

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
TOURISM MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY**

遊客旅遊保險消費行為影響因素之研究
**A STUDY ON INFLUENTIAL FACTORS
OF TOURISTS' TRAVEL INSURANCE CONSUMER BEHAVIOR**

研究生：張世杰

GRADUATE STUDENT : SHIH-CHIEH CHANG

指導教授：丁誌紋 博士

ADVISOR : CHIH-WEN TING PH.D.

中 華 民 國 一 〇 二 年 五 月

南華大學旅遊管理學系101學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：遊客旅遊保險消費行為影響因素之研究

研究生：張世杰

指導教授：丁誌紋博士

論文摘要內容：

週休二日實施後，國人從事旅遊休閒活動也越來越頻繁，發生意外事件的機會也迅速上升。為了在旅遊時能多一分保障，出門旅遊投保就有其必要性。而旅遊保險規劃是否受到國人投保人身保險的同等重視？遊客的旅遊保險消費與人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集的關係為何？上述變數是否會影響到遊客的旅遊保險消費行為？本研究以最近五年中有出國旅遊經驗的遊客為研究樣本，採用便利抽樣加上滾雪球抽樣方式進行問卷調查，發出問卷 600 份，回收 432 份有效問卷。

研究結果顯示：(1) 嚴謹型人格特質對風險管理有顯著影響；(2) 嚴謹型人格特質對旅遊風險知覺有顯著影響；(3) 嚴謹型人格特質對資訊蒐集有顯著影響；(4) 旅遊風險知覺對風險管理的態度有顯著之相關；(5) 遊客旅遊風險知覺對團體旅遊形態的選擇有顯著之影響。

研究結果建議：旅遊與保險相關業者在旅遊活動規劃時可多提供遊客旅遊保險的相關資訊，提供遊客投保之參考；保險相關業者可在機場增設廣告或櫃檯，以增加保險訊息出現機會及提醒遊客投保；保險相關業者可研擬設計方便多元的旅遊保險產品，增加遊客旅遊保險的購買動機；遊客應加強自身的旅遊保險觀念，並依不同之旅遊性質及條件規劃合適的旅遊保險內容。

關鍵詞：人格特質、旅遊類型、風險管理、旅遊風險知覺、
旅遊保險消費行為

Title of Thesis : A Study on Influential Factors of Tourists' Travel Insurance
Consumer Behavior

Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate Date : May 2013

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Shih-Chieh Chang

Advisor : Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

As a result of the implementation of the two-day weekends, more and more people are engaged in traveling and leisure activities. At the same time, the risks of travel accidents are also rising comparatively. In order to have more indemnification for taking a trip, travel insurance becomes a necessity for tourists. Is travel insurance equally valued as life insurance by people in Taiwan? How does tourists' travel insurance consumption interact with personality traits of tourists, travel patterns, risk management, travel risk perception and information gathering? Do the variables mentioned above affect tourists' travel insurance consumer behavior? In this study, people who have traveled abroad in the last five years are taken as subjects. The convenience and snowball sampling methods are used to conduct the survey with 432 valid questionnaires out of 600 issued ones.

The results showed that: (1) Conscientiousness personality traits have a significant impact on risk management; (2) Conscientiousness personality traits have a significant impact on travel risk perceptions; (3) Conscientiousness personality traits have a significant impact on the information collection; (4) Travel risk perception on risk management has a significant impact; (5) Tourists' travel risk perception have a significant impact for choosing group travel patterns.

The results recommend: Travel and insurance-related agencies can provide information about travel insurance in their products for tourists' reference. Insurance-related agencies can set up a counter or have advertisements at the airport not only to increase publicity but also to remind tourists of having travel insurance. Insurance agencies can design a variety of travel insurance products to drive tourists' purchase desire. Tourists should enrich their knowledge of travel insurance and choose appropriate one depending on types and conditions of their traveling.

Keywords: Personality Trait, Travel Patterns, Risk Management,
Travel Risk Perception, Travel Insurance Consumer Behavior

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目錄.....	iv
表目錄.....	viii
圖目錄.....	xi
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	5
1.3 研究對象與範圍.....	5
1.4 研究流程.....	6
1.5 研究內容.....	8
第二章 文獻探討.....	9
2.1 人格特質.....	9
2.1.1 人格特質的定義.....	9
2.1.2 人格特質的構面.....	10
2.1.3 五大人格特質.....	13
2.2 旅遊型態.....	15
2.2.1 旅遊型態的定義.....	15
2.2.2 旅遊型態的類別.....	16
2.3 風險管理.....	19
2.3.1 風險管理的定義.....	19
2.3.2 風險管理的構面.....	21

2.4	旅遊風險知覺.....	23
2.4.1	旅遊風險知覺的定義.....	23
2.4.2	旅遊風險知覺的構面.....	26
2.5	資訊蒐集.....	29
2.5.1	資訊蒐集的定義.....	29
2.5.2	資訊蒐集的類別.....	30
2.6	旅遊保險消費行為.....	31
2.6.1	旅遊保險消費行為的定義.....	31
2.6.2	旅遊保險消費行為的題項.....	34
2.7	人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集 及旅遊保險消費行為之相互關係.....	34
2.7.1	人格特質與風險管理、旅遊風險知覺.....	34
2.7.2	人格特質與資訊蒐集.....	37
2.7.3	旅遊型態與旅遊風險知覺、風險管理.....	38
2.7.4	資訊蒐集與旅遊風險知覺.....	38
2.7.5	旅遊風險知覺與風險管理.....	40
2.7.6	旅遊風險知覺、風險管理與旅遊保險消費行為.....	41
第三章	研究設計.....	44
3.1	研究架構.....	44
3.2	研究假說.....	45
3.3	研究變數的衡量.....	45
3.3.1	人格特質.....	45
3.3.2	旅遊型態.....	46
3.3.3	風險管理.....	47

3.3.4 旅遊風險知覺.....	48
3.3.5 資訊蒐集.....	50
3.3.6 旅遊保險消費行為.....	51
3.4 問卷調查.....	54
3.4.1 研究對象.....	54
3.4.2 抽樣方法.....	54
3.4.3 樣本大小.....	55
3.5 資料分析方法.....	55
3.6 前測預試結果.....	59
第四章 研究結果與討論.....	65
4.1 樣本基本屬性分析.....	65
4.1.1 個人背景資料分析.....	65
4.1.2 旅遊型態與旅遊頻率分析.....	67
4.2 旅遊保險消費行為特性分析.....	68
4.2.1 投保意願與需求次數分析.....	68
4.2.2 投保原因次數分析.....	69
4.2.3 資訊來源與投保方式次數分析.....	70
4.2.4 保險公司選擇因素次數分析.....	71
4.2.5 投保種類與內容次數分析.....	71
4.2.6 投保額度次數分析.....	73
4.2.7 滿意度與再保意願次數分析.....	73
4.2.8 其他保險投保額度次數分析.....	75
4.3 敘述性統計分析.....	76
4.3.1 人格特質分析.....	76

4.3.2 風險管理分析.....	78
4.3.3 旅遊風險知覺分析.....	79
4.3.4 資訊蒐集分析.....	81
4.4 信效度分析.....	82
4.4.1 人格特質因素分析.....	82
4.4.2 風險管理因素分析.....	84
4.4.3 旅遊風險知覺因素分析.....	86
4.4.4 資訊蒐集因素分析.....	90
4.5 測量及路徑模型分析.....	90
4.5.1 檢驗違犯估計.....	92
4.5.2 模式配適度評鑑.....	95
4.5.3 模式內在結構配適度評鑑.....	96
4.6 研究假說之檢定.....	103
第五章 結論與建議.....	110
5.1 研究結論.....	110
5.2 研究建議.....	114
5.3 後續研究建議.....	116
參考文獻.....	117
附錄 正式問卷.....	130

表目錄

表1.1 國人國內旅遊資料統計表.....	1
表1.2 國人出國旅遊資料統計表.....	2
表2.1 旅遊型態之類型.....	16
表2.2 風險管理定義.....	20
表2.3 風險知覺定義表.....	25
表2.4 保險消費相關文獻彙整表.....	33
表3.1 人格特質構面與題項.....	46
表3.2 旅遊型態題項.....	47
表3.3 風險管理構面與題項.....	48
表3.4 旅遊風險知覺構面與題項.....	49
表3.5 資訊蒐集題項.....	51
表3.6 旅遊保險消費行為題項.....	52
表3.7 整體模式配適度評鑑表.....	57
表3.8 人格特質前測因素分析表.....	61
表3.9 風險管理前測因素分析表.....	62
表3.10 旅遊風險知覺前測因素分析表.....	63
表3.11 資訊蒐集前測因素分析表.....	64
表4.1 個人背景資料分析表.....	66
表4.2 旅遊型態與旅遊頻率分析表.....	67
表4.3 投保意願與需求次數分析表.....	68
表4.4 投保原因次數分析表.....	69
表4.5 資訊來源與投保方式次數分析表.....	70
表4.6 保險公司選擇因素次數分析表.....	71

表4.7 投保種類與內容次數分析表.....	72
表4.8 投保額度次數分析表.....	73
表4.9 滿意度與再保意願次數分析表.....	74
表4.10 其他保險投保額度次數分析表.....	75
表4.11 人格特質變數敘述性統計分析表.....	77
表4.12 風險管理變數敘述性統計分析表.....	78
表4.13 旅遊風險知覺變數敘述性統計分析表.....	80
表4.14 資訊蒐集變數敘述性統計分析表.....	82
表4.15 人格特質因素分析表.....	84
表4.16 風險管理因素分析表.....	86
表4.17 旅遊風險知覺因素分析表.....	88
表4.18 資訊蒐集因素分析表.....	90
表4.19 人格特質參數估計表.....	92
表4.20 風險管理參數估計表.....	93
表4.21 旅遊風險知覺參數估計表.....	93
表4.22 資訊蒐集參數估計表.....	95
表4.23 模式配適度評鑑表.....	95
表4.24 人格特質驗證性分析表.....	97
表4.25 風險管理驗證性分析表.....	98
表4.26 風險管理二階驗證性分析表.....	98
表4.27 旅遊風險知覺一階驗證性分析表.....	99
表4.28 旅遊風險知覺二階驗證性分析表.....	100
表4.29 資訊蒐集驗證性分析表.....	101
表4.30 區別效度檢定表.....	102

表4.31	人格特質對風險管理路徑關係檢定表.....	103
表4.32	人格特質對旅遊風險知覺路徑關係檢定表.....	104
表4.33	人格特質對資訊蒐集路徑關係檢定表.....	106
表4.34	旅遊風險知覺對風險管理路徑關係檢定表.....	106
表4.35	資訊蒐集態度對風險知覺路徑關係檢定表.....	107
表4.36	風險管理對旅遊型態路徑關係檢定表.....	107
表4.37	旅遊型態對旅遊風險知覺路徑關係檢定表.....	108

圖目錄

圖1.1 研究流程圖.....	7
圖3.1 研究架構圖.....	44
圖4.1 研究結構模式概念圖.....	91
圖4.2 研究結構模式路徑圖.....	109

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

「你有保險嗎？」多年前在某保險公司電視廣告當中的一句台詞，這個電視廣告的劇情中，清楚說明了我們無時無刻身處於風險當中。「天有不測風雲，人有旦夕禍福」。在每天的新聞報導中，時常可以看到各種料想不到的意外事件更是頻頻在我們生活的週遭不斷上演，可以說我們每天都身在風險的威脅當中！

隨著週休二日的實施，經濟發展的成長，國民所得的增加，生活品質的提升，國人從事旅遊休閒活動也越來越頻繁。根據交通部觀光局公佈「2011年國人旅遊狀況調查」及「2012年觀光統計年報」的資料顯示，在從事國內旅遊及出國觀光旅遊的人次統計上，除2003年受到了SARS疫情影響，數據較不具代表性外，其餘年度之旅遊總人次均呈現逐年遞增的狀態。國人國內旅遊總旅次2010年比2009年成長了26.5%，2011年比2010年成長了22.9%；國人出國旅遊總旅次2010年比2009年成長了15.6%，2011年比2010年成長了1.8%，2012年也比2011年成長了6.8%（如表1.1、表1.2）。

表1.1 國人國內旅遊資料統計表

項目	2009年	2010年	與上年度比較
國人國內旅遊比例	93.4%	93.9%	持平
國人國內旅遊總旅次	97,990,000 旅次	123,937,000 旅次	+26.5%
平均每人旅遊次數	4.85 次	6.08 次	增加 1.23 次
項目	2010年	2011年	與上年度比較
國人國內旅遊比例	93.9%	95.4%	+1.5%
國人國內旅遊總旅次	123,937,000 旅次	152,268,000 旅次	+22.9%
平均每人旅遊次數	6.08 次	7.42 次	增加 1.34 次

資料來源：交通部觀光局；本研究整理。

表1.2 國人出國旅遊資料統計表

項 目	2009 年	2010 年	與上年度比較
國人出國旅遊比例	17.5%	20.1%	+2.6%
國人出國旅遊總旅次	8,142,946 人次	9,415,074 人次	+15.6%
平均每人出國次數	0.35 次	0.41 次	增加 0.06 次
項 目	2010 年	2011 年	與上年度比較
國人出國旅遊比例	20.1%	19.1%	持平
國人出國旅遊總旅次	9,415,074 人次	9,583,873 人次	+1.8%
平均每人出國次數	0.41 次	0.41 次	持平

資料來源：交通部觀光局；本研究整理。

然而，在旅遊休閒活動蓬勃發展的同時，發生意外事件的機會與次數也迅速上升，尤其是從事旅遊休閒活動的地點並不是我們平常所熟悉的環境，對於各種休閒遊憩設施的使用及緊急醫療場所的位置並不十分的熟練及了解，相對地也就比平常更容易發生意外事故，也更難以立即尋得醫療資源做妥善診治。在眾多旅遊類型充斥下，不論是何種型態的旅遊，皆會因旅遊活動的產生而伴隨著旅遊風險，加上旅遊之活動具有總體之特性（容繼業，1996），消費者對旅遊產品的購買，因而有高度的認知風險（Zeitmal, 1981）。就旅遊安全來說，消費者若能事先得知某個旅遊地不安全，他們則會選擇其他認知安全的目的地去旅遊（Hurley, 1998）。人只要一出門就有風險，為了能在發生旅遊意外事故時多一分保障，出門旅遊時投保就有其必要性。

就目前旅遊保險的類型而言，免費的旅遊平安保險包含旅行社提供的「旅行業責任保險」及信用卡發卡銀行附贈的「旅遊平安保險」。針對旅客在旅遊行程當中可能發生的意外事故及急難救助，交通部觀光局規定，旅行社必須為每位參加國外旅行團的旅客投保 200 萬以上的保額，至於不滿 14 歲的孩童，最高投保金額為 60 萬元；另外各家銀行皆有在

其發行的信用卡當中，針對消費者刷卡購買機票或支付旅遊團費贈送旅遊平安保險的優惠，然而各家信用卡發卡銀行所提供免費的「旅遊平安保險」之保險項目、內容、範圍、理賠額度及其他相關規定皆不相同，並無法完全滿足消費者的需求。因此只依賴旅行社或信用卡附送的旅平險顯然是不足的，還需透過投保「旅遊保險」，讓保障升級，讓出國旅遊無後顧之憂。

一般旅客認為跟團有旅行業者強制投保的旅行業責任保險，或銀行信用卡附加的搭乘大眾交通工具意外保障，應該就已足夠，其實並不然！那只是最基本的保障，與所謂的周延保障還有一大段距離。這類的保險因為旅客「不花一毛錢」即可擁有，因此限制相當多，保障內容也有限。舉例來說，信用卡附贈的旅遊平安保險前提是消費者必須刷「公共運輸工具(如機票)全部票款」或「八成以上之團費」才能享有，且大多數只保障「搭乘有固定路線及班次大眾運輸工具期間」的意外事故，並不包含「旅遊全程」的保障，但是旅客在旅遊行程當中經常搭乘的遊覽車、計程車、包機、包船等非固定班次的交通工具，並不在此保障範圍之內。而一部分消費者並無使用信用卡的習慣，無法以信用卡消費來獲得免費的旅遊平安保險。因此，旅客在旅遊行程中另外購買旅遊平安保險有其一定之必要性。

2010年8月震驚全球的香港遊客在菲律賓遇害不幸事件，再次凸顯出國旅遊期間難以預知的人身安全風險；同年4月歐洲冰島的火山灰造成歐洲航空交通大亂，旅客滯留機場，影響人數更是難以估計。另外因為天候因素、人為因素及其他相關因素所造成的旅遊事件，如墜機意外、交通事故、行程延誤或取消、意外傷害及醫療、遭遇搶劫、行李或證件遺失、急難事件救助等等，諸如此類影響旅遊行程及人身安全的突發狀

況，破壞遊興事小，人身受害及生命遭到威脅，更將是一生難抹去的夢魘，在在都提醒消費者應更重視旅遊風險的規劃。

根據壽險公會所公佈的調查統計資料，民國 99 年國人的壽險與年金險投保率高達 210%，也就是平均每位國人擁有超過 2 張的保單，且普及率也在逐年攀升（中時電子報，2012）。然而，在現今國人保險的觀念越形普遍與風險意識逐漸升高，人身保險有高投保率的發展趨勢之下，外出旅遊的旅遊保險規劃是否受到國人的同等重視？又在旅遊保險消費上，遊客的消費行為與人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集的關係為何？在本研究上述所擬定的諸項變數，是否會影響到遊客的旅遊保險消費行為？以上等等議題，皆是筆者進行此研究的動機。

另外根據壽險公會的調查統計資料，2008 年國人全年 850 萬人次的出國旅客中，僅約 250 萬人次會另外付費購買海外旅行綜合保險（旅平險），凸顯旅客普遍小看遠赴陌生異鄉的風險，對規劃更周延旅遊保障的觀念還有待加強（自由時報電子報，2010）。在現今國人保險觀念越形普遍與風險意識逐漸升高的趨勢之下，旅遊保險看似並未受到國人的重視，而影響遊客出國旅遊之保險投保意願的因素有哪些？在不同的時空背景因素下，研究調查的結果是否會有所差異？都是本研究中將探討的議題。

本研究將以在最近五年中，有出國旅遊經驗的遊客為研究樣本，探究人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響，同時亦探討此六者之兩兩間的影響關係。進而能了解遊客的旅遊保險消費行為，以期對旅遊保險消費行為的研究有所助益，並對後續研究者提供未來研究的方向。

1.2 研究目的

基於前述之研究背景與動機，本研究以最近五年內有出國旅遊經驗的國人為研究對象，針對遊客的旅遊保險消費行為的相關影響因素進行研究，並探討與旅遊保險消費行為的相關因素之關連性與相互關係，歸納出本研究的主要研究目的為：

- 一、了解遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集與旅遊保險消費行為之意義。
- 二、探討遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集與旅遊保險消費行為之相關性。
- 三、探討遊客從事國外旅遊活動時針對旅遊保險消費之投保情形及影響因素。
- 四、研究遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響性。

1.3 研究對象與範圍

國內有關於「旅遊保險消費行為」之研究並不多，本研究目前蒐集到與「旅遊保險消費行為」相關之研究僅有吳蔓莉(2003)之「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」，針對台北地區一年內曾經出國之一般大眾旅客為研究的對象；顏惠玲(2005)之「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」，以原高雄縣、市國小教師為對象的旅遊保險消費研究；邱歆怡(2006)之「消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究」，以台灣地區20歲至65歲消費者為研究對象；以及楊心瑜(2012)之「生態旅遊危險及保險規劃之研究」，以個案研究方式進行探討，找出生態旅遊安全考量面為人所忽視之處。

本研究調查對象為能涵蓋城鄉與地域性之差異，減少抽樣結果之誤差，並獲得較為準確之調查資料，乃以嘉義縣市、台北市、高雄市（原高雄市）三個地區中最近五年內有出國旅遊經驗的消費者為主，採用便利抽樣加上滾雪球抽樣方式進行問卷調查，而本研究問卷內容係整理自相關理論文獻後所擬定，再經由專家修正問卷內容，因此問卷題項均具有內容效度與專家效度。題項再透過因素分析確定後，進行正式問卷發放，藉此蒐集本研究所需之實證資料。

1.4 研究流程

本研究流程分為五個章節，區分成八個部分依序進行：如圖 1.1 所示。簡述如下：

- 一、根據研究背景與動機，蒐集資料，確立研究的主題。
- 二、依據研究主題，擬定研究目的，確立研究的對象。
- 三、文獻探討：針對人格特質、旅遊型態、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為的相關理論及研究，進行資料的整理，作為本研究的理論基礎。
- 四、依據所蒐集的相關文獻資料蒐集來探討與歸納，建立本研究的研究架構與假設。
- 五、參考相關的文獻資料及所建立的研究架構與假設，進行問卷的設計，並進行前測與問卷之修正。
- 六、正式問卷的發放與回收。
- 七、進行回收之問卷資料的整理與分析。
- 八、根據資料的分析結果，做出結論與建議。

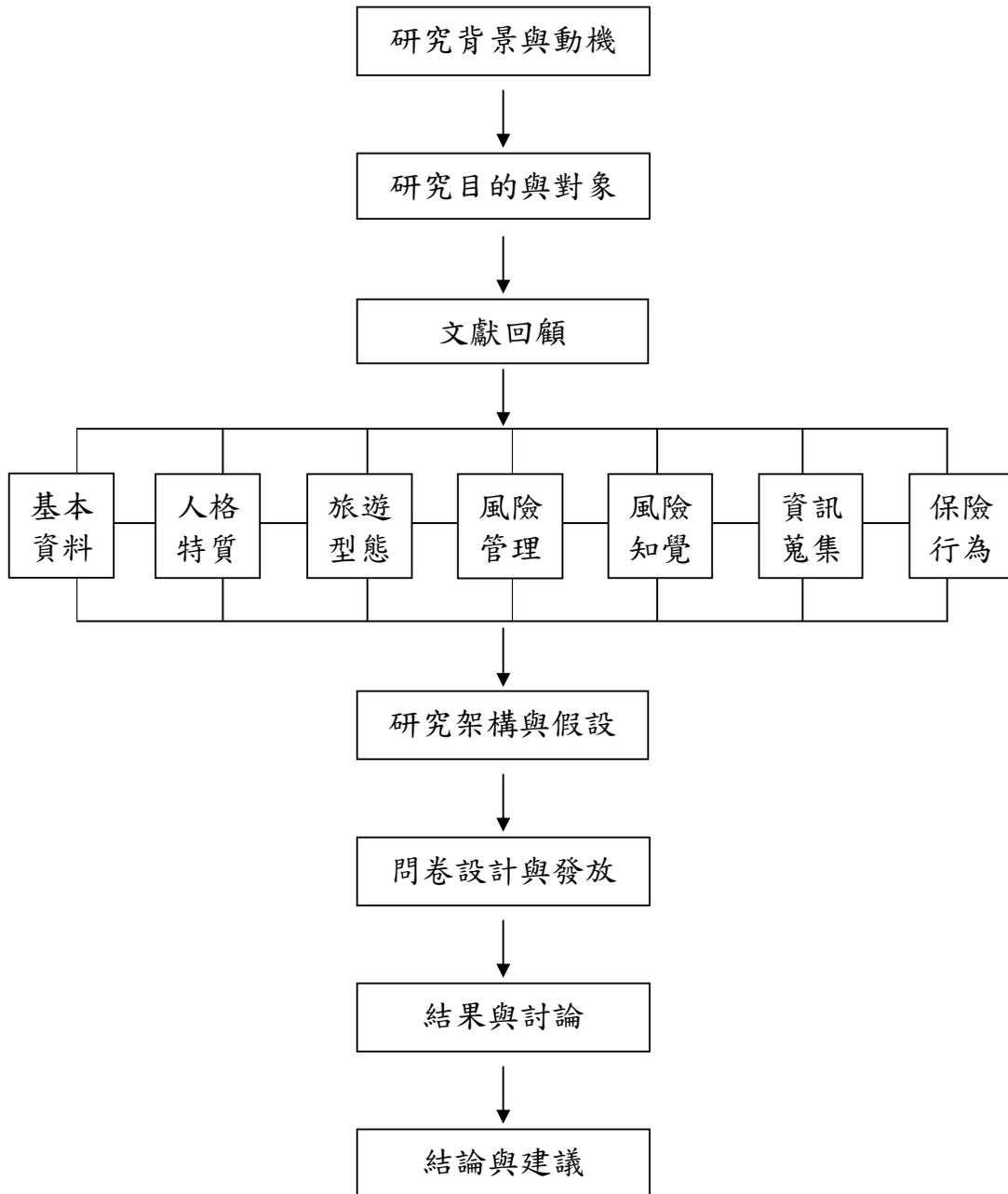


圖 1.1 研究流程圖

1.5 研究內容

本研究旨在探討遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響，其研究內容架構如下：

第一章 緒論

包含研究背景與動機、研究目的、研究對象與範圍、研究流程及研究內容。

第二章 文獻探討

依據研究目的，針對國內外有關人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為的相關研究進行整理與探討，以作為本研究之理論基礎。

第三章 研究設計

依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，經由專家修正問卷內容，再經由因素分析確定題目，最後再確立資料分析方法。

第四章 研究結果與討論

整理回收之有效問卷，進行各構面的資料分析，並用路徑/迴歸分析進行假說驗證與討論。

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

本章主要針對人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為的相關研究文獻進行回顧與探討，本章共分六節，第一節人格特質，第二節旅遊型態，第三節風險管理，第四節旅遊風險知覺，第五節資訊蒐集，第六節旅遊保險消費行為，第七節人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為相關之研究。在每一節的文獻探討中，將對各主題進行名詞定義，並整理歸納相關研究理論，以期透過相關的文獻探討，建立本研究的研究架構。

2.1 人格特質

2.1.1 人格特質的定義

人格特質可以相當程度地解釋個人行為發生的原因，因為一個人的思考邏輯、價值判斷、事物喜好、個性傾向、行為表現等等往往會反映在其個人的特質上，而一個人的內在特質也往往會影響其外在行為模式。個人的外在行為表現常會反映出個人獨特的人格特徵，如開朗、積極、樂觀、害羞、順從、忠誠及膽怯等，這些特徵若持續出現在許多不同的生活情境中，則稱為「人格特質」。個體在社會生活過程中與環境交互作用長久的影響之下，所形成之持久、統整、一致的人格特質，具有專屬性與個別性，是決定個人思想與行為的獨特型式 (Allport, 1961)。因此，Costa & McCrae (1992) 認為人格特質在人的一生中是穩定且極為重要的組成因素。他們也認為人格特質是一種個人傾向差異的向度，以顯示思想、情感及行動之一致性的形成，且人格特質對所有的人來說，是一種程度上的差異，其分配近似於常態的鐘形曲線。黃希庭 (1998)

認為特質是一種持久而穩定的行為傾向，而這種神經心理結構或先天的行為傾向，會使個體會針對特定的狀況或刺激，做出一貫的反應。因此，只要了解一個人的人格特質，就可以預測他的反應。

李雯娣（2000）認為人格特質並非是一靜態特徵，而是一種動態的影響，會影響個體如何選擇、適應及形塑其周遭環境。張春興（2002）將人格特質視為個體在對人對己，以及對一切環境中事物適應時所顯示異於別人的性格；個體的性格，是在遺傳與環境交互作用下，由逐漸發展的心理特徵所構成；而其心理特徵表現於行為時，則具有相當的統合性與持久性。周蕙莉（2003）認為人格特質是用來表示一個人的思考模式、感情表達和行為特性之一般總和，用來區辨自己與他人的一種獨特性質。張同廟與劉維群（2007）認為人格特質是個人獨特屬性及特性的組合，實難以使用單一的標準來描述或是理解。張曉玲（2007）認為人格是指個人自我內在所形成的一種獨有的特質，會影響本身在面對外在環境及事物時的思想與行為。李美枝（2010）認為人格特質是一個人活在生活世界內，與其周遭環境互動時所展現的顯著思維、情緒與行為的型態。而岑淑筱與林佳穎（2010）則認為一個人對於環境的適應，於內在以及外在所表現出的一種獨特個性，可以影響到人們的行為，具有持久性的表現。

2.1.2 人格特質的構面

人格心理學對於人格理論的發展與相關領域的研究已有相當久遠的歷史，參與的學者也相當多，主要可分為心理動力學派、行為學派、人本主義學派、特質心理學派、認知心理學派及生物心理學派等六大理論學派。而人格特質則是由特質心理學派所發展出來的概念，至今已被廣泛應用在各領域的研究，以下就特質心理學派所提出之人格特質類型列

