

# 致理科技大學

商務科技管理系  
實務專題報告



## 婚宴場地選擇之 App 推薦系統

指導老師：蔡緒浩

學生：曹賀琪 (10533103)

施亭羽 (10533105)

蘇楚筠 (10533116)

中華民國 108 年 12 月

# 致理科技大學

## 商務科技管理系 實務專題報告

### 婚宴場地選擇之 App 推薦系統

學生：曹賀琪 (10533103)

施亭羽 (10533105)

蘇楚筠 (10533116)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明

指導老師 (親簽)：\_\_\_\_\_

中華民國 108 年 12 月

# CTM 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為

\_\_\_\_\_ 共 \_\_\_\_\_ 人，

在致理科技大學商務科技管理系\_\_\_\_學年度第\_\_\_\_學期完成商管實務專題。

商管實務專題名稱：

\_\_\_\_\_

同意 不同意 本組同學共 \_\_\_\_\_ 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予

教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的在授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名(親筆正楷)：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

中華民國 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

# 誌 謝

轉眼三年多過去，許多的活動、競賽、研討會與師長們的悉心教導讓我們獲得了不少技能與知識，謝謝一直以來幫助我們向上的師長、在背後做最強後盾的家人，及無論遇到困難還是阻礙，始終不離不棄的夥伴，有了眾人的相互支持，才能讓我們在學習的道路上勇敢前行、恣意茁壯。

在求學路中，師長是我們的最佳榜樣，不僅具備專業知識、能夠深入淺出的引導我們，更能以身作則，展現良好的教學與學習態度，其中最感謝服務創新模組師徒指導老師兼指導教授蔡緒浩老師、資訊科技應用模組師徒指導老師楊燕枝老師，及建立我們良好企劃及撰寫能力基礎的樊祖燁老師，感謝他們用心專業的教導，成就了我們，讓我們能將所學應用於現在及未來，提升自我競爭優勢。

而在專題研究過程中，亦非常感謝休閒系鄭雅馨老師、海霸王\*\*\*願意在百忙之中抽空接受訪談，提供寶貴的專業知識，協助我們更順利的完成此研究。也感謝在問卷發放與蒐集過程中，好幾百位願意停下腳步或手邊工作，幫助我們填寫問卷的受測者。這份研究得以完成，全感謝以上提供協助的各位師長、專家與人海中，陌生卻善良熱心的人群。此外，也有許許多多無法一一提及，卻默默成就我們的人物，感謝大家的協助，能與你們相遇真好，最後，期望此研究能為未來的社會帶來一點意義，讓一切的努力也能夠有所貢獻。

曹賀琪 施亭羽 蘇楚筠 謹誌

# 摘要

現今台灣的婚宴市場為了吸引消費者及提高市場競爭力，已發展得十分豐富多樣，種類繁多的同時，卻也讓消費者面臨了不知該如何做出選擇的窘境，而當一個人在面對抉擇時，撇去外在的金錢及外界看法等問題，個性及生活型態往往是讓人最先、也是最直接做出判斷的因素，因此本研究希望透過設計「婚宴場地選擇之 App 推薦系統」，提供給更多婚慶的相關企業做為參考，讓未來的新人及民眾在挑選婚宴場地時能更快速的找到符合自己期待的場地，而婚慶相關企業亦能藉由自身所具備的特色，更快的被顧客看見。

本研究主要針對大台北地區民眾，探討個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響，透過前測問卷蒐集及分析，將受測者進行分群，並將結果導入「婚宴場地選擇之 App 推薦系統」做後測，讓使用者能依照個性與生活型態回答問題，且得到 App 推薦的三家婚宴場地，並以詢問滿意程度加以檢驗研究結果之可信度。

而本研究主要參考因素為個性及生活型態，九種類型中，較具有參考價值的類型則有五種，故證明個性及活型態確實會影響人的選擇，包含：Ac (溫和型/規律保守型)、Bb (勤勉正直型/精打細算型)、Bc (勤勉正直型/規律保守型)、Ab (溫和型/精打計算型)及 Ca(外向型/積極活躍型)類型，其中 Ac(溫和型/規律保守型)類型受測者所佔之比重最高，由此推論，在大台北地區主要以 Ac(溫和型/規律保守型)類型人數最多。另外，在本研究提供之二十家婚宴場地中，撇除個性及生活型態，以選擇青青食尚花園會館、彭園婚宴會館\_三重館及君品酒店的人數居多。

關鍵詞：婚宴場地、個性、生活型態

# 目 錄

CTM 實務專題研究授權書 .....	i
誌 謝.....	ii
摘 要.....	iii
目 錄.....	iv
表 目 錄.....	viii
圖 目 錄.....	ix
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	2
第二章 文獻探討 .....	2
第一節 婚宴場地 .....	2
第二節 個性 .....	4
第三節 生活型態 .....	5
第三章 研究方法 .....	7
第一節 研究架構與流程 .....	7
一、研究模型.....	7
二、研究架構.....	8
三、研究流程.....	9
第二節 問卷設計 .....	10

第三節 施測方式 .....	13
一、研究對象 .....	13
二、發放方式 .....	14
第四節 資料分析方法 .....	15
一、文獻調查法 .....	15
二、問卷調查法 .....	15
三、深度訪談法 .....	15
第五節 婚宴場地選擇之 App 推薦系統 .....	16
第四章 研究結果與分析 .....	18
第一節 問卷條件 .....	18
一、基本資料 .....	18
二、研究條件 .....	18
第二節 研究結果 .....	19
一、基本資料結果 .....	19
二、研究條件結果 .....	22
三、前測問卷統計 .....	24
四、各類型選擇條件 .....	27
五、個性選擇 .....	35
六、生活型態選擇 .....	39
七、各類型選擇分析 .....	43
第三節 婚宴場地選擇之 App 推薦系統 .....	45
第四節 評選統計 .....	47

一、Aa(溫和型/積極活躍型)評選 .....	47
二、Ab(溫和型/精打細算型)評選 .....	47
三、Ac(溫和型/規律保守型)評選 .....	48
四、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)評選.....	49
五、Bb(勤勉正直型/精打細算型)評選 .....	49
六、Bc(勤勉正直型/規律保守型)評選.....	50
七、Ca(外向型/積極活躍型)評選.....	50
八、Cb(外向型/精打細算型)評選 .....	51
九、Cc(外向型/規律保守型)評選.....	51
第五章 結論與後續研究建議 .....	52
第一節 結論 .....	52
一、婚宴場地選擇男女之比較.....	52
二、婚宴場地選擇年齡之比較.....	53
三、婚宴場地選擇學歷之比較.....	53
四、婚宴場地選擇職業之比較.....	53
五、婚宴場地選擇平均月收入之比較.....	54
六、大台北地區民眾不同個性所佔比重之比較.....	54
七、大台北地區民眾不同生活型態所佔比重之比較.....	54
八、各類型之選擇婚宴場地前三家各別結果.....	54
九、二十家婚宴場地前測問卷總票數排行.....	56
十、大台北地區民眾不同類型所佔比重之比較.....	56
十一、前測及後測綜合統計分析結果.....	56

第二節 後續研究建議 .....	57
一、針對大台北以外地區之民眾進行問卷統計及分群.....	57
二、增加個性及生活型態類型.....	58
三、擴增婚宴場地選擇.....	58
參考文獻.....	59
附錄一 問卷.....	62
附錄二 訪談重點.....	64
附錄三 專家訪談.....	66
附錄四 業者訪談問卷.....	71

# 表 目 錄

表 1、評選條件 .....	12
表 2、400 份問卷統計 .....	26
表 3、各類型選擇統計 .....	34
表 4、個性總表 .....	38
表 5、生活型態總表 .....	42
表 6、各類型之選擇婚宴場地前三名各別結果 .....	44
表 7、Aa 型評選統計 .....	47
表 8、Ab 型評選統計 .....	48
表 9、Ac 型評選統計 .....	48
表 10、Ba 型評選統計 .....	49
表 11、Bb 型評選統計 .....	49
表 12、Bc 型評選統計 .....	50
表 13、Ca 型評選統計 .....	50
表 14、Cb 型評選統計 .....	51
表 15、Cc 型評選統計 .....	51
表 16、各類型之選擇婚宴場地前三家各別結果 .....	55
表 17、專家訪談重點表 .....	64
表 18、業者訪談重點表 .....	65

# 圖目錄

圖 1、近年結婚登記趨勢圖 .....	3
圖 2、研究模型圖 .....	8
圖 3、研究架構圖 .....	9
圖 4、研究流程圖 .....	10
圖 5、前測問卷架構圖 .....	11
圖 6、九種類型組合方式 .....	13
圖 7、網路問卷 .....	14
圖 8、系統架構圖 .....	16
圖 9、首頁畫面 .....	17
圖 10、關於我們 .....	17
圖 11、婚宴場地推薦畫面 .....	17
圖 12、婚宴場地推薦結果畫面 .....	17
圖 13、性別 .....	19
圖 14、年齡 .....	20
圖 15、學歷 .....	21
圖 16、職業 .....	21
圖 17、平均月收入 .....	22
圖 18、個性 .....	23
圖 19、生活型態 .....	23
圖 20、400 份問卷類型分布 .....	24
圖 21、Aa 型選擇分布 .....	27
圖 22、Ab 型選擇分布 .....	28
圖 23、Ac 型選擇分布 .....	29

圖 24、Ba 型選擇分布.....	29
圖 25、Bb 型選擇分布 .....	30
圖 26、Bc 型選擇分布.....	31
圖 27、Ca 型選擇分布.....	31
圖 28、Cb 型選擇分布 .....	32
圖 29、Cc 型選擇分布.....	33
圖 30、A 溫和型總體選擇分布 .....	35
圖 31、B 勤勉正直型總體選擇分布 .....	36
圖 32、C 外向型總體選擇分布 .....	37
圖 33、a 積極活躍型總體選擇分布 .....	39
圖 34、b 精打細算型總體選擇分布 .....	40
圖 35、c 規律保守型總體選擇分布 .....	41
圖 36、總體選擇分布 .....	43
圖 37、App 九種類型推薦結果 .....	45
圖 38、後測類型統計 .....	46

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

根據內政部戶政司統計，2018 年有近 13.5 萬對新人結婚，相較於去年更是減少了 2,631 對，為近 9 年來新低。但是台灣的婚宴市場競爭還是相當的激烈，而在這樣僧多粥少的背景下，雲品國際總經理丁原偉表示：現在的市場不缺宴會廳，缺的是創新與體驗，各家婚慶業者為了吸引消費者及提高市場競爭力，已推出各式策略應戰。

各家業者推出各種方案及專案，且消費者獲取婚宴場地資訊的管道眾多，資訊更透明多樣了，但卻因此讓消費者陷入了不知該如何做出選擇的困境，而我們認為當一個人在面臨抉擇時，除去價錢及其他問題，個性及生活型態往往是影響他們做決定的關鍵原因。

因此，本研究透過發放問卷的方式調查出結果並加以分群，分析大台北民眾現況，進而設計婚宴場地選擇之 App 推薦系統，提供婚慶相關企業及後續研究者作為參考，希望透過此系統能讓消費者節省找尋婚宴場地的時間，更快速地推薦出較貼近他們期望的婚宴場地，也能讓婚慶相關企業透過展示自身特色，讓有意願的消費者能更快的找到他們。

## 第二節 研究目的

基於上述之研究背景與動機，本研究以大台北地區民眾為研究對象，利用問卷調查的方式探討其個性及生活型態對婚宴場地選擇的影響，此外，也針對婚慶相關企業進行深度訪談，進一步了解婚宴市場的現況。本研究欲探討研究目的如下：

- 一、以個性及生活型態探討大台北地區民眾對婚宴場地選擇的依據
- 二、統計問卷結果，並設計婚宴場地選擇之 App 推薦系統
- 三、分析並提供婚宴相關企業參考

## 第二章 文獻探討

### 第一節 婚宴場地

結婚市場所涵蓋的範圍極廣，包括喜餅、婚宴、喜帖、婚紗攝影、珠寶、嫁妝、新房修繕、家具、蜜月、美容、結婚貸款等，以產業價值鏈觀察，其中以婚宴所佔比例最高，由行銷的角度分析，產業流行的動向應以婚宴為主(王嵩容，2003)。

從古至今，結婚是人生的大事，對於許多人而言婚姻是延續甜蜜的愛情與幸福，然而逐漸少子化、晚婚的社會趨勢及外來文化影響，結婚率受到不少衝擊。據內政部戶政司統計，107 年國人結婚對數計 13 萬 5,403

對，較 106 年減少 1.91%，為近 9 年來新低，其中雙方均為我國籍者有 11 萬 4,795 對，占 84.78%，一方為外籍與大陸、港澳地區人民者計 2 萬 608 人，占 15.22%。粗結婚率為 5.74‰，較 106 年減 0.12 個千分點(內政部戶政司，2019)。請詳見圖 1 所示。

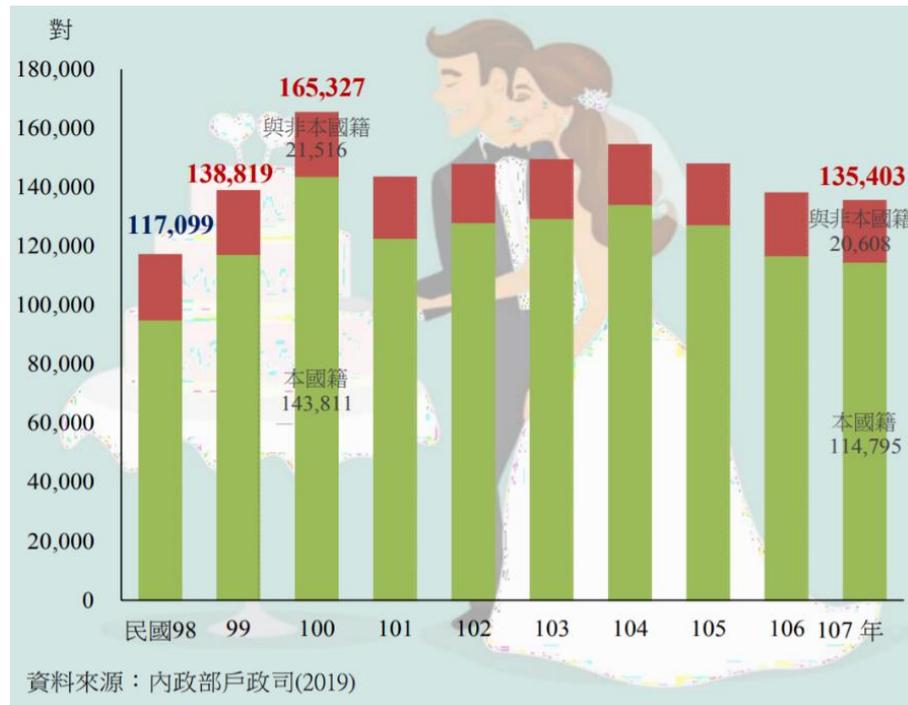


圖 1、近年結婚登記趨勢圖

雖然結婚登記比起往年減少許多，仍然有很多新人期望透過婚姻關係獲得親友們的祝福，尤其對於新人來說舉辦婚宴更是迎接幸福的一種形式。根據莊丙農(2017)報導，數字科技旗下一站式婚禮平台「結婚吧」進行《2017 婚禮籌備大調查》發現，臺灣結婚平均花費為 55 萬元，相較於經濟部商業司曾公佈國內每對新人的結婚平均花費 74.5 萬元，整整大幅降低 20 萬元。即便如此，根據經濟部商業司統計，臺灣每對新人結婚平均花費為 74.5 萬元，其中以婚宴費用為最大宗，平均為 41.8 萬元，占結婚總費用之 56.13%。

許順旺(2005)提到一次美好的宴會經驗可令顧客印象深刻，甚至影響其在宴會廳舉辦婚宴的意願。王嘉徽(2003)認為要從各式各樣、五花八門且令人眼花撩亂的婚宴場地中，挑選出符合自己需求的婚禮是極具挑戰的。並且提到婚宴場地的選擇，將決定一場婚禮的氛圍與整體視覺感受。

婚宴，是新人與親朋好友一起分享幸福的喜悅、表達感謝的關鍵場所，一場婚宴的成功與否，除了新人是主角之外，來參加與親友及賓客亦是扮演著重要的角色，有了他們的協助及祝福，才算是一場完美的婚禮。因此，在挑選婚宴場地這部分，也是一門學問(王嘉徽，2003)。

因此透過上述文獻探討，本研究認為如何挑選合適的婚宴場地，對於欲舉辦婚宴的新人是相當重要的，而本研究參考各大知名婚禮整合平台，以其推薦婚宴場地之氣氛、餐點、交通便利性、硬體設備、服務態度等列為評選條件，挑選出二十家大台北地區婚宴場地做為本研究問卷調查分析之依據，以利後續更多新人能方便又快速篩選適合的婚宴場地。

## 第二節 個性

個性一詞是由拉丁文的「*persona*」所發展延伸出來的(Hergenhahn, 1980)，原指戲劇演員所使用的面具，是一持久且獨一無二的個人特質集合(陳正文，1997)。Allport (1961)在心理學中對於個性的定義為心理系統的動態組合，是決定個人適應外在環境的獨特行為與思想。Scott and Mitchell (1972)則認為個性的形成是心理層面的成長與發展所累積而成。

