

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

計畫編號：NSC 90-2416-H-468-001-SSS

執行期限：90 年 8 月 8 日至 91 年 7 月 31 日

主持人：鄭健雄 臺中健康暨管理學院休閒與遊憩管理學系

共同主持人：劉孟奇 中山大學政治經濟學系

計畫參與人員：張嵐蘭、黃裕智大葉大學休閒事業管理學系

## 台灣本土化渡假生活型態量表之建構

## The Construction of Taiwan's Vacation Lifestyle Scale

Jen-Son Cheng<sup>?</sup> & Mon-Chi Lio<sup>??</sup>

### 一、中文摘要

在消費者行為領域中，生活型態(life style)的研究一直是熱門的討論主題，許多研究企圖說明此一概念比傳統的人口統計變項或社會經濟變項具有更有效的消費者行為解釋力。不過國內有關生活型態的本土化實證研究仍不多見，有待加強，且從過去相關文獻顯示，國內大多數研究皆缺乏本土化量表，而直接間接以國外既有量表加以修訂使用，未考慮國情不同與量表的信效度，如此衍生之研究結果令人擔憂！本研究為長期觀察探討國人生活型態與旅遊消費行為的關係，試圖建構適用台灣本土的渡假生活型態量表，分別從知本、墾丁、以及宜蘭等三個不同樣本中，抽取出包括家庭旅遊者、週末旅遊者、遠離現實者、享受生活者、以及社交聯誼者等 5 個構面 15 個題項的一組相當穩固的渡假生活型態量表，根據信度檢定，具有不錯的內部一致性；根據 LISREL 進行之確認性因素分析與整體配適度檢定，本量表具有相當良好的建構效度與預測效度，可提供後續相關研究做為預測國人渡假旅遊消費行為的重要解釋變項，並做為後續進行跨族群、跨地區、跨時期、以及跨文化的渡假生活型態與旅遊消費行為系列研究。

關鍵詞：生活型態、渡假生活型態、信度、效度

---

<sup>?</sup> Chairman & Assistant Professor, Department of Leisure and Recreation Management, Taichung Healthcare and Management University, Taichung, Taiwan.

<sup>??</sup> Assistant Professor, Department of Political Economy, National Sun Yat-Sen University, Kaohsiung, Taiwan.

## Abstract

Lifestyle is a prominent research topic in the literature of consumer behavior. Many related empirical studies of domestic consumers' lifestyles have been conducted in the past two decades. However, many local studies use scales directly or indirectly translated from foreign related studies without rigorously developing the scales and explicitly examining the reliability and validity. As a result, the robustness of these studies' conclusions is in serious doubt. The purpose of this study is to develop a domestic vacation lifestyle scale with rigorously testing the reliability and validity. A preliminary scale was first developed and then modified on the basis of an exploratory analysis. The modified scale was then tested against three independent samples. Five dimensions extracted from a set of 15 items can be obtained in all three samples. In all three samples, the relationships of dimensions and related items in the factor structure are as what we expect, and the test of reliability shows good internal consistency. Confirmatory factor analyses of three samples all show good model fitness, and an analysis with LISREL shows that the factor structures in three samples are consistent. Regressions on vacation lifestyle dimensions and travel behavior variables show good prediction and construct validity, and an analysis with LISREL shows that the regression equations in three samples are basically identical. A further test with LISREL also shows that vacation lifestyle dimensions measured by our scale can successfully explain the differences in travel frequency and the expense on accommodation. The reliability and validity of our vacation lifestyle scale are strongly supported.

