

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURIS
MANAGEMENT, DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT,
NAN HUA UNIVERSITY

旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與購買行為關係之研究

**A STUDY ON THE RELATIONSHIP AMONG PERCEIVED RISK OF
TOURISM, PERCEIVED VALUE OF TOURISM INSURANCE AND
BUYING BEHAVIOR OF TOURISM INSURANCE**



研 究 生：陳淑娟

GRADUATE STUDENT : SHU-CHUAN CHEN

指 導 教 授：丁誌紋 博士

ADVISOR : CHIN-WEN TING PH.D.

中 華 民 國 一 〇 六 年 六 月

南 華 大 學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與購買行為關係之研究

研究生：連淑娟

經考試合格特此證明

口試委員：戴錦周

許澤宇

丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：

口試日期：中華民國 106 年 6 月 26 日

論文題目：旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與購買行為關係之
研究

研究生：陳淑娟

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

在從事旅遊活動時，總會伴隨著眾多不確定的風險。因此，投保合意的旅行平安險及不便險，利用「保險」來降低、分散甚而避免意外所發生的損失，就有其必要性及重要性。

本研究主要以過去曾有安排國外旅遊之國人做為研究對象，瞭解國人在安排旅遊時，對於旅遊知覺風險的感受程度，以及對旅遊保險的知覺價值感受程度，進而探討，是否會影響其對旅遊保險的購買行為來做相關研究分析。

本研究共取得 619 份有效問卷，經描述性統計、信度分析、因素分析、變異數分析、迴歸分析進行資料處理。

研究結果如下：

- (一) 知覺風險中的身體風險、醫療風險及行李遺失風險對知覺價值中的旅行平安險保障項目重要性呈現正向顯著性影響。
- (二) 知覺風險中的身體風險、醫療風險及行李遺失風險對知覺價值中的旅行平安險呈現正向顯著性影響。
- (三) 知覺風險中的服務風險及行李遺失風險對知覺價值中的旅遊不便險保障項目重要性呈現正向顯著性影響。

- (四) 知覺風險中的行李遺失風險對知覺價值中的旅遊不便險呈現正向顯著性影響。
- (五) 知覺價值中的旅遊平安保險保障項目重要性對旅遊保險購買行為中的「過去出國時，我通常會購買旅遊平安險」有正向顯著影響。
- (六) 知覺價值中的旅遊不便險對旅遊保險購買行為中的「過去出國時，我通常會購買旅遊不便險」有正向顯著影響。

關鍵詞：知覺風險、知覺價值、購買行為



Title of Thesis: A Study on the relationship among Perceived Risk of Tourism, Perceived Value of Tourism Insurance and Buying Behavior of Tourism Insurance

Name of Institute: Master program of Tourism management, Department of Tourism Management, Nan Hua University.

Graduate Date: June 2017 **Degree Conferred:** M.B.A

Name of Student: Shu-Chuan Chen **Advisor:**Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

When engaged in tourism activities always accompanied by a number of uncertain risks. Therefore, it is necessary and important to insure desirable tourism insurance and inconvenience insurance to use "insurance" to reduce, spread and even avoid the loss of accidents.

This study mainly studies the people who have arranged for foreign tourism in the past to understand the degree of perception of the perceived risk of tourism and the perceived value of tourism insurance, in order to explore whether it will impact the people on purchasing travel insurance, then we can do the relevant research and analysis.

Totally, there are 619 valid questionnaires were feed backed and processed by descriptive statistics, reliability analysis, factor analysis, variance analysis and regression analysis.

The results of the study are as follows:

- (1) The physical risk, medical risk and loss of baggage risk of perceived risk shows a positive significant impact on the

importance of tourism insurance guarantee of perceived value.

- (2) The physical risk, medical risk and loss of baggage risk of perceived risk shows a positive significant impact on the tourism insurance of perceived value.
- (3) The service risk and loss of baggage risk of perceived risk shows a positive significant impact on the importance of tourism inconvenience insurance guarantee of perceived value.
- (4) The loss of baggage risk of perceived risk shows a positive significant impact on the tourism inconvenience insurance of perceived value.
- (5) The importance of tourism safety insurance guarantee of perceived value has a significant positive impact on “I usually purchased tourism insurance in the past when travelling abroad” of tourism insurance buying behavior.
- (6) The tourism inconvenience insurance of perceived value has a significant positive impact on “I usually purchased travel insurance in the past when travelling abroad” of tourism insurance buying behavior.

Keywords: perceived risk, perceived value, buying behavior

目 錄

論文摘要內容	I
ABSTRACT	III
目 錄	V
表目錄	VII
圖目錄	X
第一章 緒 論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	4
1.3 研究流程	4
1.4 研究內容	5
第二章 文獻探討	7
2.1 知覺風險	7
2.2 知覺價值	9
2.3 購買行為	12
2.4 本研究各變數之關係	13
第三章 研究設計	16
3.1 研究假說	16
3.2 研究架構	16
3.3 研究變項	17
3.4 研究內容	17
3.5 問卷設計	18
3.6 問卷調查	23
3.7 資料分析方法	23

第四章 研究結果與討論	26
4.1 樣本基本資料分析	26
4.2 因素分析及信效度檢定	32
4.3 量表區別效度	43
4.4 研究構面敘述性統計分析	44
4.5 迴歸分析	52
4.6 不同人口統計變項對各變數之差異分析	59
4.7 交叉分析	77
第五章 結論與建議	101
5.1 研究結論	101
5.2 研究建議	106
參考文獻	108
一、中文部分	108
二、英文部分	111
附錄一	113

表目錄

表 1.1 旅遊保險總整理	3
表 3.1 旅遊知覺風險構面與問項	19
表 3.2 旅遊保險知覺價值構面與問項	21
表 4.1 個人基本資料分析	29
表 4.2 個人旅遊經驗資料分析	31
表 4.3 旅遊知覺風險因素分析表	35
表 4.4 旅遊保險知覺價值因素分析表	41
表 4.5 旅遊知覺風險區別效度表	43
表 4.6 旅遊知覺風險變數敘述性統計分析表	46
表 4.7 旅遊保險知覺價值變數敘述性統計分析表	50
表 4.8 知覺風險對知覺價值(旅平險保障項目重要性)迴歸分析表 ...	53
表 4.9 知覺風險對知覺價值(旅行平安險)迴歸分析表	54
表 4.10 知覺風險對知覺價值(不便險保障項目重要性)迴歸分析表 ..	55
表 4.11 知覺風險對知覺價值(旅遊不便險)迴歸分析表	56
表 4.12 知覺價值對購買行為(通常會購買旅遊平安險)迴歸分析表 ..	57
表 4.13 知覺價值對購買行為(通常會購買旅遊不便險)迴歸分析表 ..	58
表 4.14 性別對旅遊知覺風險構面之差異分析(t 檢定)	59
表 4.15 性別對旅遊保險知覺價值構面之差異分析(t 檢定)	60
表 4.16 最常出國旅遊方式對旅遊知覺風險構面之差異分析	61
表 4.17 最常出國旅遊方式對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	61
表 4.18 年齡對旅遊知覺風險構面之差異分析	62
表 4.19 年齡對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	63
表 4.20 星座對旅遊知覺風險構面之差異分析	64
表 4.21 星座對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	64

表 4.22	教育程度對旅遊知覺風險構面之差異分析	65
表 4.23	教育程度對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	66
表 4.24	職業對旅遊知覺風險構面之差異分析	66
表 4.25	職業對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	67
表 4.26	月收入對旅遊知覺風險構面之差異分析	67
表 4.27	月收入對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	68
表 4.28	婚姻狀況對旅遊知覺風險構面之差異分析	68
表 4.29	婚姻狀況對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	69
表 4.30	子女人數對旅遊知覺風險構面之差異分析	69
表 4.31	子女人數對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	70
表 4.32	出國旅遊次數對知覺風險構面之差異分析	71
表 4.33	出國旅遊次數對知覺價值構面之差異分析	71
表 4.34	平均出國天數對旅遊知覺風險構面之差異分析	72
表 4.35	出國天數對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	73
表 4.36	旅遊預算對旅遊知覺風險構面之差異分析	73
表 4.37	旅遊預算對旅遊保險知覺價值構面之差異分析	74
表 4.38	最常去的國家不同對知覺風險構面之差異分析	75
表 4.39	最常去的國家不同對知覺價值構面之差異分析	75
表 4.40	最常一起旅遊同伴不同對知覺風險構面之差異分析	76
表 4.41	最常一起旅遊同伴不同對知覺價值構面之差異分析	76
表 4.42	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	79
表 4.43	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	81
表 4.44	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	83
表 4.45	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	84
表 4.46	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	86
表 4.47	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	89

表 4.48	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	91
表 4.49	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	92
表 4.50	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	94
表 4.51	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	96
表 4.52	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	97
表 4.53	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	98
表 4.54	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	99
表 4.55	各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析	100



圖目錄

圖 1.1 近年來國人出國人次統計圖	1
圖 1.2 研究流程圖	5
圖 3.1 研究架構圖	17



第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

我國從1979年元月開放國人出國觀光，於2001年起實施週休二日，加上國際航空交通發展及網路國際化的生活便利性，只要動動手指即可了解國外旅遊資訊，無論是在機票訂購或飯店預約都可以透過網路完成，不假他人之手，迅速的解決個人旅遊需求；故資訊業的發展也帶動了全球性的觀光。

依觀光局統計資料顯示(圖1.1)，國人出國人次呈現逐漸增加之趨勢，顯示出國旅遊已成為國人休閒活動安排的主要選項之一，並且藉由出國旅遊活動來體驗不同國家的風俗民情及拓展自我的視野。

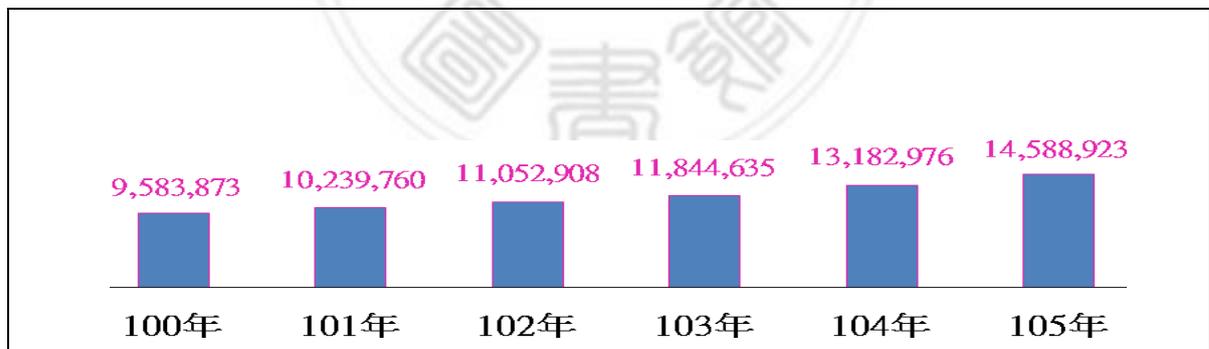


圖 1.1 近年來國人出國人次統計圖

資料來源：交通部觀光局

然而，有旅遊活動就會伴隨著旅遊風險。近幾年來發生較嚴重的旅遊風險事件，例如：2001年美國911事件、2003年SARS事件 (Severe Acute Respiratory Syndrome)、2010年冰島火山爆發事

件，多處機場關閉及多數的航班因此取消飛行，導致近800萬名旅客必須更改行程，引發了一連串旅遊相關問題、2011年日本海嘯之核災效應、2014年馬來西亞航空及復興航空墜落的空難意外、2015年韓國MERS疫情，使國際旅遊顯得更具風險 (Sackett & Botterill, 2006)。

旅遊風險會使旅客的風險知覺提高 (Tsaur, Tzeng, & Wang, 1997)，而且儘管旅遊活動總會伴隨著不確定的旅遊風險，但旅客卻不會因為有旅遊風險而停止旅遊活動的安排 (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009)。

因為有旅遊活動，就會存在著風險，而其風險屬性如下：旅行中的交通工具、目的地的設施、異地的地勢與氣候變化、特殊的風俗民情與禁忌等(王國欽，1995；吳蔓莉，2003)。最令遊客擔心的旅遊意外事故，是車禍與水域相關事故(Wilks, 2004)，遊客為了確保自己的生命及財產安全，應如何做好事前的預防與旅遊風險的規避?這其實是可以利用「旅遊保險」來降低或分散個人的財物損失(吳蔓莉，2003)。

近幾年來，我國國人對旅遊風險的認知提高及對旅遊保險購買行為，在旅遊保險的保費收入及件數中，有明顯的增長，然而相對在旅遊保險的理賠件數也是往上遞增的，所以，由此可以了解，旅遊活動是伴隨著旅遊風險而存在的。

在安排旅遊活動時，為了使旅遊活動多一份安心保障，將旅遊保險納入旅遊活動的工作項目之一，就有其必要性(陳麗君，2015)。所以，國人在安排出國旅遊時，即應購買足夠的旅行平安險及疾病醫療保險(Cater, 1998)。

在 2017 年 4 月 9 日，美國聯合航空（United Airlines）為解決因「機位超賣」之事，強行將一名旅客拖下飛機，引起各界譁然。根據美國運輸部統計，在 2015 年就有將近 4.6 萬名乘客，因非自願性地因素，導致無法登機，造成旅途不便與產生額外開銷，此時可以藉由旅遊不便險來將損失轉嫁給保險公司，以彌補精神或是財務的損失。

在「旅遊不便險」的承保範圍(表 1.2)，包含「班機延誤」、「旅程取消」、「旅行文件遺失」等項目，其中因「機位超賣」致被拒絕搭乘，可向保險公司申請「班機延誤」理賠金。

表 1.1 旅遊保險總整理

	飛安險	旅遊平安險	旅遊不便險
保障期間	飛行及搭乘公共交通運輸期間	全程	
保障項目	<ul style="list-style-type: none"> . 傷害死殘 . 班機延誤 . 行李延誤 . 行李遺失 	<ul style="list-style-type: none"> . 傷害死殘 . 特定事故 . 傷害醫療 . 突發疾病 	<ul style="list-style-type: none"> . 行李遺失 . 行李延誤 . 班機延誤 . 改降非原定機場 . 劫機補償 . 食物中毒 . 旅行文件重置 . 提早結束旅程 . 額外住宿費用

資料來源:本研究整理

綜上所述，本研究擬探討旅遊知覺風險、旅遊保險之知覺價值相互影響關係模式，進而了解遊客對旅遊保險購買行為關係之研究。

1.2 研究目的

基於前述之研究背景與動機，本研究在於了解國人在購買旅遊保險是否受到旅遊知覺風險及旅遊保險知覺價值之影響，歸納出本研究的主要研究目的為：

- 一、探討旅遊知覺風險對旅遊保險知覺價值的影響。
- 二、探討旅遊知覺風險對旅遊保險購買行為的影響。
- 三、探討旅遊保險知覺價值對旅遊保險購買行為的影響。

1.3 研究流程

本研究流程分為五個章節，分七個部分依序進行：如圖 1.1 所示。簡述如下：

- 一、根據研究背景與動機，並蒐集相關資料，確立研究主題。
- 二、依據研究主題，擬定研究之目的，確立研究對象。
- 三、文獻探討：蒐集旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與購買行為之相關理論與研究，進行資料整理，作為本研究之理論基礎。
- 四、根據相關文獻回顧，擬定本研究架構，並說明研究假設、各變項操作型定義、各變項的衡量問項與問卷設計。
- 五、正式問卷的發放。
- 六、進行所回收之問卷資料的整理與分析。
- 七、將資料分析結果歸納整理，做出結論與建議。

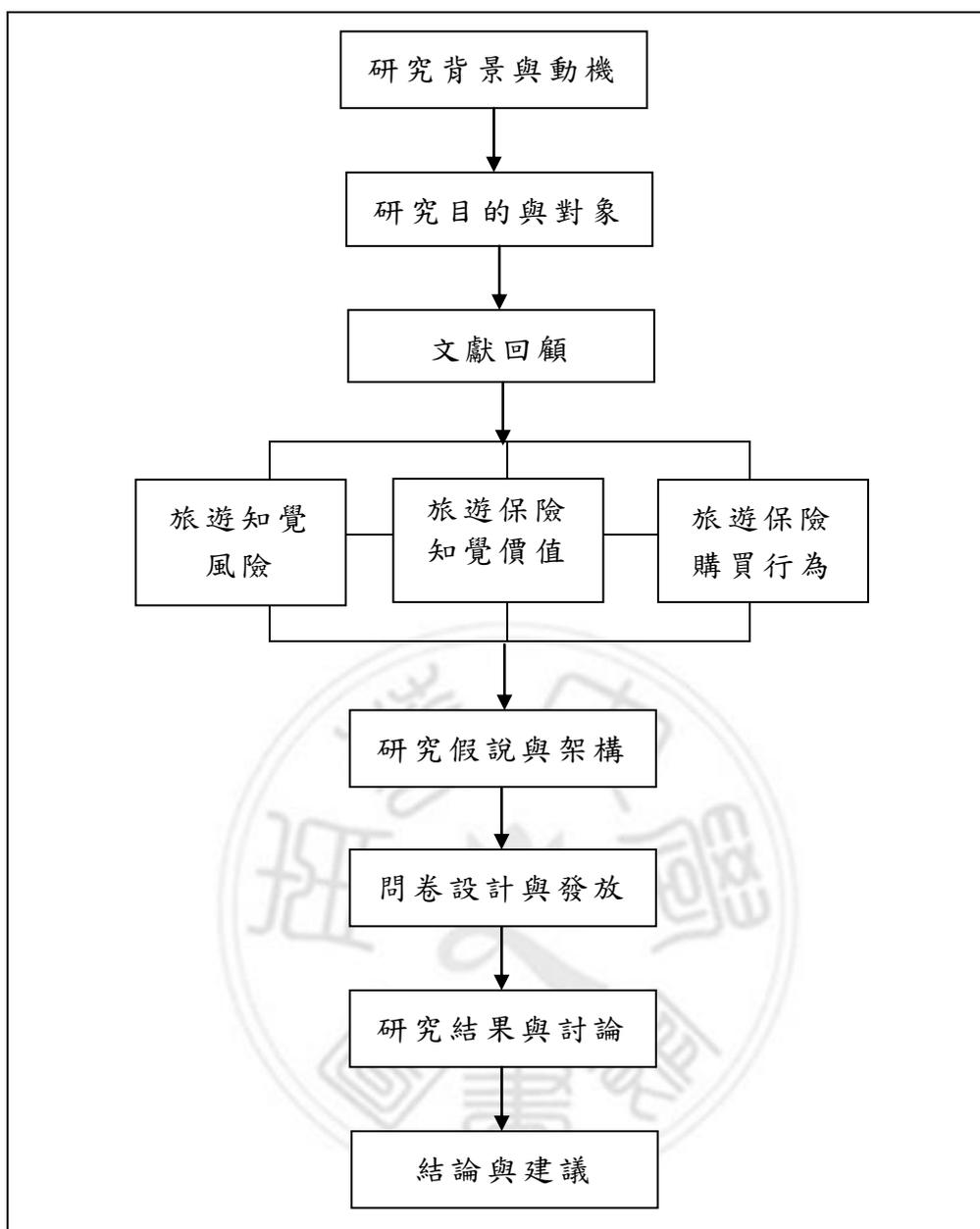


圖 1.2 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.4 研究內容

本研究旨在探討國人在購買旅遊保險是否受到旅遊知覺風險及旅遊保險知覺價值之關係，研究內容架構如下：

第一章 緒論

本章節包含研究背景與動機、研究目的、研究流程與研究內容。

第二章 文獻探討

依據研究目的，彙整國內外相關文獻，主要內容為旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值及旅遊保險購買行為，以作為本研究之理論基礎。

