

遊客渡假生活型態與旅遊目的地選擇偏好關係之研究

張嵐蘭、鄭健雄、黃世明

E-mail: 9127918@mail.dyu.edu.tw

摘要

消費者決策的研究領域中，有關消費者本身消費行為與其產品的選擇偏好之間的關聯性，一直乏人問津。因此本研究主要研究目的首在了解不同渡假族群間之目的地偏好差異；其次探討渡假生活型態與目的地偏好之間的線性結構關係。本研究擬以大湖地區358位遊客樣本為例，採用驗證性因素分析、集群分析、探索性因素分析、單因子變異數分析、卡方分析、及LISREL等研究方法，分析結果如下：1.在渡假生活型態部分，確認出家庭旅遊者、遠離現實者、社交聯誼者、週末旅遊者、及享受生活者等五個因素構面，並依集群分析區隔為高級渡假、週末渡假、及家庭渡假等三個族群。2.在旅遊目的地選擇偏好部分，萃取出親子同樂型、渡假遊樂型、特產取勝型、戶外旅遊型、及藝文導向型等五個因素構面。3.家庭渡假族群明顯比其他族群偏好親子同樂型、戶外旅遊型及藝文導向型等目的地。4.親子同樂型目的地之目標市場建議鎖定遠離現實者、社交聯誼者及享受生活者。5.渡假遊樂型目的地之目標市場建議排除遠離現實者。6.特產取勝型目的地之目標市場建議排除家庭旅遊者及遠離現實者。7.戶外旅遊型目的地之目標市場建議鎖定享受生活者。8.藝文導向型的旅遊目的地並沒有特定要鎖定的遊客類型。

關鍵詞：渡假生活型態、旅遊目的地選擇偏好、線性結構關係

目錄

第一章 緒論 第一節 研究緣起--P1 第二節 研究目的--P5 第三節 研究重要性--P5 第二章 文獻探討 第一節 旅遊目的地選擇偏好--P7 第二節 影響旅遊目的地選擇偏好的因素--P15 第三節 渡假生活型態與旅遊目的地選擇偏好的關係--P20 第三章 研究方法 第一節 變項的操作性定義--P30 第二節 研究問題與研究架構--P35 第三節 問卷設計與抽樣方法--P39 第四節 分析方法--P41 第四章 受訪樣本特性分析 第一節 受訪者人口統計分析--P48 第二節 旅遊消費行為分析--P50 第五章 結果與討論 第一節 渡假生活型態與渡假市場區隔--P53 第二節 不同渡假族群間目的地偏好之差異--P63 第三節 渡假生活型態與目的地偏好之線性結構關係--P69 第四節 本章小結--P84 第六章 結論與建議 第一節 結論--P93 第二節 建議--P95 第三節 研究限制--P95 參考文獻 一、中文部分--P97 二、英文部分--P103 附錄 附錄一 決策過程之資訊蒐集及購買決策等階段之過去相關研究--P107 附錄二 84年 - 89年國人出國人數--P107 附錄三 2002國民旅遊生活型態調查問卷--P108 附錄四 職業表--P112 附錄五 LISREL模式中之變項定--P113 附錄六 問題假設四之文獻探討--P116