而為了滿足產品設計與行銷的需求，就需要瞭解那些能描述消費者感覺、行為、動機、以及態度等的附加資訊(楊坤儒，2015)，且消費者的個

性影響其生活型態，所以了解生活型態前，應先對消費者的個性有一基本認識。以消費者行為的角度，個性一詞代表著對環境刺激的一致反應 (Kassarjian, 1971)。

Mischel(1976)認為性格是由一個心理學借過來的概念，主要反映出行為模式上的個別差異；生活型態則是一個廣告學的名詞，依照消費者的生活方式，將金錢與時間用於何處、以及何者是他們認為重要的，將消費者歸類，像是消費者的行動、興趣、以及意見等(Well, 1974; Mitchell, 1983)。

因此，透過上述文獻探討之研究可以發現，本研究以個性為其中一大重點項目來分類受測者是最佳的選擇。可由此分析不同個性之消費者的消費或選擇是否與其個性有明顯關聯，進而針對不同個性之顧客推薦適合他們的產品。

### 第三節 生活型態

Lazer (1963) 是最先將生活型態以行銷的角度來看，他認為研究消費者生活型態，可以預期消費者行為，令行銷策略更有效，而衡量消費者生活型態將有助於消費市場的區隔。生活型態為一系統性的概念，它是某一社會或某一群體在生活上所具有的特徵。這些特徵足以顯示出這個社會或群體與其他社會或群體的不同，且具體的表現於一動態模式中。所以生活型態是文化、價值觀、資源、信仰和社會等力量所造成的結果，從行銷的角度而言，消費者的購買及消費者行為就反應出一個社會的生活型態。

Kollat and Blackwell(1982)研究發現個人生活型態深受外在社會環境影響，包括文化、次文化、社會階層、參考群體群體和家庭影響；此外，個人內在人格與價值觀不同，亦會產生不同生活形態，進而影響個人決策、一般行為與追求利益，甚至產生特定消費行為方式。

一般生活型態的研究必須包含四個構面，前三項就是著名的 AIO 變數，所謂活動(Activities)、興趣(Interests)、意見(Opinions)，第四項則是人口統計變數。在活動方面，主要是衡量人們如何分配及使用他們的時間。在興趣方面，則是衡量人們接觸的事與物，有哪些是最引起他們注意的。至於在意見方面，是人們態度的表達，和對週遭環境的看法(Plummer，1974)。

陳韋仁(2005)研究中指出消費者會因為不同的生活型態採用不同的購買決策。而 Berkman 與 Gilson (1974)也認為生活型態是一致的行為狀態，它影響消費行為，同時亦受消費行為所影響。

劉根維(2003)指出生活型態即是反映個人或群體的生活態度及價值觀的模式，包含了個人心裡的圖像以及行為的特徵，表現在個人活動、興趣和意見中。王秋萍(2008)則認為生活型態是個人在許多外在環境影響下學習的結果，也可以說是價值體系與人格在內部整合之後的一個統合架構，這些會影響個人的決策、一般行為，進而影響個人特定的消費行為。王嵩容(2003)亦認為生活型態會影響消費者的消費行為，不同生活型態在「選擇評估準則」因素構面上的差異分析則部分達到明顯差異。

透過上述文獻探討，本研究得知生活型態對於人的行為、性格及特徵占有極大影響力，因此以生活型態為一大重點項目來對受測者加以分群，乃是最佳的選擇。由此分析不同生活型態之消費者的消費或選擇是否與其生活及環境有明顯關聯，進而針對不同型態之顧客推薦適合他們的產品。

綜合上述文獻探討之研究，本研究認為對於婚宴場地的選擇，除了經濟上的因素，「個性」及「生活型態」也具有相當的影響力，其中更包含了對於消費行為的影響，但現今卻尚未有人針對此兩項特質加以研究分析，因此，本研究想藉由簡易劃分出不同個性，並連結上不同生活型態的方式，觀察各種組合的族群對於婚宴場地的選擇是否與上述兩項個人特質有著明顯的關聯，並對結果加以分析，提供未來婚慶相關企業作為參考。

## 第三章 研究方法

本章在說明本研究之研究模型、研究方法、研究架構、研究流程及資料蒐集的內容定義，根據研究目的建立研究架構，並參考過去學術研究設計問卷及訪談題目，透過調查進行分類與說明本研究所使用之分析方法。

### 第一節 研究架構與流程

#### 一、研究模型

本研究為調查個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響，分別對三種個性型態構面(溫和型、勤勉正直型、外向型)及三種生活型態構面(積極活躍型、精打細算型、規律保守型)進行調查與分析，設計、發放問卷並回收，得出受測者是屬於哪一種組合類型，並且藉由統計來分析同一組合類型的

受測者選擇的婚宴場地是否較為相近，最後再將資訊帶入婚宴場地選擇之 App 推薦系統。研究架構如圖 2 所示。

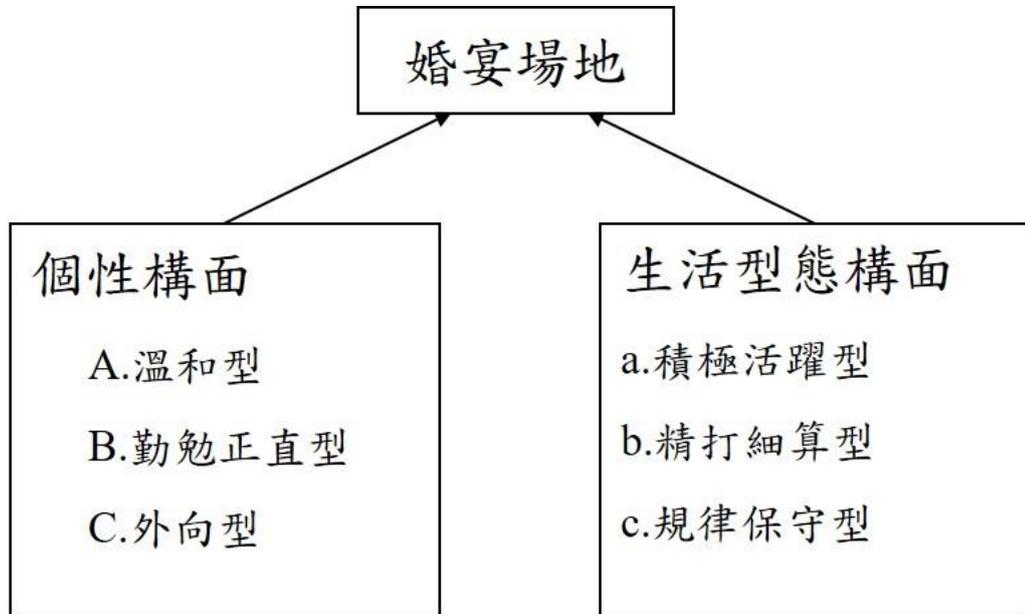


圖 2、研究模型圖

## 二、研究架構

商務科技管理系本身分為兩個模組—服務創新模組(SI)及資訊科技應用模組(ITA)，本研究專題即是以本系此兩個模組為基礎，作為在婚禮場地推薦上的應用，藉由服務創新分析去做問卷調查，並由資訊科技應用技術，將結果導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統，讓未來的使用者可以在此得到 App 推薦之符合他們需求的、理想中的婚宴場地，研究架構見圖 3。

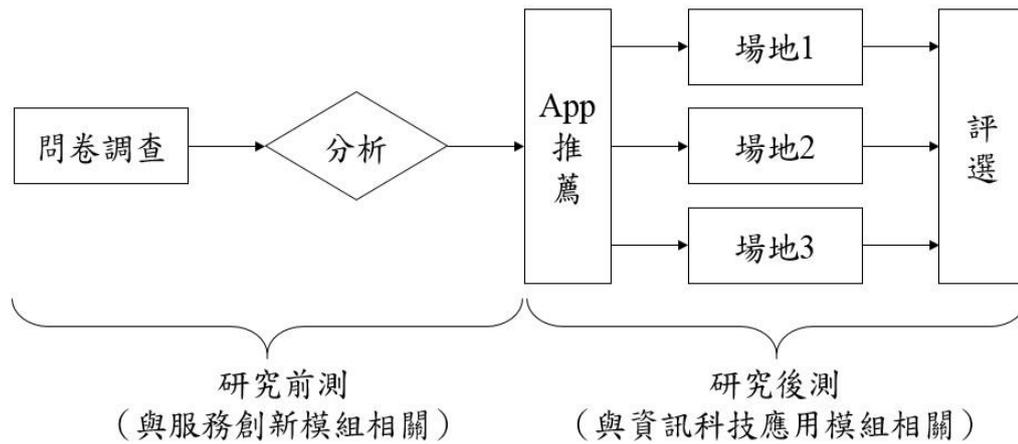


圖 3、研究架構圖

### 三、研究流程

本研究主要是探討個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響，首先撰寫研究動機與目的，依據文獻探討建立研究架構，藉由設計問卷，問卷完成後與專家進行深度訪談，透過專家他們的經驗給予我們意見與建議，改善問卷問題後再進行發放調查的動作，問卷回收後經由統計分析工具處理，歸納得出結果後，將結果導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統並再次進行調查，目的為蒐集使用者之使用結果，加以驗證前測得出的分析結果，並彙整得出研究資料，用以作為結論與建議的立論依據(圖 4)。

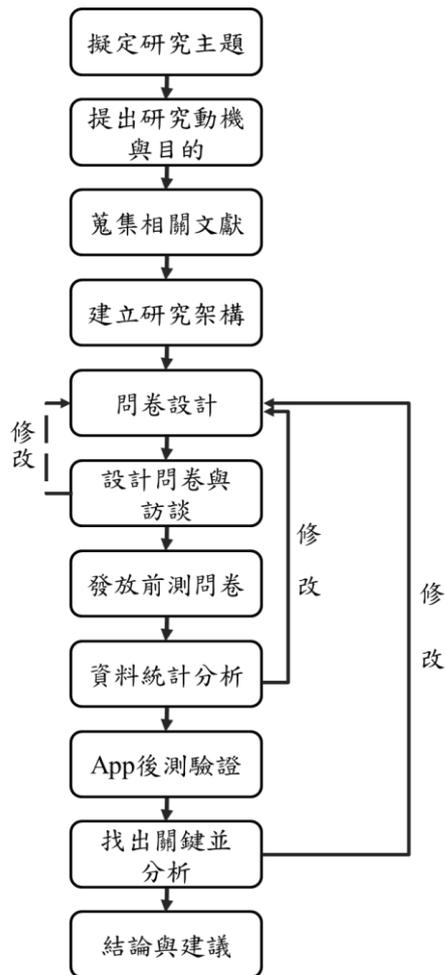


圖 4、研究流程圖

## 第二節 問卷設計

本研究根據研究目的與架構，問卷內容設計以參考相關文獻的方式設計各面向問題，本問卷共包括四大部分(圖 5)，第一部分為受測者的基本資料，經由修改王嘉徽(2013)所設計之問卷為依據參考，包含性別、年齡、學歷(教育程度)、居住地、職業類別、平均月收入及婚禮預算，蒐集受測者的基本資料，以利後續進行資料分析；第二部分為個性調查，參考楊坤儒(2015)之個性分類，從其中選出三種以分類受測者的個性；第三部分為生活型態調查，採用沈訂佑(2014)歸納出三種類型以此為選項調查；第四部分為婚宴場地選擇，參考具有公信力之婚禮平台——veryWed 非常婚

禮(2019)及《結婚吧》一站式婚禮服務平台(2019)，選出 20 間評價較好的婚宴場地提供選擇，並在問卷表單中設置網頁連接，方便受測者了解更多場地資訊。

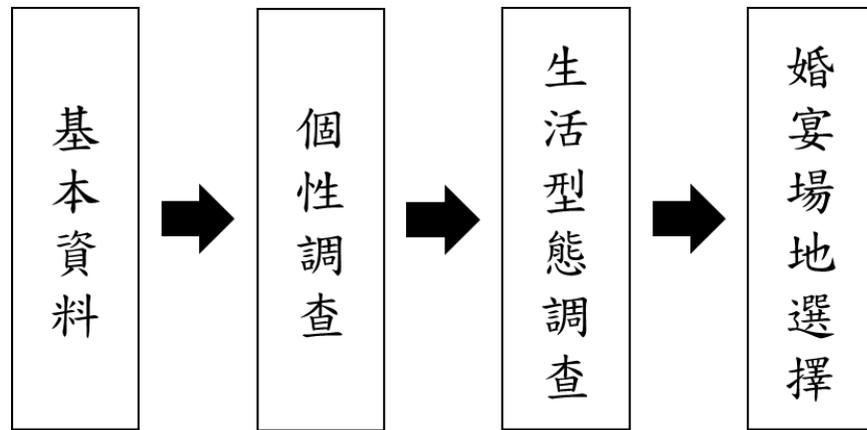


圖 5、前測問卷架構圖

而後台則以婚禮平台設置之評選條件加以輔助分析，如表 1 所示，(包含：氣氛、餐點、服務態度、戶外、硬體設備、交通及 CP 值等)，並依次列出各類型排名第一之婚宴場地所具備的條件、前三家皆具備的條件，與前述未提及，亦有被列入考量的條件。依受訪者勾選的個性與生活型態進行分群統整，觀察同類型受測者選擇之婚宴場地是否相似，反之是否有所差異。

前測問卷於 2019 年 5 月 15 日至 2019 年 10 月 19 日期間投放，一共回收 400 份有效問卷。後測於 2019 年 10 月 19 日至 2019 年 11 月 3 日期間投放，一共回收 100 份有效數據。前測問卷詳細內容如附錄一所示。

表 1、評選條件

婚宴場地名稱	評選條件
1.青青食尚花園會館	氣氛/餐點/服務態度/戶外
2.格萊天漾大飯店	氣氛/餐點/交通便利
3.翰品酒店新莊	氣氛/餐點/服務態度/交通便利
4.囍宴軒_新板館	氣氛/服務態度/交通便利
5.彭園婚宴會館_三重館	氣氛/餐點/硬體設備/服務態度/交通便利/CP 值
6.北投南豐天玥泉會館	服務態度/交通便利
7.華漾大飯店_中崙店	交通便利性/ CP 值
8.晶宴會館_府中館	餐點/服務態度
9.豪鼎飯店	服務態度
10.徐州路 2 號庭園會館	氣氛/餐點/服務態度/交通便利/CP 值
11.歐華酒店	氣氛/餐點/服務態度/CP 值/小桌數
12.頤品大飯店_新莊晶冠館	氣氛/硬體設備/服務態度/CP 值
13.雅悅會館_松山館	氣氛/餐點/服務態度/CP 值
14.晶宴會館_新莊館	氣氛/服務態度/交通便利
15.大直典華	氣氛/硬體設備/交通便利
16.新莊典華	氣氛/硬體設備/服務態度
17.君品酒店	氣氛/餐點/服務態度/交通便利
18.彭園婚宴會館_台北館	氣氛/餐點/服務態度/交通便利
19.華漾大飯店_環球店	氣氛/餐點/服務態度/交通便利
20.88 號樂章婚宴會館	交通便利/CP 值

### 第三節 施測方式

#### 一、研究對象

本研究之研究對象分九群(圖 6)，分別為 Aa(溫和型/積極活躍型)、Ab(溫和型/精打細算型)、Ac(溫和型/規律保守型)、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)、Bb(勤勉正直型/精打細算型)、Bc(勤勉正直型/規律保守型)、Ca(外向型/積極活躍型)、Cb(外向型/精打細算型)及 Cc(外向型/規律保守型)，並統計分析出這九種組合類型的受測者在選擇婚宴場地上是否較為相似，並針對所蒐集之有效資訊進行深入探討與分析。

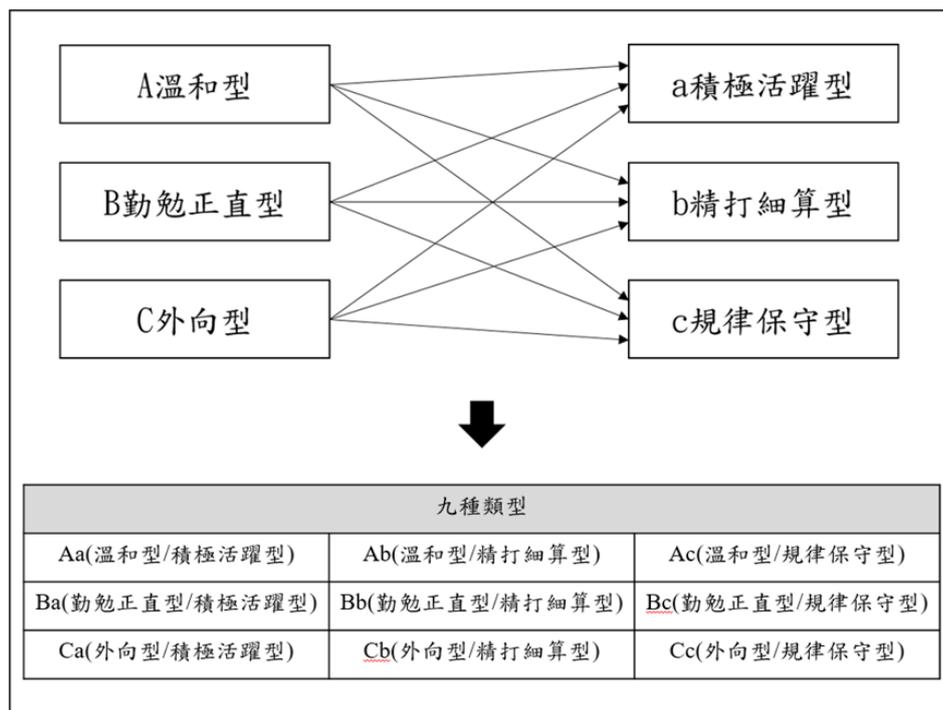


圖 6、九種類型組合方式

## 二、發放方式

本研究主要針對上述九大群分析探討，以網路問卷進行調查，利用 SurveyCake 企業級雲端問卷，而網路問卷也將無效問卷的問題排除，網路問卷連結：<https://www.surveycake.com/s/kwOZW> 呈現形式如圖 7 所示。