舉陳述（引自潘佩苓，2011）。

1. DISC四類人格特質（Marston, 1928）：

- （1）D 型人(Dominance)：此人具有積極、決心、自信、果斷、獨立等特質。
- （2）I 型人(Inducement)：此人具有熱心、外向、活潑、開放、主動、積極等特質。
- （3）S 型人(Submission)：此人具有安靜、和藹、知足、沉著、有耐心等特質。
- （4）C 型人(Compliance)：此人具有謹慎小心、有條有理、心思細膩等特質。

2. 五種人格特質（Formm, 1941）：

- （1）接納型：喜歡團體生活，也容易接受他人領導。
- （2）剝削型：為達目的可以不顧世俗眼光，善於利用他人、成全自己的利益。
- （3）吝嗇型：自私自利，只想享受權利不願付出。
- （4）交易型：付出一分就要獲得一分，喜歡斤斤計較。
- （5）生產型：會視情況而改變自己，屬於有彈性的類型。

3.三類型人格特質（Sheldon, 1943）：

- （1）內臟型：放鬆、愛吃、社交型。
- （2）肌體型：有活力、獨立、勇敢。
- （3）頭腦型：抑制、害怕、內向、藝術傾向。

4.16種人格特質（Cattell, 1946）：

用來預測個體在特定情境下對外環境刺激的行為表現。此16種人格特質為：

(1) 樂群性、(2) 聰慧性、(3) 穩定性、(4) 持強性、(5) 興奮性、(6) 有恆性、(7) 敢為性、(8) 敏感性、(9) 懷疑性、(10) 幻想性、(11) 世故性、(12) 憂鬱性、(13) 實驗性、(14) 獨立性、(15) 自律性、(16) 緊張性。

5.內外人格特質 (Rotter, 1954) :

(1) 內控人格：相信自身可以控制外在環境所帶來的影響，認為獎賞是因為個人的行為表現而得。

(2) 外控人格：認為獎賞是因為外在環境所為，是命運、機會、運氣，而非自身行為所能控制。

6.七大類人格特質 (Guilford, 1959) :

(1) 生理、(2) 需要、(3) 興趣、(4) 態度、(5) 性情、(6) 嗜好、(7) 型態。

7.五大類人格特質 (Norman, 1963) :

(1) 外向型 (Extraversion) 。

(2) 怡人型 (Agreeableness) 。

(3) 嚴謹型 (Conscientiousness) 。

(4) 情緒穩定型 (Emotional Stability) 。

(5) 文雅型 (Elegance) 。

8.A/B 型人格特質 (Roseman & Friedman, 1974) :

(1) A 型人格：兼具行動與情緒，充滿企圖心，對目標通常有不達目的絕不終止的信念。

(2) B 型人格：為A型人格的相反，沉著、冷靜。

(3) AB型人格：兼具A與B型人格特徵。

9.五大人格特質 (Costa & McCrae, 1985) :

- (1) 情緒敏感性 (Neuroticism)
- (2) 外傾支配性 (Extraversion)
- (3) 開放學習性 (Openness to Experience)
- (4) 親和性 (Agreeableness)
- (5) 勤勉正直性 (Conscientiousness)

10. 三個類型人格特質 (Eysenck, 1990)

- (1) 精神病質 (Psychoticism)
- (2) 外向性 (Extraversion)
- (3) 神經質 (Neuroticism)

11. 三種人格特質 (Bono & Judge, 2004)

- (1) 開放性：富創造力，於是可能展現智性啟迪的行為，同樣地，因為他們其想像力與洞察力，於是可能展望組織未來的願景，也容易展現激勵鼓舞的行為。
- (2) 神經質：神經質者傾向從負面的角度來看世界，也容易經驗情緒的低潮與痛苦，相對地，神經質低者則是冷靜、溫和與隨意的。
- (3) 勤勉正直性：勤勉正直性人格最常在工作心理研究中被提及，勤勉正直性高者是謹慎、勤奮、自律、靈巧且有組織的，且其有高度的工作方向感，也就是知道自己要做什麼，並且會努力工作達成目標者。

2.1.3 五大人格特質 (Five Factor Model ; FFM ; Big Five Model)

在Costa & McCrae (1985, 1992) 出版五因素量表 (NEO-PI-R) 之後，五大人格特質就受到許多學者探討研究，且普遍認為Costa & McCrae所提出的五個因素是人格特質的最基本結構 (Saucier, 1994)；而五大人格

特質結構已經在不同的文化及各種評量方式中產生，同時也驗證了Big Five Model的持續性及傳承性 (Judge & Cable, 1997)；Mowen & Spear (1999) 以結構方程式驗證出五大人格特質的存在，使得五大人格特質的相關研究獲得支持。此外，這五大人格特質的構面在近年來也普遍受到學者的認同及重視，並廣泛的被應用在心理學、社會學和管理學的領域中 (Digman, 1990)。五大人格特質並不只有五種人格特質，而是五種廣泛的因素，作為一種組成較大數量的人格特質架構 (Goldberg, 1993)。

根據以上關於人格特質的相關文獻探討，本研究擬採用Costa & McCrae (1992) 所提出的五大人格特質衡量模式來探討遊客的人格特質，以下就五大人格特質的內涵定義陳述如下 (引自劉宗明、黃德祥，2008)：

- 1.情緒敏感型 (Emotional Stability)：指一個人能減少負面情緒出現的程度，高分者具有情緒穩定、自在、自信的特性，低份者則易出現多慮、緊張、不安、情緒化及自卑等情緒。
- 2.外向型 (Extraversion)：指一個人對於與他人關係感到舒適的程度或傾向，高分者具社交性、主動性、多話、人際取向、愛好玩樂、樂觀、熱情等特質。
- 3.經驗開放型 (Openness to Experience)：指願意主動尋求且體會新經驗的程度，對陌生事物的容忍與探索性，高分者具好奇、興趣廣泛、創造力強、獨創性、想像力豐、非傳統性高的特性。
- 4.親和型 (Agreeableness)：指個人在思想、情緒、行動上從同情到反對的連續向度，高分者具心地溫和、好心腸、助人、正直、易受騙、可信賴的特性。
- 5.嚴謹型 (Conscientiousness)：指一個人對追求目標之專心、集中程度，高分者特性為努力工作、成就導向、不屈不撓、有始有終、負責、守時、

有組織、有企圖心及細心。

2.2 旅遊型態

2.2.1 旅遊型態的定義

生活型態 (Lifestyle) 是指一個人的生活方式，有關其研究可分為一般生活型態 (general lifestyle) 和特殊生活型態 (specific lifestyle)；一般生活型態研究重點在廣泛的瞭解消費者之日常生活型態，包含各種與生活、時間及金錢運用有關之層面；特殊化生活型態研究重點在與特定產品有關之生活型態 (黃章展、李維貞，2006)。而觀光旅遊產品被視為數種不同服務的集合，其特性包含無形性 (intangibility)、不可貯藏性 (perishability)、異質性 (heterogeneity)、不可分離性 (inseparability) 與缺乏所有權 (lack of ownership) 等 (Lumsdon, 1997)，其型態有別於一般的日常生活方式，因此「旅遊型態」即屬於特殊化生活型態之研究 (郭亮好，2012)。

旅遊市場上有著許多不同的旅遊型態，大體上可以區分為國內旅遊以及國外旅遊兩大類。目前國內的文獻較少對於「旅遊型態」的議題進行研究，陳君圻 (2007) 認為旅遊型態是指「遊客前往他處進行旅遊、娛樂、觀光、休閒等活動，其所表現出的一種形式，也就是指遊客前往一地旅遊所表現出的旅遊特性」。在學術研究上目前大都認同將海外旅遊產品分為三類：分別是套裝旅遊產品 (Package Tour)、半自助旅遊產品 (Independent Travel) 及自助旅遊產品 (Foreign Independent Travel；FIT)。

旅遊型態伴隨著社會經濟文化的發展、國民所得的提高、生活品質的提升、生活型態的轉變，也會產生出不同的類型，在各個文獻上針對

旅遊型態的分類上也都有不同，以下是根據國內外學者提出之旅遊型態類型，整理歸納如表2.1所示：

表 2.1 旅遊型態之類型

研究者	年代	類型
盧雲亭	1993	觀光型、休息型、健康型、娛樂型、文化型、宗教型
楊孟義	1995	半自助旅遊、自助旅遊、傳統團體旅遊
Swarbrooke & Horner	1999	拜訪親友、商務觀光、宗教觀光、健康觀光、社會性觀光、教育性觀光、文化性觀光、風景性觀光、活動性觀光
李素馨、楊勝博	2000	旅遊天數、旅遊地點距離、交通時間、旅遊地點個數、總消費金額、各項消費金額、同伴性質
蘇慧捷	2002	團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊
陳信甫、陳永賓	2003	文化型、休憩型、宗教型、會議型、產業型、特殊興趣型
陳君圻	2007	玩樂旅遊面向、家庭旅遊面向、社交旅遊面向、健康旅遊面向
陳宗男	2010	旅遊性質分類：健康型、文化型、休憩型、宗教型、娛樂型、會議型、產業型、特殊興趣型 旅遊行為分類：旅遊交通工具、同伴人數、同伴成員關係、旅遊天數、資訊來源、消費類別、旅遊花費與重遊感受
郭亮好	2012	遠離日常生活者、家庭取向者、拓展社交者、享受生活者、知性學習者

資料來源：本研究整理

2.2.2 旅遊型態的類別

在相關文獻中，對於「旅遊型態」之研究並不多見，而在少數文獻裡，對「旅遊型態」之衡量、定義與實證操作又多所歧異，不少研究發展之相關量表都缺乏實證檢定，如此在建構量表時，信度、效度與構面都會產生問題，後續研究者在引用時也多所顧慮。

基於本文的研究目的之一為探討風險知覺與旅遊行為的關係，而在上述的旅遊型態分類當中，以楊孟義（1995）所撰之旅遊型態所涉及的風險有較大的差異性；再者為了避免受訪者因為不瞭解旅遊型態的確實定義，而對本身所選擇的旅遊型態有所誤解；或是因瞭解不夠詳盡而造成受訪者問卷填答的困擾，因此本研究將楊孟義（1995）用來區別團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊此三種旅遊類型，所使用的包含特性、安全性、語言能力、交通、住宿、餐食、行程彈性、費用以及自主程度九大構面，以最能明顯區別的構面，設計下列用來代表此三種旅遊類型的題項：

團體旅遊：為旅行社事先規劃旅遊目的地與行程，安排沿途的交通工具、住宿膳食，以及相關遊覽節目；行程當中由領隊提供引導與服務，一切途中所需要的事物均包括在內，訂定公開之價格並招募消費者參加之旅遊商品。團體旅遊主要特性以及優點為只要繳出個人相關證件及旅遊費用，旅行社就會代辦安排規劃旅遊路線，行程之中只要緊跟著領隊及導遊即可。團體旅遊的好處是行程緊湊、有效率、不用傷神計畫，只要比較市場上各個旅行社規劃的旅遊產品即可，出去處處有人安排及照顧。

半自助旅遊：由航空公司或旅行社所推出的套裝旅遊產品，但只包含了機票、飯店、機場接送及半日或全日市區觀光行程，其他部分則全由自己安排。半自助旅遊主要的特性及優點為兼具團體旅遊的方便及自助旅遊的自主。林琍羨（2002）也提到：選擇半自助旅遊產品的消費者可自由選擇個人喜愛的旅遊活動，而不受團體活動的限制。「半自助旅遊」的優點是可同時擁有團體旅遊的經濟、安全、效率，與自助旅遊的自主、靈活與彈性。

自助旅遊：國內自助旅遊推廣者陳德立（1987）對於自助旅遊所下定義較為廣泛，他認為：「所謂自助旅遊就是從開始計畫行程到經歷整個旅行過程，一直到旅行結束，完全由自己設計、調配、掌握和實行，這就是自助旅遊最簡單的解釋」。李淑菁（2000）提到自助旅行的附加價值無限，它可以激發人的潛能、訓練自己規劃及解決問題的能力、增加溝通技巧、常懷感謝心，還可增加EQ，最根本的，可以輕鬆一下，感覺自己的存在。自助旅行的優點為有別於跟團旅遊，並且能訓練自我的獨立和反應能力，在旅途中也能結交新朋友。林琍羨（2002）認為自助旅遊是根據個人的興趣與預算，以及個人的外語能力來決定，不但完全脫離一般跟團旅遊，並且從地點的選定、各種等級的機票票價、各種飯店目錄、各地的選擇性旅遊項目等，每日行程都依消費者的偏好做選擇，獨立自主空間很大，但旅遊風險也較大。因此「自助旅遊」的優點是具有拓寬心胸，擴展視野，培養宏觀世界觀的功能，對各種事務較具包容性和接納性；並可以依其喜好，可以享受購物、品嚐小吃、參觀博物館、名勝古跡等旅遊活動等，在任何一個景點，可根據自己的需要安排遊程，自主性高且靈活彈性。

本研究根據以上的定義，將旅遊型態整理歸納為以下三類：

團體旅遊：旅遊套裝行程所包含的一切，全由旅行社規劃，並有隨團之導遊與領隊。

半自助旅遊：旅遊行程的機票、飯店與交通由旅行社安排，其餘行程大都由自己或同行者規劃。

自助旅遊：旅遊行程所包含的一切，完全無透過旅行社，是由自己或同行者安排。

2.3 風險管理

2.3.1 風險管理的定義

「風險管理」是企業管理的功能之一，法國科學管理大師費堯在 1949 年所著「一般與工業管理」一書中把此種「風險管理」思想引進企業經營體系內。風險管理在傳統的觀點下被定義為「經濟個體整合運用有限的資源，使風險之存在對個體之不利衝擊降至最低的一種管理過程」（宋明哲，2000）。

風險管理係指有系統地處理風險的管理程序（Kaiser, 1986）；亦為個體如何運用有限資源使風險所導致之損失對個體之不利衝擊降至最低的一種管理過程（宋明哲，1990）；同時也是為了建構風險與回應風險，所採用的各類監控方法與過程的統稱（Jones & Hood, 1996）。Horine（1991）則認為風險管理應該是一套分析意外將會在哪裡發生，如何發生以及這些危險因素如何被有效控制的整體計畫。而組織對於各種潛在純損風險之認知、衡量，進而選擇適當的處理方法加以控制、處理，期以最低之「風險成本」，達成保障經營安全之目標，也是風險管理的意義（鄭燦堂，1992）。

風險管理之過程包含了風險界定(risk identification)、風險評估(risk evaluation)、風險分析(risk analysis)，及風險處置(risk handling)等四種程序。風險管理亦是指多層次的風險分析，其包含之層次為：釐清風險(identification risk)、衡量風險(measure risk)、控制風險(control risk)、管理風險(management risk) (Cooper & Chapman, 1987；Chapman & Ward, 1997)。

此外，風險管理亦為一種應用科學，其基本理念在於調整對於未來不確定的各種結果，與確定未來結果所需支付的代價大小，期盼能在「結

果」與「代價」兩者間取得一個平衡點（鄧家駒，1998）。由此可知，不同的學者透過不同角度的思考，會產生不同的說法。本研究根據國內外學者提出之風險管理的定義，整理歸納如表 2.2 所示：

表 2.2 風險管理定義

學者	年代	風險管理的定義
Kaiser	1986	風險管理是有系統地處理風險的管理程序。
Dickson	1989	對於會造成威脅企業資產與獲利能力的風險之確認、分析與經濟控制等。
宋明哲	1990	經濟個體如何整合運用有限的資源，使風險所導致之損失對個體之不利衝擊降至最低的一種管理過程。
Horine	1991	風險管理應該是一套分析意外將會在哪裡發生，如何發生以及這些危險因素如何被有效控制的整體計畫。
鄭燦堂	1992	指企業單位對於各種潛在純損風險之認知、衡量，進而選擇適當處理方法加以控制、處理，期以最低之「風險成本」，達成保障企業經營安全之目標。
劉碧華	1995	風險管理是在危險發生之前事先加以評估與預測，並對每一個評估過的危險性建立一套防範傷害發生的處理辦法。
Jones & Hood	1996	為了建構風險與回應風險，所採用的各類監控方法與過程的統稱。
Vaughan	1997	風險管理是以預測可能的意外損失，和設計與執行能減少損失的發生，或減少已發生損失的財務衝擊，來處理純風險的科學方法。
凌氫寶等	1998	是家庭或企業對其面臨的各種潛在風險，運用管理的技術所做之一切處理方法。
鄧家駒	1998	認為風險管理的目的是在有效規劃與控制不確定的因素，使得預期的結果可以侷限在一個合理、可容忍、而且經濟的範圍之內。
Comptroller & General	2000	風險管理意指配置一個共同的系統化流程來評估風險的影響與使用成本效益方法及有適當技能的人力來確認和評估潛在的風險。
施致平	2002	風險管理是一種利用科學管理的方式，透過確認、分析與衡量風險之後，擬定最佳風險管理對策，以降低損失發生的機率，減少損失的負擔或是因損失所造成的負面影響。
行政院	2008	風險管理為有效管理可能發生的事件，及最小化其不利之影響因而所執行的步驟與過程。

資料來源：林雅玲（2010）；本研究整理

綜合以上學者所言，本研究將風險管理定義為：風險管理是為評估與確認可能發生的潛在風險，進而選用適當的風險管理方法，來加以控制、減輕風險，以安定個體或組織之生活與心理。

2.3.2 風險管理的構面

Head 與 Horn (1991) 認為風險管理的基本程序包括風險認定 (Risk identification)、風險評估 (Risk evaluation)、選擇對策 (Risk treatment)、實施策略 (Risk implementation) 及檢討修訂 (Review and evaluation) 等五個步驟。

Vaughan (1997) 提出風險管理的步驟如下：(一) 決定目標、(二) 定出目標、(三) 評估風險、(四) 考慮選擇方案並選出風險處理計畫、(五) 執行決策、(六) 評估和再調查。

Knight (1999) 認為風險管理的步驟依序為：(一) 溝通與諮詢、(二) 建立風險架構、(三) 認識風險、(四) 分析風險、(五) 評估風險、(六) 處理風險、(七) 監督與檢討。

歐陽金樹 (1997) 在大專體育運動意外傷害風險管理中所提供的風險管理步驟：

(一) 風險確認

瞭解風險發生的原因、時間及場所，應視為風險管理最重要之過程。因此，組織、機關或團體在提出具體可行而有效之風險管理策略之前，應先分析所有可能產生的危險因素。

(二) 風險衡量

對任何的組織、機關或團體而言，訂定一份適合的風險管理計畫是有其必要性的，以事先衡量風險之所在。

(三) 選擇具體有效之策略

對於風險管理，大致採取四個策略：

保留風險（retention）：對於偶發意外事件，但傷害性較低之意外，可採取保留策略。

降低風險（reduction）：對發生率高但嚴重性低之意外事件，可採用降低策略。

轉移風險（transfer）：針對低發生率、高危險性的潛在意外或傷害，可採用轉移策略。風險的轉移通常是透過契約完成，最佳之轉移風險方式需靠保險制度配合。轉移風險的策略，可說是風險管理中最具體、有效的方法（鄭志富，1994）。

規避風險（avoidance）：當上述這些策略均無法發揮效用時，而意外又經常發生且造成嚴重傷害時，則採取最根本的方式即是停止這些可能會造成傷害的活動，以規避這些風險。

（四）執行與評估

面對各種不同的潛在風險，應該事先採取必要的因應措施，制定與執行風險管理的策略，並定期檢討與改進，因為風險的性質和情況是時常在改變。因此，風險管理者應針對可能遭遇的風險問題，評估風險管理規劃，運用各種風險管理技術謀求解決，並定期評估執行的效果。

宋明哲（2000）認為風險管理分成以下四個步驟：（一）風險之鑑定與確認、（二）風險之衡量與評價、（三）選擇風險管理之技術、（四）執行和評估。

鄧家駒（2000）認為風險管理的步驟包含下列五項：（一）風險的確認、（二）風險的衡量、（三）風險決策、（四）風險管理的施行、（五）成效考核與回饋。

本研究參酌以上學者之見解，並依照本研究之目的，將風險管理步

驟與做法歸納為三個構面：（一）風險的確認、（二）風險的衡量與決策、（三）執行與評估。

2.4 旅遊風險知覺

2.4.1 旅遊風險知覺的定義

風險知覺是由風險(risk)與知覺(perception)兩者所構成的。Dowling 與 Staelin (1994) 提出風險概念是以消費者對購買不確定之知覺及購買的不利後果兩個角度來定義風險。Macquarie (1999) 認為風險是遭受傷害、損失、或危險的機會；而 Priest (1990) 則認為風險是某種財物損失的潛在可能。鄧家駒 (2000) 提出類似的看法，認為風險是由於其未來結果的不確定，而可能造成人身或者財物方面的、非預期的獲益或損失。這樣界定的風險大小取決於兩個因素：一是未來結果不確定性的高低；二是可能帶給人身或者財物之損益與利弊的大小。

所謂的「知覺」，蔡麗伶 (1990) 認為知覺可以看成是我們瞭解世界的過程，我們在知覺物體、事件和行為。而劉翠華與李銘輝 (2008) 提出知覺是指人腦對直接作用於腦部的客觀事物所形成的整體性反映。知覺是將環境中刺激賦予意義的過程，其環境包括體內、體外；刺激包括物理的、化學的、社會的等；而賦予意義的過程即是對刺激加以選擇、組織、解釋、分析、比較，以供反應時參考 (熊祥林, 2000)。根據『美國傳統大辭典』，將「知覺」定義為：人類瞭解事物的過程、行動及能力；而風險知覺 (risk perception) 係指個體對刺激感受到反應的表現，其必須經由生理與心理的兩種歷程。換言之，風險知覺就是個人對於未知的風險強度、風險發生機率、影響範圍等進行評估的過程。

周百隆 (2007) 提出所謂「風險知覺」意指著個人對於未知的風險強度、風險發生機率、影響範圍等進行評估。最早是由 Raymond Bauer

(1960) 所提出來。Bauer (1960) 認為消費者行為因無法產生確定的預期結果，而涉及到風險承擔，這種不確定的感覺有些是令人不愉快的。學者 Cox (1964) 進一步延續 Bauer 的研究，其假設消費者的行為是目標導向，當消費者察覺到無法滿足購買目標的可能性或不利後果時，即會產生風險知覺。Cox 並指出消費者無法很明確指出風險知覺的存在，但行為卻可能受到潛意識知覺到的風險所影響。

當在評估風險時，Slovic (1985) 覺得應該根據某些風險特性來分析接受風險者之主觀判斷狀態，其特性包含：恐懼或平常、公平或不公平、自願或被迫、嚴重或輕微、不可控制或可避免、立即或潛伏、集中或分散、新奇或熟悉、記錄多或少、民眾對風險的知識、專家對風險的知識等 (賴威任，2002)，而前六項特性在以往研究中，大致被萃取在同一因素中，一般命名為「恐怖的風險」；第二因素即是包含其他特性，一般命名為「未知的風險」。然在因素分析時，若將風險特性逐步增加，「恐怖的風險」因素仍佔最大變異量，而其餘的因素結構就會有所更動。所以，Slovic (1987) 及汪銘生、方之光 (1994) 皆認為危險事物在「恐怖的風險」因素上分數愈高，受測者對此危險事物的風險知覺愈高 (莊惠勤，2003)。

Slovic (1987) 認為個人應用風險評估來計算各種有可能危險事物時，一般人主要是依賴直覺的風險判斷，即稱為風險知覺。Sitkin & Pablo (1992) 認為風險知覺為：決策者評估情境所包含的風險，包括決策者如何描述情境、對風險的控制性及機率估計、以及對估計的信心度。曾明遜 (1994) 指出風險知覺乃是人們對具機率性而被轉化為記號或符號的負面結果所作的判斷，其受到個人屬性、過去經驗、資訊、資訊處理能力、事件本身的嚴重性、自願性與控制能力等影響。Flin (1996) 指出，

人類評估日常可能遭遇風險時，並非憑藉理性且科學化的衡量標準，而是採取主觀地量化評估，並以其所感認知結果從事各種活動，這就是所謂的「風險知覺」。Wogalter, DeJoy & Laughery (1999) 定義風險知覺為廣義的安全警告的概念，他全面的察覺以及瞭解有關危害之可能性以及情況潛在結果，或可以導致潛在傷害的一種情境。茲將各學者對風險知覺的定義及說明，整理如表 2.3 所示：

表 2.3 風險知覺定義表

學者	年代	風險知覺的定義
Sitkin & Weingart	1995	個體評估情境的風險性，包括評估情境不確定性程度的機率估計及有多少可控制性、及對這些估計的信心度。
Mearns & Flin	1995	在社會背景脈絡以及文化價值之下，人們有關危害的信念、態度、判斷、感覺、危險以及冒險行為。
王國欽	1995	旅遊者在旅遊過程中可能感受到之風險。該風險之產生主要來自於行程中及目的地所提供之旅遊服務條件。
Flin	1996	人類評估日常可能遭遇風險時，並非憑藉理性且科學化的衡量標準，而是採取主觀地量化評估，並以其所感認知之結果從事各種活動，這就是所謂的「風險知覺」。
Wogalter, DeJoy & Laughery	1999	為廣義的安全警告的概念，他全面的察覺以及瞭解有關危害之可能性以及情況潛在結果，或可以導致潛在傷害的一種情境。
謝淑芬	2000	旅遊產品之知覺風險，理應包括旅遊前後可能發生的各種意外事件所導致之風險。
廖有吟	2003	旅遊者在未體驗旅遊產品前，心裡會產生不安全感與不確定感，在旅遊過程中，則會從行程及目的地所提供的旅遊服務條件感受到風險。
宋明哲	2006	指人們對風險訊息如何思考與解讀的動態過程。
Leggat, P. A	2006	旅遊風險必須將目的地、旅遊形式、旅遊者的過去病史，及外力介入等因素列入評估。整體來說，可泛指旅遊過程中，可能遭遇任何可預測或不可預測之風險。
江佩洵	2006	旅遊風險包含六大構面：交通與通訊風險、治安風險、住宿風險、衛生風險、醫療救援風險及旅遊景點風險。
趙偉琛	2008	一般人在做旅遊決策的時候，會經由接受到的外在資訊，來評估知覺到的風險，當知覺到的風險相當大，就會改變原來的決策。

資料來源：本研究整理

王國欽（1995）首先將旅遊風險定義為「旅遊者在旅遊過程或行程中可能感受之風險，此風險之產生主要來自行程中及目的地所提供之旅遊服務條件」。而由此定義所延伸出的旅遊風險知覺，則泛指旅客對於購買一旅遊目的地與相關行程產品時，可能感覺到的不確定性程度，以及可能會有的負面影響（葉青，2009）；或是「旅遊者在旅程中，來自於對行程中及目的地所提供的旅遊服務條件，所感受到之風險的認識作用，包括對於風險的感覺、知覺、注意、記憶、推論、想向、預期、計畫、決定、問題解決及思想的溝通等」（江佩洵，2006）。

綜合以上學者所言，本研究將旅遊風險知覺定義為：旅遊者在旅遊過程或行程中對於相關服務條件可能感受之風險，如身體風險、財務風險、服務風險、時間風險、醫療風險、行李遺失風險等等之強度、發生機率、影響範圍等進行評估的過程。

2.4.2 旅遊風險知覺的構面

Moutinho（1994）將旅客所認知的風險做歸納，主要有功能性風險（functional risk）、身體風險（physical risk）、財務風險（financial risk）、社會風險（social risk）、以及心理風險（psychological risk）。Roehl & Fesenmaier（1995）選擇從旅遊風險之角度去評估環境，其將風險區分為設備風險（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）、時間風險（time risk）等7個構面。

孫慶文（1998）以三種角度探討安全與風險，分別為旅遊結構、旅遊者本身以及旅遊活動交易之過程。依旅遊結構區分是指旅遊前之風險資訊建立、旅途中之危險行為防範、以及為保障旅行後出險之保險措施。而依旅遊者本體角度而言則是指身體安全、財務安全以及旅遊權益安

全。最後從旅遊活動交易過程來分析，則是指出旅遊產品之安全、旅遊交易之安全、旅遊保險之安全風險知覺，且是影響關於購買觀光產品決策行為的因素之一。江佩洵（2006）認為旅遊風險包含六大構面，分別是：交通與通訊風險、治安風險、住宿風險、衛生風險、醫療救援風險及旅遊景點風險。

探討風險知覺理論之文獻在消費者行為文獻中已有四十餘年（Fuchs & Reichel, 2006）。風險知覺理論設定之情境是在於消費者在其購買行為中之風險知覺，且一般都期望是降低的。Mowen & Minor（1998）將風險定義為對於可能產生之負面結果及這些結果發生之可能性整體負面的知覺。