參考文獻

一、中文部分 1.王國君(1992)，海岸地區遊憩特性及環境偏好之研究 - 以墾丁國家公園南灣海域為例，國立中山大學海洋資源研究所碩士論文。 2.交通部觀光局觀光統計年報，84年-89年。 3.別連蒂(2000)，生活型態白皮書-2000年台灣消費習慣調查報告，台北:商周出版。 4.吳佩芬(1998)，家庭成員對家庭旅遊決策影響程度之研究，私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 5.吳幸容(2002)，行動電話消費者滿意度之研究，私立長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。 6.吳秀珍(2000)，使用者態度與使用行為意向關係之研究---以農產品行銷資訊系統為例，國立中興大學行銷研究所碩士論文。 7.吳國順(1993)，國人出國旅遊市場區隔及消費者行為分析，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。 8.李孟修(2001)，觀光資訊需求結構之研究，私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。 9.李銘輝、曹勝雄、張德儀(1995)，遊憩據點條件對遊憩需求之影響研究，觀光研究學報，1(1)，PP. 25-39。 10.周淑惠(2001)，老年人參加團體旅遊之決策研究，私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 11.周顏孝慈(2001)，旅遊資訊之提供影響旅遊據點印象深度之研究，私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。 12.林佳慧(1997)，國民旅遊目的地形象之研究，國立台灣大學商學研究所碩士論文。 13.林宗賢(1996)，日月潭風景區旅遊意象及視覺景觀元素之研究，私立東海大學景觀研究所碩士論文。 14.林威呈(2001)，台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 15.林原宏(1995)，線性結構模式理論與應用簡介，測驗統計簡訊，3，PP.9-19。 16.林晏州(2000)，遊憩區選擇行為之研究-敘述偏好模式之應用，戶外遊憩研究，13(1)，63-86。 17.林綺瑩(1999)，遊憩涉入與遊憩屬性關係之研究-以日月潭風景區與九族文化村為例，私立東海大學景觀學研究所碩士論文。 18.林佳蓉(2000)，老人生活滿意模式之研究，國立體育學院體育研究所碩士論文。 19.邱杏兒(2001)，線上旅遊產品服務特性對消費者購買決策影響之研究，私立中國文化大學新聞研究所碩士論文。 20.邱家範(1999)，高雄市家戶資源回收行為整合模式研究，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。 21.邵曰道(2000)，親子套裝團體旅遊服務品質與滿意度之研究，私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 22.侯錦雄、林宗賢(2001)，台東地區旅遊渡假區目標市場選擇之探討，觀光研究學報，7(1)，23-34。 23.政大統計所(1991)，國民旅遊模式及遊憩行為分析，交通部觀光局。 24.修慧蘭(1985)，台北市就業者之休閒狀況與休閒倫理觀，國立政治大學心理學研究所碩士論文。 25.高文彬