*Keywords:* Lifestyle, Scale Development, Reliability, Validity, LISREL

## 二、緣由與目的

生活型態研究在行銷、教育、社會學、女性學等諸多學術領域受到重視，在國內也有不少相關研究；但在這些研究中普遍存在一些基本問題，特別是不少學者直接自國外既有量表題庫中抽取部分題項進行調查，卻既未考慮跨社會文化的差異，同時也忽略部分題項的變異量與因素結構 (factor structure) 改變所造成的偏誤，而許多在這一方面的本土研究都並未針對量表的內部一致性、重測信度、預測效度與建構效度進行探討 (譚大純等，2000)。除此之外，絕大部分的國內研究都純粹只根據特定因素在哪些題項上具有高負荷量來為其命名，但如果這些因素的確具有本研究所賦予的意義，它們還必須能夠如同預期的與其它觀察變項發生關聯 (Kline 1994)，然譚大純等(2000)之研究並未進一步檢查所抽取因素的預測效度與建構效度。因本研究主要目的試圖在建構一個穩固的本土化渡假生活型態量表，故在量表信度與效度之檢定，除探討因素構面的內部一致性之外，也將探討各渡假生活型態因素是否具有預測效度及建構效度。一個穩固的 AIO 量表應該能夠根據相同的題項，從不同樣本當中抽取出一組穩定而一致的生活型態因素構面，並且在這些不同樣本當中，生活型態因素與外在效標 (external

criterion) 之間的關係都相當一致。如果實證結果能夠滿足上面要求，將有助於本研究建構一個穩固的本土渡假生活型態量表。因此，本研究並不是侷限於單一樣本，而是分別針對墾丁、知本與宜蘭等三個地區的旅客進行抽樣調查；針對三個不同樣本，本研究除以 LISREL 進行驗證性因素分析之外，還將進一步探討在三個不同樣本中的因素結構是否具有一致性？渡假生活型態因素與旅遊消費行為之間的關係是否具有一致性？

### 三、結果與討論

本研究問卷設計主要包括三個部分，第一個部分是一組針對渡假旅遊的 AIO 題項，亦即渡假生活型態量表，其題號順序以亂數編排。問卷採取六點李克特尺度 (Likert-type scales)，由受訪者表達他們對於各個 AIO 陳述題項的同意或不同意程度。在設計題項以及建構相關構念 (construct) 時，本研究主要參考 Perreault, Darden, and Darden (1977) 與 Gladwell (1990) 針對美國渡假生活型態的研究，以及 Zins (1998) 針對歐洲渡假生活型態的研究。在此之外，本研究也請教旅館業者，並綜合研究者本身對實務的了解，從中發展構念及設計題項。問卷的第二個部分紀錄受訪者的人口及社會統計特性，第三部份則紀錄受訪者的旅遊消費行為。

本研究首先於 2000 年 9 月下旬至 10 月中旬於墾丁地區進行量表之測試。抽樣設計採取方便抽樣，問卷由渡假旅客於現場填答。根據所得測試資料，對量表中的 AIO 題項進行「探索性因素分析」(exploratory factor analysis)，再依據分析結果重新修正量表的因素構面與題項，並將修正過的題項重新以亂數編排題號順序，然後本研究即以此一修訂量表，進行較大規模與較全面性的施測，然後於 2001 年 2 月至 4 月間分別針對知本、宜蘭、墾丁等三個地區的旅客，受訪旅客數分別為知本樣本 653 人、墾丁樣本 665 人、以及宜蘭樣本 500 人。根據三個樣本相互比較，經過以主軸法 (principal axis factoring) 進行因素抽取，並以 Varimax 法進行轉軸，抽取出包括享受生活者、遠離現實者、家庭旅遊者、社交取向者、以及週末旅遊者等 5 個構面 15 個題項的一組相同的 AIO 題項。

在信度檢定方面，本研究分別檢查不同樣本之各個渡假生活型態因素構面的 Cronbach's  $\alpha$  值，結果發現在三個樣本當中，各渡假生活型態因素的 Cronbach's  $\alpha$  值在邊際上都達到 0.5 以上，這顯現出由這 15 個 AIO 題項所構成的渡假生活型態量表具有不錯的內部一致性。