第三章 研究設計

根據相關文獻擬定研究架構與假說，並依此提出問卷設計與衡量變數，以因素分析確定題目，並確立資料分析方法。

第四章 研究結果與討論

對研究母體進行樣本基本資料的描述，並透過信、效度分析、因素分析與迴歸方程模式等方法，對研究假說進行資料分析，將研究結果做綜合分析與討論。

第五章 結論與建議

依據本研究的分析與結果討論，彙整出結論與建議，並提供給相關單位及後續研究者參考。

第二章 文獻探討

綜合上述之研究背景與目的，本章針對研究中之三個主要變項「旅遊知覺風險」、「旅遊保險知覺價值」、「旅遊保險購買行為」，進行相關文獻探討，以了解各變數之涵義及理論發展，並了解其相互關係。本章回顧之文獻資料為本研究問卷設計及研究假說之理論依據。

2.1 知覺風險

2.1.1 知覺風險的定義

在 1920 年當時的經濟學領域裡，風險概念早已蔚為風行，並漸漸地應用在其它領域(Dowling & Statelin, 1994)；在消費者行為的實證研究中，知覺風險已用來作為解釋變異量的來源(Rao & Farley, 1987；Srinivasan & Ratchford, 1991)。

首先提出知覺風險(Consciousness Risk)概念的 Bauer (1960)，他認為消費者在進行購買行為當時，並無法預期產品的使用結果為何，所以，消費者在進行購買行為時必須承擔某些風險，因此，消費行為可視為一種「風險承擔」(an instance of risk taking)；再者，Engel & Blackwell(1983)將知覺風險定義為，消費者在購買產品時，所必須涉及的風險程度；而 Gartner(1989)則是認為知覺風險是在進行選擇後，所發生的預期損失與負面結果。

由上述我們可以知道，知覺風險是一種預期可能的損失與可能發生的風險承擔。

Jacoby and Kaplan (1972)將消費者的知覺風險區分為五種型

態：(1)財務風險(Financial Risk)：產品價值無法達到購買成本或維護費用較高的風險；(2)績效風險(Performance Risk)：產品功能表現不符合消費者預期效果的風險，又稱為「功能風險」；(3)身體風險(Physical Risk)：產品不理想或有瑕疵時，使用產品有可能造成身體傷害的風險；(4)心理風險(Psychological Risk)：產品無法符合自我形象或理想時所造成的不悅、不愉快感風險；(5)社會風險(Social Risk)：產品不被他人所認同的風險。

Stone and Gronhaug (1993)將 Jacoby and Kaplan (1972)所提出的五種風險型態加入 Roselius (1971)所提出的時間風險，並且，發現此六項風險可以解釋總知覺風險的 88.8%，且六項風險當中的心理風險皆受到財務風險、績效風險、身體風險、社會風險及時間風險等五項風險的影響。

然而，因研究目的不同而使得知覺風險產生不同的構面與不同的意涵，所以，眾多學者都認為，消費者的知覺風險為一多構面的結構(Roselius, 1971)。

換言之，從知覺風險的型態中，闡述出消費者在旅遊過程中，所面對的知覺風險層面，顯示出消費者在面臨不同的風險時所需的知覺架構，本文企圖在知覺風險的文獻中去探討，引發消費者在知覺風險中所衡量的相關構面。

2.1.2 知覺風險的衡量構面

消費者知覺到的風險程度以及消費者所能容忍的風險程度，會影響其購買商品的策略，更重要的是消費者主觀知覺到的風險，而非真正的風險高低，因為即使風險是不存在或很低的，但是消費者卻主觀感受到高風險知覺，結果仍會影響其購買決

策。

曹勝雄(1996)對旅遊風險提出下列定義：旅遊風險為旅客在旅遊過程中感受到的風險，此風險主要來自於旅遊過程中及目的地所提供之旅遊服務條件。

然而，(張進福、鄭向敏，2001)安全則是影響旅遊決策和旅遊發展的重要因素之一。

而 Roehl & Fesenmaier(1995)將旅遊安全以風險來加以評估並將其風險分為七個層次：設備風險(equipment risk)、財務風險(financial risk)、身體風險(physical risk)、心理風險(psychological risk)、滿意風險(satisfaction risk)、社會風險(social risk)、及時間

因此，我們可以了解到，在完整的旅遊的活動中，遊客本身及財務的安全與風險知覺就顯得極為重要，故本研究參考以上學者之研究與見解，並依照本研究目的，將旅遊知覺風險歸納為以下六個構面：

- (1) 身體風險
- (2) 財務風險
- (3) 服務風險
- (4) 時間風險
- (5) 醫療風險
- (6) 行李遺失風險。

2.2 知覺價值

2.2.1 知覺價值的定義

Zeithaml(1988)認為知覺價值是一項高層次抽象概念(higher-level attributes)，是消費者對產品所付出和接收到對產品知覺效用的整體評估，代表付出和獲得的一種抵換關係(trade-off)。換句話說，知覺價值可以視為是消費者對產品或服務本身提供的效用而給予的評價。亦即消費者對於知覺的犧牲

(sacrifice)與利益(benefit)來進行整體性的效用評估，而此整體效用的概念即是知覺價值(Zeithaml, 1988)。因此，我們可以說旅遊活動是一個高度自主判斷的價值行為與情境結合，這其中包含了先備經驗的知覺感受，也含蓋了客觀現實條件的判斷。

然而，在此定義之下，Zeithaml (1988)把價值分為以下四種：
(1)低價格提供價值：顧客在購買行為上，為了取得低價格而必須放棄其主觀所知覺到其它最顯著的價值，而當取得供應商提供較低的價格時，他們才會感受到價值的產生；(2)價值是顧客想要的商品：價值為顧客制訂購買決策、在進行購買這一連串的消费行為過程中，顧客對供應商所提供的事物，可能會產生正面或負面價值；(3)價值是顧客所付出的價格的商品品質：這包含供應商所給予的價格與顧客所得到的商品品質。顧客對產品與服務付出價格，會希望所付出的價格能夠獲得同等或更高的產品品質，如此即能感受到價值的產生；(4)價值是顧客付出後所得到的：表示當顧客每付出一單位金錢，相對應所得到的價值。

因此，從Zeithaml (1988)的論述中，歸納出消費者對於知覺價值裡的價格高低引發價值的產生，價值正面判斷將產生消費購買行為，更至於消費者所需要的品質內涵。換言之，價值決定之內涵，可視為消費者意圖在旅遊風險裡所衡量的面向。

Dodds, Monroe and Grewal (1991)則認為消費者在購買產品時，會依主觀判斷來設定所能接受的價格，而知覺價值則是消費者認為產品價格比消費者所能接受的價格還低時所產生的知覺，並且知覺價值愈高，消費者的購買意願相對提高。

Croninetal(2000)其對價值的前置因子提出了「犧牲」的論

述，他在研究中指出，「價值」的評斷會受到服務品質與所付出的犧牲有連動影響；而這個「犧牲」可分為金錢與非金錢二個層面，在金錢上的犧牲層面即為，對這項產品或服務的定價；而在非金錢上的犧牲層面則為，對時間或者是為了獲得這項產品及服務所必須付出的努力。

然而，當消費者在評斷產品價值時會以本身主觀所感受到知覺的犧牲、主觀的自我偏好以及自我的個性為基準，因此，相同的服務對於不同的消費者而言，卻不一定會有相同的知覺價值 (Bolton and Drew, 1991)。

當一個旅遊活動成行時，消費者期待旅遊的過程平安順利和愉快，從旅遊保險的知覺價值面向介入活動，試從旅遊平安險的保障項度、旅遊平安險的保障價值、旅遊不便險對於行程進行的保障度與順利性、旅遊不便險的保障價值，做為旅遊保險知覺價值的進路。

2.2.2 知覺價值的衡量構面

在旅遊活動中，對於人身的保障與旅遊活動的順遂是消費者意圖讓旅遊價值提升的關鍵因素，換言之，當消費者對知覺保障價值與保障價值存在性與否，是為衡量知覺價值的構面為之迫切與重要。故本研究參考以上學者之研究與見解，並依照本研究目的，將旅遊保險知覺價值歸納為四個構面：

(1) 旅遊平安險保障項目重要性 (2) 旅遊平安險 (3) 旅遊不便險保障項目重要性 (4) 旅遊不便險。

2.3 購買行為

2.3.1 購買行為的定義

消費者對於產品的知覺價值將影響其購買意願(Monroe and Krishnan, 1985)。Sweeney, Soutar and Johson (1999) 的研究顯示，知覺價值對於知覺品質、知覺價格、知覺風險與購物意願是重要的傳遞者，其知覺價值愈高，則提高顧客滿意、顧客忠誠(Snoj, Korda and Mumel, 2004)。

顏惠玲(2005)以旅遊保險為研究主題，探討國小教師的人格特質、生活型態與旅遊風險知覺對旅遊保險消費之影響。該研究結果發現，人口特性對旅遊風險知覺有顯著差異。人口特性、人格特質、生活型態、旅遊風險知覺對旅遊保險消費行為皆有顯著差異。

然而，從旅遊活動知覺風險、知覺價值的探討中，我們可以從進路中探究出影響其最後旅遊保險的購買行為，仍受消費者的年齡、婚姻狀況、教育程度、旅遊方式等有顯著差異(吳蔓莉, 2003)，換句話說，對於旅遊保險的購買行為很重要的題項，是如何在一趟旅遊活動裡獲得更大的保障，降低旅遊行程中的不確定性進而提升旅遊的品質與價值。

其次，認定旅遊活動中的價值與保障內涵的重要性，進行進行購買旅遊保險商品的行為意圖，來自消費者對旅遊過程中的平安保障重視與經濟能力上的衡量，因而會將購買行為放置在旅行平安險項目。

消費者在旅遊過程中或參與活動時，如遇上意外事故、突發疾病、財務損失或因天氣因素及人為因素，而導致行程延誤或異

動，為了降低個人在財務及精神上的損失，並獲得適當協助處理以及金錢上補償，把旅遊活動期間可能產生的風險轉嫁給保險公司來承擔，進而進行購買旅遊保險，亦即消費者將旅遊保險知覺價值的購買動機轉換成實際購買行為。

2.3.2 購買行為之衡量構面

在旅遊過程中，消費者對於可能產生的風險判讀，至保險知覺的產生進而主觀對價值的衡量，而產生旅遊保險的購買行為。

以消費者之保險購買行為為探討主題中。提及消費者之認知、購買經驗及購買意願之相關文獻，如游玲涓(2002)以長期照護保險為研究主題，探討消費者對長期照護保險之看法及接受程度。該研究發現人口變數、生活型態變數對民眾的長期照護認知有顯著差異。人口變數、生活型態變數、長期照護的認知對購買意願間亦有顯著差異。

我們可以了解到，消費者對於保險知覺價值的認知程度不同將會影響到其對保險的購買意願進而影響到購買行為。

本研究參考以上學者之研究見解，並依照本研究目的，將旅遊保險購買行為歸納為二個題項：

(1) 過去出國時，我通常會購買【旅遊平安險】 (2) 過去出國時，我通常會購買【旅遊不便險】。

2.4 本研究各變數之關係

2.4.1 知覺風險與知覺價值

Sweeney et al. (1999)是較早將知覺風險和知覺價值同時納入購買決策的學者，其認為在做購買決策時，不應只考慮購買當時

的情境因素(如價格、品質、服務)，還要將擁有該產品的長期意涵也納入考量；所以在探討知覺價值的前因，不能只侷限於購買時的利益和犧牲，應該也要將未來的利益和犧牲也納入考量。知覺風險理論是學者常用來分析消費者購買決策的重要指標之一，亦是消費者在決定購買前的重要決策變數。而知覺價值亦被視為影響消費者購買意願的最關鍵因素之一，同時也是消費者購買過程的重要決策依據(Dodds & Monroe, 1985)。

綜上述，知覺風險是進行產品交易時，消費者所承擔的無形成本之一，稱為精神成本(Psychic cost)，是一種非貨幣性的犧牲，與知覺價值呈反向關係(Wood and Scheer, 1996)。因此，消費者對於某產品的知覺風險愈高，則對該產品的知覺價值會愈低，此時消費者的購買意願也會降低。進而假設，在本研究的旅遊知覺風險愈高對旅遊保險的知覺價值相對愈高。

2.4.2 知覺風險與購買行為

知覺風險理論是學者常用來分析消費者購買決策的重要指標之一，亦是消費者在決定購買前的重要決策變數。Garretson and Clow(1999)認為，消費者在決策過程所知覺到的風險，將會直接影響到其購買意願。因為消費者在進行購買的過程中，無法完全掌握產品的相關資訊，並在此過程中感受到不同的風險知覺，而這些知覺風險感受程度的高低，將是影響購買行為的關鍵因素。綜上述，本研究認為消費者的知覺風險將會影響其旅遊保險的購買行為。

2.4.3 知覺價值與購買行為

知覺價值是消費者在獲得知覺利益與知覺成本的比較，常被當作價格和非價格間的相關資訊對購買意圖之間的關係係數裡的中介變數，也被視為影響消費者購買意願的最關鍵因素之一，同時也是消費者購買過程的重要決策依據(Dodds & Monroe, 1985)。

Dodds et al.(1991)認為，當消費者對某產品的知覺價值感受程度愈高，其購買該產品的意願就愈高。在過去的研究發現，知覺價值對購買意願會產生正向的影響(Grewal, Krishnan, Baker & Borin, 1998)，Petrick(2002)研究結果發現，較高的知覺價值會提升其購買的意願。綜上所述，本研究認為知覺價值愈高，則消費者的購買意願愈高，進而進行購買旅遊保險。

第三章 研究設計

本研究為瞭解旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值、旅遊保險購買行為各變項間之關係進行分析探討，本章以第一章的研究背景與動機、研究目的以及第二章的文獻探討為基礎，建立本研究的概念性模型與研究方法的說明。本章分為研究架構、研究假說、研究變項、研究內容、問卷設計、問卷調查、資料分析方法。

3.1 研究假說

根據第二章文獻探討，本研究提出下列研究假說，期能透過問卷所蒐集的資料，運用因素分析、迴歸方程模型，驗證這些假說的成立與否，並探討旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值、旅遊保險購買行為之關係。研究假說敘述如下：

H1:旅遊知覺風險對旅遊保險知覺價值有顯著影響

H2:旅遊保險知覺價值對旅遊保險購買行為有顯著影響

H3:旅遊知覺風險對旅遊保險購買行為有顯著影響

3.2 研究架構

本研究依據研究目的並參考相關文獻的理論基礎，對於旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值、旅遊保險購買行為等變數之關係進行推論後，提出以下研究架構，如圖 3.1 所示：

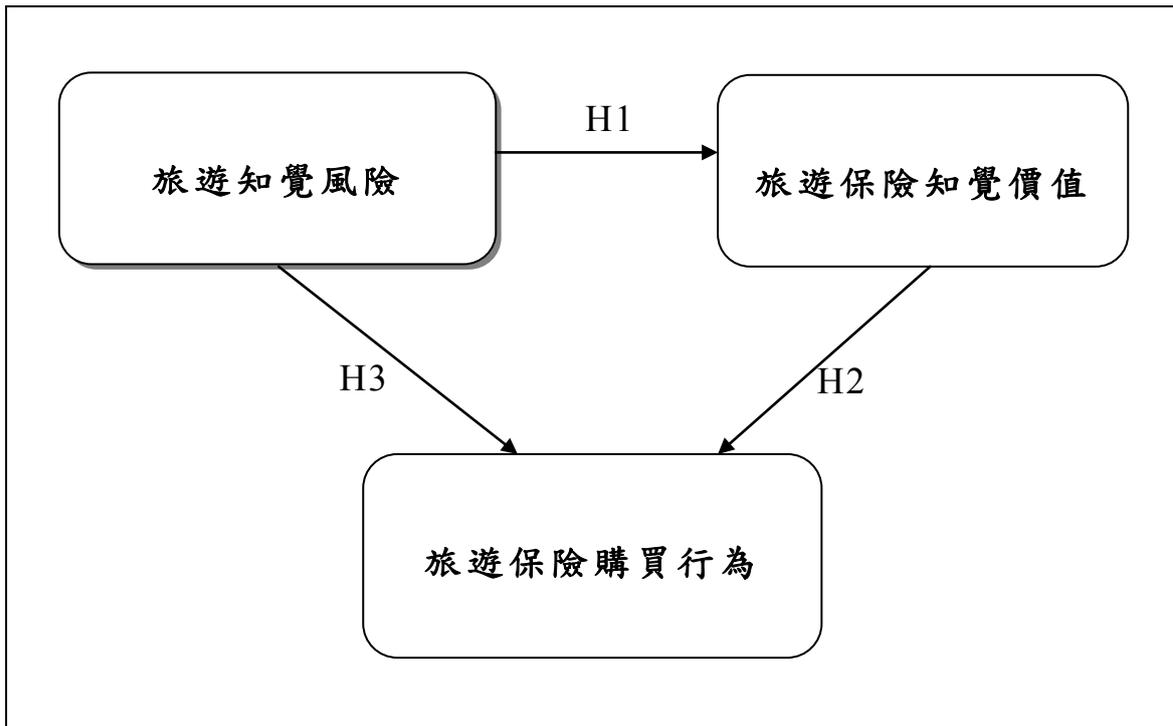


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.3 研究變項

本研究架構的變項，分別為：旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與旅遊保險購買行為三個變項。

3.4 研究內容

研究內容主要以文獻探討與問卷調查所蒐集之資料為主，瞭解旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與旅遊購買行為之關係。在旅遊知覺風險方面，研究者由文獻探討歸納整理出六個子構面，分別為「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」；旅遊保險知覺價值方面，分別為「旅遊平安保險保障重要性」、「旅遊平安保險」、「旅遊不便險保障重要性」及「旅遊不便險」四個子構面；購買行為方面，「過

去出國時，我通常會購買【旅遊平安險】及「過去出國時，我通常會購買【旅遊不便險】」。題項依照因素分析，修改題意不清以及刪除因素負荷量低於0.5之題項，因此本研究之問卷已具有一定之內容效度。

3.5 問卷設計

本研究採用問卷調查法，並以便利抽樣方式進行資料收集，自 106 年 3 月 22 日至 106 年 3 月 29 日，回收之有效問卷 619 份。本研究依據研究目的與架構發展出三個研究變項，加上受訪者的基本資料，問卷共可分為四個部份。問卷設計以李克特 (Likert scale) 五點尺度量表，由受訪者針對量表題目所陳述之語句，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「很不同意」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，得分越高表示受訪者越認同該題項。

四大部分內容分述如下：

一、個人基本資料

第一部份主要是了解受訪者之性別、年齡、星座、教育程度、職業、月收入、婚姻狀況、子女人數等，計八個問項

第二部份主要是了解受訪者個人的旅遊經驗，以最近三年出國旅遊次數、最常出國旅遊方式、平均出國天數、旅遊預算(最常)、最常去的國家及最常一起旅遊同伴等，計六個問項。

二、旅遊知覺風險量表

旅遊保險知覺價值風險問項，共分成個六子構面，分別為「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」，依本研究目的設計出總計 34 題(如表 3.1)。

表3.1旅遊知覺風險構面與問項

構面	問項	題項來源
身體 風險	1.在旅遊過程中，我擔心當地環境(地型.氣候.空污...)，可能會造成我的身體不適.	顏惠玲 (2005) 張世杰 (2013)
	2.在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害(意外傷害).	
	3.在旅遊過程中，可能會發生意外重大事故.	
	4.在旅遊過程中，我擔心舊疾的困擾.	
	5.在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適.	
財務 風險	6.在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)	
	7.在旅遊過程中，我擔心會有匯率變動損失.	
	8.在旅遊過程中，我擔心會多付出許多自費行程的開銷.	
	9.在旅遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我的預算.	
	10.在旅遊過程中，我擔心會因為『從眾行為』購買而超出我的預算.	
服務 風險	11.在旅遊過程中，我擔心旅館的服務不如預期.	
	12.在旅遊過程中，我擔心餐廳的服務不如預期.	
	13.在旅遊過程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程.	
	14.在旅遊過程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全.	
	15.我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善.	
	16.我擔心旅遊當地的資訊提供不完備.	
	17.我擔心旅遊當地的如廁便利性不佳.	

