

# A Study on the Lifestyle and Consuming Behaviors of Leisure Shoppers : 以逢甲夜市商圈為例

洪千閔、李俊憲, 葉子明

E-mail: 357973@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study focused to explore the relationship between leisure shoppers' lifestyle and consuming behavior for consumers shopping at Feng-Chia night market corridor. There were 550 structural questionnaires disseminated, and 434 copies were returned and 391 were valid for further statistic analysis, including frequencies and hypothesis test. The main findings were concluded as followings : 1. Traffic convenience was associated with the age, education level, occupation, and individual income per month of the Feng-Chia night market leisure shoppers. 2. The consideration of consumption place was associated with the mirage situation of the shoppers. 3. Loyalty differed as a function of gender, age, mirage situation, and occupation of the Feng-Chia night market leisure shoppers. 4. The consuming experience and behaviors were associated with the gender, age, mirage situation, education level, and individual income per month. 5. The Feng-Chia night market leisure shoppers' lifestyle was categorized as the Conservative-home group, the Independent-life group, the Tries-novelly life group, and the Fashion active group. 6. The leisure shoppers of the Fashion active group had more higher motivation, satisfaction, and loyalty than other groups. Further specific principles were advised of the Feng-Chia night market operator and future researcher on the research results.

Keywords : the Feng-Chia night market, leisure shopping, lifestyle, consumption behavior

## Table of Contents

內容目錄	內容目錄	i	表目錄	i		
	iii	圖目錄	vi	第一章 緒論		
	1	第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究目的	4	
	3	第三節 研究問題	4	第四節 研究範圍與限制	5	
	5	第五節 重要名詞解釋	7	第二章 文獻探討	7	
	7	第一節 消費行為理論	7	第二節 逛街購物理論	17	
	21	第三節 生活型態	17	第三節 生活型態	17	
	21	第四節 相關實證與命題	24	第三章 研究方法	24	
	31	第一節 研究架構	31	第一節 研究問卷設計	32	
	31	第二節 研究問卷設計	32	第三節 問卷發放與實施計畫	37	
	37	第四節 統計分析方法	38	第四章 資料分析	38	
	40	第一節 正式問卷信度分析	40	第一節 正式問卷信度分析	40	
	40	第二節 背景變項與消費經驗特性分析	44	第二節 背景變項與消費經驗特性分析	44	
	44	第三節 敘述性統計分析	48	第三節 敘述性統計分析	48	
	48	第四節 研究假設驗證	51	第四節 研究假設驗證	51	
	51	第五節 小結	75	第五章 建議與結論	75	
	75	第一節 綜合討論	78	第一節 綜合討論	78	
	78	第二節 研究結論	88	第二節 研究結論	88	
	88	第三節 建議	89	參考文獻	93	
	89	參考文獻	93	附錄A	103	
	93	附錄A	103	附錄B	103	
	103	表目錄	表 2-1 AIO生活型態變數表	24	表 3-1 夜市消費經驗量表	24
	24	表 2-1 AIO生活型態變數表	24	表 3-1 夜市消費經驗量表	24	
	24	表 3-1 夜市消費經驗量表	33	表 3-2 生活型態量表	34	
	33	表 3-2 生活型態量表	34	表 3-3 消費行為良表	35	
	34	表 3-3 消費行為良表	35	表 3-4 驗證假設之統計分析方法表	39	
	35	表 3-4 驗證假設之統計分析方法表	39	表 4-1 正式問卷逢甲夜市消費行為信度分析表	40	
	39	表 4-1 正式問卷逢甲夜市消費行為信度分析表	40	表 4-2 正式問卷生活型態信度分析表	43	
	40	表 4-2 正式問卷生活型態信度分析表	43	表 4-3 生活型態集群分析表	43	
	43	表 4-3 生活型態集群分析表	43	表 4-4 人口變項次數分配表	46	
	43	表 4-4 人口變項次數分配表	46	表 4-5 人口變項併項後次數分配表	47	
	46	表 4-5 人口變項併項後次數分配表	47	表 4-6 逢甲夜市消費經驗次數分配表	47	
	47	表 4-6 逢甲夜市消費經驗次數分配表	47	表 4-7 逢甲夜市消費經驗併項後次數分配表	48	
	47	表 4-7 逢甲夜市消費經驗併項後次數分配表	48	表 4-8 逢甲夜市之消費行為敘述統計分配表	50	
	48	表 4-8 逢甲夜市之消費行為敘述統計分配表	50	表 4-9 生活型態各構面敘述統計分配表	51	
	50	表 4-9 生活型態各構面敘述統計分配表	51	表 4-10 不同性別之逢甲夜市休閒逛街者t檢定彙整表	52	
	51	表 4-10 不同性別之逢甲夜市休閒逛街者t檢定彙整表	52	表 4-11 不同性別年齡層之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	53	
	52	表 4-11 不同性別年齡層之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	53	表 4-12 不同家庭婚姻狀況之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	54	
	53	表 4-12 不同家庭婚姻狀況之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	54	表 4-13 不同教育程度之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	55	
	54	表 4-13 不同教育程度之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	55	表 4-14 不同職業屬性之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	56	
	55	表 4-14 不同職業屬性之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	56	表 4-15 不同收入之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	58	
	56	表 4-15 不同收入之逢甲夜市休閒逛街者差異檢定彙整表	58	表 4-16 不同人口背景變項對消費經驗卡方檢定總表	59	
	58	表 4-16 不同人口背景變項對消費經驗卡方檢定總表	59	表 4-17 性別與同行對象卡方分析表	59	
	59	表 4-17 性別與同行對象卡方分析表	59	表 4-18 性別與花費時間卡方分析表	59	
	59	表 4-18 性別與花費時間卡方分析表	59	表 4-19 性別與花費金額卡方分析表	60	
	60	表 4-19 性別與花費金額卡方分析表	60	表 4-20 年齡層與同行對象卡方分析表	60	
	60	表 4-20 年齡層與同行對象卡方分析表	60			