根據影響旅遊消費行為迴歸分析結果顯示，消費者渡假生活型態與其旅遊消費行為具有明顯關聯性，研究指出家庭旅遊者與週末旅遊者的遊客對其渡假次數的多寡有顯著解釋力，在不同樣本中，「家庭旅遊者」明顯比其他型態遊客的渡假次數分別多出 11- 16%，而「週末旅遊者」則明顯比其他型態遊客的渡假次數多出 10- 13%。研究亦顯示家庭旅遊者與享受生活者的遊客對其渡假住宿費用的高低均有顯著解釋力。在不同樣本中，「家庭旅遊者」明顯比其他型態遊客的渡假住宿費用分別高出 10- 13%，而「享受生活者」則明顯比其他型態遊客的渡假住宿費用分別高出 15- 25%。再根據不同樣本的各项配適度指標檢定，本量表因

素結構具有高度穩定性。本研究首先以 LISREL 檢定在三個不同樣本中因素結構的相同程度。分析結果顯示整體配適度指標表現良好，除知本與宜蘭樣本的 CFI 值略低於 0.9，但亦接近 0.9 的可接受水準，而三個樣本的 GFI 值均在 0.9 以上。RMR 值與 RMSEA 值均在 0.1 以下，接近 0.05 上下，根據 Steiger (1990) 的標準，顯示本量表的整體配適度相當良好，顯示渡假生活型態量表結構模式能有效解釋旅遊消費行為。且整體樣本的各项配適度指標中除 CFI 值略低於 0.9 外，均符合各項配適度檢定要求，可見這三個不同樣本中的因素結構基本上是相同，顯示本量表因素結構具有高度穩定性。大抵來說，本研究建構之「台灣本土化渡假生活型態量表」具有建構與預測效度。

#### 四、計畫成果自評

藉由對三個樣本進行嚴謹的信、效度分析，本研究建立之本土渡假生活型態量表的穩固性受到相當強烈的實證支持。本量表具有相當的概化 (generalization) 能力，可提供後續相關研究做為預測國人渡假旅遊消費行為的重要解釋變項，並做為後續進行跨族群、跨地區、跨時期、以及跨文化的渡假生活型態與旅遊消費行為系列研究之可靠基礎。除此之外，本研究運用 LISREL 對多樣本之因素結構與迴歸關係相同性進行分析，以測試量表信、效度的做法，也可作為相關研究之有用參考。

#### 五、參考文獻

##### 一、中文部份

- 李芝靜、余若芸 (1997)，臺北市遊覽區遊客生活型態、遊覽原因及遊後態度之研究，銘傳學刊，8，41-64。
- 侯錦雄、姚靜婉 (1997)，市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究，戶外遊憩研究，10(3)，1-17。
- 吳萬益、陳淑惠 (1995)，大學生個人特質、生活型態、休閒偏好及消費行為之關係研究，中山管理評論，3(3)，30-54。
- 陳彰儀 (1985)，臺北市已婚職業婦女之休閒興趣參與情形與生活型態，教育與心理研究，8，191-210。
- 楊中芳總校訂(楊宜音、張志學等譯)1997，性格與社會心理測量總覽(Robinson, Shaver and Wrightsman 主編)，台北：遠流。
- 張良漢 (1997)，名仕健康俱樂部會員生活型態及參與行為之調查研究，聯合學報，頁 117-133。
- 黃家齊、戚樹誠、李長貴 (1999)，技術特性、績效資訊與薪資給付基礎之關聯性研究 - 整合組織控制觀點，管理學報，16(2)，285-314。
- 鄭瀛川、陳彰儀 (1986)，職業婦女之工作、休閒關係與生活型態，國立政治大學學報，53，119-137，。
- 賴森林、吳兆欣 (1999)，臺灣地區民眾體能活動市場區隔參與動機及其參與行為之研究，大仁學報，17，489-508。
- 譚大純、陳正男、賴孟寬 (2000)，生活型態量表之適合度檢驗、因素重組與趨

