

溫泉區遊客之生活型態、旅遊動機、消費行為關係之研究-以廬山地區為例

陳彥龍、李俊憲

E-mail: 9501037@mail.dyu.edu.tw

摘要

中文摘要 泡湯養生的健康概念及旅遊賞景的舒壓功能，長久以來受到人們的青睞與肯定。此一趨勢帶動的泡湯風潮，誓必對溫泉區之旅遊及溫泉相關產業影響鉅大，若業者能體認趨勢及早做好因應策略，必能助長業績。反之，若對遊客之生活型態、旅遊動機及最關鍵的消費行為，不夠瞭解，未能訂出符合遊客需求的服務方案，將會逐漸喪失商機降低競爭力，最後被同業所取代。本研究主要目的在探討溫泉區遊客之生活型態、旅遊動機及消費行為各變項間之差異。整理國內外有關文獻，參考相關理論與研究，建立「生活型態量表問卷」、「旅遊動機量表問卷」及人口統計變項與消費行為等資料。以週末假日實際在廬山溫泉區泡湯、賞景、消費的遊客為主要研究對象，採立意抽樣方式，對580份有效問卷，採描述性統計、交叉編表、t-檢定、單因子變異數分析、信度分析、卡方檢定、集群分析等統計方法進行資料分析。探討內容包括，消費行為在不同溫泉區遊客其生活型態、旅遊動機之差異。根據研究分析結果，探究其意涵，對後續研究者提供建議與方向，對業界與政府而言，則能因應不同遊客，設計出具體可行的行銷策略與服務方案，以提昇本身的核心競爭力，確保競爭優勢，促成整體溫泉區相關產業之蓬勃發展。

關鍵詞：生活型態、旅遊動機、消費行為

目錄

目錄封面內頁	簽名頁	授權書	iii	中文摘要	iv	誌謝	vi	目錄	vii	圖目錄	ix	表目錄	x	第一章 緒論	1	1.1 研究背景與動機	1	1.2 研究問題	3	1.3 研究目的	3	1.4 研究流程	4	1.5 研究範圍與限制	4	第二章 文獻探討	5	2.1 溫泉相關研究	5	2.2 旅遊動機	7	2.3 生活型態	15	2.4 消費行為	20	第三章 研究方法	24	3.1 研究架構	24	3.2 研究假設	25	3.3 問卷操作性定義	25	3.4 資料蒐集方法	31	3.5 資料分析方法	31	第四章 資料分析	33	4.1 問卷信度分析	33	4.2 人口統計變項及溫泉區消費行為描述性統計	34	4.3 假設驗證	42	4.4 小結	61	第五章 結論與建議	62	5.1 結論	62	5.2 建議	68	5.3 研究限制與後續研究建議	73	參考文獻	74	一、中文部份	74	二、英文部份	77	附錄 研究問卷	80	圖目錄	圖2-1 刺激 - 反應模式	9	圖2-2 動機 - 行為模式	9	圖2-3 Dugree 之動機歷程模式	10	圖3-1 研究架構圖	24	表目錄	表2-1 生活型態之定義彙整表	16	表2-2 生活型態所涵蓋的層面	18	表3-1 生活型態問項表	26	表3-2 旅遊動機問項表	28	表4-1 問卷分量表Cronbach's 係數表	33	表4-2 人口統計變項及溫泉區消費行為樣本次數統計表	34	表4-2 人口統計變項及溫泉區消費行為樣本次數統計表(續)	35	表4-3 人口統計變項及溫泉區消費行為併項後次數統計表	39	表4-3 人口統計變項及溫泉區消費行為樣本次數統計表(續)	40	表4-4 遊客之一般生活型態集群分析命名表	41	表4-4 遊客之一般生活型態集群分析命名表(續)	42	表4-5 消費行為與生活型態集群之Pearson卡方檢定值彙總表	43	表4-6 遊伴與生活型態集群之卡方檢定統計表	43	表4-7 停留時間與生活型態集群之卡方檢定統計表	44	表4-8 住宿價位與生活型態集群之卡方檢定統計表	45	表4-9 溫泉區內消費金額與生活型態集群之卡方檢定統計表	46	表4-10 旅遊主要目的與生活型態集群之卡方檢定統計表	47	表4-11 去年至今到遊次數與生活型態集群之卡方檢定統計表	48	表4-12 資訊來源與生活型態集群之卡方檢定統計表	49	表4-13 到遊經驗與生活型態集群之卡方檢定統計表	50	表4-14 再遊意願與生活型態集群之卡方檢定統計表	51	表4-15 遊伴與旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	52	表4-16 停留時間與旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	53	表4-17 住宿價位與旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	54	表4-18 消費金額與其旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	55	表4-19 旅遊主要目的與旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	56	表4-20 去年至今到遊次數與旅遊動機各構面F檢定統計表	57	表4-21 遊客資訊來源與旅遊動機各構面F檢定統計表(N = 580)	58	表4-22 遊客過去到遊經驗與旅遊動機t檢定分析表(N = 580)	59	表4-23 再遊意願與其生活型態及旅遊動機檢定分析表(N = 580)	59	表4-24 遊客生活型態集群與旅遊動機構面F檢定表(N = 580)	60	表5-1 研究假設驗證結果摘要表	64
--------	-----	-----	-----	------	----	----	----	----	-----	-----	----	-----	---	--------	---	-------------	---	----------	---	----------	---	----------	---	-------------	---	----------	---	------------	---	----------	---	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	-------------	----	------------	----	------------	----	----------	----	------------	----	-------------------------	----	----------	----	--------	----	-----------	----	--------	----	--------	----	-----------------	----	------	----	--------	----	--------	----	---------	----	-----	----------------	---	----------------	---	---------------------	----	------------	----	-----	-----------------	----	-----------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------------------	----	----------------------------	----	-------------------------------	----	-----------------------------	----	-------------------------------	----	-----------------------	----	--------------------------	----	----------------------------------	----	------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	----	------------------------------	----	-----------------------------	----	-------------------------------	----	---------------------------	----	---------------------------	----	---------------------------	----	---------------------------------	----	-----------------------------------	----	-----------------------------------	----	------------------------------------	----	-------------------------------------	----	------------------------------	----	-------------------------------------	----	------------------------------------	----	-------------------------------------	----	------------------------------------	----	------------------	----

