

致理科技大學
休閒遊憩管理系

畢業專題

探討郵輪旅遊之競爭優勢

專題學生：

10123110 楊斯羽、10123114 吳容萱

10123127 林品毅、10123136 馬資堯

10123142 張雅粧、10123155 潘廷龍 撰

指導老師：簡玉惠教授

中 華 民 國 1 0 5 年 5 月

目錄

摘要	2
目錄	3
表目錄	4
圖目錄	5
第一章 緒論	6
第一節 研究背景	6
第二節 研究動機	8
第三節 研究目的	9
第四節 研究流程	10
第二章 文獻探討	12
第一節 郵輪的定義及發展	12
第二節 郵輪旅遊及其經濟效益	24
第三節 郵輪旅遊與其他旅遊方式比較	25
第四節 競爭優勢	29
第五節 消費者喜好	36
第三章 研究設計	37
第一節 研究方法	37
第二節 研究架構	38
第三節 研究限制	39
第四節 研究問題假設	40
第五節 研究問卷分析	43
第四章 研究結果與分析	45
第一節 旅客的背景變項分析	46
第二節 因素命名分析	48
第三節 郵輪旅遊與其他旅遊方式之差異調查	52
第四節 郵輪旅遊受消費者喜愛之原因	56
第五節 郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊之原因	63
第五章 結論與建議	67
第一節 結論	67
第二節 建議	68
參考文獻	69
附錄	71

表目錄

表 1-1	亞洲郵輪旅客人次預測	7
表 1-2	研究流程說明	10
表 2-1	世界三大郵輪集團旗下子公司及經營方式一覽表	14
表 2-2	嘉年華遊輪集團 (Carnival Cruise) 旗下郵輪一覽表	15
表 2-3	皇家加勒比郵輪 (Royal Caribbean) 旗下郵輪一覽表	17
表 2-4	麗星郵輪公司 (Star Cruises) 旗下郵輪一覽表	18
表 2-5	郵輪旅遊、航空客運及鐵路旅遊之比較圖	28
表 2-6	集中化與成本領導、差異化比較表	35
表 3-1	研究項目之信度分析	44
表 4-1	問卷回收率	45
表 4-1-1	性別樣本數百分比	46
表 4-1-2	年齡樣本數百分比	46
表 4-1-3	職業樣本數百分比	47
表 4-1-4	個人所得樣本數百分比	47
表 4-2-1	郵輪旅遊與其他旅遊方式之差異調查解說總變異量	48
表 4-2-2	郵輪旅遊與其他旅遊方式之差異調查轉軸後的成份矩陣	48
表 4-2-3	郵輪旅遊與其他旅遊方式具差異性單一樣本檢定	49
表 4-2-4	郵輪旅遊與其他旅遊方式具差異性研究假設驗證	49
表 4-2-5	郵輪旅遊與其他旅遊方式之差異調查信度分析	50
表 4-2-6	郵輪旅遊與其他旅遊方式之差異調查之敘述性統計量表	51
表 4-3-1	郵輪旅遊受消費者喜愛之原因解說總變異量	52
表 4-3-2	郵輪旅遊受消費者喜愛轉軸後的成份矩陣	53
表 4-3-3	郵輪旅遊受消費者喜愛單一樣本檢定	54
表 4-3-4	郵輪旅遊受消費者喜愛研究假設驗證	55
表 4-3-5	郵輪上的硬體設施受消費者喜愛信度分析	56
表 4-3-6	郵輪上的無形購物受消費者喜愛信度分析	56
表 4-3-7	郵輪上的多元服務受消費者喜愛信度分析	56
表 4-3-8	郵輪上的餐食及表演受消費者喜愛信度分析	57
表 4-3-9	郵輪上的人性化服務受消費者喜愛信度分析	57
表 4-3-10	郵輪旅遊受消費者的喜愛之敘述性統計量表	58
表 4-4-1	郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊解說總變異量	59
表 4-4-2	郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊轉軸後的成份矩陣	59
表 4-4-3	郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊單一樣本檢定	60
表 4-4-4	郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊研究假設驗證	60
表 4-4-5	整體價值高，且願意向他人推薦信度分析	61
表 4-4-6	不受氣候影響，安全性高且便宜，適合全家出遊信度分析	61

表 4-4-7	不受空間限制，享受多元娛樂信度分析	61
表 4-4-8	郵輪旅遊不受其他旅遊方式衝擊之敘述性統計量表	62

圖目錄

圖 1-1	研究流程	11
圖 2-1	郵輪產業經營價值鏈	22
圖 2-2	郵輪之旅與相關服務	23
圖 2-3	Hill & Jones—競爭優勢的根源	29
圖 2-4	Hill & Jones—事業層級的競爭定位	31
圖 2-5	競爭定位與價值創造前緣	31
圖 3-1	研究架構圖	39