表 3.1 旅遊知覺風險構面與問項(續)

構 面	問 項	題項來源
時間 風險	18.我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的。	顏惠玲 (2005) 張世杰 (2013)
	19.我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的。	
	20.我覺得旅遊過程中，部份活動會讓我無法有效運用時間。	
	21.我覺得在旅遊過程中，轉機等待是耗時的。	
	22.我覺得旅遊過程中，集合、排隊等待是浪費時間的。	
醫療 風險	23.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的就醫不方便。	
	24.在旅遊過程中，發生意外所導致之醫療事故及後果是相當嚴重的	
	25.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的醫療服務品質不佳。	
	26.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的醫療費用過高。	
	27.我擔心旅遊過程中，因為就醫治療而影響後續行程。	
	28.我擔心旅遊過程中，因為就醫住院治療時，身邊無人照顧。	
	29.我擔心旅遊過程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤。	
行李 遺失 風險	30.我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險。	
	31.我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險。	
	32.我擔心在旅遊過程中，行李被誤送到其它地點。	
	33.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損。	

表 3.1 旅遊知覺風險構面與問項(續)

構面	問項	題項來源
	34.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損。	

資料來源:本研究整理

三、旅遊保險知覺價值量表

旅遊保險知覺價值問項，共分成四個子構面，分別為「旅遊平安保險保障重要性」、「旅遊平安保險」、「旅遊不便險保障重要性」及「旅遊不便險」，總計 19 個題項(如表 3.2)。

表 3.2 旅遊保險知覺價值構面與問項

構面	問項	題項來源
旅行平安險保障項目重要性	1.我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要。	吳蔓莉 (2003) 顏惠玲 (2005) 宋汶璇 (2005)
	2.我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要。	
	3.我覺得【疾病醫療(突發疾病造成之醫療費用支出)保障】很重要。	
	4.我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要。	
	5.我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要。	
旅行平安險	6.我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障是足夠的。	
	7.我覺得以這個價錢買旅行平安險很值得。	
	8.我覺得購買旅行平安險，讓我可以旅遊過程中，更加安心。	
	9.我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障。	

表 3.2 旅遊保險知覺價值構面與問項(續)

構面	問項	題項來源
旅遊不便險保障項目重要性	10.我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要.	吳蔓莉 (2003) 顏惠玲 (2005) 宋汶璇 (2005)
	11.我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要.	
	12.我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要.	
	13.我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要.	
	14.我覺得【額外住宿(因旅行文件毀損、天災造成額外住宿費用支出)保障】很重要.	
旅遊不便險	15.我覺得以這個價錢買旅遊不便險，其提供的保障是足夠的.	
	16.我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得.	
	17.我覺得購買旅遊不便險，讓我可以再旅遊過程中，更加安心.	

資料來源:本研究整理

四、旅遊保險購買行為量表

旅遊保險購買行為問項，分別為「過去出國時，我通常會購買【旅遊平安險】」、「過去出國時，我通常會購買【旅遊平安險】」二個題項。

3.6 問卷調查

3.6.1 研究對象

本研究主要是探討旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與旅遊保險購買行為之間的關係進行研究，因此，本研究以曾有出國旅遊經驗的消費者，作為抽樣調查之對象。

3.6.2 樣本

抽樣樣本大小考量的主要因素包括：母體大小、估計之信賴區間、容許估計誤差、母體之變異數、統計分析上的考量因素、調查成本之因素考量，以及其他非抽樣性因素，如：研究者的時間、人力、經費與其他相關資源配合等。

3.7 資料分析方法

本研究問卷藉由分析實證資料進行研究假說之驗證，使用的統計分析方法，茲分述如下：

一、描述性統計分析(Descriptive Analysis):

將所收集之有效問卷利用次數分配，以了解樣本的基本資料，再以各題項的平均數與標準差作一概略描述，並進行簡單的分析，進而對問卷樣本的組合特性有初步了解。

二、信度分析(Reliability Analysis):

所謂信度也稱為可靠度，信度分析主要是檢測量表的一致性(Consistency)與穩定性(Stability)，Cronbach 於 1951 年提出問卷或測驗的衡量工具之信度稱為 Cronbach's α 係數(簡稱 α 係數)。周文賢(2002)指出 $\alpha > 0.7$ 代表高信度， $0.7 > \alpha > 0.35$ 代表可接受信

度， $\alpha < 0.35$ 代表低信度。本研究以 Cronbach's α 係數來衡量問卷的信度。

三、效度分析(Validity Analysis):

效度乃測量出其所欲測量內容的程度(Smith, 1991)，周文賢(2002)指出，對於效度的要求分為三種，即內容效度、效標相關效度、構念效度。其中內容效度(Content Validity)，係指測量工具的內容適切性；效標相關效度(Criterion-Related Validity)，係指測量結果與所欲衡量之特質間的相關程度。構念效度(Construct Validity)，係指能有效衡量某一構念的程度，而構念效度又稱為建構效度，建構效度可分為收斂和區別效度(Convergent & Discriminant Validity)。來自於相同構念的項目，彼此之間的相關，要愈高愈好，稱為收斂效度；但屬於不同構念的項目，彼此之間的相關要愈低愈好，則稱為區別效度(林震岩，2012)。

本研究各構面所使用之問卷內容是經由整理相關理論文獻並與教授討論後擬定，因此問卷題項已具內容效度，再透因素分析檢驗其建構效度。

四、獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析

本研究以獨立樣本 t 檢定 (t-test) 及變異數分析 (ANOVA) 來分析不同背景變項對旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值、及旅遊保險購買行為的差異性。

五、迴歸分析

迴歸分析主要在瞭解自變數與依變數之間的相互關係。在此

檢測旅遊知覺風險對消費者旅遊保險知覺價值是否有顯著影響及消費者旅遊保險知覺價值對旅遊保險購買行為是否有顯著影響。

六、交叉分析

探討兩個變數之間的關聯性（association）及分布情形，利用卡方檢定檢定變數間的獨立性、同質性與一致性檢定，測量變項之間是否為統計上獨立之虛無假設的推論統計。本研究確定變項間的關係的確存在時，分析不同背景變項對旅遊保險購買行為的差異性來瞭解變項間關係的型態。



第四章 研究結果與討論

本章將針對研究樣本進行資料分析，對所得到的結果加以論述說明與討論。

4.1 樣本基本資料分析

4.1.1 資料回收狀況

本研究以過去有出國旅遊經驗的消費者做為抽樣調查之對象，採用便利抽樣及滾雪球抽樣，正式問卷發放時間為 106 年 3 月 22 日~3 月 25 日，實得有效問卷 619 份。

4.1.2 個人背景資料分析

性別、年齡、星座、教育程度、職業、月收入、婚姻狀況、子女人數計八個問項以及個人的旅遊經驗，計六個問項，以上共計 14 個問項。

本研究之人口統計變數包括，第一部份『個人基本資料』中的「性別」、「年齡」、「星座」、「教育程度」、「職業」、「教育程度」、「月收入」、「婚姻狀況」、與「子女人數」計八項。

第二部份之『個人旅遊經驗』中的「最近 3 年出國外旅遊次數」、「最常出國旅遊方式」、「平均出國天數」、「旅遊預算(最常)」、「最常去的國家」及「最常一起旅遊同伴」計六項，合計 14 項。樣本基本屬性分析結果如表 4.1 所示，並詳述如下：

一、性別：受訪樣本中男、女樣本比例分別為，男性 269 人，佔整體樣本 43.46%；女性 350 人，佔整體樣本 56.54%，此結果顯示受訪樣本中以女性居多。

- 二、年齡：在 619 份有效問卷中，受訪者年齡的分佈中以「40~49 歲」佔多數，有 270 人，佔整體樣本 43.69%；其次為「30~39 歲」有 166 人，佔 26.86%；「50~59 歲」有 98 人，佔 15.86%；「20~29 歲」有 63 人，佔 10.19%；「60 歲以上」有 17 人，佔 2.75%；「20 歲以下」有 4 人，佔 0.65%。此結果顯示受訪樣本中，以中壯年族群居多。
- 三、星座：受訪樣本的星座分佈方面，以「天蠍座」最多，有 62 人，佔整體樣本 10.03%；其次依序為「雙魚座」有 61 人，佔 9.87%；「巨蟹座」有 59 人，佔 9.55%；「獅子座」有 57 人，佔 9.22%；「射手座」有 53 人，佔 8.58%；「天秤座」有 52 人，佔 8.41%；「牡羊座」有 49 人，佔 7.93%；「金牛座」有 48 人，佔 7.77%；「雙子座」有 46 人，佔 7.44%；「摩羯座」有 45 人，佔 7.28%；「處女座」有 44 人，佔 7.12%；「水瓶座」有 42 人，佔 6.8%。顯示受訪樣本中，受訪者以水象星座為最多。
- 四、教育程度：受訪樣本的教育程度以「大學」的比例最高，有 257 人，佔整體樣本 41.52%；其次依序為「專科」有 157 人，佔 25.36%；「高中職」有 101 人，佔 16.32%；「研究所(含)以上」有 95 人，佔 15.35%；「國中(含)以下」有 9 人，佔 1.45%。顯示受訪樣本中，大多數擁有高等教育程度。
- 五、職業：受訪樣本的職業分佈方面，以「服務業」最多，有 166 人，佔整體樣本 26.86%；其次依序為「工業」有 137 人，佔 22.17%；「商業」有 107 人，佔 17.31%；「家管」有 51 人，佔 8.25%；「自由業」有 46 人，佔 7.44%；「軍警公教」有 42

人，佔 6.8%；「其他」有 30 人，佔 4.85%；「學生」有 23 人，佔 3.72%；「退休」有 16 人，佔 2.59%。顯示受訪樣本中的職業以服務業(含金融保險業)最多。

六、月收入：受訪樣本中以月平均收入「2~4 萬(含)」比例最高，有 186 人，佔整體樣本 30.05%；其次依序為「4~6 萬(含)」有 163 人，佔 26.33%；「6~8 萬(含)」有 89 人，佔 14.38%；「2 萬以下」有 87 人，佔 14.05%；「10 萬以上」有 52 人，佔 8.4%；「8~10 萬(含)」有 42 人，佔 6.79%。顯示受訪樣本中，以中高所得者居多。

七、婚姻狀況：受訪樣本的婚姻狀況以「已婚」居多，有 399 人，佔整體樣本 65.41%；「未婚」有 182 人，佔整體樣本 29.84%；「離婚」有 22 人，佔 3.61%；「喪偶」有 7 人，佔 1.15%。顯示受訪樣本中，受訪者以「已婚」者最多。

八、子女人數：受訪樣本中子女人數以「2 位」比例最高，有 220 人，佔整體樣本 35.54%；其次依序為「無」有 213 人，佔 34.41%；「1 位」有 120 人，佔 19.39%；「3 位」有 58 人，佔 9.37%；「4 位(含)以上」有 8 人，佔 1.29%。結果顯示受訪樣本中，受訪者之子女人數以「2 位」為最多。

表4.1 個人基本資料分析

變項	類別	人數	百分比	變項	類別	人數	百分比
性別	男	269	47.83	職業	學生	23	3.72
	女	350	52.17		軍警公教	42	6.8
年齡	20歲以下	4	0.65		工	137	22.17
	20~29歲	63	10.19		商	107	17.31
	30~39歲	166	26.86		服務業	166	26.86
	40~49歲	270	43.69		自由業	46	7.44
	50~59歲	98	15.86		家管	51	8.25
	60歲以上	17	2.75		退休	16	2.59
星座	水瓶座	42	6.8		其他	30	4.85
	雙魚座	61	9.87		月收入	2萬以下	87
	牡羊座	49	7.93	2萬~4萬(含)		186	30.35
	金牛座	48	7.77	4萬~6萬(含)		163	26.33
	雙子座	46	7.44	6萬~8萬(含)		89	14.38
	巨蟹座	59	9.55	8萬~10萬(含)		42	6.97
	獅子座	57	9.22	10萬以上	52	8.4	
	處女座	44	7.12	婚姻狀況	未婚	182	29.84
	天秤座	52	8.41		已婚	399	65.4
	天蠍座	62	10.03		離婚	22	3.61
	射手座	53	8.58		喪偶	7	1.15
	摩羯座	45	7.28		分居	0	0
教育程度	國中以下	9	1.45	子女人數	無	213	34.41
	高中職	10	16.32		1位	120	19.39
	專科	157	25.36		2位	220	35.54
	大學	257	41.52		3位	58	9.37
	研究所以上	95	15.35		4位(含)以上	8	1.29

資料來源:本研究整理

- 九、過去 3 年出國旅遊次數：受訪樣本中旅遊次數以「2 次以下」比例最高，有 361 人，佔整體樣本 58.32%；其次依序為「3~4 次」有 149 人，佔 24.07%；「5~6 次」有 52 人，佔 8.4%；「9 次以上」有 32 人，佔 5.17%；「7~8 次」有 25 人，佔 4.04%。結果顯示受訪樣本的出國次數以「2 次以下」人數最多。
- 十、最常出國旅遊方式：受訪樣本中旅遊方式以「團體旅遊」比例最高，有 348 人，佔整體樣本 56.22%；其次為「自助旅遊」有 271 人，佔 43.78%。結果顯示受訪樣本的最常出國旅遊方式以「團體旅遊」人數最多。
- 十一、平均出國天數：受訪樣本中出國天數以「5~7 天」比例最高，有 430 人，佔整體樣本 69.47%；其次依序為「8~10 天」有 82 人，佔 13.25%；「4 天以下」有 81 人，佔 13.09%；「14 天以上」有 17 人，佔 2.75%；「11~13 天次」有 9 人，佔 1.45%。結果顯示受訪樣本的平均出國天數以「5~7 天」人數最多。
- 十二、旅遊預算(最常)：受訪樣本中旅遊預算以「3~5 萬(含)」比例最高，有 301 人，佔整體樣本 48.63%；其次依序為「3 萬以下」有 176 人，佔 28.43%；「5~7 萬(含)」有 88 人，佔 14.22%；「9 萬以上」有 36 人，佔 5.82%；「7~9 萬(含)」有 18 人，佔 2.91%。結果顯示受訪樣本的旅遊預算以「3~5 萬(含)」人數最多。
- 十三、最常去的國家：受訪樣本中最常去的國家以「東北亞」比例最高，有 338 人，佔整體樣本 54.6%；其次依序為「東南亞」有 126 人，佔 20.36%；「大陸」有 73 人，佔 11.79%；「港澳」有 30 人，佔 4.85%；「歐洲」有 21 人，佔 3.39%；「美洲」

有 17 人，佔 2.75%；「其它」有 11 人，佔 1.78%；「大洋洲」有 3 人，佔 0.48%。結果顯示受訪樣本的最常去的國家以「東北亞」人數最多。

十四、最常一起旅遊同伴：受訪樣本中最常一起旅遊的同伴以「配偶」比例最高，有 205 人，佔整體樣本 33.12%；其次依序為「朋友」有 168 人，佔 27.14%；「同事」有 85 人，佔 13.73%；「子女」有 72 人，佔 11.63%；「父母」有 32 人，佔 5.17%；「兄弟姐妹」有 23 人，佔 3.72%；「同學」有 21 人，佔 3.39%；「其它」有 13 人，佔 2.1%。結果顯示受訪樣本中，受訪者最常一起旅遊的同伴以「配偶」人數最多。

表4.2 個人旅遊經驗資料分析

變項	類別	人數	百分比	變項	類別	人數	百分比	
最近3年出國旅遊次數	2次以下	361	58.32	最常去的國家	東南亞	126	20.36	
	3~4次	149	24.07		東北亞	338	54.6	
	5~6次	52	8.4		大陸	73	11.79	
	7~8次	25	4.04		港澳	30	4.85	
	9次以上	32	5.17		美洲	17	2.75	
旅遊方式	團體	348	56.22		歐洲	21	3.39	
	自助	271	43.78		大洋洲	3	0.48	
平均出國天數	4天以下	81	13.09		其他	11	1.78	
	5~7天	430	69.47		最常一起旅遊同伴	父母	32	5.17
	8~10天	82	13.25			子女	72	11.63
	11~13天	9	1.45	配偶		205	33.12	
	14天以上	17	2.75	兄弟姐妹		23	3.72	
旅遊預算	3萬以下	176	28.43	同學		21	3.39	
	3~5萬	301	48.63	同事		85	13.73	
	5~7萬	88	14.22	朋友		168	27.14	
	7~9萬	18	2.91	其它	13	2.1		
	9萬以上	36	5.82					

資料來源：本研究整理

4.2 因素分析及信效度檢定

本節將對「旅遊知覺風險」、「旅遊保險知覺價值」及「遊保險購買行為」三部份正式問卷量表進行因素分析，以驗證問卷之基本建構效度。因素負荷量未超過 0.5 之題項，應予以刪除 (Joreskog & Sorbom, 1989 ; Hair, Anderson, Tatham, William & Black, 1998)。

本研究採用 Cronbach's α 係數來衡量問卷的信度，它是目前社會科學研究中，最常見的一項判別信度的方式， α 係數若大於 0.7 表示高信度，介於 0.7~0.35 之間表示中信度，而小於 0.35 以下為低信度。

4.2.1 旅遊知覺風險因素分析

本研究在旅遊知覺風險構面中分為「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」與「行李遺失風險」六個子構面，其分析結果如表 4.3 所示，各構面之 Cronbach's α 值分別為，身體風險(0.843)；財務風險(0.769)、服務風險(0.902)、時間風險(0.743)、醫療風險(0.922)、行李遺失風險(0.915)，因此旅遊知覺風險量表具有信度；而在效度方面，各構面題項解釋累積變異量分別為，身體風險(61.54%)；財務風險(52.77%)、服務風險(63.15%)、時間風險(50%)、醫療風險(68.26%)、行李遺失風險(74.6%)皆大於 50%，此外，各題項之因素負荷量亦大於 0.5。故量表具收斂效度。

一、「身體風險」構面：

此構面由「在旅遊過程中，我擔心當地環境(地型.氣候.空

污...), 可能會造成我的身體不適。」、「在旅遊過程中, 可能會發生意外, 而造成身體上的傷害(意外傷害).」、「在旅遊過程中, 可能會發生意外重大事故.」、「在旅遊過程中, 我擔心舊疾的困擾.」、「在旅遊過程中, 我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適」. 等五個題項所組成, 此構面因子解釋變異量為 61.54%, 各題項因素負荷量皆大於 0.5; 其中又以「在旅遊過程中, 可能會發生意外, 而造成身體上的傷害(意外傷害)」的因素負荷量最高(0.832), 因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.843。

二、「財務風險」構面：

此構面由「在旅遊過程中, 可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)」、「在旅遊過程中, 我擔心會有滙率變動損失.」、「在旅遊過程中, 我擔心會多付出許多自費行程的開銷」、「在旅遊過程中, 我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算.」、「在旅遊過程中, 我擔心會因為『從眾行為』購買而超出我的預算。」等五個題項所組成, 此構面因子解釋變異量為 52.77%, 各題項因素負荷量皆大於0.5; 其中又以「在旅遊過程中, 我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算。」的因素負荷量最高(0.808), 因素內部一致性 Cronbach's α 係數為0.769。

