

南 華 大 學

文化創意事業管理學系休閒產業碩士班

碩 士 論 文

以計畫行為理論探討郵輪旅遊之意圖

Applying the Theory of Planned Behavior to Explore
Tourists' Behavioral Intention Toward Cruise Tour

研究生：陳志明

指導教授：賴文儀 博士

中 華 民 國 104 年 6 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系休閒產業碩士班

碩 士 學 位 論 文

以計畫行為理論探討郵輪旅遊之意圖

Applying the Theory of Planned Behavior to Explore

Tourists' Behavioral Intention Toward Cruise Tour

研究生：陳志明

經考試合格特此證明

口試委員：周政德
黃麗玉
賴文儀

指導教授：賴文儀

系主任(所長)：張子如

口試日期：中 華 民 國 104 年 6 月 5 日

以計畫行為理論探討郵輪旅遊之意圖

摘要

台灣四面環海，海洋休閒觀光資源相當豐富，而海洋休閒觀光範圍包含在海洋及周邊水陸區域，當中郵輪旅遊在近十年內快速發展最為引人注目，郵輪旅遊業雖是 20 世紀才興起的產業，成長卻著實驚人之快速。近年來，民眾更嚮往輕鬆自主的旅遊方式，同時對於度假體驗抱持著更高的期待，搭乘郵輪旅行因而逐漸成為臺灣旅客休閒方式的選項之一。

本研究以計畫行為理論為基礎，探討遊客對郵輪旅遊的態度、主觀規範、知覺行為控制如何影響旅客對郵輪旅遊的行為意圖。本研究採用便利抽樣問卷調查法，有效回收問卷為 306 份。利用 SPSS 相關分析與迴歸分析，針對遊客對郵輪旅遊的態度、主觀規範、知覺行為控制與參與郵輪旅遊意圖之關係進行研究。

本研究發現：

- 一、旅客對郵輪旅遊的態度與郵輪旅遊意圖有正向影響。
- 二、旅客對郵輪旅遊的主觀規範與郵輪旅遊意圖有正向影響。
- 三、旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制與郵輪旅遊意圖有正向影響。

關鍵字：郵輪旅遊、計畫行為理論、行為意圖

Applying the Theory of Planned Behavior to Explore Tourists' Behavioral Intention Toward Cruise Tour

ABSTRACT

Taiwan is surrounded by seas and has abundant ocean and coastal tourism resources. The regions of Taiwan's marine industry are huge and cover both the land and the sea.

One of the most remarkable developments in her marine industry is cruise tourism which grows rapidly and dramatically in recent decades even though it has just emerged from the twentieth century. In lately years, because people in Taiwan have higher and higher expectations on recreations and are looking for a laid-back and fuss-free vacation, cruising has become more popular and one of the top options for Taiwanese tourists.

My study is based on the theory of planned behavior and trying to investigate how visitors' intentions on cruising are affected by attitude, subjective norm and perceived behavioral. This research, adopts purposive sampling, has collected 306 valid questionnaires. SPSS Relative Analysis and Regression Analysis are also applied in this study to explore the relationships among attitudes, subjective norms, and perceived behavior control.

The findings of this study are:

1. Tourists' attitude have positive effects on their intentions towards cruise tour.
2. Tourists' subjective norm have positive effects on their intentions towards cruise tour.
3. Tourists' perceived behavioral control have positive effects on their intentions towards cruise tour.

Key words: cruise tourism, theory of planned behavior, behavioral intention

目 錄

摘要	I
ABSTRACT	II
目 錄	III
表目錄	V
圖目錄	VII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	2
第三節 研究目的.....	3
第四節 研究流程.....	3
第二章 文獻探討.....	5
第一節 計畫行為理論.....	5
第二節 郵輪的定義及發展.....	15
第三節 郵輪相關議題之研究.....	25
第三章 研究方法.....	27
第一節 研究假設與研究架構.....	27

第二節 操作型定義.....	30
第三節 研究問卷設計.....	32
第四章 研究結果與分析.....	39
第一節 樣本結構分析.....	39
第二節 信度分析.....	42
第三節 效度分析.....	44
第四節 描述性統計分析.....	44
第五節 相關性分析.....	49
第六節 迴歸分析.....	52
第五章 結論與建議.....	59
第一節 研究結論.....	59
第二節 研究貢獻與建議.....	61
第三節 研究限制.....	63
第四節 對未來研究的建議.....	63
參考文獻.....	65
附錄.....	69

表目錄

表 2-1 世界三大郵輪集團旗下子公司及經營方向一覽表.....	19
表 2-2 嘉年華郵輪公司(Carnival Cruise)旗下郵輪一覽表.....	20
表 2-3 皇家加勒比郵輪(Royal Caribbean)旗下郵輪一覽表.....	22
表 2-4 麗星郵輪公司(Star Cruises)旗下郵輪一覽表.....	24
表 3-1 研究變項與操作性定義.....	31
表 3-2 主要衡量構面及問卷來源參考表.....	33
表 3-3 研究主變項之信度分析.....	35
表 3-4 行為信念構面之信度分析.....	35
表 3-5 結果評價構面之信度分析.....	36
表 3-6 媒體影響構面之信度分析.....	36
表 3-7 參考群體構面之信度分析.....	37
表 3-8 環境構面之信度分析.....	37
表 3-9 自我效能之信度分析.....	37
表 3-10 便利性之信度分析..	38
表 3-11 郵輪旅遊意圖之信度分析....	38
表 4-1 樣本基本資料分析.....	41
表 4-2 研究問卷信度分析彙整表.....	43

表 4-3	變數平均數與標準差統合表.....	45
表 4-4	態度變數問項與量表.....	45
表 4-5	主觀規範變數問項與量表.....	47
表 4-6	知覺行為控制變數問項與量表.....	48
表 4-7	研究主構面相關性分析表.....	50
表 4-8	研究子構面相關性分析.....	51
表 4-9	態度(整體構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表.....	53
表 4-10	態度(各構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表.....	53
表 4-11	主觀規範(整體構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表.....	54
表 4-12	主觀規範與郵輪旅遊意圖迴歸分析表.....	55
表 4-13	知覺行為控制(整體構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表....	56
表 4-14	知覺行為控制與郵輪旅遊意圖迴歸分析表.....	56
表 4-15	多元迴歸研究結果分析表.....	58
表 5-1	研究假設之彙整.....	60

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	4
圖 2-1 理性行為理論架構圖	6
圖 2-2 計畫行為理論架構圖.....	10
圖 3-1 研究架構圖.....	30



第一章 緒論

第一節 研究背景

台灣四面環海，海洋休閒觀光資源相當豐富，而海洋休閒觀光範圍包含在海洋及周邊水陸區域，從事游泳、潛水、垂釣、船艇駕駛及郵輪觀光等休閒遊憩活動與其相關設施(呂江泉，2008)。當中郵輪旅遊在近十年內之行銷推廣與快速發展，最為引人注目(Orams，1999)。1990 年代至今的郵輪市場統計資料顯示，包括台灣在內的亞太郵輪旅遊產業市場，雖然每年均有高達 10%的平均成長率，但目前卻亦僅及於起步階段。而我國籍旅客在搭乘郵輪旅遊人次，更僅占全部出國旅遊人口不到 0.1%的極低比率，數據均顯示出郵輪產品行銷，在台灣尚有進一步發展的空間與潛力(林子琴，1998；Peisley，1999；Cudahy，2001)。

郵輪旅遊業雖是 20 世紀才興起的產業，成長卻著實驚人之快速。根據郵輪國際協會 (Cruise Lines International Association, CLIA) 統計，1990 年代初期，全球搭乘郵輪每年只有不到 500 萬人次，到了 2012 年，全球卻有將近 2,000 萬人次的旅客搭乘各種郵輪。另據國際郵輪產業協會 (CLIA) 相關實證發現，郵輪產業往往伴隨帶動周邊極大的經濟效益 (CLIA, 2005)。

而亞太地區仍處於新興郵輪市場之階段，目前以新加坡、香港、馬來西亞與台灣為主要的郵輪旅遊市場。其中台灣位屬亞太地區之中樞位置，地理區位優越，而基隆港、台中港、高雄港與花蓮港等四大港口亦具備發展郵輪產業之條件，為了拓展台灣海上之觀光旅遊和提升其競爭力，均開始加強海洋遊憩之機能，其中基隆港因地處於東北亞與東南亞郵輪主要航線必經灣靠之地，又因鄰近首都台北市，故常被郵輪選為台灣靠之航點，其次選擇之航點為高雄港(林谷蓉，2008)。

第二節 研究動機

近年來，隨著國人生活型態轉變、生活水平提升及具有豐富的出國旅遊經驗，民眾更嚮往輕鬆自主的旅遊方式，同時對於度假體驗抱持著更高的期待，搭乘郵輪旅行因而逐漸成為臺灣旅客休閒方式的選項之一(孟祥民，2011)。該研究亦指出，大多數臺灣旅客是首度搭乘郵輪，主要動機為娛樂和嘗試郵輪旅遊體驗，並且通常是與朋友和家人同行。

隨著近幾年愈來愈多郵輪套裝行程及國際郵輪來到臺灣，現在已經有許多臺灣旅客嘗試過短程、東南亞地區的郵輪旅遊假期，對於郵輪度假這種新型態旅遊方式的接受度已日益增高。根據「我國郵輪旅遊市場需求調查與研究」報告，在搭乘麗星郵輪的旅客中，有超過兩

成人數在過去擁有至少 1 次的郵輪旅遊經驗，且多數旅客表達願意再度參與的意圖，此外，除了國內航線，旅客亦表達希望變換其他郵輪旅遊航線的需求(周宏彥、呂錦隆，2011)。

由於郵輪旅遊在我國仍屬新興市場，因此過去國內研究郵輪旅遊主題者較少，引發本研究探討影響郵輪旅遊意圖之因素。本文擬以計畫行為理論架構來進行探討，了解態度、主觀規範及知覺行為控制與郵輪旅遊之意圖間的關係，以供日後研究或旅遊相關業者參考。

第三節 研究目的

本研究主要係以計畫行為理論架構來進行探討影響郵輪旅遊意圖之因素，以供日後研究或旅遊相關業者參考。因此主要研究目的包括下列幾點：

- 一、探討遊客的態度對搭乘郵輪旅遊行為意圖之影響。
- 二、探討遊客的主觀規範對搭乘郵輪旅遊行為意圖之影響。
- 三、探討遊客的知覺行為控制對搭乘郵輪旅遊行為意圖之影響。

第四節 研究流程

本研究之流程如圖 1-1。確立研究問題，陳述研究背景與動機，蒐集相關文獻資料，確立研究架構及假設，進行問卷及收集資料，進行結果分析、討論及建議。

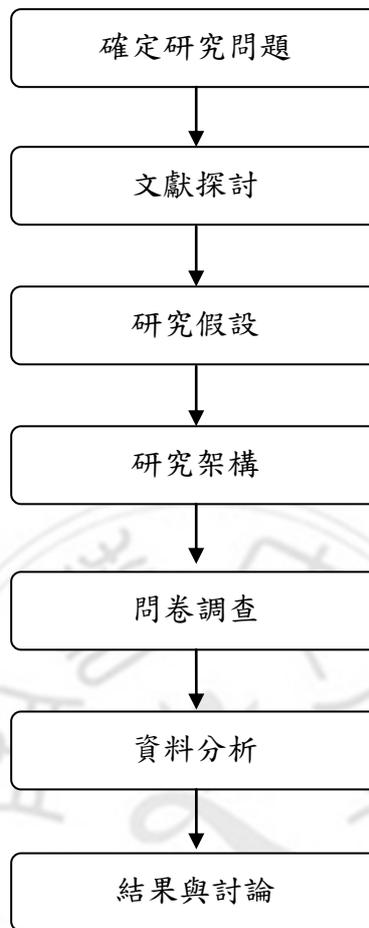


圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

第一節 計畫行為理論

本研究係以計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)為觀點，探討影響遊客搭乘遊輪旅遊之行為意圖因素。Ajzen(1985)提出了計畫行為理論 (The Theory of Planned Behavior, TPB)，主要用以預測人類的行為意圖，主張行為是受行為意圖所影響，而意圖的前身是在於行為的態度、主觀規範和知覺行為控制三個因素構成。計畫行為理論主要理論架構是根據理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA) 延伸而來(Fishbein & Ajzen, 1975)。理性行為理論假設人類所有的行為主要受到理性的意志控制，而影響個人行為意圖的包括態度及主觀規範。但人類在某些情況下會受到其他客觀因素影響，因此，計畫行為理論除了態度與主觀規範外，還加入知覺行為控制的因素，強化該理論在預測個體行為意圖解釋力。本節將分別說明理性行為理論及計畫行為理論之研究實證。