61 表 4-21 年齡層與半年內逛逢甲夜市次數卡方分析表	61 表 4-22 年齡層與花費時間卡方分析表
62 表 4-23 年齡層與花費金額卡方分析表	62 表 4-24 家庭婚姻狀況與同行對象卡方分析表
63 表 4-25 家庭婚姻狀況與花費時間卡方分析表	64 表 4-26 家庭婚姻狀況與花費金額卡方分析表
64 表 4-27 教育程度與同行對象卡方分析表	65 表 4-28 教育程度與花費金額卡方分析表
66 表 4-29 職業屬性與半年內逛逢甲次數卡方分析表	66 表 4-30 職業屬性與花費時間卡方分析表
67 表 4-31 職業屬性與花費金額卡方分析表	68 表 4-32 個人每月收入與同行對象卡方分析表
69 表 4-33 個人每月收入與半年內逛逢甲夜市次數卡方分析表	69 表 4-34 個人每月收入與花費時間卡方分析表
70 表 4-35 個人每月收入與花費金額卡方分析表	70 表 4-36 不同生活型態之休閒逛街者消費行為差異檢定彙整表
71 表 4-37 不同生活型態對消費經驗卡方檢定總表	73 表 4-38 生活型態類型與同行對象卡方分析表
74 表 4-39 生活型態與花費時間卡方分析表	74 表 4-40 生活型態與花費金額卡方分析表
75 表 4-41 研究假設驗證結果摘要表	77 圖目錄
圖 2-1 Kotler消費行為模式圖	10 圖 2-2 Kotler消費者決策模式圖
11 圖 2-3 EKB消費者決策模式圖	13 圖 2-4 EBM消費者決策模式圖
15 圖 2-5 生活型態與消費過程圖	22 圖 3-1 研究架構圖
31 圖 3-2 逢甲夜市商圈問卷發放範圍圖	37

## REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部分 王文義(1997), 購物中心規劃指南, 臺北:遠流。王旭煌(1996), 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碩士論文。王東昇(2001), 台北地區電影影城消費行為之研究, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版碩士論文。王敬堯(2004), 逢甲商圈顧客關係與經營氣氛探查研究, 私立逢甲大學統計與精算研究所未出版碩士論文。王維宏(2004), 台中市商圈消費者徒步環境重視程度與商圈選擇考慮因素之研究, 私立逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版碩士論文。何一凡(2002), 從公共政策探討台灣地下經濟管理--雲林縣攤販(夜市)管理為例, 國立中正大學政治學研究所未出版碩士論文。吳佳華(2008), 遊客對高雄市觀光夜市意象與滿意度與遊後行為之研究, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系未出版碩士論文。吳俊彥(2001), 消費者行為, 臺北:高立。吳萬益(2000), 企業研究方法, 臺北:華泰書局。吳慧婷(2004), 百貨公司商店品牌權益衡量之研究-以購物動機為基礎, 私立朝陽科技大學企業管理系未出版碩士論文。李自浩(2004), 市中心區購物商街人潮遊逛空間阻礙因子之研究, 私立中國文化大學市政暨環境規劃研究所未出版碩士論文。李明賢(2004), 台灣大專院校女學生化妝品消費行為研究, 國立中山大學企業管理學系未出版碩士論文。李榮生(2001), 台北市不同社經背景家庭飲食健康與消費型態研究, 國立臺灣師範大學家政教育研究所未出版碩士論文。林俞蓁(2011), 消費者生活型態對購買行為影響之研究-以有機食品為例, 私立環球科技大學中小企業經營策略管理研究所未出版碩士論文。林柏儒(2006), 以生活型態探討消費者購買行為與市場區隔之研究 - 以台灣華歌爾台北地區消費者為例, 私立實踐大學企業管理研究所未出版碩士論文。林惠華(2002), 公私協力機制運用於都市更新政策之研究:士林夜市之個案模擬, 國立政治大學公共行政研究所未出版碩士論文。林學鍵(1989), 台中市主要聯外道路商業活動特性分析-以大雅路和中港路為例, 私立逢甲大學土地管理學系未出版碩士論文。施映羽(2010), 臺灣夜市飲食文化體驗模式探討-以高雄六合觀光夜市為例, 國立高雄餐旅學院臺灣飲食文化產業研究所未出版碩士論文。計志義(2010), 基隆市地方行銷對廟口觀光夜市之影響, 私立中國文化大學市政暨環境規劃學系未出版碩士論文。孫慧娟(2007), 服務品質、知覺價值、滿意度與行為意向對其最終行為之影響-以高雄百貨公司為例, 私立崑山大學企業管理研究所未出版碩士論文。張文華(2005), 饒河街觀光夜市形象塑造之設計研究與實踐, 私立銘傳大學設計創作研究所未出版碩士論文。張春興(1989), 張氏心理學辭典, 臺北:臺灣東華書局。梁炳琨(1997), 台中市選逛購物街休閒地理研究, 臺中:弘祥。許家偉(2002), 逛選街道空間視覺經驗的分析與構成 - 一個建立在認知理論的設計, 私立淡江大學建築學系未出版碩士論文。陳坤宏(1995), 消費文化與空間結構:理論與應用, 臺北:詹氏書局。陳瑞玲(2004), 消費者人口統計變數與生活型態對手機購買行為之影響, 國立中山大學企業管理學系未出版碩士論文。陳豐裕(2009), 夜市小吃經營關鍵成功因素分析—以台南花園夜市平價牛排業為例, 國立高雄大學高階經營管理在職專班未出版碩士論文。黃建中(2004), 高雄市百貨公司消費者購買行為與商店形象之探討, 國立中山大學企業管理學系碩士在職專班未出版碩士論文。黃淑慧(2007), 高雄市攤販對攤販輔導管理政策滿意度之評估-以六合觀光夜市為例, 國立中山大學高階公共政策未出版碩士論文。黃鈞亭(2007), 觀光整合行銷策略之研究 - 以士林觀光夜市及周邊商店街區為例, 國立臺北大學公共行政暨政策學系未出版碩士論文。楊淑惠(2007), 消費者生活型態、購買決策與市場區隔之研究-以大台南都會區女性內衣消費者為例, 私立長榮大學經營管理研究所未出版碩士論文。葉日武(2001), 消費者行為:建立行銷策略, 臺北:前程文化。葉佳宜(2002), 大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究, 國立交通大學管理科學系未出版碩士論文。廖士元(2009), 顧客動機、滿意度及忠誠度之研究 - 以台中逢甲夜市為例, 國立雲林科技大學休閒運動研究所未出版碩士論文。廖振宏(2003), 由社經地位、家庭生命週期探討家庭休閒消費分配之研究, 國立台灣體育學院休閒運動管理研究所未出版碩士論文。榮泰生(1999), 消費者行為, 臺北:五南。劉熙慧(2003), 百貨公司卡友來店禮消費者特性與生活型態之研究-以高雄地區居民為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版碩士論文。蔡旻峻(2011), 臺灣電影觀眾的觀賞動機與消費行為研究, 國立中山大學劇場藝術學系未出版碩士論文。蔡淑貞(2003), 新崛江商店街消費行為與管理策略之探討, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版碩士論文。蔡惠如(2008), 台日合資百貨公司都會女性娛樂型購物之享樂動機、購物價值、顧客滿意度口碑建立之研究, 私立大葉大學國際企業管理學系未出版碩士論文。鄭淑玲(2005), 兒童服飾消費行為之研究-以台北市為例, 私立中國文化大學生活應用科學研究所未出版碩士論文。謝文翔(2008), 運動用品專櫃消費者購買行為與商店形象之探討-以台中