三、「服務風險」構面：

此構面由「旅遊行程中, 我擔心旅館的服務不如預期」、「旅遊行程中, 我擔心餐廳的服務不如預期」、「旅遊行程中, 我擔心遇到罷工而影響後續行程」、「旅遊行程中, 我擔心當地交通運輸是否合法及安全」、「我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善.」、「我擔心旅遊當地的資訊提供不完備」、「我擔心旅遊當地的如廁便利

性不佳」等七個題項所組成，此構面因子解釋變異量為63.15%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善」的因素負荷量最高0.833，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.902。

四、「時間風險」構面：

此構面由「我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的」、「我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的」、「我覺得旅遊行程中，部份活動會讓我無法有效運用時間」、「我覺得在旅遊行程中，轉機等待是耗時的」、「我覺得旅遊行程中，集合、排隊等待是浪費時間的」等五個題項所組成，此構面因子解釋變異量為50%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我覺得旅遊行程中，部份活動會讓我無法有效運用時間」的因素負荷量最高0.808，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.743。

五、「醫療風險」構面：

此構面由「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的就醫不方便」、「旅遊行程中，發生意外所導致之醫療事故及後果是相當嚴重的」、「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療服務品質不佳」、「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療費用過高」、「我擔心旅遊行程中，因為就醫治療而影響後續行程」、「我擔心旅遊行程中，因為就醫住院治療時，身邊無人照顧」、「我擔心旅遊行程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤」等七個題項所組成，此構面因子解釋變異量為68.26%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療服務品質不佳」的因素負荷量最高0.852，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.922。

六、「行李遺失風險」構面：

此構面由「我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險」、「我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險」、「我擔心在旅遊過程中，行李被誤送到其它地點」、「我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損」、「我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損」等五個題項所組成，此構面因子解釋變異量為74.6%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損」的因素負荷量最高0.867，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.915。

表4.3旅遊知覺風險因素分析表

構面	問 項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
身體風險	1.在旅遊過程中，我擔心當地環境(地型.氣候.空污...)，可能會造成我的身體不適.	0.721	3.077	61.54	0.843
	2.在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害(意外傷害).	0.832			
	3.在旅遊過程中，可能會發生意外重大事故.	0.831			
	4.在旅遊過程中，我擔心舊疾的困擾.	0.740			
	5.在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適.	0.792			

表 4.3 旅遊知覺風險因素分析表(續)

構面	問 項	因素負量	特徵值	解釋變異%	Cronbach's α
財務風險	6.在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如. 錢或車失竊)	0.516	2.639	52.77	0.769
	7.在旅遊過程中，我擔心會有滙率變動損失.	0.698			
	8.在旅遊過程中，我擔心會多付出許多自費行程的開銷.	0.786			
	9.在旅遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算.	0.808			
	10.在旅遊過程中，我擔心會因為『從眾行為』購買而超出我的預算.	0.784			
服務風險	11.旅遊行程中，我擔心旅館的服務不如預期.	0.788	4.421	63.15	0.902
	12.旅遊行程中，我擔心餐廳的服務不如預期.	0.767			
	13.旅遊行程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程.	0.767			
	14.旅遊行程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全.	0.822			
	15.我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善.	0.833			

表 4.3 旅遊知覺風險因素分析表(續)

構面	問 項	因素 負 量	特 徵 值	解 釋 變 異 %	Cronbach's α
	16.我擔心旅遊當地的 資訊提供不完備.	0.824	4.421	63.15	0.902
	17.我擔心旅遊當地的 如廁便利性不佳.	0.758			
時 間 風 險	18.我覺得旅遊活動的 事前籌劃,是相當耗時 的.	0.538	2.498	50.0	0.743
	19.我覺得旅遊活動過 程中,部份活動對我而 言,可能是浪費時間 的.	0.796			
	20.我覺得旅遊行程 中,部份活動會讓我無 法有效運用時間.	0.808			
	21.我覺得在旅遊行程 中,轉機等待是耗時 的.	0.705			
	22.我覺得旅遊行程 中,集合、排隊等待是 浪費時間的.	0.652			
醫 療 風 險	23.我擔心旅遊行程 中,旅遊地點的就醫不 方便.	0.750	4.778	68.26	0.922
	24.旅遊行程中,發生 意外所導致之醫療事 故及後果是相當嚴重 的	0.807			
	25.我擔心旅遊行程 中,旅遊地點的醫療服 務品質不佳.	0.852			

表 4.3 旅遊知覺風險因素分析表(續)

構面	問 項	因素負量	特徵值	解釋變異%	Cronbach's α
醫療風險	26.我擔心旅遊行程中,旅遊地點的醫療費用過高.	0.852	4.778	68.26	0.922
	27.我擔心旅遊行程中,因為就醫治療而影響後續行程.	0.837			
	28.我擔心旅遊行程中,因為就醫住院治療時,身邊無人照顧.	0.830			
	29.我擔心旅遊行程中,因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤.	0.850			
行李遺失風險	30.我擔心在旅遊過程中,會發生行李遺失的風險.	0.865	3.730	74.6	0.915
	31.我擔心在旅遊過程中,會發生隨身物品遺失的風險.	0.865			
	32.我擔心在旅遊過程中,行李被誤送到其它地點.	0.866			
	33.我擔心在旅遊過程中,行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損.	0.857			
	34.我擔心在旅遊過程中,行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損.	0.867			

資料來源：本研究整理

4.2.2 旅遊保險知覺價值因素分析

本研究在旅遊保險知覺價值構面中分為「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」、「旅遊不便險」四個子構面，其分析結果如表 4.3 所示，各構面之 Cronbach's α 值分別為，旅行平安險保障項目重要性(0.941)；旅行平安險(0.868)、旅遊不便險保障項目重要性(0.931)及旅遊不便險(0.852)，因此旅遊保險知覺價值量表具有信度；而在效度方面，各構面題項解釋累積變異量分別為，旅行平安險保障項目重要性(80.98)；旅行平安險(71.8)、旅遊不便險保障項目重要性(78.77)及旅遊不便險(77.26)皆大於 50%，此外，各題項之因素負荷量亦大於 0.5。故量表具收斂效度。

一、「旅行平安險保障項目重要性」構面：

此構面由「我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要.」、「我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要.」、「我覺得【疾病醫療(突發疾病造成之醫療費用支出)保障】很重要」、「我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要」、「我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要」等五個題項所組成，此構面因子解釋變異量為 80.98 %，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要」的因素負荷量最高 0.93，因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.94。

二、「旅行平安險」構面：

此構面由「我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障

是足夠的」、「我覺得以這個價錢買旅行平安險很值得」、「我覺得購買旅行平安險，讓我可以再旅遊過程中，更加安心」、「我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障」等四個題項所組成，此構面因子解釋變異量為 71.80 %，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「我覺得以這個價錢買旅行平安險很值得」的因素負荷量最高 0.876，因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.868。

三、「旅遊不便險保障項目重要性」構面：

此構面由「我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要」、「我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要」、「我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要」、「我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要」、「我覺得【額外住宿(因旅行文件毀損、天災造成額外住宿費用支出)保障】很重要。」等五個題項所組成，此構面因子解釋變異量為 78.77%，各題項因素負荷量皆大於 0.5，其中又以「我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要」的因素負荷量最高 0.906，因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.931。

四、「旅遊不便險」構面：

此構面由「我覺得以這個價錢買旅遊不便險，其提供的保障是足夠的」、「我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得」、「我覺得購買旅遊不便險，讓我可以再旅遊過程中，更加安心」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為 77.26%，各題項因素負荷量

皆大於 0.5，其中又以「我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得」的因素負荷量最高 0.913，因素內部一致性 Cronbach's α 係數為 0.852。

表 4.4 旅遊保險知覺價值因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
旅行平安險保障項目重要性	1. 我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要.	0.911	4.049	80.98	0.941
	2. 我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要.	0.934			
	3. 我覺得【疾病醫療(突發疾病造成之醫療費用支出)保障】很重要.	0.921			
	4. 我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要.	0.901			
	5. 我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要.	0.830			
旅行平安險	6. 我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障是足夠的.	0.859	2.872	71.80	0.868
	7. 我覺得以這個價錢買旅行平安險很值得.	0.877			

表 4.4 旅遊保險知覺價值因素分析表(續)

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
旅行平安險	8.我覺得購買旅行平安險，讓我可以更安心。	0.853	2.872	71.80	0.868
	9.我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份保障。	0.801			
旅遊不便險項目重要性	10.我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要。	0.906	3.939	78.77	0.931
	11.我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要。	0.902			
	12.我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要。	0.851			
	13.我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要。	0.890			
	14.我覺得【額外住宿(因旅行文件毀損、天災造成額外住宿費用支出)保障】很重要。	0.888			
旅遊不便險	15.我覺得以這個價錢買旅遊不便險，其提供的保障是足夠的。	0.902	2.318	77.26	0.852
	16.我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得。	0.913			

表 4.4 旅遊保險知覺價值因素分析表(續)

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
	17 我覺得購買旅遊不便險，讓我可以更安心在旅遊過程中，更加安心。	0.820	2.318	77.26	0.852

資料來源：本研究整理

4.3 量表區別效度

本研究量表之區別效度結果(如表 4.5)，其對角線位置為各構面解釋變異量的根號值，非對角線位置為各構面間的相關係數值，各構面解釋變異量的根號值要大於構面間的相關係數，則表示具別區別效度，本研究觀察表 4.5 顯示，旅遊知覺風險次構面之 AVE 的平方根介於 0.864~0.707 之間，大於各個次構面間的相關係數，顯示量表具有區別效度。

表 4.5 旅遊知覺風險區別效度表

	身體風險	財務風險	服務風險	時間風險	醫療風險	行李遺失風險
身體風險	0.784	0.441	0.572	0.373	0.520	0.476
財務風險	0.441	0.726	0.573	0.391	0.411	0.441
服務風險	0.572	0.573	0.795	0.460	0.624	0.649
時間風險	0.373	0.391	0.460	0.707	0.440	0.395
醫療風險	0.520	0.411	0.624	0.440	0.830	0.707
行李遺失風險	0.476	0.441	0.649	0.395	0.707	0.864

資料來源：本研究整理

4.4 研究構面敘述性統計分析

針對「旅遊知覺風險」、「旅遊保險知覺價值」之平均數與標準差進行樣本描述性分析，藉以了解全部樣本在各研究變項上的反應情況。平均數可觀察變項的集中情形，本研究以 Likert 五點評量尺度進行計分，若平均數 3 分，代表受訪者對於問項的看法持中立意見；3 分以上代表受訪者對於問項之看法為正向意見；3 分以下則代表對於問項的看法為負向意見。

標準差是用來了解受訪者對某問項看法的差異程度，標準差越大，代表受訪者的差異程度越大；反之，標準差越小，表示受訪者的看法越一致。

4.4.1 旅遊知覺風險敘述性統計分析

遊客之旅遊知覺的敘述性統計分析結果如表 4.6 所示，旅遊知覺風險量表共有六個子構面，分別為「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」與「行李遺失風險」。

各題項之平均數介於 4.23~3.05 之間，以「醫療風險」子構面的平均得分(4.09)為最高，其次為「行李遺失風險」平均得分(3.93)，而「時間風險」的平均得分(3.53)則為最低。

在「身體風險」子構面中，平均數最高者為「在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害(意外傷害)」(3.83)，其次為「在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適」(3.81)，而最低者為「在旅遊過程中，我擔心舊疾的困擾」(3.31)；

在「財務風險」子構面中，平均數最高者為「在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)」(3.79)，其次為「在旅

遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算」(3.47)，而最低者為「在旅遊過程中，我擔心會有滙率變動損失」(3.05)；

在「服務風險」子構面中，平均數最高者為「我擔心旅遊當地的如廁便利性不佳」(3.85)，其次為「旅遊行程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全」(3.78)，而最低者為「旅遊行程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程」(3.44)；

在「時間風險」子構面中，平均數最高者為「我覺得在旅遊行程中，轉機等待是耗時的」(3.81)，其次為「我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的」(3.78)，而最低者為「我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的」(3.19)；

在「醫療風險」子構面中，平均數最高者為「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療費用過高」(4.23)，其次為「我擔心旅遊行程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤」(4.19)，而最低者為「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的就醫不方便」(3.91)；

在「行李遺失風險」子構面中，平均數最高者為「我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險」(4.04)，其次為「我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險」(3.97)，而最低者為「我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損」(3.82)。

由上述分析結果顯示，在旅遊知覺風險的六個子構面中，受訪者在旅遊過程中，以醫療風險及行李遺失風險的耽心受怕之程度較高，而在構面總排名中，我們可以發現到，其排名前五名都落在「醫療風險」的子構面中，由此可知，受訪者在旅遊知覺風險中，對於在國外旅遊的醫療風險是最耽憂的。

表4.6 旅遊知覺風險變數敘述性統計分析表

構面	問 項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
身體風險	1.在旅遊過程中，我擔心當地環境(地型.氣候.空污...)，可能會造成我的身體不適.	3.62	0.91	4	24	3.64
	2.在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害(意外傷害).	3.83	0.85	1	13	
	3.在旅遊過程中，可能會發生意外重大事故.	3.63	0.97	3	23	
	4.在旅遊過程中，我擔心舊疾的困擾.	3.31	1.00	5	31	
	5.在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適.	3.81	0.92	2	16	
財務風險	6.在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)	3.79	0.85	1	17	3.40
	7.在旅遊過程中，我擔心會有匯率變動損失.	3.05	0.89	5	34	
	8.在旅遊過程中，我擔心會多付出許多自費行程的開銷.	3.42	0.90	3	29	
	9.在旅遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算.	3.47	1.01	2	27	
	10.在旅遊過程中，我擔心會因為『從眾行為』購買而超出我的預算.	3.27	0.97	4	32	
服務風險	11.旅遊行程中，我擔心旅館的服務不如預期.	3.74	0.83	3	20	3.68
	12.旅遊行程中，我擔心餐廳的服務不如預期.	3.65	0.84	5	22	

表 4.6 旅遊知覺風險變數敘述性統計分析表(續)

構面	問 項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
服務風險	13.旅遊行程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程。	3.44	1.02	7	28	3.68
	14.旅遊行程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全。	3.78	0.91	2	19	
	15.我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善。	3.60	0.95	6	25	
	16.我擔心旅遊當地的資訊提供不完備。	3.68	0.88	4	21	
	17.我擔心旅遊當地的如廁便利性不佳。	3.85	0.95	1	12	
時間風險	18.我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的。	3.78	0.96	2	18	3.53
	19.我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的。	3.19	0.96	5	33	
	20.我覺得旅遊行程中，部份活動會讓我無法有效運用時間。	3.35	0.86	4	30	
	21.我覺得在旅遊行程中，轉機等待是耗時的。	3.81	0.85	1	15	
	22.我覺得旅遊行程中，集合、排隊等待是浪費時間的。	3.52	0.89	3	26	
醫療風險	23.我擔心旅遊行程中，旅遊地點的就醫不方便。	3.91	0.78	7	10	4.09
	24.旅遊行程中，發生意外所導致之醫療事故及後果是相當嚴重的	4.17	0.75	3	3	
	25.我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療服務品質不佳。	3.97	0.83	6	8	
	26.我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療費用過高。	4.23	0.74	1	1	

表 4.6 旅遊知覺風險變數敘述性統計分析表(續)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
醫療風險	27.我擔心旅遊行程中，因為就醫治療而影響後續行程.	4.16	0.76	4	4	4.09
	28.我擔心旅遊行程中，因為就醫住院治療時，身邊無人照顧.	4.04	0.84	5	5	
	29.我擔心旅遊行程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤.	4.19	0.75	2	2	
行李遺失風險	30.我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險.	3.97	0.75	2	7	3.93
	31.我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險.	4.04	0.74	1	6	
	32.我擔心在旅遊過程中，行李被誤送到其它地點.	3.89	0.84	4	11	
	33.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損.	3.82	0.81	5	14	
	34.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損.	3.95	0.80	3	9	

資料來源：本研究整理

4.4.2 旅遊保險知覺價值敘述性統計分析

遊客之旅遊保險知覺價值的敘述性統計分析結果如表 4.7 所示，旅遊保險知覺量表共有四個子構面，分別為「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」、「旅遊不便險」。

各題項之平均數介於 4.36~3.76 之間，在「旅行平安險保障項目重要性」子構面中，平均數最高者為「我覺得【旅行傷害(意

外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要」(4.361)，其次為「我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要。」(4.356)，而最低者為「我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要」(4.21)；

在「旅行平安險」子構面中，平均數最高者為「我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障」(4.37)，其次為「我覺得購買旅行平安險，讓我可以更安心」(4.25)，而最低者為「我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障是足夠的」(3.92)；

在「旅遊不便險保障項目重要性」子構面中，平均數最高者為「我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要」(4.17)，其次為「我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要。」(4.13)，而最低者為「我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要」(4.09)；

在「旅遊不便險」子構面中，平均數最高者為「我覺得購買旅遊不便險，讓我可以更安心」(4.01)，其次為「我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要。」(4.13)，而最低者為「我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得」(3.76)。

由上述分析結果顯示，多數受訪者對於旅行平安險及不便險的保障仍有相當程度以上的重視，而在構面總排名中，我們可以發現到，其排名前五名中的第 2-4 名是落在「旅行平安保險保障重要性」的子構面中，而第一名則是落在「旅行平安險」中的「我

覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障」，由此可以發現，受訪者對於讓家人安心及自己保障的重視程度遠高過於購買旅遊保險時的保險費費用。

表4.7 旅遊保險知覺價值變數敘述性統計分析表

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
旅行平安險保障項目重要性	1.我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要.	4.36	0.65	1	2	4.31
	2.我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要.	4.34	0.66	3	4	
	3.我覺得【疾病醫療(突發疾病造成之醫療費用支出)保障】很重要.	4.29	0.69	4	5	
	4.我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要.	4.36	0.64	2	3	
	5.我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要.	4.21	0.70	5	7	
旅行平安險	6.我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障是足夠的.	3.92	0.77	4	15	4.13
	7.我覺得以這個價錢買旅行平安險很值得.	3.97	0.76	3	14	
	8.我覺得購買旅行平安險，讓我可以再旅遊過程中，更加安心。	4.25	0.67	2	6	
	9.我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障.	4.36	0.62	1	1	

表 4.7 旅遊保險知覺價值變數敘述性統計分析表(續)

構面	問項	平均數	標準差	構面排序	總排序	構面平均
旅遊不便險保障項目重要性	10.我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要.	4.12	0.70	4	11	4.13
	11.我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要.	4.17	0.67	1	8	
	12.我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要.	4.09	0.73	5	12	
	13.我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要.	4.131	0.70	2	9	
	14.我覺得【額外住宿(因旅行文件毀損、天災造成額外住宿費用支出)保障】很重要.	4.125	0.69	3	10	
旅遊不便險	15.我覺得以這個價錢買旅遊不便險，其提供的保障是足夠的.	3.77	0.75	2	16	3.85
	16 我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得.	3.76	0.77	3	17	
	17 我覺得購買旅遊不便險，讓我可以再在旅遊過程中，更加安心.	4.01	0.71	1	13	

資料來源：本研究整理

4.5 迴歸分析

本研究採用迴歸分析探討國人出國旅遊時，對於「旅遊知覺風險」、「旅遊保險知覺值」及「旅遊保險購買行為」之關聯性。

首先以「旅遊知覺風險」變項的「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」為自變項，分別對「旅遊保險知覺價值」的「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」及「旅遊不便險」做迴歸分析；

再以「旅遊保險知覺價值」變項的「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」及「旅遊不便險」為自變項，分別對「旅遊保險購買行為」的「過去出國時，我通常會購買旅遊平安險」及「過去出國時，我通常會購買旅遊不便險」做迴歸分析。

4.5.1 旅遊知覺風險變項對旅遊保險知覺價值之迴歸分析

由(表 4.8)迴歸分析表的結果顯示，「旅遊知覺風險」中的「身體風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」對「旅行平安險保障重要性」有正向顯著影響。

