

員林居民對家庭旅遊動機、旅遊類型與旅遊決策之知覺研究

吳柏良、莊麗君

E-mail: 9421109@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來因經濟發展帶動大眾消費能力的增強，國人對生活品質日益重視，對於旅遊需求亦逐漸增加，尤其是家庭旅遊市場更具高度發展空間與無限商機。此外，家庭成員之間對於家庭旅遊決策往往看法各異，不同成員在旅遊消費過程中扮演舉足輕重的角色，在購買行為上，亦具備相當之影響力。本研究係透過不同家庭型態之家庭成員，瞭解其旅遊動機、旅遊類型選擇之認知，並藉此探討夫妻在旅遊決策方面之差異與相互影響程度，供業者作為吸引家庭成員及改善本身遊憩及環境設施之參考。以彰化縣員林鎮之家戶為本研究對象，共計發放318份問卷，全數回收皆為有效問卷，問卷訪談資料經過描述性統計、變異數、Scheffe事後檢定及Pearson積差相關等統計分析方法進行研究探討，研究結論有下列數點。一、身心放鬆、抒解壓力、培養親子感情以及增進與他人互動機會為家庭旅遊之主要動機。二、家庭旅遊地點之選擇著重場所安全、適合親子同遊、富教化娛樂功能，以及具備整潔完善之公共設施。三、夫妻雙方乃一般家庭旅遊之主要決策影響者。四、善於規劃家庭旅遊活動有助於增進感情並提升休閒生活品質。五、夫妻對家庭旅遊決策認同度高，但太太較能考量孩子之意見。文末就研究結果進行討論，並提出數項建議，作為業者與後續研究者之參考。

關鍵詞：家庭型態、旅遊動機、旅遊類型、旅遊決策

目錄

封面內頁 簽名頁 博碩士論文電子檔案上網授權書 iii 中文摘要 v 英文摘要 vi 誌謝 viii 目錄 ix 圖目錄 xi 表目錄 xii 第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的與假設 5 第三節 名詞解釋 6 第四節 研究範圍與對象 7 第二章 文獻探討 9 第一節 旅遊動機 9 第二節 旅遊類型 21 第三節 旅遊決策 32 第四節 家庭旅遊 42 第三章 研究方法 51 第一節 研究架構與假設 51 第二節 研究設計與操作型定義 53 第三節 抽樣設計 58 第四節 資料分析方法 61 第四章 研究結果與分析 64 第一節 家庭型態與旅遊動機及類型之敘述性分析 64 第二節 不同家庭型態其旅遊動機之差異性分析 68 第三節 不同家庭型態其旅遊類型之差異性分析 75 第四節 旅遊動機與旅遊類型之相關性分析 82 第五節 旅遊決策之分析 83 第五章 結論與建議 90 第一節 研究結果摘要 90 第二節 結論與討論 97 第三節 對業者之建議 101 第四節 對未來研究之建議 103 參考文獻 106 一、中文部分 106 二、英文部分 111 附錄一 正式問卷 115