(1993), 消費者資訊蒐尋行為之研究:以旅行社旅遊團為實證, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。 26.張集毓(1994), 遊憩區市場定位之研究, 國立中興大學園藝學研究所碩士論文。 27.張紹勳(2001), 研究方法, 滄海書局。 28.曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 揚智文化事業股份有限公司。 29.陳水源、李明字、劉淑媚(1986), 遊憩機會系列專論選集, 國立台大森林學研究所遊憩研究室印行 30.陳肇堯(1999), 應用市場區隔理論探討不同類型遊憩區遊客旅遊特性之差異, 戶外遊憩研究, 12(3), 1-20。 31.陳麗如(1994), 遊客對海灘遊憩區環境屬性需求之研究-以墾丁國家公園南灣海灘遊憩區為例, 私立逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。 32.陳麗珠(1994), 國民旅遊決策行為之探討, 私立靜宜大學管理科學研究所碩士論文。 33.傅屏華(1992), 主題園遊客分析及市場區隔之研究-以小人國為例, 私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 34.黃千珊(1999), 家庭生命週期與家庭休閒活動決策歷程之研究-以基隆市核心家庭為例, 國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。 35.黃兆偉(2000), 以台中市居民之旅遊偏好區隔溪頭森林遊樂區遊憩市場之研究, 私立東海大學景觀學研究所碩士論文。 36.黃俊英(2001), 行銷學的世界, 天下遠見出版股份有限公司。 37.黃淑君、薛毓屏、林育慧(1999), 遊憩單車使用者對單車活動的實質環境屬性偏好之研究, 戶外遊憩研究, 12(4), 43-60。 38.黃星榕(2000), 影響服務品質主要構面之探討 - 以元智單一服務櫃檯為例, 國立元智大學工業工程研究所碩士論文。 39.楊玲琇(1994), 國民旅遊之消費行為分析-以台北市地區居民為例, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 40.楊淑媛(2000), 夥伴特質與溝通程度對策略聯盟運作影響之研究-以台灣中小企業為例, 私立銘傳大學國際企業管理研究所碩士論文。 41.葉仲民(1985), 出國旅遊者心理區隔及偏好分析, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。 42.葉怡君(2001), 團體套裝行程決策中父母及小孩角色扮演之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 43.葉展彰(2000), 電視廣告、折價券的發放與兒童對速食餐廳品牌態度及消費意願之相關研究, 私立世新大學觀光事業研究所碩士論文。 44.蔡郁玟(2000), 舞蹈演出現場觀眾市場區隔:生活型態、觀賞動機、訊息來源與類型喜好之研究, 國立體育學院體育研究所碩士論文。 45.劉子豪(1998) 觀光團體全備旅遊知覺風險與資訊蒐尋關聯性之研究---以台北市居民為例, 國立交通大學管理科學研究所碩士論文。 46.劉吉川(1994), 遊客對森林遊樂區與國家公園之遊憩屬性知覺比較, 戶外遊憩研究, 7(4), 11-30。 47.劉忠平(1996), 百貨公司折扣活動對消費者購買傾向之影響:消費者決策模式的應用, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。 48.劉純(2001), 旅遊心理學, 揚智文化事業股份有限公司。 49.劉毓妮、林晏州(1987), 遊客對激流泛舟環境屬性之偏好, 戶外遊憩研究, 6(3), 53-75。 50.劉錦桂(1993), 旅遊目的地選擇之地點特性及其市場區隔之研究, 私立逢甲大學土地管理研究所碩士論文。 51.劉秀雯(2000), 由零售商觀點探討供應商之快速回應能力對行銷通路績效之影響 - 以資訊業零售商為實證研究, 國立彰化師範大學商業教育研究所碩士論文。 52.鄭天爵(1993), 遊憩地點的偏好與選擇行為之探討, 宜蘭農工學報, 6, 185-194。 53.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, 14(3), 57-80。 54.鄭健雄、劉孟奇(2002), 台灣本土化渡假生活型態量表信度與效度之檢定, 服務業行銷管理研討會。 55.鄭健雄、黃裕智、張嵐蘭(2000), 不同景點高級渡假飯店旅客渡假生活型態之比較研究-以墾丁與知本地區為例, 2001休閒、遊憩、觀光研究成果研討會。 56.蕭曉成(2000), 互補性選擇消費行為與購買傾向間之關係研究-以旅遊消費行為為例, 私立中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。 57.謝奇明(2000), 台灣地區休閒農業之市場區隔研究-以消費者需求層面分析, 國立台灣大學農業經濟研究所碩士論文。 58.顏明珠(1994), 連鎖比例法與相對重要度指數法在旅遊地點屬性偏好分析之應用, 戶外遊憩研究, 7(2), 69-85。 59.顏家芝(1994), 旅遊目的地選擇過程及策略之探討, 戶外遊憩研究, 7(1), 105-119。 60.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, 8, 79-102, 中央研究院調查研究工作室。 61.