根據消費者行為研究，消費者風險知覺有七個組成成分，分述如下：一、身理：產品功能造成消費者身體上損傷之風險。二、財務：投資於產品上之金錢損失風險。三、功能性：產品不如預期或正常運作可能性之風險。四、社會：購買行為沒有如同相關團體之風險。五、心理：產品不如消費者本身預期的意象。六、時間：產品之消費時間過長。七、機會遺失：當消費者進行某些行為時，可能喪失執行其他更想要的機會之風險。一般消費者每當因為購買延期都會改變其行為，因而經歷某種階段的風險，通常消費者會選擇採取一些方法、手段以將風險程度降為「可容忍」之範圍內（Assael, 1995；Engel, Blackwell & Miniard, 1995；Mowen & Minor, 1998；Fuchs & Reichel, 2006）。

然而觀光旅遊產品之服務特性較為獨特，具有以下特性：無形性（intangibility）、不可分割性（inseparability）、異質性（heterogeneity）、易滅性（perishability），使得其產品之風險知覺顯得更為重要（Gronroos, 1990；Mitchell & Greatorex, 1993；Lovelock, 1996；Zeithaml & Bitner,

1996；Fuchs & Reichel, 2006）。除了上述之特性之外，觀光旅遊產品亦顯示出特定的影響因素，如：壞天氣、不友善之當地民眾、機場員工之威脅、水土不服、恐怖事件、犯罪事件、政治不穩定性、疾病及天然災害；而這些因素皆會提升遊客之風險知覺程度（Mansfeld, 1992；Roehl & Fesenmaier, 1995；Witt & Mountinho, 1995；Pizam & Mansfeld, 1996；Tsaor, Tzeng & Wang, 1997；Sonmez, 1998；Sonmez & Graefe, 1998a；Fuchs & Reichel, 2006）。就消費者的立場而言，交付款項予旅行社排定行程之後，就產生了風險。如：天候不佳、航空公司超額定位、旅行社倒閉、人數不足成團等原因，皆會造成消費者付款後無法順利前往旅遊。因此旅遊產品之知覺風險，理應包括旅遊前後可能發生的各種意外事件所導致之風險（謝淑芬，2000）。

儘管安全與風險知覺之議題極為重要，但也只有近幾年有加以探討之（Fuchs & Reichel, 2006）。Roehl & Fesenmaier（1995）是觀光領域中第一個做此議題研究之學者，其將風險知覺分為設備風險、財務風險、生理風險、心理風險、社會風險、滿意及時間風險，後利用因素分析將這類風險分為三構面：生理設備風險、假期風險及目的地風險。

而國內研究有曹勝雄等人（1997）從模糊分析層級程序（fuzzy analytic hierarchy）評估遊客風險，其研究結果指出法律與治安是遊客風險知覺之中最重要的概念。而安全則是影響旅遊決策和旅遊發展的重要因素之一（張進福、鄭向敏，2001）。讓旅客在觀光目的地旅遊時感到滿意，並使旅客有重遊意願或正向的意圖，進而實際地進行重遊，乃是任一觀光目的地的最終目標（詹佩文，2006）。

本研究參酌以上學者之研究與見解，並依照本研究之目的，將旅遊風險知覺歸納為六個構面：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。

2.5 資訊蒐集

2.5.1 資訊蒐集的定義

資訊蒐集是為囊括於消費者行為理論之下決策行為的一部份，且為消費者在面臨消費之考量時，所需之輔助行為。因此資訊蒐集乃是指一個有主見之人在某一既定情況下，思考應否採取行動以及如何採取行動時，所產生之行為。Bettman (1979) 指出當消費者需要資訊來解決問題時，消費者會先進行內部資訊蒐尋（記憶掃瞄），而當發現資訊不足時，就會進行外部的資訊搜尋，以取得解決問題所需要的足夠資訊。Engel et al. (1990) 的研究中定義內部資訊蒐尋為：消費者在問題確認後，搜尋儲存於個人記憶中與決策相關的知識、資訊的行為。Murray (1991) 指出，一般消費者的資訊蒐尋可分為兩個部分，一為內部資訊蒐尋，二為外部資訊蒐尋。曹勝雄 (2001) 的研究指出外部資訊蒐尋為：消費透過外部環境，獲取外部資訊的相關努力。

綜合以上學者研究可知：資訊蒐集行為分為內部資訊蒐集與外部資訊蒐集兩部分。內部搜尋意指消費者企圖從個人既有的經驗與記憶中，搜尋產品相關的資訊，並利用這些相關資訊來解決問題作成購買決策。外部搜尋則又細分為資訊蒐集程度及資訊來源。資訊搜尋程度指的是資訊來源的多寡及其在搜尋過程中所花費的時間；一般來說，消費者之資訊來源可分為四個管道：人際來源、商業來源、公共來源及經驗來源（曹勝雄，2001）。

事實上，不管旅遊者所選擇的旅遊方式或類型為何，都需要相當的資訊協助他們做出決策，例如目的地的選擇、旅行團的選擇、行程的安

排、保險的資訊等等。尤其是自助旅遊者，所有旅遊細節的規劃，無論是交通運輸的方式、食宿的安排、旅遊點的參觀等，更是需要大量資訊，以協助自助旅遊者能更完善地進行本身的旅遊。可惜的是，在以往的研究當中對於旅遊者所需要的資訊並未著墨太多，更不曾有人針對自助旅遊者所需要的資訊型態進行瞭解（蘇慧捷，2002）。

構成風險的基本要素有不確定性與後果嚴重性，每一位消費者都會發展一些降低風險的例行方式，以避免做出錯誤的決策，如蒐集相關資訊以降低不確定性，使決策較為準確及理想。根據范碧珍（2000）對網路使用者所做的調查顯示，百分之七十以上的網友會在網站上搜尋旅遊資訊，顯示在台灣上網人口的比例不斷增加中，利用網路查詢旅遊資訊的比例也隨之提升。

此外相關的研究還有 Murphy（2001）因體認到口耳相傳資料對於自助旅遊者的重要性，在 2001 年透過對 59 位自助旅遊者深度訪談的方式，瞭解到自助旅遊者認為經濟旅館（hostel）是最容易和他人交談的場所，常被談及的內容為旅遊路線和個人經驗的話題，當被問及此類資訊是否會影響受訪者的旅遊決策時，有 46% 的回答為「經常」（often/frequently）。

本研究參酌相關學者的研究後，將資訊蒐集定義為：在某一既定情況下，需要資訊來解決問題時，從個人既有的經驗與記憶中所進行之內部資訊蒐尋，及透過外部環境獲取資訊的外部資訊蒐尋，以取得解決問題所需要的足夠資訊。

2.5.2 資訊蒐集的類別

綜上所述，資訊蒐集可以協助旅遊者了解與規劃旅遊的細節，無論是交通運輸的方式、食宿的安排、旅遊點的參觀、旅遊過程的風險等，

更是需要大量資訊，以協助旅遊者能更完善地進行本身的旅遊。本研究參酌相關學者的研究後將從以下兩個部分進行資訊蒐集的探討：

(一) 資訊搜尋程度—獲得旅遊資訊的多寡及其在搜尋過程中所花費的時間。

(二) 資訊來源—人際來源、商業來源、公共來源及經驗來源。

2.6 旅遊保險消費行為

2.6.1 旅遊保險消費行為的定義

國內討論保險消費行為之論文為數並不多，尤其在討論旅遊保險議題上，也僅有吳蔓莉（2003）之「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」、顏惠玲（2005）之「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」、邱歆怡（2006）之「消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究」與楊心瑜（2012）之「生態旅遊危險及保險規劃之研究」。本節將以上相關於保險消費之文獻提出探討，其歸納整理敘述如下：

(一) 吳蔓莉（2003）

該研究以過去一年曾至海外旅行之 229 位國人進行問卷調查，主要探討出國旅遊對旅遊風險的認知與旅遊保險的購買行為。其研究結果為：

1. 年齡、婚姻狀況、教育程度、月所得、旅行方式在旅遊保險認知上有顯著差異。
2. 一般旅客較重視金錢損失風險。
3. 年齡、婚姻狀況、職業、教育程度、月所得、旅行方式在十六種旅遊保險商品中有顯著差異；整體上旅客較重視傳統之旅行平安險及意外傷害醫療險，較不重視的是劫機補償險。

4. 不同的人口屬性對旅遊保險的認知與保險之購買行為大都呈現顯著差異。且旅客購買旅遊保險之行為受到保險認知程度所影響。

(二) 顏惠玲 (2005)

該研究以高雄縣、市立總計 239 所之國民小學教師為研究對象，主要探討人格特質、生活型態與旅遊風險知覺對旅遊保險消費行為之影響。其研究結果為：

1. 受訪教師當中有 66.86% 投保過旅遊保險，有 33.14% 未投保過旅遊保險。
2. 國小教師人格特質與旅遊保險消費整體上以是否有投保、未投保原因、投保份數、是否申請理賠、滿意度上有顯著差異。
3. 國小教師生活型態與旅遊保險消費整體上以購買方式、經銷選擇、投保份數、購買額度、是否申請理賠、滿意度上有顯著差異。
4. 國小教師旅遊風險知覺與旅遊保險消費行為有顯著差異。

(三) 邱歆怡 (2006)

該研究以 20 歲至 65 歲消費者為研究對象，從消費者角度探討消費者對產險公司旅行平安險之認知情形與消費者對產險公司旅行平安險之購買意願傾向。其研究結果為：

1. 在填寫本研究之調查問卷後，全部受訪者中有六成表示未來出國時願意購買產險公司旅行平安險。
2. 消費者選擇購買產險公司旅行平安險主要因為產險公司旅行平安險保費較低廉。
3. 消費者表示導致其未來出國時不願意購買旅行平安險之主要原因依序為有刷卡附贈之旅行平安險、已有其他保險保障。
4. 不論消費者有無購買產險公司旅行平安險之意願，皆認為旅行傷害、

醫療費用支出、海外援助服務、食物中毒為旅行平安險中較重要之保障項目。

5. 本研究結果顯示消費者最重視的旅行平安險保障項目是旅行傷害及醫療保障。

(四) 楊心瑜 (2012)

該研究以國內生態旅遊為研究範疇，並以個案研究方式從問題與現況之深入瞭解、剖析，找出生態旅遊安全考量面為人所忽視之處，並探討現行保險保障項目是否足以應付生態旅遊之特殊性，進而提出改進意見。其研究結果為：

1. 不同的旅遊型態有不同的風險，遊憩區所提供的貼近自然體驗與潛在危險程度是呈一致性的。
2. 國內觀光遊憩資源之管理組織須再進行橫向整合。
3. 生態旅遊地宜分級規劃及管理。
4. 生態旅遊管理單位合理收費並為旅客投保保險。
5. 提高民眾保險觀念以降低旅行平安保險之爭議。

茲將以上之相關文獻及相關文獻研究變數彙整如表 2.4 所示：

表 2.4 保險消費相關文獻彙整表

作者	年度	研究主題	研究對象
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	過去一年曾至海外旅行之國人
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	高雄縣市國小教師
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	20 歲至 65 歲消費者為研究對象
楊心瑜	2012	生態旅遊危險及保險規劃之研究	案例資料蒐集與個案分析

資料來源：本研究整理

本研究參酌相關學者的研究之後，將旅遊保險消費行為定義為：在進行旅遊活動時，為確保個人在旅遊行程中之人身、財產、及旅遊相關服務項目之安全與順暢，或於發生旅遊意外事件或遭遇突發狀況時，能迅速獲得適當協助與處理，以減輕旅遊活動期間之風險承擔，而購買旅遊保險的行為。

2.6.2 旅遊保險消費行為的題項

本研究之旅遊保險消費行為係參考林伯岳（2001）「優酪乳消費者行為之研究」、古德龍（2003）「羽球拍消費者行為研究」、曹明誠（2003）「便利商店消費者行為之研究」、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」及邱歆怡（2006）之「消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究」，編排出本研究探討之旅遊保險消費者行為共19個題項。

2.7 人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為之相互關係

2.7.1 人格特質與風險管理、旅遊風險知覺

關於人格特質與風險管理、旅遊風險知覺相互關係之文獻，歸納整理敘述如下：

（一）周忠翰（2002）的研究發現：

1. 消費者之風險知覺可歸納成四種因素，依序為：績效風險因素、心理風險因素、時間風險因素、財務風險因素。
2. 部分消費者屬性與人格特質在風險知覺上有顯著性影響。消費者人格特質愈偏向外控，對於投保綁架勒索險之心理、時間、與財務風險的知覺越高。

3. 部分消費者屬性與人格特質在投保意願上有顯著影響；而風險知覺對於投保意願則無顯著影響關係。消費者人格特質越偏向外控，知覺商品必要性顯著越高。
4. 部分消費者屬性會顯著影響風險知覺對於投保意願之關係；人格特質與風險知覺對投保意願關係，則無顯著影響。

(二) 許哲銓 (2006) 的研究發現：

1. 具有外控傾向人格特質之消費者較內控傾向消費者具有避險意識，並反映於其對人身保險商品之購買行為。
2. 外控傾向消費者在人身保險商品購買經驗及保費支出皆大於內控傾向者。

(三) 徐珮軒 (2006) 的研究結果顯示：

1. 消費者人格特質會影響知覺風險態度，消費者對線上購買旅行平安險知覺風險的感受程度會因其人格特質上的差異而有所不同。
2. 消費者人格特質與知覺風險態度會影響消費者線上購買旅行平安險意願，人格特質以外向性、開放性、友善性構面與線上購買旅行平安險意願呈現低度負相關。

(四) 李光朗 (2007) 的研究發現：

1. 投資者的人格特質對風險態度有顯著的正向影響。
2. 投資者風險知覺對風險態度有顯著負向影響。
3. 投資者風險知覺對採納行為有顯著負向影響。

(五) 張懿蕾 (2007) 的研究結果顯示：

1. 內控傾向的人會正向影響禽流感之因應行為；反之，外控傾向的人因為認為命運或機會決定了事件結果，較不會採取因應行為。
2. 風險知覺會正向影響禽流感之因應行為，亦即當人們意識到禽流感潛

在危險時，會採取必要因應行為避免感染。

(六) 陳伶俐 (2007) 的研究結果顯示：

1. 人格特質屬親和性、外向性、勤勉正直性、經驗開放性者，與認知涉入程度皆有顯著之正向相關；人格特質與購買行為部分有顯著之正向相關。
2. 認知涉入程度高低不同的兩群組，在購買行為上有顯著之差異性。

(七) 陳詠瑜 (2007) 的研究發現：

1. 不同人格特質之日籍遊客的旅遊決策行為確實會有所差異。
2. 不同風險知覺之日籍遊客，於進行旅遊決策時，行為上也有所差異。

(八) 林雅玲 (2011) 的研究發現：

1. 人格特質與風險知覺彼此顯著相關。
2. 人格特質與風險管理需求彼此顯著相關。
3. 風險知覺與風險管理需求彼此顯著相關。
4. 教師人格特質之「嚴謹性」愈高，其風險知覺程度就愈高。
5. 教師人格特質之「嚴謹性」愈高，其風險管理需求就愈高。
6. 教師人格特質之「嚴謹性」、「外向性」、「經驗開放性」愈高，以及其風險知覺程度愈高，則教師的風險管理需求就愈高。
7. 人格特質、風險知覺對風險管理需求有顯著的預測力，以「嚴謹性」最能預測國小教師的風險管理需求。

綜合上述研究發現：人格特質會對風險知覺程度及因應對策（即風險管理）有所影響，不同人格特質類型，對於風險知覺程度會有差異，亦會採取不同的風險管理策略，以平衡個體或組織對於不確定風險之考量。所以本研究欲瞭解不同人格特質類型之遊客其風險知覺程度與風險管理需求是否有差異，以考驗與印證上述相關之研究。

2.7.2 人格特質與資訊蒐集

關於人格特質與資訊蒐集相互關係之文獻，歸納整理敘述如下：

Harris (1984) 認為在遊客選擇遊憩過程中，會依據個人的社會心裡狀況對遊憩區內屬性的認知，以及其本身條件的限制等來進行參與遊憩活動。Holak (1988) 主張，消費者在評估產品時，必須將產品屬性與消費者特性同時考慮，而其研究結果證實，消費者個人特色確實會影響消費者購買時對產品屬性的選擇。而消費者個人特色是會直接地影響購買意願。

Kotler (1994) 在購買決策過程中指出，消費者從外在的刺激來源(包含行銷與環境)，經由消費者「黑箱」(black box)，而產生購買決策，行銷者的工作就是要了解在消費者黑箱中，如何將刺激轉化為反應，在消費者黑箱裡分為兩個部分，一為消費者特徵，另一為消費者決策過程，在消費者的黑箱裡，是由消費者特徵進而影響消費者決策過程。

Morrison (1997) 指出，影響消費者旅遊決策主要包括兩組因素：個人因素、外在因素。個人因素包括了需求、欲望、動機、知覺、學習、人格特質、生活型態、自我觀念及刺激追求。外在因素則包含文化及次文化、參考團體、社會階級、意見領袖、家庭、旅遊地點的安全性及政局不穩定性。

邱強 (2001) 的研究指出：人格特質是個人構成因素的綜合表現，不同人格特質的個體在動機、興趣、態度、價值觀等方面會有很大的差異性，同時亦會產生不同之行為型態。因此人格特質就像是一個人的基本操作程式，不同的人格特質，對問題的態度和資訊蒐集的方式都會不同。而黃家齊、許雅婷 (2006) 研究發現，人格特質確實會影響個人分享知識的意願。

綜合上述，遊客在旅遊決策過程中會受到動機、慾望、人格特質等因素影響，而因人格特質的不同對於資訊蒐集的方式也有所不一樣，故人格特質會影響資訊蒐集。

2.7.3 旅遊型態與旅遊風險知覺、風險管理

有關旅遊類型與旅遊風險知覺、風險管理相互關係的研究文獻數量並不多，Roehl & Fesenmaier (1992) 的研究從半自助旅遊者風險的觀點 (Independent tourist's risk)，以七種不同的風險知覺構面來衡量愉悅旅遊 (pleasure tour) 之知覺風險差異；Tasur, Tzeng & Wang (1997) 以旅遊過程以及目的地的觀點，研究團體旅遊者於中國大陸旅遊的知覺風險。其研究結論顯示出選擇不同旅遊型態的遊客對於旅遊風險的認知也會有不同的見解。

楊皓凱 (2003) 在其研究中指出：旅行業者經營及操作東南亞團體套裝旅遊產品最經常考量到16類風險，這16類風險可以區分為：「風險損失頻率高、風險損失幅度高」的風險，包括：健康衛生環境風險、政治治安環境風險、水上活動風險、旅客身體健康風險、夜間自由活動風險、客訴糾紛風險；「風險損失頻率低、風險損失幅度高」風險包括：天然災害環境風險、新聞報導風險；「風險損失頻率低、風險損失幅度低」風險包括：產品認知風險、比價銷售風險、資源取得風險、資源銷售風險、出團手續操作風險、領隊與導遊服務操作風險、小費與購物風險及同業糾紛風險。

藉由以上的研究文獻，可以瞭解不同的旅遊型態會影響著遊客的知覺風險。

2.7.4 資訊蒐集與旅遊風險知覺

關於資訊蒐集與旅遊風險知覺相互關係之文獻，歸納整理敘述如下：

曹勝雄（2001）的研究指出：構成風險的基本要素有不確定性與後果嚴重性，所以消費者降低風險的策略，可以從這兩方面選擇，以達到可接受的風險範圍：

1. 減少知覺的不確定性：消費者可以藉由資訊蒐尋或其他方式，以降低不確定性，使決策較為理想。
2. 減少可能損失的後果：消費者可藉由降低個人的期望水準或減少購買的數量，甚至放棄購買，以減少損失。

Cox（1967）指出消費者最普遍採行的降低風險策略為減少知覺的不確定性。Sheth & Venkatesan（1968）也指出消費者無法改變使用某一品牌的後果，但他能改變不確定性的程度。Kotler（1994）指出知覺風險的大小隨著所投入金錢多寡、產品屬性不確定性的程度、以及消費者自信的程度而有所不同，每一位消費者都會發展一些降低風險的例行方式，如避免錯誤的決策、向親朋好友蒐集資訊、偏好知名品牌與保證等。所以行銷人員必須瞭解哪些因素使消費者感覺到風險，以提供資訊或支持來降低消費者的知覺風險。

Roselius（1971）的研究中提出十一項可以降低風險的方法，這些方法可以使消費者主觀感受損失發生的可能性降低，事實上也多屬於資訊蒐尋的行為或所尋求資訊的內容，各方法敘述如下：1.保證（Endorsement）；2.品牌忠誠（Brand loyalty）；3.主要的品牌印象（Major brand image）；4.私人檢驗（Private testing）；5.商店印象（Store image）；6.免費樣品（Free sample）；7.退錢保證（Money-back guarantee）；8.政府檢驗（Government testing）；9.訪問商店（Shopping）；10.昂貴的產品（Expensive model）；11.口碑（Word of mouth）：探詢家人或朋友對產品的意見。Roseliu 的研究並未針對特定的產品或購買方式，結果發現消

費者認為「品牌忠誠度」與「主要品牌印象」對降低風險最有幫助，「昂貴的產品」對降低風險最沒幫助。

由上述研究可推論，資訊蒐集與旅遊風險知覺之間有顯著相關，消費者可以藉由資訊蒐尋的策略以降低知覺的不確定性來減少風險。

2.7.5 旅遊風險知覺與風險管理

關於旅遊風險知覺與風險管理相互關係之文獻，歸納整理敘述如下：

(一) 陳致安 (2004) 的研究指出：

1. 消防人員對緊急救護風險知覺評量因素與身體風險、財產風險、責任風險、品質風險有關。
2. 消防人員對緊急救護風險管理需求是重要且必要的。由於消防人員對緊急救護可接受之認知會受其風險知覺的影響，因此消防單位採行緊急救護風險管理政策時，必須考量消防人員的風險知覺及風險溝通因素。

(二) 洪永恕 (2007) 的研究發現：

屏東縣小學教師體育課風險管理在各層面的認知程度與風險管理實施現況達到正相關，表示若能提高教師體育課風險的認知程度，也就能改善體育課風險管理的實施現況，並趨於完善。

(三) 陳逸隆 (2007) 的研究結果顯示：

1. 風險容忍度較高的偏好屬於高風險的投資工具。
2. 風險認知較高的偏好屬於低風險的投資工具。
3. 風險容忍度對金融商品投資行為正向關係。
4. 風險認知對金融商品投資行為正向關係。

(四) 陳志瑋 (2007) 的研究指出：

1. 民眾的性別、年齡、婚姻狀況不同對火災風險知覺在「不確定性知覺」

與「結果嚴重性知覺」的反應均有顯著差異。

2. 火災風險知覺與居家防火行為各構面間亦具有明顯的相關性。

(五) 許雯珊 (2007) 的研究發現：

1. 消費者對禽流感訊息之信任度愈高，風險知覺愈高。
2. 消費者禽流感風險知覺愈高，有愈高程度之風險降低偏好度，愈有可能採用可降低風險的購買策略。

(六) 吳蕙君 (2008) 的研究結果顯示：

1. 醫院高危險群對人因工程安全性、物理性、化學性、生物性及社會心理等五項作業場所之危害風險知覺有顯著性差異。
2. 危害風險知覺與安全衛生對策影響因素有顯著相關；
3. 衛生安全對策影響因素對作業場所危害風險知覺亦具有預測力。

(七) 邱慧珊 (2009) 的研究指出：

1. 家禽業者面對禽流感疫情的風險知覺程度愈高，對於防疫工作的金錢態度呈現正向關係。
2. 對防疫相關支出之意願愈高，愈重視其防疫相關之因應行為。

(八) 林雅玲 (2011) 的研究發現：

1. 風險知覺與風險管理需求彼此顯著相關。
2. 教師的風險知覺程度愈高，則教師的風險管理需求就愈高。
3. 人格特質、風險知覺對風險管理需求有顯著的預測力。

綜合上述研究發現：風險知覺與風險管理間存在顯著性影響，即當風險知覺程度越高，個體或組織越會採用風險管理之策略，以減少風險發生之頻率及降低後果的嚴重性。

2.7.6 旅遊風險知覺、風險管理與保險消費行為

關於旅遊風險知覺、風險管理與保險消費行為相互關係之文獻，歸

納整理敘述如下：

(一) 吳蔓莉 (2003)：

以旅遊保險為研究主題，探討旅客對旅遊風險的感受程度及對旅遊保險的重視程度，並同時探討旅客之保險認知，是否會影響其對旅遊保險的購買行為。該研究對當年度過去一年曾至海外旅行之 229 位國人進行問卷調查，其研究發現：

1. 五項風險因素中，在年齡、婚姻狀況、教育程度、月所得及旅行方式有顯著認知差異，而一般旅客較重視金錢損失風險。
2. 在十六項旅遊保險商品中，在年齡、婚姻狀況、職業、教育程度、月所得以及旅行方式上有顯著認知差異。
3. 整體上旅客較重視旅行平安險及意外傷害醫療險，較不重視劫機補償險等。
4. 不同的人口屬性對旅遊保險的認知與保險之購買行為大都呈現顯著差異，顯示旅客旅遊保險之購買行為受到保險認知程度所影響。

(二) 顏惠玲 (2005)：

其研究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：

1. 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。
2. 旅遊保險消費行為中，有 66.9% 受訪者投保過旅遊保險，而消費者未投保原因以信用卡或旅遊業附贈的旅遊保險商品已足夠為最多。
3. 旅遊保險相關訊息來源依序為保險從業人員、親戚朋友。
4. 旅遊保險購買時機與方式依序為了解保單內容後，向保險從業人員簽單；懶得處理，全交由他人代為辦理；臨上飛機前，在機場保險公司

櫃檯簽單。

5.購買過旅遊保險之教師最為重視之保障項目依序為意外殘廢身故保障、傷害醫療保障、飛行安全保障。

由上述的研究可發現：人口特性、旅遊保險認知與保險之購買行為大都呈現顯著差異，旅客旅遊保險之購買行為受到風險認知程度（即風險知覺）所影響；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。

第三章 研究設計

本研究調查對象以最近五年內有出國旅遊經驗之遊客為主，並採用問卷調查法，以了解各研究變項間的關係，並進一步探討變項間彼此之影響關係。本章分為研究架構、研究假說、研究變數的衡量、問卷調查、資料分析方法及前測預試結果等六小節進行說明。

3.1 研究架構

綜合前述研究背景、動機與國內外相關文獻之理論基礎而建立本研究架構，本研究主要目的在於探討人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集及旅遊保險消費行為的相關性構面之關係來作探討。本研究之理論架構，如圖3.1所示。

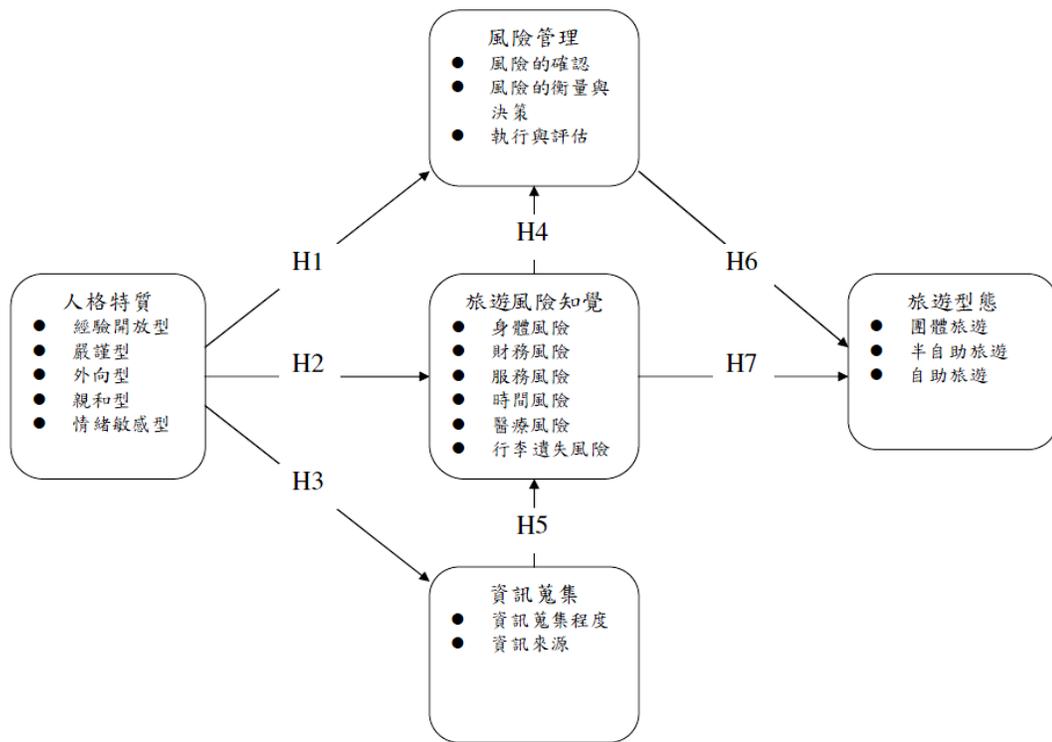


圖 3.1 研究架構圖

3.2 研究假說

- H1：不同人格特質的遊客對風險管理的態度有不同程度的影響。
- H2：不同人格特質的遊客對風險知覺的感受有不同程度的影響。
- H3：不同人格特質的遊客對資訊蒐集的態度有不同程度的影響。
- H4：不同旅遊風險知覺的遊客對風險管理的態度有不同程度的影響。
- H5：不同資訊蒐集態度的遊客對風險知覺的感受有不同程度的影響。
- H6：不同風險管理態度的遊客對旅遊型態有不同程度的影響。
- H7：不同旅遊風險知覺的遊客對旅遊型態有不同程度的影響。