推其原因，遊客如果在旅遊過程中，因為身體不適而需進行就醫治療相對應於旅行平安險之保障項目重要性就顯得相對重要，故在身體風險及醫療風險對於旅行平安險之保障項目重要性呈現出正向顯著關係。

表4.8 知覺風險對知覺價值(旅平險保障項目重要性)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	P值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
身體風險	0.1246	0.0413	3.02	0.0027**	1.6408	0.7815	0.39	0.3839
財務風險	-0.0395	0.0406	-0.97	0.3313	1.5403			
服務風險	0.0424	0.0501	0.85	0.3978	2.3342			
時間風險	-0.0628	0.0385	-1.63	0.1030	1.3867			
醫療風險	0.3786	0.0491	7.70	<0.0001***	2.2397			
行李遺失風險	0.2486	0.0492	5.04	<0.0001***	2.1926			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

由(表 4.9)迴歸分析表的結果顯示，「旅遊知覺風險」中的「身體風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅行平安險」有正向顯著影響。

推其原因可能是，遊客如果在旅遊過程中因為身體不適而需進行就醫治療相對應於購買旅行平安險，來多一份安心，就顯得相對重要，進而延伸到「行李遺失風險」，故在「身體風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」對於旅行平安險呈現出正向顯著關係。

表4.9知覺風險對知覺價值(旅行平安險)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	P值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
身體風險	0.1247	0.0469	2.66	0.0081**	1.6408	0.887	0.2212	0.2133
財務風險	-0.0142	0.0461	-0.31	0.7570	1.5403			
服務風險	0.0992	0.0569	1.74	0.0818	2.3342			
時間風險	-0.0143	0.0437	-0.33	0.7427	1.3867			
醫療風險	0.1928	0.0558	3.45	<0.001***	2.2397	0.887	0.2212	0.2133
行李遺失風險	0.1789	0.0559	3.2	0.0015**	2.1926			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

由表 4.10 迴歸分析表的結果顯示，「旅遊知覺風險」中的「服務風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險保障項目重要性」有正向顯著影響。推其原因可能是，在旅遊過程中，對於餐廳、旅館、交通及當地設施的服務不如預

期，及在旅遊過程中對於隨身行李不當處置受損或遺失，而影響到旅遊後續行程，「旅遊知覺風險」中的「服務風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險保障項目重要性」有正向顯著關係。

表4.10 知覺風險對知覺價值(不便險保障項目重要性)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	P值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
身體風險	-0.0134	0.0434	-0.31	0.7578	1.6408	0.8214	0.3279	0.321
財務風險	0.0097	0.0427	0.23	0.8189	1.5403			
服務風險	0.1223	0.0527	2.32	0.0207*	2.3342			
時間風險	-0.0012	0.0404	-0.03	0.9763	1.3867			
醫療風險	0.0963	0.0516	1.86	0.0628	2.2397			
行李遺失風險	0.4356	0.0518	8.41	<0.001***	2.1926			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

由(表 4.11)迴歸分析表的結果顯示，「旅遊知覺風險」中的「身體風險」及「行李遺失風險」對「旅遊不便險」有正向顯著影響。推其原因可能是，在旅遊過程中，若因餐廳、旅館的衛生

環境或服務不如預期導致上吐下瀉，及在旅遊過程中對於隨身行李不當處置受損或遺失，而影響到旅遊後續行程，故購買旅遊不便險就有可以更加安心。故「旅遊知覺風險」中的「身體風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險」有正向顯著關係。

表4.11知覺風險對知覺價值(旅遊不便險)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	p 值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
身體風險	0.1017	0.0479	2.12	0.0341*	1.6408	0.9062	0.1923	0.1841
財務風險	0.0503	0.0471	1.07	0.2851	1.5403			
服務風險	0.0898	0.0581	1.55	0.1229	2.3342			
時間風險	-0.0557	0.0446	-1.25	0.2127	1.3867			
醫療風險	0.0636	0.0570	1.12	0.2646	2.2397			
行李遺失風險	0.2741	0.0571	4.8	<0.0001***	2.1926			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

4.4.2 旅遊保險知覺價值變項對旅遊保險購買行為之迴歸分析

(表 4.12)迴歸分析表的結果顯示，「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊平安保險保障項目重要性」對「旅遊保險購買行為」中的「過去出國時，我通常會購買旅遊平安險」有正向顯著影響。推其原因可能是，對於旅遊平安保險的保障重視程度高，相對於旅遊平安保險的購買意願就愈高，進而進行購買行為。

表4.12知覺價值對購買行為(通常會購買旅遊平安險)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	P值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
旅遊平安保險保障項目重要性	-0.0608	0.0204	-2.97	0.0031**	2.2419	0.3318	0.081	0.0748
旅遊平安保險	-0.0418	0.0222	-1.88	0.0605	2.66723			
旅遊不便險保障項目重要性	0.0202	0.0203	0.99	0.3210	2.2185			
旅遊不便險	-0.0236	0.0211	-1.12	0.2635	2.4117			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

由(表 4.13)迴歸分析表的結果顯示，「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險」對「旅遊保險購買行為」中的「過去出國時，

我通常會購買旅遊不便險」有正向顯著影響。推其原因可能是，在旅遊過程中，對於餐廳、旅館、交通及當地設施的服務不如預期，及在旅遊過程中對於隨身行李不當處置受損或遺失，而影響到旅遊後續行程，「旅遊保險知覺風險」中的「旅遊不便險」對「旅遊保險購買行為」中的「旅遊不便險」有正向顯著關係。

表4.13知覺價值對購買行為(通常會購買旅遊不便險)迴歸分析表

變數	參數估計值	標準差	t 值	P值	VIF	R	R-Sq	Adj R-sq
旅遊平安保險保障項目重要性	0.0139	0.0293	0.48	0.6349	2.2419	0.4761	0.0829	0.0767
旅遊平安保險	0.0299	0.0319	0.94	0.3479	2.6672			
旅遊不便險保障項目重要性	-0.0572	0.0291	-1.96	0.0508	2.2185			
旅遊不便險	-0.1258	0.0302	-4.16	<0.0001***	2.4117			

資料來源：本研究整理

註 1：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

4.6 不同人口統計變項對各變數之差異分析

本節依據抽樣調查所得之數據資料，針對受訪者的社經背景分別對於「旅遊知覺風險」、「旅遊保險知覺價值」各變數進行獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析，探討人口統計變項對「旅遊保險購買行為」之各變數是否有差異性存在。

4.6.1 獨立樣本 t 檢定

4.6.1.1 性別對研究各變數構面之 t 檢定

經獨立樣本 t 檢定分析表(詳見表 4.14)，在「旅遊知覺風險」構面中，「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」六個子構面，性別在「財務風險」子構面中，呈現顯著差異，女性大於男性。推其因可能是大部份的女性在出國旅遊時，有可能會因為從眾行為或衝動性購買而產生超出旅遊預算的財務風險。

表4.14 性別對旅遊知覺風險構面之差異分析(t檢定)

構面	t 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.265	0.7888	無顯著差異
財務風險	2.612	0.0092**	女性>男性
服務風險	1.565	0.1179	無顯著差異
時間風險	1.068	0.2869	無顯著差異
醫療風險	1.171	0.2424	無顯著差異
行李遺失風險	1.404	0.1611	無顯著差異

註：*：p < 0.05 ； **：p < 0.01 ； ***：p < 0.001

資料來源：本研究整理

表 4.15 在「旅遊保險知覺價值」構面中，「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」及「旅遊不便險保」四個子構面，性別在四個子構面中，無顯著差異。

表 4.15 性別對旅遊保險知覺價值構面之差異分析(t檢定)

構面	t 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	1.010	0.3136	無顯著差異
旅行平安險	0.458	0.6443	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	1.897	0.0582	無顯著差異
旅遊不便險	0.762	0.4480	無顯著差異

資料來源：本研究整理

4.6.1.2 最常出國旅遊方式對研究各變數構面之 t 檢定

經獨立樣本 t 檢定分析表(詳見表 4.16)，在旅遊知覺風險構面中，「身體風險」、「財務風險」、「服務風險」、「時間風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」六個子構面，最常的旅遊方式在「財務風險」及「時間風險」子構面中，呈現顯著差異，皆呈現團體大於自助。推其因可能是大部份的國人在出國旅遊時，仍習慣參與旅行社的團體旅遊產，在既定的團費及導遊安排好的表定時間走行程，較方便省事，也較不會超出旅遊預算的財務風險及發生無法掌控的時間風險。

表4.16 最常出國旅遊方式對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	t 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.21	0.6470	無顯著差異
財務風險	6.79	0.0094**	團體>自助
服務風險	1.71	0.1909	無顯著差異
時間風險	6.32	0.0122*	團體>自助
醫療風險	0.17	0.6794	無顯著差異
行李遺失風險	0.50	0.4780	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

在(表 4.17)「旅遊保險知覺價值」構面中，「旅行平安險保障項目重要性」、「旅行平安險」、「旅遊不便險保障項目重要性」及「旅遊不便險保」四個子構面，最常的旅遊方式在四個子構面中，無顯著差異。

表4.17最常出國旅遊方式對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	t 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障項目重要性	0.91	0.3407	無顯著差異
旅行平安險	1.18	0.2783	無顯著差異
旅遊不便險保障項目重要性	0.94	0.3323	無顯著差異
旅遊不便險保	0.24	0.6267	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2 單因子變異數分析

4.6.2.1 不同年齡對研究構面之單因子變異數分析

(表 4.18)在旅遊知覺風險與受訪者年齡之差異分析中，時間風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：60 歲以上明顯高於 20 歲以下之受訪者，其次則是 50~59 歲、40~49 歲亦高於 20 歲以下之受訪者，顯示出年紀愈長的遊客，愈在意時間風險。

表 4.18 年齡對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	1.12	0.3507	無顯著差異
財務風險	0.83	0.5265	無顯著差異
服務風險	0.88	0.4931	無顯著差異
時間風險	2.60	0.0244*	6>1、5>1、5>2、4>1、3>1、2>1
醫療風險	1.96	0.0823	無顯著差異
行李遺失風險	1.88	1.404	無顯著差異
(1)20 歲以下 (2)20~29 歲 (3)30~39 歲 (4)40~49 歲 (5)50~59 歲 (6)60 歲以上			

資料來源：本研究整理

註：*： $p < 0.05$ ； **： $p < 0.01$ ； ***： $p < 0.001$

(表 4.19)在旅遊保險知覺價值與受訪者年齡之差異分析中，「旅行平安險保障重要性」、「旅行平安險」及「旅遊不便險保障項目重要性」三個子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：30~39 歲明顯高於 20 歲以下及 20~29 歲之受訪者，其次則是

40~49 歲高於 20 歲以下及 20~29 歲之受訪者，最後則是 50~59 歲高於 20 歲以下及 20~29 歲之受訪者，顯示出這段年齡級距者，正是處於家庭的重要經濟支柱，故在旅遊保險價值中，對於保障需求相對較高且重視保障。

表 4.19 年齡對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障項目重要性	3.17	0.0078**	3>1.2、4>1.2、5>1.2
旅行平安險	3.22	0.0070**	2>1、3>1.4.6、4>1、5>1
旅遊不便險保障項目	3.55	0.0036**	3>1.2.4.6
旅遊不便險保	2.22	0.0506	無顯著差異
(1)20 歲以下 (2)20~29 歲 (3)30~39 歲 (4)40~49 歲 (5)50~59 歲 (6)60 歲以上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.6.2.2 不同星座對各構面之單因子變異數分析

(表 4.20)在旅遊知覺風險與受訪者星座之差異分析中，在「財務風險」、「服務風險」及「時間風險」三個子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：水瓶座明顯高於金牛座、獅子座、處女座、射手座及魔羯座之受訪者，由其星座分類來看，水瓶座-風向星座明顯高於金牛、處女、魔羯座(此三星座為土向星座)，推其因，可能是土向星座在各方面都較為沈穩內斂，按步就班的性格居多，故在上述三個子構面中呈現出與風向星座的水瓶座呈現明顯差異。

表4.20 星座對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	1.35	0.1951	無顯著差異
財務風險	2.63	0.0028**	1>4.7.8.11.12、2>4.7.8.11.12、3>4.7.8.11.12、5>4.7.8.11.12、10>4.7.8.11.12
服務風險	1.97	0.0291*	1>7.8.11、3>7.8.11、10>7.8.11
時間風險	2.82	0.0013**	1>6.7、5>7、8>6.7、9>7、10>3.4.6.7.11.12
醫療風險	0.99	0.4522	無顯著差異
行李遺失風險	1.18	0.2981	無顯著差異

(1)水瓶座 (2)雙魚座 (3)牡羊座 (4)金牛座 (5)雙子座 (6)巨蟹座
(7)獅子座 (8)處女座 (9)天秤座 (10)天蠍座 (11)射手座 (12)摩羯座

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.21)在旅遊保險知覺價值與受訪者星座之差異分析中，沒有呈現顯著差異。

表4.21 星座對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	0.92	0.5205	無顯著差異
旅行平安險	0.97	0.4720	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	0.98	0.4647	無顯著差異
旅遊不便險	1.20	0.2812	無顯著差異

(1)水瓶座 (2)雙魚座 (3)牡羊座 (4)金牛座 (5)雙子座 (6)巨蟹座
(7)獅子座 (8)處女座 (9)天秤座 (10)天蠍座 (11)射手座 (12)摩羯座

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.6.2.3 不同教育程度對各構面之單因子變異數分析

(表 4.22)在旅遊知覺風險與受訪者教育程度之差異分析中，時間風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：高中職明顯高於研究所之受訪者，其次則是專科對研究所之受訪者，顯示出高學歷者對財務風險及服務風險的風險承受度較高。

表4.22 教育程度對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.79	0.5334	無顯著差異
財務風險	5.15	< 0.001***	2>4.5、3>5、4>5
服務風險	3.36	0.0099**	2>1.4.5、3>5
時間風險	0.93	0.4432	無顯著差異
醫療風險	1.44	0.2189	無顯著差異
行李遺失風險	1.88	0.1129	無顯著差異
(1)國中以下 (2)高中職 (3)專科 (4)大學 (5)研究所以上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

(表 4.23)在旅遊保險知覺價值與受訪者教育程度之差異分析中，「旅遊不便險保障重要性」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：高中職明顯高於明顯高於國中以下、專科及研究所之受訪者，顯示出在高中職教育程度的受訪者，對旅遊過程產生的不便利相當在意。

表4.23 教育程度對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	1.27	0.2808	無顯著差異
旅行平安險	0.34	0.8485	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	2.43	0.0469*	2>1.3.5、4>1
旅遊不便險	1.60	0.1734	無顯著差異
(1)國中以下 (2)高中職 (3)專科 (4)大學 (5)研究所以上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.6.2.4 不同職業對各構面之單因子變異數分析

(表 4.24)在旅遊知覺風險與受訪者職業之差異分析中，財務風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：學生明顯高於商業職業類別之受訪者，顯示出學生對金錢觀念及控制度與商業職業類別的工作者有明顯的不同，故在財務風險呈現顯著差異。

表4.24 職業對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.94	0.4795	無顯著差異
財務風險	2.08	0.0361*	1>4、5>4、7>4
服務風險	1.60	0.1206	無顯著差異
時間風險	0.73	0.6688	無顯著差異
醫療風險	1.21	0.2906	無顯著差異
行李遺失風險	1.11	0.3526	無顯著差異
(1)學生(2)軍警公教(3)工 (4)商(5)服務業(6)自由業(7)家管 (8)退休(9)其他			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.25)在旅遊保險知覺價值與受訪者職業之差異分析中，沒有呈現顯著差異。

表4.25 職業對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	0.89	0.5252	無顯著差異
旅行平安險	1.31	0.2353	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	1.87	0.0613	無顯著差異
旅遊不便險	1.74	0.0860	無顯著差異

(1)學生(2)軍警公教(3)工 (4)商(5)服務業(6)自由業(7)家管
(8)退休(9)其他

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2.5 不同月收入對各構面之單因子變異數分析

(表 4.26)在旅遊知覺風險對於受訪者月收入之差異分析，沒有呈現顯著差異。

表4.26 月收入對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.57	0.7240	無顯著差異
財務風險	2.06	0.0688	無顯著差異
服務風險	0.86	0.5099	無顯著差異
時間風險	0.42	0.8339	無顯著差異
醫療風險	1.41	0.2191	無顯著差異
行李遺失風險	0.65	0.6622	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

(表 4.27)在旅遊保險知覺價值對於受訪者月收入之差異分析，沒有呈現顯著差異。

表4.27 月收入對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	0.75	0.5877	無顯著差異
旅行平安險	2.11	0.0631	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	0.73	0.5998	無顯著差異
旅遊不便險	1.17	0.3240	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.6.2.6 婚姻狀況對各構面之單因子變異數分析

(表 4.28)在旅遊知覺風險與受訪者婚姻狀況之差異分析中，時間風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：已婚明顯高於未婚之受訪者，顯示出未婚者其較為自由，時間較能自己安排不受限於家庭，故在時間風險與已婚受訪者呈現出顯著差異。

表4.28 婚姻狀況對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	1.60	0.1875	無顯著差異
財務風險	2.38	0.0690	無顯著差異
服務風險	2.50	0.0583	無顯著差異
時間風險	2.86	0.0362*	2>1、4>3
醫療風險	0.57	0.6320	無顯著差異
行李遺失風險	0.11	0.9538	無顯著差異

(1)未婚(2)已婚(3)離婚(4)喪偶 (5)分居

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.29)在旅遊保險知覺價值與受訪者婚姻狀況之差異分析中，「旅遊不便險保障重要性」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：喪偶明顯高於已婚之受訪者。

表4.29 婚姻狀況對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	1.07	0.3593	無顯著差異
旅行平安險	1.50	0.2126	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	2.73	0.0432*	4>2
旅遊不便險	1.66	0.1756	無顯著差異

(1)未婚(2)已婚(3)離婚(4)喪偶 (5)分居

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2.7 子女人數對各構面之單因子變異數分析

(表 4.30)在旅遊知覺風險與受訪者子女人數之差異分析中，身體風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：子女人數一位者明顯高於無子女之受訪者，顯示出有子女的受訪者，或許因為有家庭及孩子需要照顧的責任，較耽心身體風險。

表4.30 子女人數對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	3.07	0.0160**	2>1、2>3、4>1
財務風險	1.80	0.1274	無顯著差異
服務風險	2.09	0.0802	無顯著差異
時間風險	1.24	0.2944	無顯著差異
醫療風險	1.08	0.3650	無顯著差異

表 4.30 子女人數對旅遊知覺風險構面之差異分析(續)

構面	F 值	p 值	事後檢定
行李遺失風險	2.06	0.0842	無顯著差異
(1)無 (2) 1 位 (3) 2 位 (4) 3 位 (5) 4 位(含)以上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

(表 4.31)在旅遊保險知覺價值與受訪者子女人數之差異分析中，「旅遊不便險保障重要性」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：無子女人數明顯高於 2 位子女人數之受訪者，其次則是 1 位子女人數高於 2 位子女人數之受訪者，顯示出子女人數較少者，對於旅遊不便險的保障需求相對較高。

表 4.31 子女人數對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障項目重要性	1.89	0.1101	無顯著差異
旅行平安險	0.80	0.5228	無顯著差異
旅遊不便險保障項目重要性	2.66	0.0321*	1>3、2>3
旅遊不便險	1.52	0.1945	無顯著差異
(1)無 (2) 1 位 (3) 2 位 (4) 3 位 (5) 4 位(含)以上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2.8 最近 3 年出國旅遊次數對各構面之單因子變異數分析

(表 4.32)在旅遊知覺風險與受訪者最近 3 年出國旅遊次數之差異分析中，財務風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：