一、理性行為理論

Fishbein & Ajzen 在 1975 年提出了理性行為理論，假設人類的行為都源自於理性，行為的發生是由個人的意志控制，認為發自於內在個人對於某項行為的態度，和受到外在影響個人採取某項行為的主觀規

範，兩大因素形成個人的行為意向，並透過行為意向對行為產生影響。

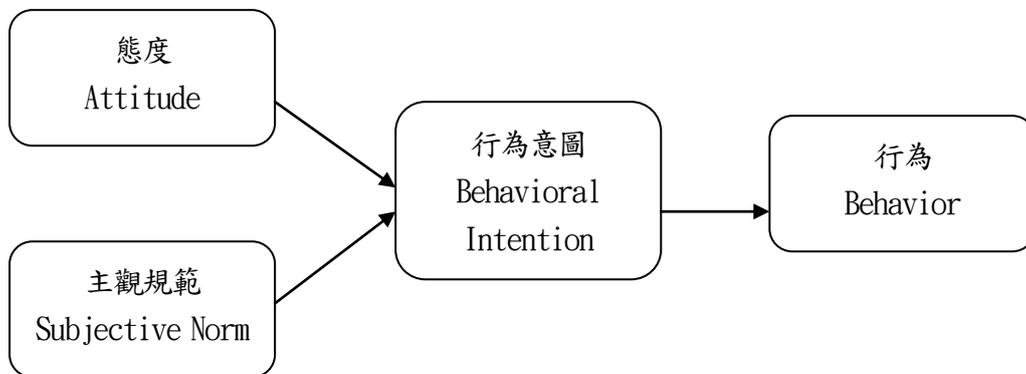


圖 2-1 理性行為理論架構圖

資料來源：Fishbein and Ajzen (1975)

後來經過不斷的改善及驗證後，Ajzen 與 Fishbein (1980) 在理論中明確指出理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 有兩項基本的假設：1. 人類大部分的行為表現是在自我意志的控制 (volitional control) 之下執行，並且合乎理性。 2. 人類是否從事某特定行為的行為意向是該行為發生與否的立即決定因子 (Immediate Determinant)。也就是說，理性行為理論認為人們所有的行為都是合乎理性且能夠靠著意志力充分掌控自己的行為。而態度受到行為信念 (Behavioral Beliefs) 與結果評估 (Outcome Evaluations) 所共同影響。行為信念係指個人主觀對從事某項特定行為所預期產生結果的

信念；而結果評估則指個人對於預期產生結果的心理評估。至於主觀規範則是受到規範信念(Normative beliefs)與遵從動機(Motivation to comply) 所共同影響。

理性行為理論對於行為決策過程具有相當的解釋力，但其理論仍有受限的地方：

1. 行為意圖與實際行為間的關聯度，會隨著測量意向和觀察行為間的時間間隔有所改變。
2. 影響行為或行為意圖之外部變項並非都需透過態度和主觀規範。
3. 理性行為理論僅適用於預測或解釋個人意志可控制的行為，對於某些只需要技術或與人合作的行為，其解釋力較有限。

在實際的情況下人類許多行為的發生經常受到其他因素的影響，並非完全由各人意志所控制，若要預測的行為受到非意志因素強力影響，理性行為理論預測行為的能力將會減弱。因此，Ajzen & Madden(1986)試圖將影響個人因素的控制因素歸納為內在與外在因素兩類：

1. 內在因素

(1) 資訊、技術、能力(information, skills and ability)：當個體缺乏完成某項特定行為所需要的資訊、技術或能力時，則該項行為便

無法實現。

(2) 情緒及強迫作用(emotions and compulsions)：當個體處於壓力或強烈的情緒狀態之下時，對本身行為的控制能力會相對降低。

(3) 個別的差異(individual difference)：個體對控制行為的自身能力本來就存有個別差異。

(4) 意志力(power of will)：許多行為目標的達成需要相當程度的意志力，而不通的個體對於行為控制的意志力自有不同。

(5) 遺忘(forgetting)：有些行為無法完成，是因為採取行為的個體遺忘了這件事情。

2. 外在因素：通常只會導致行為意圖的暫時變化

(1) 時間與機會(time and opportunity)：很多行為無法發生的原因，都是因為沒有時間和機會。

(2) 依賴他人(dependence on others)：當某項特定行為的完成需要他人的共同協助時，個人對於行為就可能無法完全掌控。

因此，Ajzen & Madden (1986)認為理性行為理論具有無法推及非意願行為的限制。

二、計畫行為理論

理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 是在「行為

的發生是基於個人的意志力控制 (Volitional Control)」的假設下對個人的行為進行預測與解釋(Ajzen & Fishbein, 1980)，但是人類的許多行為並非全在理性與意志的控制之下發生的，因此也限制了理性行為理論的應用範圍。當研究所要預測的行為符合 TRA 所假設的解釋範圍時，此理論對於個人行為具有很強的預測力；但若研究所要預測的行為受到非意志因素的影響時，或其行為是需要時間、金錢、技術、政策、資源、機會、自我能力、知識或他人協助等因素才能展現的行為，那麼此理論對行為的解釋力就會減弱，而無法給予個人行為合理的解釋。例如戒菸、戒酒、減肥等行為，雖然意志堅定，但實際執行時必須配合客觀的環境，再加上個人的控制能力，持之以恆才能使行為發生 (Ajzen & Madden, 1986)。

因而 Ajzen (1985) 根據上述缺失，加入了知覺行為控制的變項，使其對行為能有較佳的解釋與預測力，這就是所謂的計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior, TPB)。計畫行為理論假設態度、主觀規範與知覺行為控制三個變項間會相互影響，認為在預測行為意圖時，除了行為態度和主觀規範之外，個人擁有的機會、資源與控制執行行為的能力亦會影響行為意圖。行為控制信念與態度、主觀規範最大的不同點在於行為控制信念對行為與行為意圖皆會產生直接影響，

而態度、主觀規範只會對行為意圖產生直接影響，再對行為產生間接影響，其理論模式可表示如下圖。

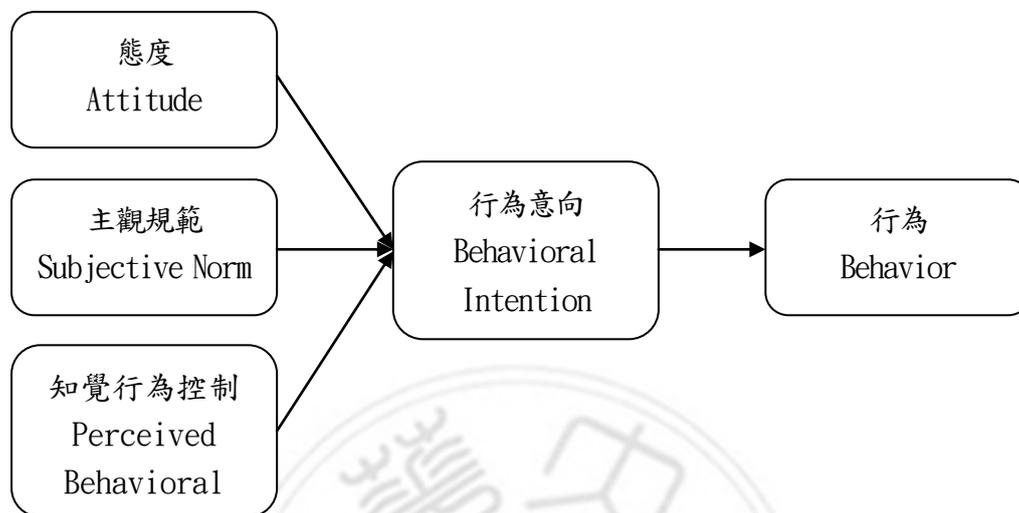


圖 2-2 計畫行為理論架構圖

資料來源：Ajzen (1985)

計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)中重要的變項分別為態度(Attitude)、主觀規範(Subjective Norm)、知覺行為控制(Perceived Behavioral)及行為意向(Behavioral Intention)，下列將針對這些變項分別說明。

1. 態度 (Attitude)

Fishbein (1967) 指出態度是人類的一種學習傾向，基於這種傾向，個人對某一或一群事物(或觀念)做出反應，反應方式可為良好的

反應，或為不良的反應。葉旭榮（1997）指出態度是個人對該項的喜愛與否的內在因素，也就是對於所關切行為的特定態度而非人們對一般事物的廣泛態度。另外 Kahle and Homer（1985）則認為具有吸引力的溝通者能強化特定行為態度。明確的說，個人對特定行為的評價經過概念化後所形成的態度，組成成份經常會被視為個人對此行為結果的顯著信念（Salient Beliefs）之函數，特定行為態度比一般的態度更能準確來預測人們的行為，而且衡量態度的問題越明確，則越能以受測者的態度來預測實際行為。也就是說，當一個人認為採取某種特定行為很有可能帶來某結果，而且他認為該結果是好的，則他對該行為的態度會更為正向喜愛，進而產生該行為意圖（Ajzen, 1991）。

2. 主觀規範 (Subjective Norm)

Ajzen (1991) 指出主觀規範是指個人表現特定行為時，重要的他人或團體對個體之影響，同時也隱含著個人從事某行為所預期到來自重要同儕或團體的社會壓力。Schiffman and Kanuk (2000) 認為主觀規範可藉由個體與其參考群體之關聯程度來衡量，其並將參考群體分為直接參考群體（如家人或朋友）及間接參考群體（如雜誌、書報等媒體）。當社會傾向於支持某行為，而個人的妥協動機越強，他的主觀規範也就越強烈、促使他產生從事該行為的意向。楊書銘 (2001) 指出主觀規範又可分為個人行為規範和社會規範，其

中行為規範主要是由父母、朋友所形成的重要參考對象的影響；社會規範是指來自於其他參考對象的影響。綜觀上列學者提出理論，個人對於某特定行為之主觀規範會受到其它個體直接或間接的影響，也會直接影響他們是否進行該行為的意圖。

3. 知覺行為控制(Perceived Behavioral Control)

計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)和理性行為理論(Theory of Reasoned Action, TRA)兩者不同是在於行為意向的預測上計畫行為理論除了「態度」、「主觀規範」之外，還增加了「知覺行為控制」這第三個變項。Ajzen (1991)指出知覺行為控制是指個人預期參與活動時，自己在過程中可以掌握的程度。反應個體從事該行為所擁有資源與機會程度的多寡，同時也反映個人對行為的過去經驗，並且影響個人預測從事該項行為可能產生的障礙。計畫行為理論認為個體表現特定行為時除了考慮內在因素外，還需要其他外在因素的配合。內在因素是指對於採取行為時所需要的資訊、技術、能力和個人的意志力、個別的差異、情緒、強迫作用及遺忘等；外在因素是指採取行為所需的機會、障礙、時間、金錢，以及與他人的合作協調等。因此Ajzen (1985)認為當個人認為自己具備執行行為能力或擁有行為執行相關的資源與機會越多時，則個人對執行該行為的行為控制知

覺會越強，反之過去的類似經驗讓他感到執行該行為是因難的，個人知覺到行為控制力低時，他們就不會有很強的意圖去執行此項行為。換言之，行為的意圖必須考量行為控制知覺因素，當個人認為行為控制因素能影響個人從事行為，則能夠掌握因素時，行為控制也就越且會加強行為意圖使其傾向從事該行為。

4. 行為意向(Behavioral Intention)