3.3 研究變數的衡量

本研究之研究模型中，包含人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集與旅遊保險消費行為等變項，各個變項所使用的操作型定義是根據相關文獻探討，以及配合本研究目的所加以發展而得。各項變項操作型定義，茲分別敘述如下：

3.3.1 人格特質

個人的行為常會反映出個人獨特的人格特徵，如害羞、順從、忠誠及膽怯等，這些特徵若持續出現在許多不同的情境中，則稱為「人格特質」（Costa & McCrae, 1992）。五大人格特質受到許多學者探討研究，且普遍認為Costa 與 McCrae所提出的五個因素是人格特質的最基本結構（Saucier, 1994），因此，本問卷主要架構根據Costa 與 McCrae（1992）所提出的五大人格特質衡量模式量表中的五項衡量構面為依據，並參考劉宗明、黃德祥（2008）所發展出來的量表，依本研究目的設計出15題人格特質題項（如表3.1）。其測量尺度係採Likert五點評量尺度，從「非

常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「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。

表3.1 人格特質構面與題項

構面	問項	題項來源
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	Costa & McCrae (1992) 劉宗明、黃德祥 (2008) 陳小康 (2007) 蘇文瑜 (2008) 林雅玲 (2010) 郭亮好 (2012) 張憶萍 (2012)
	2. 我具創新能力。	
	3. 我能接受不同的觀念。	
嚴謹型	4. 我做事盡心負責。	
	5. 我會在時間內完成所交付的事情。	
	6. 我能專心的完成一件事。	
外向型	7. 我喜歡主動與人交談。	
	8. 我很容易交到朋友。	
	9. 我是個富有高度熱忱的人。	
親和型	10. 我是尊重他人的人。	
	11. 我是體貼的人。	
	12. 我會讚美別人。	
情緒敏感型	13. 我時常感到情緒低落。	
	14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	
	15. 我容易緊張。	

資料來源：本研究整理

3.3.2 旅遊型態

旅遊市場大體上可分為國內旅遊以及國外旅遊。目前國內文獻較少對「旅遊型態」進行研究，陳君圻（2007）認為旅遊型態是指「遊客前往他處進行旅遊、娛樂、觀光、休閒等活動，其所表現出的一種形式，也就是指遊客前往一地旅遊所表現出的旅遊特性」。在學術研究上目前都認同將海外旅遊產品分為三類：分別是套裝旅遊產品（Package Tour）、半自助旅遊產品（Independent Travel）及自助旅遊產品（Foreign Independent Travel，FIT）。

本問卷主要架構根據楊孟義（1995）用來區別團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊此三種旅遊類型，所使用的包含特性、安全性、語言能力、交通、住宿、餐食、行程彈性、費用以及自主程度九大構面，以最能明顯區別的構面，並依本研究目的設計出三題代表此三種旅遊類型的題項（如表3.2），其測量尺度係比率尺度，依受訪者在從事旅遊活動時選擇之旅遊型態的比例加以勾選。

表3.2 旅遊型態題項

類別	問項	題項來源
團體旅遊	1. 旅遊行程所包含的一切，全由旅行社規劃，並有隨團之導遊與領隊。而我近5年參與此型態國外旅遊的比例為 <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%	楊孟義 (1995) 江佩洵 (2006) 郭亮好 (2012)
半自助旅遊	2. 旅遊行程的機票、飯店與機場接送由旅行社規劃，其餘行程大都由自己或同行者安排。而我近5年參與此型態國外旅遊的比例為 <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%	
自助旅遊	3. 旅遊行程所包含的一切，完全無透過旅行社，是由自己或同行者安排。而我近5年參與此型態國外旅遊的比例為 <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%	

資料來源：本研究整理

3.3.3 風險管理

本研究參酌相關學者之見解，將風險管理定義為：風險管理是為評估與確認可能發生的潛在風險，進而選用適當的風險管理方法，來加以控制、管理、減輕或迴避，希望能減少風險的發生率或降低風險帶來的嚴重性，以安定個體或組織之生活與心理。並將風險管理步驟與做法歸納為三個構面：（一）風險的確認、（二）風險的衡量與決策、（三）執

行與評估。依本研究目的設計出 9 題風險管理題項（如表 3.3）。其測量尺度係採 Likert 五點評量尺度，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「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。

表3.3 風險管理構面與題項

構面	問項	題項來源
風險確認	1. 我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外。	徐士雲 (2001) 詹棟尊 (2008) 林雅玲 (2010)
	2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素。	
	3. 我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	
風險衡量與決策	4. 我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	
	5. 我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性。	
	6. 旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	
執行評估	7. 我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法。	
	8. 我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	
	9. 我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	

資料來源：本研究整理

3.3.4 旅遊風險知覺

本研究綜合相關學者所言，將旅遊風險知覺定義為：旅遊者在旅遊過程或行程中對於相關服務條件可能感受之風險，如身體風險、財務風險、服務風險、時間風險、醫療風險、行李遺失風險等等之強度、發生機率、影響範圍等進行評估的過程。將旅遊風險知覺歸納為六個構面：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。並參考顏惠玲（2005）、江佩洵（2006）、蘇文瑜（2008）所發展出來

的量表，依本研究目的設計出 20 題資訊蒐集題項（如表 3.4）。其測量尺度係採 Likert 五點評量尺度，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「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。

表3.4 旅遊風險知覺構面與題項

構面	問項	題項來源
身體風險	1. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	顏惠玲 (2005) 江佩洵 (2006) 蘇文瑜 (2008)
	2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	
	3. 即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	
財務風險	4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	
	5. 旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	
	6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）。	
服務風險	7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	
	8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	
	9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	
	10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	
時間風險	11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	
	12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	
	13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	
醫療風險	14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	
	15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	
	16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	
行李遺失風險	17. 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。	
	18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	
	19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	
	20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	

資料來源：本研究整理

3.3.5 資訊蒐集

資訊蒐集是為囊括於消費者行為理論之下決策行為的一部份，且為消費者在面臨消費之考量時，所需之輔助行為。因此資訊蒐集乃是指一個有主見之人在某一既定情況下，思考應否採取行動以及如何採取行動時，所產生之行為。Murray (1991) 指出，一般消費者的資訊蒐尋可分為兩個部分，一為內部資訊蒐尋，二為外部資訊蒐尋。曹勝雄 (2001) 的研究指出外部資訊蒐尋為：消費透過外部環境，獲取外部資訊的相關努力。一般來說，消費者之資訊來源可分為四個管道：人際來源、商業來源、公共來源及經驗來源(曹勝雄，2001)。

綜上所述，資訊蒐集可以協助旅遊者了解與規劃旅遊的細節，無論是交通運輸的方式、食宿的安排、旅遊點的參觀、旅遊過程的風險等，更是需要大量資訊，以協助旅遊者能更完善地進行本身的旅遊。

本研究參酌相關學者的研究後，將資訊蒐集定義為：在某一既定情況下，需要資訊來解決問題時，從個人既有的經驗與記憶中所進行之內部資訊蒐尋，及透過外部環境獲取資訊的外部資訊蒐尋，以取得解決問題所需要的足夠資訊。並依照本研究之目的從以下兩個部分進行資訊蒐集的探討：

- (一) 資訊搜尋程度—獲得旅遊資訊的多寡及其在搜尋過程中所花費的時間。
- (二) 資訊來源—人際來源、商業來源、公共來源及經驗來源。

本問卷參考林靖、詹毓玲、李政諺 (2006) 與蘇文瑜 (2008) 所發展出來的量表，依本研究目的設計出4題資訊蒐集題項(如表3.5)。第1~3題之測量尺度係採Likert五點評量尺度，從「非常同意」、「同意」、「普

通」、「不同意」、「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。第4題則依受訪者在資訊搜集時相關資訊之主要來源及重要性加以勾選。

表3.5 資訊蒐集題項

類別	問項	題項來源
資訊搜尋程度	1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	林靖、 詹毓玲、 李政諺 (2006) 蘇文瑜 (2008)
	2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	
	3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	
4. 我的旅遊資訊大部分來源是： (請依重要性將前三名填上數字排序) <input type="checkbox"/> ①廣播電視 <input type="checkbox"/> ②報章雜誌 <input type="checkbox"/> ③網路部落格 <input type="checkbox"/> ④旅遊導覽書籍 <input type="checkbox"/> ⑤自己旅遊經驗 <input type="checkbox"/> ⑥親朋好友 <input type="checkbox"/> ⑦ 旅行業者 <input type="checkbox"/> ⑧其他_____		

資料來源：本研究整理

3.3.6 旅遊保險消費行為

國內在討論旅遊保險議題之論文並不多，目前僅有吳蔓莉（2003）之「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」、顏惠玲（2005）之「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」、邱歆怡（2006）之「消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究」與楊心瑜（2012）之「生態旅遊危險及保險規劃之研究」等少數之研究。

本研究參酌相關學者研究後，將旅遊保險消費行為定義為：在進行旅遊活動時，為確保個人在旅遊行程中之人身、財產、及旅遊相關服務項目之安全與順暢，或於發生旅遊意外事件或突發狀況時，能迅速獲得適當之協助與處理，以減輕旅遊活動之風險承擔，進而購買旅遊保險的行為。

本研究之旅遊保險消費行為量表係參考林伯岳（2001）「優酪乳消

費者行為之研究」、古德龍（2003）「羽球拍消費者行為研究」、曹明誠（2003）「便利商店消費者行為之研究」、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」與邱歆怡（2006）之「消費者對產險公司旅行平安險的認知與購買意願之研究」等學者所編製之量表，編排出本研究探討之旅遊保險消費者行為共19個題項。

表3.6 旅遊保險消費行為題項

類別	問項	題項來源
投保意願 與需求	1. 請問您參與旅遊團繳交團費大部分會選擇以信用卡刷卡，以取得某種程度的保險，或是選擇以付現金取得折扣優惠的方式？ <input type="checkbox"/> ①信用卡(請接答第 2 題) <input type="checkbox"/> ②現金(請跳答第 3 題)	林伯岳 (2001)
	2. 請問除了旅行社或信用卡附加的旅遊保險外，您是否會另外投保過旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①是(請跳答第 4 題) <input type="checkbox"/> ②否(請跳答第 5 題)	
	3. 當您以付現金的方式參加旅行團，是否會另外購買保險？ <input type="checkbox"/> ①是(請接答第 4 題) <input type="checkbox"/> ②否(請跳答第 5 題)	
投保原因	4. 請問是什麼原因讓您投保旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①不怕一萬只怕萬一，預防心理 <input type="checkbox"/> ②相信保險有其功能 <input type="checkbox"/> ③增加自己的保障 <input type="checkbox"/> ④團體出遊大家都投保 <input type="checkbox"/> ⑤受媒體親戚朋友影響 <input type="checkbox"/> ⑥其他 _____(請跳答第 6 題)	古德龍 (2003) 曹明誠 (2003) 顏惠玲 (2005) 邱歆怡 (2006)
	5. 請問您為何沒有投保過旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①對保險印象不佳 <input type="checkbox"/> ②不需要購買 <input type="checkbox"/> ③不知道要買 <input type="checkbox"/> ④覺得麻煩不想買 <input type="checkbox"/> ⑤信用卡或旅遊業附加的旅遊保險商品已足夠 <input type="checkbox"/> ⑥其他 _____(請跳答第 17 題)	
資訊來源 與 投保方式	6. 請問您從何處得知旅遊保險的訊息？ <input type="checkbox"/> ①旅遊服務人員 <input type="checkbox"/> ②保險從業人員 <input type="checkbox"/> ③網際網路 <input type="checkbox"/> ④ 親戚朋友 <input type="checkbox"/> ⑤媒體廣告書籍 <input type="checkbox"/> ⑥其他 _____(可複選)	
	7. 請問您通常都如何購得旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①旅遊團費當中已有附加的保險 <input type="checkbox"/> ②向保險從業人員簽 單 <input type="checkbox"/> ③為了簡便快速，直接在網路上簽單 <input type="checkbox"/> ④臨上飛機 前，在機場保險公司櫃檯簽單 <input type="checkbox"/> ⑤懶得處理，全交由他人 代為辦理 <input type="checkbox"/> ⑥其他 _____(可複選)	

表3.6 旅遊保險消費行為題項 (續)

類別	問項	題項來源
保險公司 選擇因素	8. 請問您在選擇旅遊保險的投保公司時，哪些因素考量最重要？ (請依重要性將前三名填上數字排序) <input type="checkbox"/> ①保費低廉 <input type="checkbox"/> ②業務員的服務好、素質高 <input type="checkbox"/> ③保險契約內容完善齊全 <input type="checkbox"/> ④保險公司信譽佳 <input type="checkbox"/> ⑤保險理賠快速合理 <input type="checkbox"/> ⑥公司規模大、知名度高 <input type="checkbox"/> ⑦公司財務狀況優良 <input type="checkbox"/> ⑧其他_____	
投保種類 與內容	9. 請問在旅遊保險保障中，您最重視哪個保障內容？ (請依重要性將前三名填上數字排序) <input type="checkbox"/> ①意外殘廢身故保障 <input type="checkbox"/> ②傷害及醫療保障 <input type="checkbox"/> ③突發疾病醫療保障 <input type="checkbox"/> ④飛行安全保障 <input type="checkbox"/> ⑤責任風險保障 <input type="checkbox"/> ⑥急難救助 <input type="checkbox"/> ⑦行李遺失、班機延誤 <input type="checkbox"/> ⑧其他_____	林伯岳 (2001) 古德龍 (2003)
	10. 請問您通常會買的保險種類有哪些？ <input type="checkbox"/> ①意外殘廢身故保障 <input type="checkbox"/> ②傷害及醫療保障 <input type="checkbox"/> ③突發疾病醫療保障 <input type="checkbox"/> ④飛行安全保障 <input type="checkbox"/> ⑤責任風險保障 <input type="checkbox"/> ⑥急難救助 <input type="checkbox"/> ⑦行李遺失、班機延誤 <input type="checkbox"/> ⑧其他_____ (可複選)	
投保額度	11. 請問您通常會替自己投保幾份旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①1份 <input type="checkbox"/> ②2份 <input type="checkbox"/> ③3份以上	曹明誠 (2003)
	12. 請問您除了旅行社附加或強制的保險外，通常會再購買多少額度的旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①無 <input type="checkbox"/> ②1~200萬 <input type="checkbox"/> ③201~500萬 <input type="checkbox"/> ④501~1000萬 <input type="checkbox"/> ⑤1000萬以上	顏惠玲 (2005) 邱歆怡 (2006)
	13. 請問您個人是否申請過旅遊保險的理賠？ <input type="checkbox"/> ①是 <input type="checkbox"/> ②否	
滿意度與 再保意願	14. 請問您對以往購買的旅遊保險，整體來說是否滿意？ <input type="checkbox"/> ①是 <input type="checkbox"/> ②尚可 <input type="checkbox"/> ③沒感覺(答“是、尚可、沒感覺”者，請接答第 15 題) <input type="checkbox"/> ④否(答“否”者，請跳答第 16 題)	
	15. 請問您是否願意再向同一家保險公司投保旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①是 <input type="checkbox"/> ②否 (請接答第 17 題)	
	16. 請問您不滿意的原因是？ <input type="checkbox"/> ①預期的保險服務沒有完全兌現 <input type="checkbox"/> ②理賠手續繁雜 <input type="checkbox"/> ③理賠金額不滿意 <input type="checkbox"/> ④保險業務員服務差，不受尊重 <input type="checkbox"/> ⑤簽單過程出現紕漏 <input type="checkbox"/> ⑥其他_____	

表3.6 旅遊保險消費行為題項（續）

類別	問項	題項來源
其他保險 投保額度	17. 請問您每年已購買的人壽保險保障額度約為多少？ <input type="checkbox"/> ①無 <input type="checkbox"/> ②200萬元內 <input type="checkbox"/> ③201~400萬元 <input type="checkbox"/> ④401~600萬元 <input type="checkbox"/> ⑤601~800萬元 <input type="checkbox"/> ⑥801~1000萬元 <input type="checkbox"/> ⑦1000萬元以上	
	18. 請問您每年已購買的意外保險保障額度約為多少？ <input type="checkbox"/> ①無 <input type="checkbox"/> ②200萬元內 <input type="checkbox"/> ③201~400萬元 <input type="checkbox"/> ④401~600萬元 <input type="checkbox"/> ⑤601~800萬元 <input type="checkbox"/> ⑥801~1000萬元 <input type="checkbox"/> ⑦1000萬元以上	
	19. 請問您除全民健康保險以外每年支付的住院醫療保險 的保費開銷約為多少？ <input type="checkbox"/> ①無 <input type="checkbox"/> ②5000元以內 <input type="checkbox"/> ③5001~10000元 <input type="checkbox"/> ④10001~15000元 <input type="checkbox"/> ⑤15001~20000元 <input type="checkbox"/> ⑥20001元以上	

資料來源：本研究整理

3.4 問卷調查

3.4.1 研究對象

本研究主要是針對遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響進行研究，並以在最近五年內有出國旅遊經驗的遊客作為抽樣調查之對象。

3.4.2 抽樣方法

本研究以問卷調查為資料搜集的主要工具，採用便利抽樣及滾雪球抽樣法（snowball sampling）來選取樣本。本研究先進行前測，依據文獻內容發展出本研究之量表的構面與問項，經由專家及學者建議修正問卷中部分問項與措詞，將前測問卷設計完成，採用便利抽樣及滾雪球抽樣針對最近五年內有出國旅遊經驗者進行前測，總計發放100份，回收76份有效問卷。再根據前測結果利用因素分析刪除信度較差的問項，藉此建構正式問卷來進行施測。正式問卷亦採用便利抽樣及滾雪球抽樣，除親自發放外，也委託親朋好友代為發放。正式問卷於2012年10月中旬開始發放至12月中旬完全回收完畢。

3.4.3 樣本大小

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、是否需要比較次樣本、統計分析上的考量因素、調查成本因素之考量、及研究者的時間、人力及財力等。參考國內相關研究，在95%之信賴水準及容許估計誤差為正負百分之五（±5%），完成有效樣本數至少384份，考量到回收率與廢卷率，因此，本研究將抽樣樣本大小設定為600份，實際回收543份問卷，扣除填答不完整、亂填等問卷後，回收432份有效問卷。由於本問卷採Likert五點評量尺度，若採前測樣本題項中最大標準差1.18195來估計樣本數，在95%的信賴水準下，此432份樣本的估計誤差為正負0.111554分；若依432份的回收有效樣本數，實際測得的各題項最大標準差為0.929823，因此在95%的信賴水準下，此432份樣本的估計誤差為正負0.087662分。

3.5 資料分析方法

本研究以消費者行為理論為基礎，以問卷調查為研究工具，探討遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響。研究對象為在最近五年內有出國旅遊經驗的遊客，研究工具以描述性統計、差異分析、驗證性因素分析及結構方程式等統計方法。將問卷回收後，先對問卷進行整理，剔除無效問卷後，再將有效問卷進行編碼及建檔，以相關統計軟體為資料分析工具，藉由分析實證資料進行研究假說之驗證。茲將本研究所採用的統計方法說明如下：

一、敘述性統計分析（Descriptive Statistics）：

將所收集的有效問卷進行次數分配、百分比方法之統計分析，來描述樣本的特性，以方便了解樣本的基本資料中社經背景及各研究構面的

分布狀況，進而對問卷樣本的組合特性有初步的了解。

二、信度分析 (Reliability Analysis)：

信度是指問卷測量結果的穩定性或可信度，信度分析是用來了解該量表的一致性及其可靠性。Cronbach's α 係數是目前社會科學研究中最常用於判別信度的方式，Cronbach's α 係數大於0.7為高信度，0.7~0.35則為可接受信度，0.35以下表示低信度。因此本研究以Cronbach's α 係數來衡量問卷的信度。

三、效度分析 (Validity Analysis)：

效度是指問卷測量結果的正確性及有效程度，效度分析是用來檢測量表是否能正確衡量所欲測量對象的特質屬性。效度愈高，表示測量結果愈能表現出其所欲測量對象的真正特徵。本研究各構面所使用之問卷內容主要是經由整理相關理論文獻並與教授討論後所擬定，再依專家學者的建議修正而成之正式問卷，因此問卷題項均具有內容效度與專家效度。

四、結構方程模式 (Structural Equation Modeling, SEM) 分析：

結構方程模式稱為線性結構關係模式 (Linear Structural Relationships, 簡稱LISREL) 或稱為共變數結構分析 (covariance structure analysis) 是一種用來處理因果關係模式的統計方法。SEM主要目的是在檢驗潛在變數與觀察變數之關係，以及與數個潛在變數間的因果關係，同時還考慮了誤差變數。它結合了潛在變數和觀察變數、測量模型和結構模型及因素分析和路徑/迴歸分析。其中測量模型在於建立潛在變數與觀察變數間之關係，對於研究者而言，主要是透過驗證因素分析 (CFA) 以考量測量模型的效度 (即信度、效度)。

至於結構模型則主要在考驗潛在變項間之因果路徑關係，主要針對

潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模型的適配性。因此，SEM可同時處理一系列互相關聯之相依關係，是一種以多個線性模式呈現分析性變數間關係之統計模式。

本研究採用線性結構方程模式中的測量模型，分析人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集與旅遊保險消費行為各構面及其衡量題項間的關係，再依據該架構之模式進行路徑分析，以檢定本研究所提的假說是否成立。

五、理論模式的檢定：

經由各方面來檢定理論模式能否解釋實際觀察所得資料，若配適度越佳，表示模式的可用性越高，所估計的參數也越有意義。

(一) 檢驗違犯估計

違犯估計 (offending estimates) 是指無論在測量模式或結構模式中，估計參數超過可接受之範圍，造成不適當的解，無論適配度有多好都是錯誤的 (黃芳銘，2004)。如以下三種常發生的違犯估計：有負的誤差變異數存在、標準化迴歸加權係數超過或太接近1 (≥ 0.95) 以及有太大的標準誤 (黃芳銘，2007)。

(二) 整體模式配適度評鑑

整體模式配適度主要在於了解觀察資料與所要考驗之理論模式間的契合情形，也可以說是一種模式的外在品質檢定 (黃芳銘，2007)。評鑑指標分為三種類型如表3.7：絕對適配指標、相對適配指標及簡效適配指標。

表3.7 整體模式配適度評鑑表

評鑑指標類型	判斷值
絕對配適指標 (absolute fit measures)	
χ^2 (Chi-square)	p值 \geq 0.05
χ^2/df (卡方自由度比)	< 3
GFI(最佳配適度指標)	\geq 0.9
AGFI(調整後配適度指標)	\geq 0.9
SRMR(標準化殘差均方根)	\leq 0.05
RMSEA(漸近誤差均方根)	\leq 0.05 良好的配適
	0.05~0.08 不錯的配適
	0.08~0.1 中度的配適
	> 0.1 不良的配適
相對配適指標 (relative fit measures)	
NNFI(非基準配適度指標)	\geq 0.9
CFI(比較配適度指標)	\geq 0.9
簡效配適指標 (parsimonious fit measures)	
PNFI(精簡的配適指標)	\geq 0.5
PGFI(精簡的基準配適指標)	\geq 0.5

資料來源：黃芳銘（2007）

（三）模式內在結構配適度評鑑

模式內在結構適配度主要是在評量模式內估計參數的顯著程度、測量指標的信度、潛在變項的信度及效度等，可以說是模式的內在品質，分為測量模式的評鑑及結構模式的評鑑兩部分。

1. 測量模式的評鑑

測量模式的評鑑主要是關注於測量變項是否足夠來反映其相對之潛在變項（吳明隆, 2006）。Jöreskog & Sörbom（1989）認為觀察變項對其潛在變項的因素負荷量（ λ ）需高於0.45，才能顯示觀察變項足以反映其所建構的潛在變項。Espinoza（1999）也認為當各觀察變項的因素負荷量的 t 值均達顯著時，則表示該構念具有收斂效度，因此項目的因素負荷量必須達到顯著水準。

2.結構模式的評鑑

根據Bagozzi 和 Yi (1998) 建議的衡量指標，選取最常用的兩項指標來評鑑模式：潛在變項的組成信度 (composite reliability, CR) 與平均變異萃取量 (average variance extracted, AVE)。信度愈高表示這些指標的內部一致性愈高，Raines-Eudy (2000) 認為當指標大於或等於0.5，則表示此一測量具有一致性。

六、路徑分析

路徑分析是一種將變項關係以模型化 (modeling) 的方式來進行分析的一種統計技術。由一系列的迴歸分析所組成，透過假設性的架構，將不同的方程式加以組合，形成結構化的模式。

3.6 前測預試結果

將前測回收之有效問卷 (76份) 利用因素分析檢驗信效度，由表3.8、3.9、3.10、3.11可得知，各題項之因素負荷量中，風險管理量表中「執行與評估」第10題「我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣」(0.39)，旅遊風險知覺量表中「身體風險」第3題「即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程」(0.43)，第4題「旅遊途中我不單獨購物，也不會一個人自行活動」(0.04)，資訊蒐集量表中「資訊蒐集程度」第4題「通常我會在旅遊前才開始收集相關資料」(-0.33)，此四題問項因素負荷量低於0.5，其餘各題項因素負荷量皆達0.5以上。

各構面的解釋變異量比例除風險管理量表中「執行與評估」、旅遊風險知覺量表中「身體風險」、「服務風險」之外皆在50%以上。此外各構面的Cronbach's α 值，風險管理量表中「執行與評估」(0.45)、旅遊風險知覺量表中「身體風險」(0.50)、「財務風險」(0.57)、「醫療

風險」(0.55)、資訊蒐集量表中「資訊蒐集程度」(0.56)等雖未達0.7，但也在可接受信度範圍中(0.7~0.35)，其餘構面的Cronbach's α 值皆達0.7以上，表示問卷題項內部具有一致性和穩定性。

本研究因考量前測受訪者普遍表達問卷題項過於繁多，基於施測時間與受訪者填答意願之考量，因此，將人格特質量表、風險管理量表、旅遊風險知覺量表與資訊蒐集量表之子構面題項中之部份題項予以刪除。刪除之原則如下：

- 一、各子構面之題項以不少於3題為原則。
- 二、各子構面中之題項因素負荷量較低且低於0.5以下者予以刪除，但若子構面中僅有三題題項均將予以保留。
- 三、各子構面中之題項因素負荷量較低但仍高於0.5以上者，將參酌專家及前測受訪者之填答意見後再決定刪除之題項。
- 四、同一子構面中題意相近之題項將予以合併。

依據以上訂定之原則，刪除前測問卷人格特質量表中「經驗開放型」第4題之「我喜歡嘗試新奇的事物」(0.67)、「嚴謹型」第6題之「我是個做事講求方法的人」(0.72)、「親和型」第16題之「我會原諒別人的過錯」(0.80)、「情緒敏感型」第20題之「當別人以言語刺激我時，我會有起爭執的衝動」(0.70)；風險管理量表中「風險衡量與決策」第5題之「我能判斷各種可能的突發狀況對旅遊活動中的嚴重性」(0.72)；旅遊風險知覺量表中「身體風險」第4題之「旅遊途中我不單獨購物，也不會一個人自行活動」(0.04)、「服務風險」第13題之「我擔心旅遊行程中，導遊、領隊的服務不如預期」(0.55)、「時間風險」第17題之「我擔心旅遊活動過程中的各種突發事件會影響整個旅遊行程」(0.57)、資訊蒐集量表中「資訊蒐集程度」第4題之「通常我會在旅遊前才開始收集

