

遊客對流動攤販購買動機之研究

糠沛柔、許立宏

E-mail: 342131@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探究彰化縣觀光節慶活動中遊客對流動攤販購買動機與滿意度之影響。本研究透過質性訪談進行及量化問卷調查之方式，以參與彰化縣觀光節慶活動的遊客為研究之對象，共發出360份問卷，回收351份有效問卷，問卷回收率達97.5%。以描述性統計、皮爾森積差相關分析等統計方法及質性訪談資料整理，作為資料分析的工具。主要研究結果如下：一、遊客年齡層多集中在居住於彰化縣市年輕化且具有高學歷的族群，平均月收入則在3萬元以內。二、遊客以流動攤販販售之產品適合親朋好友一起分享、符合地方特色的小吃和名產的品嚐吸引遊客購買的動機。三、遊客在滿意度方面，流動攤販能夠使活動更熱鬧，提供更多元的活動，遊客都給予流動攤販正向的滿意回應。四、研究結果顯示遊客參與彰化縣觀光節慶活動時對流動攤販購買動機與滿意度，有顯著正向相關。

關鍵詞：觀光節慶、流動攤販、購買動機、滿意度

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	1 第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	4	2 第二節 研究問題	4
5 第四節 研究範圍與限制	5	3 第五節 名詞操作性定義	5
6 第二章 文獻探討	9	4 第一節 購買動機相關研究	9
9 第二節 滿意度相關研究	17	5 第三節 流動攤販相關研究	17
21 第四節 觀光節慶活動相關研究	25	6 第五節 本章總結	25
30 第三章 研究設計與方法	31	7 第一節 研究流程與架構	31
31 第二節 研究假設	34	8 第三節 抽樣設計	34
34 第四節 研究工具	36	9 第五節 資料分析方法	36
40 第四章 研究結果及分析	41	10 第一節 遊客背景變項分析	41
41 第二節 購買動機資料分析	47	11 第三節 滿意度資料分析	47
51 第四節 遊客背景變項與購買動機之差異分析	56	12 第五節 遊客背景變項與滿意度之差異分析	56
64 第六節 遊客購買動機與滿意度之相關分析	74	13 第七節 本章總結	74
75 第五章 結論與建議	77	14 第一節 結論	77
77 第二節 建議	81	15 參考文獻	81
84 附錄A 流動攤販遊客對購買動機與滿意度之研究 - 以彰化縣觀光節慶活動為例(正式問卷)	94	16 附錄B 臺灣省商業行政暨市場及攤販輔導管理規則	98
100 附錄C 遊客訪談資料		17 表目錄	
20 表 2-1 動機定義	11	18 表 2-2 國內研究者滿意度相關研究	20
20 表 2-3 摩利觀光活動模式	29	19 表 2-2 摩利的觀光活動模式	10
34 表 3-1 2009年10月1日至2010年3月31日 - 彰化觀光節慶活動	34	20 表 3-2 購買動機衡量之問項表	37
38 表 3-3 滿意度問項表	38	21 表 4-1 遊客性別背景變項人數統計表	43
44 表 4-2 遊客年齡背景變項人數統計表	44	22 表 4-3 遊客教育程度背景變項人數統計表	44
44 表 4-4 遊客職業背景變項人數統計表	45	23 表 4-5 遊客婚姻狀況背景變項人數統計表	45
45 表 4-6 遊客個人每月平均所得背景變項人數統計表	46	24 表 4-7 遊客居住地背景變項人數統計表	46
46 表 4-8 購買動機項目相關分析摘要表	47	25 表 4-9 購買動機因素分析	48
48 表 4-10 購買動機社交因素描述性統計與信度分析表	49	26 表 4-11 購買動機地方文化構面描述性統計與信度分析表	50
50 表 4-12 購買動機交易安全與價格描述性統計與信度分析	51	27 表 4-13 心理性滿意度構面描述性統計與信度分析表	52
52 表 4-14 教育性滿意度構面描述性統計與信度分析表	52	28 表 4-15 社交性滿意度構面描述性統計與信度分析表	53
53 表 4-16 放鬆性滿意度構面描述性統計與信度分析表	54	29 表 4-17 生理性滿意度構面描述性統計與信度分析表	54
54 表 4-18			