Fishbein and Ajzen(1975)認為行為意向是個人想要採取某特定行為之意圖，亦是個人對於自己做出某種行為所認定的主觀機率（意願），可從個人願意付出多少努力去實現該行為來測知，因為行為的意圖越強烈，則個人從事該行為的機率就越高。而 Ajzen (1991) 亦主張行為意向是預測個人行為的最佳方法，且行為意向與行為之間存在很高的相關性。

三、計畫行為理論之研究實證

計畫行為理論已被廣泛應用於行為研究上，主要用來預測行為的意向，探討態度、主觀規範、知覺行為控制三個因素來探討與行為的關係。而在休閒活動領域上，亦有相關研究以計畫行為理論來進行探討，說明如下。

王菊霞（2003）應用計畫行為理論，探討台北市高中生參與服務

性休閒活動之意圖，以九十一學年度就讀台北師大附中高中部學生為研究對象，研究結果發現態度、主觀規範、知覺行為控制三者間皆有顯著正相關。

呂美貞(2007)計畫行為理論探討苗栗地區青少年參與休閒活動行為意圖，研究結果發現知覺行為控制、態度對參與休閒活動意圖有直接的影響力，主觀規範對參與休閒活動意圖不具影響力。

張君豪(2008)應用計畫行為理論研究大學生參與衝浪運動意圖，研究結果表示大學生參與衝浪的態度、主觀規範與知覺行為控制整體解釋變異量為 63.8%，知覺行為控制具更最佳解釋力，主觀規範次之，最末則為態度。

蔡振中(2009)應用計畫行為理論研究遊客對澎湖戰地遺址觀光其行為意圖，研究結果顯示態度、主觀規範、行為控制知覺等變項對行為意圖所產生之直接與間接影響，其整體解釋量高達 82%。

黎益承(2009)針對醫療從業人員從事單車活動之行為意圖的研究，態度、主觀規範對意圖的解釋力為 25.1%，加入知覺行為控制變項後，顯著地增加從事單車活動意圖 35.7%的變異量，總解釋力提升為 60.8%，而態度、主觀規範、知覺行為控制對其構成信念皆達到顯著的正相關。

詹依靜(2010)應用計畫行為理論探討國人前往北海道旅遊行為意圖，研究對象以年滿18歲以上的國人且設籍臺灣為主，研究結果顯示態度、主觀規範與知覺行為控制影響受訪者前往北海道旅遊的行為意圖，其中以知覺行為控制對前往北海道旅遊的意圖影響最大，主觀規範次之，態度最低。

楊東衡(2011)以計畫行為理論探討遊客對解說導覽服務之願付價格研究—以墾丁國家公園為例，研究結果顯示：不同顧客社經背景對於態度、主觀規範、知覺行為控制具有顯著性差異存在；態度、主觀規範、知覺行為控制分別對行為意向及願付價格具有顯著正向影響。

顏世冠(2012)應用計畫行為理論研究墾丁地區水域運動觀光客行為意圖，以參與墾丁地區水域運動觀光客為受訪對象，研究結果顯示墾丁地區水域運動觀光客的態度與行為控制知覺對行為意圖達顯著影響，而主觀規範對行為意圖無直接影響。

黃其琨(2012)以計畫行為理論探討來台觀光客對台灣小吃行為意圖，針對來台觀光客發放問卷，研究結果顯示行為意圖與各構面之間的結果，態度為最能影響行為意圖的變數，其次為行為控制知覺與主觀規範。

第二節 郵輪的定義及發展

一、郵輪的定義

郵輪(Cruise)是指擁有交通運輸的功能，航行於某個水域，可載遊客來回或單程旅遊，讓遊客下船至某一地點遊玩，郵輪內部的設施包含住宿、餐廳、賭場、遊戲場、游泳池、健身房、酒吧等等，內部活動則有舞會、表演、體育活動、講座、甚至還有類似觀光飯店的豪華設施和服務(Gold, 1989 和 Zvoncheck, 1993)。而郵輪旅遊(Cruise Tour)係指以輪船作為交通載具、旅館住宿，餐飲供應以及休閒場所之多功能工具，同時進行相關觀光、旅遊、觀賞風景文物等活動(呂江泉, 2002)。因此郵輪旅遊兼具有運輸、旅遊、旅館、餐飲、設施、活動等多元屬性 (Cartwright & Baird, 1999 ; Singh, 2000)。

二、郵輪的發展

王諾(2008)指出，從歷史的進程上看，郵輪產業的發展經歷了三個主要階段，即轉型過渡期、成長拓展期和繁榮成熟期。

1. 轉型過渡期(20 世紀 60 年代末~70 年代初)

20 世紀 60 年代初期，每年往返於美歐大陸橫跨大西洋客運班輪的客運量超過了 100 萬人次，70 年代初期一度下降到每年 25 萬人次左右。原有的客運班輪公司迫於經營上的壓力，不得不尋找新的經營方式。客觀上，郵輪客運量的下降催生了海上客運移向海上旅遊的轉型。

20 世紀 70 年代是郵輪經營的痛苦轉型期，噴氣式飛機的出現使郵輪作為一種交通工具成為歷史，班輪公司的角色正嘗試由交通服務向休閒旅遊服務轉變。但當時的客運船舶本身並不適合開展旅遊休閒服務，其過渡過程還面臨著很多障礙，如沒有空調、艙等不夠舒適，以及甲板上下缺乏公共空間等。這一階段人們對郵輪知之甚少，甚至出現了由於文化的差異而對郵輪產生誤解。這一階段的郵輪目標市場大都以本國遊客為主，出行航線也多是以本國觀光地為基本港和掛靠港，人們對郵輪的認識還只是局限於其華麗的外觀、奢侈的內部設施以及高昂的旅遊費用上。這一時期，挪威郵輪公司、皇家加勒比郵輪公司、嘉年華郵輪公司以及鐵行郵輪公司相繼正式組建了各自的郵輪船隊。

2. 成長拓展期(20 世紀 80 年代~90 年代中期)

隨著人們對現代郵輪認識的逐漸提升，郵輪市場出現了日益豐富的旅遊產品，市場得以拓展，行業發展進入成長階段。在此期間，馬來西亞麗星郵輪公司於 1993 年進入亞洲市場。通過收購，該公司同時在北美、歐洲和亞洲全球三大區域市場開展業務，成為世界第一家真正的全球性郵輪公司。

3. 繁榮成熟期(20 世紀 90 年代中晚期至今)

最早進入郵輪發展繁榮成熟期的區域是北美及歐洲一些地區。這一時期，全球性郵輪公司不斷投入新船，郵輪服務種類繁多，市場分割加劇，競爭趨於激烈。郵輪航線的平均航程達到6~8天，停靠目的港不斷增多，航線安排靈活多樣，遊客消費價格逐年下降，行業集中程度增高，行業經營的規模效益明顯，進而開闢了郵輪旅遊向遊客大眾化和年輕化方向發展的通道，越來越多中等收入的遊客成為郵輪產品的消費者。

三、郵輪的現況

目前以航行地區來分，郵輪的主要航行市場可分為三大地區：歐洲大陸、美洲大陸和亞洲大陸。而依企業經營規模而論，市場上三大郵輪集團分別為嘉年華郵輪集團(Carnival Corp.)、皇家加勒比集團(Royal Caribbean Cruises Ltd.)及麗星郵輪集團(Star Cruises)。

表 2-1 世界三大郵輪集團旗下子公司及經營方向一覽表

郵輪集團	子公司	經營方向
嘉年華郵輪集團 (Carnival Corp.)	嘉年華郵輪 (Carnival Cruise Lines)	大型船為主，歡樂、家庭式。
	荷美遊輪 (Holland America)	中型船為主，歐式風格，精緻服務，古典沉穩。
	公主遊輪 (Princess Cruises)	親民、美式、熱鬧、年輕。
	歌詩達郵輪 (Costa Cruise Line)	義式風格，講求歡樂、閤家式。
皇家加勒比集團 (Royal Caribbean Cruises Ltd.)	皇家加勒比國際 (Royal Caribbean International)	大型郵輪為主，歡樂、活潑
	精緻遊輪 (Celebrity Cruises)	典雅，服務，奢華，美食細緻。
麗星郵輪集團 (Star Cruises)	麗星郵輪 (Stra Cruises)	亞太地區，自由休閒，博奕。
	挪威郵輪 (Norwegian Cruise Line)	北美區，講求自由閒逸、隨興自在

資料來源：本研究參考各郵輪公司網站整理。

而針對目前市場上三大郵輪集團，分別說明如下：

1. 嘉年華郵輪集團(Carnival Corp.)

集團旗下包括嘉年華郵輪公司(Carnival Cruise Lines)、荷美遊輪(Holland America)、公主遊輪(Princess Cruises)及歌詩達郵輪(Costa Cruise Line)，嘉年華郵輪公司成立於1972年，公司的創始人是Ted Arison，公司總部設在美國佛羅里達州的邁阿密市。嘉年華郵輪以「Fun Ship」(歡樂郵輪)作為主要的產品訴求來區別其它競爭對手，現在已經發展成為全球第一的超級豪華郵輪公司，擁有28000名船員和5000名員工。針對嘉年華郵輪旗下船隊，整理如下表。

表 2-2 嘉年華郵輪公司(Carnival Cruise)旗下郵輪一覽表

級別	郵輪名稱	下水年份	噸位
夢想級	嘉年華夢想號 Carnival Dream	2009	130,000 噸
光輝級	嘉年華光輝號 Carnival Splendor	2009	113,300 噸
征服級	嘉年華自由號 Carnival Freedom	2007	110,000 噸
	嘉年華自在號 Carnival Liberty	2005	110,000 噸
	嘉年華英勇號 Carnival Valor	2004	110,000 噸
	嘉年華光榮號 Carnival Glory	2003	110,000 噸
	嘉年華征服號 Carnival Conquest	2002	110,000 噸

表 2-2 嘉年華郵輪公司(Carnival Cruise)旗下郵輪一覽表(續)

凱旋級	嘉年華勝利號 Carnival Victory	2000	101,509 噸
	嘉年華凱旋號 Carnival Triumph	1999	101,509 噸
佳運級	嘉年華佳運號 Carnival Destiny	1996	101,353 噸
精神級	嘉年華奇蹟號 Carnival Miracle	2004	88,500 噸
	嘉年華菁華號 Carnival Pride	2002	88,500 噸
	嘉年華傳奇號 Carnival Legend	2002	88,500 噸
	嘉年華精神號 Carnival Spirit	2000	88,500 噸
夢幻級	嘉年華樂園號 Carnival Paradise	1998	70,367 噸
	嘉年華歡欣號 Carnival Elation	1998	70,367 噸
	嘉年華靈感號 Carnival Inspiration	1996	70,367 噸
	嘉年華創意號 Carnival Imagination	1995	70,367 噸
	嘉年華神逸號 Carnival Fascination	1994	70,367 噸
	嘉年華佳名號 Carnival Sensation	1993	70,367 噸
	嘉年華神往號 Carnival Ecstasy	1991	70,367 噸
	嘉年華夢幻號 Carnival Fantasy	1990	70,367 噸
假日級	嘉年華假日號 Carnival Holiday	1985	46,052 噸

資料來源：本研究參考郵輪公司網站整理。

2. 皇家加勒比集團(Royal Caribbean Cruises Ltd.)