相關資料」(-0.33)等9題因素負荷量最低之問項。而人格特質量表中「外向型」第9題之「我喜歡與人交談」(0.78)及第10題之「我是具主動性的人」(0.78)題項予以合併為「我喜歡主動與人交談」。

表3.8 人格特質前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	0.72	2.19	54.86	0.72
	2. 我具創新能力。	0.80			
	3. 我能接受不同的觀念。	0.66			
	4. 我喜歡嘗試新奇的事物。	0.67			
嚴謹型	5. 我做事盡心負責。	0.82	2.58	64.61	0.82
	6. 我是個做事講求方法的人。	0.72			
	7. 我會在時間內完成所交付的事情。	0.85			
	8. 我能專心的完成一件事。	0.82			
外向型	9. 我喜歡與人交談。	0.78	2.57	64.36	0.82
	10. 我是具主動性的人。	0.78			
	11. 我很容易交到朋友。	0.82			
	12. 我是個富有高度熱忱的人。	0.83			
親和型	13. 我是尊重他人的人。	0.85	2.79	69.64	0.85
	14. 我是體貼的人。	0.86			
	15. 我會讚美別人。	0.84			
	16. 我會原諒別人的過錯。	0.80			
情緒敏感型	17. 我時常感到情緒低落。	0.69	2.33	58.22	0.76
	18. 我的心情會受到外界人事物的影響。	0.83			
	19. 我容易緊張。	0.81			
	20. 當別人以言語刺激我時，我會有起爭執的衝動。	0.70			

資料來源：本研究整理

表3.9 風險管理前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
風險確認	1.我了解旅遊活動中不可避免地存在著各種可能的突發狀況。	0.94	2.63	87.66	0.93
	2.我了解從規劃旅遊活動時就存在各種的風險因素。	0.95			
	3.我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	0.92			
風險衡量與決策	4.我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	0.81	2.43	60.64	0.78
	5.我能判斷各種可能的突發狀況對旅遊活動中的嚴重性。	0.72			
	6.我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性。	0.76			
	7.旅遊活動地點的環境設施與人員訓練等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	0.71			
執行與評估	8.我能從各種相關資訊中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	0.77	1.48	49.18	0.45
	9.我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	0.86			
	10.我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	0.39			

資料來源：本研究整理

表3.10 旅遊風險知覺前測因素分析表

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.旅遊行程可能會造成我身體上的傷害。	0.91	1.82	45.53	0.50
	2.旅遊行程可能會發生事故意外。	0.90			
	3.即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	0.43			
	4.旅遊途中我不單獨購物，也不會一個人自行活動。	0.04			
財務風險	5.旅遊行程所花費可能會超出我的預算。	0.67	1.62	53.94	0.57
	6.旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	0.76			
	7.我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費額外的成本（如：匯率、購物等）。	0.76			
服務風險	8.我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	0.68	2.93	48.90	0.79
	9.我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	0.78			
	10.我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	0.83			
	11.我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	0.69			
	12.我擔心旅遊行程中，交通運輸是否安全。	0.64			
	13.我擔心旅遊行程中，導遊、領隊的服務不如預期。	0.55			
時間風險	14.我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	0.67	2.19	54.85	0.72
	15.我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	0.87			
	16.我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	0.81			

表3.10 旅遊風險知覺前測因素分析表（續）

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
時間風險	17.我擔心旅遊活動過程中的各種突發事件會影響整個旅遊行程。	0.57			
醫療風險	18.旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	0.76	1.58	52.72	0.55
	19.旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性而非有潛伏期的。	0.73			
	20.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。	0.69			
行李遺失風險	21.我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	0.66	1.93	64.32	0.72
	22.旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	0.87			
	23.旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	0.86			

資料來源：本研究整理

表3.11 資訊蒐集前測因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α
資訊蒐集程度	1.我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	0.84	2.37	59.37	0.56
	2.為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	0.90			
	3.對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	0.86			
	4.通常我會在旅遊前才開始收集相關資料。	-0.33			

資料來源：本研究整理

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，並對於所得結果加以論述說明與討論。本章分為樣本基本屬性分析、敘述性統計分析、信效度分析、測量及路徑模型分析與研究假說之檢定等五小節進行說明。

4.1 樣本基本屬性分析

本研究以最近五年內有出國旅遊經驗之遊客為抽樣調查之對象，採用便利抽樣及滾雪球抽樣，經實際發放600份問卷後，實際回收543份問卷，回收率90.5%；扣除填答不完整、亂填等之無效問卷後，實際回收432份有效問卷。

4.1.1 個人背景資料分析

本研究之人口統計變數包括「性別」、「年齡」、「職業」、「教育程度」、「婚姻狀況」與「月收入」共六項。樣本基本屬性分析結果如表4.1所示，並加以敘述如下：

- 一、性別：男、女樣本所佔人數為男性佔42.13%，女性佔57.87%。顯示受訪樣本中以女性居多。
- 二、年齡：受訪樣本的年齡分布以31~40歲最多，佔42.59%；其次是41~50歲，佔35.65%。顯示受訪樣本中的年齡以青壯年居多。
- 三、職業：受訪樣本的職業方面以公教人員的比例最高，佔42.59%；其次是金融業，佔20.60%；再其次是服務業，佔16.20%。顯示受訪樣本中的職業以從事公教與金融業居多，而服務業也有不少的比例。
- 四、教育程度：受訪樣本的教育程度以大專/大學的比例最高，佔70.14%；其次是研究所（含）以上，佔18.29%；再其次是高中/高職，佔11.34%。顯示受訪樣本中大多數擁有高等教育程度。

五、婚姻狀況：受訪樣本中以已婚者居多，佔74.54%；未婚者佔23.84%；離婚者佔1.16%。顯示受訪樣本中大多是已婚者。

六、月收入：受訪樣本中大約的月收入以40,000~59,999元居多，佔42.23%；其次是20,000~39,999元，佔26.68%；再其次是60,000~79,999元，佔20.65%。顯示受訪樣本多數為中高所得。

經由個人背景資料分析得知，受訪者以女性居多，年齡分布以31~40歲最多，職業方面以公教人員的比例最高，教育程度以大專/大學的比例最高，婚姻狀況以已婚者居多，受訪者月收入以40,000~59,999元居多。

表4.1 個人背景資料分析表 (n=432)

變項	類別	人數	百分比	變項	類別	人數	百分比
性別	男	182	42.13	職業	學生	8	1.85
	女	250	57.87		農林漁牧業	1	0.23
年齡	20歲以下	4	0.93		工業	1	0.23
	21~30歲	39	9.03		商業	14	3.24
	31~40歲	184	42.59		軍警人員	0	0
	41~50歲	154	35.65		公教人員	184	42.59
	51~60歲	44	10.19		服務業	70	16.20
	61歲以上	7	1.62		自由業	21	4.86
教育程度	國小(含)以下	0	0		金融業	89	20.60
	國中	1	0.23		製造業	9	2.08
	高中/高職	49	11.34		家管	17	3.94
	大專/大學	303	70.14		已退休	9	2.08
	研究所(含)以上	79	18.29		進修/待業中	1	0.23
婚姻狀況	未婚	103	23.84		月收入	其他	8
	已婚	322	74.54	0~19,999元		29	6.73
	離婚	5	1.16	20,000~39,999元		115	26.68
	其他	2	0.46	40,000~59,999元		182	42.23
				60,000~79,999元		89	20.65
				80,000元以上	16	3.71	

資料來源：本研究整理

4.1.2 旅遊型態與旅遊頻率分析

受訪樣本經常性的旅遊型態，與何人一起從事旅遊活動以及國內外旅遊頻率，分析結果如表4.2所示，並加以敘述如下：

- 一、經常的旅遊型態：受訪樣本中經常的旅遊型態以團體旅遊居多，佔53.70%；其次是自助旅遊，佔30.09%。
- 二、一同旅遊的對象：受訪樣本中一同旅遊的對象以家庭成員居多，佔68.75%；其次是同學/朋友，佔17.13%。
- 三、出國的頻率：受訪樣本の出國頻率以一年一次居多，佔34.49%；其次是五年一次，佔25.00%；再其次是三年一次，佔15.05%。
- 四、平均一年國內旅遊的頻率：受訪樣本在國內旅遊的頻率以一年3-4次居多，佔35.65%；其次是一年1-2次，佔29.86%。

經由旅遊型態與旅遊頻率分析得知，受訪樣本中大多是會與家人平均一年3-4次或1-2次在國內旅遊，並以一年一次或是五年一次以團體旅行的方式前往國外旅遊。

表4.2 旅遊型態與旅遊頻率分析表 (n=432)

變項	類別	人數	百分比	變項	類別	人數	百分比
經常的旅遊型態	團體旅行	232	53.70	通常與誰前往旅遊	單獨一人	19	4.40
	半自助旅行	69	15.97		家庭成員	297	68.75
	自助旅遊	130	30.09		同學/朋友	74	17.13
	商務旅遊	1	0.23		夫妻或情侶兩人	42	9.72
出國旅遊頻率	一年1次	149	34.49	國內旅遊頻率	一年1~2次	129	29.86
	一年2~3次	60	13.89		一年3~4次	154	35.65
	一年3次以上	10	2.31		一年5~6次	68	15.74
	二年一次	38	8.80		一年6次以上	80	18.52
	三年一次	65	15.05		無經驗	0	0
	五年一次	108	25.00		其他	1	0.23
	無經驗	0	0				
	其他	2	0.46				

資料來源：本研究整理

4.2 旅遊保險消費行為特性分析

本研究之旅遊保險消費行為包括「投保意願與需求」、「投保原因」、「資訊來源與投保方式」、「保險公司選擇因素」、「投保種類與內容」、「投保額度」、「滿意度與再保意願」與「其他保險投保額度」等共八項類別。分析結果如表 4.3、4.4、4.5、4.6、4.7、4.8、4.9、4.10 所示，並加以敘述說明如下。

4.2.1 投保意願與需求次數分析

本類別共分為三個題項，從表 4.3 的分析結果得知：遊客繳交團費方式以「選擇以信用卡刷卡」居多，佔 81.02%；除了旅行社或信用卡附加的旅遊保險外，會另外再投保旅遊保險的遊客佔 86.86%；而選擇以「付現金繳交團費」且會另外投保旅遊保險的遊客佔 85.37%。

分析結果顯示絕大部分的遊客（86.57%），不論是選擇以信用卡刷卡或是以付現金的方式繳交團費，除了旅行社或信用卡附加的旅遊保險之外，都會另外再購買旅遊保險，表示大部份的遊客在從事旅遊活動時，都有購買旅遊保險的習慣，以增加旅遊活動時的保障，並降低發生風險時的負擔。

表 4.3 投保意願與需求次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
投保 意願 與 需求	繳交團費大部分會選擇以信用卡刷卡，或是以付現金的方式？ (n=432)	信用卡	350	81.02
		現金	82	18.98
	請問除了附加的旅遊保險外，您是否會另外投保過旅遊保險？ (n=350)	是	304	86.86
		否	46	13.14
	當您以付現金的方式參加旅行團，是否會另外購買保險？ (n=82)	是	70	85.37
		否	12	14.63

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.2 投保原因次數分析

本類別共分為二個題項，從表 4.4 的分析結果得知：遊客投保旅遊保險的原因以「不怕一萬、只怕萬一的預防心理」居多，佔 58.82%，其次為「增加自己的保障」，佔 31.28%；表示會另外投保旅遊平安保險的遊客中，多數認為需再增加旅遊的保障以預防及因應旅遊行程中意外事件的發生。

而遊客沒有投保旅遊保險的原因以「附加的旅遊保險商品已足夠」居多，佔 75.86%；顯示多數沒有另外購買旅遊保險的遊客認為旅行社或信用卡附加的旅遊保險項目與額度，已能滿足整個旅遊活動中的需求，不需另外再購買。

表 4.4 投保原因次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
投保原因	請問是什麼原因讓您投保旅遊保險？ (n=374)	不怕一萬只怕萬一的預防心理	220	58.82
		相信保險有其功能	34	9.10
		增加自己的保障	117	31.28
		團體出遊大家都投保	2	0.54
		受媒體親戚朋友影響	1	0.27
		其他	0	0
	請問您為何沒有投保過旅遊保險？ (n=58)	對保險印象不佳	0	0
		不需要購買	10	17.24
		不知道要買	1	1.72
		覺得麻煩不想買	3	5.17
		附加的旅遊保險商品已足夠	44	75.86
其他	0	0		

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.3 資訊來源與投保方式次數分析

本類別共分為二個題項，從表 4.5 的分析結果得知：遊客旅遊保險的訊息來源主要以「保險從業人員」為主，佔 66.20%，其次為「旅遊服務人員」，佔 34.72%，再其次為「網際網路」，佔 20.83%；而遊客旅遊保險的購買方式以「向保險從業人員簽單」居多，佔 74.54%，其次為「旅遊團費當中已有附加的保險」，佔 40.28%，再其次為「在機場保險公司櫃檯簽單」，佔 23.58%。

分析結果顯示多數遊客的旅遊保險訊息主要來源為保險業者與旅行業者之服務人員，網際網路的資源也佔了不小的比例。而遊客旅遊保險的購買方式也大致與訊息來源相互對應，除了旅遊團費當中已有附加的旅遊保險之外，遊客大多會向保險從業人員簽單購買旅遊保險，也有不少遊客在出發前於機場保險公司的服務櫃檯簽單購買。

表 4.5 資訊來源與投保方式次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
資訊來源與投保方式	請問您從何處得知旅遊保險的訊息？ (可複選) (n=432)	旅遊服務人員	150	34.72
		保險從業人員	286	66.20
		網際網路	90	20.83
		親戚朋友	117	27.08
		媒體廣告書籍	53	12.27
		其他	12	2.78
	請問您通常都如何購得旅遊保險？ (可複選) (n=432)	旅遊團費當中已有附加的保險	174	40.28
		向保險從業人員簽單	322	74.54
		直接在網路上簽單	21	4.86
		在機場保險公司櫃檯簽單	101	23.58
		全交由他人代為辦理	12	2.78
		其他	4	0.93

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.4 保險公司選擇因素次數分析

本類別有一個題項，從表 4.6 的分析結果得知：遊客保險公司的選擇因素之重要性以「保險契約內容完善齊全」居多，佔 78.34%，其次為「保險公司信譽佳」，佔 72.19%，再其次為「業務員的服務好、素質高」，佔 52.41%。

分析結果顯示多數遊客在選擇旅遊保險的投保公司時，主要是以旅遊保險契約的內容是否完善齊全，以及保險公司的企業形象、信譽評價等二個因素為主要的考量指標；另外在保險服務人員的專業素養、服務態度、服務品質與外在形象等方面亦是影響遊客選擇旅遊保險的投保公司的重要因素。

表 4.6 保險公司選擇因素次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
保險公司選擇因素	請問您在選擇旅遊保險的投保公司時，哪些因素考量最重要？ (請依重要性將前三名填上數字排序) (n=374)	保費低廉	63	16.84
		業務員的服務好、素質高	196	52.41
		保險契約內容完善齊全	293	78.34
		保險公司信譽佳	270	72.19
		保險理賠快速合理	135	36.10
		公司規模大、知名度高	117	31.28
		公司財務狀況優良	43	11.50
		其他	5	1.34

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.5 投保種類與內容次數分析

本類別有二個題項，從表 4.7 的分析結果得知：遊客旅遊保險保障最重視的內容以「傷害及醫療保障」居多，佔 84.76%，其次為「意外殘廢身故保障」，佔 64.44%，再其次為「突發疾病醫療保障」，佔 59.63%；而遊客旅遊保險購買的種類以「傷害及醫療保障」居多，佔 76.62%，其

次為「意外殘廢身故保障」，佔 71.06%，再其次為「突發疾病醫療保障」，佔 52.31%。顯示多數遊客在規劃或進行旅遊活動時，其所重視的旅遊保險項目及內容，與實際所購買的保險種類相符。

而遊客對於「飛行安全保障」、「責任風險保障」、「急難救助」、「行李遺失、班機延誤」等保險項目的重視程度與實際投保的比例，相較於「傷害及醫療保障」、「意外殘廢身故保障」、「突發疾病醫療保障」等保險項目顯得比例較低，推測其原因可能是遊客認為此類的意外或風險，在以信用卡消費或旅遊業者所附加的旅遊保險商品中的保障已經足夠，或是發生機率不大，以及此類為非立即性之人身傷害及風險等因素。

表 4.7 投保種類與內容次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
投保 種類 與 內容	請問在旅遊保險保障中，您最重視哪個保障內容？ (請依重要性將前三名填上數字排序) (n=374)	意外殘廢身故保障	241	64.44
		傷害及醫療保障	317	84.76
		突發疾病醫療保障	223	59.63
		飛行安全保障	133	35.56
		責任風險保障	33	8.82
		急難救助	91	24.33
		行李遺失、班機延誤	84	22.46
		其他	0	0
	請問您通常會買的保險種類有哪些？ (可複選) (n=374)	意外殘廢身故保障	266	71.12
		傷害及醫療保障	286	76.47
		突發疾病醫療保障	196	52.41
		飛行安全保障	160	42.78
		責任風險保障	47	12.57
		急難救助	98	26.20
		行李遺失、班機延誤	114	30.48
其他	1	0.27		

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.6 投保額度次數分析

本類別有三個題項，從表 4.8 的分析結果得知：遊客旅遊保險投保份數以 1 份居多，佔 66.04%，其次為 2 份，佔 31.28%；遊客旅遊保險購買的額度以「501~1000 萬」居多，佔 33.96%，其次為「201~500 萬」，佔 32.09%；而沒有申請過旅遊保險理賠的遊客佔 94.12%，只有 5.88% 的遊客曾經申請過旅遊保險理賠。

分析結果顯示多數遊客購買的旅遊保險份數大多為 1~2 份，購買的旅遊保險額度以 501~1000 萬及 201~500 萬居多，且絕大多數的遊客並未申請過旅遊保險的相關理賠。在投保份數與保險額度上並非特別高，此與遊客投保旅遊保險原因以「不怕一萬、只怕萬一的預防心理」、「增加自己的保障」兩者居多的分析結果相符。

表 4.8 投保額度次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
投保 額度	請問您通常會替自己投保幾份旅遊保險？ (n=374)	1 份	247	66.04
		2 份	117	31.28
		3 份以上	10	2.67
	請問您除了旅行社附加或強制的保險外，通常會再購買多少額度的旅遊保險？ (n=374)	無	3	0.80
		1~200 萬	65	17.38
		201~500 萬	120	32.09
		501~1000 萬	127	33.96
	請問您個人是否申請過旅遊保險的理賠？ (n=374)	1000 萬以上	59	15.78
		是	22	5.88
		否	352	94.12

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.7 滿意度與再保意願次數分析

本類別有三個題項，從表 4.9 的分析結果得知：遊客對以往旅遊保險的滿意度以「尚可」居多，佔 45.45%，其次為「沒感覺」，佔 32.09%；

多數遊客願意再向同一家保險公司投保旅遊保險，佔 93.05%，只有 6.95% 的遊客不願意再向同一家保險公司投保；而遊客對旅遊保險理賠不滿意的原因以「預期的保險服務沒有完全兌現」居多，佔 50.00%，其次為「理賠手續繁雜」，佔 31.25%。

分析結果顯示多數遊客對本身所購買的旅遊保險滿意度並沒有特別強烈的表現；多數的遊客表示願意在下次旅遊時繼續向同一家保險公司投保旅遊保險；而遊客對保險理賠不滿意的原因，主要為原本預期的保險服務沒有完全兌現，其次為理賠手續繁雜。探究其原因，可能因為遊客覺得找同一家保險公司投保旅遊保險比較習慣或方便，也因此缺乏與其他保險公司或保險內容比較，因而對旅遊保險的滿意度並沒有特別強烈的感覺；而雖有部份遊客表示對其旅遊保險不滿意，但因只佔樣本的極少數，並不影響整體遊客再保之意願。

表 4.9 滿意度與再保意願次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
滿意度與再保意願	請問您對以往購買的旅遊保險，整體來說是否滿意？ (n=374)	是	78	20.86
		尚可	170	45.45
		沒感覺	120	32.09
		否	6	1.60
	請問您是否願意再向同一家保險公司投保旅遊保險？ (n=374)	是	348	93.05
		否	26	6.95
	請問您不滿意的原因是？ (n=32)	預期的保險服務沒有完全兌現	16	50.00
		理賠手續繁雜	10	31.25
		理賠金額不滿意	0	0
		保險業務員服務差，不受尊重	6	18.75
		簽單過程出現紕漏	0	0
		其他	0	0

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.2.8 其他保險投保額度次數分析

本類別有三個題項，從表 4.10 的分析結果得知：遊客每年已購買的人壽保險保障額度以「201~400 萬元」居多，佔 35.03%，其次為「200 萬元內」，佔 33.96%；遊客每年已購買的意外保險保障額度以「200 萬元內」居多，佔 28.88%，其次為「201~400 萬元」，佔 26.74%；遊客除全民健康保險以外，每年支付的住院醫療保險的保費開銷以「5000 元以內」居多，佔 29.68%，其次為「5001~10000 元」，佔 23.53%。

分析結果顯示有 95.72% 的遊客已經有購買人壽保險，94.39% 的遊客已經有購買意外保險，而有 86.63% 的遊客每年會另外再投保住院醫療保險，表示多數遊客皆已具有保險的觀念，對於意外傷害與住院醫療也都有相當程度的重視。此與人格特質之統計分析顯示受訪者當中多數是具有「嚴謹型」的人格特質之結果相吻合。

表 4.10 其他保險投保額度次數分析表

類別	問項	選項	人數	百分比
其他 保險 投保 額度	請問您每年已購買的人壽保險保障額度約為多少？ (n=374)	無	16	4.28
		200 萬元內	127	33.96
		201~400 萬元	131	35.03
		401~600 萬元	67	17.91
		601~800 萬元	12	3.21
		801~1000 萬元	9	2.41
		1000 萬元以上	12	3.21
	請問您每年已購買的意外保險保障額度約為多少？ (n=374)	無	21	5.61
		200 萬元內	108	28.88
		201~400 萬元	100	26.74
		401~600 萬元	75	20.05
		601~800 萬元	25	6.68
		801~1000 萬元	24	6.42
		1000 萬元以上	21	5.61

表 4.10 其他保險投保額度次數分析表（續）

類別	問項	選項	人數	百分比
其他 保險 投保 額度	請問您除全民健康保險以外每年支付的住院醫療保險的保費開銷約為多少？ (n=374)	無	50	13.37
		5000 元以內	111	29.68
		5001~10000 元	88	23.53
		10001~15000 元	38	10.16
		15001~20000 元	24	6.42
		20001 元以上	63	16.84

資料來源：本研究整理

註：題項後括號內為該題項之樣本數。

4.3 敘述性統計分析

本研究針對各變數的平均數與標準差做一個描述，探究從事旅遊活動者對量表中各問項的看法。平均數可觀察變項之集中情形，本研究以 Likert 五點評量尺度進行計分，若平均數等於 3 分，代表受訪者對於問項之看法持中立意見；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之看法為負向意見。而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。

4.3.1 人格特質分析

遊客之人格特質的敘述性統計分析結果如表 4.11 所示，人格特質量表共有五個子構面，分別為「經驗開放型」、「嚴謹型」、「外向型」、「親和型」與「情緒敏感型」。其中平均數最高者為「嚴謹型」(4.13)，最低者為「情緒敏感性」(3.35)；而各子構面內問項平均數最高者分別為「我能接受不同的觀念」(4.06)、「我做事盡心負責」(4.26)、「我是個富有高度熱忱的人」(3.69)、「我是尊重他人的人」(4.25)、以及「我的心情會受到外界人事物的影響」(3.43)。

由此分析結果可知，受訪者當中多數具有「嚴謹型」的人格特質，他們做事負責盡職，認為自己能尊重他人，並且能夠接受不同的觀念，而且是富有高度熱忱的人，但是偶而心情也會容易受到外界人事物的影響。

表4.11 人格特質變數敘述性統計分析表 (n=432)

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	3.84	0.74	23.42***	2	8	3.86
	2. 我具創新能力。	3.69	0.72	20.14***	3	9	
	3. 我能接受不同的觀念。	4.06	0.69	31.86***	1	4	
嚴謹型	4. 我做事盡心負責。	4.26	0.57	45.81***	1	1	4.13
	5. 我會在時間內完成所交付的事情。	4.16	0.60	40.10***	2	3	
	6. 我能專心的完成一件事。	3.98	0.67	30.60***	3	5	
外向型	7. 我喜歡主動與人交談。	3.59	0.82	14.83***	3	12	3.64
	8. 我很容易交到朋友。	3.63	0.76	17.17***	2	11	
	9. 我是個富有高度熱忱的人。	3.69	0.77	18.75***	1	9	
親和型	10. 我是尊重他人的人。	4.25	0.60	43.34***	1	2	4.02
	11. 我是體貼的人。	3.94	0.71	27.84***	2	6	
	12. 我會讚美別人。	3.88	0.75	24.64***	3	7	
情緒敏感型	13. 我時常感到情緒低落。	3.22	0.88	5.16***	3	15	3.35
	14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	3.43	0.74	12.04***	1	13	
	15. 我容易緊張。	3.41	0.84	10.76***	2	14	

資料來源：本研究整理

註1：如果平均數大於3，則此檢定值是平均數高於3的單尾檢定；如果平均數小於3，則此檢定值是平均數低於3的單尾檢定

註2：*表示P<0.05；**表示P<0.01；***表示P<0.001

4.3.2 風險管理分析

遊客之風險管理的敘述性統計分析結果如表4.12所示，風險管理量表共有三個子構面，分別為「風險確認」、「風險衡量與決策」與「執行評估」。其中平均數最高者為「風險確認」(4.10)，最低者為「風險衡量與決策」(3.88)；而各子構面內問項平均數最高者分別為「我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外」(4.21)、「我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險」(3.92)以及「我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣」(4.07)。

由此分析結果可知，多數受訪者的風險管理型態為他們普遍認為旅遊活動中不可避免存在著各種可能的突發意外，並且大多能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險，而為了避免或分攤旅遊風險，在從事旅遊活動時有購買旅遊保險的習慣。

表4.12 風險管理變數敘述性統計分析表 (n=432)

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
風險確認	1. 我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外。	4.21	0.57	44.23***	1	1	4.10
	2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素。	4.12	0.61	38.05***	2	2	
	3. 我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	3.98	0.62	33.08***	3	4	
風險衡量與決策	4. 我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	3.92	0.67	28.64***	1	5	3.88
	5. 我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性。	3.81	0.70	24.12***	3	8	
	6. 旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	3.91	0.68	27.93***	2	6	

表4.12 風險管理變數敘述性統計分析表（續）（n=432）

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
執行評估	7. 我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法。	3.75	0.70	22.49***	3	9	3.90
	8. 我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	3.88	0.66	27.86***	2	7	
	9. 我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	4.07	0.84	26.71***	1	3	

資料來源：本研究整理

註1：如果平均數大於3，則此檢定值是平均數高於3的單尾檢定；如果平均數小於3，則此檢定值是平均數低於3的單尾檢定

註2：*表示 $P < 0.05$ ；**表示 $P < 0.01$ ；***表示 $P < 0.001$

4.3.3 旅遊風險知覺分析

遊客之旅遊風險知覺的敘述性統計分析結果如表4.13所示，旅遊風險知覺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」。其中平均數最高者為「醫療風險」(3.92)，最低者為「時間風險」(3.22)；而各子構面內問項平均數最高者分別為「旅遊行程可能會發生意外事故」(3.95)、「旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊」(3.67)、「我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全」(3.78)、「我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的」(3.48)、「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」(3.97)以及「我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件」(3.84)。

由此分析結果可知，受訪者認為在旅遊行程中可能會發生意外事故，而意外所導致之醫療事故及後果是相當嚴重的；他們多數也擔心在旅遊途中會發生隨身物品或行李遺失的情形，可能會因而造成財物上的

損失；受訪者並擔心旅遊行程中所安排的交通運輸工具是否合法安全。諸如以上這些對於旅遊風險的擔心，遊客為減少旅遊風險的發生而必須更為審慎的規劃旅遊計畫，因此受訪者覺得在籌畫旅遊活動的時候是耗費時間的。尤其對於旅遊行程中可能發生意外所導致之醫療事故及後果的擔心是最為強烈的。

表4.13 旅遊風險知覺變數敘述性統計分析表 (n=432)