最近 3 年出國旅遊 2 次以下明顯高於最近 3 年出國旅遊 5~6 次之受訪者，其次則是最近 3 年出國旅遊 2 次以下明顯高於最近 3 年出國旅遊 7~8 次之受訪者，顯示出出國次數愈少者，愈在意財務風險。

表 4.32 出國旅遊次數對知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	1.56	0.1843	無顯著差異
財務風險	6.04	<.0001***	1>3、1>4、1>5、2>5
服務風險	2.03	0.0887	無顯著差異
時間風險	1.63	0.1646	無顯著差異
醫療風險	1.40	0.2309	無顯著差異
行李遺失風險	1.88	0.1115	無顯著差異

(1) 2 次以下(2) 3~4 次(3) 5~6 次(4) 7~8 次(5) 9 次以上

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.33)在旅遊保險知覺價值與受訪者最近 3 年出國旅遊次數之差異分析中，沒有呈現顯著差異。

表 4.33 出國旅遊次數對知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	0.48	0.7480	無顯著差異
旅行平安險	0.52	0.7190	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	0.35	0.8432	無顯著差異
旅遊不便險	1.40	0.2339	無顯著差異

(1) 2 次以下(2) 3~4 次(3) 5~6 次(4) 7~8 次(5) 9 次以上

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.6.2.9 不同的平均出國天數對各構面之單因子變異數分析

(表 4.34)在旅遊知覺風險與受訪者平均出國天數之差異分析中，財務風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：平均出國天數 4 天以下明顯高於平均出國天數 5~7 天之受訪者，其次則是平均出國天數 5~7 天高於平均出國天數 11~13 天、平均出國天數 8~10 天亦高於平均出國天數 11~13 天之受訪者，顯示平均出國天數較多者，對於財務風險承受度就愈高。

表 4.34 平均出國天數對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.46	0.7683	無顯著差異
財務風險	3.96	0.0035**	1>2、2>4、3>4、5>4
服務風險	2.30	0.0573	無顯著差異
時間風險	1.67	0.1543	無顯著差異
醫療風險	0.86	0.4897	無顯著差異
行李遺失風險	0.88	0.4775	無顯著差異
(1) 4 天以下 (2) 5-7 天 (3) 8-10 天 (4) 11-13 天 (5) 14 天上			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.35)在旅遊保險知覺價值與受訪者平均出國天數之差異分析中，「旅遊不便險保障重要性」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：平均出國天數 14 天以上明顯高於平均出國天數 4 天以下之受訪者，其次則是平均出國天數 14 天以上明顯高於平均出國天數 5~7 天及 8~10 天之受訪者，最後則是平均出國天數

14 天以上高於平均出國天數 11~13 天之受訪者，顯示出平均出國天數愈長者，對於不便險保障需求相對較高。

表4.35 出國天數對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	1.26	0.2841	無顯著差異
旅行平安險	1.83	0.1212	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	3.77	0.0049**	5>1.2.3.4
旅遊不便險	1.01	0.4000	無顯著差異

(1) 4 天以下 (2) 5-7 天 (3) 8-10 天 (4) 11-13 天 (5) 14 天上

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2.10 不同的旅遊預算對研究各構面之單因子變異數分析

(表 4.36)在旅遊知覺風險與受訪者旅遊預算之差異分析中，財務風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：旅遊預算 3 萬以下明顯高於旅遊預算 9 萬以上之受訪者，其次依序是旅遊預算 3~5 萬、5~7 萬亦高於旅遊預算 9 萬以上之受訪者，顯示出旅遊預算愈高者，對財務風險承受度就愈高。

表4.36 旅遊預算對旅遊知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.45	0.7753	無顯著差異
財務風險	3.14	0.0143*	1.2.3>5、5>4
服務風險	1.17	0.3211	無顯著差異
時間風險	2.28	0.0590	無顯著差異

表 4.36 旅遊預算對旅遊知覺風險構面之差異分析(續)

構面	F 值	p 值	事後檢定
醫療風險	0.40	0.8063	無顯著差異
行李遺失風險	0.24	0.9163	無顯著差異

(1)3 萬以下 (2)3~5 萬(含) (3)5~7 萬(含) (4)7~9 萬(含) (5)9 萬以上

資料來源：本研究整理

註：*： $p < 0.05$ ； **： $p < 0.01$ ； ***： $p < 0.001$

(表 4.37)在旅遊保險知覺價值與受訪者旅遊預算之差異分析中，沒有呈現顯著差異。

表 4.37 旅遊預算對旅遊保險知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	0.17	0.9531	無顯著差異
旅行平安險	0.61	0.6536	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	0.79	0.5316	無顯著差異
旅遊不便險	0.39	0.8179	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*： $p < 0.05$ ； **： $p < 0.01$ ； ***： $p < 0.001$

4.6.2.11 最常去的國家不同對各構面之單因子變異數分析

(表 4.38)在旅遊知覺風險與受訪者最常去的國家之差異分析中，時間風險子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：大陸地區明顯高於東南亞地區之受訪者，顯示出受訪者對赴大陸地區旅遊，較耽心時間風險。

表4.38 最常去的國家不同對知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	1.94	0.0607	無顯著差異
財務風險	1.11	0.3521	無顯著差異
服務風險	1.45	0.1831	無顯著差異
時間風險	4.78	<.0001***	3>1.2.4.5.8
醫療風險	1.66	0.1167	無顯著差異
行李遺失風險	1.03	0.4109	無顯著差異
(1)東南亞(2)東北亞(3)大陸(4)港澳(5)美洲 (6)歐洲(7)大洋洲 (8)其他			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

(表 4.39)在旅遊保險知覺價值與受訪者最常去的國家之差異分析中，「旅行平安險保障重要性」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：大陸地區明顯高於東北亞地區之受訪者，顯示出受訪者對赴大陸地區旅遊，風險知覺較高，相對於旅行平安險保障重要性就顯得相對重要及重視。

表4.39最常去的國家不同對知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	2.05	0.0470*	3>2.7.8、6>7.8
旅行平安險	0.49	0.8386	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	1.45	0.1812	無顯著差異
旅遊不便險	0.32	0.9472	無顯著差異
(1)東南亞(2)東北亞(3)大陸(4)港澳(5)美洲(6)歐洲(7)大洋洲(8)其他			

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

4.6.2.12 最常一起旅遊同伴不同對各構面之單因子變異數分析

(表 4.40)在旅遊知覺風險與受訪者最常一起旅遊同伴之差異分析中，沒有呈現顯著差異。

表4.40最常一起旅遊同伴不同對知覺風險構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
身體風險	0.46	0.8611	無顯著差異
財務風險	1.99	0.0544	無顯著差異
服務風險	1.09	0.3706	無顯著差異
時間風險	1.06	0.3847	無顯著差異
醫療風險	2.02	0.0502	無顯著差異
行李遺失風險	1.09	0.3686	無顯著差異

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

(表 4.41)在旅遊保險知覺價值與受訪者最常一起旅遊同伴之差異分析中，「旅遊不便險」子構面部分呈現顯著差異，其分析如下：與同事一同旅遊明顯高於與父母一同旅遊之受訪者。

表4.41最常一起旅遊同伴不同對知覺價值構面之差異分析

構面	F 值	p 值	事後檢定
旅行平安險保障 項目重要性	1.03	0.4110	無顯著差異
旅行平安險	1.57	0.1427	無顯著差異
旅遊不便險保障 項目重要性	1.99	0.0538	無顯著差異
旅遊不便險	2.06	0.0463*	6>1.3.8、7>3

(1)父母(2)子女(3)伴侶(4)兄弟姐妹(5)同學(6)同事(7)朋友(8)其他

資料來源：本研究整理

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

4.7 交叉分析

4.7.1 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

4.7.1.1 旅遊保險購買行為的子構面中之「過去出國時無購買旅遊平安險之原因」

在旅遊保險購買行為的子構面中之「過去出國時無購買旅遊平安險之原因」，(表 4.42~表 4.45)根據 Chi-Square P 值檢定顯著性分析得知；

在性別方面，"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"、"無此預算"及"無購買管道"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"其 Chi-Square P 值為 0.0245，有勾選總數 187 人，佔數樣本數 30.21%，男女比例分別為 34.94%及 26.57%，推其因可能是女性對於保險保障較為重視其安全感的不足，故此選項在性別上有明顯差異。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.0129，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，男女比例分別為 10.04%及 4.86%，推其因可能是女性對於保險保障較為重視及安全感的不足，願意多花預算在旅遊保險上，故此選項在性別上有明顯差異。

"無購買管道"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，男女比例分別為 11.52%及 3.71%，推其因可能是女性對於保險保障較為重視，故此選項在性別上有明顯差異。

在年齡方面，"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"、"無此預算"及"無購買管道"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著

關聯；

"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"其 Chi-Square P 值為 0.0012，有勾選總數 186 人，佔數樣本數 30.1%，在 40~49 歲為最多數，為 94 人佔 34.81%。推其因可能是這個年齡級距的受訪者對於刷卡所附贈的保額主觀認知已足夠留予家人或者其本身對所附贈的保險詳細內容不甚了解，故在此選項上有明顯差異。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.12%，在 30~39 歲為最多數，為 15 人佔 9.04%，推其原因，可能是此年齡級距正值築巢期，剛成家立業，能活用的資金有限，故在此選項上有明顯差異。

"無購買管道"其 Chi-Square P 值為 0.0335，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.12%，在 50~59 歲為最多數，為 11 人，佔 11.22%，推其原因，可能是此年齡級距對於電子 3C 產品的使用率較低，而目前許多的資訊來源管道都來自於網路，故在此選項上有明顯差異。

在星座方面，"已有其他保險，保障已足夠"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"已有其他保險，保障已足夠"其 Chi-Square P 值為 0.0404，有勾選總數 183 人，佔數樣本數 29.61%，在射手座歲為最多數，為 27 人佔 50.94%。

在教育程度方面，"無購買管道"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"無購買管道"其 Chi-Square P 值為 0.0147，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，在大學為最多數，為 16 人佔 6.23%，這個部分的結果可以與年齡的交叉分析中的 50~59 歲結果來比對，發現選擇"無購買管道者"，多為年齡較長

者，故推其原因，可能是對於電子 3C 產品的使用率較低，而目前許多的資訊來源管道都來自於網路，故在此選項上有明顯差異。

表4.42 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		性別	年齡	星座	教育程度
過去出國時無購買旅遊平安險之原因	不知有此商品	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
	有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠	0.0245*	0.0012**	0.5545	0.7310
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.2741	0.4140	0.1101	0.8198
	購買手續過於繁複	0.1338	0.2445	0.8188	0.7323
	已有其他保險，保障已足夠	0.25	0.6078	0.0404*	0.2316
	無此預算	0.0129*	<0.001***	0.4509	0.0147*
	無購買管道	<0.001***	0.0335*	0.4310	0.7116
	很安全不需要購買	0.1118	0.8060	0.3284	0.5999
	其它：每次出國都會買	0.3803	0.3787	0.4706	0.8423
註：*：p < 0.05 ； **：p < 0.01 ； ***：p < 0.001					

資料來源：本研究整理

在職業類別方面，"無購買管道"有顯著差異，表示交叉表兩

個變項間存有顯著關聯；

"無購買管道"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.12%，在工業為最多數，為 17 人，佔 12.41%，推其原因，可能是在此工作領域的受訪者，因其工作環境因素，此方面的資訊來源較少，故在此選項上有明顯差異。

在月收入方面，"無此預算"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.022，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，在 4~6 萬(含)為最多數，為 18 人，佔 11.04%，推其原因，對照婚姻狀況來看，可能是在此收入的樣本受訪者，以未婚者居多，其物慾較寬廣，而願意將預算運用在保險的意願較低，故在此選項上有明顯差異。

在婚姻狀況方面，"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"、"曾有不滿意之保險購買經驗"及"無此預算"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠"其 Chi-Square P 值為 0.0084，有勾選總數 187 人，佔數樣本數 30.66%，在已婚為最多數，為 131 人，佔 32.83%。

"曾有不滿意之保險購買經驗" 其 Chi-Square P 值為 0.0160，有勾選總數 8 人，佔數樣本數 1.31%，在已婚為最多數，為 6 人，佔 1.5%。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.0017，有勾選總數 42 人，佔數樣本數 6.18%，在未婚為最多數，為 23 人，佔 12.64%，推其原因，可能是其物慾較寬廣，而願意將預算運用在保險的意願較低，故在此選項上有明顯差異。

在子女人數方面，”曾有不滿意之保險購買經驗”及”無此預算”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”曾有不滿意之保險購買經驗”其 Chi-Square P 值為<0.001，有勾選總數 8 人，佔數樣本數 1.29%，在子女人數 2 位為最多數，為 3 人，佔 1.36%。

“無此預算”其 Chi-Square P 值為 0.0035，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，在子女人數 0 位為最多數，為 24 人，佔 11.274%。

表4.43 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		職業	月收入	婚姻狀況	子女人數
過去出國時無購買旅遊平安險之原因	不知有此商品	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
	有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠	0.0580	0.9111	0.0084**	0.1382
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.6197	0.4165	0.0160*	<.0001***
	購買手續過於繁複	0.5347	0.7236	0.5718	0.3163
	無此預算	0.6797	0.0220*	0.0017**	0.0035**
	無購買管道	<0.001***	0.8314	0.5775	0.2341
	很安全不需要購買	0.9054	0.3896	0.8798	0.6957
	其它：每次出國都會買	0.7805	0.3097	0.9123	0.7694
註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

在最近 3 年出國旅遊次數方面，"很安全不需要購買"及"其它：每次出國都會買"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"很安全不需要購買"其 Chi-Square P 值為 0.0462，有勾選總數 14 人，佔數樣本數 2.26%，在出國次數 5~6 次為最多數，為 4 人，佔 7.69%。

"其它：每次出國都會買"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 4 人，佔數樣本數 6.462%，在出國次數 7~8 次為最多數，為 1 人，佔 4%。

在平均出國天數方面，"曾有不滿意之保險購買經驗"及"無此預算"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"曾有不滿意之保險購買經驗"其 Chi-Square P 值為 0.0191，有勾選總數 8 人，佔數樣本數 1.29%，在平均出國天數 5~7 天為最多數，為 6 人，佔 1.4%。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.0442，有勾選總數 44 人，佔數樣本數 7.11%，在平均出國天數 5~7 天為最多數，為 24 人，佔 5.58%。

在最常的旅遊預算方面，"曾有不滿意之保險購買經驗"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"曾有不滿意之保險購買經驗"其 Chi-Square P 值為 0.0306，有勾選總數 8 人，佔數樣本數 1.29%，在 5~7 萬為最多數，為 3 人，佔 3.41%。

表4.44 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最近3年出國旅遊次數	最常出國旅遊方式	平均出國天數	最常見的旅遊預算
過去出國時無購買旅遊平安險之原因	不知有此商品	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
	有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠	0.3034	0.4948	0.3002	0.2992
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.7712	0.7212	0.0191*	0.0306*
	購買手續過於繁複	0.2517	0.1443	0.3952	0.2686
	已有其他保險，保障已足夠	0.7883	0.9833	0.5007	0.6805
	無此預算	0.1740	0.1789	0.0442*	0.2521
	無購買管道	0.2883	0.4755	0.1525	0.9884
	很安全不需要購買	0.0462*	0.3080	0.9589	0.4703
	其它：每次出國都會買	<.0001***	0.3771	0.9791	0.1959
註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

最常去的國家方面，”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”、”無購買管道”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”其 Chi-Square P 值為 0.029，有勾選總數 187 人，佔數樣本數 30.21%，在東北亞為大多數，為 94 人，佔 27.81%。

”無購買管道”其 Chi-Square P 值為 0.0018，有勾選總數 44

人，佔數樣本數 7.11%，在東北亞為最多數，為 19 人，佔 5.62%。

最常一起旅遊同伴方面，”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”其 Chi-Square P 值為 0.03，有勾選總數 187 人，佔數樣本數 30.21%，在朋友選項為最多數，為 50 人，佔 29.76%。

表4.45 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最常去的國家	最常一起旅遊同伴		
過去出國時無購買旅遊平安險之原因	不知有此商品	無勾選	無勾選		
	有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠	0.0290*	0.0300*		
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.0105*	0.9806		
	購買手續過於繁複	0.8777	0.9107		
	已有其他保險，保障已足夠	0.3689	0.3863		
	無此預算	0.9184	0.3803		
	無購買管道	0.0018**	0.2404		
	很安全不需要購買	0.9232	0.7664		
	其它：每次出國都會買	0.9971	0.5060		
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

由上述結果歸納出，在『無此預算』的部份，以男性、30~39 歲、未婚、月收入 4~6 萬的受訪者居多。在『無購買管道』的部份，以男性、50~59 歲、大學學歷、職業類別為工業的受訪者居多。在『有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠』的部份，以男性、40~49 歲、已婚者受訪者居多，再深入發現，此三個選項都以男性受訪者為多數，而在保險的銷售經驗裡，也是以女性消費者較重視保險保障，而男性消費者大多不在意保險或是覺得保險有買就好了，而沒有再仔細去了解保險保障及其詳細理賠內容。

4.7.1.2 旅遊保險購買行為的子構面中之「過去出國時無購買旅遊不便險之原因」

旅遊保險購買行為的子構面中之「過去出國時無購買旅遊不便險之原因」，(表 4.46~表 4.49)根據 Chi-Square 檢定顯著性分析得知；

在性別方面，"購買手續過於繁複"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"購買手續過於繁複"其 Chi-Square P 值為 0.0026，有勾選總數 30 人，佔數樣本數 4.85%，男女比例分別為 7.81%及 2.57%。顯示女性在購買的手續流程較有耐心處理。

在年齡方面，"有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠"、"購買手續過於繁複"、"無此預算"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 110 人，佔數樣本數 17.18%，在 40~49 歲為最多數，為 63 人佔 23.33%，推其原因，可能是主觀認知上的

差異，認為有就好了，故在此選項上有明顯差異。

"購買手續過於繁複"其 Chi-Square P 值為 0.0157，有勾選總數 30 人，佔數樣本數 4.85%，在 40~49 歲為最多數，為 9 人佔 3.33%。在不便險的購買手續相較於平安險而言，大多遊客又更加不了解，才會產生這樣的感受，故在此選項上有明顯差異。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.0177，有勾選總數 65 人，佔數樣本數 10.52%，在 30~39 歲為最多數，為 26 人，佔 15.66% 可能是此年齡級距正值築巢期，剛成家立業，能活用的資金有限，故在此選項上有明顯差異。

表4.46 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		性別	年齡	星座	教育程度
過去出國時無購買旅遊不便險之原因	不知有此商品	0.5790	0.7929	0.4551	0.5946
	有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠	0.3141	<0.0001***	0.6330	0.3303
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.7453	0.8770	0.4102	0.3492
	購買手續過於繁複	0.0026**	0.0157*	0.4726	0.6240
	已有其他保險，保障已足夠	0.4453	0.3396	0.4032	0.0974

表 4.46 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析(續)

構面	因素	Chi-Square P 值			
		性別	年齡	星座	教育程度
	無此預算	0.1281	0.0177*	0.6022	0.4919
	無購買管道	0.0807	0.9809	0.0615	0.4770
	很安全不需要購買	0.1292	0.1027	0.6707	0.8848
	其它	0.1280	0.9350	0.0784	0.6635
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

在職業類別方面，"購買手續過於繁複"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"購買手續過於繁複"其 Chi-Square P 值為 0.0389，有勾選總數 30 人，佔數樣本數 4.85%，在服務業為最多數，為 8 人，佔 4.82%。

在月收入方面，"不知有此商品"、"無此預算"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"不知有此商品"其 Chi-Square P 值為 0.0157，有勾選總數 152 人，佔數樣本數 24.56%，在 4~6 萬(含)為最多數，為 45 人，佔 27.61%。