### 個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響

親愛的先生/女士，您好：

本問卷是一份學術性的研究問卷，主要目的是探討「個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響」的相關研究，希望藉由您的回答，能夠提升我們對本研究的瞭解。本問卷採不具名填答，您所填答的資料僅供學術研究分析使用，絕不對外公開，敬請安心作答。請您按照您真實的想法或實際情形作答即可，由衷感謝您百忙中撥冗填寫本問卷！

敬祝，平安喜樂！

致理科技大學商務科技管理系  
指導老師：蔡緒浩副教授  
研究學生：曹寶琪、施亭羽、蘇楚筠敬上



圖 7、網路問卷

## 第四節 資料分析方法

### 一、文獻調查法

所謂文獻調查法，是指通過尋找文獻搜集有關市場信息的調查方法，是一種間接的非介入式市場調查方法。

本研究採取文獻分析的方法，探討婚宴場地、生活型態、婚慶產業等相關文獻及研究，並分析生活型態對受測者之影響及婚慶相關產業的現況，藉此為為後續問卷調查及深度訪談奠定堅固的理論基礎。

### 二、問卷調查法

象瞭解情況或徵詢意見的調查方法，是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。

本研究以發放前測問卷的方式蒐集資訊，並使用婚宴場地選擇之 App 推薦系統做後測驗證。前測問卷為最初發放之問卷，目的在蒐集足夠的樣本資料，並在統計分析後，對受測者加以分群，分群後將資料整合分析，導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統做後測，驗證前測回收資料的可靠性。

### 三、深度訪談法

深度訪談法(in-depth interview)是一種無架構的、直接的、個人的訪談法，是指由受訪者與施測者就工作所需職能、職責、條件等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料。通常使用此法時，施測

者會盡可能使用最少的提示與引導，並鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見，因此深入訪談法除可增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。

本研究在發放問卷前即進行與專家的深度訪談，主要內容為讓專家針對本研究所提出的問題進行回答、檢視問卷是否存在問題，並且提供一些意見，協助我們更順利的完成此研究。

## 第五節 婚宴場地選擇之 App 推薦系統

本研究根據研究目的與架構，設計婚宴場地選擇之 App 推薦系統，系統架構圖如圖 8 所示，而主要介面如下(圖 9 至圖 12)：

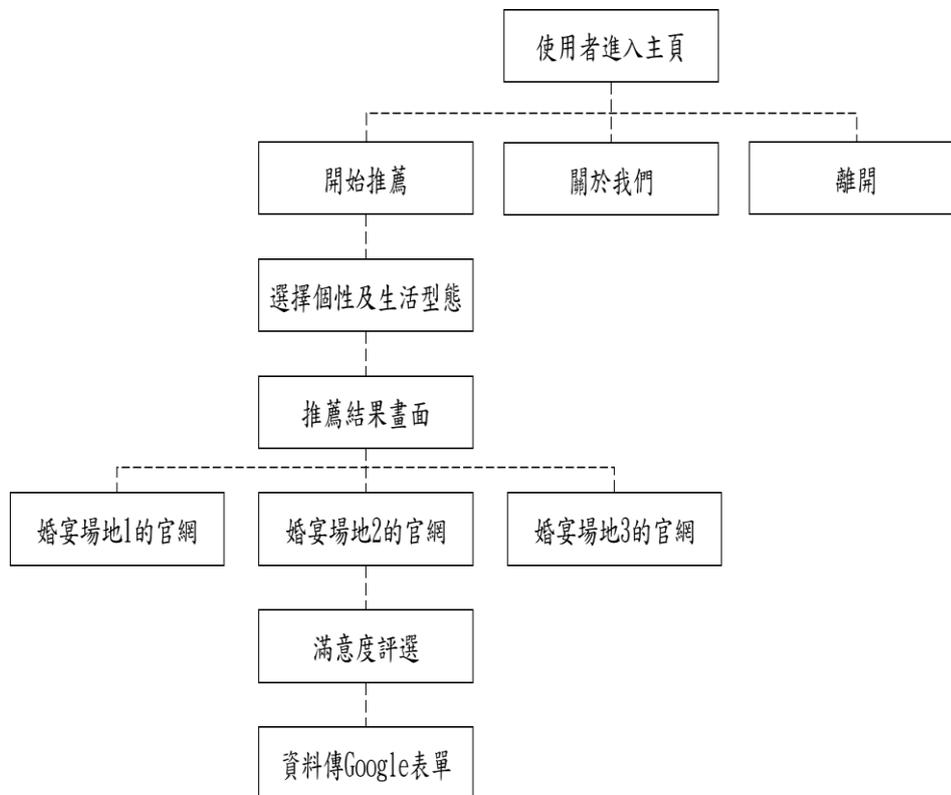


圖 8、婚宴場地選擇之 App 推薦系統架構圖

(1)婚宴場地選擇之 App 推薦系統首頁畫面(圖 9)：

進入系統的首頁畫面，有開始進入推薦頁面、關於我們及離開。

(2)關於我們(圖 10)：

介紹本研究(App)主要目的，匿名蒐集滿意度調查，以利本研究後續之分析其結果。

(3)婚宴場地推薦畫面(圖 11)：

使用者從敘述中勾選符合其之個性與生活型態選項並導入前測分析結果。

(4)婚宴場地推薦結果畫面(圖 12)：

推薦此類型其前三家婚宴場地，再由使用者回饋滿意度以利進行後測統計分析。



圖 9、App 首頁



圖 10、關於我們

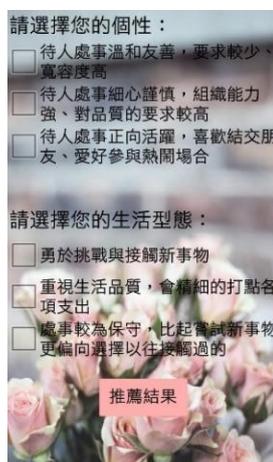


圖 11、婚宴場地推薦

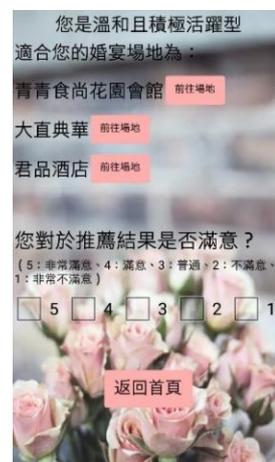


圖 12、推薦結果

## 第四章 研究結果與分析

本研究以發放問卷並統計結果，將大台北之受測者分為九種類型，再導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統做後測，對結果進行研究探討，分析大台北民眾個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響，瞭解在不同個性及生活型態之下，每種類型受測者的選擇是否有明顯關聯，問卷及後測之條件與結果如下：

### 第一節 問卷條件

#### 一、基本資料

- 性別：分為男、女。
- 年齡：20 歲(含)以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51 歲(含)以上
- 學歷：國中(含)以下、高中職、專科、大學、研究所(含)以上
- 職業：學生、製造業、醫療業、農牧業、軍公教、金融業、服務業、其他
- 平均月收入：2 萬以下、2-5 萬、5-8 萬、8-10 萬、10 萬以上

#### 二、研究條件

- 個性：A 溫和型、B 勤勉正直型、C 外向型
- 生活型態：a 積極活躍型、b 精打細算型、c 規律保守型

用以上兩個主要條件，將受測者分成九種類型，並統計出各類型選擇之前三家婚宴場地，得出結果導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統。

## 第二節 研究結果

### 一、基本資料結果

本研究回收共計 400 份有效問卷，經統計分析整理後，將其基本資料依性別、年齡、學歷、職業及平均月收入，其樣本統計結果如下：

#### (一)性別以女性居多

性別的部分「女性」有 277 人，約佔 69%；「男性」則有 123 人，約佔 31%。女性受測者居多(圖 13)。

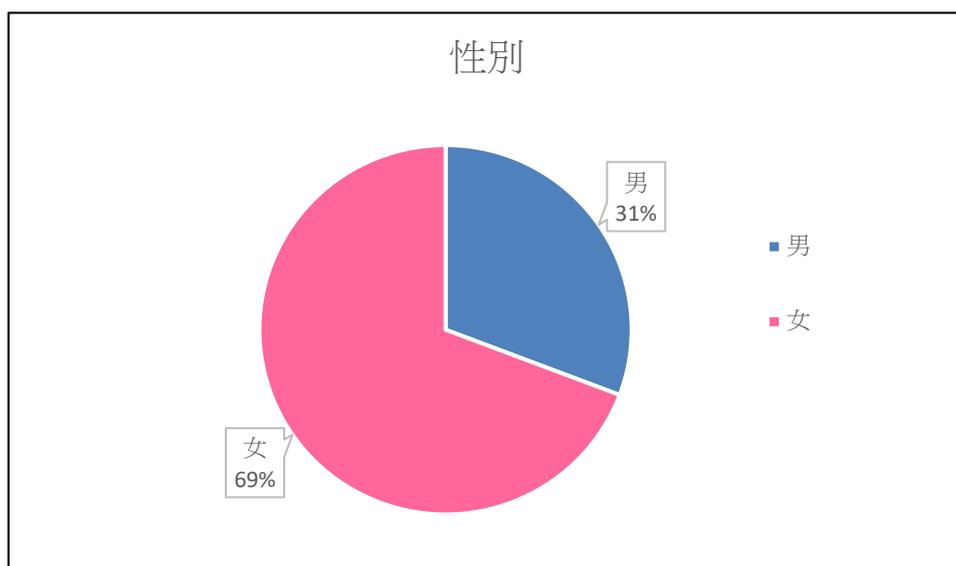


圖 13、性別

## (二).年齡以 21-30 歲較多

年齡部分以「21-30 歲」者較多，共計有 139 人，佔 35%；其次為「41-50 歲」者，有 101 人，佔 25%；「31-40 歲」者，有 95 人，佔 24%；「51 歲(含)以下」者，有 33 人，佔 8%；「20 歲(含)以下」者，有 32 人，佔 8%。其中受測者於適婚年齡層人數最多(圖 14)。

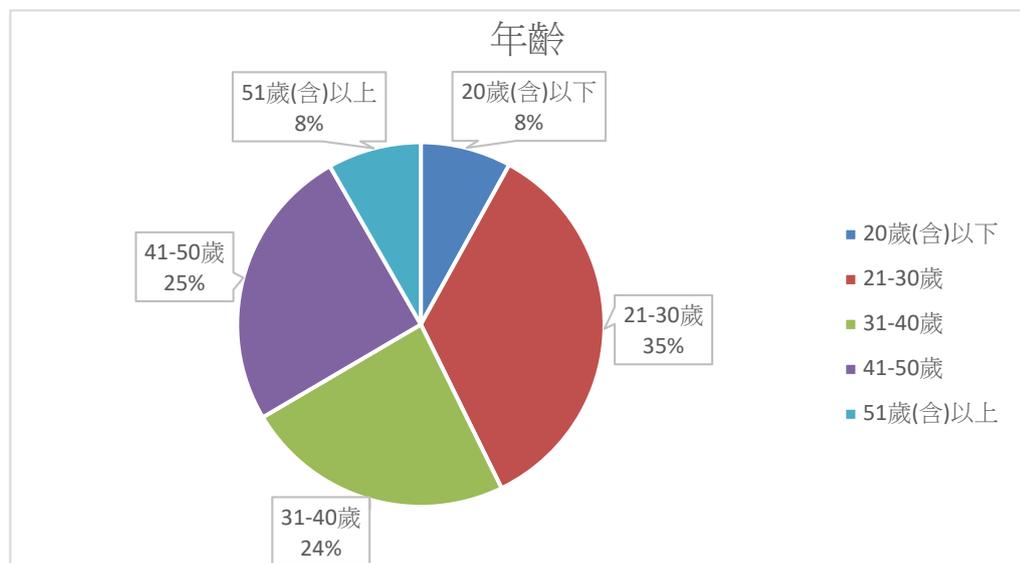


圖 14、年齡

## (三).學歷以大學最多

學歷以「大學」有 231 人，佔 58%最多；其次為「高中職」有 79 人，佔 20%；再者為「專科」有 56 人，佔 14%；「研究所(含)以上」有 32 人，佔 8%；「國中(含)以下」有 2 人，約佔 1%(圖 15)。

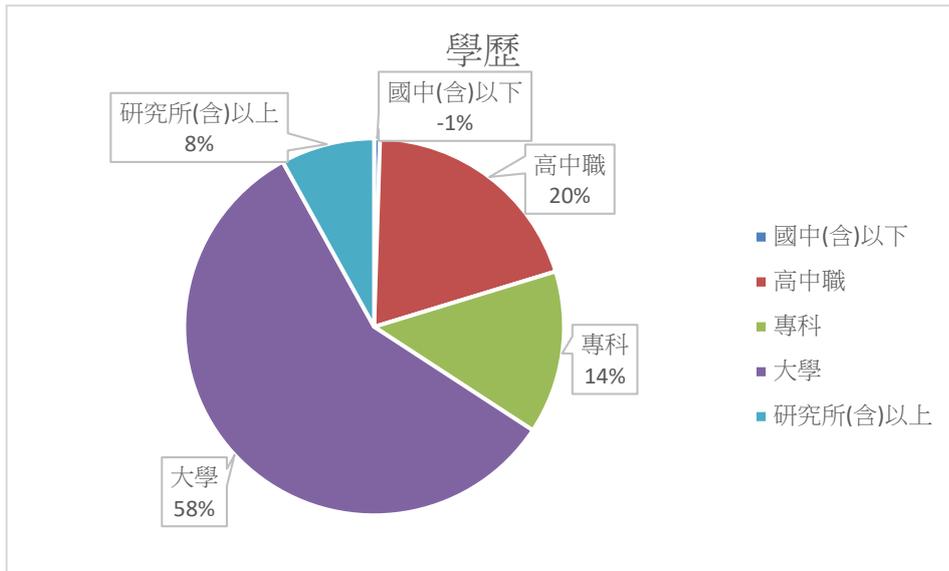


圖 15、學歷

#### (四)職業以學生最多

職業以「學生」有 110 人，佔 27%最多；其次為「服務業」有 86 人，佔 22%；再者為「其他」有 72 人，佔 18%；「製造業」有 54 人，佔 13%；「金融業」有 46 人，佔 12%；「軍公教」有 15 人，佔 4%；「醫療業」有 14 人，佔 3%，「農牧業」有 3 人，佔 1%(圖 16)。

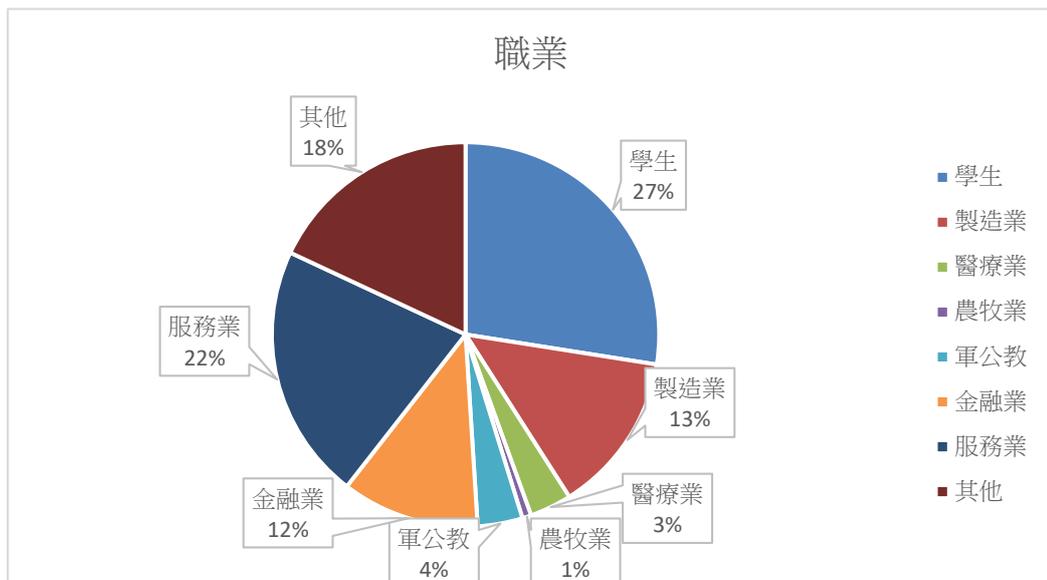


圖 16、職業

### (五)平均月收入以 2-5 萬人數最多

平均月收入以「2-5 萬」有 174 人，約佔 43%最多；其次為「2 萬以下」有 115 人，約佔 29%；「5-8 萬」有 81 人，約佔 20%；「8-10 萬」有 16 人，約佔 4%；「10 萬以上」有 14 人，約佔 4%(圖 17)。

