

# 從旅客的搭乘行為中探討臺汽北高線的行銷策略

陳明興、胡哲生

E-mail: 8301264@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究的主要目的在從旅客的搭乘行為中，探討臺汽北高線的行銷策略。台北 - 高雄搭乘國光號、統聯巴士的旅客，進行集群抽樣，而以結構式問卷訪問之。本研究共發出300份問卷，有效問卷200份，有效問卷率66%。其中台份。依據回收資料經頻次分析，卡方檢定分析，單變量變異數分析(One-Way ANOVA)，因素分析，集群分析，得出下列結論：1.不同的旅客背景特徵(職業)其對情報蒐集方式有顯著的差異。2.不同生活形態之旅客其情報蒐集的方式有顯著的差異。滲S徵(性別年齡職業所得學歷)其對各項評估準則的重視程度有顯著的差異。4.不同生活形態之旅客其對各項評估準則的重視程度有顯著的差異。滲S徵(年齡)其對台汽與統聯的態度有顯著的差異。6.不同生活形態之旅客其對台汽與統聯的態度無顯著的差異。7.不同的旅客背景特徵(職業)對運具類型之選擇有顯著的差異。8.不同生活形態之旅客對運具類型之選擇無顯著的差異。

關鍵詞：消費者行為；行銷策略；生活型態

## 目錄

第一章 導論--1 第一節 研究背景動機--1 第二節 目的--3 第三節 研究範圍--5 第四節 研究限制--6 注釋--7 第二章 理論文獻之探討--8 第一節 長途客運--8 第二節 公路客運之特性--9 第三節 國內公路運輸之相關文獻--13 第四節 大眾運輸之行銷策略--16 第五節 生活型態理論--18 第六節 態度之理論--25 第七節 消費者行為模式--27 第八節 觀念性架構--36 第九節 研究假設--37 注釋--38 第三章 研究設計--42 第一節 變數之定義--42 第二節 調查方法--46 第三節 調查工具--47 第四節 樣本選擇與樣本結構--49 第五節 分析方法--51 注釋--52 第四章 資料分析與研究發現--53 第一節 資料分析流程--53 第二節 生活型態之萃取--55 第三節 旅客情報蒐集之分析--55 第四節 旅客各項評估準則之分析--63 第五節 旅客態度之分析--66 第六節 搭乘運具類型之分析--76 注釋--81 第五章 結論與建議--84 第一節 研究發現之摘要--84 第二節 目標市場與行銷策略--87 第三節 對於後續研究之建議--92

## 參考文獻

中文部份 1. 張有恆博士著 大眾運輸系統之設計與營運管理 黎明書局出版 民79 2. 張逸民博士著 行銷策略觀念與決策 輔大管理學院叢書之一 民79 3. 王志剛 陳正男博士譯 行銷學原理 華泰書局出版 民76 4. 陳定國博士著 行銷學導論 五南書局出版 民79 5. 黃俊英博士著 行銷研究-管理與技術 華泰書局出版 P208-224 6. 黃俊英博士著 多變量分析 華泰書局出版 P167 7. 馬起華 心理學 台北帕米爾書店 民59再版 P38 8. 交通部運輸研究所著 台灣省政府研究發展叢書第五十輯 台汽運輸管理研究 民76 9. 台灣地區交通狀況調查報告 交通部統計處編 10. 天下雜誌1000大特刊 11. 台灣汽車客運公司81年度統計年報 12. 鄧淑華著 台灣地區遊覽車管理策略之研究 交大運輸研究所碩士論文 76年6月 13. 鄧丕盛著 台灣西部走廊客運服務業產品印象之分析 交大管理科學研究所碩士論文 70年6月 14. 張原棕著 唱片購買行為之研究 政大企管研究所碩士論文 69年6月 15. 曾怡鈞著 台北市自用轎車買主消費行為之研究 政大企管研究所碩士論文 78年6月 16. 鄭銓泰著 台北是已婚婦女生活型態與媒體接觸行為之研究 台大企管研究所碩士論文 70年6月 17. 萬水平著 台北市一般家庭報紙消費行為之研究 台大商學研究所碩士論文 77年6月 英文部分 1. Belk, Russel W., An Exploratory Assessment of Situational Effect in Buying Behavior, Journal of Marketing Research (Vol.11 May, 1974) P156-163 2. C. Glenn Walters, Consumer Behavior: Theory and Practice, (Illinois: Richard D. Irwin, Inc., 1974) P4 3. David T. Wilson H. Lee Mathews James W. Harvey, An Empirical Test of The Fishbein Behaviorable Intention Model, Journal of Consumer Research, Vol.3 March 1977, P197-208 4. Engel J.F., R.D. Blackwell & D.T. Kollat, op.tic. P3 5. Frandesco M Nicosia, Advertising Management Consumer Behavior & Stimulation, Journal of Advertising Research Vol.8 (March 1988) P29-37 6. Fred D. Reynolds, Melvin R. Crash and William D. Wells, The Modern Feminine Life Style, Journal of Marketing Vol.41 (July 1977) p.38-45 7. Harold H. Kassarijan and Thomas S. Robertson, Perception in Consumer Behavior, (Glenview Ill: Scott, Foresman & Co., 1968) P4 8. Husted and Pessmier, The Development and Application of Psychographic Life Style and Associated Activity and Attitude Measures, p42 9. James F. Bettman Noel Etc. Lo. cit. James F. Bettman Noel Capon Richard J. Lutz, Multivariate Measurement Model and Multiattribute Attitude Theory: A Test of Construct Validity, Journal of Consumer Research Vol.1 March 1975, p1-15 10. Joseph T. Plummer, The Concept and Application Life Style Segmentation, Journal of Marketing, Vol.38 (Jan. 1974) p33-37 11. Leon, G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, Consumer Behavior, 2th ed. (Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall Inc. 1978) p12 12. Plumer, Joseph T., The Concept and Application of Life Style Segmentation, Journal of Marketing, Vol.38 Jan. 1974, p33-37 13. Robert D. Buzzell Robert E. M. Nurse, John B. Matthews & Theodore Lvitt, Marketing: A Contemporary

Analysis, 1974, p53

14. Sidney J. Levy, Symbolism and Life Style, in *Toward Scientific Marketing*, ed. Stephen a Greyser (Chicago: Ama, 1963) p140-150
15. Stephen C. Cosmas, Life style and Consumption Patterns, *Journal of Consumer Research* Vol.8 (March 1982) p453-455
16. Thomas P. Hustad and Edgar a Pessemier, The Development and Application of Psychographics Life Style and Associated Activity and Attitude Measures, in William D. Wells, ed., *Life Style and Psychographics* (Chicago: Ama, 1974) p37
17. Wells, Psychographics: a Critical Review, p197-199
18. Willian Lazar, Life Style Concepts and Marketing, In Stephen Creyser, ed., *Toward Scientific Marketing* (Chicago: Ama, 1963) p140-151
19. Yoram Yind and Paul E. Green, Some Conceptual, Management, and Analytical problems in Life Style Research, in William D. Wells, ed., *Life Style and Psychographics* (Chicago: Ama, 1974) p106
20. Zaltman, Gerald & Philip C. Burger, *Marketing Research Fundamental and Dynamics*, p500-509
21. Zins, Michel A., An Exploration of The Relationship Between General and Specific Psychographic Profiles, In Kenneth L. Bernhardt, ed. *Marketing 1776-1976 and Beyond* (Chicago: Ama, 1976) p507-511
22. James L. Heskett, *Managing in the service economy*