"無此預算"其 Chi-Square P 值為 0.0197，有勾選總數 65 人，佔數樣本數 10.5%，在 2~4 萬(含)為最多數，為 26 人，佔 13.98%，

推其原因，可能是在收入有限的狀況下，對於此不便險就非必要購買，故在此選項上有明顯差異。

在婚姻狀況方面，”曾有不滿意之保險購買經驗”及”無此預算”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”曾有不滿意之保險購買經驗”其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 6 人，佔數樣本數 0.98%，在喪偶為最多數，為 2 人，佔 9.09%，此為少數樣本。

“無此預算”其 Chi-Square P 值為 0.0243，有勾選總數 63 人，佔數樣本數 10.33%，在已婚為最多數，為 35 人，佔 8.77%。

在子女人數方面，”曾有不滿意之保險購買經驗”、“購買手續過於繁複”及”無此預算”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”曾有不滿意之保險購買經驗”其 Chi-Square P 值為 0.0046，有勾選總數 6 人，佔數樣本數 0.97%，在子女人數 2 位為最多數，為 4 人，佔 1.82%。

“購買手續過於繁複”其 Chi-Square P 值為 0.0206，有勾選總數 30 人，佔數樣本數 4.85%，在子女人數 0 位為最多數，為 14 人，佔 6.57%，推其原因，可能是勾選此選項的多為單身，對於不便險的需求感受度不那麼高，相對就不會花時間來了解不便險的購買流程，故在此選項上有明顯差異。

“無此預算”其 Chi-Square P 值為 0.0014，有勾選總數 65 人，佔數樣本數 10.5%，在子女人數 0 位為最多數，為 28 人，佔 13.15%，推其原因，可能是勾選此選項的多為單身，對於不便險的需求感受度不那麼高，相對就不會將旅遊預算安排在不便險的

購買，故在此選項上有明顯差異。

在最近 3 年出國旅遊次數方面，”不知有此商品”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”不知有此商品”其 Chi-Square P 值為<0.001，有勾選總數 152 人，佔數樣本數 24.56%，在出國次數 2 次以下為最多數，為 117 人，佔 32.41%，推其原因，可能是因為出國次數較少或是多年前出國，當時沒有不便險，故在此選項上有明顯差異。

表4.47 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		職業	月收入	婚姻狀況	子女人數
過去出國時無購買旅遊不便險之原因	不知有此商品	0.0741	0.0157*	0.8393	0.8000
	有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠	0.5190	0.7946	0.0869	0.4435
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.5006	0.1906	<0.0001***	0.0046**
	購買手續過於繁複	0.0389*	0.7987	0.5382	0.0206*
	已有其他保險，保障已足夠	0.3655	0.2219	0.3274	0.6816
	無此預算	0.3878	0.0197*	0.0243*	0.0014**
	無購買管道	0.1632	0.6556	0.6981	0.5050
	很安全不需要購買	0.3652	0.9885	0.7268	0.0853
	其它	0.3264	0.8819	0.9123	0.3042

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

資料來源：本研究整理

在最常出國旅遊方式的方面，”不知有此商品”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”不知有此商品”其 Chi-Square P 值為 0.0182，有勾選總數 152 人，佔數樣本數 24.56%，在團體旅遊為最多數，為 98 人，佔 28.16%，推其原因，可能是參加旅行社辦理的團體旅遊，多數認知是繳團費就已包含所有費用，故在此選項上有明顯差異。

在平均出國天數方面，”曾有不滿意之保險購買經驗”及”購買手續過於繁複”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”曾有不滿意之保險購買經驗”其 Chi-Square P 值為 0.0037，有勾選總數 6 人，佔數樣本數 0.97%，在平均出國天數 5~7 天為最多數，為 4 人，佔 0.93%。

”購買手續過於繁複”其 Chi-Square P 值為 0.0463，有勾選總數 30 人，佔數樣本數 4.85%，在平均出國天數 5~7 天為最多數，為 14 人，佔 3.26%，推其原因，可能是短期的旅遊，主觀認為應該不會發生此事，不用麻煩再另外購買，故在此選項上有明顯差異。

表4.48 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最近3年出國旅遊次數	最常出國旅遊方式	平均出國天數	最常見的旅遊預算
過去出國時無購買旅遊不便險之原因	不知有此商品	<.0001***	0.0182*	0.1254	0.3173
	有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠	0.8857	0.8998	0.9355	0.9493
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.3259	0.6042	0.0037**	0.0547
	購買手續過於繁複	0.2815	0.4815	0.0463*	0.3805
	已有其他保險，保障已足夠	0.1023	0.6300	0.2082	0.5638
	無此預算	0.1752	0.6835	0.5481	0.0362*
	無購買管道	0.2419	0.7891	0.6380	0.8418
	很安全不需要購買	0.7120	0.7290	0.8811	0.7631
	其它	0.9545	0.4232	0.8368	0.7631

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

資料來源：本研究整理

最常去的國家方面，”不知有此商品”、”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”、”曾有不滿意之保險購買經驗”及”購買手續過於繁複”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”不知有此商品”其 Chi-Square P 值為 0.0079，有勾選總數 152 人，佔數樣本數 24.56%，在東北亞為最多數，為 72 人，佔 21.3%。

”有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠”其 Chi-Square P 值為 0.0219，有勾選總數 111 人，佔數樣本數 17.93%，在東北亞為最多數，為 51 人，佔 15.09%。

”曾有不滿意之保險購買經驗”其 Chi-Square P 值為 0.002，有勾選總數 6 人，佔數樣本數 0.97%，在東北亞為最多數，為 3 人，佔 0.89%。

”購買手續過於繁複”其 Chi-Square P 值為 <0.001，有勾選總數 6 人，佔數樣本數 0.97%，在東北亞為最多數，為 3 人，佔 0.89%。

表 4.49 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最常去的 國家	最常一 起旅遊 同伴		
過去 出國 時無 購買 旅遊 不便 之 原因	不知有此商品	0.0079**	0.3664		
	有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠	0.0219*	0.2138		
	曾有不滿意之保險購買經驗	0.0020**	0.5520		
	購買手續過於繁複	<0.001***	0.5784		
	已有其他保險，保障已足夠	0.2451	0.3102		
	無此預算	0.8847	0.0440		

表 4.49 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析(續)

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最常去的 國家	最常一起 旅遊同伴		
	無購買管道	0.1563	0.4744		
	很安全不需要購買	0.9075	0.8458		
	其它	0.0815	0.9535		
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

綜上結果分析，在購買手續過於繁複的部份，以男性、40~49歲、無子女、服務業的受訪者居多。在無此預算的部份，以 30~39歲、已婚、無子女、月收入在 2~4 萬的受訪者居多。在不知此商品的部份，以月收入 4~6 萬、出國 2 次以下且參與團體旅遊的受訪者居多。

4.7.1.3 遊保險購買行為的子構面中之「購買旅遊保險之原因」

旅遊保險購買行為的子構面中之「購買旅遊保險之原因」，(表 4.50~表 4.52)根據 Chi-Square 檢定顯著性分析得知；

在性別方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 0.0216，有勾選總數 105 人，佔數樣本數 16.96%，男女比例分別為 13.01%及 20%。

在年齡方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項

間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 <0.001 ，有勾選總數 105 人，佔數樣本數 16.99%，在 40~49 歲為最多數，為 30 人佔 11.11%。

在星座方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 0.008，有勾選總數 105 人，佔數樣本數 16.99%，在牡羊座為最多數，為 17 人，佔 34.69%。

表4.50 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		性別	年齡	星座	教育程度
購買旅遊保險原因	保險公司形象及服務好	0.9856	0.9498	0.1999	0.3370
	保險業務人員形象及服務好	0.9402	0.4484	0.2568	0.3934
	保障範圍適合	0.6586	0.8922	0.3565	0.2513
	保費較低廉	0.8967	0.0601	0.1409	0.6219
	購買手續簡便	0.4203	0.2586	0.8773	0.1515
	銷售人員推薦	0.5395	0.1646	0.8052	0.5300
	親友推薦	0.0216*	$<.0001^{***}$	0.0080**	0.1151
	購買地點便利	0.7970	0.4660	0.6007	0.4476
	其它	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
註：*： $p < 0.05$ ； **： $p < 0.01$ ； ***： $p < 0.001$					

資料來源：本研究整理

在月收入方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 0.0034，有勾選總數 58 人，佔數樣本數 9.37%，在 2~4 萬(含)為最多數，為 20 人，佔 10.75%。

在婚姻狀況方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 0.003，有勾選總數 103 人，佔數樣本數 16.89%，在已婚為最多數，為 54 人，佔 13.53%。

在子女人數方面，"親友推薦"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

"親友推薦"其 Chi-Square P 值為 0.0041，有勾選總數 105 人，佔數樣本數 16.96%，在子女人數 0 位為最多數，為 52 人，佔 24.41%。

表4.51 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		職業	月收入	婚姻狀況	子女人數
購買旅遊保險原因	保險公司形象及服務好	0.8332	0.8539	0.1988	0.6762
	保險業務人員形象及服務好	0.2712	0.6365	0.9187	0.0464
	保障範圍適合	0.9904	0.2679	0.3391	0.8778
	保費較低廉	0.8606	0.7449	0.9983	0.5468
	購買手續簡便	0.2869	0.3273	0.1628	0.5759
	銷售人員推薦	0.0665	0.0200*	0.5567	0.5631
	親友推薦	0.0683	0.0034**	0.0030**	0.0041**
	購買地點便利	0.5339	0.4668	0.3009	0.5384
	其它	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選

註：*：p<0.05；**：p<0.01；***：p<0.001

資料來源：本研究整理

在最常去的國家方面，”親友推薦”有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；

”親友推薦”其 Chi-Square P 值為 0.0041，有勾選總數 105 人，佔數樣本數 16.96%，在東北亞為最多數，為 62 人，佔 18.34%。

表 4.52 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最常去的國家	最常一起旅遊同伴		
購買旅遊保險原因	保險公司形象及服務好	0.9272	0.0798		
	保險業務人員形象及服務好	0.3327	0.9470		
	保障範圍適合	0.7537	0.3426		
	保費較低廉	0.5832	0.7807		
	購買手續簡便	0.5577	0.3947		
	銷售人員推薦	0.6173	0.2326		
	親友推薦	0.0475*	0.0765		
	購買地點便利	0.4926	0.7262		
	其它	無勾選	無勾選		

註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001

資料來源：本研究整理

綜上結果分析，在親友推薦的部份，以女性、已婚、40~49歲、無子女且月收入在 2~4 萬的受訪者居多，我們可以了解到受訪者購買旅遊保險的原因，大多是透過親友推薦而完成旅遊保險的購買。

4.7.1.4 旅遊保險購買行為的子構面中之「購買旅遊保險之管道」

旅遊保險購買行為的子構面中之「購買旅遊保險之管道」，

(表 4.53~表 4.55)根據 Chi-Square 檢定顯著性分析得知；

在性別方面，"機場櫃檯"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"機場櫃檯"其 Chi-Square P 值為 0.0452，有勾選總數 237 人，佔數樣本數 38.29%，男女比例分別為 42.75%及 34.86%。

在年齡方面，"機場櫃檯"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"機場櫃檯"其 Chi-Square P 值為<0.001，有勾選總數 237 人，佔數樣本數 38.35%，在 40~49 歲為最多數，為 117 人佔 43.33%。

表4.53 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		性別	年齡	星座	教育程度
購買 旅遊 保險 之 管 道	保險公司網站	0.3627	0.2259	0.7229	0.1254
	保險公司業務員	0.4836	0.2937	0.5481	0.2293
	保險經紀人業務員	0.7398	0.6092	0.2517	0.4836
	產險公司業務員	0.6453	0.7216	0.9703	0.6351
	機場櫃檯	0.0452*	<0.001***	0.8126	0.0375*
	其它	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

在月收入方面，"機場櫃檯"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"機場櫃檯"其 Chi-Square P 值為 0.0453，有勾選總數 237 人，佔數樣本數 38.29%，在 4~6 萬(含)為最多數，為 66 人，佔 40.49%。

表4.54 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		職業	月收入	婚姻狀況	子女人數
購買旅遊保險之管道	保險公司網站	0.5942	0.2832	0.1314	0.0339*
	保險公司業務員	0.2190	0.5860	0.4831	0.7822
	保險經紀人業務員	0.2645	0.5525	0.7675	0.7798
	產險公司業務員	0.6014	0.9049	0.5557	0.5552
	機場櫃檯	0.1907	0.0453*	0.2688	0.3509
	其它	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

在最常出國旅遊方式的方面，"機場櫃檯"有顯著差異，表示交叉表兩個變項間存有顯著關聯；"機場櫃檯"其 Chi-Square P 值為 0.0111，有勾選總數 237 人，佔數樣本數 38.29%，在自助旅遊為 119 人，佔 43.91%；團體旅遊為 118 人，佔 33.91%。

表4.55 各人口統計變項對購買行為子構面之交叉分析

構面	因素	Chi-Square P 值			
		最近3年 出國旅遊 次數	最常出 國旅遊 方式	平均出 國天數	最常用 旅遊預 算
購買 旅遊 保險之 管道	保險公司網站	0.2203	0.1237	0.4112	0.7057
	保險公司業務員	0.4866	0.2242	0.2530	0.0209*
	保險經紀人業務員	0.8109	0.8153	0.0558	0.4289
	產險公司業務員	0.8841	0.1528	0.4430	0.5649
	機場櫃檯	0.2808	0.0111*	0.2065	0.1577
	其它	無勾選	無勾選	無勾選	無勾選
註：*：p<0.05 ； **：p<0.01 ； ***：p<0.001					

資料來源：本研究整理

綜上結果分析，在購買旅遊保險之管道中的機場櫃檯部份，以男性、40~49歲、月收入在4~6萬的受訪者居多，推其原因，可能是大多數的男性對於保險的重視程度沒那麼高，故在購買旅遊保險的心態，多以就近方便省事為主。

第五章 結論與建議

本章依據研究架構與目的為發展基礎，探討旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值與旅遊保險購買行為關係之研究，根據研究結果加以分析討論，提出研究結論與實質建議，以供各相關單位與後續研究者參考。

5.1 研究結論

根據研究結果與討論分析，獲得的結論分述如下：

一、受訪者的基本屬性與「旅遊知覺風險、旅遊保險知覺價值」分析

由研究樣本之基本屬性分析可知，受訪樣本中，年齡大多為中壯年族群，已婚且子女人數多為 2 位，具有高等學歷，以女性人數佔多數，在平均月收入方面，大部分為普通一般所得，職業以服務業居多。

在受訪者旅遊經驗來看，最近 3 年出國 2 次以下且以參加東北亞 5~7 天的團體旅遊為多數，旅遊預算以 3~5 萬居多，而一同旅遊的同伴以配偶居多。

由樣本敘述性統計分析中顯示，在旅遊知覺風險中，平均數最高者為「醫療風險」(4.0941)，其次是「行李遺失風險」(3.9318)，而「時間風險」(3.5302)則為最低。在「身體風險」題項中，平均數最高者為「在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害（意外傷害）」(3.83)，其次為「在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適」(3.81)，而最低者為「在旅遊過

程中，我擔心舊疾的困擾」(3.31)；

在「財務風險」題項中，平均數最高者為「在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)」(3.79)，其次為「在旅遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我預算」(3.47)，而最低者為「在旅遊過程中，我擔心會有滙率變動損失」(3.05)；

在「服務風險」題項中，平均數最高者為「我擔心旅遊當地的如廁便利性不佳」(3.85)，其次為「旅遊行程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全」(3.78)，而最低者為「旅遊行程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程」(3.44)；

在「時間風險」題項中，平均數最高者為「我覺得在旅遊行程中，轉機等待是耗時的」(3.81)，其次為「我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的」(3.78)，而最低者為「我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的」(3.19)；

在「醫療風險」題項中，平均數最高者為「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的醫療費用過高」(4.23)，其次為「我擔心旅遊行程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤」(4.19)，而最低者為「我擔心旅遊行程中，旅遊地點的就醫不方便」(3.91)；

在「行李遺失風險」題項中，平均數最高者為「我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險」(4.04)，其次為「我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險」(3.97)，而最低者為「我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損」(3.82)。

由上述分析結果顯示，在旅遊知覺風險的六個子構面題項中，受訪者在旅遊過程中，以「醫療風險」及「行李遺失風險」

的耽心受怕之程度較高，而在構面總排名中，我們可以發現到，其排名前五名都落在「醫療風險」的子構面題項中，由此可知，受訪者在旅遊知覺風險中，對於在國外旅遊的醫療風險是最耽憂的。

在「旅行平安險保障重要性」子構面題項中，平均數最高者為「我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要」(4.3608)，其次為「我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要。」(4.3560)，而最低者為「我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要」(4.21)；

在「旅行平安險」子構面題項中，平均數最高者為「我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障」(4.3647)，其次為「我覺得購買旅行平安險，讓我可以再在旅遊過程中，更加安心」(4.2532)，而最低者為「我覺得以這個價錢買旅行平安險，其提供的保障是足夠的」(3.9165)；

在「旅遊不便險保障重要性」子構面題項中，平均數最高者為「我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要」(4.1691)，其次為「我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要。」(4.1309)，而最低者為「我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要」(4.0933)；

在「旅遊不便險」子構面題項中，平均數最高者為「我覺得購買旅遊不便險，讓我可以再在旅遊過程中，更加安心」(4.0146)，其次為「我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】

很重要。」(4.1309)，而最低者為「我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得」(3.7632)。

由上述分析結果顯示，多數受訪者對於旅行平安險及不便險的保障仍有相當程度以上的重視，而在構面總排名中，我們可以發現到，其排名前五名中的第 2-4 名是落在「旅行平安保險保障重要性」的子構面中，而第一名則是落在「旅行平安險」中的「我覺得購買旅行平安險，讓我的家人多一份的保障」，由此可以發現，受訪者對於讓家人安心及自己保障的重視程度遠高過於購買旅遊保險時的保險費費用。

二、「旅遊知覺風險」與「旅遊保險知覺價值」之關係

本研究將遊客旅遊知覺風險應用在遊客的旅遊保險知覺價值分析結果，顯示「旅遊知覺風險」中的「身體風險」及「行李遺失風險」對「旅遊不便險」有正向顯著影響。推其原因可能是，在旅遊過程中，若因餐廳、旅館的衛生環境或服務不如預期導致上吐下瀉，及在旅遊過程中對於隨身行李不當處置受損或遺失，而影響到旅遊後續行程，故購買旅遊不便險就有可以更加安心。故「旅遊知覺風險」中的「身體風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險」有正向顯著關係。

「旅遊知覺風險」中的「身體風險」、「醫療風險」及「行李遺失風險」對「旅遊保險知覺價值」中的「旅行平安險」有正向顯著影響。

推其原因可能是，如果在旅遊過程中因為身體不適而需進行就醫治療相對應於購買旅行平安險，來多一份安心，就顯得相對重要，進而延伸到「行李遺失風險」，故在「身體風險」、「醫

療風險」及「行李遺失風險」對於旅行平安險呈現出正向顯著關係。

三、旅遊保險知覺價值對旅遊保險購買行為之影響

本研究將旅遊保險知覺價值應用在遊客的旅遊保險購買行為分析結果，「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊平安保險保障重要性」對「旅遊保險購買行為」中的「過去出國時，我通常會購買旅遊平安險」有正向顯著影響。推其原因可能是，對於旅遊平安保險的保障重視程度高，相對於旅遊平安保險的購買意願就愈高，進而進行購買行為。

在「旅遊保險知覺價值」中的「旅遊不便險」對「旅遊保險購買行為」中的「過去出國時，我通常會購買旅遊不便險」有正向顯著影響。推其原因可能是，在旅遊過程中，對於餐廳、旅館、交通及當地設施的服務不如預期，及在旅遊過程中對於隨身行李不當處置受損或遺失，而影響到旅遊後續行程，「旅遊保險知覺風險」中的「旅遊不便險」對「旅遊保險購買行為」中的「旅遊不便險」有正向顯著關係。