嚴偉翠(1980), 百貨公司商店印象與購買決策之相關性研究, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。 62.觀光業重生再現美麗之島, 天下雜誌, 2001年5月, 60-69。 二、英文部分 1.ANDRESON A. R. (1967). LEISURE, MOBILITY, & LILFE STYLE PATTTTERNS, AMERICAN MARKETING AS -SOCIATION CONFERENCE PROCEEDINGS, WINTER, PP.56. 2.BENTLER, P. M. (1990). COMPARATIVE FIT INDEXES IN STRUCTURE MODELS, PSYCHOLOGICAL BULLE -TIN, 107, PP.238-246. 3.BRUNSON, M. & B. SHELBY (1990). A HIERARCHY OF CAMPSITE ATTRIBUTES SETTING, LEISURE SCI -ENCES, 12, PP.179-209. 4.CROMPOTON, J. L., P. C. FAKEYE & C. LUE (1992). POSITIONING:THE EXAMPLE OF THE LOWER R -IO GRANDE VALLEY IN THE WINTER LONG STAY DESTINATION MARKET, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 31(2), PP.20-26. 5.ENGEL, J. F., BLACKWELL, R. D., & KOLLAT, D. (1987). CONSUMER BEHAVIOR 3RD ED., HINSDALE, ILL.: DRYDEN PRESS. 6.FAKEYE P. C. & J. L. CROMPOTON (1991). IMAGE DIFFERENCES BETWEEN PROSPECTIVE, FIRST-TIME, & REPEAT VISITORS TO THE LOWER RIO GRANDE VALLEY, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 30(2), PP. 10-166. 7.FESENMAIER, D. R. (1988). INTEGRATING ACTIVITY PATTERNS INTO DESTINATION CHOICE MODEL, JOURNAL OF LEISURE RESEARCH, 20(3), PP.175-191. 8.GABR, H. S. (1993). ENHANCING TH VISUAL ATTRIBUTES OF URBAN WATERFRONTS FOR TOURISM, UNP -UBLISHED DISSERTATION, UNIVERSITY OF WISCONSIN, MILWAUKEE. 9.GARTNER, W., (1989). TOURISM IMAGE:ATTRIBUTE MEASUREMENT OF STATE TOURISM PRODUCTS USI -NG MULTIDIMENSIONAL SCALING TECHNIQUES, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 28(2), PP.16-20. 10.GARTNER, W., (1989). TOURISM IMAGE:ATTRIBUTE MEASUREMENT OF STATE TOURISM PRODUCTS USI -NG MULTIDIMENSIONAL SCALING TECHNIQUES, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 28(2), PP.16-20. 11.GUNN, C., (1988), VACATIONSCAPES:DESINGING TOURIST REGIONS, NEW YORK:VAN NOSTRAND REI -NHOLD, PP.23-26, 50-52, 55 12.HARRIS, C. C., B. L. DRIVER, & E. P. BERGERSEN (1984).DO CHOICES OF SPORT FISHERIES REF -ECT ANGLER PREFERENCES FOR SITE ATTRIBUTES? IN USDA FOREST SERVICE GTR INT-184, PP.46-54. 13.HU, Y. & J. R. BRENT RITCHIE (1993). MEASRUING DESTINATION ATTRACTIVENESS:A CONTEXTURAL APPROACH, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 32(2), PP.25-34. 14.JORESKOG, K. G. & D. SORBOM (1989), LISREL 7-A GUIDE TO THE PROGRAM & APPLICATIONS, 2TH EDS., CHICAGO: SPSS PUBLICATIONS. 15.JORESKOG, K. G. & D. SORBOM (1993), DOS EXTENDER LISREL 8.03, CHICAGO : SCIENTIFIC SOFT -WARE INTERNATIONAL, INC.. 16.JORESKOG, KARL G. & DAG SORBOM (1995), LISREL & STRUCTUAL