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
身體風險	1. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	3.79	0.70	23.41***	2	6	3.61
	2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	3.95	0.68	29.04***	1	2	
	3. 即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	3.08	0.83	2.09*	3	19	
財務風險	4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	3.62	0.67	19.18***	3	13	3.64
	5. 旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	3.67	0.65	21.32***	1	10	
	6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）。	3.63	0.68	18.70***	2	12	
服務風險	7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	3.77	0.72	22.22***	2	9	3.57
	8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	3.38	0.80	9.85***	5	16	
	9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	3.52	0.78	13.77***	3	14	
	10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	3.41	0.83	10.20***	4	17	
	11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	3.78	0.79	20.48***	1	7	

表4.13 旅遊風險知覺變數敘述性統計分析表（續）（n=432）

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
時間風險	12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	3.48	0.92	10.93***	1	15	3.22
	13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	3.18	0.93	3.94***	2	18	
	14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	3.01	0.90	0.27	3	20	
醫療風險	15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	3.88	0.68	26.89***	3	4	3.92
	16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	3.92	0.67	28.49***	2	3	
	17. 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。	3.97	0.72	28.33***	1	1	
行李遺失風險	18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	3.84	0.74	23.62***	1	5	3.76
	19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	3.66	0.71	19.60***	3	11	
	20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	3.78	0.72	22.59***	2	7	

資料來源：本研究整理

註1：如果平均數大於3，則此檢定值是平均數高於3的單尾檢定；如果平均數小於3，則此檢定值是平均數低於3的單尾檢定

註2：*表示P<0.05；**表示P<0.01；***表示P<0.001

4.3.4 資訊蒐集分析

遊客之資訊蒐集的敘述性統計分析結果如表4.14所示，本研究資訊蒐集量表共有二個子構面，分別為「資訊蒐集程度」與「資訊來源」。而「資訊蒐集程度」子構面內題項平均數最高者為「我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料」(3.91)，其次為「為了去旅遊，我平常就會收集相關

資料」(3.88)，最後則是「對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多」(3.87)。

由此分析結果可知，受訪者表示會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料上，在平常時就會收集旅遊相關的資料來為下一次的旅遊預做準備，而且對於旅遊的相關資料總是不會嫌太多。

表4.14 資訊蒐集變數敘述性統計分析表 (n=432)

構面	問項	平均數	標準差	t值 ^{註1}	構面排序	總排序	構面平均
資訊蒐集程度	1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	3.91	0.63	30.33***	1	1	3.89
	2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	3.88	0.64	28.54***	2	2	
	3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	3.87	0.66	27.51***	3	3	

資料來源：本研究整理

註1：如果平均數大於3，則此檢定值是平均數高於3的單尾檢定；如果平均數小於3，則此檢定值是平均數低於3的單尾檢定

註2：*表示P<0.05；**表示P<0.01；***表示P<0.001

4.4 信效度分析

信度是指問卷測量結果的穩定性或可信度，信度分析是用來了解該量表的一致性及其可靠性。效度是指問卷測量結果的正確性及有效程度，效度分析是用來檢測量表是否能正確衡量所欲測量概念的特質屬性。本研究運用統計軟體進行因素分析來檢定量表中人格特質、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集各構面的因素，並利用Cronbach's α 值來檢定各構面的信度。

4.4.1 人格特質因素分析

本研究在人格特質構面中共分為「經驗開放型」、「嚴謹型」、「外向型」、「親和型」以及「情緒敏感型」五個子構面，其分析結果如表4.15

所示。

一、「經驗開放型」構面：

此構面由「我是不斷追求成長的人」、「我具創新能力」以及「我能接受不同的觀念」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為67.05%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我是不斷追求成長的人」的因素負荷量最高(0.88)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.75。

二、「嚴謹型」構面：

此構面由「我做事盡心負責」、「我會在時間內完成所交付的事情」以及「我能專心的完成一件事」等三個題項所組成，此構面之因子解釋變異量為67.36%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我做事盡心負責」的因素負荷量最高(0.84)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.76。

三、「外向型」構面：

此構面由「我喜歡主動與人交談」、「我很容易交到朋友」以及「我是個富有高度熱忱的人」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為81.37%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我很容易交到朋友」的因素負荷量最高(0.92)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.88。

四、「親和型」構面：

此構面由「我是尊重他人的人」、「我是體貼的人」以及「我會讚美別人」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為71.09%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我是體貼的人」的因素負荷量最高(0.87)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.80。

五、「情緒敏感型」構面：

此構面由「我時常感到情緒低落」、「我的心情會受到外界人事物的

影響」以及「我容易緊張」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為74.55%，各題項因素負荷量皆大於0.5；其中又以「我的心情會受到外界人事物的影響」的因素負荷量最高(0.90)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.83。

表4.15 人格特質因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	0.88	2.01	67.05	0.75
	2. 我具創新能力。	0.81			
	3. 我能接受不同的觀念。	0.77			
嚴謹型	4. 我做事盡心負責。	0.84	2.02	67.36	0.76
	5. 我會在時間內完成所交付的事情。	0.80			
	6. 我能專心的完成一件事。	0.83			
外向型	7. 我喜歡主動與人交談。	0.91	2.44	81.37	0.88
	8. 我很容易交到朋友。	0.92			
	9. 我是個富有高度熱忱的人。	0.88			
親和型	10. 我是尊重他人的人。	0.84	2.13	71.09	0.80
	11. 我是體貼的人。	0.87			
	12. 我會讚美別人。	0.82			
情緒敏感型	13. 我時常感到情緒低落。	0.86	2.24	74.55	0.83
	14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	0.90			
	15. 我容易緊張。	0.84			

資料來源：本研究整理

4.4.2 風險管理因素分析

本研究在風險管理構面中分為「風險確認」、「風險衡量與決策」與「執行評估」三個子構面，其分析結果如表4.16所示。

一、「風險確認」構面：

此構面由「我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外」、

「我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素」以及「我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為66.12%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性」的因素負荷量最高(0.86)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.74。

二、「風險衡量與決策」構面：

此構面由「我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險」、「我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性」以及「旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為71.13%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性」的因素負荷量最高(0.88)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.80。

三、「執行評估」構面：

此構面由「我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法」、「我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法」以及「我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為70.86%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法」的因素負荷量最高(0.90)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.79。

表4.16 風險管理因素分析表

構面	問項	因素 負荷量	特徵 值	解釋變 異量(%)	Cronbach's α
風險 確認	1. 我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外。	0.80	1.99	66.12	0.74
	2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素。	0.77			
	3. 我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	0.86			
風險 衡量 與 決策	4. 我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	0.85	2.13	71.13	0.80
	5. 我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性。	0.88			
	6. 旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	0.79			
執行 評估	7. 我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法。	0.87	2.13	70.86	0.79
	8. 我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	0.90			
	9. 我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	0.74			

資料來源：本研究整理

4.4.3 旅遊風險知覺因素分析

本研究在旅遊風險知覺構面中分為「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4.17所示。

一、「身體風險」構面：

此構面由「旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害」、「旅遊行程可能會發生意外事故」以及「即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為53.20%，各題項因素負荷

量除「即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程」外其餘二個題項皆大於0.5，其中又以「旅遊行程可能會發生意外事故」的因素負荷量最高(0.89)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.50。

二、「財務風險」構面：

此構面由「旅遊行程的花費可能會超出我的預算」、「旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊」以及「我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）」等三個題項所組成構面因子解釋變異量為76.18%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊」的因素負荷量最高(0.83)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.84。

三、「服務風險」構面：

此構面由「我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期」、「我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響」、「我擔心旅遊行程的設施無法正常運作」、「我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善」以及「我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全」等五個題項所組成，此構面之因子解釋變異量為67.76%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「我擔心旅遊行程的設施無法正常運作」的因素負荷量最高(0.88)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.88。

四、「時間風險」構面：

此構面由「我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的」、「我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間」以及「我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用」等三個題項所組成，此構面之因子解釋變異量為73.69%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間」的因素負荷量最高(0.91)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.82。

五、「醫療風險」構面：

此構面由「旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的」、「旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的」以及「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」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為72.08%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的」的因素負荷量最高(0.89)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.81。

六、「行李遺失風險」構面：

此構面由「我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件」、「旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕」及「旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的」等三個題項所組成。此構面因子解釋變異量為72.55%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕」的因素負荷量最高(0.88)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.81。

表4.17 旅遊風險知覺因素分析表

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. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	0.88	1.60	53.20	0.50
	2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	0.89			
	3. 即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	0.14			
財務風險	4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	0.76	1.84	76.18	0.84
	5. 旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	0.83			
	6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）。	0.76			

表4.9 旅遊風險知覺因素分析表（續）

構面	問項	因素 負荷量	特徵 值	解釋變 異量(%)	Cronbach's α
服務 風險	7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	0.74	3.39	67.76	0.88
	8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	0.84			
	9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	0.88			
	10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	0.85			
	11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	0.81			
時間 風險	12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	0.79	2.21	73.69	0.82
	13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	0.91			
	14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	0.87			
醫療 風險	15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	0.82	2.16	72.08	0.81
	16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	0.89			
	17. 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。	0.84			
行李 遺失 風險	18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	0.82	2.18	72.55	0.81
	19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	0.88			
	20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	0.86			

資料來源：本研究整理

4.4.4 資訊蒐集因素分析

本研究在風險管理構面中分為「資訊蒐集程度」、「資訊來源」兩個子構面，其中就「資訊蒐集程度」構面分析的結果如表4.18所示。

此構面由「我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料」、「為了去旅遊，我平常就會收集相關資料」、「對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多」等三個題項所組成，此構面因子解釋變異量為75.76%，各題項因素負荷量皆大於0.5，其中又以「為了去旅遊，我平常就會收集相關資料」的因素負荷量最高(0.89)，因素內部一致性Cronbach's α 係數為0.84。

表4.18 資訊蒐集因素分析表

構面	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α
資訊蒐集程度	1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	0.84	2.27	75.76	0.84
	2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	0.89			
	3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	0.88			

資料來源：本研究整理

4.5 測量及路徑模型分析

本研究之結構關係模式概念模型如圖 4.1 所示，運用結構方程模式 (Structural Equation Modeling, SEM) 中的分析工具來檢定人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺、資訊蒐集與旅遊保險消費行為之關係架構，先檢驗潛在變數是否能夠充分有效的被測量，針對模式配適度及模式內在結構 (收斂效度及區別效度) 進行測試，最後再以路徑分析驗證研究中的各項假說檢定。

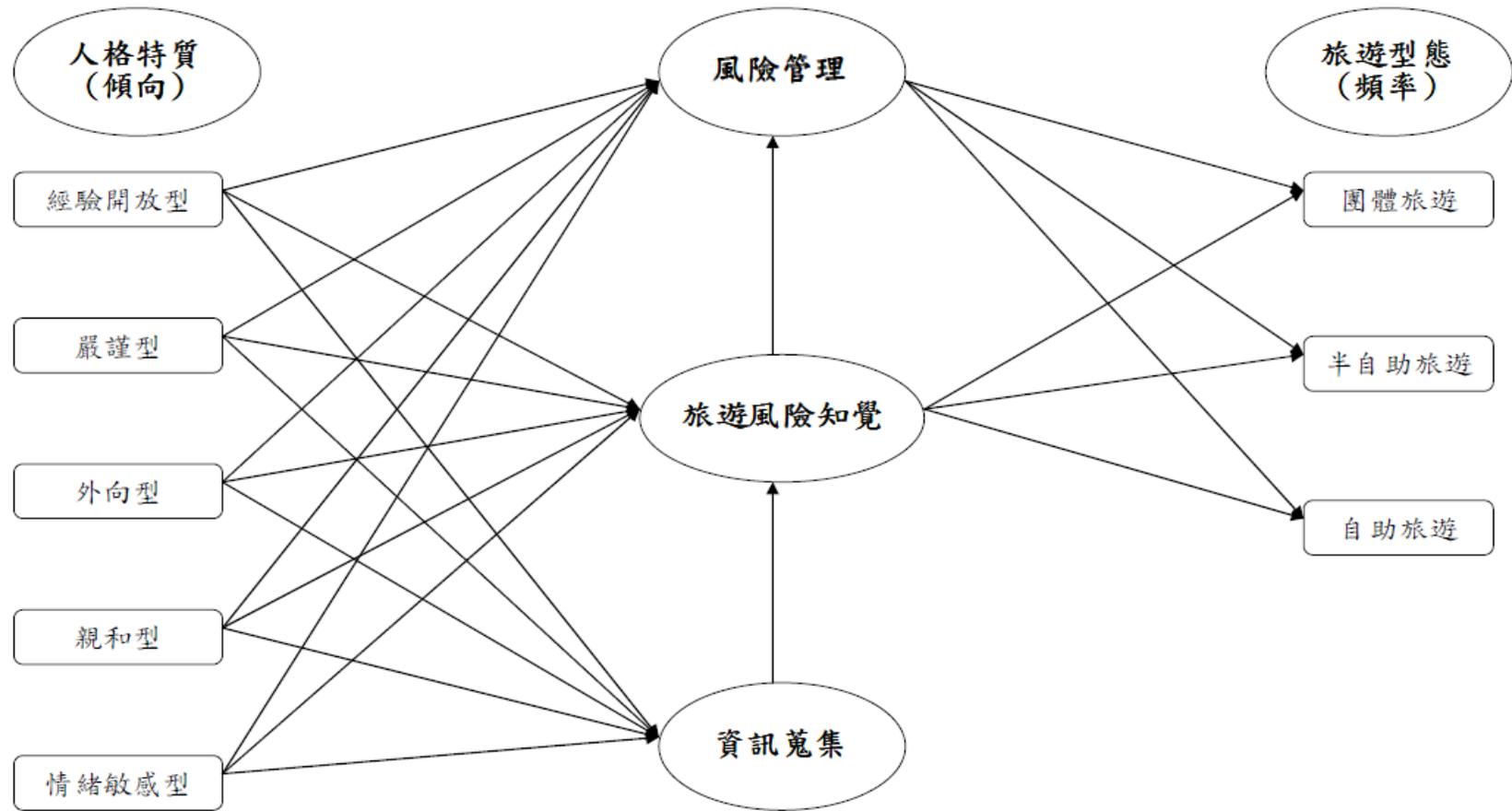


圖 4.1 研究結構模式概念圖

4.5.1 檢驗違犯估計

進行模式的配適評鑑之前，須先檢驗資料統計輸出的參數估計是否有違犯估計的情形產生，若發生違犯估計的情形，則表示整個模式是有問題存在，須先行處理。

由表4.19、4.20、4.21、4.22 可得知，本研究所有題項的標準化因素負荷量(SFL)介於0.59~0.89之間，皆小於0.95；標準誤介於0.04~0.06之間，也沒有太大的標準誤；t值介於10.72~19.93之間，皆大於1.96；，而誤差變異數介於0.21~0.64之間，全屬正；表示本研究模式並沒有違犯估計的現象。

表4.19 人格特質參數估計表

構面	問項	因素負荷量	標準誤	t值	誤差變異數
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	0.77	0.05	14.24***	0.41
	2. 我具創新能力。	0.73	0.06	12.73***	0.47
	3. 我能接受不同的觀念。	0.64	0.05	12.59***	0.59
嚴謹型	4. 我做事盡心負責。	0.74	0.05	15.25***	0.41
	5. 我會在時間內完成所交付的事情。	0.68	0.04	13.94***	0.49
	6. 我能專心的完成一件事。	0.71	0.05	14.64***	0.45
外向型	7. 我喜歡主動與人交談。	0.74	0.05	15.80***	0.45
	8. 我很容易交到朋友。	0.78	0.05	16.99***	0.39
	9. 我是個富有高度熱忱的人。	0.89	0.04	19.86***	0.21
親和型	10. 我是尊重他人的人。	0.75	0.04	16.53***	0.44
	11. 我是體貼的人。	0.84	0.04	19.31***	0.29
	12. 我會讚美別人。	0.77	0.05	16.83***	0.41
情緒敏感型	13. 我時常感到情緒低落。	0.65	0.05	12.69***	0.58
	14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	0.79	0.05	15.67***	0.37
	15. 我容易緊張。	0.70	0.05	14.02***	0.51

資料來源：本研究整理

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

表4.20 風險管理參數估計表

構面	問項	因素 負荷量	標準誤	t值	誤差 變異數
風險 確認	1. 我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外。	0.68	0.05	14.00***	0.51
	2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素。	0.67	0.05	13.54***	0.55
	3. 我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	0.83	0.05	18.02***	0.31
風險 衡量 與 決策	4. 我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	0.81	0.05	18.23***	0.34
	5. 我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可	0.79	0.04	18.01***	0.37
	6. 旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	0.71	0.05	15.21***	0.48
執行 評估	7. 我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法。	0.87	0.04	19.93***	0.25
	8. 我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	0.82	0.04	18.85***	0.32
	9. 我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	0.59	0.05	12.18***	0.64

資料來源：本研究整理

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

表4.21 旅遊風險知覺參數估計表

構面	問項	因素 負荷量	標準誤	t值	誤差 變異數
身體 風險	1. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	0.59	0.05	14.47***	0.43
	2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	0.77	0.05	14.76***	0.39
	3. 即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	-	-	-	-
財務 風險	4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	0.73	0.05	14.49***	0.46
	5. 旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	0.76	0.05	15.28***	0.41

表4.21 旅遊風險知覺參數估計表（續）

構面	問項	因素 負荷量	標準誤	t值	誤差 變異數
	6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）。	0.85	0.05	17.59***	0.28
服務 風險	7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	0.73	0.05	16.02***	0.46
	8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	0.76	0.05	17.01***	0.42
	9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	0.83	0.04	19.46***	0.31
	10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	0.84	0.04	19.49***	0.30
	11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	0.78	0.06	18.05***	0.39
時間 風險	12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	0.75	0.06	12.90***	0.43
	13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	0.75	0.06	12.69***	0.44
	14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	0.63	0.05	10.72***	0.59
醫療 風險	15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	0.80	0.05	15.66***	0.36
	16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	0.78	0.05	16.27***	0.38
	17. 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。	0.84	0.05	17.31***	0.29
行李 遺失 風險	18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	0.80	0.05	17.25***	0.36
	19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	0.73	0.05	14.92***	0.47
	20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	0.73	0.05	15.12***	0.45

資料來源：本研究整理

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

表4.22 資訊蒐集參數估計表

構面	問項	因素 負荷量	標準誤	t值	誤差 變異數
資訊 蒐集 程度	1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	0.70	0.05	13.95***	0.51
	2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	0.67	0.05	13.37***	0.54
	3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	0.83	0.05	16.80***	0.31

資料來源：本研究整理

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

4.5.2 模式配適度評鑑

從表4.23中得知本研究之模式配適度評鑑指標中絕對配適指標、相對配適指標及簡效配適指標數值大都符合良好配適度的標準，僅僅p值未符合標準值，而AGFI值雖未符合標準值，但亦相當接近。因此，模式的配適度評鑑的外在品質良好，符合一般學術研究的要求。

表4.23 模式配適度評鑑表

評鑑指標類型		判斷標準值	模式指標值
絕對配適 指標	χ^2	χ^2 越小越好 p值 ≥ 0.05	$\chi^2=575.5993$ p值 < 0.0001
	χ^2/df	< 3	1.8449*
	GFI	≥ 0.9	0.9195*
	AGFI	≥ 0.9	0.8857
	SRMR	≤ 0.08	0.0786*
	RMSEA	≤ 0.08	0.0443*
相對配適 指標	NNFI	≥ 0.9	0.9390*
	CFI	≥ 0.9	0.9562*
簡效配適 指標	PNFI	≥ 0.5	0.6533*
	PGFI	≥ 0.5	0.6595*

資料來源：本研究整理

註：*表示合乎標準值

4.5.3 模式內在結構配適度評鑑

模式內在結構適配度主要是在評量模式內估計參數的顯著程度、測量指標的信度、潛在變項的信度及效度等，可以說是模式的內在品質。本研究利用驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis, CFA）觀察模式各構面題項之組成信度(Composite Reliability, CR)與平均變異萃取量(Average Variance Extracted, AVE)，以及檢測模式各構面題項之標準化因素負荷量及t值的顯著性，來評鑑模式的內部一致性、收斂效度(convergent validity)與區別效度(discrimination validity)。CR是所有測量變項信度之組成，其值若大於大於0.7，則資料具有內部的一致性；AVE則在計算潛在變項之各測量變數對該潛在變項的平均變異解釋力，此一指標若大於0.5，即表示此一測量具有一定的效度。

由表4.24、4.25、4.26、4.27、4.28、4.29可得知，本研究模式中潛在變項的組成信度CR值大都大於0.7，各變項的平均變異萃取量AVE也都大於0.5的建議值，顯示各變項內部一致性高，均符合信度標準且具有收斂效度。各個潛在變項所估計的參數t值都高於1.96，均達到顯著水準；標準化因素負荷量介於0.59~0.93之間，所有的觀察變項也都能反映其所建構的潛在變項，表示模式的內在品質佳。由各項數據顯示本研究的模式內在結構適配度良好。

區別效度是將兩個不同的構面經由相關分析的檢測後，彼此的相關程度低，則表示此兩構面具有區別效度。每一個構面的AVE平方根大於各構面的相關係數之個數，至少須佔整體的比較個數75%以上(Hairs, et al. 1998)。由表4.30所示，各構面之AVE的平方根介於0.71~0.81之間，大於各構面間的相關係數，分析結果顯示各構面皆滿足判斷準則，顯示此三

份量表具有區別效度。

經過上述的模式評鑑過程後，從模式的配適度、各題項的組成信度、標準化因素負荷量、收斂效度與區別效度的驗證，整體而言，概念性模型的內、外在品質頗佳，適合進行下一步驟的結構模型分析，以驗證各潛在變數間的因果關係。

表4.24 人格特質一階驗證性分析表

構面	問項	因素負荷量	t值	誤差變異數	CR值	AVE
經驗開放型	1. 我是不斷追求成長的人。	0.77	14.24	0.41	0.76	0.51
	2. 我具創新能力。	0.73	12.73	0.47		
	3. 我能接受不同的觀念。	0.64	12.59	0.59		
嚴謹型	4. 我做事盡心負責。	0.74	15.25	0.41	0.77	0.53
	5. 我會在時間內完成所交付的事情。	0.68	13.94	0.49		
	6. 我能專心的完成一件事。	0.71	14.64	0.45		
外向型	7. 我喜歡主動與人交談。	0.74	15.80	0.45	0.85	0.65
	8. 我很容易交到朋友。	0.78	16.99	0.39		
	9. 我是個富有高度熱忱的人。	0.89	19.86	0.21		
親和型	10. 我是尊重他人的人。	0.75	16.53	0.44	0.83	0.62
	11. 我是體貼的人。	0.84	19.31	0.29		
	12. 我會讚美別人。	0.77	16.83	0.41		
情緒敏感型	13. 我時常感到情緒低落。	0.65	12.69	0.58	0.76	0.51
	14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	0.79	15.67	0.37		
	15. 我容易緊張。	0.70	14.02	0.51		

資料來源：本研究整理

表4.25 風險管理一階驗證性分析表

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
風險 確認	1. 我了解旅遊活動中不可避免 存在各種可能的突發意外。	0.68	14.00	0.51	0.78	0.54
	2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活 動存在各種的風險因素。	0.67	13.54	0.55		
	3. 我了解在規劃旅遊行程時各 種突發狀況的影響性。	0.83	18.02	0.31		
風險 衡量 與 決策	4. 我能從各種相關資訊中了解 旅遊活動可能發生的各種風險。	0.81	18.23	0.34	0.82	0.60
	5. 我可以從旅遊活動地點的環 境、設施與服務等因素判斷風險 發生的可能性。	0.79	18.01	0.37		
	6. 旅遊活動地點的環境設施與 服務人員專業等因素是我判斷 風險發生機率的重要依據。	0.71	15.21	0.48		
執行 評估	7. 我能從各種相關資訊中找出 規避旅遊活動各種風險的方法。	0.87	19.93	0.25	0.81	0.60
	8. 我能從以往的旅遊經驗中找 出解決旅遊活動各種風險的方 法。	0.82	18.85	0.32		
	9. 我在從事旅遊活動時有購買 旅遊保險以分攤旅遊風險的習 慣。	0.59	12.18	0.64		

資料來源：本研究整理

表4.26 風險管理二階驗證性分析表

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
風險 管理	風險確認	0.77	15.43	0.39	0.86	0.68
	風險衡量與決策	0.89	25.97	0.22		
	執行評估	0.81	20.41	0.34		

資料來源：本研究整理

表4.27 旅遊風險知覺一階驗證性分析表

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
身體 風險	1. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	0.59	14.47	0.43	0.74	0.59
	2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	0.77	14.76	0.39		
	3. 即使天氣不好,我仍會完成旅遊行程。	-	-	-		
財務 風險	4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	0.73	14.49	0.46	0.83	0.61
	5. 旅遊行程可能會造成財物損失,如錢或車失竊。	0.76	15.28	0.41		
	6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本(如:小費、匯率、購物、意外損失等)。	0.85	17.59	0.28		
服務 風險	7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	0.73	16.02	0.46	0.89	0.62
	8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	0.76	17.01	0.42		
	9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	0.83	19.46	0.31		
	10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	0.84	19.49	0.30		
	11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	0.78	18.05	0.39		
時間 風險	12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	0.75	12.90	0.43	0.76	0.51
	13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	0.75	12.69	0.44		
	14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	0.63	10.72	0.59		

表4.27 旅遊風險知覺一階驗證性分析表（續）

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
醫療 風險	15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	0.80	15.66	0.36	0.85	0.66
	16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	0.78	16.27	0.38		
	17. 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。	0.84	17.31	0.29		
行李 遺失 風險	18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	0.80	17.25	0.36	0.80	0.57
	19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	0.73	14.92	0.47		
	20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	0.73	15.12	0.45		

資料來源：本研究整理

表4.28 旅遊風險知覺二階驗證性分析表

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
旅遊 風險 知覺	身體風險	0.80	4.90	0.36	0.93	0.70
	財務風險	0.84	6.55	0.30		
	服務風險	0.90	6.81	0.18		
	時間風險	0.76	4.73	0.42		
	醫療風險	0.79	5.79	0.38		
	行李遺失風險	0.93	8.16	0.12		

資料來源：本研究整理

表4.29 資訊蒐集一階驗證性分析表

構面	問項	因素 負荷量	t值	誤差 變異數	CR值	AVE
資訊搜尋程度	1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	0.70	13.95	0.51	0.78	0.55
	2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	0.67	13.37	0.54		
	3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	0.83	16.80	0.31		

資料來源：本研究整理

表4.30 區別效度檢定表

構面	項目數	AVE 平方根及相關係數															
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
A 經驗開放型	3	0.71															
B 嚴謹型	3	0.40	0.73														
C 外向型	3	0.51	0.40	0.81													
D 親和型	3	0.44	0.53	0.53	0.79												
E 情緒敏感型	3	-0.05	-0.11	-0.07	-0.01	0.71											
F 風險的確認	3	0.22	0.29	0.16	0.23	-0.06	0.73										
G 衡量與決策	3	0.30	0.39	0.29	0.32	-0.10	0.59	0.77									
H 執行與評估	3	0.30	0.36	0.32	0.33	-0.07	0.47	0.71	0.77								
I 身體風險	3	0.13	0.19	0.10	0.18	0.05	0.47	0.32	0.31	0.77							
J 財務風險	3	0.08	0.03	0.06	0.06	0.22	0.30	0.11	0.14	0.38	0.78						
K 服務風險	5	0.09	0.19	0.10	0.10	0.23	0.13	0.19	0.19	0.31	0.41	0.79					
L 時間風險	3	-0.6	-0.04	-0.05	-0.11	0.15	0.18	-0.04	-0.07	0.08	0.32	0.36	0.71				
M 醫療風險	3	0.14	0.24	0.19	0.19	0.08	-0.01	0.18	0.20	0.35	0.22	0.36	0.14	0.81			
N 行李遺失風險	3	0.09	0.15	0.09	0.13	0.20	0.26	0.10	0.10	0.29	0.33	0.51	0.29	0.47	0.75		
O 資訊蒐集程度	3	0.22	0.13	0.17	0.17	-0.06	0.15	0.23	0.28	0.20	0.17	0.08	0.11	0.16	0.11	0.74	