參考文獻

一、中文部分 1.交通部觀光局。(1992)。台灣地區觀光遊憩系統開發計劃。台北:交通部觀光局。2.交通部觀光局。(2000)。國人國內旅遊狀況調查報告。台北:交通部觀光局。3.交通部觀光局。(2002)。國人旅遊狀況調查報告。台北:交通部觀光局。4.行政院。(2002)。挑戰2008國家發展重點計劃。台北:行政院。5.何妍璘、林晏州。(1998)。山岳資源吸引遊客因素之探討:以奮起湖風景區為例。第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果研討會論文集。休閒理論與遊憩行為, 75~89頁。6.吳佩芬。(1998)。家庭成員對家庭旅遊決策影響程度之研究。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。7.吳忠宏、黃宗成。(2001)。玉山國家公園管理處服務品質之研究:以遊客滿意度為例。國家公園學報, 11(2), 117~135頁。8.吳國順。(1993)。國人出國旅遊市場區隔及消費者行為分析。中央大學企業管理研究所碩士論文。9.李銘輝。(1998)。觀光地理。台北:揚智文化。10.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卷1期, 25~39頁。11.林威呈。(2001)。台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究。中山大學企業管理學系研究所碩士論文。12.林展永。(1991)。青少年在家庭購買決策中所任角色之研究:以臺北市之家庭為研究對象。東吳大學管理學研究所碩士論文。13.林晏州。(1984)。遊憩者選擇遊憩區行為之研究。都市與計畫, 10期, 33~49頁。14.林鈺穎。(2000)。情境因素對選擇遊樂區影響之研究。臺灣大學園藝學研究所碩士論文。15.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。東海大學景觀學研究所碩士論文。16.憬。(1993)。運用LISREL模式探討遊客滿意度之研究:以花蓮縣為例。東華大學企業管理學系碩士論文。17.林靈宏。(1994)。消費者行為學(初版)。台北:五南圖書。18.洪淑麗。(1999)。夫妻工作異動的交互影響 台灣的實證研究。淡江大學產業經濟學系碩士論文。19.侯錦雄。(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。台灣大學園藝研究所博士論文。20.侯錦雄、林宗賢。(1996)。日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討。戶外遊憩研究, 9卷1期, 57~77頁。21.涂淑芳譯。(2001)。(Bammel & L. Burrus-Bammel原著)。休閒與人類行為。台北:桂冠圖書。(原著出版年:1982年)。3、272頁。22.張老師。(2002)。親子科學活動輯要。12月, 第17期, 80-84頁。台中:國立臺中圖書館。23.張春興。(1994)。張氏心理學辭典。台北:東華書局。24.張逢琪。(2003)。旅遊目的地選擇決策行為:以台灣原住民文化園區為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。25.張蘭蘭。(2002)。遊客渡假生活型態與旅遊目的地選擇偏好關係之研究。