皇家加勒比集團 (Royal Caribbean Cruises Ltd.) 是全球領先的郵輪度假集團，總部位於美國邁阿密，在全球範圍內經營遊輪度假產品，旗下擁有皇家加勒比國際遊輪 (Royal Caribbean International)、精緻遊輪 (Celebrity Cruises)、普爾曼遊輪 (Pullmantur)、精鑽俱樂部遊輪 (Azamara Club Cruises)、CDF (Croisières de France) 及與 TUI AG 合資的 TUI Cruises 六大遊輪品牌。皇家加勒比遊輪有限公司目前擁有各品牌在役豪華遊輪 41 艘，另有 3 艘在建，並在世界各地運營 1000 多條不同的航線，停靠全球七大洲約 460 個目的地。而針對皇家加勒比郵輪旗下船隊，整理如下表。

表 2-3 皇家加勒比郵輪 (Royal Caribbean) 旗下郵輪一覽表

系列	郵輪名稱	下水年份	噸位
綠洲系列	海洋魅麗號 Allure of the seas	2010	222,900 噸
	海洋綠洲號 Oasis of the Seas	2009	222,900 噸
自由系列	海洋獨立號 Independence of the Seas	2008	160,000 噸
	海洋自主號 Liberty of the Seas	2007	160,000 噸
	海洋自由號 Freedom of the Seas	2006	160,000 噸

表 2-3 皇家加勒比郵輪 (Royal Caribbean) 旗下郵輪一覽表(續)

航行者系列	海洋冒險者號 Adventure of the Seas	2001	142,000 噸
	海洋探險者號 Explorer of the Seas	2000	138,000 噸
	海洋水手號 Mariner of the Seas	2003	138,000 噸
	海洋領航者號 Navigator of the Seas	2002	138,279 噸
	海洋航行者號 Voyager of the Seas	1999	140,000 噸
燦爛系列	海洋光輝號 Brilliance of the Seas	2002	90,090 噸
	海洋珠寶號 Jewel of the Seas	2004	90,000 噸
	海洋燦爛號 Radiance of the seas	2001	90,000 噸
	海洋旋律號 Serenade of the Seas	2003	90,000 噸
夢幻系列	海洋幻麗號 Enchantment of the Seas	1997	81,000 噸
	海洋富麗號 Grandeur of the Seas	1996	74,000 噸
	海洋神話號 MS Legend of the Seas	1995	70,000 噸
	海洋迎風號 MS Rhapsody of the Seas	1997	78,491 噸
	海洋榮光號 Splendour of the Seas	1996	70,000 噸
	海洋夢幻號 Vision of the Sea	1998	78,340 噸
君主系列	海洋帝王號 Majesty of the Seas	1992	74,077 噸
量子系列	海洋量子號 Quantum of the Seas	2014	167,800 噸
	海洋聖歌號 Anthem of the Seas	預計 2015	167,800 噸

資料來源：本研究參考郵輪公司網站整理。

3. 麗星郵輪集團(Star Cruises)

麗星郵輪是全球休閒，娛樂和旅遊及酒店服務業的領導企業-雲頂香港的全資附屬公司。麗星郵輪連同挪威郵輪，為世界第三大郵輪公司，合共營運 19 艘郵輪，提供約 39,000 標準床位，航線遍及亞太區、南北美洲、夏威夷、加勒比海、阿拉斯加、歐洲、地中海及百慕達等超過 200 多個目的地。麗星郵輪於全球超過 20 個地區設立辦事處，包括香港、澳洲、中國、印度、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、瑞典、台灣、泰國、阿拉伯聯合酋長國、英國、美國以及越南。針對麗星郵輪旗下船隊，整理如下表。

表 2-4 麗星郵輪公司(Star Cruises)旗下郵輪一覽表

郵輪名稱	建造年份	噸位
處女星號	1999	75,388 噸
寶瓶星號	1993	51,039 噸
雙子星號	1992	50,764 噸
天秤星號	1988	42,275 噸
雙魚星號	1990	40,012 噸

資料來源：本研究參考郵輪公司網站整理。

第三節 郵輪相關議題之研究

早期郵輪觀光產業主要以歐美地區為主，臺灣遊客因資訊來源不足，導致郵輪旅遊活動通常給臺灣旅客高價不可攀的印象。後來因麗星郵輪進駐臺灣基隆港，也開啟臺灣郵輪旅遊的市場。

針對郵輪旅客於遊憩歷程各階段參與郵輪活動的影響因素，學者阮聘茹(2000)研究指出，大部分麗星郵輪旅客都是首次搭乘郵輪，主要目的在於尋求不同的旅遊體驗或希望體驗不同的生活方式，再者即為使用賭場設施。在行前規劃階段，價格、時間和行程天數是影響決策的主要因素，然而，一旦開始郵輪假期後，旅客於航程中參與各項活動或使用設施的考量因素則相當多變化。其中，是否須支付額外費用及郵輪公司的服務品質是旅客所關注的重點。但針對岸上觀光部分，旅客主要視行程安排是否具吸引力，價格因素相對較不重要。

另根據「我國郵輪旅遊市場需求調查與研究」報告，在搭乘麗星郵輪的旅客中，有超過兩成人數在過去擁有至少 1 次的郵輪旅遊經驗，且多數旅客表達願意再度參與的意圖，此外，除了國內航線，旅客亦表達希望變換其他郵輪旅遊航線的需求(周宏彥、呂錦隆，2011)。鄭艾瑋(2013)研究中指出，亞太地區郵輪產業近年蓬勃發展，且基隆位於亞太中心位置，是故基隆港以發展郵輪母港或停靠港為目標，具

有相當之優勢。而郵輪票價會直接影響到旅客搭乘意願及人數，這也顯示經濟發展程度對於郵輪產業具有最直接的影響力。

蔡豐明、陳威能(2014)研究中指出，現今國際郵輪市場蓬勃發展，隨著歐美地區市場漸趨於飽和，亞洲地區搭乘郵輪人數亦逐年增加，根據交通部規劃，未來兩岸客貨船及國際郵輪將以基隆及高雄港為主要靠泊港，臺灣港務公司亦希望發展南北兩大國際郵輪母港，分析後發現「港口經營策略」、「港灣設備規劃」及「政府政策」為影響發展臺灣成為國際郵輪母港之最重要的三項準則。

第三章 研究方法

本研究以計畫行為理論為基礎，探討態度、主觀規範、知覺行為控制如何影響旅客對郵輪旅遊的行為意圖。回顧國內外彙整之相關文獻，建立研究架構，參考專家學者的相關意見，做為設計本研究問卷的基礎，最後再根據預測結果編製正式問卷，針對年滿十八歲之國人進行問卷施測。

第一節 研究假設與研究架構

一、研究假設

本研究採用 Ajzen(1985)計畫行為理論研究郵輪旅遊行為意圖，因此依據各學者對計畫行為理論研究的結果，提出研究假設。

Ajzen(1985, 1988, 1991)、Ajzen & Fishbein(1980)之實證研究、Ajzen and Driver(1992)以理性行動理論、計畫行為理論進行休閒行為研究；李柏慧與劉淑燕(2005)民眾從事健走行為意圖之研究；黎益承(2008)以休閒運動為目的之單車騎乘行為意圖之研究；吳昀陞(2012)運用計劃行為理論探討金融業員工身體活動與相關因素研究；顏世冠(2012)墾丁地區水域運動觀光客行為意圖之研究；上述研結果均指出支持行為者的態度越正向，其行為意圖越高。依據以上文獻，本研究提出以下假設：

H1：旅客對郵輪旅遊的態度對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H1a：旅客對郵輪旅遊的行為信念對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H1b：旅客對郵輪旅遊的結果評價對郵輪旅遊意圖有正向影響。

Ajzen(1985, 1988, 1991)、Ajzen & Fishbein(1980)之實證研究；羅珏瑜、梁富梅(2011)服務移轉行為之研究；賴蕙君(2000)嘉義市國中教師終生學習行為意圖及影響因素之研究-計畫行為理論的驗證；李柏慧與劉淑燕(2005)民眾從事健走行為意圖之研究等；顏世冠(2012)墾丁地區水域運動觀光客行為意圖之研究，上述研究顯示主觀規範對行為意圖有正向的影響。依據以上文獻，本研究提出以下假設：

H2：旅客對郵輪旅遊的主觀規範對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H2a：旅客對郵輪旅遊的媒體影響對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H2b：旅客對郵輪旅遊的參考群體對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H2c：旅客對郵輪旅遊的環境對郵輪旅遊意圖有正向影響。

Ajzen(1985, 1988, 1991)、Ajzen & Fishbein(1980)之實證研究；

Ajzen and Driver(1992)以理性行為理論、計畫行為理論之行為研究；
蔡振中(2009)遊客對澎湖戰地遺址觀光其行為意圖之研究；李永祥
(2010)臺灣科技大學學生參與超級籃球聯賽現場觀賞意圖之研究；
黃其琨(2012)以計畫行為理論探討來台觀光客對台灣小吃行為意圖之
研究，以上實證研究中均指出行為控制知覺對於受試者的行為意圖有
正向顯著影響，依據以上文獻，本研究提出以下假設：

H3：旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H3a：旅客對郵輪旅遊的自我效能對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H3b：旅客對郵輪旅遊的便利性對郵輪旅遊意圖有正向影響。

二、研究架構

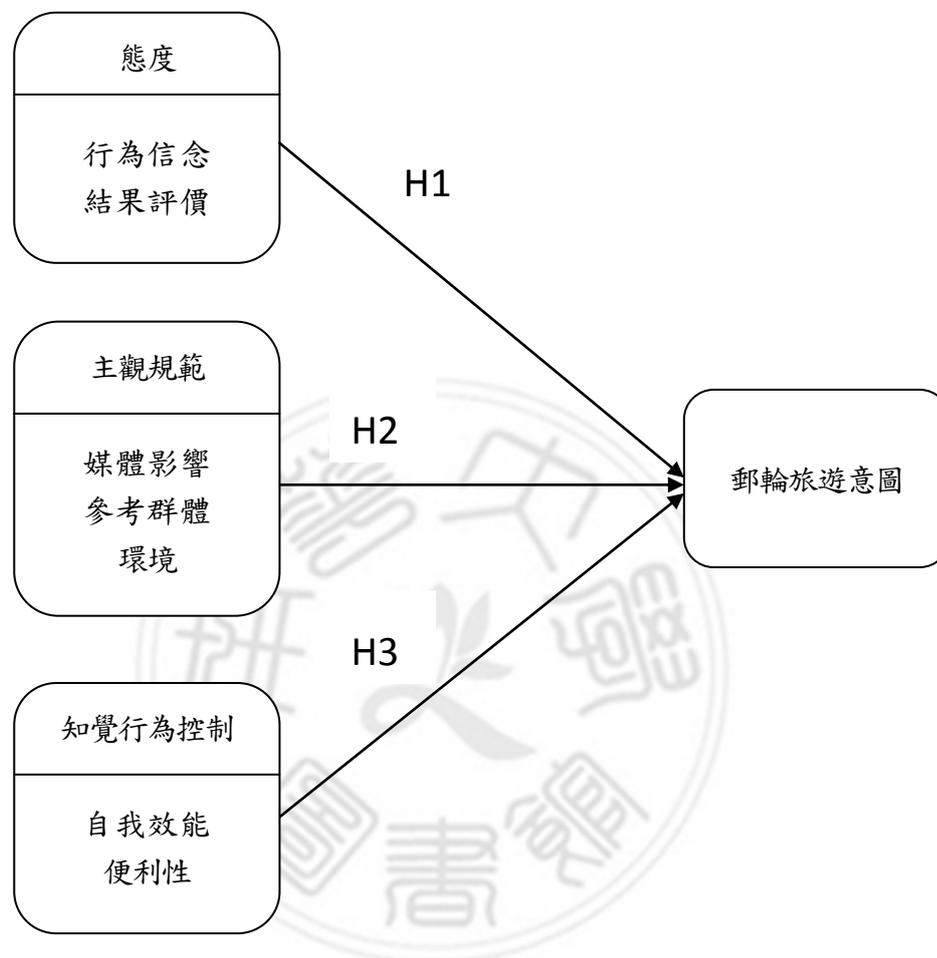


圖 3-1 研究架構圖

第二節 操作型定義

操作型定義是指以可觀察的、可測量的、明確的方式來對變項下定義（吳明隆，2006），就是在界定一個變項或概念時，寫出該測量變項的操作活動，而非描述變項或現象的特徵（邱皓政，2008），就是將

