

The Research of Life Style、 Shopping Site of The Foreigners in Taiwan on Consumer Behavior

楊承浩、王學銘

E-mail: 9501092@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The trading activity or products selling plan in our traditional domestic market just focus on internal people. But right now the consumption of foreigner in Taiwan is more than before, it also shows us how the important to research about the daily life, favor and culture of foreigner in Taiwan. What is the background of the foreigner? What is their living style? Why is their main consumption? Where is their primary shopping site? Do they have any special shopping characteristic? We can gain some effective information by research the subject above and by using them to create difference an management strategy, to evaluate the opportunity of new market, to choose the proper market district in order to raising the effectiveness of our selling strategy. Therefore, these research attempts to know the characteristics and difference about living style, shopping site and consumption activity by crossing analysis. And hope this results can give the manager some useful advices. This research is by investigating 400 foreign consumers in Taipei, and 296 questionnaires is effectively. And by using the exploratory factor analysis, ANOVA and Chi-square, to know the difference in every single foreigner. The results show us the relationship between living style, shopping site, and consumption activity and population analysis item. And different life type and shopping place also show us an remarkable discrepancy. Otherwise, the difference nationality consumers also have a lot of difference in this result.

Keywords : Foreigners ; Life Style ; Shopping Site ; Consumer Behavior ; Factor analysis

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 x 第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究範圍及對象 4 第四節 研究流程 5 第二章 文獻探討 6 第一節 生活型態 6 第二節 消費行為 12 第三節 生活型態對消費行為之相關研究 20 第四節 購物地點對消費行為之相關研究 21 第三章 研究方法 24 第一節 研究架構 24 第二節 研究推論與假說 25 第三節 操作性定義與衡量 28 第四節 研究對象與抽樣過程 30 第五節 問卷設計 31 第六節 資料分析方法 32 第四章 資料分析 34 第一節 前測分析 34 第二節 信度與效度分析 34 第三節 基本資料分析 36 第四節 生活型態之分析 43 第五節 人口統計變項對各構面之影響 47 第六節 生活型態、購物地點對消費行為之分析 56 第七節 研究假說檢定結果彙整 64 第五章 結論 67 第一節 研究討論與發現 67 第二節 研究意涵 74 第三節 研究建議及研究限制 78 參考文獻 80 附錄一 問卷 89 附錄二 Questionnaire 93

REFERENCES

參考文獻 一、中文部分 1. 王文義(1997), 購物中心規劃指南, 第一版, 台北, 遠流出版公司。 2. 李應良(2000), 大型購物中心之潛在消費者研究 以台中市中華城為例, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文 3. 沈迪銘(1994), 商店印象、商店選擇與惠顧行為之關係研究, 中山大學企業管理研究所碩士論文。 4. 別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書, 台北, 商周出版。 5. 邱淑雯(1999), 在地國際化之外籍新娘在地化:就讀嘉義地區國小補校的外籍新娘之社會生活。「台灣社會問題研究」學術研討會論文。 6. 林資敏, 陳德文(1999), 生活型態行銷 ALL IN ONE, 初版, 台北縣市:奧林文化。 7. 林資敏(1998), X + Y + N 世代行銷, 初版, 台北縣市:奧林文化。 8. 林靈宏(2000), 消費行為, 初版, 台北縣市:五南。 9. 林靜旻(2000), 「生活型態與產品設計策略關係之研究 - 以行動電話為例」, 國立台灣科技大學工程設計研究所設計學程碩士論文。 10. 林雯華(2000), 「連鎖速食餐廳消費者生活型態與折價卷使用態度及行為之相關研究」, 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 11. 林佩儀(2000), 「企業經理人之知覺品質品牌連想生活型態與消費行為相關聯性之研究 - 以國際觀光旅館業為例」, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。 12. 林存德(1999), 零售危機電腦化的危機與契機, 資訊與電腦6月號, pp57-63。 13. 林專玲、陳正倉(1999), 統計學---方法與應用, 台北:雙葉書廊。 14. 吳萬益、林清河山(2000), 企業研究方法, 初版, 台北:華泰書局。 15. 周美秀(1994), 台北縣市百貨公司商店印象與惠顧行為關係之研究, 銘傳管理學院管科所碩士論文。 16. 周泰華、杜富燕(1997), 零售管理, 台北:華泰書局。 17. 高丘蓉(1997), 連鎖便利商店與大型量販店商店印象及購買決策之比較研究, 私立淡江大學國貿所碩士論文。 18. 馬友蕙(1991), 主力商店選擇與消費者對大型購物中心評估之關連性探討, 元智大學管理研究所碩士論文。 19. 唐雪萍(1991), 倉庫型銷售店消費者購買行為之研究, 中興大學企業管理研究所碩士論文 20. 夏曉鵬(1997), 女性身體的貿易:台灣/印尼新娘貿易的階級與族關係與性別分析。騷動, 4, 頁10-21。 21. 夏曉鵬(2002), 外籍新娘現象媒體建構。台灣社會研究季刊, 四十期, 頁153-196。 22. 陳明分(1991), 顧客商店印象之研究---以台南地區良美、東帝士及遠東百貨為例, 中山大學企業管理研究所碩士論文。