註1：對角線之值為此一潛在變數之平均變異萃取量(AVE)的平方根。

資料來源：本研究整理

4.6 研究假說之檢定

本研究依據實證分析結果，進行研究假說之檢定與效果推論，詳如表4.31、4.32、4.33、4.34、4.35、4.36、4.37所示。研究之結論如下：

H1：不同人格特質的遊客對風險管理的態度有不同程度的影響。

如表4.31所示，五大人格特質中的「嚴謹型」對風險管理的路徑值為0.23，t值為2.53，大於1.96之標準，故本研究之假說H1部分成立，分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質越高，對旅遊風險管理的態度有更為顯著之相關。嚴謹型人格特質是人際關係傾向的一個維度，通常會具有謹慎小心、努力工作、成就導向、不屈不撓、有始有終、負責守時、有組織規劃、企圖心強及專注細心的特性。風險管理是為評估與確認可能發生的潛在風險，進而選用適當的風險管理方法，來加以控制、減輕風險，以安定個體或組織之生活與心理。

在旅遊活動過程中，嚴謹型人格特質的遊客可能因個性謹慎，具有實事求是、追根究柢、面面俱到、有始有終的特性，對於外在的事物有較高的注意力與感受力，因此對旅遊活動的風險管理可能較其他人格特質的遊客有更高的要求標準，也更能掌握各種可能的旅遊風險，並能正確判斷與立即反應。因此嚴謹型人格特質對風險管理有顯著影響。

表4.31 人格特質對風險管理路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H1-1	經驗開放型→風險管理	顯著	0.06	0.74	不成立
H1-2	嚴謹型→風險管理	顯著	0.23	2.53	成立
H1-3	外向型→風險管理	顯著	0.05	0.52	不成立
H1-4	親和型→風險管理	顯著	0.07	0.77	不成立
H1-5	情緒敏感型→風險管理	顯著	-0.05	-0.66	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H2：不同人格特質的遊客對風險知覺的感受有不同程度的影響。

旅遊風險知覺為遊客在旅遊過程或行程中對於相關服務條件可能感受之風險，如身體風險、財務風險、服務風險、時間風險、醫療風險、行李遺失風險等等之強度、發生機率、影響範圍與可能影響等進行評估的過程。

如表4.32所示，五大人格特質中的「嚴謹型」對旅遊風險知覺的路徑值為0.16，t值為1.98，大於1.96之標準，故本研究之假說H2部分成立，分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質越高，也就是較具有謹慎細心、做事週延、負責守時、努力工作、有始有終、企圖心強等特質的遊客，對旅遊風險知覺的認知與感受有更為顯著之相關。

在旅遊活動過程中，具嚴謹型人格特質的遊客可能因個性較為謹慎，實事求是、追根究柢、面面俱到、有始有終的特性，對於外在環境的事物有較高的注意力與感受力，因此對於旅遊活動可能發生的風險較其他人格特質的遊客更具敏感度，也更能充分掌握旅遊風險相關的資訊，並能正確地判斷與立即性的反應。因此嚴謹型人格特質對旅遊風險知覺有顯著影響。

表4.32 人格特質對旅遊風險知覺路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H2-1	經驗開放型→旅遊風險知覺	顯著	-0.08	-0.92	不成立
H2-2	嚴謹型→旅遊風險知覺	顯著	0.16	1.98	成立
H2-3	外向型→旅遊風險知覺	顯著	0.08	0.84	不成立
H2-4	親和型→旅遊風險知覺	顯著	0.03	0.29	不成立
H2-5	情緒敏感型→旅遊風險知覺	顯著	0.10	1.36	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H3：不同人格特質的遊客對資訊蒐集的態度有不同程度的影響。

資訊蒐集乃是指一個有主見之人在某一既定情況下，思考應否採取行動以及如何採取行動時，所產生之行為。當需要資訊來解決問題時，會先進行內部資訊蒐尋（記憶掃瞄），而當發現資訊不足時，就會進行外部的資訊搜尋，以取得解決問題所需要的足夠資訊。外部搜尋則又細分為資訊蒐集程度及資訊來源。資訊搜尋程度指的是資訊來源的多寡及其在搜尋過程中所花費的時間。

如表4.33所示，五大人格特質中的「嚴謹型」對旅遊風險知覺的路徑值為0.21，t值為2.54，大於1.96之標準，故本研究之假說H3部分成立，分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質越高，也就是較具有謹慎細心、做事週延、負責守時、努力工作、有始有終、企圖心強等特質的遊客，對資訊蒐集的態度有更為顯著之相關。

在旅遊活動的過程中，具嚴謹型人格特質的遊客因個性謹慎，實事求是、追根究柢、面面俱到、有始有終的特性，對於外在的事物有較高的注意力與感受力，因此對於旅遊活動相關的資訊蒐尋可能較其他人格特質的遊客更為積極、更具敏感度，也更能充分掌握旅遊相關資訊的廣度與深度，並且能正確判斷與立即反應。因此嚴謹型人格特質對資訊蒐集有顯著影響。

而具備其他人格特質的遊客，對於資訊蒐集的態度與程度之影響則較不顯著，分析其原因可能為網路的普及造成資訊蒐集的便利，遊客在平時就可能已經對旅遊相關的資訊如旅遊地點的社會、經濟、交通、氣候、醫療與住宿有相當的蒐集，因此對於各種旅遊資訊的需求表現得較不強烈。

表4.33 人格特質對資訊蒐集路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H3-1	經驗開放型→資訊蒐集	顯著	0.04	0.42	不成立
H3-2	嚴謹型→資訊蒐集	顯著	0.21	2.54	成立
H3-3	外向型→資訊蒐集	顯著	-0.03	-0.32	不成立
H3-4	親和型→資訊蒐集	顯著	-0.08	-0.89	不成立
H3-5	情緒敏感型→資訊蒐集	顯著	0.04	0.60	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H4：不同旅遊風險知覺的遊客對風險管理的態度有不同程度的影響。

如表4.34所示，旅遊風險知覺對風險管理的路徑值為0.23，t值為2.69，大於1.96之標準，故本研究之假說H4部分成立，表示遊客對旅遊風險的知覺如身體風險、財務風險、服務風險、時間風險、醫療風險、行李遺失風險等各種風險的感受越高，也就是越能察覺到風險發生的可能性及推測其可能衍生的後果，對風險管理之態度與做法如風險的判斷與確認、風險的衡量與決策、策略的執行與評估就更加謹慎積極，因此旅遊風險知覺對風險管理的態度有顯著之相關。

表4.34 旅遊風險知覺對風險管理路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H4	旅遊風險知覺→風險管理	顯著	0.23	2.69	成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H5：不同資訊蒐集態度的遊客對風險知覺的感受有不同程度的影響。

如表4.35所示，資訊蒐集態度對風險知覺的路徑值為0.05，t值為0.63，小於1.96之標準，故本研究之假說H5不成立，分析結果表示遊客的資訊蒐集態度與程度對旅遊風險知覺的認知與感受並無顯著之相關。

分析其原因，可能為網路的普及造成資訊蒐集的便利，遊客在平時就可能已經對旅遊相關的資訊如旅遊地點的社會、經濟、交通、氣候、醫療與住宿有相當的了解，因此對於各種可能的旅遊風險早已有因應與準備，對風險知覺的認知並無特別之感受。

表4.35 資訊蒐集態度對風險知覺路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H5	資訊蒐集→旅遊風險知覺	顯著	0.05	0.63	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H6：不同風險管理態度的遊客對旅遊型態有不同程度的影響。

如表4.36所示，風險管理對旅遊型態的t值皆小於1.96之標準，故本研究之假說H6部分皆不成立，分析結果表示遊客的風險管理的態度如風險的確認、衡量與決策、執行與評估對團體旅遊、半自助旅遊、自助旅遊等不同旅遊型態的選擇並無顯著之相關。

分析其原因，可能因95.72%的遊客已購買人壽保險，94.39%的遊客已購買意外保險，而有86.63%的遊客每年會再投保住院醫療保險，表示多數遊客已具有保險的觀念，對於意外傷害與住院醫療也都有相當程度的重視，因此對於各種旅遊型態可能發生的旅遊風險，遊客認為平時已有因應與準備，因此遊客的旅遊風險管理對旅遊型態並無顯著之影響。

表4.36 風險管理對旅遊型態路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H6-1	風險管理→團體旅遊	顯著	-0.01	-0.04	不成立
H6-2	風險管理→半自助旅遊覺	顯著	0.08	0.43	不成立
H6-3	風險管理→自助旅遊	顯著	-0.04	-0.12	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

H7：不同旅遊風險知覺的遊客對旅遊型態有不同程度的影響。

如表4.37所示，旅遊風險知覺對團體旅遊的路徑值為0.21，t值為2.58，大於1.96之標準，故本研究之假說H7部分成立，分析結果表示遊客旅遊風險知覺如身體風險、財務風險、服務風險、時間風險、醫療風險、行李遺失風險等各種風險的認知與感受，對團體旅遊形態的選擇有顯著之相關。

分析其原因，遊客旅遊風險的知覺與感受，對於團體旅遊、半自助旅遊與自助旅遊等旅遊型態的選擇，可能受到「嚴謹型」的人格特質的影響。嚴謹型人格特質具有謹慎小心、個性保守、負責守時、組織規劃、企圖心強及專注細心的特性。對於外在環境的事物有較高的注意力與感受力，且對於旅遊活動可能發生的風險較其他人格特質的遊客更具敏感度。因此在選擇旅遊型態時，容易偏向行程明確、緊湊有效率、不用傷神計畫，相較之下較為安全簡單、風險較低的團體旅遊形態。此與本研究人格特質之統計分析中受訪者多數是具有「嚴謹型」的人格特質之結果相吻合。

表4.37 旅遊風險知覺對旅遊型態路徑關係檢定表

假說	路徑	預期結果	路徑值	t值	假說成立與否
H7-1	旅遊風險知覺→團體旅遊	顯著	0.21	2.58	成立
H7-2	旅遊風險知覺→半自助旅遊	顯著	-0.31	-1.49	不成立
H7-3	旅遊風險知覺→自助旅遊	顯著	0.02	0.07	不成立

資料來源：本研究整理

註：*表示 $P < 0.05$ ，**表示 $P < 0.01$

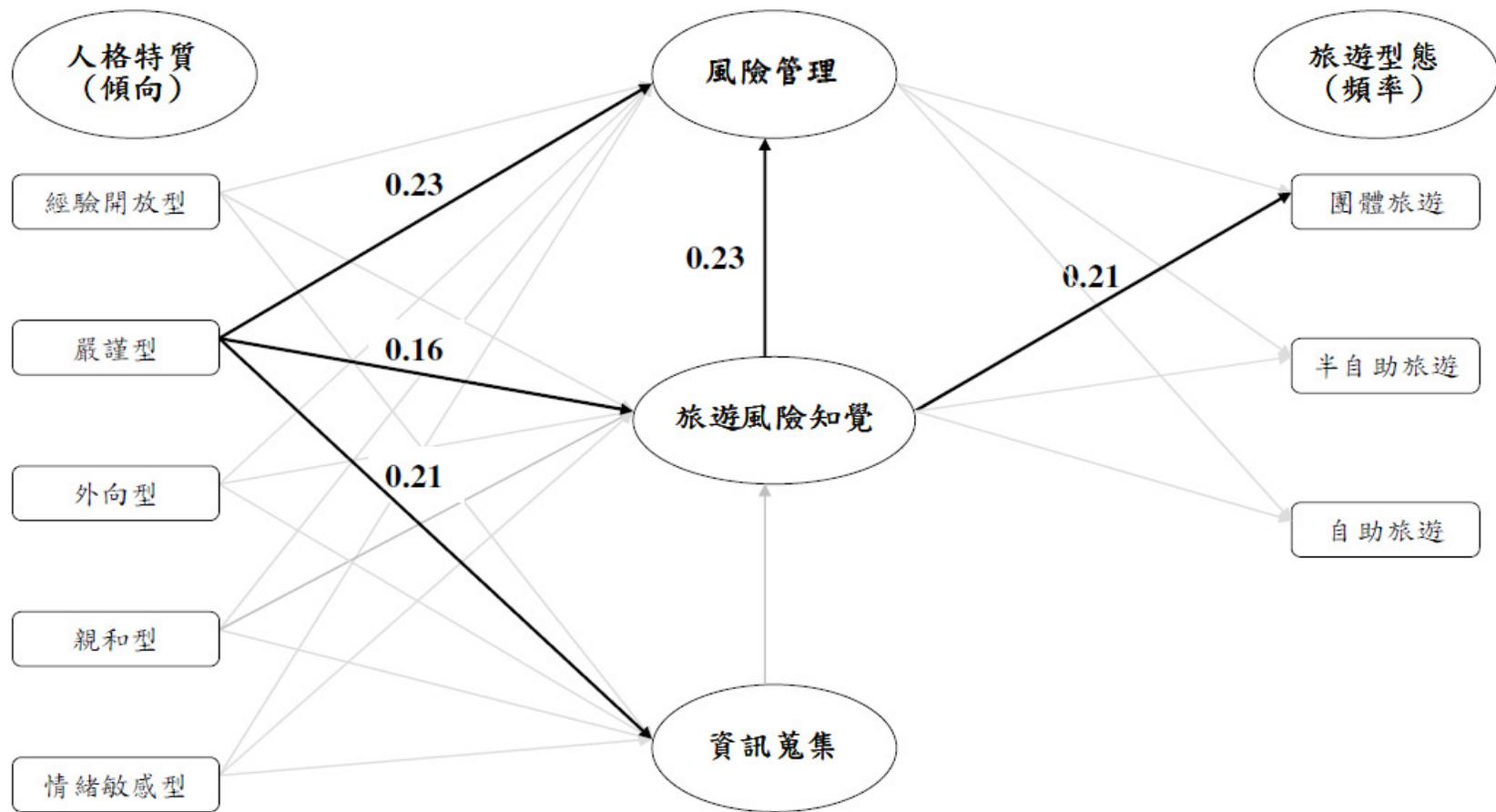


圖 4.2 研究結構模式路徑圖

第五章 結論與建議

本章依據研究架構與目的為發展基礎，探討遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響，根據研究結果加以分析討論，提出研究結論及實質建議，以供各相關單位與後續研究者參考。

5.1 研究結論

本研究的目的是在建構遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響關係，以及瞭解遊客之社經背景基本資料及人格特質。根據研究結果與討論分析，獲得的結論分述如下：

一、遊客的基本屬性與人格特質分析

由研究樣本之基本屬性分析可知，受訪樣本中年齡大多是31-40歲及41-50歲的青壯年，具有大專/大學的高等學歷及中高所得，從事公教或金融業的已婚女性，會與家人、朋友一年一次出國或在國內平均一年3-4次以團體旅遊或自助旅遊的方式前往旅遊。

由樣本敘述性統計分析中顯示，在五大人格特質中，平均數最高者為「嚴謹型」(4.13)，其次是「親和型」(4.02)。在風險管理的變項中，平均數最高者為「風險確認」(4.10)。而在旅遊風險知覺構面中，平均數最高者為「醫療風險」(3.92)，其次是「行李遺失風險」(3.76)。在資訊蒐集的題項中，平均數最高者為「我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料」(3.91)。

由此結果可得知，大多數受訪的遊客具有嚴謹與親和的人格特質，普遍認為旅遊活動中不可避免存在著各種可能發生的突發狀況與意外，

並且能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險，對於旅遊行程中可能發生之醫療事故和行李遺失的擔心是比較強烈的，而平時就會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料，對於旅遊活動的相關資料總是不會嫌太多，而且在平常時就會收集旅遊相關的資料，為下一次的旅遊活動預做準備。

二、人格特質對風險管理的影響

本研究將五大人格特質應用在遊客的風險管理分析中，由路徑分析結果顯示，五大人格特質中僅嚴謹型人格特質對風險管理有顯著影響，其餘特質則沒有。分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質表現越顯著，在風險管理的態度及做法表現上越有正向積極的表現。

在旅遊活動過程中，具嚴謹型人格特質的遊客可能因個性較為謹慎，且具有實事求是、追根究底、面面俱到、有始有終的特性，對於外在環境的事物有較高的注意力與感受力，因此對於旅遊活動的風險管理可能較其他人格特質的遊客有更高的要求標準，也更能充分掌握各種可能發生的旅遊風險，並能正確地判斷與立即性的反應。因此嚴謹型人格特質對風險管理有顯著影響。

三、人格特質對旅遊風險知覺的影響

旅遊風險知覺為遊客在旅遊過程或行程中對於相關服務條件可能感受風險之強度、發生機率、影響範圍與可能影響等進行評估的過程。由路徑分析結果顯示，五大人格特質中僅嚴謹型人格特質對旅遊風險知覺有顯著影響，其餘特質則沒有。分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質表現越顯著，在旅遊風險知覺的認知及感受上越有正向積極的表現。

在旅遊活動過程中，具嚴謹型人格特質的遊客對於旅遊活動可能發

生的風險較其他人格特質的遊客更具敏感度，也更能充分掌握旅遊風險相關的資訊，並能正確地判斷與立即性的反應。因此嚴謹型人格特質對旅遊風險知覺有顯著影響。

四、人格特質對資訊蒐集的影響

資訊蒐集乃是指一個有主見之人在某一既定情況下，思考應否採取行動以及如何採取行動時，所產生之行為。由路徑分析結果顯示，五大人格特質中僅嚴謹型人格特質對資訊蒐尋有顯著影響，其餘特質則沒有。分析結果表示遊客的人格特質中嚴謹型的特質表現越顯著，在資訊蒐尋得態度與程度上越有正向積極的表現。

在旅遊活動過程中，具嚴謹型人格特質的遊客對於外在環境的事物有較高的注意力與感受力，因此對於旅遊活動相關的資訊蒐尋可能較其他人格特質的遊客更為積極、更具敏感度，也更能充分掌握資訊的廣度與深度，並能正確地判斷與立即性的反應。因此嚴謹型人格特質對資訊蒐集有顯著影響。

五、旅遊風險知覺對風險管理態度的影響

由路徑分析結果顯示，旅遊風險知覺對風險管理有顯著影響，表示遊客對旅遊風險的知覺感受越高，也就是越能察覺到風險發生的可能性及推測其可能衍生的後果，對風險管理之態度與做法如風險的判斷與確認、風險的衡量與決策、策略的執行與評估就更加謹慎積極，因此旅遊風險知覺對風險管理的態度有顯著之相關。

六、旅遊風險知覺對旅遊型態的影響。

由路徑分析結果顯示，遊客旅遊風險知覺對團體旅遊形態的選擇有顯著之相關。分析其原因，遊客旅遊風險的知覺與感受，對於團體旅遊、半自助旅遊與自助旅遊等旅遊型態的選擇，可能受到「嚴謹型」的人格

特質的影響。嚴謹型人格特質的遊客在選擇旅遊型態時，容易偏向行程明確、緊湊有效率、不用傷神計畫，且相較之下較為安全簡單、風險較低的團體旅遊形態。此與本研究人格特質之統計分析中受訪者多數是具有「嚴謹型」的人格特質之結果相吻合。

七、旅遊保險消費行為特性分析

由分析結果可知絕大部分的遊客不論是選擇以信用卡刷卡或是以付現金的方式繳交團費，除了旅行社或信用卡附加的旅遊保險之外，都會另外再購買旅遊保險，以增加旅遊活動時的保障，並降低發生風險時的負擔。而遊客沒有投保旅遊保險的原因以「附加的旅遊保險商品已足夠」居多，顯示沒有另外購買旅遊保險的遊客中，多數認為旅行社或信用卡附加的旅遊保險項目與額度，已能滿足整個旅遊活動中的需求，不需另外再購買。

大部分遊客的旅遊保險訊息主要來源為保險業者與旅行業者之服務人員，網際網路的資源也佔了不小的比例。而遊客旅遊保險的購買方式也大致與訊息來源相互對應，除了旅遊團費當中已有附加的旅遊保險之外，遊客大多會向保險從業人員簽單購買旅遊保險，也有不少遊客在出發前於機場保險公司的服務櫃檯簽單購買。在選擇旅遊保險的投保公司時，主要是以旅遊保險契約的內容是否完善齊全，以及保險公司的企業形象、信譽評價等二個因素為主要的考量指標；另外在保險服務人員的專業素養、服務態度、服務品質與外在形象等方面亦是影響遊客選擇旅遊保險的投保公司的重要因素。

多數遊客在規劃或進行旅遊活動時，其所重視的旅遊保險項目及內容，與實際所購買的保險種類相符。而遊客對於「飛行安全保障」、「責任風險保障」、「急難救助」、「行李遺失、班機延誤」等保險項目的

重視程度與實際投保的比例顯得較低，推測其原因可能是遊客認為此類的意外或風險，在以信用卡消費或旅遊業者所附加的旅遊保險商品中的保障已經足夠，或是發生機率不大，以及此類為非立即性之人身傷害及風險等因素。

多數遊客在投保份數與保險額度上並非特別高，此與遊客投保旅遊保險原因以「不怕一萬、只怕萬一的預防心理」、「增加自己的保障」兩者居多的分析結果相符。且絕大多數的遊客並未申請過旅遊保險的相關理賠。多數遊客對本身所購買的旅遊保險滿意度並沒有特別強烈的表現；表示願意在下次旅遊時繼續向同一家保險公司投保旅遊保險的遊客也不在少數；而遊客對保險理賠不滿意的原因，主要為原本預期的保險服務沒有完全兌現，其次為理賠手續繁雜。原因可能是因為遊客覺得找同一家保險公司投保旅遊保險比較習慣或方便，也因此缺乏與其他保險公司或保險內容比較，因而對旅遊保險的滿意度並沒有特別強烈的感覺；而雖有部份遊客表示對其旅遊保險不滿意，但因只佔樣本的極少數，並不影響整體遊客再保之意願。

分析結果顯示有絕大多數的遊客已經有購買人壽保險與意外保險，而每年會另外再投保住院醫療保險的遊客比例也不少，表示多數遊客皆已具有保險的觀念，對於意外傷害與住院醫療也都有相當程度的重視。此與人格特質之統計分析顯示受訪者當中多數是具有「嚴謹型」的人格特質之結果相吻合。

5.2 研究建議

針對本研究結果提出以下建議：

1. 遊客在進行旅遊活動的規劃時，旅遊與保險相關業者可以多提供遊

客旅遊正確且充份的旅遊保險相關資訊，讓遊客能更充分了解旅遊行程中由旅遊與保險相關業者所提供的保險保障內容與不足之處，以做為決定是否增加投保項目及額度之參考。並促進遊客對旅遊保險內容的了解與重視，進而能強化遊客的旅遊保險觀念與正面評價，帶動整體旅遊保險的發展，提升遊客從事旅遊活動時的保障。

2.機場中保險業者設置的服務櫃檯是遊客購買旅遊平安保險的管道之一。保險相關業者除了在機場設置服務櫃台之外，亦可在機場放置、張貼各種型態的廣告，以增加旅遊保險訊息出現的頻率及提醒遊客旅遊保險的重要性，如此應可增進遊客對保險公司之認知並提高遊客購買旅遊保險之比例。

3.本研究結果顯示「嚴謹型」人格特質的遊客，對於「風險管理」、「旅遊風險知覺」、「資訊蒐集」等有顯著影響。保險相關業者可以設計多元的旅遊保險產品，針對不同人格特質及旅遊型態的遊客之屬性及需求，給予遊客更多樣的投保選擇；而投保方式除一般向保險服務人員或旅行社辦理的方式以外，可多研擬及提供方便、多元的方式，如電話語音、網路申辦或其他方式以簡化投保流程、節省辦理時間，以增加其投保便利性，進而增加遊客旅遊保險的購買動機。

4.本研究結果顯示遊客旅遊風險知覺與風險管理態度有顯著的相關，兩者進而可能會對遊客的旅遊保險行為產生顯著的影響。遊客在規劃旅遊活動時，可從增強旅遊風險知覺與強化風險管理的角度切入，加強自身的保險觀念與風險認知，了解從事旅遊活動時可能遭遇之風險種類及強度；以及在旅遊行程中可獲得之旅遊保障與額外購買的保險契約所提供的保障內容，並依不同之旅遊活動性質及條件規劃合適的旅遊保險內容。

5.3 後續研究建議

1.根據交通部觀光局對國人旅遊狀況調查中可發現，目前國人在國內外旅遊的比例逐年提升，也帶動觀光旅遊業的蓬勃發展，在本次研究中，研究者並沒有將遊客的族群分類、旅遊地點與保險消費的意願及動機做更進一步的差異性分析，或許後續研究者可從這個部分著手，提供更多旅遊保險消費行為的相關發現，供相關單位參考，以帶動旅遊保險的發展，提升遊客在從事旅遊活動時的保障。

2.本研究以量化研究來探究遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集等因素對旅遊保險消費行為之影響。但旅遊保險消費行為之影響因素及調查方式相當複雜，造成受訪者問卷填答之意願不高與資料統計分析之困難。後續研究者或許可以從其他的角度思考，對旅遊保險消費行為的調查研究方式作更深層的探究，以獲得更詳盡正確的訊息。

參考文獻

一、中文部分

- 1.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所碩士論文。
- 2.王儷玲、劉邦寧（2008），保險規劃—典通，台北市：上旗文化事業股份有限公司。
- 3.古素瑩（2004），海外自助旅行動機、風險與價值之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 4.交通部觀光局(2013年3月20日)，2011年國人旅遊狀況調查，資料引自 <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>
- 5.交通部觀光局(2013年3月20日)，2012年觀光統計年報，資料引自 <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>
- 6.江佩洵（2006），來華國際青年旅遊者生活型態、旅遊類型以及旅遊風險認知對其旅遊滿意度影響之研究，銘傳大學觀光研究所碩士論文。
- 7.李福隆（2007），旅遊活動之風險管理，風險與保險，14期，60-64頁。
- 8.吳蔓莉（2003），國人出國旅遊對旅遊風險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所碩士論文。
- 9.吳蕙君（2008），醫院高危險群作業人員對作業場所危害風險知覺之研究—以台北市某醫學中心為例，淡江大學公共行政學系碩士論文。
- 10.岑淑筱、林佳穎（2010），組織文化、管理者人格特質與領導型態關係之研究—以觀光產業為例，島嶼觀光研究，3卷3期，26-50頁。
- 11.宋明哲（1990），現代風險管理，台北市：五南書局。
- 12.宋明哲（2000），風險管理，台北市：五南書局。
- 13.汪明生、方之光（1994），公眾對開發建設之風險知覺與其管理-以高

- 雄地區公眾為例，管理科學學報，11卷1期，1-23頁。
- 14.周子敬（2010），SAS 在統計學的應用，台北市：五南書局。
 - 15.周文賢（2002），多變量統計分析，台北市：智勝文化事業。
 - 16.周百隆、姚振華（2007），風險知覺、消費決策與旅遊保險之研究—以中國旅遊為例，台灣風險與保險學會第一屆學術研討會，台灣風險與保險學會。
 - 17.周吳添發行，「風險管理與保險規劃」研發小組主編（2007），風險管理與保險規劃，台北市：宏典文化出版股份有限公司。
 - 18.邱強（2001），人格特質與決策危機，遠見雜誌，186卷1期，13-15頁。
 - 19.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。
 - 20.邱慧珊（2009），風險知覺、金錢態度與因應行為關聯性之研究—以台灣家禽業者為例，國立台北大學合作經濟學系碩士論文。
 - 21.林芝怡（2005），國中生人格特質、休閒活動與幸福感之相關研究，高雄師範大學教育系研究所碩士論文。
 - 22.林佩臻（2010），自助旅遊者之旅遊擔心與因應策略，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
 - 23.林琍羨（2001），消費者購買海外旅遊產品前資訊搜集策略研究，世新大學觀光學系研究所碩士論文。
 - 24.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。
 - 25.李光朗（2007），國內外共同基金投資人、股票投資人對海外共同基金之人格特質、風險知覺、風險態度、採納行為與投資績效之比較分析，大葉大學國際企業管理學系碩士論文。

- 26.李美枝(2010),氣稟、人格特質與社會化,人文與社會科學簡訊,11卷4期,121-127頁。
- 27.李淑菁(2000,3月),自助旅行附加價值無限,旅訊,70期,4-7頁。
- 28.李雯娣(2000),國小兒童性格特質之研究,國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 29.洪永恕(2008),屏東縣小學教師體育課風險管理認知與實施之研究,國立屏東教育大學體育學系碩士論文。
- 30.施致平(2002),體育運動與法律問題,學校體育雙月刊,11卷3期,13-20頁。
- 31.范碧珍(2000),網路人旅遊意願大調查,突破雜誌,177期,72-75頁。
- 32.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,逢甲大學保險研究所碩士論文。
- 33.孫慶文(1998),海外旅遊安全與安全教育,台灣教育,282卷596期,17-21頁。
- 34.凌氾寶、康裕民、陳森松(1998),保險學-理論與實務,二版,台北市:華泰文化。
- 35.許文彥(2008),保險學-風險管理與保險,台北市:新陸書局股份有限公司。
- 36.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,逢甲大學保險研究所碩士論文。
- 37.許雯珊(2008),訊息信任度、風險知覺與風險降低偏好度之關聯分析—以台灣禽流感為例,國立台北大學合作經濟學系碩士論文。