大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。26.曹勝雄。(2001)。觀光行銷學(初版)。台北:揚智文化。27.望熙娟。(1992)。戶外遊憩區淡旺季問題及其改善策略研究。中興大學都市計劃研究所碩士論文。28.許筱梅。(1995)。青少年知覺父母教養方式與其情緒穩定之相關研究。彰化師範大學輔導研究所碩士論文。29.莊惠安。(2003)。感官追求與國內旅遊行為之研究:以台北市大學生與國際學生為例。中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。30.陳思倫、劉錦桂。(1992)。影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究。戶外遊憩研究,5卷2期,39~70頁。31.陳思倫、林連聰、歐聖榮。(1997)。觀光學概論(第一版)。空中大學。32.陳麗珠。(1994)。國民旅遊決策行為之探討。靜宜大學管理科學研究所碩士論文。33.游常山。(2001)。天下雜誌。319鄉向前行(中):員林,7月,200~204頁。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。高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。35.黃宗成、黃躍雯、余幸娟。(2000)。宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究。戶外遊憩研究,13卷3期,23~48頁。36.黃昭元、林鈺雄。(2004)。公務人員服務法第十一條。學林綜合小六法(11版),B-49頁。台北:學林文化。37.黃錦照。(2001)。田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。38.楊文壽。(2001)。行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關聯性研究。交通大學經營管理研究所碩士論文。39.楊玲琇。(1994)。國民旅遊之消費行為分析:以台北市地區區民為例。中山大學企業管理研究所碩士論文。40.彰化縣政府。(2001a)。彰化縣統計要覽。彰化縣政府主計室編。彰化:彰化縣政府。41.彰化縣政府。(2001b)。彰化縣綜合發展計畫期中報告。中央大學城鄉建設與發展研究中心編著。彰化:彰化縣政府。42.劉伶綺。(2001)。團體套裝旅遊決策研究:以家庭生命週期觀點。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。43.劉純。(2001)。旅遊心理學。台北:揚智。88~102頁。44.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。逢甲大學土地管理研究所碩士論文。45.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期,185~194頁。46.鄭珮琳。(1994)。父母及青少年在家庭購買決策過程中所擔任角色之研究。以台北市家庭為例。中央大學企業管理研究所碩士論文。47.鮑敦瑗。(2000)。溫泉旅館遊客市場區隔分析之研究。以知本溫泉為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。48.舜日。(1992)。假日遊客之遊憩活動參與分析。淡江大學管理科學研究所碩士論文。49.謝文雀譯。(2001)。(Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. 原著)。Consumer Behavior消費者行為(第二版)。台北:華泰。(原著出版年:1995年)50.謝淑芬。(1995)。觀光心理學。台北:五南圖書。51.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卷1期,105~119頁。52.嚴如鈺。(2002)。民宿使用者消費型態之研究。輔仁大學生活應用科學研究所碩士論文。53.人民網。(2001)。用好親子時間。2004年8月9號。取自: <http://past.people.com.cn/BIG5/kejiao/230/6941/6284/20010928/572462.html>。54.員林鎮戶鎮事務所。(2004)。全鎮人口數統計表。2004年4月5號。取自: <http://www.chyl.gov.tw/> 二、英文部分 1.American Psychological Association (2001). Publication manual of the American Psychological Association (5th ed.). Washington, DC: Author. 2.Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation, Journal of Leisure Research, 15(3), pp. 219-228. 3.Crandall, R. (1980). Motivations for leisure, Journal of Leisure Research, 12(1), pp. 45-54. 4.Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation, Annals of Tourism Research, 6, pp. 408-424. 5.Davis, H. L. (1976), Decision making within the household. Journal of Consumer Research 2, (March), pp. 241-260 6.Davis, H. L., & Rigaux, B. P. (1974), Journal of Consumer Research, 1, pp. 51-62. 7.Engel, J. E., Blackwel, R. D., & Kollat, D. T. (1993). Consumer Behavior. (7th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press. 8.Filiatrault, P., & Ritchie, J. R. (1980). Joint purchasing decision: A comparison of influence structure in family and couple decision making units, Journal of Consumer Research, 7 (September), pp. 131-140. 9.Foxman, E. R., & Tanhusaj, P. S. (1988). Adolescents and mother perception of relative influence in family purchase decision : Patterns of agreement and disagreement, Advances in Consumer Research, 15, pp. 449-453. 10.Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). Consumer behavior: An applied approach (1st ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 11.Howard, D. R., & Madrigal, R. (1990). Who makes the decision: The parent or the child? The perceived influence of parent and children on the purchase of recreation services, Journal of Leisure Research, 22(3), pp. 245. 12.Jenkins, R. L. (1978). Family vacation decision making, Journal of Travel Research, 16, pp. 2-7. 13.Jenkins, R. L. (1979). The influence of children in family decision making: Parents perception, Advance in Consumer Research, 7, pp. 413-416. 14.Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). Principles of marketing (8th ed.), Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 15.McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). Tourism: Principles, practices, and philosophies. New York: Wiley. 16.Mowen, J. C. (1987). Consumer Behavior, New York: Macmillan Publishing Company. pp. 305-335. 17.Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). Consumer Behavior (5th ed), Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 18.Oppermann, M. (1995). Family life cycle and cohort effects: A study of travel patterns of German residents, Journal of Travel and Tourism Marketing, 4(1), pp. 23-44. 19.Parrinello, G. L. (1993). Motivation and anticipation in post-industrial tourism. Annals of Tourism Research, 20, pp. 232-248. 20.Solberg, E. J., & David, C. W. (1992). Family time use: Leisure, home production, market work, and work Related travel, Journal of Human Resources, pp. 485-510 21.Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). Consumer behaviour in tourism, Woburn, MA: Butterworth-Heinemann 22.Swinyard, W. R., & Sim, C. P. (1987). Perception of children's influence on family decision processes. The Journal of Consumer Marketing, 4(1), pp. 25-38. 23.Szybillo, G. J., Sosanie A. K., & Tenenbein A. (1979), Family member influence in household decision making, Journal of Consumer Research, 6 (December), pp 312-316. 24.Vincent, C. S., Hailin, Q., & Raymond C. (2001). The relationship between vacation factors and socio-demographic and traveling characteristics: The case of Japanese leisure travelers. Tourism Management, 22(3), pp. 259-269. 25.Woodside, A. G., & Carr, J. A. (1988). Consumer decision making and competitive marketing strategies: Applications for tourism planning, Journal of Travel Research, pp. 2-7. 26.Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. Journal of Travel Research, 27(4), pp. 8-14. 27.Woodside, A. G., & Sherrell, D. (1977). Traveler evoked, inept, and inert sets of vacation destinations, Journal of Travel Research, 16, pp. 14-18.