參考文獻

參考文獻 一、中文部份 1.方怡堯(2002)。溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究 - 以北投溫泉為例。國立臺灣師範大學運動休閒管理研究所碩士論文。 2.王文科(2002)。教育研究法(第七版)。台北:五南圖書。 3.王昭正、劉威昌、鍾政偉(2002)。溫泉旅館消費者行為之研究-以知本溫泉為例。「e世紀的挑戰」國際學術研討會。 4.王碧嬋(1998)。消費者動機、服務品質與購後行為關係之研究。國立中正大學企業管理研究所碩士論文。 5.朱仁敬(2000)。跨國消費者市場區隔比較研究。淡江大學國際貿易所碩士論文。 6.吳坤銘(1988)。遊客行為研究架構之探討。台灣林業, 14(9), 29-35。 7.吳英偉、張國謙、蕭元哲(2003)。遊客認知溫泉活動健康休閒之比較研究 - 以台灣南北溫泉區為例。高雄餐旅學報, 6, 55-74。 8.吳國順(1993)。國人出國旅遊市場區隔及消費行為分析。國立中央大學企管研究所碩士論

文。9.李維青(1997)。吐魯番旅遊資源與遊客旅遊動機分析。新疆社會經濟(中國), 4, 60-63。10.林中文(2001)。溫泉遊憩區市場區隔之研究 - 以礁溪溫泉區為例。國立東華大學企業管理學系碩士論文。11.林威呈(2000)。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。12.林盈錫(2000)。從生活型態觀點探討產品企劃之策略。國立成功大學工業設計研究所碩士論文。13.孫仁和(1999)。溫泉遊憩區遊客特性之研究 - 以北投、陽明山、馬槽溫泉遊憩區為例。私立銘傳大學管理科學研究所碩士論文。14.徐光輝(1998)。台灣休閒農業之消費者行為分析。國立台灣大學農業經濟研究所未出版博士論文。15.婁世娣(2002)。旅遊動機及其激發。經濟經緯(中國), 1, 70-73。16.張春興(1988)。知之歷程與教之歷程: 認知心理學發展及其在教育上的應用。教育心理學報, 21, 17-38。17.張恩忠(1999)。自費健康檢查民眾生活型態與特質研究, 長庚大學管理學研究所醫務管理組碩士論文。18.張潤書(1980)。組織行為與管理。台北:五南圖書。19.張衛紅(1999)。旅遊動機定量分析及其對策研究。山西財經大學學報(中國), 21(4), 100-103。20.陳皆榮(1996)。動機與休閒活動之相關性研究。北技術學院學報, 29(1), 203-219。21.陳桓敦(2002)。台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究。世新大學觀光研究所碩士論文。22.黃志成、賴珮如(2001)。溫泉開發管理方案影響認知之探討 - 以谷關溫泉區為例。第一屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營研討會論文集, 181-191。23.楊萬全(2001)。台灣的溫泉。人文及社會學科教學通訊, 12(1), 32-50。24.劉純(2000)。走向大眾化旅遊的社會-論現代旅遊行為與動機。內蒙古大學學報(中國), 32(4), 98-102。25.劉曉琪(2001)。民眾對園藝產業活動之態度與體驗研究。國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。26.蔡智仁(1997)。都市俱樂部市場區隔與定位分析之研究。淡江大學管理科學研究所碩士論文。27.蔡瑞宇(1996)。顧客行為學(1版)。台北:天一圖書。28.鄭健雄, 劉孟奇(2001)。墾丁地區遊客度假生活型態與休閒消費行為之研究。台灣旅遊趨勢研討會, 14(3), 57-80。29.鄭瀛川(1984)。生活型態對職業婦女工作與休閒關係的影響。國立政治大學心理研究所碩士論文。30.盧瑞陽(1993)。組織行為:管理心理導向。華泰書局。31.賴珮如(2001)。谷關溫泉觀光發展認知之研究。國立台灣大學農業工程研究所碩士論文。32.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研究所碩士論文。33.謝淑芬(1994)。觀光心理學。台北:五南出版社。34.簡仁傑(1985)。台北市男士保養化妝品使用者生活型態之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。35.蘇天進(1986)。進口休閒服潛在市場之開發研究-台北市之實證研究。淡江大學管理科學研究所碩士論文。

二、英文部份

1. Anderson, E. W., Cales F. & Donald R. L. (1967). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden, *Journal of Marketing*, Vol.58, 53-66.
2. Cofer Charles & Motimer Appley (1964). *Motivation Theory and Research*, 2-3, New York: John Wiley and Sons.
3. Engel, J. F., Blackwell, R. D., Kollat, D. T. (1987). *Consumer Behavior* (3rd ed.). Hinsdale: The Dryden Press.