- 38.許耀鴻(2012)，國內旅遊風險管理之研究-以國家公園風景區為例，國防大學管理學院運籌管理學系碩士論文。
- 39.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。
- 40.曾明遜(1994)，淺論鄰避設施的風險知覺，人與地，126期，36-40頁。
- 41.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。
- 42.郭亮好(2012)，人格特質、理財態度與旅遊型態之關聯性研究-以雲林縣國中小女性教師為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
- 43.張同廟、劉維群(2007)，五大人格特質與領導能力之關係探討-以台南地區大學校院社學生團幹部為例，高雄餐旅學院學報，9卷1期，35-61頁。
- 44.張郁卿(2006)，保險公司電視廣告訴求對象差異對廣告效果之研究-以台灣某保險公司為例，逢甲大學保險研究所碩士論文。
- 45.張春雄主編，李國賓、張麗娟、周惠珍、劉美芳編著(2011)，風險管理-含保險概要，台北市：鼎茂圖書出版股份有限公司。
- 46.張春興(2002)，現代心理學，台北市：東華書局。
- 47.張清標、鄭玉珠、劉彥良(2009)，國小教師人格特質與休閒活動偏好之相關性研究。運動與遊憩研究，3卷4期，93-116頁。
- 48.張憶萍(2012)，遊客人格特質、從眾行為與旅遊紀念品消費決策型態關係之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
- 49.張曉玲(2007)，人格特質與顧客之制管理架構之關聯性研究-以服飾業為例，朝陽科技大學企業管理系碩士論文。

- 50.張懿蕾 (2007) , 內外控及風險知覺對禽流感因應行為之影響 , 國立台北大學合作經濟學系碩士論文。
- 51.陳小康 (2007) , 消費者人格特質對旅遊決策影響之研究 , 銘傳大學觀光研究所碩士論文。
- 52.陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子鍵 (2009) , 多變量分析方法—統計軟體應用 (第五版) , 台北市：五南書局。
- 53.陳志瑋 (2007) , 成人火災風險知覺與居家防火行為之研究。世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士論文。
- 54.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。
- 55.陳君圻 (2007) , 生活型態、旅遊型態與旅遊路線之研究--以花蓮地區旅遊為例 , 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 56.陳怡如 (2002) , 單身女性輔導教師休閒體驗之研究 , 國立高雄師範大學輔導研究所碩士論文。
- 57.陳宗玄、李慧珊 (2005) , 消費者對於旅遊資訊願付價值評估之研究—以台北地區為例 , 朝陽學報 , 10 期 , 309-328 頁。
- 58.陳建和、呂新發、吳世光、吳珠枝 (2008) , 旅遊安全管理指標之探討—以國民旅遊為例 , 旅遊健康學刊 , 7 卷 1 期 , 1-29 頁。
- 59.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 , 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所碩士論文。
- 60.陳逸隆 (2007) , 風險容忍度及風險認知對金融商品投資行為影響之研究 , 國立高雄第一科技大學金融營運研究所碩士論文。
- 61.陳淼勝、李德治 (2011) , 統計學概論 , 新北市：前程文化事業有限公司。

- 62.黃希庭（1998），人格心理學，台北市：東華書局。
- 63.黃芳銘（2004），社會科學統計方法學－結構方程模式，台北市：五南書局。
- 64.黃芳銘（2007），結構方程模式：理論與應用，台北市：五南書局。
- 65.黃家齊、許雅婷（2006），團體成員人格特質對知識分享及創新績效之影響—一個人與團隊層次的分析，管理學報，23卷2期，149-170頁。
- 66.黃章展、李維貞（2006），遊客度假生活型態與遊憩活動參與之關係，旅遊管理研究，6卷2期，203-215頁。
- 67.楊孟義（1995），遊遊業新產品設計與市場開發之研究—以半自助旅遊市場為例，中央大學企業管理研究所碩士論文。
- 68.楊皓凱（2003），旅行業者之東南亞團體套裝旅遊產品風險與其風險管理策略之研究，國立台北護理學院旅遊健康研究所碩士論文。
- 69.熊祥林（2000），消費者的知覺，台北市：理明出版社。
- 70.鄧家駒（2005），風險管理，台北市：華泰文化事業股份有限公司。
- 71.鄭志富（1994），學校體育的風險管理，台灣省學校體育，4卷6期，35-39頁。
- 72.鄭健雄、劉孟奇（2001），國人度假生活型態量表建構之初探—以墾丁國家公園遊客為例，戶外遊憩研究，14卷3期，57-80頁。
- 73.鄭健雄、劉孟奇（2003），台灣本土化度假生活型態量之建構—以多樣本為基礎之信效度分析，管理學報，20卷6期，1221-1246頁。
- 74.鄭燦堂（1992），風險管理理論與實務第二版。台北市：五南書局。
- 75.劉宗明、黃德祥（2008），國中教師人格特質與教學效能之研究，台北市立教育大學學報，39卷2期，1-34頁。
- 76.劉碧華（1995），如何加強運動場地的安全管理，中華體育季刊，9卷

- 3 期，8-14 頁。
- 77.潘佩苓(2011)，中等學校餐飲科教師人格特質、工作滿意度與組織承諾關係之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 78.歐陽金樹（1997），大專體育運動意外傷害風險管理，大專體育，34 期，97-101 頁。
- 79.簡玉惠（2009），國民小學教師人格特質和休閒活動參與相關之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
- 80.顏美麗（2008），生活型態、旅遊動機與阻礙因素對嘉義縣國小教師參與海外旅遊意願影響之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 81.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，國立高雄第一科技大學風險管理與保險系碩士論文。
- 82.謝文真（2001），公務人員休閒態度之研究--以台北地區為例，台灣師範大學三民主義研究所碩士論文。
- 83.謝國成（2005），保險與生活，台北市：華立圖書股份有限公司。
- 84.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。
- 85.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。
- 86.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，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 87.蘇淑芳（1996），國人出國旅遊型態選擇行為之研究—以美國地區為例，文化大學觀光事業研究所碩士論文。

88.蘇慧捷（2002），從自助旅遊者資訊行為探討旅遊網站內容之規劃，
國立台灣大學圖書資訊學研究所碩士論文。

二、英文部分

1. Aarts, H. & Dijksterhuis, A. (1999), How often did I do? Experienced ease of retrieval and frequency estimates of past behavior. Acta Psychology, No.103, pp.77-89.
2. Allport, G. W. (1961), Pattern and growth in personality. NY: Holt, Rinehart and Winston.
3. Asch, S. E. (1956), Studies of Independence and Conformity: A Majority of One against a Unanimous Majority. Psychological Monographs, pp.70-79.
4. Assael, H. (1995), Consumer Behavior and Marketing Action (5th ed.). Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.
5. Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988), On the Evaluation of Structural Equation Models. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.16, No.1, pp.74-94.
6. 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.
7. 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.
8. Costa, P. T., Jr, & McCrae, R. R., (1992), Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Profession almanual. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources Inc.
9. 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.
10. Digman, J. M.(1990), Personality structure: Emergence of the five-factor model.Annual Review of Psychology, No.41, pp.417-440.

11. Emngle, J. F., & Blackwell, R. D. (1995). Consumer Behavior (8th ed). United States of America: The Dryden Press.
12. Eagles, P.F.J. (1992), The travel motivations of Canadian ecotourists. Journal of Travel Research, Vol.31, No.2 , pp.3-7.
13. Flin, R. (1996). Sitting in the Hot Seat: Leaders and Teams for Critical Incident Management. Wiley, Chichester.
14. Fornell, C. R. & Larcker, D. F. (1981) , Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error, Journal of Marketing Research, Vol. 18, pp.39-50.
15. 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.
16. Goldberg, L.R. (1993), The Development of Markers of the Big-Five Factor Structure. Psychological Assessment, No.4, pp.26-42.
17. Gronroos, C. (1990), Service management and marketing, lexington, Massachusetts: Lexington Books.
18. Harris, R. (1984), Applied general equilibrium analysis of small open economies with scale economies and imperfect competition, American economic review, Vol.74, No.5, pp.1016-1032.
19. Holak, S. L. (1988), Determinants of innovative durables adoption and empirical study with implications for early product screening, Journal of Product Innovation Management, Vol.5, No.1, pp.50-69.
20. Horine, L . (1991), Administration of physical education and sport programs . Dubuque ,Iowa :Wm. C . Brown Publishers .
21. Jonah, B. A., (1986), Accident Risk and Risk-Taking Behavior Among Young Drivers, Accident Analysis And Prevention, No.18, pp.367-370.
22. Jones, D.K.C.,& Hood,C. (1996), Accident and design-vontemporary debates in risk management. London:UCL Press, pp.1-9.

23. Judge, T.A., & Cable, D.M.(1997), Applicant personality, organizational culture, and organization attraction. Personnel Psychology, No.50, pp.359-394.
24. Kaiser, R. (1986), Liability and law in recreation, parks and sports. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
25. Kotler, Philip. (1994a), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 7rd ED. New York:Prentice-Hall.
26. Kotler, Philip.(1994b), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 8th ED. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
27. Kotler, Philip. (2003), A Framework for Marketing Management (6th ed.).Prentice Hall, N. J.
28. Leiss, W. & Chociolko, C. (1994), Risk and Responsibility. Montreal/Kingston, McGill-Queen's University Press.
29. Lovelock, C. (1996), Services marketing. New Jersey: Prentice Hall.
30. Mansfeld, Y (1992), From motivation to actual travel. Annals of Tourism Research, Vol.19, No.3, pp.399-419.
31. Mansfeld, Y. (1999), Cycles of war, terror and peace: determinates and management of crisis and recovery of the Israeli tourism industry. Journal of Travel Research, Vol.38, No.1, pp.30-36.
32. Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2005). Safety and security in tourism: relationships, management and marketing. Annals of Tourism Research, Vol.32, No.3, pp.814-816.
33. Mearns, K., & Flin, R. (1995). Risk perception and attitudes to safety by personnel in the offshore oil and gas industry: A review. Journal of Loss Prevention in the Process Industries, Vol.8, No.5, pp.299- 305.
34. Mitchell, V. W., & Greator, M. (1993). Risk perception and reduction in the purchase of consumer services. The Service industries journal, Vol.13, No.4, pp.179-200.

35. Morrison, M. A. (1997), Hospitality and Travel Marketing, Albany, New York: Delmar Publishers.
36. Mowen, J., & Minor, M. (1998). Consumer behavior. New Jersey: Prentice-Hall.
37. Mowen, J.C., & Spear, N.(1999), A hierarchical model approach to Understanding compulsive buying among college students. Journal of Consumer Psychology, Vol.8, No.4, pp.407-430.
38. Moutinho, L. (1994). Positioning strategies. In Stephen F. Witt & Luiz Moutinho (Eds.), Tourism marketing and management handbook (2nd ed.). New York: Prentice Hall.
39. Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of backpackers. Annals of Tourism Research, Vol.28, No.1, pp.50-67.
40. Murraray, Keith B.(1991), A test of service marketing theory: consumer information acquisition activities. Journal of Marketing, Vol.55, pp.10-25.
41. 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.
42. Roselius, Ted.(1971),”Consumer Rankings of Risk Reduction Methods.”Journal of Marketing, Vol.35, pp.156-61.
43. Saucier, G.(1994), Mini-markers: A brief version of Goldberg’s unipolar big-fivemarkers. Journal of Personality Assessment, Vol.63, No.2, pp.506-516.
44. Sheth, Jagdish N. and M. Venkatesan.(1968),” Risk Reduction Process in Repetitive Consumer Behavior.”Journal of Marketing research, Vol.5, pp.307-310.
45. Sitkin, S., & Pablo, A. (1992), Reconceptualizing the determinants of risk behavior.Academy of Management Review, No.17, pp.9-38.
46. Slovic, P. (1983). Perception of risk/behavioral perspective. America

- Journal of Roentgenology, No.140, pp.601-602.
47. Slovic, P. (1987). Perception of Risk. Science, No.236, pp.280-285.
48. Snyder, M. and Ickes, W. (1985), Personality and Social Behavior. In Lindzey, G. and Aronson, E. eds., Handbook of Social Psychology. New York: Random House.
49. Sonmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998a), Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. Annals of Tourism Research, Vol.25, No.1, pp.112-144.
50. Sonmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998b), Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. Journal of Travel Research, Vol.37, No.3, pp.171-177.
51. Sproles, G. B. (1985), From perfectionism to fadism: Measuring consumer' decision-making styles. Proceeding of American Council on Consumer Interests, pp.79-85.
52. Sproles, G. B., & Kendall, E. L. (1986), A Methodology for Profiling Consumers' Decision-Making Styles. Journal of Consumer Affairs, Vol.20, No.2, pp.267-279.
53. Tsaour S. H., Tzeng G. H. & Wang K. C. (1997), Evaluating tourist risk from fuzzy perspectives, Annals of Tourism Research, Vol.24, No.4, pp. 796-812 .
54. Wogalter, M. S., DeJoy, D. M., & Laughery, K. R. (Eds.) (1999), Warnings and Risk Communication. Philadelphia, PA: Taylor and Francis.
55. Witt, S. F. & Moutinho, L. (1995), Tourism marketing and management handbook. New Jersey: Prentice-Hall.
56. Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (1996), Services marketing. New York :McGraw-Hill.

附錄

親愛的朋友您好：

首先感謝您填寫這份問卷，本問卷為一學術性問卷，目的在了解『遊客人格特質、旅遊型態、風險管理、旅遊風險知覺與資訊蒐集對旅遊保險消費行為之影響』。您的意見是本研究可否完成之重要資料，懇請撥冗填寫下列資料，協助完成本研究。問卷所收集之資訊純為學術研究之用，絕不會用作商業用途以及對外公開，請您放心填答。

敬祝 順 心 如 意

南華大學旅遊管理研究所
指導教授： 丁誌紋 博士
研 究 生： 張世杰 敬上

第一部份：人格特質

以下是了解您的個人特質，請圈選

我通常是……

	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	很 不 同 意
1. 我是不斷追求成長的人。	5	4	3	2	1
2. 我具創新能力。	5	4	3	2	1
3. 我能接受不同的觀念。	5	4	3	2	1
4. 我做事盡心負責。	5	4	3	2	1
5. 我會在時間內完成所交付的事情。	5	4	3	2	1
6. 我能專心的完成一件事。	5	4	3	2	1
7. 我喜歡主動與人交談。	5	4	3	2	1
8. 我很容易交到朋友。	5	4	3	2	1
9. 我是個富有高度熱忱的人。	5	4	3	2	1
10. 我是尊重他人的人。	5	4	3	2	1
11. 我是體貼的人。	5	4	3	2	1
12. 我會讚美別人。	5	4	3	2	1
13. 我時常感到情緒低落。	5	4	3	2	1
14. 我的心情會受到外界人事物的影響。	5	4	3	2	1
15. 我容易緊張。	5	4	3	2	1

第二部份：旅遊型態與參與頻率

以下是了解您從事旅遊活動的型態，請勾選

我通常是……

1. 旅遊套裝行程所包含的一切，全由旅行社規劃，並有隨團之導遊與領隊，此型態稱之為【 團體旅遊 】。而我近5年參與此型態出國旅遊的比例為： <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%
2. 旅遊行程的機票、飯店與交通由旅行社安排，其餘行程大都由自己或同行者規劃，此型態稱之為【 半自助旅遊 】。而我近5年參與此型態出國旅遊的比例為： <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%
3. 旅遊行程所包含的一切，完全由自己或同行者設計安排，此型態稱之為【 自助旅遊 】。而我近5年參與此型態出國旅遊的比例為： <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/> 1~20% <input type="checkbox"/> 21~40% <input type="checkbox"/> 41~60% <input type="checkbox"/> 61~80% <input type="checkbox"/> 81~99% <input type="checkbox"/> 100%

第三部份：風險管理

以下是了解您面對旅遊風險時的態度，請圈選

我通常是……

	非常同意	同意	普通	不同意	很不同意
1. 我了解旅遊活動中不可避免存在各種可能的突發意外。	5	4	3	2	1
2. 我規劃旅遊時就了解旅遊活動存在各種的風險因素。	5	4	3	2	1
3. 我了解在規劃旅遊行程時各種突發狀況的影響性。	5	4	3	2	1
4. 我能從各種相關資訊中了解旅遊活動可能發生的各種風險。	5	4	3	2	1
5. 我可以從旅遊活動地點的環境、設施與服務等因素判斷風險發生的可能性。	5	4	3	2	1
6. 旅遊活動地點的環境設施與服務人員專業等因素是我判斷風險發生機率的重要依據。	5	4	3	2	1
7. 我能從各種相關資訊中找出規避旅遊活動各種風險的方法。	5	4	3	2	1
8. 我能從以往的旅遊經驗中找出解決旅遊活動各種風險的方法。	5	4	3	2	1
9. 我在從事旅遊活動時有購買旅遊保險以分攤旅遊風險的習慣。	5	4	3	2	1

第四部份：旅遊風險知覺

以下是了解您對旅遊風險的認知與感受，請圈選我通常是……

非常同意 同意 普通 不同意 很不同意

	非常同意	同意	普通	不同意	很不同意
1. 旅遊行程可能會造成我身體上的不適或傷害。	5	4	3	2	1
2. 旅遊行程可能會發生意外事故。	5	4	3	2	1
3. 即使天氣不好，我仍會完成旅遊行程。	5	4	3	2	1
4. 旅遊行程的花費可能會超出我的預算。	5	4	3	2	1
5. 旅遊行程可能會造成財物損失，如錢或車失竊。	5	4	3	2	1
6. 我擔心旅遊行程中會需要多付出旅費以外的成本（如：小費、匯率、購物、意外損失等）。	5	4	3	2	1
7. 我擔心旅遊行程中的旅館服務不如預期。	5	4	3	2	1
8. 我擔心在旅遊行程中遇到罷工而受到影響。	5	4	3	2	1
9. 我擔心旅遊行程的設施無法正常運作。	5	4	3	2	1
10. 我擔心旅遊當地民眾對旅遊者不友善。	5	4	3	2	1
11. 我擔心旅遊行程中的交通運輸是否合法安全。	5	4	3	2	1
12. 我覺得旅遊活動的籌劃是耗時的。	5	4	3	2	1
13. 我覺得旅遊活動過程中可能會浪費時間。	5	4	3	2	1
14. 我覺得旅遊活動讓我無法有效時間運用。	5	4	3	2	1
15. 旅遊行程進行前了解活動地區醫療處所與資源概況是重要的。	5	4	3	2	1
16. 旅遊行程中發生意外所導致之醫療事故是有立即性的。	5	4	3	2	1
17. 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。	5	4	3	2	1
18. 我擔心在旅遊途中會發生隨身物品行李遺失的事件。	5	4	3	2	1
19. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失我會為此感到恐懼、害怕。	5	4	3	2	1
20. 旅遊途中發生隨身物品行李遺失造成的損害及後果是相當嚴重的。	5	4	3	2	1

第五部份：資訊蒐集

以下是了解您的旅遊資訊蒐集的態度與來源，請圈選我通常是……

非常
同意

同
意

普
通

不
同
意

很
不
同
意

1. 我會花很多時間在蒐集旅遊的相關資料。	5	4	3	2	1
2. 為了去旅遊，我平常就會收集相關資料。	5	4	3	2	1
3. 對於旅遊的相關資料我總是不會嫌太多。	5	4	3	2	1
4. 我的旅遊資訊大部分來源是：（請依重要性將前三名填上數字排序） <input type="checkbox"/> ①廣播電視 <input type="checkbox"/> ②報章雜誌 <input type="checkbox"/> ③網路部落格 <input type="checkbox"/> ④旅遊導覽書籍 <input type="checkbox"/> ⑤自己旅遊經驗 <input type="checkbox"/> ⑥親朋好友 <input type="checkbox"/> ⑦旅行業者 <input type="checkbox"/> ⑧其他_____					

第六部份：旅遊保險行為

以下是了解您的旅遊保險態度與做法，請勾選我通常是……

1. 請問您參與旅遊團繳交團費大部分會選擇以信用卡刷卡，以取得某種程度的保險，或是選擇以付現金取得折扣優惠的方式？ <input type="checkbox"/> ①信用卡(請接答第 2 題) <input type="checkbox"/> ②現金(請跳答第 3 題)
2. 請問除了旅行社或信用卡附加的旅遊保險外，您是否會另外投保過旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①是(請跳答第 4 題) <input type="checkbox"/> ②否(請跳答第 5 題)
3. 當您以付現金的方式參加旅行團，是否會另外購買保險？ <input type="checkbox"/> ①是(請接答第 4 題) <input type="checkbox"/> ②否(請跳答第 5 題)
4. 請問是什麼原因讓您投保旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①不怕一萬只怕萬一，預防心理 <input type="checkbox"/> ②相信保險有其功能 <input type="checkbox"/> ③增加自己的保障 <input type="checkbox"/> ④團體出遊大家都投保 <input type="checkbox"/> ⑤受媒體親戚朋友影響 <input type="checkbox"/> ⑥其他_____ (請跳答第 6 題)
5. 請問您為何沒有投保過旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①對保險印象不佳 <input type="checkbox"/> ②不需要購買 <input type="checkbox"/> ③不知道要買 <input type="checkbox"/> ④覺得麻煩不想買 <input type="checkbox"/> ⑤信用卡或旅遊業附加的旅遊保險商品已足夠 <input type="checkbox"/> ⑥其他_____ (請跳答第 17 題)
6. 請問您從何處得知旅遊保險的訊息？ <input type="checkbox"/> ①旅遊服務人員 <input type="checkbox"/> ②保險從業人員 <input type="checkbox"/> ③網際網路 <input type="checkbox"/> ④親戚朋友 <input type="checkbox"/> ⑤媒體廣告書籍 <input type="checkbox"/> ⑥其他_____ (可複選)
7. 請問您通常都如何購得旅遊保險？ <input type="checkbox"/> ①旅遊團費當中已有附加的保險 <input type="checkbox"/> ②向保險從業人員簽單 <input type="checkbox"/> ③為了簡便快速，直接在網路上簽單 <input type="checkbox"/> ④臨上飛機前，在機場保險公司櫃檯簽單 <input type="checkbox"/> ⑤懶得處理，全交由他人代為辦理 <input type="checkbox"/> ⑥其他_____ (可複選)

<p>8. 請問您在選擇旅遊保險的投保公司時，哪些因素考量最重要？ (請依重要性將前三名填上數字排序)</p> <p><input type="checkbox"/>①保費低廉 <input type="checkbox"/>②業務員的服務好、素質高 <input type="checkbox"/>③保險契約內容完善齊全 <input type="checkbox"/>④保險公司信譽佳 <input type="checkbox"/>⑤保險理賠快速合理 <input type="checkbox"/>⑥公司規模大、知名度高 <input type="checkbox"/>⑦公司財務狀況優良 <input type="checkbox"/>⑧其他_____</p>
<p>9. 請問在旅遊保險保障中，您最重視哪個保障內容？ (請依重要性將前三名填上數字排序)</p> <p><input type="checkbox"/>①意外殘廢身故保障 <input type="checkbox"/>②傷害及醫療保障 <input type="checkbox"/>③突發疾病醫療保障 <input type="checkbox"/>④飛行安全保障 <input type="checkbox"/>⑤責任風險保障 <input type="checkbox"/>⑥急難救助 <input type="checkbox"/>⑦行李遺失、班機延誤 <input type="checkbox"/>⑧其他_____</p>
<p>10. 請問您通常會買的保險種類有哪些？</p> <p><input type="checkbox"/>①意外殘廢身故保障 <input type="checkbox"/>②傷害及醫療保障 <input type="checkbox"/>③突發疾病醫療保障 <input type="checkbox"/>④飛行安全保障 <input type="checkbox"/>⑤責任風險保障 <input type="checkbox"/>⑥急難救助 <input type="checkbox"/>⑦行李遺失、班機延誤 <input type="checkbox"/>⑧其他_____ (可複選)</p>
<p>11. 請問您通常會替自己投保幾份旅遊保險？</p> <p><input type="checkbox"/>①1份 <input type="checkbox"/>②2份 <input type="checkbox"/>③3份以上</p>
<p>12. 請問您除了旅行社附加或強制的保險外，通常會再購買多少額度的旅遊保險？</p> <p><input type="checkbox"/>①無 <input type="checkbox"/>②1~200萬 <input type="checkbox"/>③201~500萬 <input type="checkbox"/>④501~1000萬 <input type="checkbox"/>⑤1000萬以上</p>
<p>13. 請問您個人是否申請過旅遊保險的理賠？</p> <p><input type="checkbox"/>①是 <input type="checkbox"/>②否</p>
<p>14. 請問您對以往購買的旅遊保險，整體來說是否滿意？</p> <p><input type="checkbox"/>①是 <input type="checkbox"/>②尚可 <input type="checkbox"/>③沒感覺(答”是、尚可、沒感覺”者，請接答第 15 題) <input type="checkbox"/>④否(答”否”者，請跳答第 16 題)</p>
<p>15. 請問您是否願意再向同一家保險公司投保旅遊保險？</p> <p><input type="checkbox"/>①是 (請接答第 17 題) <input type="checkbox"/>②否 (請接答第 16 題)</p>
<p>16. 請問您不滿意的原因是？</p> <p><input type="checkbox"/>①保險服務沒有完全兌現 <input type="checkbox"/>②理賠手續繁雜 <input type="checkbox"/>③理賠金額不滿意 <input type="checkbox"/>④保險業務員服務差，不受尊重 <input type="checkbox"/>⑤簽單過程出現紕漏 <input type="checkbox"/>⑥其他_____</p>
<p>17. 請問您每年已購買的人壽保險保障額度約為多少？</p> <p><input type="checkbox"/>①無 <input type="checkbox"/>②200萬元內 <input type="checkbox"/>③201~400萬元 <input type="checkbox"/>④401~600萬元 <input type="checkbox"/>⑤601~800萬元 <input type="checkbox"/>⑥801~1000萬元 <input type="checkbox"/>⑦1000萬元以上</p>
<p>18. 請問您每年已購買的意外保險保障額度約為多少？</p> <p><input type="checkbox"/>①無 <input type="checkbox"/>②200萬元內 <input type="checkbox"/>③201~400萬元 <input type="checkbox"/>④401~600萬元 <input type="checkbox"/>⑤601~800萬元 <input type="checkbox"/>⑥801~1000萬元 <input type="checkbox"/>⑦1000萬元以上</p>
<p>19. 請問您除全民健康保險以外每年支付的住院醫療保險的保費開銷約為多少？</p> <p><input type="checkbox"/>①無 <input type="checkbox"/>②5000元以內 <input type="checkbox"/>③5001~10000元 <input type="checkbox"/>④10001~15000元 <input type="checkbox"/>⑤15001~20000元 <input type="checkbox"/>⑥20001元以上</p>

第七部份：基本資料（請您依題意在適當的□內打✓）

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①20歲以下 ②21~30歲 ③31~40歲
④41~50歲 ⑤51~60歲 ⑥61歲以上
3. 職業：①學生 ②農林漁牧業人員 ③工業 ④商業
⑤軍警人員 ⑥公教人員 ⑦服務業 ⑧自由業
⑨金融業 ⑩製造業 ⑪家管 ⑫已退休
⑬進修/待業中 ⑭其它_____
4. 教育程度：①國小或以下 ②國中 ③高中/高職 ④大專/大學
⑤研究所以上
5. 婚姻狀況：①未婚 ②已婚 ③離婚 ④其它_____
6. 請問您個人每個月所得約多少元？
①0~19,999元 ②20,000~39,999元 ③40,000~59,999元
④60,000~79,999元 ⑤80,000元以上
7. 請問您經常的旅遊型態是：
①團體旅行 ②半自助旅遊 ③自助旅遊 ④商務旅遊
8. 請問您通常與誰前往旅遊：
①單獨一人 ②家庭成員 ③同學/朋友
④夫妻或情侶兩人
9. 請問您出國的頻率是：
①一年1次 ②一年2至3次 ③一年3次以上
④二年1次 ⑤三年1次 ⑥五年1次 ⑦無經驗
⑧其他_____
10. 請問您平均一年國內旅遊的頻率是：
①1-2次 ②3-4次 ③5-6次 ④6次以上
⑤無經驗 ⑥其他_____

**本問卷到此結束，煩請您再次確認是否有遺漏之處
非常感謝您的協助！！**