四、旅遊保險購買行為特性分析

受訪樣本中，在過去出國時無購買旅遊平安險的原因中，以「有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠」、「無此預算」、「無購買管道」為最多數；在過去出國時無購買旅遊不便險的原因中，以「不知有此商品」、「購買手續過於繁複」、「無此預算」為最多數；在購買旅遊保險的原因，以「親友推薦」為最多數；在購買旅遊保險之管道中，以「機場櫃檯」為最多數。由上述分析結果可知，大多數遊客

認為有信用卡附贈的保險保障已足夠，而不需另外購買旅行平安險也無增加預算且若有購買意願者，多在機場櫃台購買，以方便為主要訴求。

5.2 研究建議

5.2.1 實務建議

針對本研究結果提出以下建議：

1. 在研究結果中，我們可以發現遊客對保險的認知與正確的保險認知仍有段距離，建議可以透過旅行社業者及保險業的相關業者，提供更多且更完整正確的旅遊保險資訊，讓遊客能更加了解旅遊保險在完整的旅遊活動中，能提供的相關保險保障內容，也讓遊客在旅遊活動能因為透過購買旅遊保險將旅遊風險轉嫁予保險公司，能玩得更加安心。
2. 在研究結果中，我們可以發現遊客在購買旅遊保險的管道多以機場櫃台為主，所以建議，可以在機場部份入口處或角落增加宣傳旅遊保險的重要性，讓遊客可以透過宣傳而就近於機場櫃台進行購買旅遊保險，提高遊客的旅遊保險保障。
3. 在研究結果中，我們可以發現，多數遊客對於旅遊保險的購買手續過於繁複呈現顯著差異，而現在行動上網如此普及，所以建議是否可以增加旅遊保險購買 APP，讓購買管道更加多元，對於購買手續過於繁複的問題或許也能獲得解決。
4. 綜合研究結果，我們可以發現遊客對於旅遊保險的問題，

以不知有此商品、刷卡附贈的保險保障已足夠、很安全不需要購買…等選項呈現顯著差異，所以，建議保險相關業者可以與旅行社做策略聯盟，在每個套裝行程中，加註旅遊保險保障重要性或做理賠案例分享，除了提高消費者的風險意識外，亦可達到廣告宣傳效果，如此而言，對消費者、保險公司及旅行社業者而言，三方都是受惠者。

5.2.2 後續研究建議

在本次研究中，在研究對象的部份，只針對有出國旅遊經驗者做為研究對象，在研究結果中發現，有些受訪者或許是多年前出國一次的經驗來做填答，與目前的保險認知與保險市場狀況有些差距，故建議將研究對象設定在最近3年有出國旅遊經驗者，其分析結果的能更具參考性，對觀光局、保險公司及旅行社能更有幫助，進而能提供消費者更多的旅遊保險及保障等相關資訊。

參考文獻

一、中文部分

1. 中華民國觀光局網站。
2. 王國欽(1995)，旅遊風險評估模式建立之研究-模糊多準則決策方法之應用，文化大學觀光事業研究碩士論文。
3. 吳蔓莉(2003)，國人出國旅遊對旅遊風險的認知與旅遊保險的購買行為之研究，文化大學觀光事業研究碩士論文。
4. 宋汶璇(2005)，消費者對產險公司銷售傷害保險之認知，逢甲大學保險研究所碩士論文。
5. 邱歆怡(2006)，消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究，逢甲大學保險研究所碩士論文。
6. 李奇勳(2007)，知覺風險對消費者知覺價值之形成所扮演角色的探討，管理學報，24卷2期，167-190頁。
7. 李福隆(2007)，旅遊活動之風險管理，風險與管理，14期。
8. 林雅玲(2010)，高雄縣國小教師人格特質、風險知覺對風險管理需求影響之研究，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。
9. 李育成(2013)，人格特質、旅遊動機和知覺風險對海外自助旅遊意願之影響-以府城居民為例，南台科技大學休閒管理研究所碩士論文。
10. 林震岩(2012)，多變量分析:SPSS 的操作與應用，台北市:智勝文化。
11. 倪安順(1992)，SAS 基礎與統計應用使用手冊，台北市:儒林圖書。

12. 徐珮軒(2007)，消費者人格特質與知覺風險態度對線上購買旅行平安險之影響，逢甲大學保險管理研究所碩士論文。
13. 孫豔玲、何源、李陽旭(2011)，從範例學 SPSS 統計分析與應用，新北市：博碩文化。
14. 袁正綱(2012)，SPSS 基礎統計分析，台中市：滄海書局。
15. 曹勝雄、王麗娟(2001)，旅遊產品知覺風險與降低風險策略之研究，旅遊管理研究，1 卷 1 期，1-26 頁。
16. 曹守輝(2011)，旅遊風險知覺、滿意度與重遊意願之研究-以金門馬祖居民利用小三通赴大陸為例，銘傳大學觀光事業研究所碩士論文。
17. 張進福(2001)，旅遊安全管理現狀分析與對策思考，旅遊科學，44-46 頁。
18. 張元昌(2002)，投資型壽險商品購買行為之研究-從消費者風險價值觀實證，逢甲大學保險管理研究所碩士論文。
19. 張懿蕾(2007)，內外控及風險知覺對禽流感因應行為之影響，台北大學經濟學研究所碩士論文。
20. 張世杰(2013)，遊客旅遊保險消費行為影響因素之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
21. 陳致安(2004)，緊急救護風險知覺與風險管理需求之研究—以消防人員為例，高雄第一科技大學風險管理與保險研究所碩士論文。
22. 陳伶俐(2008)，教育機構責任保險消費者人格特質、認知涉入與購買行為之研究，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
23. 陳瑞倫(2013)，完整旅遊體驗階段之重要旅遊風險認知，大

專體育學刊，15 卷 2 期，135-147 頁

24. 陳麗君(2015)，消費者對旅遊平安險商品購買關鍵因素之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
25. 許哲銓(2007)，消費者風險態度與人格特質對人身保險購買行為之研究，逢甲大學保險管理研究所碩士論文。
26. 莊惠勤(2003)，醫院員工對醫療廢棄物風險知覺之關係研究—以嘉義地區區域醫院為例，南華大學環境管理研究所碩士論文。
27. 葉承鑫(2009)，遊客對其休閒涉入、知覺風險、休閒效益與幸福感之研究-以水域遊憩活動為主，嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文。
28. 孫豔玲、何源、李陽旭(2011)，從範例學 SPSS 統計分析與應用，新北市：博碩文化。
29. 謝淑芬(2000)，消費者對旅遊風險知覺的研究，景文技術學院學報，11 期，187-198 頁。
30. 謝淑芬(2000)，消費者之旅遊知識、經驗對旅遊風險知覺程度影響之研究，觀光研究學報，6 卷 2 期，67-90 頁。
31. 鄭向敏(2003)，旅遊安全學，北京：中國旅遊出版社。
32. 顏惠玲(2005)，國小教師人格特質、生活型態與旅遊風險知覺對旅遊保險消費之影響—以高雄縣市為例，高雄第一科技大學風險管理與保險系碩士論文。
33. 蘇文瑜(2008)，日籍遊客之人格特質、旅遊風險知覺與資訊蒐集之研究，文化大學觀光事業研究所碩士論文。

二、英文部分

1. Bauer, R. A. (1960), "Consumer Behavior as Risk Taking," In Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Cambridge: Harvard University Press, 389-398.
2. Bauer, R. A. (1960), Consumer behavior as risk-taking in Dynamic marketing for a changing world. In R.S. Hancock (Eds.), American Marketing Association, pp. 389-398.
3. Bearden William O., Netemeyer Richard G. & Teel Jesse E. (1989), Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal of Consumer Research*, Vol.15, No.4, pp.473-481.
4. Bolton, R. N. and Drew, J. H. (1991), "A Multistage Model of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, 375-384.
5. Carter, S. (1998), Tourists and travelers social construction of Africa and Asia as risky locations. *Tourism Management*, 19(4), 349.
6. Cox, Donald F. (1967), "Risk Handling in Consumer Behavior-an Intensive Study of Two Cases. In Cox (ed.)", Risk-Taking and Information-Handle in Consumer Behavior, Boston: Harvard University Press, pp.34-81.
7. Cronin, J. J., Brady, M. K. and Hult, G. T. M. (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments," *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 2 193-218.
8. Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991), "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product

- Evaluations,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, No. 3, 307-319.
9. Eagles, P.F.J. (1992), The travel motivations of Canadian ecotourists. *Journal of Travel Research*, Vol.31, No.2 , pp.3-7.
 10. Fuchs, G., & Riechel, A. (2006). Tourist destination risk perception: the case of Israel, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol.42, No.2, pp.81-106.11.
 11. Gartner, W. C. (1986), “Temporal influences on image change,” *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, No. 4, 635-644.
 12. Gartner, W. C. (1989), “Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Techniques,” *Journal of Travel Research*, Vol. 28, No. 2, 16-20.
 13. Roehl, W. S. & Fesenmaier, D. R.(1992), Risk perception and pleasure travel:Aexploratory analysis. *Journal of Travel Research*, Vol.30. No.4, pp.17-26.
 14. Roselius, T. (1971), “Consumer Ranking of Risk Reduction Methods,” *Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 1, 56-61.
 15. Stone, R. N. and Gronhaug, K. (1993), “Perceived risk: Further Considerations for the Marketing Discipline,” *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 3, 39-50.
 16. Zeithaml, V. A. (1988), “Consumer Perception of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence,” *Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 3, 2-22.

附錄一

旅遊知覺風險、旅遊保險之知覺價值與購買行為關係之研究

敬愛的受訪者，您好！

這是一份學術性的研究問卷，主要目的為了解消費者在安排旅遊時，對於旅遊平安保險及旅遊不便險的購買行為之相關研究，懇請您撥冗填答。

本問卷採匿名方式作答，您所有回答及個人資料，僅供學術研究之用，絕不對外公開，敬請安心填答。

謹致上十二萬分的謝意，感謝您的協助與支持。

南華大學 旅遊管理研究所

指導教授：丁 誌 紋 博士

研究生：陳 淑 娟 敬託

第一部分【個人基本資料】

以下是有關您個人背景資料，絕不對外公開，請您安心作答。
請在中直接勾選。

- 1、性別 男性 女性
- 2、年齡 20歲以下 20~29歲 30~39歲 40~49歲 50~59歲 60歲以上
- 3、星座 水瓶座(1/20~2/18) 雙魚座(2/19~3/20) 牡羊座(3/21~4/20)
金牛座(4/21~5/20) 雙子座(5/21~6/21) 巨蟹座(6/22~7/22)
獅子座(7/23~8/22) 處女座(8/23~9/22) 天秤座(9/23~10/22)
天蠍座(10/23~11/21) 射手座(11/22~12/21) 摩羯座(12/22~1/19)
- 4、教育程度 國中以下 高中職 專科 大學 研究所以上
- 5、職業 學生 軍警公教 工 商 服務業 自由業 家管 退休 其他
- 6、月收入 2萬以下 2~4萬(含) 4~6萬(含) 6~8萬(含) 8~10萬(含) 10萬以上
- 7、婚姻狀況 未婚 已婚 離婚 喪偶 分居
- 8、子女人數 無 1位 2位 3位 4位(含)以上

第二部分【個人旅遊經驗】

以下問題是關於您出國經驗之相關訊息，請依您本身情形，在適當的□中直接勾選。

- 1、最近3年出國旅遊次數 2次以下 3~4次 5~6次 7~8次 9次以上
- 2、最常出國旅遊方式為 團體 自助
- 3、請問您平均出國天數為4天以下5-7天8-10天11-13天14天上
- 4、旅遊預算(最常)3萬以下3~5萬(含)5~7萬(含)7~9萬(含)9萬以上
- 5、最常去的國家 東南亞 東北亞 大陸 港澳 美洲 歐洲 大洋洲
其他
- 6、最常一起旅遊同伴 父母子女伴侶兄弟姐妹同學同事朋友
其他_____



第三部分【旅遊知覺風險】

您在出國旅遊時，所感受到的所有風險，請依實際感受和經驗，勾選最符合情況的數字選項。 1 代表「非常不同意」、2 代表「不同意」、3 代表「普通」、4 代表「同意」、5 代表「非常同意」，共34題，感謝您！	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.在旅遊過程中，我擔心當地環境(地型.氣候.空污...)，可能會造成我的身體不適.	<input type="checkbox"/>				
2.在旅遊過程中，可能會發生意外，而造成身體上的傷害(意外傷害).	<input type="checkbox"/>				
3.在旅遊過程中，可能會發生意外重大事故.	<input type="checkbox"/>				
4.在旅遊過程中，我擔心舊疾的困擾.	<input type="checkbox"/>				
5.在旅遊過程中，我擔心因餐飲衛生不良而造成身體不適.	<input type="checkbox"/>				
6.在旅遊過程中，可能會造成財務損失。(如.錢或車失竊)	<input type="checkbox"/>				
7.在旅遊過程中，我擔心會有滙率變動損失.	<input type="checkbox"/>				
8.在旅遊過程中，我擔心會多付出許多自費行程的開銷.	<input type="checkbox"/>				
9.在旅遊過程中，我擔心會因為『衝動性』購買而超出我的預算.	<input type="checkbox"/>				
10.在旅遊過程中，我擔心會因為『從眾行為』購買而超出我的預算.	<input type="checkbox"/>				
11.在旅遊過程中，我擔心旅館的服務不如預期.	<input type="checkbox"/>				
12.在旅遊過程中，我擔心餐廳的服務不如預期.	<input type="checkbox"/>				
13.在旅遊過程中，我擔心遇到罷工而影響後續行程.	<input type="checkbox"/>				
14.在旅遊過程中，我擔心當地交通運輸是否合法及安全.	<input type="checkbox"/>				
15.我擔心旅遊當地的民眾對遊客不友善.	<input type="checkbox"/>				
16.我擔心旅遊當地的資訊提供不完備.	<input type="checkbox"/>				
17.我擔心旅遊當地的如廁便利性不佳.	<input type="checkbox"/>				
18.我覺得旅遊活動的事前籌劃，是相當耗時的.	<input type="checkbox"/>				
19.我覺得旅遊活動過程中，部份活動對我而言，可能是浪費時間的.	<input type="checkbox"/>				
20.我覺得旅遊過程中，部份活動會讓我無法有效運用時間.	<input type="checkbox"/>				
21.我覺得在旅遊過程中，轉機等待是耗時的.	<input type="checkbox"/>				
22.我覺得旅遊過程中，集合、排隊等待是浪費時間的.	<input type="checkbox"/>				

23.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的就醫不方便.	<input type="checkbox"/>				
24.在旅遊過程中，發生意外所導致之醫療事故及後果是相當嚴重的	<input type="checkbox"/>				
25.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的醫療服務品質不佳.	<input type="checkbox"/>				
26.我擔心旅遊過程中，旅遊地點的醫療費用過高.	<input type="checkbox"/>				
27.我擔心旅遊過程中，因為就醫治療而影響後續行程.	<input type="checkbox"/>				
28.我擔心旅遊過程中，因為就醫住院治療時，身邊無人照顧.	<input type="checkbox"/>				
29.我擔心旅遊過程中，因為溝通不佳而導致醫療延誤或診斷錯誤.	<input type="checkbox"/>				
30.我擔心在旅遊過程中，會發生行李遺失的風險.	<input type="checkbox"/>				
31.我擔心在旅遊過程中，會發生隨身物品遺失的風險.	<input type="checkbox"/>				
32.我擔心在旅遊過程中，行李被誤送到其它地點.	<input type="checkbox"/>				
33.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致外觀受損.	<input type="checkbox"/>				
34.我擔心在旅遊過程中，行李因運送過程中遭遇不當處置而導致內容物受損.	<input type="checkbox"/>				

第四部分【旅遊保險知覺價值】

您在出國旅遊時，對購買旅遊平安保險及旅遊不便險的價值知覺，請依實際感受和經驗，勾選最符合情況的數字選項。 1 代表「非常不同意」、2 代表「不同意」、3 代表「普通」、4 代表「同意」、5 代表「非常同意」，共19題，感謝您！	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.我覺得【旅行傷害(意外傷害事故造成身體傷害或死亡)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
2.我覺得【意外傷害醫療(意外傷害事故造成之醫療費用支出)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
3.我覺得【疾病醫療(突發疾病造成之醫療費用支出)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
4.我覺得【海外援助服務(醫療諮詢、行前資訊、就醫安排、醫療轉送)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
5.我覺得【食物中毒(食用不潔食物經醫師診斷為食物中毒)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
6.我覺得以這個價錢買旅遊平安保險，其提供的保障是足夠的.	<input type="checkbox"/>				
7.我覺得以這個價錢買旅遊平安保險很值得.	<input type="checkbox"/>				
8.我覺得購買旅遊平安保險，可以讓我在旅遊過程中，更加安心.	<input type="checkbox"/>				
9.我覺得購買旅遊平安保險，可以讓我的家人多一份的保障.	<input type="checkbox"/>				
10.我覺得購買旅遊平安險，是多餘的.	<input type="checkbox"/>				
11.我覺得【旅程取消、延誤(因居住處毀損、班機造成旅程取消、縮短)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
12.我覺得【行李延誤、遺失(行李因航班運送未抵達機場或遺失)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
13.我覺得【旅行文件損失(意外事故造成旅行文件毀損或無法使用)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
14.我覺得【班機延誤(班機延誤、取消致旅程遲誤)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
15.我覺得【額外住宿(因旅行文件毀損、天災造成額外住宿費用支出)保障】很重要.	<input type="checkbox"/>				
16.我覺得以這個價錢買旅遊不便險，其提供的保障是足夠的.	<input type="checkbox"/>				
17.我覺得以這個價錢買旅遊不便險很值得.	<input type="checkbox"/>				
18.我覺得購買旅遊不便險，讓我可以在旅遊過程中，更加安心.	<input type="checkbox"/>				
19.我覺得購買旅遊不便險，是多餘的.	<input type="checkbox"/>				

第五部分【旅遊保險購買行為】

以下問題是關於您過去出國旅遊之保險購買行為經驗，請依您本身情形，在適當的□中直接勾選。【提醒您，有部份是複選題】

1、過去出國時，我通常會購買【旅遊平安險】。

會。

不會。

2、過去出國時，我通常會購買【旅遊不便險】。

會。

不會。

3、過去出國時『無』購買『旅遊平安險』之原因【可複選】

不知有此商品。

有刷卡附贈之旅遊平安險就已足夠。

曾有不滿意之保險購買經驗。

購買手續過於繁複。

已有其他保險，保障已足夠。

無此預算。

無購買管道。

很安全不需購買。

其它_____。

4、過去出國時『無』購買旅遊不便險之原因【可複選】

不知有此商品。

有刷卡附贈之旅遊不便險就已足夠。

曾有不滿意之保險購買經驗。

購買手續過於繁複。

- 已有其他保險，保障已足夠。
- 無此預算。
- 無購買管道。
- 很安全不需購買。
- 其它_____。

5、選擇保險公司原因【可複選】

- 保險公司形象及服務好。
- 保險業務人員形象及服務好。
- 保障範圍適合。
- 保費較低廉。
- 購買手續簡便。
- 銷售人員推薦。
- 親友推薦。
- 購買地點便利。
- 其它_____。

6、旅遊保險購買之管道【可複選】

- 保險公司網站。
- 保險公司業務員。
- 保險經紀人業務員。
- 產險公司業務員。
- 機場櫃檯。
- 其他_____。

本問卷到此已全部完成，再次感謝您的用心及協助填答。
敬祝您

平安順心