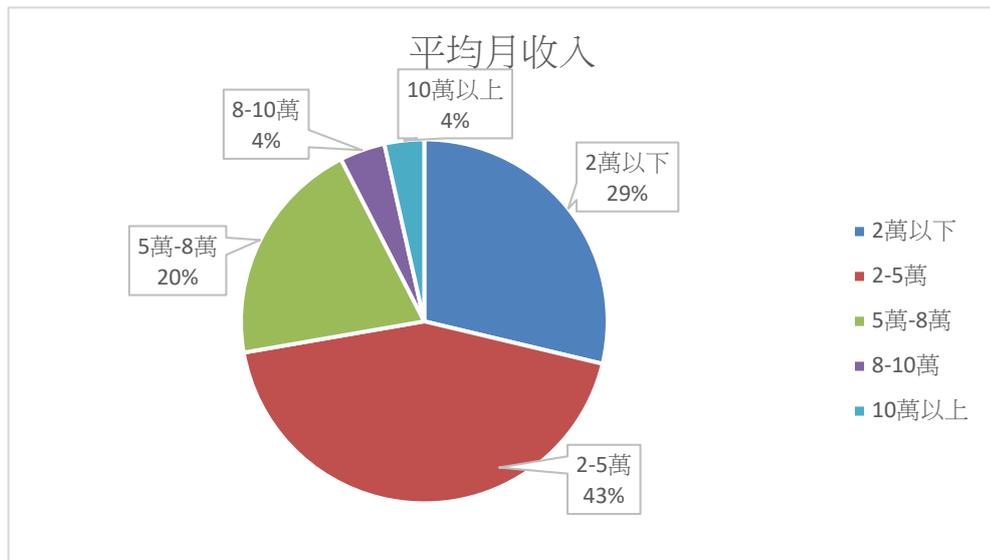


圖 17、平均月收入

## 二、研究條件結果

### (一)個性

個性部分於受測者中 A 溫和型有 168 人，佔 42%；B 勤勉正直型有 129 人，佔 32%；C 外向型有 103 人，佔 26%。如圖 18 所示，其中以 A 溫和型受測者較多。

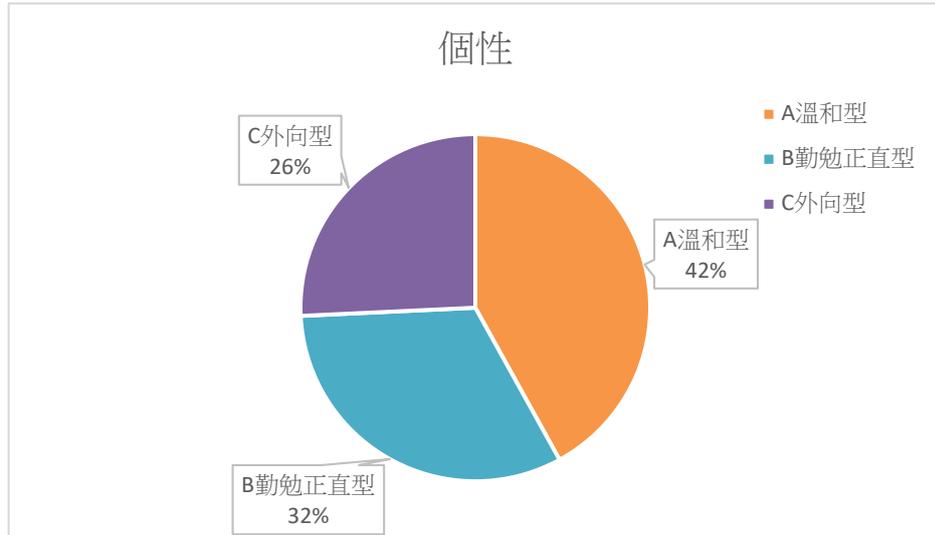


圖 18、個性

## (二)生活型態

生活型態的部分 a 積極活躍型有 107 人，佔 27%；b 精打細算型有 124 人，佔 31%；c 規律保守型有 169 人，佔 42%。如圖 19 所示，其中以 c 規律保守型最多。

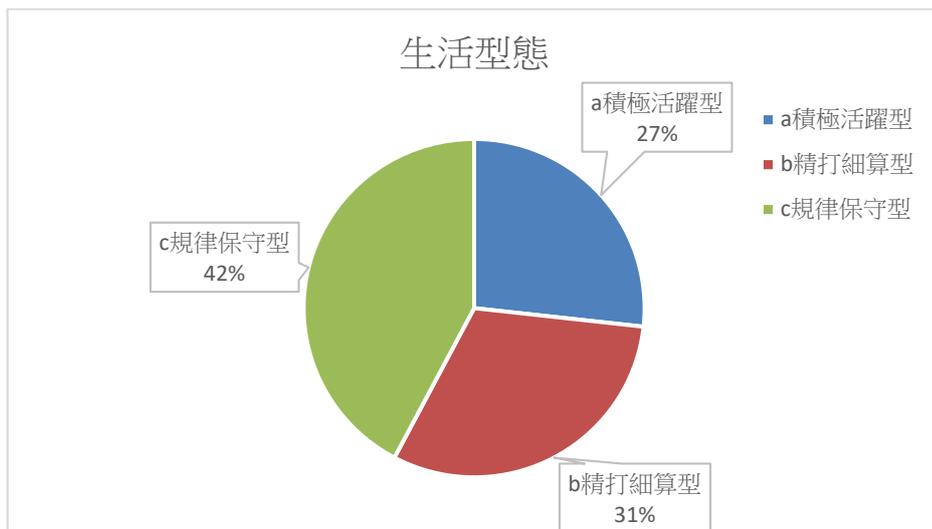


圖 19、生活型態

### 三、前測問卷統計

本研究前測問卷調查一共蒐集了 400 份有效問卷，並針對 400 份問卷進行統計，觀察受測者的選擇結果分布狀況。以下為各階段統計分析結果：

400 份問卷(圖 20)，進行第四次的統計，Aa(溫和型/積極活躍型)之受測者佔 9%；Ab(溫和型/精打細算型)之受測者佔 12%；Ac(溫和型/規律保守型)之受測者佔 22%；Ba(勤勉正直型/積極活躍型)之受測者佔 7%；Bb(勤勉正直型/精打細算型)之受測者佔 14%；Bc(勤勉正直型/規律保守型)之受測者佔 13%；Ca(外向型/積極活躍型)之受測者佔 11%；Cb(外向型/精打細算型)之受測者佔 7%；Cc(外向型/規律保守型)之受測者佔 5%。累積至此以 Ac(溫和型/規律保守型)此類型受測者目前較多。

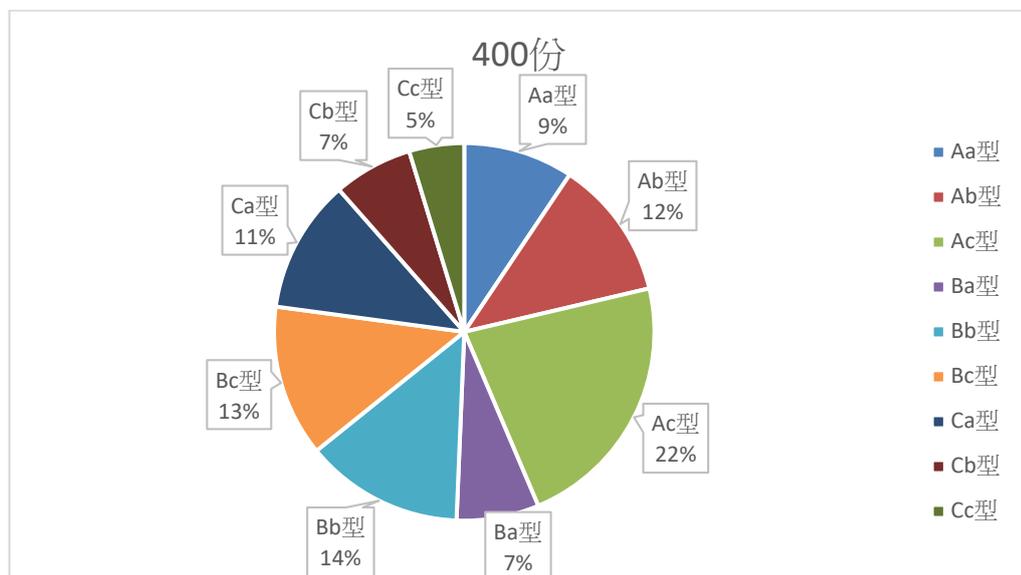


圖 20、400 份問卷類型分布

觀察 400 份問卷統計結果，詳細內容於表 2 所示，分別為各類型之份數，接著為該類型選擇婚宴場地較多票數的排行，如 Aa(溫和型/積極活躍型)共計 36 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 1 家，其次第二多之場地為第 15 家，再者第三多為第 7 家與第 17 家並列；Ab(溫和型/精打細算型)共計 46 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 5 家，其次第二多之場地為第 10 家，再者第三多為第 1 家；Ac(溫和型/規律保守型)共計 86 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 5 家，其次第二多之場地為第 1 家，再者第三多為第 10 家；Ba(勤勉正直型/積極活躍型)共計 27 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 1 家，其次第二多之場地為第 17 家，再者第三多為第 11 家；Bb(勤勉正直型/精打細算型)共計 52 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 17 家，其次第二多之場地為第 1 家，再者第三多為第 12 家；Bc(勤勉正直型/規律保守型)共計 50 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 5 家，其次第二多之場地為第 1 家，再者第三多為第 10 家；Ca(外向型/積極活躍型)共計 44 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 1 家，其次第二多之場地為第 5 家，再者第三多為 15 家；Cb(外向型/精打細算型)共計 26 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 5 家，其次第二多之場地為第 17 家，再者第三多為第 11 家；及 Cc(外向型/規律保守型)共計 33 份問卷，其中選擇第一多之場地為第 17 家，其次第二多之場地為第 1 家，再者第三多為第 19 家。

表 2、400 份問卷統計

類型	Aa	Ab	Ac	Ba	Bb	Bc	Ca	Cb	Cc
份數	36	46	86	27	52	50	44	26	33
第一	1*18	5*28	5*45	1*18	17*29	5*25	1*23	5*13	17*19
第二	15*15	10*23	1*43	17*17	1*26	1*23	5*23	17*12	1*16
第三	17*14	1*21	10*33	11*16	12*20	10*22	15*21	11*11	19*15
第四	7*14	17*19	15*32	5*10	10*18	15*21	17*18	15*10	4*11
第五	5*13	15*17	17*32	12*9	5*17	17*20	3*15	19*10	5*11
第六	10*13				15*17				10*11
第七	11*13								15*11

備註：

1.表格中的數字表示婚宴場地編號\*數量，例如：1\*18=青青食尚花園會館有十八個此類型受測者所選擇。

2.上方為婚宴場地編號，以下為場地全名 1.青青食尚花園會館 2.格萊天漾大飯店 3.翰品酒店新莊 4.禧宴軒\_新板館 5.彭園婚宴會館\_三重館 6.北投南豐天玥泉會館 7.華漾大飯店\_中崙店 8.晶宴會館\_府中館 9.豪鼎飯店 10.徐州路 2 號庭園會館 11.歐華酒店 12.頤品大飯店\_新莊晶冠館 13.雅悅會館\_松山館 14.晶宴會館\_新莊館 15.大直典華 16.新莊典華 17.君品酒店 18.彭園婚宴會館\_台北館 19.華漾大飯店\_環球店 20.88 號樂章婚宴會館

經過統計，本研究以 400 份問卷統計之結果為最終考量依據。在 400 份問卷中，平均每種類型以蒐集 44 至 45 份以上之有效問卷較具參考價值，其中以 Ab (溫和型/精打計算型)、Ac (溫和型/規律保守型)、Bb (勤勉正直型/精打細算型)、Bc (勤勉正直型/規律保守型)及 Ca(外向型/積極活躍型)有達平均以上；Aa (溫和型/積極活躍型)、Ba (勤勉正直型/積極活躍型)、Cb(外向型/精打細算型)及 Cc(外向型/規律保守型)則尚未達平均。

## 四、各類型選擇條件

以下為各類型選擇狀況，內容包含各類選擇之前三名婚宴場地，及其共同具備之評選條件，評選條件請參閱表 1。

### (一) Aa (溫和型/積極活躍型)選擇

由圖 21 可知 Aa(溫和型/積極活躍型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 1.青青食尚花園會館、15.大直典華及 17.君品酒店，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛。

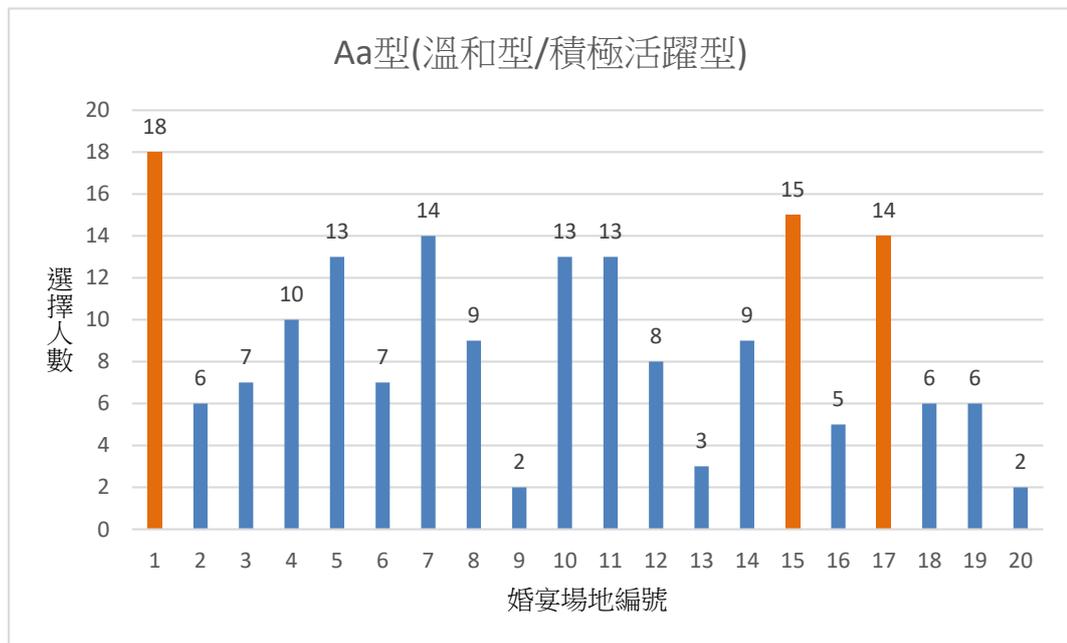


圖 21、Aa 型選擇分布

## (二) Ab (溫和型/精打計算型)選擇

由圖 22 可知 Ab(溫和型/精打計算型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 5.彭園婚宴會館\_三重館、10.徐州路 2 號庭園會館及 1.青青食尚花園會館，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

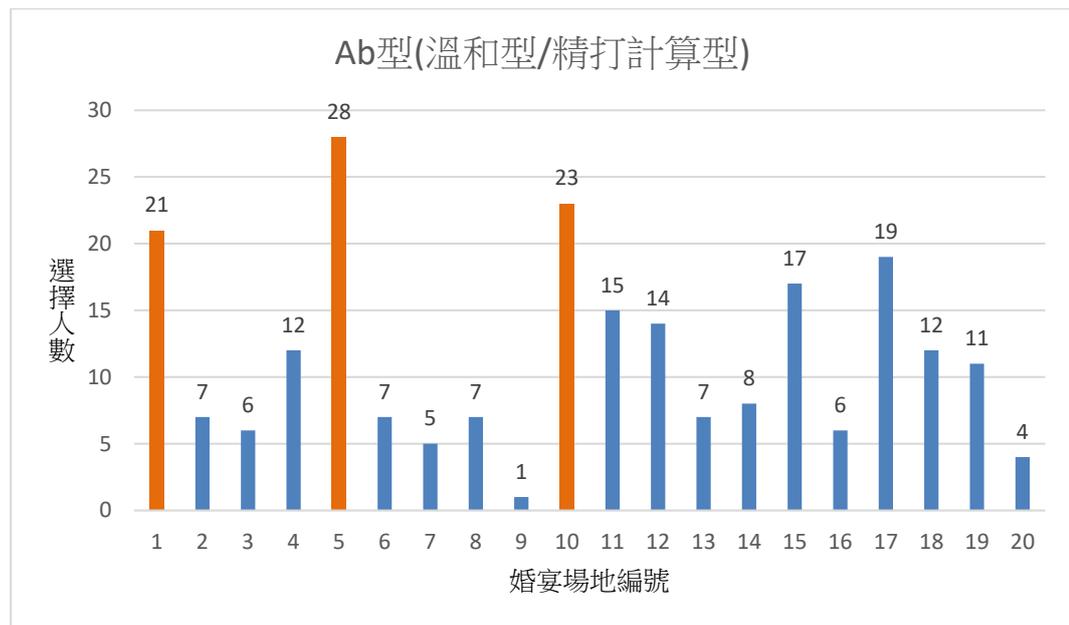


圖 22、Ab 型選擇分布

## (三) Ac (溫和型/規律保守型)選擇

由圖 23 可知 Ac (溫和型/規律保守型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 5.彭園婚宴會館\_三重館、1.青青食尚花園會館及 10.徐州路 2 號庭園會館，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