4. Fluker, M. R., & Turner, L. W. (2000). Needs, motivations, and expectations of a commercial whitewater rafting experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380-389.
5. Hawkins, D., Roger, J. B. & Kenneth, A. C. (1995). *Consumer Behavior*.
6. Iso-Ahola, Seppo E. & Joe R. Allen (1982). The Dynamics of Leisure Motivation : the effects of outcome on leisure needs. *Research Quarterly for Exercise and Sport* , 53(2), 764-782.
7. J. Dumazedier (1974). *Sociology of leisure*. New York: Elsevier.
8. Jeffrey F. Dugree et al. (1996). Observations: Translating Values into Product Wants. *Journal of Advertising Research*, 36(6), 90-99.
9. Keller, J. (1983). Motivation Design of Instruction. As Overview of Their Current Status, 383-434.
10. Kelly, George A. (1955). *The Psychology of personal Constructs* , Vol. I, New York : W.W Norton & Co..
11. Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, & Control* (7th ed.) , p164, N.J.: Prentice - Hall, Inc.
12. Lazer, W. (1963). Life Style Concepts and Marketing. *Toward Scientific Marketing*, Proceedings of the AMA, 130-139.
13. Mayo, E. J. & Jarvis, P. L. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*. Boston, MA: CBI Publishing Co., Inc.
14. McIntosh, Robert, & Shashikant Gupta (1977). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* , Columbus, Ohio: Grid, Inc.
15. Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 34.
16. Reynolds, F. D., & Darden, W. R. (1974). Constructing Life Style and Psychographics. In Wells W. D. (Ed.), *Life Style and Psychographics*, pp.174, Chicago: American Marketing Assn.
17. Schiffman, L. G., & L. L. Kanuk (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Prentice Hall, Inc.
18. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1983). *Consumer Behavior*, Bookstore, New York, pp.49.
19. Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. N Y: John, Wiley & Sons.
20. Weber, Max (1958). *Essay in Sociology*, New York : Oxford University Press , pp.300.
21. William D. Wells (1975). Psychographics: A Critical Review, *Journal of Marketing Research*, Vol. XII, 196-213.
22. Williams, R. J. (1957). Is It True What They Say About Motivation Research? . *The Journal of Marketing*, Vol. XXII, 125-133.
23. Wind, J., & Green, P. (1974). Some conceptual, measurement, and analytical problem in life style research, *Life style and psychographics*. Chicago: American Marketing Association, 100-125.