市百貨公司為例，私立大葉大學運動事業管理學系未出版碩士論文。謝侑玲(2009)，購物中心空間配置對逛街者逛選偏好及找路行為之影響-以美麗華百樂園為例，私立銘傳大學建築與都市防災研究所未出版碩士論文。闕芝穎(2004)，百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活型態關係之研究-以台北地區為例，國立東華大學企業管理研究所未出版碩士論文。魏榮杉(2004)，生活型態在男裝西服市場區隔之研究，私立輔仁大學織品服裝研究所未出版碩士論文。饒岩剛(2011)，男性臉部護膚保養品消費行為研究，國立交通大學管理學院管理科學學程未出版碩士論文。

二、英文部分 Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(1), 77-95. Berry, B. J. L.(1963). *Marketing centers and retail location: Theory and application*. N. J.: Prentice-Hall, Inc. Bloch, P. H., Ridgway, N. M. & Dawson, S. A.(1994). The shopping mall as consumer habitat. *Journal of Retailing*, 70(1), 23-42. Dholakia, R. R.(1999). Going shopping key determinants of shopping behaviors and motivations. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 27(4), 154-165. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W.(1990). *Consumer Behavior*. (6th ed). N. J.: Dryden Press. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W.(1993). *Consumer behavior*. (7th ed). N. J.: Dryden Press. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard P. W.(1995). 消費者行為(王志剛、謝文雀編譯)，臺北:華泰書局. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard P. W.(2001). 消費者行為(謝文雀編譯)，臺北:華泰書局. Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell R. D.(1968). *Consumer behavior*. N. J.: Holt, Rinehart, and Winston Inc. Falk, P., & Campbell, C.(1997). *The shopping experience*. Sage publication, London. Goss, J.(1993). The “ Magic of the Mall ” : An analysis of form, function, and meaning in the contemporary retail built environment. *Annals of the Association of American Geographers*, 83(1), 18-47. Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A.(2001). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. Kanuk, L. L. & Schiffman, L. G.(1991). *Consumer Behavior*. N. J.: Prentice Hall. Kolter, P.(1986). *Principles of Marketing*, 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall. Kolter, P.(1997). *Marketing management analysis: Planning and control*.(9th ed). Upper Saddle River , N. J.: Prentice Hall. Kolter, P. & Armstrong, G.(2001). *Principle of marketing*.(9th ed). Upper Saddle River , N. J.: Prentice Hall. Kolter, P., Ang, S.H., Leong, S. M. & Tan, C. T.(1999). *Marketing management : An Asian perspective*. (2nd ed). Upper Saddle River , N. J.: Prentice Hall. Lazer W.(1963). *Lifestyle concepts and marketing*, Chicago: AMA, 140-151. Plummer J. T.(1974). The concept and application of lifestyle segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37. Reynolds, F. D. and Darden, W. R.(1974). Constructing Life Style and Psychographics. In W. D. Wells(Ed), *LifeStyle and Psychographics*, Chicago: American Marketing Association. Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L.(1999). *Consumer behavior*. (7th ed). N. J.: Prentice Hall. Spoles G. B.(1985). From perfectionism to faddism: Measuring consumer ' s decision-making styles. *Proceedings of American Council on Consumer Interests*, 78-85. Tauber, E. M.(1972). Marketing notes and communication “ why do people shop? ” . *Journal of Marketing*, 36, 46-59. Wells, T. C. & Prensky, L. R.(1996). *Consumer behavior*. California: Lawrence. Wind, J. & Green P. E.(1974). Some conceptual measurement, and analytical problems in LifeStyle research. *LifeStyle and Psychographics*. Chicago: AMA. You, T. S.(2004). *The management of inter-store externalities in shopping centres*, Ph.D. Dissertation, University of Reading(UK), The Department of Real Estate and Planning.

三、網路資料 交通部觀光局 <http://admin.taiwan.net.tw/> 財團法人資訊工業策進會 <http://www.iii.org.tw/Default.aspx> 經濟部商業司 <http://gcis.nat.gov.tw/index.jsp> 交通部高速鐵路工程局 <http://www.hsr.gov.tw/> 大台中旅遊觀光網 <http://travel.taichung.gov.tw/business/>