美學性滿意度構面描述性統計與信度分析表 . . .	55	表 4-19 不同性別遊客與購買動機之獨立樣本 t 檢定表 . . .	56
不同年齡層之遊客與購買動機之單因子變異數分析表(N=351)	57	表 4-21 不同教育程度遊客與購買動機之單因子變異數分析表(N=351)	59
表 4-22 不同職業別遊客與購買動機之單因子變異數分析表(N=351)	60	表 4-23 不同婚姻狀況遊客與購買動機之獨立樣本t檢定表(N=351)	61
表 4-24 每月平均所得不同的遊客與購買動機之單因子變異數分析表(N=351)	62	表 4-25 不同居住地點的遊客與購買動機之單因子變異數分析表(N=351)	63
表 4-26 不同性別之遊客滿意度獨立樣本t檢定表(N=351)	64	表 4-27 不同年齡層之遊客滿意度單因子變異數分析表(N=351)	66
表 4-28 不同教育程度之遊客滿意度單因子變異數分析表(N=351)	68	表 4-29 不同職業別之遊客滿意度單因子變異數分析表(N=351)	69
表 4-30 不同婚姻狀況之遊客滿意度獨立樣本t檢定表(N=351)	70	表 4-31 每月平均所得不同的遊客其休閒滿意度之單因子變異數分析表(N=351)	71
表 4-32 居住地不同之遊客滿意度單因子變異數分析表(N=351)	73	表 4-33 遊客對購買動機與滿意度之相關分析表	74
表 4-34 購買動機構面排序	75	表 4-35 滿意度構面排序	76
表 4-1 工作投入衡量問項	37	圖目錄 圖 2-1 馬斯洛需求層次論	9
圖 2-2 Schiffman and Kanuk動機行為與趨力關係	12	圖 3-1 研究流程圖	32
圖 3-2 研究架構圖	33		

參考文獻

一、中文部分 Glenn, F. R. (2003), 觀光心理學(The Psychology of Tourism, Second Edition)(劉修祥審譯), 台北:桂魯有限公司。 三田義雄(1983), 觀光遊憩計畫論, 日本洛克計畫研究所(陳水源譯), 台北:淑馨出版社, (原文著於1975出版)。 王旭煌(1995), 台北市消費者逛夜市動機與購買行為之研究, 國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 王居卿、張威龍、陳明杰(2002)等譯, 行銷學原理與觀點, 台北市:前程企業管理。 王舜皇(2002), 三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 王碧娟(1998), 消費動機、服務品質與購後行為關係之研究 - 以大學推廣教育為例, 國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 李本誠(2001), 台灣中型都市攤販管理之研究, 私立元智大學管理研究所未出版之碩士論文。 李德治、董惠玲(2007), 統計學, 台北:博碩文化。 李德治、董惠玲(2009), 多變量分析:專題及論文常用的分析方法, 台北:雙葉書廊。 李鍾元(1980), 社會報告之生活素質評估, 台北:明德基金會生活素質研究中心。 林怡君(2005), 觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究-以三義木雕國際藝術節為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。 林建煌(2002), 消費者行為, 台北:智勝文化。 林靈宏(1994), 消費者行為學, 台北:五南圖書。 邱明宗(2006), 登山健行人格特質、休閒滿意對登山行為及生活滿意度的影響 - 以台中市大坑地區為例, 私立大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 邱皓政(2005), 量化研究法, 台北:雙葉書廊。 卓立寰(2005), 攤販與街道:非正式經濟的空間與日常生活關係 - 以台北市為例, 國立台灣大學社會學研究所未出版之碩士論文。 卓克華(1990), 清代台灣的商戰集團, 協和台灣叢刊, 13。 吳雪梅(2010), 大學行政人員工作壓力、社會支持、休閒活動參與對其生活滿意度之研究, 私立大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究, 國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。 侯錦雄、莊士瑩(1997), 攤販對遊憩體驗之影響 - 以松柏嶺受天宮為例, 1997休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集 - 休閒遊憩行為, 台北, 35-52。 高俊雄(1995), 休閒利益三因素模式, 戶外遊憩研究, 8(1), 15-28。 倪執中(1987), 觀光遊憩活動淺說, 觀光資料, 132。 徐柏園(1997), 消費者對壽險保單增購行為之研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。 夏鑄九、王志弘編譯(1993), 空間的文化形式與社會理論讀本, 台北:明文書局。 黃世民、傅建三、傅嘉輝(2007), 私立美術館觀眾休閒動機與休閒滿意度之研究 - 以朱銘與鴻禧美術館為例, 藝術學報, 80, 185-203。 張立綦(2005), 探討台北市攤販飲食文化及其坐椅造型功能之研究, 國立台北科技大學創新設計研究所未出版之碩士論文。 張炎憲、李筱峰、戴寶村編(1996), 台灣史論文精選, 台北:玉山社。 張春興(1994), 教育心理學, 台北:東華書局股份有限公司。 張逸民譯(1999), 行銷學, 台北:華泰文化事業。 陳向明(2002), 社會科學質性研究, 台北:五南圖書。 陳南琦(2000), 青少年休閒無聊感與休閒阻礙、休閒參與及休閒滿意度的相關研究, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。 陳朝建(2005), 地方制度法專題:攤販管理的府際關係之立法政策, 經濟部商業司委託研究案。 陳思倫、歐聖榮、林連聰著(2005), 休閒遊憩概論, 台北:空中大學。 曾中正(2008), 基層員警之工作壓力、休閒參與、休閒滿意度與生活滿意度之探討 - 以台南地區為例, 真理大學運動知識學報, 5, 293-304。 郭維倫(2003), 攤販夜市空間屬性對使用者消費時間之影響研究 - 以台灣台中市逢甲商圈文華夜市與日本九州福岡市西新商店街為例, 私立逢甲大學建築研究所未出版之碩士論文。 郭嘉倫(2004), 士林夜市顧客滿意度分析 - 以中國文化大學學生消費行為為例, 私立中國文化大學市政暨環境規劃研究所未出版之碩士論文。 葉日伍(2001), 行銷學:理論與實務, 台北:前程企業管理。 游瑛妙(1999), 節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析 - 以第十一屆民藝華會為例, 台中:靜宜大學觀光系(台灣省交通處旅遊局委託研究)。 游瑛妙(2003), 節慶活動參與者之參與動機、效益認知和滿意度研究 - 以92年麻豆文旦節為例, 私立靜宜大學觀光事業學系研究所未出版之碩士論文。 榮泰生(1999), 消費者行為, 台北:五南圖書。 裴文鼎(2007), 產業市場顧客知覺價值、倫理銷售行為、關係品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響, 私立大同大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 廖志達(2004), 銀行保險消費者使用動機、認知、?入與意願之研究, 私立朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 樓永監、別蓮蒂、潘志偉、蔡東峻(2003), 消費者行為, 台北:空中大學。 葉碧華(1999), 大型觀光節慶活動效益之評估 - 以台北燈會為例, 私立中