23. 陳順宇(1998), 多變量分析, 初版, 台北:華泰書局。 24. 陳榮方、劉季貞(1997), 都會型百貨公司消費行為之研究—以高雄地區為例, 高雄科學技術學院學報, 27 期。 25. 翁玉倩(1996), 高雄市百貨公司與大型量販店顧客消費行為之比較, 國立成功大學碩士論文。 26. 張幸宜(1995), 北市百貨公司消費者商店印象與購買行為之研究, 台大商研所碩士論文。 27. 張愛華(1977), 消費者商店印象之研究, 國立政治大學企研所碩士班碩士論文。 28. 張存武(1997), 看戰後東南亞歷史發展。東南亞區域研究通訊, 二期, 頁72-83。 29. 黃俊英(2000), 行銷管理—策略性的觀點, 初版, 台北:華泰書局。 30. 黃正聰、沈逸任(2003), 網咖競爭策略之研究—以台中市逢甲商圈為例, 觀光休閒餐旅產業永續經營學術研討會, 第三集 31. 黃建中(2002), 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系碩士論文 32. 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碩士論文 33. 榮泰生(1999), 消費行為, 台北:五南圖書出版公司。 34. 滬尾文史工作室
<http://home.pchome.com.tw/education/tamsuiwork/p1/p1b01.htm> 35. 廖正宏(1985), 人口遷移。台北, 五南; 頁9、頁11-14、頁95-96 36. 簡正儒(1997), 不同百貨公司類型之顧客群及其消費行為差異探討, 民意研究季刊, 202 期。 37. 嚴偉翠(1990), 百貨公司商店印象與購買決策之相關性研究—崇光百貨公司與中興百貨公司之實證研究, 台大商研所碩士論文。 38. 嚴盛堂(1980), 台北縣市百貨公司購買者生活方式之研究, 國立交通大學管研所碩士論文。 二、英文部分 1. Alfred R. Oxenfeldt(1974), "Developing a Favorable Price-Quality Image", *Journal of Retailing*, (winter), vol.50, p.90。 2. Berman, Barry & Evans J.R.(1978), "Retail Management: A Strategic Approach", (New York:Macmillan Publishing Co. Inc.), p125。 Battistella and A. Pagannoni, eds. *Asian Women in Migration* (147-164), Quezon City:Scalabrini Migration Center. 3. Berman, B. & Evans,J.R.(1978), *Retail Management: A strategic Approach*,Macmillan Publishing Co. Inc., New York, p.125。 4. Burns D. J. & Warren H. B.(1995), Need for uniqueness: shopping mall preference and choice activity, *International Journal of Retail & Distribution Management*, November vol.23, no.12,pp.4-12。 5. Carlson, Harold J.(1991),The Role of the Shopping Center in US Retailing,*International Journal of Retail & Distribution Management*, Volume 19, Number 6, pp.13-20。 6. Danny N. Bellenger, Dan H.Robertson, Barnett A.G.(1977), Shopping Center Patronage Motives, *Journal of Retailing*, Volume 53, Number 2, Summer, pp.29-38。 7. Dawson R. Arnold, L.M. Capella & G. D. Smith(1983), *Strategic Retail Managemen*, (Reading, Mass: Addison-Wesley), p.172~195。 8. Del. I. Hawkins,Roger J. Best & Kenneth A.Coney(1977), *Consumer Behavior: Implication For Marketing Strategy*, 6th ed, Irwin, Inc.p.2-24, p.28, p.488-490。 9. Del. I. Hawkins, Roger J. Best and Kenneth A. Coney(1989) *Consumer Behavior*, 4th ed, Richard D. Irwin, Inc.,p.393。 10. Eegel.James. F., Kollat & Blackwell.(1973), *Consumer Behavior*, 2nd ed.,Rinehart andWinston Inc. 11. Engel.James F., Kollat & Blackwell. (1982), *Consumer behavior*. 12. Engel.James F. Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard (1990) *Consumer Behavior*, 6rd Edition, p.587。 13. Engel.James F., Blackwell, Roger D. & Paul W. Miniard. (1993), *Consumer Behavior*, 7th ed., Orlando Florida, Dryden Press. 14. Engel.James F., Blackwell, Roger D. & Paul W. Miniard. (1995),*Consumer Behavior*,8th ed , Forth Worth:p846。 15. George Fisk(1961-1962), " A Conceptual Modelfor Studying Custmer Image ", *Journalof Retailing* (summer), vol.37, No.4, p.5。 16. Ishii, Y. (1996) .Forward to A better life:The satuation of Asian women married to Japanese men in Japan in the 1990s.In G. 17. Jay D.Lindquist(1974), " Meaning of Image ", *Journal of Retailing*, (Winter), vol.50,No.4, p.31-32。 18. John H. Kunkel & Leonard L. Barry(1968). " A Conception of Retail Image ", *Journal of Marketing*, (October), vol.32, p.26。 