Markets: A Lifestyle Analysis, *Journal of International Consumer Marketing*, 9: 25-42.
 28. Wells, W. and D. Tigert, 1971. Activities, Interests and Opinions, *Journal of Advertising Research*, 11: 27-35.
 29. Zins, A., 1998. Leisure Travel Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics, *Journal of Travel Research*, 36: 3-15.

