

不同生活型態消費者在溫泉餐廳消費行為之研究-以台北市行義路溫泉餐廳為例

江羽涵, 陳沛悌

餐旅管理學系

觀光學院

pchen@chu.edu.tw

### 摘要

本研究主要的目的是在探討溫泉餐廳的消費者的消費行為，透過生活型態變數進行消費者分群與市場區隔，並對各區隔市場中消費者與消費行為特性，加以描述與分析，期能提供業者針對區隔市場進行有效的市場行銷。本研究針對行義路溫泉餐廳的遊客進行調查，分析個人生活型態以及族群等因素對消費行為之影響，探討影響溫泉餐廳消費行為差異之因素。研究方法採問卷調查，針對行義路溫泉餐飲區的遊客進行施測，並利用描述性統計分析、因素分析、集群分析、單因子變異數分析、卡方分析、交叉分析等統計方法進行資料分析。本研究之研究結果為：一、消費者依生活型態可分為三個集群，包括：居家規律群、流行不簡約群以及社會責任群；二、不同集群的消費者在年齡、學歷、平均月收入等社經背景上有顯著差異；三、不同集群在消費行為上的變數，包括平均每人花費、資訊來源、動機等，有顯著差異；四、不同社經背景的消費者在部分消費行為變項包括平均每人花費、資訊來源、動機有顯著差異。依據研究結果本研究並對溫泉餐廳業者提出經營管理之建議。

關鍵字：