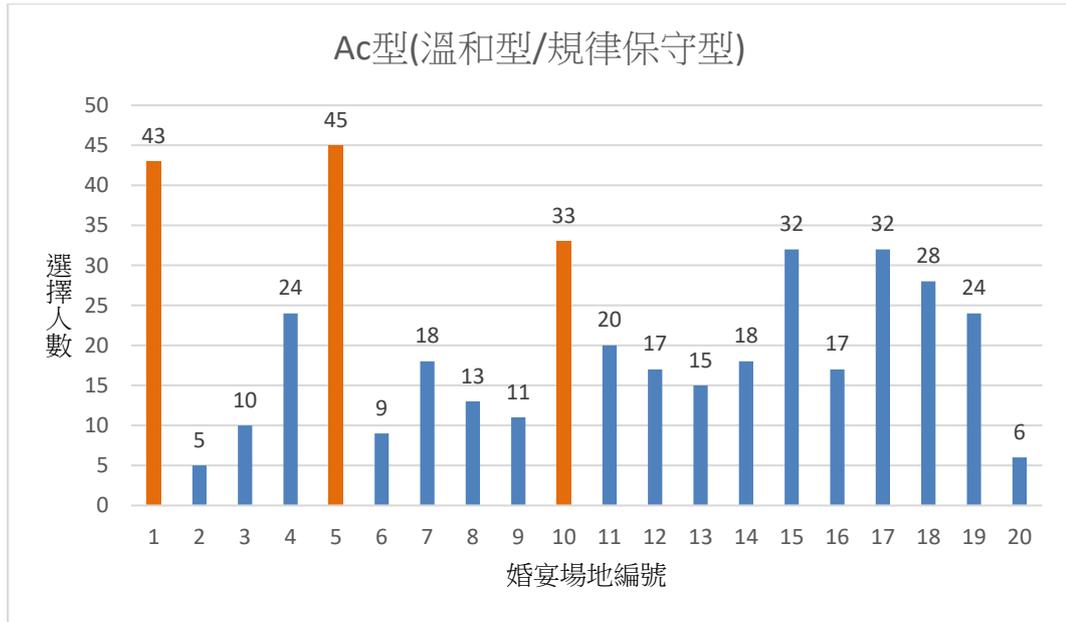


圖 23、Ac 型選擇分布

#### (四) Ba (勤勉正直型/積極活躍型)選擇

由圖 24 可知 Ba (勤勉正直型/積極活躍型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 1.青青食尚花園會館、17.君品酒店及 11.歐華酒店，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

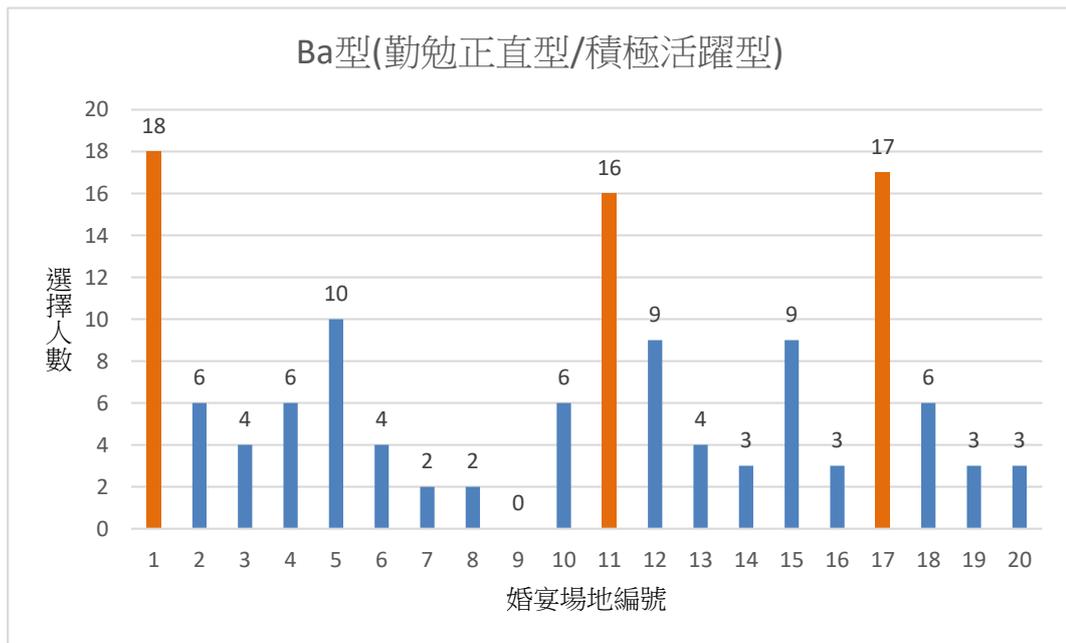


圖 24、Ba 型選擇分布

### (五) Bb (勤勉正直型/精打細算型)選擇

由圖 25 可知 Bb (勤勉正直型/精打細算型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 17.君品酒店、1.青青食尚花園會館及 12.頤品大飯店新莊晶冠館，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛及服務態度。

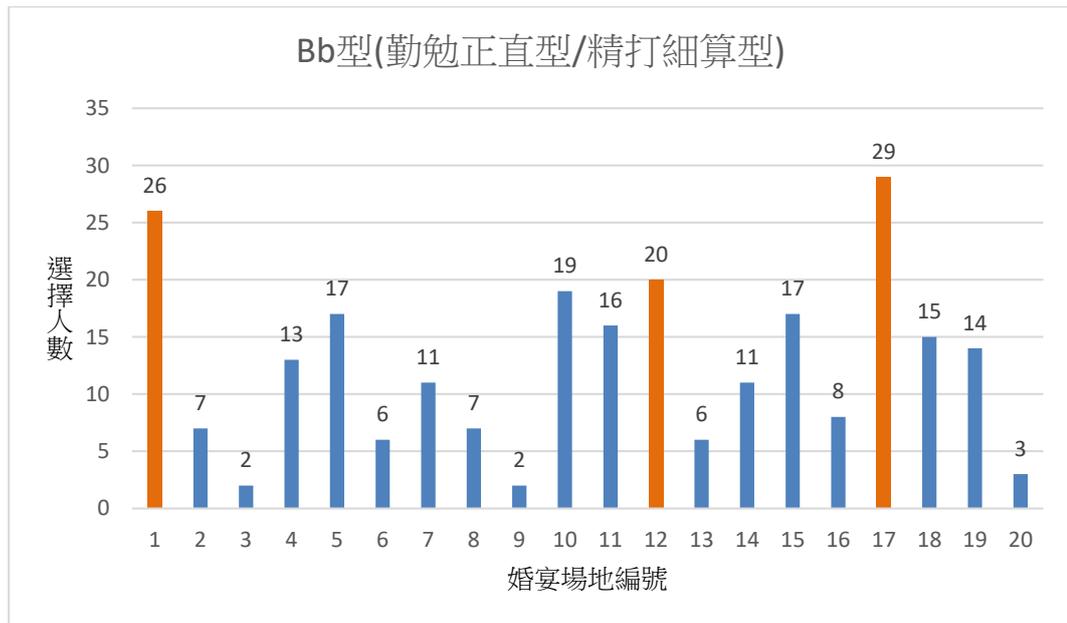


圖 25、Bb 型選擇分布

### (六) Bc (勤勉正直型/規律保守型)選擇

由圖 26 可知 Bc (勤勉正直型/規律保守型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 5.彭園婚宴會館\_三重館、1.青青食尚花園會館及 10.徐州路 2 號庭園會館，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

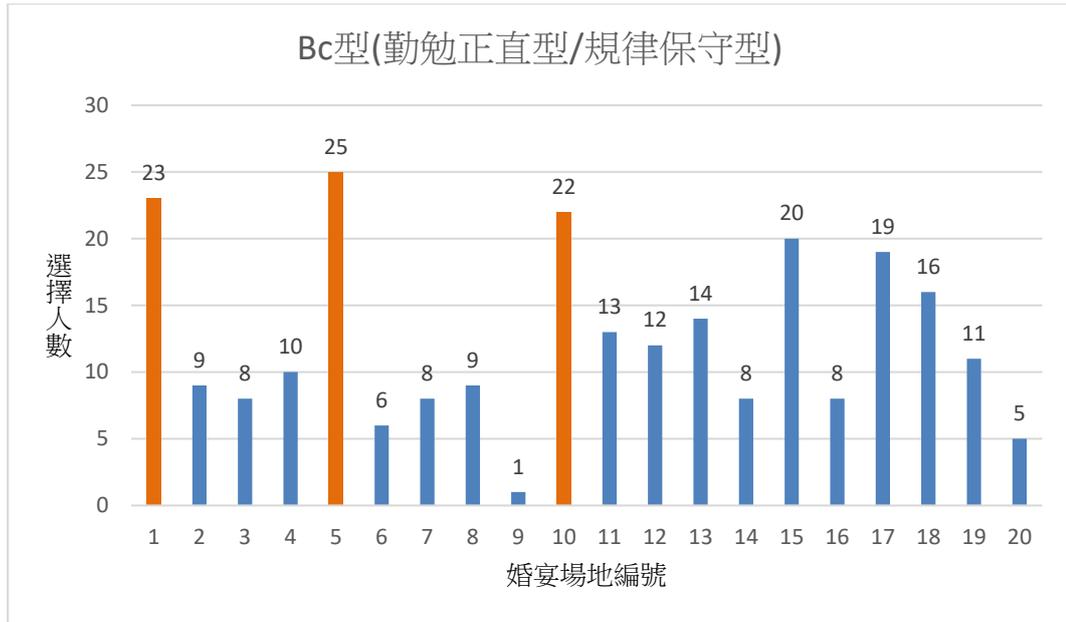


圖 26、Bc 型選擇分布

(七) Ca (外向型/積極活躍型)選擇

由圖 27 可知 Ca (外向型/積極活躍型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 1.青青食尚花園會館、5.彭園婚宴會館\_三重館及 15.大直典華，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛。

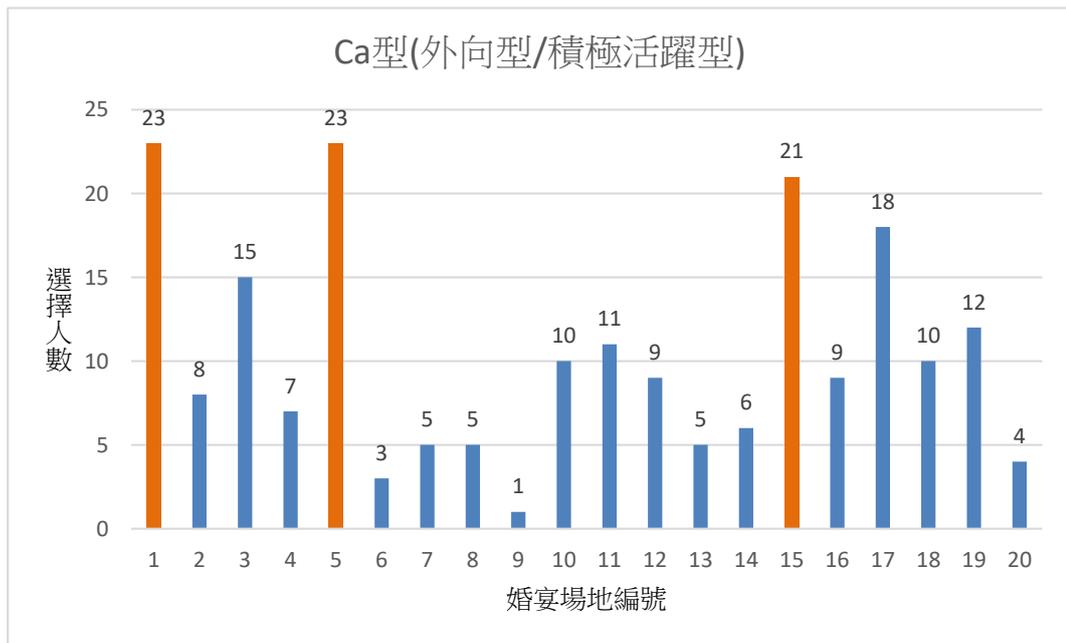


圖 27、Ca 型選擇分布

#### (八) Cb (外向型/精打細算型)選擇

由圖 28 可知 Cb (外向型/精打細算型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 5.彭園婚宴會館\_三重館、17.君品酒店及 11.歐華酒店，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

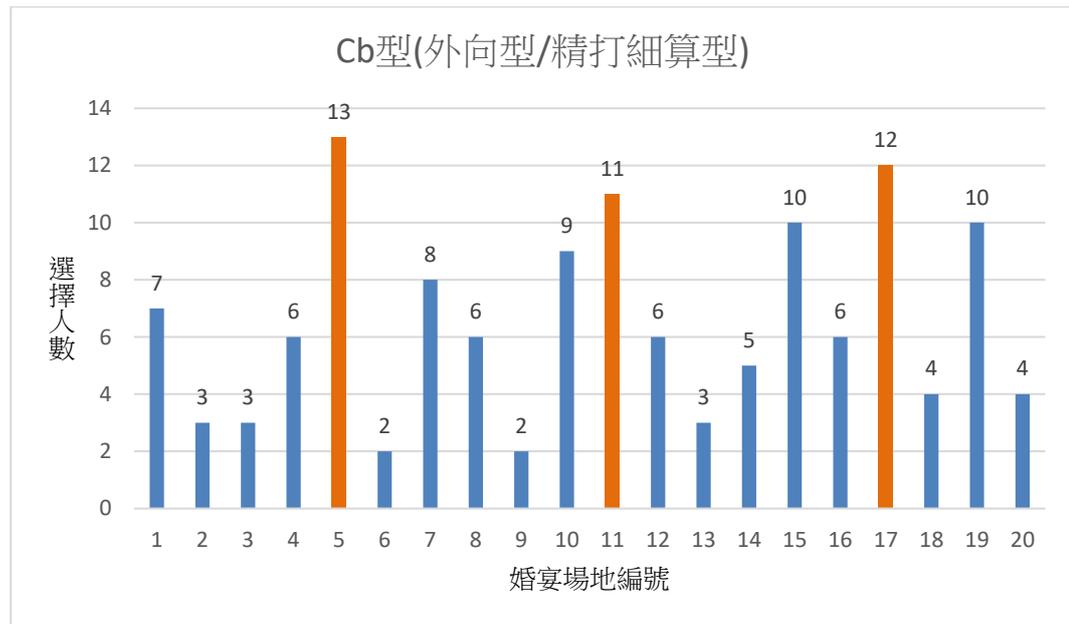


圖 28、Cb 型選擇分布

#### (九) Cc (外向型/規律保守型)選擇

由圖 29 可知 Cc (外向型/規律保守型)所選擇之婚宴場地前三名分別為 17.君品酒店、1.青青食尚花園會館及 19.華漾大飯店環球店，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點及服務態度。

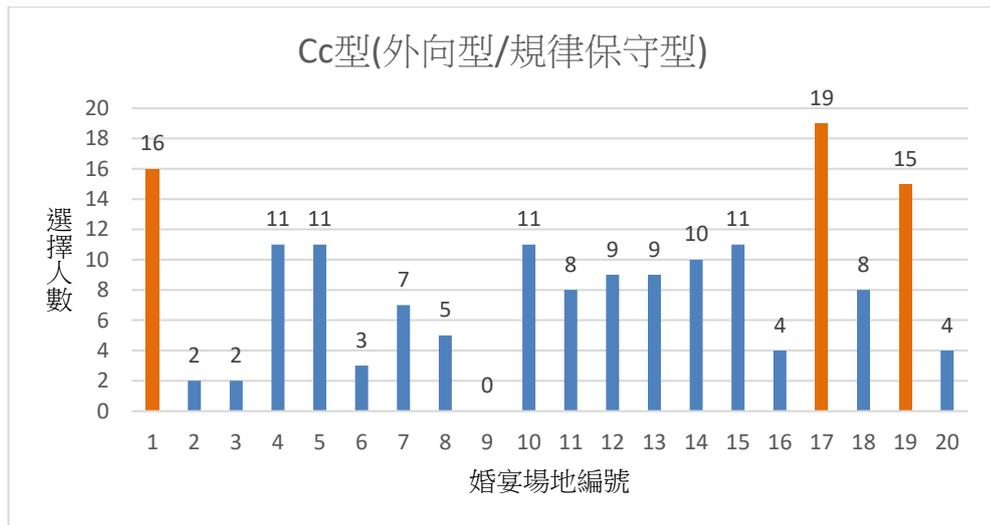


圖 29、Cc 型選擇分布

根據統計結果顯示(表 3)，本研究由每種類型選擇婚宴場地之數據，挑選出前三家，以此作為系統推薦之場地。表 3 內容中婚宴場地名為簡化版，全名如下 1.青青食尚花園會館 2.格萊天漾大飯店 3.翰品酒店新莊 4.囍宴軒\_新板館 5.彭園婚宴會館\_三重館 6.北投南豐天玥泉會館 7.華漾大飯店\_中崙店 8.晶宴會館\_府中館 9.豪鼎飯店 10.徐州路 2 號庭園會館 11.歐華酒店 12.頤品大飯店\_新莊晶冠館 13.雅悅會館\_松山館 14.晶宴會館\_新莊館 15.大直典華 16.新莊典華 17.君品酒店 18.彭園婚宴會館\_台北館 19.華漾大飯店\_環球店 20.88 號樂章婚宴會館。