EGUATIONMODELING WITH THE SIM -PLIS COMMAND LANGUAGE, HOMEWOOD, & CONTROL, 7TH ED., ENGLEWOOD, CLIFF, NEW JERSEY: PRE -NTICE HALL. 17.KOTLER, P. (1992). MARKETING MANAGEMENT: ANALYSIS、 PLANNING、 IMPLEMENTATION AND CONTROL, 6TH ED. 陳振遠、陳振田譯, 行銷管理-分析、規劃與控制, 五南圖書出版公司, 81年4月。 18.KOTLER, P. (1994), MARKETING MANAGEMENT: ANALYSIS、 PLANNING、 IMPLEMENTATION AND CONTROL, 8TH ED., PRENTICE-HALL INYRTNSYIONSLS RFIYIOND, P.174. 19.KOTLER, P. (1997), MARKETING MANAGEMENT: ANALYSIS、 PLANNING、 IMPLEMENTATION AND CONTROL, 9TH ED., PRENTICE-HALL, NEW JERSEY. 20.LAZER, W. (1963), LIFE STYLE CONCEPTS AND MARKETING IN STEPHEN GREYSER(ED.), TOWARD SCI -ENTIFIC MARKETING, PP.140-151. CHICAGO: AMERICAN MARKETING ASSN. 21.LUE, C., J. L. CROMPOTON, & W. P. STEWART (1996). EVIDENCE OF CUMULATIVE ATTRACTION IN MULTIDENSTINATION RECREATIONAL TRIP DECISIONS, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 35(1), PP.41 -49. 22.MOUTINHO, L., (1988). AMUSEMENT PARK VISITOR BEHAVIOR- SCOTTISH ATTITUDES, TOURISM MANA -GEMENT, 9(4), PP.291-300. 23.PLUMMER, J. T. (1974). THE CONCEPT AND APPLICATION OF LIFE STYLE SEGMENTATION, JOURNAL OF MARKETING, 38, PP.33-37. 24.PYO, S., B. J. MIHALIK, & M. UYSAL (1989). A TAXONOMY OF LEISURE PURCHASE DECISION PARA -DIGMS BASED ON LEVEL OF INVOLVEMENT, JOURNAL OF LEISURE RESEARCH, 25(2), PP.182-202. 25.REYNOLDS, F. D. & W. R. DARDEN, (1974). CONSTRUCTING LIFE STYLE AND PSYCHOGRAPHICS, IN W. D. WELLS(ED.), LIFE STYLE AND PSYCHOGRAPHICS, PP.174, CHICAGO:AMERICAN MARKETING AS -SN. 26.TELISMAN-KOSUTA, N. (1989). TOURIST DESTINATION IMAGE, IN TOURISM MARKETING AND MANAGE -MENT HANDBOOK, EDITED BY S. F. WITT AND L. MOUTINHO. UK:PRENTICE HALL, PP.557-561. 27.THACH , S. V. & C. N. AXINN (1994). PATRON ASSESSMENTS OF AMUSEMENT PARK ATTRIBUTES, JOU -RNAL OF TRAVEL RESEARCH, 32(3), PP.51-60. 28.THACH S. V. & C. N. AXINN (1994). PATRON ASSESSMENTS OF AMUSEMENT PARK ATTRIBUTES, JOUR -NAL OF TRAVEL RESEARCH, 32(3), PP.51-60. 29.UM, S., & J. L. CROMPOTON (1992). THE ROLES OF PERCEIVED INHIBITORS AND FACILITATORS IN PLEASURE TRAVEL DESTTINATION DECISIONS, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 1(3), PP.18-25. 30.UM, S., & J. L. CROMPTON (1992). THE ROLES OF PERCEIVED INHIBITORS AND FACILITATORS IN PLEASURE TRAVEL DESTINATION DECISIONS, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 31(3), PP.18-25. 31.WELLS, W. D. & D. J. TIGERT, (1968). A CONSUMER ATTITUDE INVENTORY, UNPUBLISHED PAPER PRESENTED, CONFERENCE OF AMA. 32.WIND, Y. & GREEN, P. E., (1974). SOME CONCEPTUAL, MEASUREMENT, AND ANALYTICAL PROBLEMS IN LIFE STYLE RESEARCH, IN W. D. WELLS(ED.), LIFE STYLE AND PSYCHOGRAPHICS, PP.99-126, CHICAGO:AMERICAN MARKETING ASSN. 33.WOODSIDE A. G. & S. LYSONSKI., (1989). A GENERAL MODEL OF TRAVLER DESTINATION CHOICE, JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH, 27, PP.8-14.