「概念」與「實證」作一連結，並將概念與構面的意義加以界定，使得潛在構面能在現實的現象中加以衡量（吳萬益、林清河，2000）。

本研究根據相關文獻，整理歸納各變項進行操作型定義，如表 3-1：

表 3-1 研究變項與操作型定義

研究變項	操作型定義	參考來源
態度	個人對一事物、行為喜惡的感覺。本研究定義為旅客對於郵輪旅遊的喜好情形，以旅客對於郵輪旅遊的行為信念及結果評價等二項變數衡量旅客對於郵輪旅遊的態度。	李柏慧與劉淑燕(2005)；Lam, T., and Hsu, C. H. C. (2006)；黎益承(2008)；吳昫陞(2012)
主觀規範	個人對是否採行某項行為之社會壓力的知覺。即是人們對於他們所在乎的人，會如何看待他們表現特定行為的信念，為當時情況下左右行為的規範和他想順從規範的意願。本研究以旅客對於郵輪旅遊的媒體影響、參考群體及環境等三項變數衡量旅客對於郵輪旅遊的主觀規範。	賴蕙君(2000)；Han、Hsu、Sheu(2010)；羅珏瑜、梁富梅(2011)；顏世冠(2012)
知覺行為控制	意指個人知覺到完成某一行為容易或困難的程度，受限於參與者所擁有的資源與機會。本研究以旅客對於郵輪旅遊的自我效能、便利性等二項變數衡量旅客對於郵輪旅遊的知覺行為控制。	Marie Hélène de Cannière, Patrick De Pelsmacker, Maggie euens(2009)；蔡振中(2009)；李永祥(2010)；黃其琨(2012)；

資料來源：本研究整理

第三節 研究問卷設計

本研究採便利抽樣問卷調查法，使用問卷調查的蒐集資料方式，針對年滿十八歲國人進行問卷調查。

一、問卷設計

本研究係探討計畫行為理論之態度、主觀規範及知覺行為控制與旅客參與郵輪旅遊意圖的關係，根據相關理論中外專家學者之文獻，整理出與本研究相關之項目與構面，進行問卷初稿之編製。接著先進行預試做初步問卷之調查分析，再依據預試問卷結果，修改刪除不適當之題項，初步問卷經過修正後，做為本研究正式問卷。

本研究問卷設計分為五大部份，共有五十八題。第一部份為了解受測者的個人基本資料，此部份主要是參考 Lin (2004)、Smarkola (2008)、Lee (2009)、曾瑞程 (2009)、徐茂洲 (2010) 等人之研究問卷加以改編，主要為個人基本資料，分別為性別、年齡、婚姻、教育程度、居住地、工作職業、每月平均所得以及是否搭乘過郵輪旅遊，此部分共計為 8 題。第二部份為個人參與郵輪旅遊之態度調查，共計 12 題。第三部份為個人對於從事郵輪旅遊的重要參考依據調查，共計 15 題。第四部份為影響個人從事郵輪旅遊相關因素調查，共計 17 題。第五部份為個人參與郵輪旅遊活動意願調查，共計 8 題。

問卷第二部份、第三部份、第四部份及第五部份，採用李克特五點尺度(Likert five-point scale)進行衡量，效標由同意程度最低的「非常不同意」、「不同意」、「沒意見」、「同意」、「非常同意」，分別以1分至5分計。本次問卷主要衡量構面及問卷來源，整理如表3-2。

表 3-2 主要衡量構面及問卷來源參考表

研究變數	研究構面	參考來源
態度	行為信念、結果評價	Lam, T., and Hsu, C. H. C. (2006) ; 黎益承(2008); 吳昀陞(2012)
主觀規範	媒體影響、參考群體、環境	Han、Hsu、Sheu (2010) ; 羅珏瑜、梁富梅 (2011) ; 顏世冠 (2012)
知覺行為控制	自我效能、便利性	Marie Hélène de Cannière, Patrick De Pelsmacker, Maggie euens(2009) ; 黃其琨 (2012)

資料來源：本研究整理

二、資料分析方法

本研究的統計分析方法主要採用 SPSS .019 統計套裝軟體及為分析工具，其分析方式分述如下：

A、敘述性統計分析

敘述性統計分析是對於樣本基本資料及研究構面進行次數分配、百分比、平均數以及標準差等基本統計分析，藉以瞭解樣本各構面之間分布情形，說明樣本資料結構。

B、信度分析

信度(reliability)指的是一份測驗各量表問卷所測得分數的可信度或穩定性。一般以 Cronbach' s α 來檢定各因素之衡量變數的內部一致性程度。Cronbach' s α 是量測內部一致性的方法，適合針對李克特量表進行信度分析。Cronbach' s α 值小於 0.35 為低信度，0.35 至 0.7 之間則為尚可，Cronbach' s α 值大於 0.7 屬於高信度。本研究將以此來檢定各因素之衡量變數的內部一致性程度。

三、預測問卷發放及信度分析

本研究於民國 103 年 8 月 27 日至民國 103 年 9 月 5 日，發放 30 份預測問卷施行預測。預測問卷回收後，進行信度分析與項目分析，針對分析結果及專家學者提出意見，修正後完成正式問卷。

本研究回收之預測問卷，以統計軟體 SPSS 19.0 進行信度分析，主變項及子構面信度分析結果，如下表 3-3、3-4、3-5、3-6、3-7、3-8、3-9、3-10 及 3-11。

表 3-3 研究主變項之信度分析

研究變項	Cronbach's Alpha 值
態度	0.891
主觀規範	0.891
行為控制知覺	0.882
行為意圖	0.921

資料來源：本研究整理

表 3-4 行為信念構面之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
態度	行為信念	1. 我認為參與郵輪旅遊是新奇 2. 我認為參與郵輪旅遊是有趣的 3. 我認為參與郵輪旅遊是悠閒的 4. 我認為參與郵輪旅遊是放鬆的 5. 我認為參與郵輪旅遊是歡樂的 6. 我認為參與郵輪旅遊是便利的	0.894

資料來源：本研究整理

表 3-5 結果評價構面之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
態度	結果評價	7. 我認為參與郵輪旅遊是享受的 8. 我認為參與郵輪旅遊是尊貴的 9. 我認為參與郵輪旅遊是昂貴的 10. 我認為參與郵輪旅遊是特別的 11. 我認為參與郵輪旅遊是安全的 12. 我認為參與郵輪旅遊是值得期待的	0.756

資料來源：本研究整理

表 3-6 媒體影響構面之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
主觀規範	媒體影響	13. 電視廣告會影響我選擇郵輪旅遊 14. 電視新聞或電視節目報導會影響我選擇郵輪旅遊 15. 報章雜誌廣告會影響我選擇郵輪旅遊 16. 報章雜誌專題報導會影響我選擇郵輪旅遊 17. 網路廣告會影響我選擇郵輪旅遊 18. 網路討論(論壇、部落格)會影響我選擇郵輪旅遊 19. 廣播節目報導或廣告會影響我選擇郵輪旅遊 20. 電影或偶像劇置入性行銷會影響我選擇郵輪旅遊	0.872

資料來源：本研究整理

表 3-7 參考群體構面之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
主觀規範	參考群體	21. 同學推薦會影響我選擇郵輪旅遊 22. 長官或上司推薦會影響我選擇郵輪旅遊 23. 朋友推薦會影響我選擇郵輪旅遊 24. 家人及親戚推薦會影響我選擇郵輪旅遊 25. 旅遊玩家推薦會影響我選擇郵輪旅遊	0.766

資料來源：本研究整理

表 3-8 環境構面之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
主觀規範	環境	26. 旅遊展行銷介紹會影響我選擇郵輪旅遊 27. 價格優惠及促銷會影響我選擇郵輪旅遊	0.770

資料來源：本研究整理

表 3-9 自我效能之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
行為控制知覺	自我效能	28. 郵輪旅遊中，餐食的美味衛生是重要的 29. 郵輪旅遊中，餐食的多樣性是重要的 30. 郵輪旅遊中，住宿艙房等級是重要的 31. 郵輪旅遊中，住宿艙房環境是重要的 32. 郵輪旅遊中，提供的表演節目是重要的 33. 郵輪旅遊中，提供的娛樂設備是重要的 34. 郵輪旅遊中，工作人員的服務態度是重要的 35. 郵輪旅遊中，整體安全性是重要的 36. 郵輪旅遊中，價格是重要的	0.848

資料來源：本研究整理

表 3-10 便利性之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
行為控制知覺	便利性	39. 對於郵輪旅遊我能夠獲得足夠資訊 40. 我有足夠時間來參與郵輪旅遊 41. 參與郵輪旅遊對我來說是便利的 42. 我能夠找到同伴一起參與郵輪旅遊 43. 我有足夠經濟能力來參與郵輪旅遊 44. 我的身體狀況適合參與郵輪旅遊	0.838

資料來源：本研究整理

表 3-11 郵輪旅遊意圖之信度分析

研究變項	構面	問卷題目	Cronbach's Alpha
行為意圖	郵輪旅遊意圖	45. 未來我在進行旅遊活動時，會考慮參與郵輪旅遊 46. 未來我有足夠經濟能力參與郵輪旅遊 47. 未來我會在特殊節日(如生日、結婚紀念日)參與郵輪旅遊 48. 未來我能獲得足夠的郵輪旅遊資訊 49. 未來一年內我有意願參與郵輪旅遊 50. 未來一年內我會因為促銷(特價)而參與郵輪旅遊 51. 未來一年內我參與郵輪旅遊的可能性很高 52. 未來一年內我會推薦別人參與郵輪旅遊	0.921

資料來源：本研究整理

第四章 研究結果與分析

第一節 樣本結構分析

將問卷樣本回收篩選更效樣本後，以描述性統計瞭解其基本資料分布情形，依本研究問卷之次序分別敘述如下，並彙整資料如表 4-1。

一、性別

本研究之樣本於性別分布情形由描述資料得知，男性 135 人，佔有效樣本數 44.1%；女性 171 人，佔有效樣本數 55.9%。

二、年齡

本研究之樣本在年齡部份以「30 歲以下」94 人最高，佔更效樣本的 30.7%；「41-50 歲」83 人次之，佔有效樣本的 27.1%；而「31-40 歲」82 人第三，佔有效樣本的 26.8%；另外「51-60 歲以上」36 人，佔有效樣本的 11.8%；最少則是「61 歲以上」11 人，佔有效樣本的 3.6%。

三、婚姻狀況

本研究之樣本在婚姻狀況之部份，「已婚」186 人佔有效樣本的 60.8%；而「未婚」118 人，佔有效樣本的 38.6%；而「其他」2 人，佔有效樣本的 0.7%。

四、教育程度

本研究之樣本在教育程度之部份，「專科/大學」169 人最多，佔有

效樣本的 55.2%；次之為「高中/高職」58 人，佔有效樣本的 19%；第三為「碩/博士以上」47 人，佔有效樣本的 15.4%；最少則為「國中以下」32 人，佔有效樣本的 10.5%。

五、居住地

本研究之樣本在居住地之部份，「南部(嘉義、台南、高雄、屏東)」234 人最多，佔有效樣本的 76.5%；次之為「中部(苗栗、台中、彰化、南投、雲林)」55 人，佔有效樣本的 18%；第三為「北部(基隆、台北、桃園、新竹)」12 人，佔有效樣本的 3.9%；另外「東部(宜蘭、花蓮、台東)」3 人，佔有效樣本的 1%；最少則為「離島(澎湖、金門、馬祖)」2 人，佔有效樣本的 0.7%。

六、工作職業

本研究之樣本在工作職業之部份，以「軍公教」115 人最多，佔有效樣本的 37.6%；次之為「服務業」66 人，佔有效樣本的 20.3%；第三為「學生」39 人，佔有效樣本的 12.7%；另外「工業」33 人，佔有效樣本的 10.8%；「商業」及「其他」各為 26 人，各佔有效樣本的 8.5%；最少則為「農業」5 人，佔有效樣本的 1.6%。

七、搭乘郵輪經驗

本研究樣本中搭乘郵輪經驗之部份，以「未搭乘過郵輪」248 人最

多，佔有效樣本的 81%；次之「有搭乘過郵輪」58 人，佔有效樣本的 19%。

表 4-1 樣本基本資料分析

項目	量表項目	樣本數	百分比
性別	男	135	44.1%
	女	171	55.9%
年齡	30歲以下	94	30.7%
	41~50歲	83	27.1%
	31~40歲	82	26.8%
	51~60歲	36	11.8%
	61歲以上	11	3.6%
婚姻狀況	已婚	186	60.8%
	未婚	118	38.6%
教育程度	專科/大學	169	55.2%
	高中/高職	58	19%
	碩/博士以上	47	15.4%
	國中以下	32	10.5%
居住地	南部(嘉義、台南、高雄、屏東)	234	76.5%
	中部(苗栗、台中、彰化、南投、雲林)	55	18%
	北部(基隆、台北、桃園、新竹)	12	3.9%
	東部(宜蘭、花蓮、台東)	3	1%
	離島(澎湖、金門、馬祖)	2	0.7%