國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。鄭天明、陳美存(2007), 以節慶活動吸引力探究遊客參與動機、滿意度與忠誠度之關係: 兼論不同的參與經驗, 觀光休閒學報, 13(4), 327-346。蔡孟桓(2006), 電視購物國內旅遊產品購買動機、知覺價值、滿意度與行為意圖之研究 - 以衝動程度與涉入程度為區隔變數, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。簡玉貞(1996), 消費者行為學, 台北:五南圖書。戴伯芬(1994), 誰做攤販? - 台灣攤販的歷史形構, 臺灣社會研究, 17, 121-148。鍾志強(1997), 雲林科技大學學生還修體育運動相關課程動機及滿意度之研究, 體育學報, 24, 73-81。謝金燕(2003), 宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以高雄佛光山為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份 Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring Leisure Satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 22-33. Blackwell, R. D., Paul, W. M., & James, F. E. (2001). *Consumer behavior*. Ninth Edition. Publisher: Ohio, Mike Roche. Bobby, G. (1995). The importance of leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 279-299. Brown, B. A., Frankel, B. G., & Fennell, M. (1991). Happiness through leisure: The impact of type of leisure activity, age, gender and leisure satisfaction of Psychological well-being. *Journal of Applied Recreation Research*, 16, 368-392. Buttle, F., & Coates, M. (1984). Shopping motives. *The Service Industries Journal*, 4(1), 71-81. Cuieford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and education* (4th Ed.). New York: McGraw-Hill. Devellis, R. F. (1991). *Scale development: Theory and applications*. Newbury Park, CA: Sage. Drogin, E. B. (1991). Evaluating the boater experience: The interrelationship of recreational use, user contacts, experiential impacts, satisfaction and displacement. Unpublished Doctoral dissertation. The Pennsylvania State University. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975). A social-psychological definition of recreation demand, with implications for recreation resource planning. *Assessing Demand for Outdoor Recreation*, 12(8), 62- 88. Getz, D. (1991). Festivals, special events, and tourism. New York, NY: Van Nostrand Reinhold. Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation. Jago, L., & Shaw, R. (1998). Special event: A conceptual and definitional framework. *Festival Management & Event Tourism*, 5, 21-32. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row. Mook, D. G. (1987). *Motivation: the organization of action*. New York: W. W. Norton and Company, Inc. Morley, C. L. (1990). What is tourism? *The Journal of Tourism Studies*, 1, 3-8. Ragheb, M. G. (1993). Leisure and perceived wellness: A field investigation. *Leisure Sciences*, 15, 13-24. Robert, J. R. (1997). *Making special events fit in the 21st century*. USA: Sagamore Publishing. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer behavior*(1th Ed.). New Jersey: PrenticeHall, Inc. Schiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2004). *Consumer Behavior*(8th Ed.). Pearson Education Inc. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall. Szymanski, D. M., & Hise, R. T. (2000). E-satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, 76(3), 309-322. Tauber, E. M. (1972). *Marketing notes and communications-what do people shop ?* *Journal of Marketing*, 36, 45-59. Theobald, W. F. (1995). *Global Tourism: The next decade*. London: Butterworth-Heinemann. Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behavior* (2nd Ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.

三、網站資料 2008台灣觀光節慶及賽會活動 <http://www.festival.98travel.com.tw> 2009台灣觀光節慶及賽會活動 <http://www.festival.98travel.com.tw> 經濟部中部辦公室 <http://www.cto.moea.gov.tw/04/04d.asp> 彰化縣政府 <http://www.chcg.gov.tw>