而由此表可得 Aa (溫和型/積極活躍型)前三為青青食尚花園會館、大直典華及君品酒店；Ab (溫和型/精打計算型)前三為彭園婚宴會館\_三重館、徐州路 2 號庭園會館及青青食尚花園會館；Ac (溫和型/規律保守型)前三為彭園婚宴會館\_三重館、青青食尚花園會館及徐州路 2 號庭園會館；Ba (勤勉正直型/積極活躍型)前三為青青食尚花園會館、君品酒店及歐華酒店；Bb (勤勉正直型/精打細算型)前三為君品酒店、青青食尚花園會館及頤品大飯店新莊晶冠館；Bc (勤勉正直型/規律保守型)前三為彭園婚宴會館\_三重館、青青食尚花園會館及徐州路 2 號庭園會館；Ca(外向型/積極活躍型)前三為青青食尚花園會館、彭園婚宴會館\_三重館及大直典

華；Cb(外向型/精打細算型)前三為彭園婚宴會館\_三重館、君品酒店及歐華酒店；Cc(外向型/規律保守型)前三為君品酒店、青青食尚花園會館及華漾大飯店環球店。

表 3、各類型選擇統計

場地 \ 類型	Aa	Ab	Ac	Ba	Bb	Bc	Ca	Cb	Cc
1.青青食尚	18	21	43	18	26	23	23	7	16
2.格萊天漾	6	7	5	6	7	9	8	3	2
3.翰品酒店	7	6	10	4	2	8	15	3	2
4.囍宴軒新板	10	12	24	6	13	10	7	6	11
5.彭園三重	13	28	45	10	17	25	23	13	11
6.天玥泉會館	7	7	9	4	6	6	3	2	3
7.華漾飯店	14	5	18	2	11	8	5	8	7
8.晶宴府中	9	7	13	2	7	9	5	6	5
9.豪鼎飯店	2	1	11	0	2	1	1	2	0
10.庭園會館	13	23	33	6	19	22	10	9	11
11.歐華酒店	13	15	20	16	16	13	11	11	8
12.頤品飯店	8	14	17	9	20	12	9	6	9
13.雅悅會館	3	7	15	4	6	14	5	3	9
14.晶宴新莊	9	8	18	3	11	8	6	5	10
15.大直典華	15	17	32	9	17	20	21	10	11
16.新莊典華	5	6	17	3	8	8	9	6	4
17.君品酒店	14	19	32	17	29	19	18	12	19
18.彭園台北	6	12	28	6	15	16	10	4	8
19.華漾飯店	6	11	24	3	14	11	12	10	15
20.88 號樂章	2	4	6	3	3	5	4	4	4

備註：紅字代表各類型排名前三之婚宴場地。

## 五、個性選擇

### (一) A 溫和型受測者選擇

本研究發現 A 溫和型受測者(圖 30)，在選擇婚宴場地上以 5.彭園婚宴會館\_三重館、1.青青食尚花園會館及 10.徐州路 2 號庭園會館為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、硬體設備、服務態度、交通便利及 CP 值；其共同擁有之標準為氣氛、餐點及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將戶外評選條件列入考量因素之一。

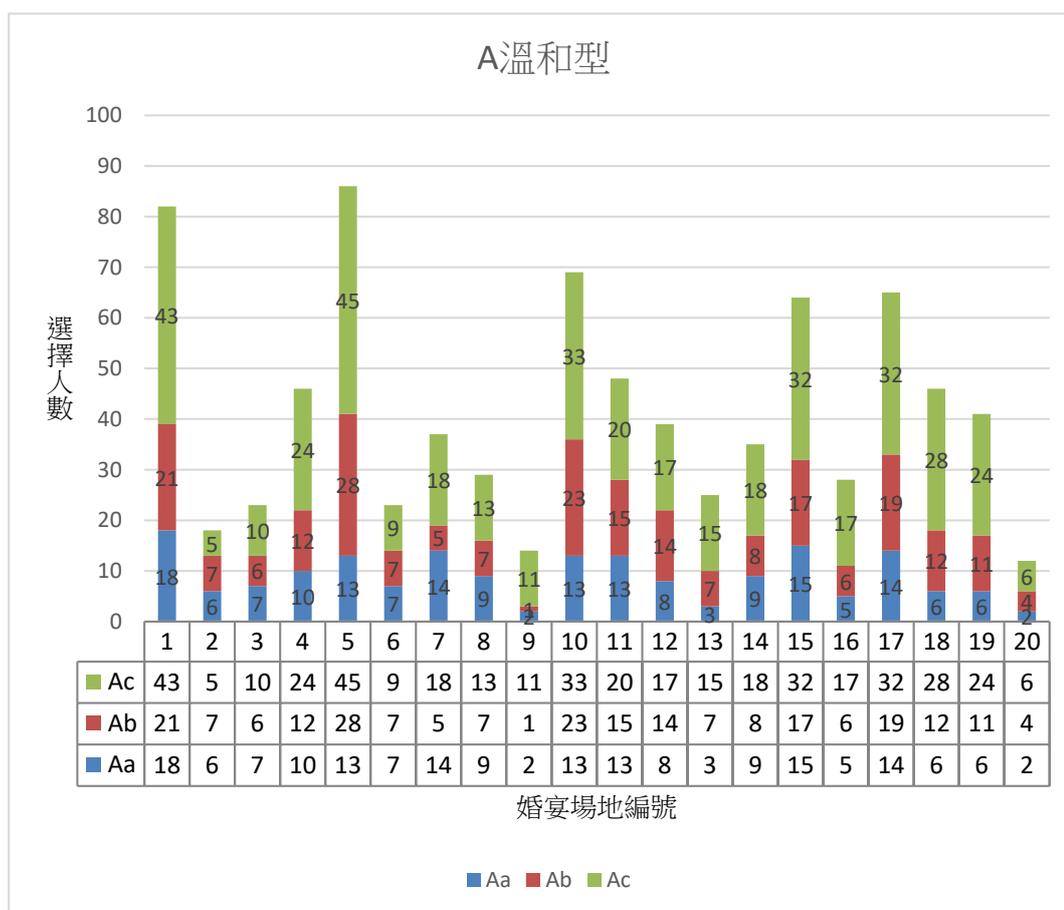


圖 30、A 溫和型總體選擇分布

## (二) B 勤勉正直型受測者選擇

本研究發現 B 勤勉正直型受測者(圖 31)，在選擇婚宴場地上以 1.青青食尚花園會館、17.君品酒店及 5.彭園婚宴會館\_三重館為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、服務態度及戶外；其共同擁有之標準為氣氛、餐點、及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將硬體設備、交通便利及 CP 值評選條件列入考量因素之一。

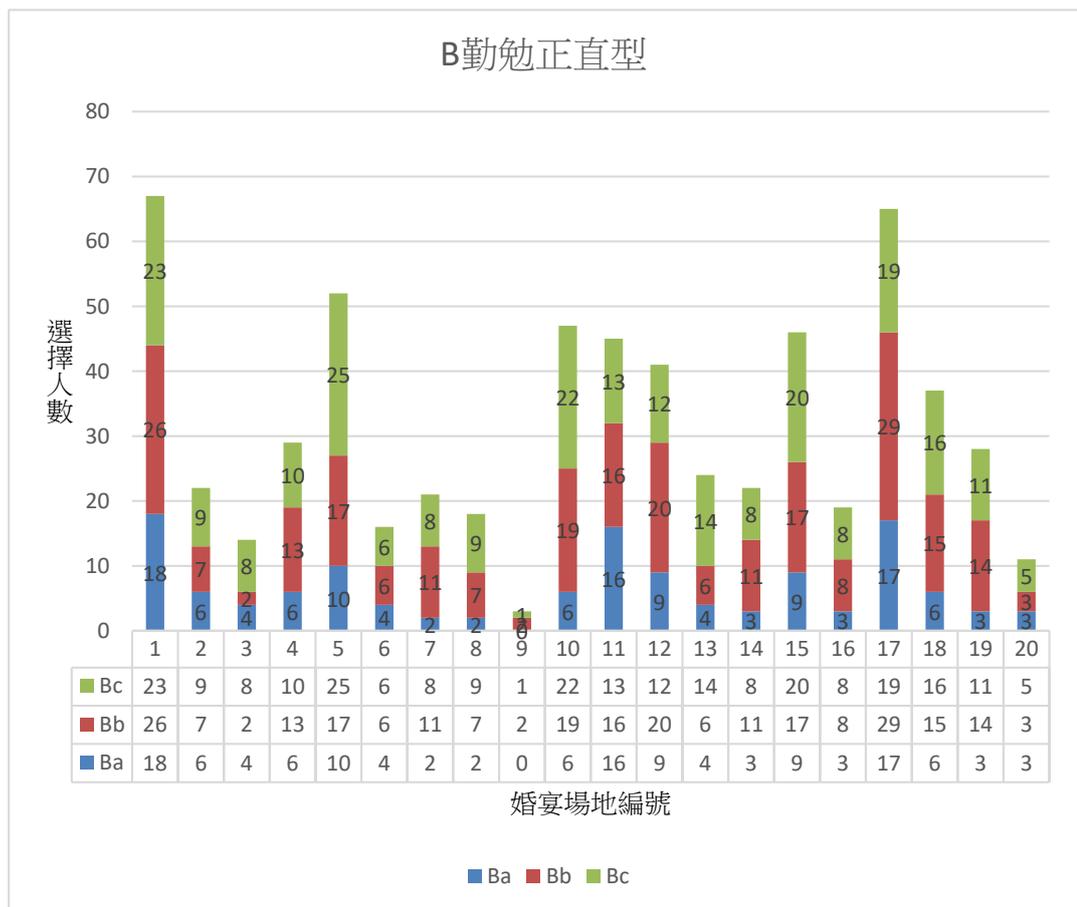


圖 31、B 勤勉正直型總體選擇分布

### (三) C 外向型受測者選擇

本研究發現 C 外向型受測者(圖 32)，在選擇婚宴場地上以 17.君品酒店、5.彭園婚宴會館\_三重館及 1.青青食尚花園會館為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、服務態度及交通便利；其共同擁有之標準為氣氛、餐點、及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將硬體設備、CP 值及戶外評選條件列入考量因素之一。

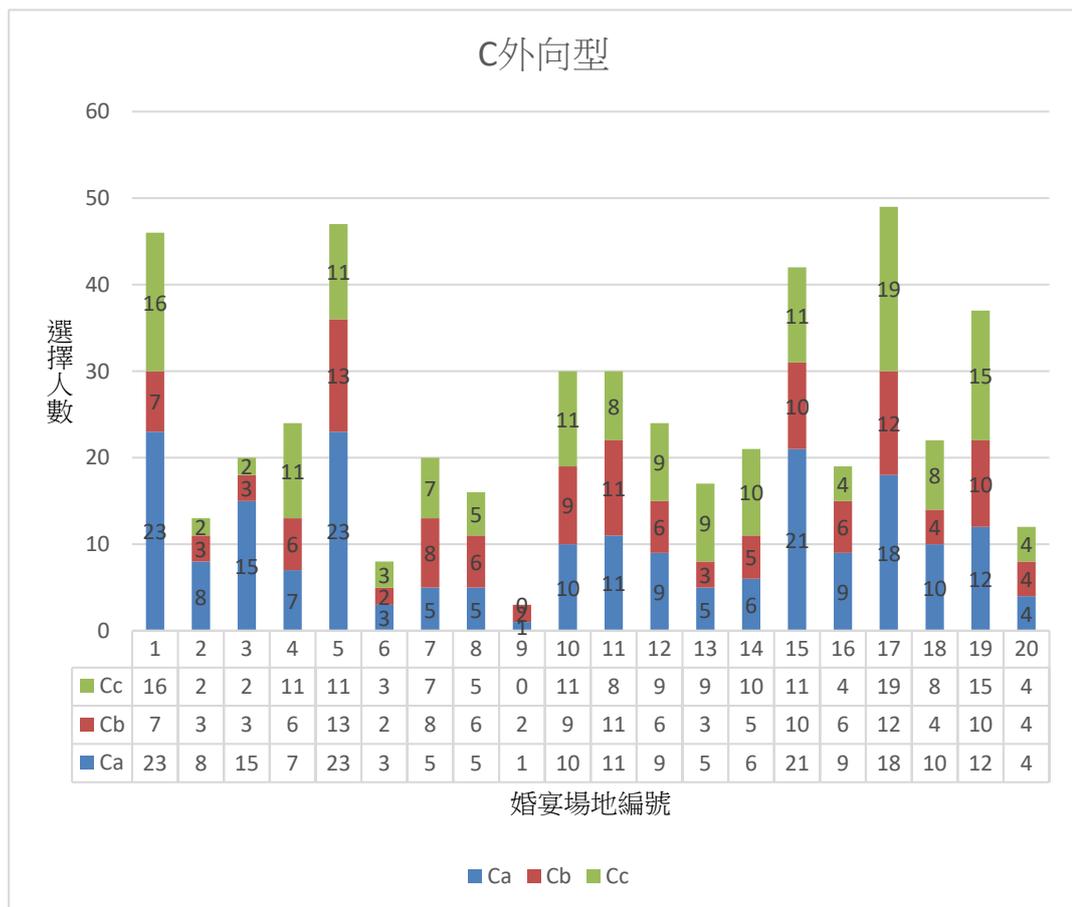


圖 32、C 外向型總體選擇分布

(四)個性總表

綜合上述個性分類之選擇，A 溫和型受測者，在選擇婚宴場地上以 5.彭園婚宴會館\_三重館、1.青青食尚花園會館及 10.徐州路 2 號庭園會館為前三名；B 勤勉正直型受測者，在選擇婚宴場地上以 1.青青食尚花園會館、17.君品酒店及 5.彭園婚宴會館\_三重館為前三名；C 外向型受測者，在選擇婚宴場地上以 17.君品酒店、5.彭園婚宴會館\_三重館及 1.青青食尚花園會館為前三名，如表 4 個性總表所示。

表 4、個性總表

	問卷統計 票選第一	問卷統計 票選第二	問卷統計 票選第三
A 溫和型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
B 勤勉正直型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
C 外向型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館

## 六、生活型態選擇

### (一) a 積極活躍型受測者選擇

本研究發現 a 積極活躍型受測者(圖 33)，在選擇婚宴場地上以青青食尚花園會館、君品酒店及彭園婚宴會館\_三重館為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、服務態度及戶外；其共同擁有之標準為氣氛、餐點、及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將硬體設備、交通便利及 CP 值評選條件列入考量因素之一。

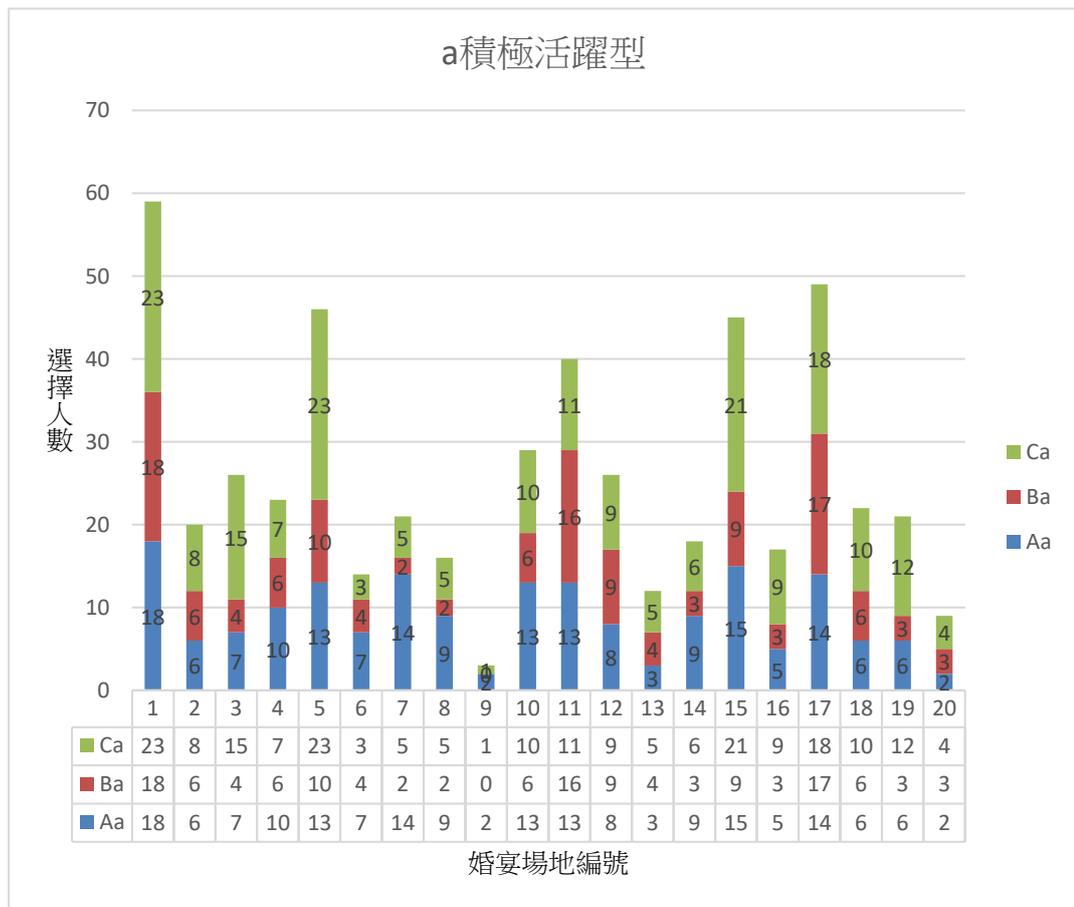


圖 33、a 積極活躍型總體選擇分布

(二) b 精打細算型受測者選擇

本研究發現 b 精打細算型受測者(圖 34)，在選擇婚宴場地上以君品酒店、彭園婚宴會館\_三重館及青青食尚花園會館為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、服務態度及交通便利；其共同擁有之標準為氣氛、餐點、及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將硬體設備、CP 值及戶外評選條件列入考量因素之一。