表 4-1 樣本基本資料分析(續)

工作職業	軍公教	115	37.6%
	服務業	66	20.3%
	學生	39	12.7%
	工業	33	10.8%
	商	26	8.5%
	其他	26	8.5%
	農業	5	1.6%
搭乘郵輪經驗	未搭乘過郵輪	248	81%
	有搭乘過郵輪	58	19%

資料來源：本研究整理

第二節 信度分析

在問卷完成回收後，針對回收問卷進行信度的分析，信度指的是測量結果一致性(consistency)或穩定性(stability)，即對相同或相似的群體進行不同的測量，其所得的結果一致的程度。一般信度以 Cronbach' s α 作為判定信度的信賴係數，可反映出測量工具內部的同質性、一致性與穩定性，Cronbach' s α 係數越大表示測量工具內部的一致性越高，當係數大於 0.7 即代表具有高信度水準，0.7 至 0.35 之間表示信度尚可，而小於 0.35 則不具有信度。

本研究問卷共有態度、主觀規範及知覺行為控制三大部份，其中量表採多項問題加以衡量，故量表的信度測驗皆以 Cronbach' s α 係數做為判斷的依據。本研究將態度、主觀規範及知覺行為控制等量表之信度分析的結果彙整如表 4-2。

表4-2 研究問卷信度分析彙整表

構面分量表	題數	Cronbach' s α 係數
A、態度	12	0.902
行為信念	6	0.881
結果評價	6	0.800
B、主觀規範	15	0.896
媒體影響	8	0.807
參考群體	5	0.880
環境	2	0.718
C、知覺行為控制	17	0.883
自我效能	9	0.900
便利性	8	0.828
D、行為意圖	8	0.924

資料來源：本研究整理

第三節 效度分析

本研究採用內容效度作為測量工具之效度指標，本研究測量工具以相關文獻之量表為基礎，並配合本研究之相關內容修改而成，並與老師討論後，修正量表以力求測量工具，能涵蓋所預測量概念之項目。並邀請專家學者針對本研究量表之內容進行修正，以提昇量表之效度。

第四節 描述性統計分析

本節針對態度、主觀規範、知覺行為控制等變項做預估性描述性統計分析，計算各構面問項之平均值與標準差。以主要變項進行敘述，若平均分數越高，表示對該題之認同程度越高。

本研究態度、主觀規範、知覺行為控制及行為意圖等四項變數，衡量方式採用李克特(Likert)衡量尺度分為五等：1、代表非常不同意；2、代表不同意；3、代表沒意見；4、代表同意；5、代表非常同意。以變數內問項之加總平均數作為基準，顯示樣本之平均數及標準差。

由下表 4-3 可知，知覺行為控制構面平均數 4.0705 最高，態度構面平均數 3.9507 次之，主觀規範構面平均數 3.7554 最低。

表4-3 變數平均數與標準差統合表

構面	平均數	標準差
態度	3.951	0.529
主觀規範	3.755	0.635
知覺行為控制	4.071	0.781

資料來源：本研究整理

一、態度

由下表 4-4 整理可得知，態度各題項平均數介於 3.40 與 4.17 之間，態度整體平均值為 3.951。由態度的平均數 3.951 來推論，各題項平均數皆高於中間值 3，顯示受訪者對郵輪旅遊的態度是屬於高評價。

表4-4 態度變數問項與量表

構面	問項	平均值	標準差	構面均值
行為信念	1. 我認為參與郵輪旅遊是新奇的	4.01	0.724	4.05
	2. 我認為參與郵輪旅遊是有趣的	4.08	0.647	
	3. 我認為參與郵輪旅遊是悠閒的	4.16	0.620	
	4. 我認為參與郵輪旅遊是放鬆的	4.17	0.629	
	5. 我認為參與郵輪旅遊是歡樂的	4.09	0.644	
	6. 我認為參與郵輪旅遊是便利的	3.80	0.865	

表4-4 態度變數問項與量表(續)

結果 評價	7. 我認為參與郵輪旅遊是享受的	4.12	0.627	3.85
	8. 我認為參與郵輪旅遊是尊貴的	3.81	0.882	
	9. 我認為參與郵輪旅遊是昂貴的	3.91	0.877	
	10. 我認為參與郵輪旅遊是特別的	3.93	0.827	
	11. 我認為參與郵輪旅遊是安全的	3.40	0.915	
	12. 我認為參與郵輪旅遊是值得期待的	3.93	0.787	

資料來源：本研究整理

二、主觀規範

由下表4-5整理可得知，主觀規範各題項平均數介於3.51與3.96之間，主觀規範整體平均值為3.755。由主觀規範的平均數3.755來推論，各題項平均數皆高於中間值3，顯示受訪者對郵輪旅遊的態度是屬於高評價。

表4-5 主觀規範變數問項與量表

構面	問項	平均值	標準差	構面均值
媒體	13. 電視廣告會影響我選擇郵輪旅遊	3.62	0.814	3.64
	14. 電視新聞或電視節目報導會影響我選擇郵輪旅遊	3.71	0.821	
	15. 報章雜誌廣告會影響我選擇郵輪旅遊	3.67	0.816	
	16. 報章雜誌專題報導會影響我選擇郵輪旅遊	3.69	0.818	
	17. 網路廣告會影響我選擇郵輪旅遊	3.59	0.857	
	18. 網路討論(論壇、部落格)會影響我選擇郵輪旅遊	3.68	0.854	
	19. 廣播節目報導或廣告會影響我選擇郵輪旅遊	3.55	0.853	
	20. 電影或偶像劇置入性行銷會影響我選擇郵輪旅遊	3.51	0.913	
參考群體	21. 同學推薦會影響我選擇郵輪旅遊	3.78	0.798	3.79
	22. 長官或上司推薦會影響我選擇郵輪旅遊	3.54	0.869	
	23. 朋友推薦會影響我選擇郵輪旅遊	3.90	0.742	
	24. 家人及親戚推薦會影響我選擇郵輪旅遊	3.96	0.756	
	25. 旅遊玩家推薦會影響我選擇郵輪旅遊	3.79	0.866	
環境	26. 旅遊展行銷介紹會影響我選擇郵輪旅遊	3.70	0.870	3.83
	27. 價格優惠及促銷會影響我選擇郵輪旅遊	3.96	0.803	

資料來源：本研究整理

三、知覺行為控制

由下表 4-6 整理可得知，知覺行為控制各題項平均數介於 3.23 與 4.61 之間，知覺行為控制整體平均值為 4.071。由知覺行為控制的平均數 4.071 來推論，各題項平均數皆高於中間值 3，顯示受訪者對郵輪旅遊的態度是屬於高評價。

表4-6 知覺行為控制變數問項與量表

構面	問項	平均值	標準差	構面均值
自我效能	28. 郵輪旅遊中，餐食的美味衛生是重要的	4.44	0.604	4.33
	29. 郵輪旅遊中，餐食的多樣性是重要的	4.36	0.623	
	30. 郵輪旅遊中，住宿艙房等級是重要的	4.20	0.722	
	31. 郵輪旅遊中，住宿艙房環境是重要的	4.41	0.595	
	32. 郵輪旅遊中，提供的表演節目是重要的	4.08	0.714	
	33. 郵輪旅遊中，提供的娛樂設備是重要的	4.23	0.656	
	34. 郵輪旅遊中，工作人員的服務態度是重要的	4.49	0.634	
	35. 郵輪旅遊中，整體安全性是重要的	4.61	0.613	
	36. 郵輪旅遊中，價格是重要的	4.25	0.752	

表 4-6 知覺行為控制變數問項與量表(續)

便 利 性	37. 郵輪旅遊中，搭乘地點是重要的	4.23	0.718	3.81
	38. 郵輪旅遊中，航行的地點是重要的	4.35	0.687	
	39. 對於郵輪旅遊我能夠獲得足夠資訊	3.63	0.901	
	40. 我有足夠時間來參與郵輪旅遊	3.46	0.965	
	41. 參與郵輪旅遊對我來說是便利的	3.41	0.965	
	42. 我能夠找到同伴一起參與郵輪旅遊	3.71	0.889	
	43. 我有足夠經濟能力來參與郵輪旅遊	3.69	0.941	
	44. 我的身體狀況適合參與郵輪旅遊	3.94	0.864	

資料來源：本研究整理

第五節 相關性分析

本研究進行迴歸分析之前，先以 Pearson 相關分析來探究各變數間之關聯性，探討相關係數了解各變數之間是否存在相關性及其關係正負，針對旅遊意圖、態度、主觀規範、知覺行為控制等潛在變數進行相關分析。

當相關係數絕對值小於 0.3 時，為低度相關；絕對值介於 0.3~0.7

時，為中度相關，絕對值達 0.7~0.8 時，為高度相關；絕對值達 0.8 以上時，即為非常高度相關（楊世瑩，2009）。本研究發現影響消費者郵輪旅遊意圖構念中，以知覺行為控制 0.599 為最高；其次為主觀規範 0.361，以態度 0.357 為最低。

表 4-7 研究主構面相關性分析表

	旅遊意圖	態度	主觀規範	知覺行為 控制
旅遊意圖	1			
態度	.357	1		
主觀規範	.361	.618	1	
知覺行為控制	.599	.482	.468	1
顯著性(P)	0.000			

資料來源：本研究整理

表 4-8 研究子構面相關性分析

	行為 信念	結果 評價	媒體	參考 群體	環境	自我 效能	便利 性	旅遊 意圖
行為 信念	1							
結果 評價	0.746	1						
媒體	0.424	0.498	1					
參考 群體	0.518	0.558	0.677	1				
環境	0.484	0.565	0.600	0.697	1			
自我 效能	0.375	0.353	0.277	0.362	0.376	1		
便利 性	0.366	0.419	0.304	0.354	0.410	0.419	1	
旅遊 意圖	0.288	0.376	0.293	0.309	0.349	0.304	0.674	1
顯著性(P) = 0.000								

資料來源：本研究整理

第六節 迴歸分析

本節將利用迴歸分析來探討態度、主觀規範及知覺行為控制與消費者參與郵輪旅遊行為意圖的關係。

一、旅客對郵輪旅遊的態度與郵輪旅遊意圖

H1：旅客對郵輪旅遊的態度對郵輪旅遊意圖有正向影響。

其迴歸式為： $y = a + \beta_1 X$ （ $y =$ 旅遊意圖， $X =$ 態度）

H1a：旅客對郵輪旅遊的行為信念對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H1b：旅客對郵輪旅遊的結果評價對郵輪旅遊意圖有正向影響。

本研究引用迴歸分析法，分析結果預估如表 4-8 所示，研究發現與假設所預期的結果相同， $P < 0.001$ （顯著性）表示旅客對郵輪旅遊的態度與郵輪旅遊意圖的迴歸模型達顯著水準，此迴歸分析的解釋變異量（ R^2 ）預估有 12.7% 的解釋能力。整體而言，以「旅客對郵輪旅遊的態度」來解釋「郵輪旅遊意圖」有其正面的價值與結果。

表 4-9 態度(整體構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

迴歸分析 \ 自變數	態度
a	3.106
<i>B</i> (未標準化係數)	0.527
<i>B₀</i> (標準化係數)	0.357
R ²	0.127
F值	44.267
Pearson相關	0.357
P-value顯著性	0.000

資料來源：本研究整理

表4-10 態度(各構面)與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

迴歸分析 \ 自變數	行為信念	結果評價
a	3.344	2.868
<i>B</i> (未標準化係數)	0.409	0.504
<i>B₀</i> (標準化係數)	0.288	0.376
R ²	0.083	0.141
F值	24.420	50.044
Pearson相關	0.288	0.376
P-value顯著性	0.000	0.000