勢比較：以 ICP 生活型態量表為例，調查研究，8，79-102，中央研究院調查研究工作室。

## 二、英文部份

- Abbey, J. (1979). "Does Life-Style Profiling Work?" *Journal of Travel Research*, 18(1), 8-14.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Actions*, 4<sup>th</sup> ed., MA: PWS-KENT.
- Bentler, P. M. (1990). "Comparative Fit Index in Structural Models," *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.
- Bentler, P. M. and Bonett, D. G. (1980). "Significance Test and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structure," *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Bowels, T. (1988), "Does Classifying People by Lifestyle Really Help the Advertiser?" *European Research*, 17-24.
- Darden, W. and W. Perrault (1975). "A Multivariate Analysis of Media Exposure and Vacation Behavior with Life Style Covariates, *Journal of Consumer Research*, 2(2), pp. 93-103.
- Gilbert, F. and W. Warren (1995). "Psychographic Constructs and Demographic Segments," *Psychology and Marketing*, 12(3), 223-237.
- Gladwell, N. (1990). "A Psychographic and Sociodemographic Analysis of State Park Inn Users," *Journal of Travel Research*, 28(4), 15-20.
- Hawes, D. (1977). "Psychographics are meaningful... not merely interesting," *Journal of Travel Research*, 15(4), 1-7.
- Hawkins, D., R. Best, and K. Coney (1998). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 7<sup>th</sup> ed., McGraw-Hill.
- Hui, M., A. Joy, C. Kim, and M. Laroche (1993). "Equivalence of Lifestyle Dimensions across Four Major Subcultures in Canada," *Journal of International Consumer Marketing*, 5(3), 15-35.
- Kent-Smith, E. and S. Thomas (1995). "Luck Had Nothing to Do with It," *Journal of the Market Research Society*, 1995, 127-141.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*, London: Routledge.
- Leblang, P. (1993). "A Theoretical Approach for Predicting Sales at a New Department Store Location via Lifestyles," *Journal of Direct Marketing*, 1993, 70-74.
- Lesser, J. and M. Hughes (1986). "The Generalizability of Psychographic Market Segments Across Geographic Locations, *Journal of Marketing*," 50, 18-27.
- Neuman, W.L. (2000). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. 4<sup>th</sup> ed., MA: Allyn and Bacon.
- Perrault, W., D. Darden, and W. Darden (1977). "A Psychographic Classification of

- Vacation Life Styles,” *Journal of Leisure Research*, 9(3), 208-224.
- Plummer, J. T. (1974). “The Concept and Application of Life Style Segmentation,” *Journal of Marketing*, 1, pp. 33-37.
- Reynolds, F. D. and Darden, W. R. (1972). “Intermarket Patronage: A Psychographic Study of Consumer Outshoppers,” *Journal of Marketing*, October, 50-54.
- Schewe, C. D. and R. Calantone (1978). “Psychographic Segmentation of Tourists,” *Journal of Travel Research*, 16(3), 14-20.
- Shih, D. (1986), “VALS as a tool of tourism market research: the Pennsylvania Experience,” *Journal of Travel Research*, 24(3), 2-11.
- Silverberg, K., Backman, S. and Backman, K. (1996). “A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States,” *Journal of Travel Research*, 30(Fall), 19-28.
- SRI (1988), Values and Lifestyle Program. *Descriptive Materials for the VALS2 Segmentation System*, Mento Park, CA.: SRI International.
- Steiger, J. H. (1990), Structural Model Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach, *Multivariate Behavioral Research*, 25, 173-180.
- Tai, S. and J. Tam (1996). “A Comparative Study of Chinese Consumers in Asian Markets- A Lifestyle Analysis,” *Journal of International Consumer Marketing*, 9(1), 25-42.
- Thompson, A. and P. Kaminski (1993). “Psychographic and Lifestyle Antecedents of Service Quality Expectations,” *Journal of Services Marketing*, 7(4), 53-61.
- Wells, W. and D. Tigert (1971). “Activities, Interests and Opinions,” *Journal of Advertising Research*, 11, 27-35.
- Woodside, A. G. and R. Pitts (1976). “Effects of Consumer Life Styles, Demographic and Travel Activities on Foreign and Domestic Travel Behavior,” *Journal of Travel Research*, 14, 13-15.
- Zins, A.(1998). “Leisure Travel Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics,” *Journal of Travel Research*, 36, 3-15.