19. John H. Kunkel, and Leonard L. Barry,(1968) " A Behavioral conception Retail Image, " *Journal of Marketing*, Vol.38 ,pp.21-27。 20. Kotler, P.(1994), *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, 8th ed., Prentic-Hall Inc. 21. Kotler, P.(1998), *Marketing Management : Analysis, Planning,Implementation and Control*, 9th ed., Prentic-Hall Inc. 22. Kenneth E. ,Boulding, *The Image*, Ann Arbor, Mich.(1956) , The University of Michigan Press。 23. Lazer, William.(1963), *Life Style Concept and Marketing*, *Proceedings of the American Marketing Association*, Dec. pp.130-139。 24. Mary R. Zimmer & Linda L. Golden(1988), " Impressions of Retail Stores : A Content Analysis of Consumer Image ", *Journal of Retailing*, (Fall), vol.64, No.3, p.281。 25. Monroe, Kent B. and Guiltinan, Joseph P., " A Path-Analytic Exploration of Retail Patronage Influences ", *Journal of Consumer Research*, vol.2,June,P21。 26. Peterson Robert A. Kein(1983), " Store Image Measurement in Patronage Behavior Research: Face and Artifact ", *Patronage Behavior and Retail Managemnt*, Ed. By W.R. Darden & R. F. Lusch(New York: North-Holland) p.47。 27. Plummer, Joseph T.(1974), " The Concept and Application of Life Style Segmentation ", *Journal of Marketin* 38, P.34。 28. Plummer, Joseph T.(1974), " The Concept and Application of Life Style Segmentation ", *Journal of Marketin* 38, January P.34。 29. Reynolds,F.D (1974) ,*Life Styles and Psychographics*, Chicago:AMA. 30. Reynolds,F.D & William D. Wells,(1977),*Consumer Behavior*,Mcgraw-Hill, 31. Robert A. Hansen & Terry Deutscher(1977-1978), " An Empirical Investigation of Attribute Importance in Retail Store Selection ", *Journal of Retailing*, (Winter), vol.53,No.4, p.67。 32. Ronald P. Stephenson(1969), " Identifying Determinants of Retail Patronage ", *Journal of Marketing*, (July), vol.33, p.59。 33. Samle A. Coskun, J. Patrick Kelly & Keith Hunt (1998), " Improving the TetailPerformanc vy Contrasting Management and Customer-Perceimed Store Image :A Diagnostic Tool for Corrective Action ", *Journal of Business Research*, 43, pp.27-38。 34. Schiffman,L.G. & Kanuk,L.L (1991) ,*Consumer Behavior*,2nd ed.,New Jersey Prentice-Hal,p.4。 35. Sheth, J. N.(1983), " An Integrative Theory of Patronage Preference and Behavior ", *Patronage Behavior and Retail Management*. Ed. by william R. Darden and Robert F. Lusc (New York: North-Holland), pp.12。 36. Sheth, J. N.(1983), " An Integrative Theory of Patronage Preference and Behavior ", *Patronage Behavior and Retail Management*. Ed. by william R. Darden and Robert F. Lusc (New York: North-Holland), pp.19。 37. Sheth, J. N.(1983), " An Integrative Theory of Patronage Preference and Behavior ", *Patronage Behavior and Retail Management*. Ed. by william R. Darden and Robert F. Lusc (New York: North-Holland), pp.26。 38. Struse,Rudolph W. (1977) , " Lifestyle Research Inappropriate for Some Categories of Product ", *Marketing New*, Vol.10, Iss17, Jun. 39. Susan Spiggle & Murphy A. Sewall(1987), " A Choice Sets Model of Retail Selection " , *Journal of Marketing*, (April), Vol. 51, P. 98。 40. Walters,C.Glenn & Paul W.Gordon (1970) ,*Consumer Behaviors:an Intergrated Framework*,Richard D. Irwin Inc. , p.7。 41. William D. Wells & Tigert,D.J (1971) , " Activities, Interest, Opinions " ,*Journal of Advertising*