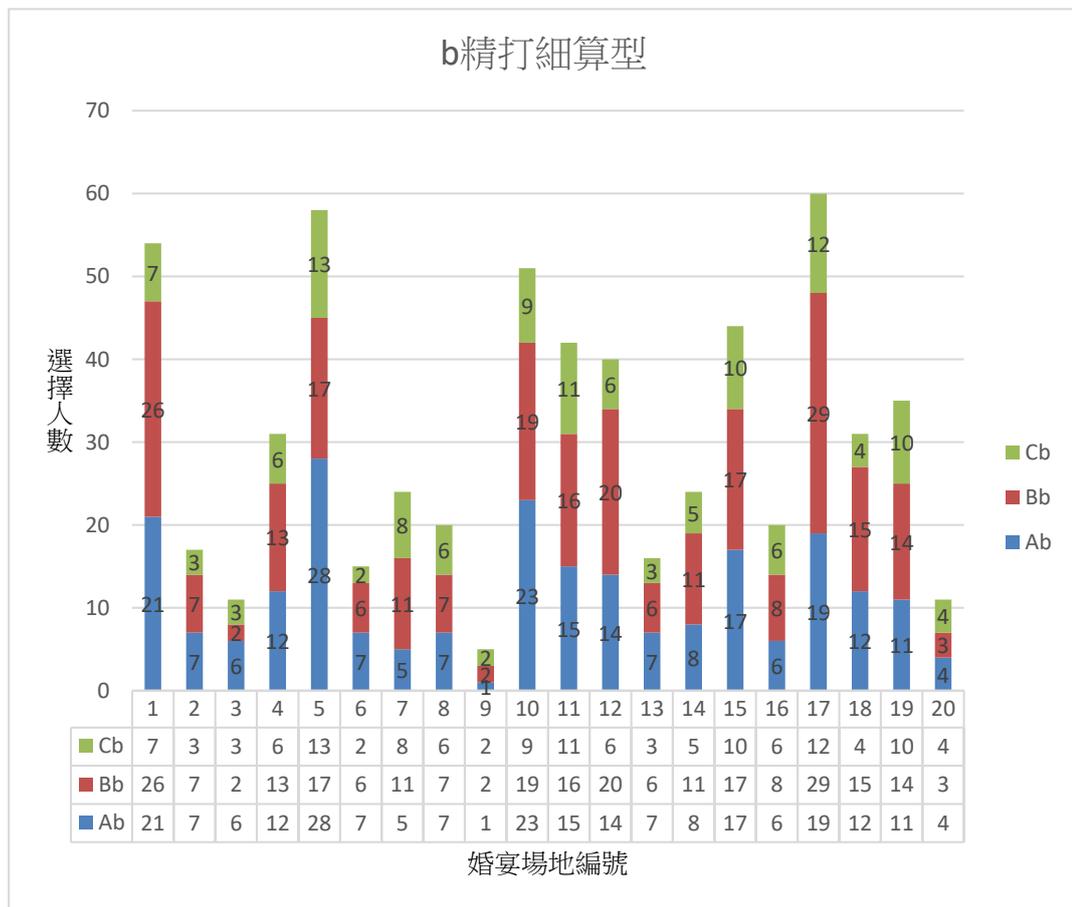


圖 34、b 精打細算型總體選擇分布

### (三) c 規律保守型受測者選擇

本研究發現 c 規律保守型受測者(圖 35)，在選擇婚宴場地上以青青食尚花園會館、彭園婚宴會館\_三重館及君品酒店為大宗，而本研究分析此類型受測者評選條件主要為氣氛、餐點、服務態度及戶外；其共同擁有之標準為氣氛、餐點、及服務態度；此外，問卷統計結果顯示，此類型之受測者亦有一部分會將硬體設備、交通便利及 CP 值評選條件列入考量因素之一。

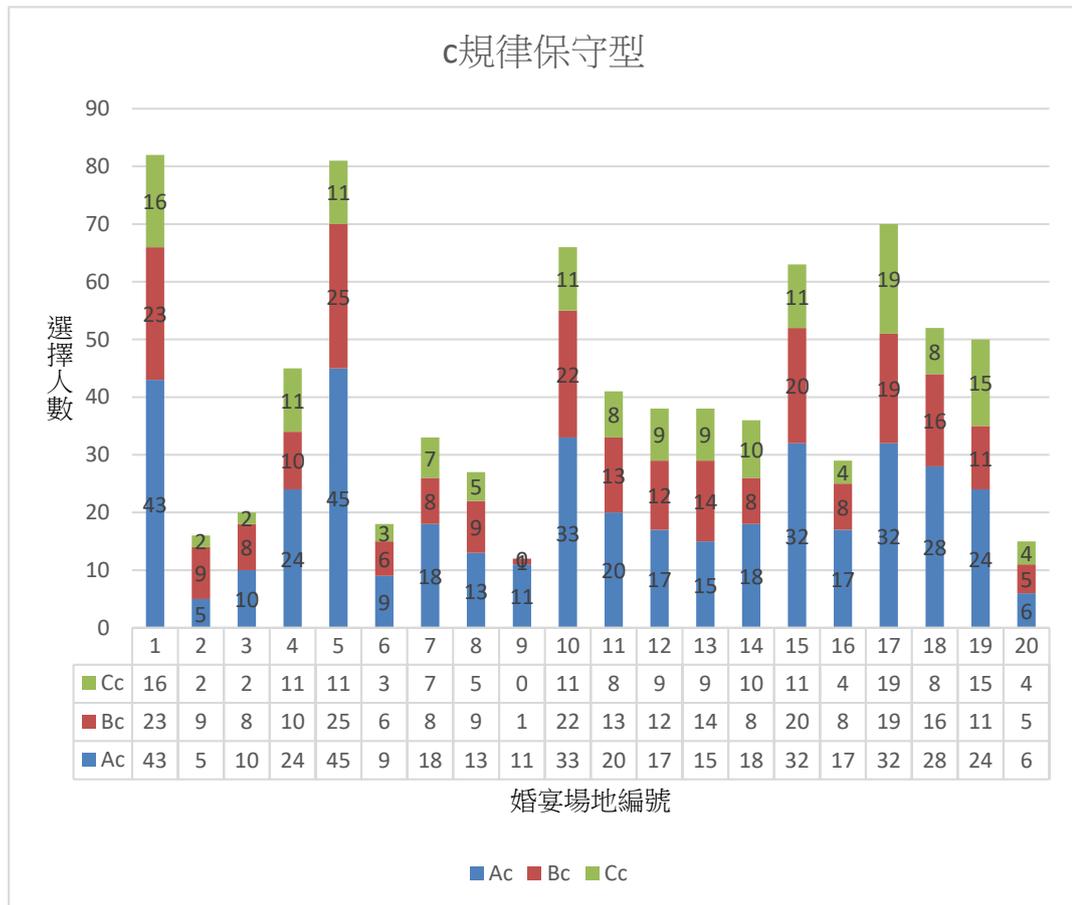


圖 35、c 規律保守型總體選擇分布

(四)生活型態總表

綜合上述生活型態分類之選擇 a 積極活躍型受測者，在選擇婚宴場地上以青青食尚花園會館、君品酒店及彭園婚宴會館\_三重館為前三名；b 精打細算型受測者，在選擇婚宴場地上以君品酒店、彭園婚宴會館\_三重館及青青食尚花園會館為前三名；c 規律保守型受測者，在選擇婚宴場地上以青青食尚花園會館、彭園婚宴會館\_三重館及君品酒店為前三名，如表 5 生活型態總表所示。

表 5、生活型態總表

	問卷統計 票選第一	問卷統計 票選第二	問卷統計 票選第三
a 積極活躍型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
b 精打細算型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
c 規律保守型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館

## 七、各類型選擇分析

各類型選擇以 1.青青食尚花園會館、5.彭園婚宴會館\_三重館及 17.君品酒店為大宗，而本研究分析並推斷，可能原因與其知名度及受測者評選條件有所相關，並得出受測者在選擇婚宴場地時，其評選條件會受到個性與生活型態所影響。

另由圖 36 可知，本問卷調查之大台北地區各類型婚宴場地選擇中，明顯以 Ac (溫和型/規律保守型)型數量最多，且有過平均、較具參考價值的類型依序為 Bb (勤勉正直型/精打細算型)、Bc (勤勉正直型/規律保守型)、Ab (溫和型/精打計算型)及 Ca(外向型/積極活躍型)。

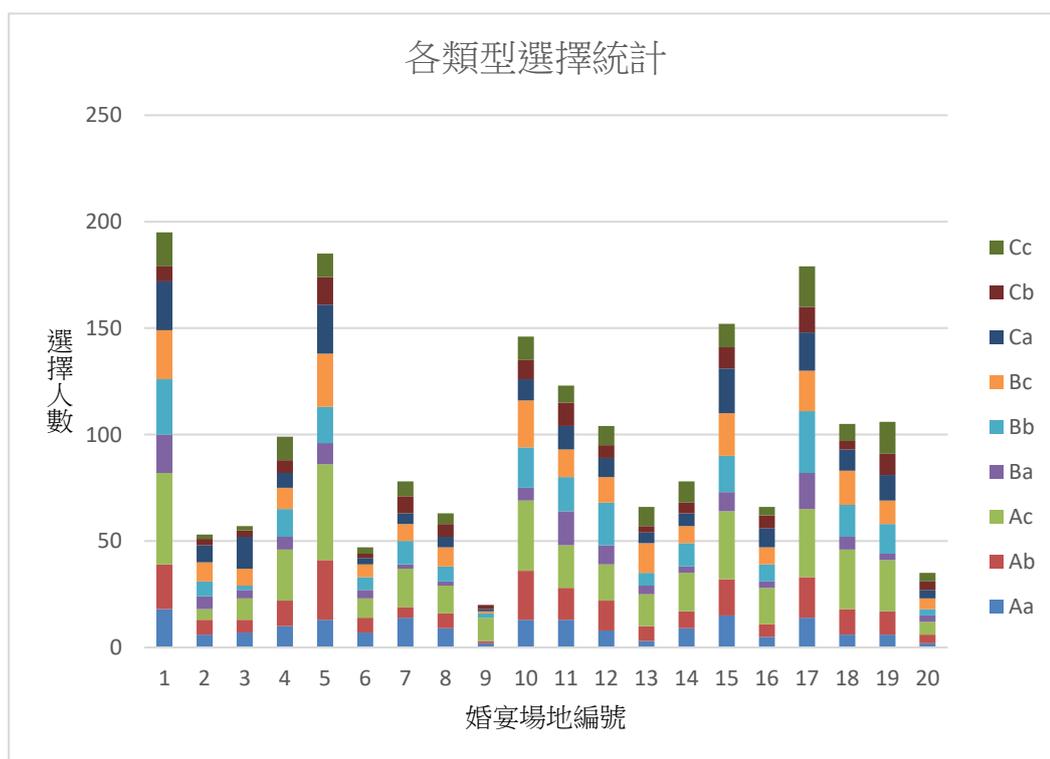


圖 36、總體選擇分布

表 6、各類型之選擇婚宴場地前三名各別結果

	問卷統計 票選第一	問卷統計 票選第二	問卷統計 票選第三
A 溫和型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
B 勤勉正直型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
C 外向型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館
a 積極活躍型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
b 精打細算型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
c 規律保守型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館
Aa(溫和型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	15. 大直典華	17. 君品酒店
Ab(溫和型/ 精打計算型)	5.彭園婚宴會館_三重館	10.徐州路 2 號庭園會館	1.青青食尚花園會館
Ac(溫和型/ 規律保守型)	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
Ba (勤勉正直型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	17. 君品酒店	11.歐華酒店
Bb (勤勉正直型/ 精打細算型)	17. 君品酒店	1.青青食尚花園會館	12.頤品大飯店新莊晶冠館
Bc (勤勉正直型/ 規律保守型)	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
Ca(外向型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	5.彭園婚宴會館_三重館	15. 大直典華
Cb(外向型/ 精打細算型)	5.彭園婚宴會館_三重館	17. 君品酒店	11.歐華酒店
Cc(外向型/ 規律保守型)	17. 君品酒店	1.青青食尚花園會館	19.華漾大飯店_環球店

### 第三節 婚宴場地選擇之 App 推薦系統

本研究之婚宴場地選擇之 App 推薦系統，大台北民眾個性與生活型態之九種類型選擇婚宴場地，將其前測結果前三家婚宴場地導入 App，九種類型推薦結果如圖 37 所示。透過蒐集使用者對於推薦結果是否滿意，其回饋滿意度調查如圖 37 所示。



圖 37、App 九種類型推薦結果

後測統計分析以 100 份問卷之結果為最終考量依據。在 100 份問卷中，平均每種類型以蒐集 11 至 12 份以上，且平均分數達 3 分以上(評選分數 60%以上)之有效問卷較具參考價值，其中以 Aa(溫和型/積極活躍型)、Ac(溫和型/規律保守型)及 Bb(勤勉正直型/精打細算型)有達平均以上且評選平均分數達 60%以上；Ab(溫和型/精打細算型)、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)、Bc(勤勉正直型/規律保守型)、Ca(外向型/積極活躍型)、Cb(外向型/精打細算型)及 Cc(外向型/規律保守型)問卷樣本數則尚未達平均，而平均分數達 3 分以上(評選分數 60%以上)。如圖 38 所示。

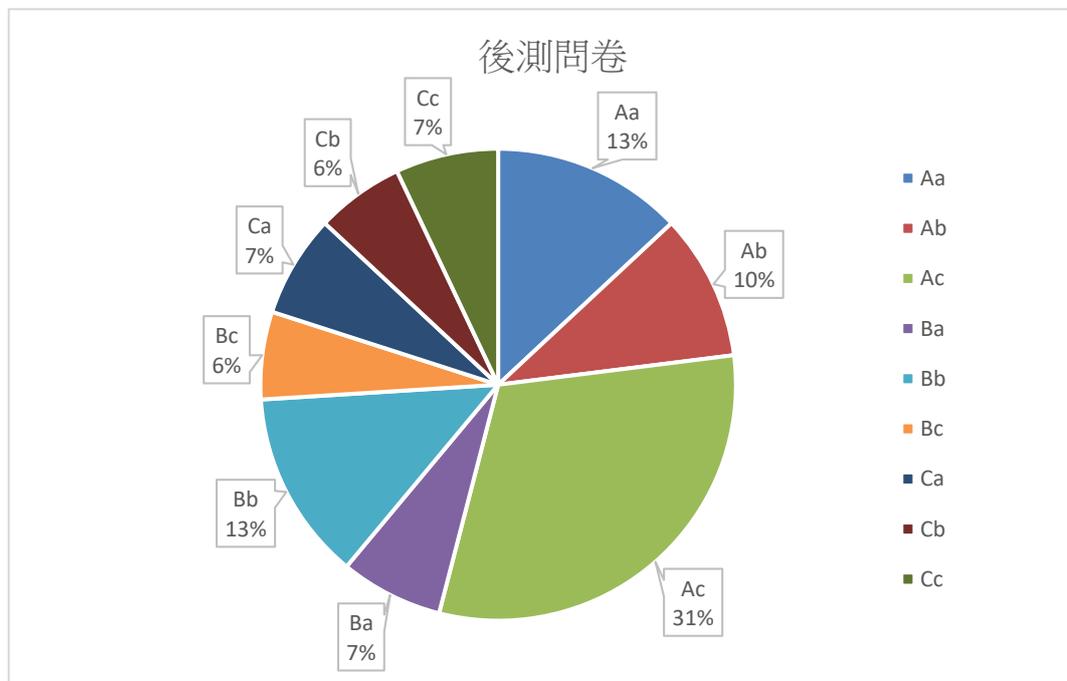


圖 38、後測類型統計

此外，本研究後測統計與前測問卷統計結果相同，依然以 Ac(溫和型/規律保守型)最多，因此推測大台北地區主要以此類型佔據較高比例。

## 第四節 評選統計

本研究將前測問卷統計結果導入婚宴場地選擇之 App 推薦系統進行後測，再次檢驗前測蒐集結果推薦之婚宴場地是否符合該類型期待，各類評選結果統計如下：

### 一、Aa(溫和型/積極活躍型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 13 份，平均分數為 4 分，本研究推斷 Aa(溫和型/積極活躍型)是具有參考價值(如表 7)。

表 7、Aa 型評選統計

問卷編號	01	11	27	41	66	67	68
評選分數	4 分	3 分	4 分	3 分	4 分	5 分	4 分
問卷編號	73	79	83	87	93	98	
評選分數	4 分	3 分	5 分	5 分	4 分	4 分	
平均分數	4 分						

