

論文名稱：湖泊觀光市場區隔之研究：旅遊動機/
利益追求變數

總頁數：93

校(院)所組別：私立中國文化大學商學院觀光事業研究所

畢業時間及提別要：96 學年度第 2 學期碩士學位論文提要

研究生：張璣心

指導教授：掌慶琳 張雅莉

論文提要內容：

水，是人類生活的一部份，古時候的人逐水草而居，是基於生活所需；現代人親近水，則多了一份玩樂的意圖。世界上有許多以湖泊為基礎的目的地其參訪人數已達數百萬，如英格蘭的湖區、芬蘭以及明尼蘇達、匈牙利的湖泊系統、蘇格蘭、瑞士、北義大利、紐西蘭、加拿大西部以及北美的五大湖等，因此，水對觀光客選擇觀光景點，有一定的影響力，而湖泊無論在自然、人文、生活以及文化等方面，都有其一定的價值。

近年來國外學者對湖泊觀光的研究甚少，以歷史要素和文化價值、觀光客行動和知覺以及計劃和管理議題三方面為主，相對於此，其旅遊動機方面的文獻則較缺乏；國內研究更是付之闕如，故本研究以湖泊觀光為主題，對觀光客進行調查。

在研究設計上，參酌相關理論及文獻，本研究問卷內容包括旅遊動機、利益追求與個人基本資料三部分。問卷分析方法主要以因素分析、集群分析進行分析。抽樣方法採便利抽樣法，於日月潭文武廟、孔雀園等湖畔景點進行問卷的發放。前測針對中國大陸的團體旅客，於 96 年 12 月 19 日至 24 日實施，信度分析結果皆良好。

關鍵字：湖泊觀光(lake tourism)，市場區隔(market segmentation)，
旅遊動機(travel motivations)，利益追求(benefit-seeking)

A Segmentation Approach of Lake Tourism:
Travel Motivations and Benefit-seeking

Student: Li-Hsin Chang

Advisor: Dr. Janet Chang

Dr. Ya-Li Chang

Chinese Culture University

ABSTRACT

Water is a vital part of human life. A lake, in terms of natural, human, life and culture, has its certain value. There are many lake-based destinations around the world for which tourism is significant such as the lake districts of England and the Great Lakes of North America. Therefore, a tourist' choice of getting close to water in terms of lake tourism attractions is worthy of exploration. To date, scholars have started to study historical elements, cultural values, plans, and management issues for lakes. However, the study of tourists' motivation on lake tourism is relatively scant.

Tourism scholars have long recognized the importance of studying motivations toward tourism destinations so as to contribute to the decision-making in tourism and consumer behaviors. Among segmentation variables, benefit-seeking is also considered as an effective segmenting tool to draw upon. As such, tourists' motivations and benefit-seeking of segmented groups are discussed. Furthermore, the demographic variables of lake tourists based on segmented groups are also presented.

The survey instruments of this study are adapted from various studies. Along with a pre-test, the reliability and validity of questionnaires are examined prior to the formal survey. The sampling method adopts convenience sampling and questionnaires are distributed around tourism attraction sites around the Sun Moon Lake. The research subject is the Chinese mainland group tourists. The pre-test was conducted from December 19 to 24, 2007 and the reliability scores were satisfactory.

Key words: lake tourism, market segmentation, travel motivations, benefit-seeking

誌 謝 辭

記得當初上陽明山時，沒有什麼特別的感覺，沒想到一待就是六年的光陰。大學這四年對本人來說，是人生中的精華，而研究所這二年，更是精華中的精華，此刻的心情五味雜成，難以言喻。

本論文得以順利的完成，一切歸功於恩師掌慶琳教授及張雅莉教授的指導，掌教授一路上給予學生不同階段的正確學習觀念，同時在人格品德建立上亦給予莫大的教誨，而張教授亦師亦友的指導方式及在業界的力量，對本人的論文有很大的幫助，兩位教授的恩情，學生此生難忘。

承蒙曹勝雄教授和楊濱燦教授於口試時的細心賜教，讓本論文得以更趨於臻善，以及浦心蕙博士、洪維勵博士、蘇文瑜博士、楊增華博士、魏玉萍博士、盧堅富博士、林欣儀博士與姜淳方博士在觀光專題研討課程上盡心的指導。

在文化觀研所的這兩年，感謝「觀在 17」的同窗好友，和你們家人般的感情，一直都是小妹低潮時的力量，謝謝大家這一路上的相扶相持，讓我在研究所的過程中獲得很多的回憶。

還有「順風女籃的學姊學妹們」以及「Sing 動幫的好友」，在我研究的過程中，給予我無限的支持與鼓勵，成為我繼續下去的最大動力。

最後，我要將我的成就歸功於我最愛的家人，我的媽咪、我的老姐以及在天堂的老爸，因為家人們不斷的鼓勵支持以及奉獻他們對我無私的愛，讓我知道自己的決定是正確的，也讓我更有勇氣的去面對每一個問題與挑戰，所以在此將本論文獻給最疼愛我的老爸，希望您在世界的另一端，為我驕傲。

能夠當大家的小妹真的很幸運也很幸福，再一次地謝謝你們，我愛大家！

小妹 張璫心

97 年 6 月

內 容 目 錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題與目的	3
第三節 研究範圍與對象	6
第四節 研究流程	8
第二章 文獻回顧	9
第一節 湖泊觀光	9
第二節 市場區隔	14
第三節 觀光動機理論之相關研究	18
第四節 觀光利益追求理論之相關研究	22
第五節 團體套裝旅遊(GPT)	23
第三章 研究設計	25
第一節 研究架構	25
第二節 研究假設	26
第三節 操作性定義	28
第四節 問卷設計	29
第五節 抽樣設計	34
第六節 問卷預試	35
第七節 資料分析方法	36

第四章	研究結果與分析	39
第一節	樣本資料分析	39
第二節	湖泊觀光客旅遊動機分析	43
第三節	湖泊觀光客利益追求分析	48
第四節	市場區隔	53
第五章	結論與建議	58
第一節	研究結論	58
第二節	研究限制	60
第三節	研究建議	61
參考文獻		65
附錄 A	問卷	83
附錄 B	問卷(簡體)	88
附錄 C	請託函	93



表 目 錄

表 2-1	Maslow 的五大基本需要與旅遊動機	19
表 2-2	觀光動機相關理論與方法	20
表 3-1	湖泊觀光客旅遊動機之問項	29
表 3-2	湖泊觀光利益追求之問項	31
表 4-1	樣本人口統計變數資料分布	42
表 4-2	旅遊動機同意程度	43
表 4-3	旅遊動機因素分析表	46
表 4-4	利益追求同意程度	48
表 4-5	利益追求因素分析表	51
表 4-6	華德法逐次集結係數表	54
表 4-7	非階層集群之次數分配表	54
表 4-8	集群判別分析摘要表	55
表 4-9	集群分類正確率交叉表	56
表 4-10	集群在旅遊動機/利益追求因素構面之差異	57

圖 目 錄

圖 1-1	研究流程 ·····	8
圖 3-1	研究架構 ·····	25