資料來源：本研究整理

二、旅客對郵輪旅遊的主觀規範與郵輪旅遊意圖

H2：旅客對郵輪旅遊的主觀規範對郵輪旅遊意圖有正向影響。

其迴歸式為： $y = a + \beta_2 X$ ($y =$ 旅遊意圖, $X =$ 主觀規範)

H2a：旅客對郵輪旅遊的媒體影響對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H2b：旅客對郵輪旅遊的參考群體對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H2c：旅客對郵輪旅遊的環境與郵對旅遊意圖有正向影響。

本研究預估利用迴歸分析法，分析結果預估如表 4-10 所示，研究發現與假設所預期的結果相同， $P < 0.001$ （顯著性）表示旅客對郵輪旅遊的主觀規範與郵輪旅遊意圖的迴歸模型達顯著水準，此迴歸分析的解釋變異量（ R^2 ）預估有 13% 的解釋能力。整體而言，以「主觀規範」來解釋「郵輪旅遊意圖」有其正面的價值與結果。

表 4-11 主觀規範（整體構面）與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

迴歸分析	自變數	主觀規範
a		2.728
B (未標準化係數)		0.444
B_0 (標準化係數)		0.361
R^2		0.130
F值		45.622
Pearson相關		0.361
P-value顯著性		0.000

資料來源：本研究整理

表 4-12 主觀規範與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

自變數 迴歸分析	媒體影響	參考群體	環境
a	2.636	2.872	2.675
<i>B</i> (未標準化係數)	0.299	0.364	0.368
<i>B₀</i> (標準化係數)	0.293	0.309	0.349
R ²	0.086	0.096	0.122
F值	28.629	32.198	42.048
T值	5.351	5.674	6.484
Pearson相關	0.293	0.309	0.349
P-value顯著性	0.000	0.000	0.000

資料來源：本研究整理

三、旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制與郵輪旅遊意圖

H3：旅客對郵輪旅遊知覺行為控制對郵輪旅遊意圖有正向影響。

其迴歸式為： $y = a + \beta_3 X$ ($y =$ 旅遊意圖, $X =$ 知覺行為控制)

H3a：旅客對郵輪旅遊的自我效能對郵輪旅遊意圖有正向影響。

H3b：旅客對郵輪旅遊的便利性對郵輪旅遊意圖有正向影響。

本研究預估利用迴歸分析法，分析結果預估如表 4-12 所示，研究發現與假設所預期的結果相同， $P < 0.001$ （顯著性）表示旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制與郵輪旅遊意圖的迴歸模型達顯著水準，此迴歸分析的解釋變異量（ R^2 ）預估有 35.8% 的解釋能力。整體而言，以「知覺行為控制」來解釋「郵輪旅遊意圖」有其正面的價值與結果。

表 4-13 知覺行為控制（整體構面）與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

迴歸分析 \ 自變數	知覺行為控制
a	2.849
<i>B</i> (未標準化係數)	1.026
<i>B₀</i> (標準化係數)	0.599
R ²	0.358
F值	169.745
Pearson相關	0.599
P-value顯著性	0.000

資料來源：本研究整理

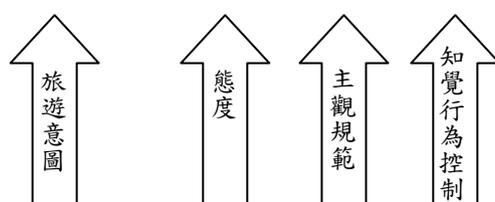
表 4-14 知覺行為控制與郵輪旅遊意圖迴歸分析表

迴歸分析 \ 自變數	自我效能	便利性
a	3.671	2.209
<i>B</i> (未標準化係數)	0.482	0.894
<i>B₀</i> (標準化係數)	0.304	0.674
R ²	0.092	0.454
F值	30.879	252.415
T值	5.557	15.888
Pearson相關	0.304	0.674
P-value顯著性	0.000	0.000

資料來源：本研究整理

四、多元迴歸分析

本研究利用多元迴歸分析進行相關性檢定，其迴歸式為：

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$


The diagram shows the regression equation $y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$. Below the equation, four arrows point upwards to the variables X_1 , X_2 , X_3 , and X_4 . The labels for these variables are: X_1 (旅遊意圖), X_2 (態度), X_3 (主觀規範), and X_4 (知覺行為控制).

以行為意圖為依變項，求得迴歸分析結果如表 4-14 所示，由表中數據可得知，迴歸方程式整體的迴歸模式達顯著水準 ($F = 58.618$, $p < .001$)。迴歸分析的模式中與行為意圖達顯著水準的自變項有 3 個，其顯著水準由大至小依序為：「知覺行為控制」($\beta = 0.538$)、「主觀規範」($\beta = 0.080$)、「態度」($\beta = 0.048$)。上述之變數共可解釋約 36.2% 的行為意圖之變異，也就是其解釋力達近 36.2% 的水準。

表 4-15 多元迴歸研究結果分析表

自變數	原始迴歸係數 (B)	標準化迴歸係數 (Beta)	T 值
態度	0.071	0.048	0.793**
主觀規範	0.098	0.080	1.324**
知覺行為控制	0.923	0.538	9.989***
依變項：行為意圖			
F 值	58.618***		
R ²	0.368		
調整後的 R ²	0.362		

註：+. P < .1, *. P < .05, **. P < .01, ***. P < .001

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

本研究主要的研究結果如表 5-1 所示，茲將本研究發現歸納如下：

一、研究假設一 (H1)：旅客對郵輪旅遊的態度對郵輪旅遊意圖有正向影響。

本研究將旅客對郵輪旅遊的態度又分為「行為信念」及「結果評價」兩個子假設，本研究發現「旅客對郵輪旅遊的態度」對「郵輪旅遊意圖」達到正向顯著影響，其假設成立。

二、研究假設二 (H2)：旅客對郵輪旅遊的主觀規範與郵輪旅遊意圖有正向影響。

本研究將旅客對郵輪旅遊的主觀規範又分為「媒體影響」、「參考群體」及「環境」三個子假設，本研究發現「旅客對郵輪旅遊的主觀規範」對「郵輪旅遊意圖」達到正向顯著影響，其假設成立。

三、研究假設三 (H3)：假設旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制與郵輪旅遊意圖有正向影響。

本研究將旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制又分為「自我效能」及「便利性」兩個子假設，本研究發現「旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制」對「郵輪旅遊意圖」達到正向顯著影響，其假設成立。

表 5-1 研究假設之彙整

本研究假設		實證結果
H1	旅客對郵輪旅遊的態度對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H1a	旅客對郵輪旅遊的行為信念對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H1b	旅客對郵輪旅遊的結果評價對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H2	旅客對郵輪旅遊的主觀規範對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H2a	旅客對郵輪旅遊的媒體影響對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H2b	旅客對郵輪旅遊的參考群體對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H2c	旅客對郵輪旅遊的環境對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H3	旅客對郵輪旅遊的知覺行為控制對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H3a	旅客對郵輪旅遊的自我效能對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立
H3b	旅客對郵輪旅遊的便利性對郵輪旅遊意圖有正向影響。	成立

資料來源：本研究整理

第二節 研究貢獻與建議

本研究主要係以計畫行為理論架構來進行探討影響郵輪旅遊意圖之因素，對於郵輪經營業者或是代辦郵輪旅行社來說，是一個參考指標。綜觀各變數研究結果與結論，提出下列建議，以作為業者經營的參考：

一、提升郵輪旅遊的便利性及安全性

根據本研究數據顯示，遊客普遍認為參與郵輪旅遊是新奇的、有趣的、悠閒的、放鬆的、歡樂的、享受的，但遊客對於郵輪旅遊的便利性(平均值 3.8)及安全性(平均值 3.4)評價最低。

推估影響便利性的主因是固定以台灣為母港的郵輪僅麗星郵輪公司一家，且是以基隆港為出發港口，對中南部民眾參與郵輪旅遊交通較不便利；另參與其它國際郵輪公司的航程，必須先搭乘飛機再轉搭郵輪，使得遊客對於郵輪旅遊的便利性評價較低。建議業者可以提供各縣市定點接駁服務，以提升民眾參與郵輪旅遊的意願。

而遊客對於郵輪旅遊安全性的疑慮，莫過於遊輪航行於茫茫大海中，ETtoday 新聞雲於 2014 年 6 月 2 日至 6 月 8 日針對台灣民眾的遊輪旅遊經驗與習慣，舉辦「台灣民眾搭乘遊輪旅遊經驗大調查」，不願意搭乘遊輪的原因中最高為安全性因素（佔 47%），因此郵輪業者提升

郵輪旅遊安全性並深植民心，是提升民眾參與郵輪旅遊的重要課題。

二、郵輪旅遊行銷之建議

根據本研究數據顯示，媒體影響遊客參與郵輪旅遊以電視新聞或電視節目報導評價最高(平均值 3.71)，其次為報章雜誌專題報導(平均值 3.67)及網路討論(論壇、部落格)(平均值 3.68)，建議進行郵輪媒體行銷時，可參考上列管道。

另外影響遊客參與郵輪旅遊的參考群體則以家人、親戚及朋友評價最高，環境部分則以價格優惠及促銷最具影響力，也提供給相關業者參考。

三、郵輪經營的建議

根據本研究結果，建議郵輪業者應確保郵輪上餐食的美味衛生，並提供多樣性的餐食供遊客選擇，以提升遊客的滿意度及搭乘意願。另應提供多樣的住宿艙房等級供遊客選擇，並提供乾淨舒適的住宿環境，以提升遊客的滿意度及搭乘意願。

為滿足每一位遊客，郵輪業者應提供多樣且精彩的娛樂設施及表演，讓遊客在船上的時間感覺充實，並提升工作人員的服務態度，使每位遊客都有賓至如歸的感受。

第三節 研究限制

本研究在研究進行中力求周全，在可控制範圍內儘量做到客觀及嚴謹，但仍有下列限制，使得本研究未臻完善。

一、本研究設計問卷時，力求問項與題意的代表性與完整性，但每位受訪者對於相同的題項可能會有不同的認知與標準，使得研究結果會有所誤差。

二、受限於人力、物力、時間及經費，本研究問卷施測以實體紙本施測，發放問卷 330 份，有效回收樣本數 306 份(有效問卷回收率 92.72%)，因本研究採便利抽樣，問卷所得資料能否有效涵蓋所有地區旅客的認知，仍有待商榷。

三、本研究問卷是採用李克特五點量表，只能了解各題項中的程度，若是採用訪談法或是開放式問答法，或許能更能深入了解旅客的想法。

第四節 對未來研究的建議

一、本研究是以計畫行為理論進行旅客參與郵輪旅遊意圖之研究，採取便利抽樣問卷調查，因受限於人力、物力、時間及經費，調查對象未能遍及臺灣各地，建議後續研究者可擴大研究範圍，以便能更客觀的分析與比較旅客的屬性。