Research, pp.27-35. 42. William D. Wells (1974), 'Psychographics: A Critical Review', *Journal of Marketing Research*, 12 (2) , pp.196-213. 43. Wendell.R.Smith, (1956) , " Product Differentiation and Market Segmentation as Alternatives Marketing Strategies " ,*Journal of Marketing*, pp.3~8. 44. Wicklund, R. A. and P. M. Gollwitzer(1982), *Symbolic Self-Completion*, Hillsdale, N. J.:Lawrence Erlbaum. 45. William Moulton Marston(1928), *Emotions of Normal People*, 1th ed., Harcourt. Brace and Co. 46. Williams, T.G. (1982) ,*Consumer Behavior Fundamental and Strategies*, St. Paul Minn:West Publishing Co., p.5. 47. Wind and Green(1974), ' Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research ' , *Life Style and Psychographics*, pp.122. 48. Wind, J. and P.E.Green (1974) , Some Conceptual Measurement and Analytical Problem in Life Style Research, *Life Style and Psychographics*, NY.AMA, pp.100-126. 49. Wind.Y. (1978) , " Issues and Advances in Segmentation Research " , *Journal of Marketing Research* , Vol 15 , pp217-337. 50. Wiseman F. (1971) , " Segmentation Analysis on Automobiles Buyers During the New Model Year Transition Period " *Journal of Market*. Vol 35, Apr. 51. Yoram Wind,(1978), ' Issues and Advances in Segmentation Research ' , *Journal of Marketing Research*, 15 (8) , pp.312-323. 52. Zaltman, Gerald & Burger, Philip C. (1975) , *Marketing Research: Fundamentals & Dynamics*