

# 嘉南藥理科技大學專題研究計畫成果報告

## 台灣溫泉水療產業健康與行銷效益發展之研究

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：CNRH-93-01

執行期間：93年1月1日至93年12月31日

總計畫主持人：梁俊煌

子計畫一主持人：梁俊煌

子計畫二主持人：吳慶烜

子計畫三主持人：高如儀

計畫參與人員：吳佩祉

子計畫1：溫泉旅館遊客消費行為之研究-以關子嶺溫泉為例

子計畫2：溫泉旅館意象行銷指標建構

子計畫3：水療養生館消費滿意度影響因子分析-以台南地區為例

執行單位：休閒保健管理系

中華民國93年12月1日

子計畫一：

## 溫泉旅館遊客消費行為之研究-以關子嶺溫泉為例

### 成果報告書

休閒保健管理系 梁俊煌

本研究旨在探討溫泉旅館遊客之消費者行為。以關子嶺溫泉區七家合法溫泉旅館遊客為研究對象，藉由問卷調查及統計分析結果來瞭解人口統計變數、休閒動機、休閒滿意度及購買行為之特徵；同時探討在不同變數的差異，進而提出觀光行銷方面的建議。

研究結果發現：關子嶺溫泉旅館遊客在整體休閒滿意度傾向正面的態度。人口統計變項中除了從事服務業的比率較高外，其它變項與近年來相關研究結果相近。並發現休閒動機愈高的遊客，休閒滿意度也越高。研究所學歷以上的遊客明顯對於「自然景緻與文化體驗」及「服務知覺」等二個因子較不滿意，而不願意重遊的遊客則明顯對於「硬體設備」、「休閒活動消費」、「周邊環境知覺」及「服務知覺」等四個因子較不滿意。

在國內，以消費者理論對於溫泉旅館遊客作研究之論文，尚處於開發階段。本研究期望藉由對溫泉旅館遊客消費者行為之瞭解，建立遊客消費特性及人口統計等基礎資料，提供旅館業者明確掌握遊客特性之參考，以建立更優良之經營模式；同時亦可喚起社會大眾對於溫泉產業發展之重視。

子計畫二：

## 溫泉旅館意象行銷指標建構

### 成果報告書

休閒保健管理系 吳慶烜

台灣的經濟成長促進休閒活動的提升，溫泉成為近年來主要之休閒活動，隨著民衆對休閒活動在質與量的要求提升，精緻化的溫泉遊憩活動近年來逐漸加溫，各式各樣溫泉旅館的興建數量迅速成長；溫泉旅館業者在進行地區行銷時，溫泉往往成為地區特色行銷的重點。本研究係以溫泉旅館之意象行銷進行分析，透過問卷調查之方式，試圖建立影響意象因素及組成意象構面指標，探討溫泉旅館意象行銷的營造與遊客意象認知之間的關係。基此本研究進行文獻歸納並選擇二十項影響民衆參與溫泉旅館選擇意象因素，進行衡量，共回收 355 份問卷。

本研究發現：受訪者心目中認為最重視的因素，前五項分列為「環境與設備的清潔」、「住宿設備周全隱密設施舒適與安全性」、「可以放鬆心情達到休閒娛樂」、「對於整體環境氣氛的感覺及使家人」、「朋友關係更親密」，由此可發現受訪者在參與溫泉旅館選擇時，其所考慮最多的因素，大抵為「環境清潔」、「隱密安全性」等設備品質需求以及本身生活品質、人際關係為主；另為建構五大溫泉旅館意象指標「溫泉旅館環境景觀特色」、「溫泉旅館設備品質與需求」、「溫泉旅館產品組合」、「溫泉旅館附加價值」與「溫泉旅館參與阻礙程度」等。而意象為溫泉旅館業者針對消費者認知推出的行銷策略，欲創造另一休閒產業發展巔峰，意象行銷將成為規劃行銷策略模式，並作為日後研究相關主題之研究者參考之用。

子計畫三：

## 水療養生館消費滿意度影響因子分析-以台南地區為例

### 成果報告書

師資培育中心 高如儀

隨著週休二日的實施及人們對休閒品質的重視，使得多數國人在休閒之餘從事休閒養生，蔚為一種風氣，造成了各式各樣的休閒事業，如休閒健康俱樂部、溫泉大飯店、水療養生館等的蓬勃發展。而水療養生館更是新興且值得重視的休閒產業。而消費者意識抬頭，顧客滿意度逐漸受到重視，故本研究主要的目的在於瞭解台南地區水療養生館的顧客滿意程度及人口統計變數、參與行為變數與顧客滿意度之間的關係。

本研究方法是以問卷為主，問卷共分兩部分。第一部分是顧客基本資料；第二部分是滿意度調查項目，分為五大構面：內部環境及實體設施、停車位、價格與促銷及服務人員、交通易及性、外部建築，共計 24 個問項。目的是為了解水療養生館顧客滿意程度、探討社經背景與滿意度之關係，研究中將比較性別、年齡、教育程度、職業、月收入等族群間對於水療養生館顧客滿意度的差異情形。

本研究結果將提供台南地區的水療養生館相關業者作為日後在硬體設施與服務項目調整參考，並作為日後研究相關主題之研究者參考之用。