二、建議未來的研究者可以在量化研究之外，再加上質性研究，配合訪談法或開放式問答法等方法來輔助進行研究，更能深入了解及探討旅客參與郵輪旅遊的想法。

,



參考文獻

1. 王諾 (2008), *郵輪經濟：郵輪管理·郵輪碼頭·郵輪產業*。化學工業出版社，北京。
2. 呂江泉 (2002), *郵輪旅遊*，新文京開發出版有限公司，台北市。
3. 呂江泉 (2008), *台灣發展郵輪停靠港之區位評選研究*。中國文化大學博士論文，未出版，台北市。
4. 呂美貞 (2007), *以計畫行為理論探討苗栗地區青少年參與休閒活動行為意圖之研究*。未出版碩士論文，中華大學，新竹市。
5. 李柏慧、劉淑燕 (2005), *民眾從事健走行為意圖之研究*。大專體育學刊，7(1)，頁 147-156。
6. 吳明隆 (2006), *SPSS 統計應用學習實務—問卷分析與應用統計—第三版*。知城出版社，台北市：。
7. 吳明隆 (2009), *SPSS 操作與應用—問卷統計分析實務*，五南圖書出版股份有限公司，台北市。
8. 吳昀陞 (2012), *運用計畫行為理論探討金融業員工身體活動與相關因素研究*。國立臺灣師範大學碩士論文，未出版，台北市。
9. 吳萬益、林清河 (2000), *企業研究方法*。華泰文化，臺北市。
10. 阮聘茹、陳惠美 (2002), *麗星郵輪旅遊行程差異之遊憩滿意度分析*。觀光研究學報 8 (1)，頁 39-55。
11. 邱皓政 (2008), *量化研究法(二)-統計原理與分析技術*。雙葉出版社，台北市：。
林子琴 (1998), *國人對郵輪產品認知之研究*，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台北市。
12. 林谷蓉 (2006), *兩岸海運直航問題之探討—以基隆港郵輪旅遊發展為例*，海洋文化學刊，第五期，頁 187-230。
13. 孟祥民 (2011), *臺灣郵輪遊客之郵輪意象、知覺價值、滿意度與購後行為意圖之關聯性研究*。國立臺灣海洋大學博士論文，未出版，基隆。
14. 周宏彥、呂錦隆 (2011), *我國郵輪旅遊市場需求調查與研究*。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告 NSC98-2410-H-309-013-SSS，長榮大學，臺南：。
15. 徐茂洲 (2010), *在大學生運動觀光阻礙量表構念效度驗證之研究*。運動休閒管理學報，7 (1)，174 -186。
16. 黃其琨 (2012), *以計畫行為理論探討來台觀光客對台灣小吃行為意圖之研究*。東海大學碩士論文，未出版，台中市。
17. 張君豪 (2008), *大學生參與衝浪運動行為意圖之研究*。國立中正大學碩士論文，未出版，嘉義縣。
18. 曾瑞程 (2009), *台南古都國際馬拉松運動觀光體驗價值之研究*。休閒暨觀光

- 產業研究，4 (2)，125-140。
19. 楊書銘 (2001)，*強制垃圾分類政策對民眾資源回收行為之影響評估*。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
 20. 劉彥宏 (2011)，*台灣郵輪旅遊市場需求之研究*。長榮大學碩士論文，未出版，臺南市。
 21. 蔡振中 (2009)，*遊客對澎湖戰地遺址觀光其行為意圖之研究*。國立澎湖科技大學碩士論文，未出版，澎湖縣。
 22. 蔡儒華 (2013)，*民宿形象、新奇性及計劃性行為理論—以清境地區民宿為例*。南華大學研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
 23. 蔡豐明、陳威能 (2014)，*探討臺灣港口發展國際郵輪母港之策略分析*。運輸計劃季刊，43(4)，411-428。
 24. 鄭艾璋 (2013)，*基隆港轉型之研究——以郵輪泊靠為例*。國立台灣海洋大學碩士論文，未出版，基隆。
 25. 黎益承 (2008)，*以休閒運動為目的之單車騎乘行為意圖之研究—以台北市某區域醫院為例*。國立臺灣師範大學碩士論文，未出版，台北市。
 26. 賴蕙君 (2000)，*嘉義市國中教師終生學習行為意圖及影響因素之研究—計畫行為理論的驗證*。國立中正大學碩士論文，未出版，嘉義縣。
 27. 顏世冠 (2012)，*以計畫行為理論驗證墾丁地區水域運動觀光客行為意圖之研究*。大仁科技大學碩士論文，未出版，屏東縣。
 28. 羅珏瑜、梁富梅 (2011)，*服務移轉行為之研究*。管理評論第 30 卷，第二期。
 29. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
 30. Ajzen, I. (1985). *From intention to action: A theory of planned behavior*, In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.). *Action control: From Cognition to Behavior* (pp.11-39). New York: Springer-Verlag.
 31. Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). *Prediction goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453—474.
 32. Ajzen, I. (1987). *Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology*, *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
 33. Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
 34. Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). *Application of the theory of planned behavior to leisure choice*. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
 35. Ajzen, I. (2005). *Attitude, personality and behavior*. England: Open University Press.
 36. Cartwright, R., & Baird, C. (1999). *The Development and Growth of the Cruise*

- Industry*. Oxford: Butterworth Heinemann.
37. Cudahy, B. J. (2001). *The Cruise Ship Phenomenon in North America*. Centreville, Maryland: Cornell Maritime Press, Inc.
 38. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
 39. Gold, H. (1989). *The Cruise Book: From Brochure to Bon Voyage*. New York: Delmar Publishers.
 40. Han, H., & Kim, Y. (2010). *An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior*. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 659-668.
 41. Han, H., Hsu, L. T., & Sheu, C. (2010). *Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities*. *Tourism Management*, 31, 325-334
 42. Juls Zvoncheck (1993). *Cruises: Selecting, Selling, and Booking*.
 43. Kahle, Lynn R. & Homer, Pamela M. (1985), *Physical Attractiveness of the Celebrity Endorser: A Social Adaptation Perspective*, *Journal of Consumer Research*, Vol.11, pp.954-961.
 44. Lam, T. & Hsu, C.H.C. (2006). *Predicting behavioral intention of choosing a travel destination*. *Tourism management* 27(4):589-599
 45. Lee, T. H. (2009). *A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists*. *Leisure Sciences*, 31, 215-236.
 46. Marie Helene de Canniere & Patrick De Pelsmacker & Maggie Geuens (2009). *Relationship Quality and the Theory of Planned Behavior Models of Behavioral Intentions and Purchase Behavior*, *Journal of Business Research* 62 82-92
 47. Orams, M. (1999). *Marine Tourism - Development, Impacts and Management*. London: Routledge.
 48. Peisley, T. (1999). *Transport: The Cruise Industry in Asia Pacific*. *Travel & Tourism Analyst*, 2: 1-20.
 49. Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*, 7th ed. Wisconsin: Prentice Hall International, Inc.
 50. Smarkola, C. (2008). *Efficacy of a planned behavior model: Beliefs that contribute to computer usage intentions of student teachers and experienced teachers*. *Computers in Human Behavior*, 24, 1196-1215.
 51. Singh, A. (2000). *The Asia Pacific Cruise Line Industry: Current Trends Opportunities and Future Outlook*. *Tourism Recreation Research*, 25(2): 49-61.
 52. 麗星郵輪 (2015)
<http://www.starcruiises.com.tw/>

53. 嘉年華郵輪 (2015)

<http://www.carnival.com/>

54. 皇家加勒比郵輪 (2015)

<http://www.royalcaribbean.com/>



各位先生、女士您好：

非常感謝您撥冗參與本問卷填答，本問卷目的在於瞭解從事郵輪旅遊之行為意圖，您的參與對本研究十分重要。本問卷採不具名方式填答，您填答的內容僅作為學術研究之用，絕不公開，請您放心填寫。

所謂郵輪旅遊（Cruise Tour）係指以輪船做為交通載具、旅館住宿、餐飲供應以及休閒場所之多功能運具，並進行觀光、旅遊、觀賞風景文物等相關活動。（非一般以交通為主的渡輪）。

填寫問卷時，若更任何建議，研究者期盼您能於填完問卷後，留下您的意見，更所疏漏之處，期盼您的指正。誠摯的感謝您！

敬祝 身體健康 事事如意！

南華大學 文化創意事業管理學系

指導老師：賴文儀 博士

研究生：陳志明 敬上

第一部份 個人基本資料

1. 性別

男 女

2. 年齡

30歲以下 31~40歲 41~50歲 51~60歲 61歲以上

3. 婚姻

已婚 未婚 其他 _____

3. 教育程度

國中以下 高中/高職 專科/大學
 碩/博士以上 其他 _____

5. 居住地

北部(基隆、台北、桃園、新竹) 中部(苗栗、台中、彰化、南投、雲林)
 南部(嘉義、台南、高雄、屏東) 東部(宜蘭、花蓮、台東)
 離島(澎湖、金門、馬祖) 其他 _____

4. 工作職業

農業 工業 商業 服務業 軍公教 學生
 其他 _____

5. 每月平均所得

20,000元以下 20,001元~40,000元 40,001元~60,000元
 60,001元以上

6. 是否搭乘過郵輪旅遊

是 (共搭乘過郵輪旅遊 _____次)
 否

第二部份 個人參與郵輪旅遊之態度調查

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
1. 我認為參與郵輪旅遊是新奇的	<input type="checkbox"/>				
2. 我認為參與郵輪旅遊是有趣的	<input type="checkbox"/>				
3. 我認為參與郵輪旅遊是悠閒的	<input type="checkbox"/>				
4. 我認為參與郵輪旅遊是放鬆的	<input type="checkbox"/>				
5. 我認為參與郵輪旅遊是歡樂的	<input type="checkbox"/>				
6. 我認為參與郵輪旅遊是便利的	<input type="checkbox"/>				
7. 我認為參與郵輪旅遊是享受的	<input type="checkbox"/>				
8. 我認為參與郵輪旅遊是尊貴的	<input type="checkbox"/>				
9. 我認為參與郵輪旅遊是昂貴的	<input type="checkbox"/>				
10. 我認為參與郵輪旅遊是特別的	<input type="checkbox"/>				
11. 我認為參與郵輪旅遊是安全的	<input type="checkbox"/>				
12. 我認為參與郵輪旅遊是值得期待的	<input type="checkbox"/>				

第三部份 個人對於從事郵輪旅遊的重要參考依據調查

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
13. 電視廣告會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
14. 電視新聞或電視節目報導會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
15. 報章雜誌廣告會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
16. 報章雜誌專題報導會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
17. 網路廣告會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
18. 網路討論(論壇、部落格)會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
19. 廣播節目報導或廣告會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
20. 電影或偶像劇置入性行銷會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
21. 同學推薦會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
22. 長官或上司推薦會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
23. 朋友推薦會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
24. 家人及親戚推薦會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
25. 旅遊玩家推薦會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
26. 旅遊展行銷介紹會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				
27. 價格優惠及促銷會影響我選擇郵輪旅遊	<input type="checkbox"/>				

第四部份 影響個人從事郵輪旅遊相關因素調查

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
28. 郵輪旅遊中，餐食的美味衛生是重要的	<input type="checkbox"/>				
29. 郵輪旅遊中，餐食的多樣性是重要的	<input type="checkbox"/>				
30. 郵輪旅遊中，住宿艙房等級是重要的	<input type="checkbox"/>				
31. 郵輪旅遊中，住宿艙房環境是重要的	<input type="checkbox"/>				
32. 郵輪旅遊中，提供的表演節目是重要的	<input type="checkbox"/>				
33. 郵輪旅遊中，提供的娛樂設備是重要的	<input type="checkbox"/>				
34. 郵輪旅遊中，工作人員的服務態度是重要的	<input type="checkbox"/>				
35. 郵輪旅遊中，整體安全性是重要的	<input type="checkbox"/>				
36. 郵輪旅遊中，價格是重要的	<input type="checkbox"/>				
37. 郵輪旅遊中，搭乘地點是重要的	<input type="checkbox"/>				
38. 郵輪旅遊中，航行的地點是重要的	<input type="checkbox"/>				

- | | 非常不同意 | 不同意 | 沒意見 | 同意 | 非常同意 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 39. 對於郵輪旅遊我能夠獲得足夠資訊 | <input type="checkbox"/> |
| 40. 我有足夠時間來參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 41. 參與郵輪旅遊對我來說是便利的 | <input type="checkbox"/> |
| 42. 我能夠找到同伴一起參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 43. 我有足夠經濟能力來參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 44. 我的身體狀況適合參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |

第五部份 個人參與郵輪旅遊活動意願調查

- | | 非常不同意 | 不同意 | 沒意見 | 同意 | 非常同意 |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 45. 未來我在進行旅遊活動時，會考慮參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 46. 未來我有足夠經濟能力參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 47. 未來我會在特殊節日(如生日、結婚紀念日) 參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| 48. 未來我能獲得足夠的郵輪旅遊資訊 | <input type="checkbox"/> |
| 49. 未來一年內我有意願參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 50. 未來一年內我會因為促銷(特價)而參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 51. 未來一年內我參與郵輪旅遊的可能性很高 | <input type="checkbox"/> |
| 52. 未來一年內我會推薦別人參與郵輪旅遊 | <input type="checkbox"/> |

問卷至此全部完畢，非常感謝您耐心的填答，煩請檢查有無任何遺漏的問項。
因為您的協助，本問卷調查才能順利完成，衷心感謝您的配合。