

中高齡以上者購買旅遊產品的決策與滿意度調查

劉騰昇¹ *李芳妙²

¹南開科技大學 通識教育中心

²南開科技大學 福祉科技與服務管理系

1. 研究背景與目的

近年來，國人從事休閒旅遊活動熱絡，旅遊業者鎖定旅遊興趣極高的中高齡以上族群為主要行銷對象。依據交通部觀光局 2015 年的統計資料顯示，國人國外旅遊數據中 40 歲到 49 歲的年齡層約佔 21%，50 歲到 59 歲的年齡層約佔 19%，60 歲以上的年齡層約佔 14% (交通部觀光局，2015)。其次，消費者有旅遊需求，進而收集資訊、評估，再從中選擇決定購買旅遊產品，最後藉由旅遊後的經驗產生滿意度與評估。本研究旨在透過問卷調查方式，探討不同背景的中高齡以上旅遊消費族群，購買旅遊產品的決策差異、滿意度差異及兩者間之關係。

2. 研究方法

本研究旨在探究不同旅遊預算、主要經濟來源的中高齡以上者購買旅遊產品決策與滿意度差異，及決策與滿意度的關係。以立意抽樣方式分別抽取 101 位及 378 位中高齡以上者為預試與正式施測的研究對象。中高齡以上者購買旅遊產品決策及滿意度問卷，經由五位專家建立內容效度及信效度考驗編製而成。以旅遊預算、主要經濟來源作為自變項，決策與滿意度做為依變項，購買旅遊產品決策共十五個題項，購買旅遊產品滿意度共五個題項，以李克特式(Likter)五點量表法計分並以單因子變異數分析(one-way ANOVA)及雪費法(Scheffe)進行差異分析，以皮爾遜(Pearson)積差相關分析法進行決策及滿意度的關係探究。

3. 結果與討論

研究發現，不同旅遊預算的中高齡以上者購買旅遊產品的決策與滿意度有差異，不同主要經濟來源的中高齡以上者購買旅遊產品的決策有差異，中高齡以上者購買旅遊產品決策與滿意度有相關性。結果討論如下：

- (1) 不同旅遊預算的中高齡以上者購買旅遊產品決策與滿意度的差異：由表 1 得知，不同旅遊預算的中高齡以上者購買旅遊產品決策得分有差異，較高旅遊預算的中高齡以上者購買旅遊產品時收集資訊、評估商品及整體決策得分高於較低旅遊預算者。表示每次旅遊預算較高的中高齡以上者，花較多的時間與精力從事旅遊決策活動，例如透過較多的資訊來源，收集更多的旅遊資訊，仔細評估旅遊商品的價值，作為決定購買旅遊商品的依據，而不是隨意草率地購買旅遊商品。不同旅遊預算的中高齡以上者購買旅遊產品滿意度得分也有差異，每次旅遊預算 15,001 元至 50,000 元的中高齡以上者購買旅遊產品的滿意度得分高於每次旅遊預算 15,000 元以下者。綜合上述發現每次旅遊預算較高的中高齡者，較注重旅遊商品的購買決策過程，購買旅遊商品後的滿意度也比較高。
- (2) 不同主要經濟來源的中高齡以上者購買旅遊產品的決策與滿意度的差異：由表 2 得知，不同主要經濟來源的中高齡以上者購買旅遊產品的評估商品、整體決策得分有差異，自己有收入及有儲蓄金／保險金的中高齡以上者，購買旅遊產品的評估商品、整體決策得分均高於靠子女供養者。可見其投注較多於旅遊商品的評估，仔細比較各種旅遊商品的優劣，再從事旅遊活動。不同主要經濟來源的中高齡以上者在收集資訊決策方面則無差異。自己有收入、靠子女供養、有退休金、有儲蓄金或保險金及靠社會福利補助者，對

旅遊商品有不錯的滿意度，滿意度得分在 20.90 與 22.04 之間（最高 25 分），各組間的旅遊商品滿意度則無顯著差異。

- (3) 中高齡以上者購買旅遊產品決策與滿意度的關係：由表 3 發現，中高齡以上者購買旅遊產品決策與滿意度的得分相關值達.67，表示旅遊商品整體決策高整體滿意度也較高。整體而言，收集資訊決策、評估商品決策、整體決策與滿意度有正相關，相關值介於.39 至.92 之間。表示善於收集資訊、評估商品做決策的中高齡以上者，其對旅遊商品的滿意度較高。詳細比較則發現，評估商品與整體決策的相關值高達.92，顯示商品評估決策與整體決策的相關極高。

表 1. 不同旅遊預算的中高齡者購買旅遊產品決策得分與滿意度得分

項目	類別	人數	平均數	標準差	變異數分析					
					變異來源	離均差平方和	自由度	均方	F 值	Scheffe 法事後比較
收集資訊	5,000 元以下	95	16.85	3.38	組間	261.44	4	65.36	6.94**	2>1
	5,001-15,000 元	98	18.05	2.85	組內	3508.64	373	9.40		3>1
	15,001-30,000 元	77	18.96	2.61	總和	3770.28	377			4>1
	30,001-50,000 元	73	18.95	3.02						5>1
	50,001 元以上	35	18.40	3.68						
評估商品	5,000 元以下	95	39.68	5.39	組間	347.47	4	86.86	3.78**	3>1
	5,001-15,000 元	98	40.62	4.81	組內	8558.26	373	22.94		4>1
	15,001-30,000 元	77	41.77	4.11	總和	8905.73	377			4>2
	30,001-50,000 元	73	42.20	4.60						5>1
	50,001 元以上	35	41.68	4.73						
整體決策	5,000 元以下	95	56.53	7.32	組間	1192.41	4	298.10	6.42**	2>1
	5,001-15,000 元	98	58.67	7.04	組內	17304.74	373	48.24		3>1
	15,001-30,000 元	77	60.74	5.69	總和	18497.16	377			3>2
	30,001-50,000 元	73	61.16	6.65						4>1、2
	50,001 元以上	35	60.08	7.28						5>1
整體滿意度	5,000 元以下	95	21.14	3.28	組間	100.64	4	25.16	3.48**	3>1
	5,001-15,000 元	98	21.42	2.60	組內	2692.45	373	7.21		4>1
	15,001-30,000 元	77	22.26	2.48	總和	2793.09	377			3>2
	30,001-50,000 元	73	22.42	2.10						4>2
	50,001 元以上	35	21.91	2.66						

注：N=378 **P<.01 ***P<.001

表 2. 不同主要經濟來源的中高齡者購買旅遊產品決策得分與滿意度得分

項目	重視程度	評估	整體決策	整體滿意度
收集資訊	-----			
評估商品	.502***	-----		
整體決策	.800***	.921***	-----	
整體滿意度	.393***	.709***	.670***	-----

注：N=378 ***P<.001

參考文獻

- 交通部觀光局(2015)。交通部觀光局 2015 年觀光年報。取自 <http://recreation.tboc.gov.tw/aspl/statistics/year/INIT.ASP>