### 二、Ab(溫和型/精打細算型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 10 份，平均分數為 4.2 分，本研究推斷 Ab(溫和型/精打細算型)是具有參考價值。(如表 8)。

表 8、Ab 型評選統計

問卷編號	24	26	42	48	81	85	89
評選分數	4 分	5 分	4 分	4 分	4 分	5 分	4 分
問卷編號	90	96	100				
評選分數	4 分	4 分	4 分				
平均分數	4.2 分						

### 三、Ac(溫和型/規律保守型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 31 份，平均分數約為 3.94 分，本研究推斷 Ac(溫和型/規律保守型)是具有參考價值 (如表 9)。

表 9、Ac 型評選統計

問卷編號	07	12	16	17	18	20	25
評選分數	5 分	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分
問卷編號	32	33	36	44	45	47	50
評選分數	4 分	3 分	4 分	5 分	3 分	3 分	4 分
問卷編號	51	53	54	56	57	60	61
評選分數	3 分	3 分	4 分	3 分	5 分	4 分	4 分
問卷編號	64	65	69	71	72	74	77
評選分數	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分
問卷編號	80	84	88				
評選分數	4 分	5 分	4 分				
平均分數	3.935484 分						

#### 四、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 7 份，平均分數約為 3.86 分，本研究推斷 Ba(勤勉正直型/積極活躍型)是具有參考價值(如表 10)。

表 10、Ba 型評選統計

問卷編號	03	05	10	23	43	70	95
評選分數	5 分	4 分	3 分	4 分	4 分	4 分	3 分
平均分數	3.857143 分						

#### 五、Bb(勤勉正直型/精打細算型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 13 份，平均分數約為 3.62 分，本研究推斷 Bb(勤勉正直型/精打細算型)是具有參考價值(如表 11)。

表 11、Bb 型評選統計

問卷編號	02	06	08	14	21	22	29
評選分數	5 分	4 分	4 分	4 分	3 分	4 分	4 分
問卷編號	39	59	63	78	86	97	
評選分數	3 分	3 分	3 分	3 分	4 分	3 分	
平均分數	3.615384615 分						

## 六、Bc(勤勉正直型/規律保守型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 6 份，平均分數約為 3.33 分，本研究推斷 Bc(勤勉正直型/規律保守型)是具有參考價值(如表 12)。

表 12、Bc 型評選統計

問卷編號	15	19	30	34	38	91	
評選分數	1 分	4 分	4 分	4 分	3 分	4 分	
平均分數	3.333333333 分						

## 七、Ca(外向型/積極活躍型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 7 份，平均分數約為 3.71 分，本研究推斷 Ca(外向型/積極活躍型)是具有參考價值(如表 13)。

表 13、Ca 型評選統計

問卷編號	09	13	58	62	82	92	99
評選分數	4 分	4 分	3 分	3 分	2 分	5 分	5 分
平均分數	3.714285714 分						

## 八、Cb(外向型/精打細算型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 6 份，平均分數約為 4.17 分，本研究推斷 Cb(外向型/精打細算型)是具有參考價值(如表 14)。

表 14、Cb 型評選統計

問卷編號	40	46	49	75	76	94	
評選分數	4 分	4 分	4 分	4 分	4 分	5 分	
平均分數	4.166666667 分						

## 九、Cc(外向型/規律保守型)評選

此類型問卷樣本共蒐集 7 份，平均分數為 4 分，本研究推斷 Cc(外向型/規律保守型)是具有參考價值(如表 15)。

表 15、Cc 型評選統計

問卷編號	04	28	31	35	37	52	55
評選分數	4 分	5 分	4 分	4 分	3 分	4 分	4 分
平均分數	4 分						

綜合上述前測及後測統計分析結果顯示：Ac(溫和型/規律保守型)及 Bb(勤勉正直型/精打細算型)類型，皆為較具有參考價值之大台北地區民眾類型；Bc(勤勉正直型/規律保守型)、Ab(溫和型/精打計算型)及 Ca(外向型/積極活躍型)類型在前測結果具參考價值，然而於後測統計分析，問卷樣本數尚未達平均，而平均分數達 3 分以上(評選分數 60%以上)。

## 第五章 結論與後續研究建議

各家業者推出各種方案專案，且消費者獲取婚宴場地資訊的管道眾多，資訊更透明更多樣了，但卻因此讓消費者陷入了不知該如何做出選擇的困境，而我們認為當一個人在面對抉擇時，除去價錢及其他問題等，個性及生活型態亦是影響他們做決定的關鍵原因。

因此，本研究藉由前測問卷調查結果之九種類型，導入與設計婚宴場地選擇之 App 推薦系統，以此後測所得之使用者評選結果作為研究，深入探討可能影響其結果之因素，並使消費者透過此 App 簡易篩選合適之婚宴場地，同時供婚慶相關企業及後續研究參考，綜合說明如下：

### 第一節 結論

總結歸納本研究，蒐集前測問卷及 App 後測資料，得出研究結果並分析，最終得出結論如下：

#### 一、婚宴場地選擇男女之比較

由上述基本資料結果可得知，本研究問卷之受測者女性共佔 69%，為本研究超過半數之數據提供者，而男性佔 31%，由此推論女性可能對於婚禮相關議題較感興趣，相對於男性而言對此較具參與感，且婚禮的相關細節討論等大多也為女性主導，因此女性對於婚宴場地的選擇較具影響。

## 二、婚宴場地選擇年齡之比較

由上述基本資料結果可知，本研究問卷之受測者以 21 到 30 歲年齡層者較多，共計 139 人佔 35%，由此推論此年齡層對於婚禮相關議題參與討論度較高，且此年齡層者正處於適婚年齡，可能正要面臨舉辦婚禮，或是在觀望婚宴場地等。

## 三、婚宴場地選擇學歷之比較

由上述基本資料結果中可知，受測者學歷部分以大學人數最多，佔 58% 超過半數，由此推論大台北地區民眾學歷以大學最多；其次為高中職，佔 20%；再者為專科佔 14%；研究所(含)以上佔 8%；國中(含)以下約佔 1%。

## 四、婚宴場地選擇職業之比較

由上述基本資料結果中可知，職業類別眾多，其中本研究受測者以學生較多佔 27%；其次為服務業佔 22%；再者為其他佔 18%；製造業佔 13%；金融業佔 12%；軍公教佔 4%；醫療業佔 3%，農牧業佔 1%。

## 五、婚宴場地選擇平均月收入之比較

由上述基本資料結果中可知，平均月收入以新台幣 2-5 萬元約佔 43% 最多；其次為新台幣 2 萬元以下約佔 29%；新台幣 5-8 萬元約佔 20%；新台幣 8-10 萬元約佔 4%；新台幣 10 萬元以上約佔 4%。

## 六、大台北地區民眾不同個性所佔比重之比較

由研究條件結果中可知，受測者以 A 溫和型人數較多，佔 42%；B 勤勉正直型佔 32%；C 外向型佔 26%。以此推測居住於大台北地區之民眾個性為溫和型人數相較其他兩種來說較多。

## 七、大台北地區民眾不同生活型態所佔比重之比較

由研究條件結果中可知，受測者 a 積極活躍型人數佔 27%；b 精打細算型佔 31%；而 c 規律保守型人數較多佔 42%。以此推測居住於大台北地區之民眾生活型態以規律保守型佔大多數。

## 八、各類型之選擇婚宴場地前三家各別結果

由研究條件結果中可知，將單一條件個性及生活型態，以及綜合後九種類型之選擇婚宴場地前三家個別結果，如下表 16 所示。

表 16、各類型之選擇婚宴場地前三家各別結果

	問卷統計 票選第一	問卷統計 票選第二	問卷統計 票選第三
A 溫和型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
B 勤勉正直型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
C 外向型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館
a 積極活躍型	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
b 精打細算型	1.青青食尚花園會館	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館
c 規律保守型	17.君品酒店	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館
Aa(溫和型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	15. 大直典華	17. 君品酒店
Ab (溫和型/ 精打計算型)	5.彭園婚宴會館_三重館	10.徐州路 2 號庭園會館	1.青青食尚花園會館
Ac (溫和型/ 規律保守型)	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
Ba (勤勉正直型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	17. 君品酒店	11.歐華酒店
Bb (勤勉正直型/ 精打細算型)	17. 君品酒店	1.青青食尚花園會館	12.頤品大飯店新莊晶冠館
Bc (勤勉正直型/ 規律保守型)	5.彭園婚宴會館_三重館	1.青青食尚花園會館	10.徐州路 2 號庭園會館
Ca(外向型/ 積極活躍型)	1.青青食尚花園會館	5.彭園婚宴會館_三重館	15. 大直典華
Cb(外向型/ 精打細算型)	5.彭園婚宴會館_三重館	17. 君品酒店	11.歐華酒店
Cc(外向型/ 規律保守型)	17. 君品酒店	1.青青食尚花園會館	19.華漾大飯店_環球店

## 九、二十家婚宴場地前測問卷總票數排行

觀察二十家婚宴場地的前測問卷總票數排行，總票數顯示排行較高之前三家婚宴場地依序為 1.青青食尚花園會館，總共 195 票、5.彭園婚宴會館\_三重館，總共 185 票，及 17.君品酒店，總共 179 票，發現以知名度高且評選條件多的婚宴場地，較能符合大多數大台北地區民眾的需求。

## 十、大台北地區民眾不同類型所佔比重之比較

九種類型中選擇婚宴場地之民眾，以 Ac(溫和型/規律保守型)類型受測者所佔之比重最高，由此推論，在大台北地區主要以 Ac(溫和型/規律保守型)類型人數最多，問卷結果之準確度相較其他類型較高；而 Aa(溫和型/積極活躍型)、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)、Cb(外向型/精打細算型)及 Cc(外向型/規律保守型)類型受測者所佔比重較低，結果也較為不明顯，但由於問卷樣本數較少，因而無法推論以上四種類型之人數是否於大台北地區較低，亦或是否鑑於樣本數量少受測者無法代表該類型。

## 十一、前測及後測綜合統計分析結果

前測及後測統計分析結果顯示：Ac (溫和型/規律保守型)及 Bb (勤勉正直型/精打細算型)類型，皆為較具有參考價值之大台北地區民眾類型；Bc (勤勉正直型/規律保守型)、Ab (溫和型/精打計算型)及 Ca(外向型/積極活躍型)類型在前測結果具參考價值，然而於後測統計分析，問卷樣本數尚未達平均，而平均分數達 3 分以上(評選分數 60%以上)。

總合上述，本研究在大台北地區民眾選擇婚宴場地之調查中主要以女性受測者居多，年齡多在 21 到 30 歲，學歷部分多為大學，職業主要為學生，平均月收入最多落在新台幣 2-5 萬元，民眾個性所佔比重以 A 溫和型人數較多，生活型態所佔比重則是以 c 規律保守型人數較多。

而本研究主要參考因素為個性及生活型態，九種類型中，較具有參考價值的類型則有五種，故證明個性及活型態確實會影響人的選擇，包含：Ac (溫和型/規律保守型)、Bb (勤勉正直型/精打細算型)、Bc (勤勉正直型/規律保守型)、Ab (溫和型/精打計算型)及 Ca(外向型/積極活躍型)類型，其中 Ac(溫和型/規律保守型)類型受測者所佔之比重最高，由此推論，在大台北地區主要以 Ac(溫和型/規律保守型)類型人數最多。另外，在本研究提供之二十家婚宴場地中，撇除個性及生活型態，以選擇青青食尚花園會館、彭園婚宴會館\_三重館及君品酒店的人數居多，分別都有五種類型以上選擇之。

## 第二節 後續研究建議

本研究依據上述研究結果，針對後續研究及婚慶相關產業等提出建議，以作為往後參考：

### 一、針對大台北以外地區之民眾進行問卷統計及分群

九種類型中選擇婚宴場地之民眾，以 Ac(溫和型/規律保守型)類型所佔之比重最高，由此推論，在大台北地區主要以 Ac(溫和型/規律保守型)

類型人數最多；而 Aa(溫和型/積極活躍型)、Ba(勤勉正直型/積極活躍型)、Cb(外向型/精打細算型)及 Cc(外向型/規律保守型)類型所佔比重較低，結果較為不明顯。但有鑑於本研究之問卷樣本數量不足以代表所有大台北地區民眾，因此本研究建議後續研究者，可針對大台北以外地區之民眾進行問卷統計及分群並找出其相似或相異性，進行整理分析，以利其成果可適用於婚慶市場。

## 二、增加個性及生活型態類型

本研究於問卷中，將個性與生活型態依據其他婚慶相關論文之分類參考並整理後選出較具代表性之種類，個性部分分別為溫和型、勤勉正直型及外向型；生活型態為積極活躍型、精打細算型及規律保守型，排列組合成九種類型。根據受測者回饋建議，此九種類型不能概括所有人，因而本研究建議後續研究，應在個性及生活型態分類上增加更多類型選項。

## 三、擴增婚宴場地選擇

本研究參考具公信力的婚禮平台列出婚宴場地供使用者選擇，然因需考量是否有能力收斂結果，因此僅列出排名靠前之二十家，建議未來研究者若能力可及，可擴增婚宴場地數量並增加問卷蒐集份數，讓結果更準確、更貼近真實現況。

最後，期望本研究結果在未來可提供相關企業參考，使其快速呈現品牌特色，以及供有需求之民眾使用，節省篩選婚宴場地時間。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

[1] 內政部(2019)。內政部統計通報。網址：

[https://www.moi.gov.tw/stat/news\\_detail.aspx?sn=15509](https://www.moi.gov.tw/stat/news_detail.aspx?sn=15509)

[2] 王秋萍(2008)。遊客休閒生活型態與旅遊消費行為之研究---以北投及烏來溫泉區為例。中國文化大學生活應用科學研究所碩士在職專班碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/73kzmj>

[3] 王嵩容(2003)。台北市婚宴市場消費者行為之研究。淡江大學商管學院高階主管管理碩士學程碩士論文，新北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/afga6h>

[4] 王嘉徽(2013)。新人對婚宴場地選擇因素之探討。南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，台南市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/m67b62>

[5] 李英慈(2009)。大台北地區婚宴產業品牌知名度、顧客滿意度與行為意圖之相關研究－以價格意識為干擾變項。輔仁大學餐旅管理學系碩士班碩士論文，新北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/35q738>

[6] 沈訂佑(2014)。婚禮顧問公司顧客生活型態與消費者特徵之研究。亞洲大學經營管理學系碩士在職專班碩士論文，台中市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/ryr4m7>

[7] 卓怡君(2008)。臺灣結婚消費發展趨向，臺灣經濟研究月刊，31，37-44。

[8] 非常婚禮 veryWed (2019)。婚禮評價總覽。取自 <https://verywed.com/restaurant/vendorList/>

[9] 莊丙農(2017年11月30日)。《資訊服務》數字調查：低薪時代，婚禮花費直砍20萬元。中時電子報。取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20171130004992-260410?chdtv>

- [10] 許順旺(2005)。宴會管理—理論與實務。台北：揚智。
- [11] 陳韋仁(2005)。生活型態與消費者首購房車決策之研究—以年輕族群為例。為出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- [12] 結婚吧一站式婚禮服務平台(2019)。婚宴場地推薦一覽。取自  
<https://www.marry.com.tw/venue-shop-kwbt2004mmir0mmtl3001001mm>
- [13] 楊坤儒(2015)。產品個性與使用者情感研究—以眼鏡鏡框為例。大同大學工業設計學系(所)碩士論文，台北市。 取自  
<https://hdl.handle.net/11296/ey35gx>
- [14] 鄒育憲(2016)。婚宴菜單對消費者決策之影響—選項框架之運用。東海大學餐旅管理學系碩士論文，台中市。 取自  
<https://hdl.handle.net/11296/cj228e>
- [15] 劉根維(2003)。生活型態、知覺風險與性別角色對於消費者行為之研究。[16] 大葉大學事業經營研究所碩士論文，彰化縣。 取自  
<https://hdl.handle.net/11296/35twkf>

## 二、英文文獻

- [1] Allport, G. W. (1961). Pattern and growth in personality.
- [2] Berkman, H. W., & Gilson C. (1974). Consumer behavior: Concepts and strategies. Boston, Mass: Kent Pub. Co.
- [3] Duane Schultz. (1997)，陳正文譯。人格理論。台北縣：揚智文化。
- [4] Engel, J. F., Kollat, D. J., & Blackwell, R. D. (1982). Consumer behavior (4th ed.). New York: Dryden Press.
- [5] Hergenhahn, B. R. (1980). An introduction to theories of personality. N.J.: Prentice-Hall.
- [6] Kassarian, H. H. (1971). "Personality and Consumer Behavior: A Review", Journal of Marketing Research, (Nov.): 409-418.
- [7] Lazer, W. (1963). Life styles concepts and marketing. Toward Scientific Marketing, 12,130-139.
- [8] Mischel, W. (1976). Introduction to personality (2nd ed.). New York: Holl,

Rinehart & Winston.

[9] Mitchell, A. (1983). *The nine American lifestyles*. New York: Warner.

[10] Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 33-37.

[11] Scott, R. A., & Mitchell, T. R. (1972). *Organization theory: A structural and behavioral analysis*. Homewood, IL: Irwin.

[12] Wells, W. (1974). *Lifestyle and psychographics*. Shicago: American Marketing Association.

# 附錄一 問卷

親愛的先生/女士，您好：

本問卷是一份學術性的研究問卷，主要目的是探討個性及生活型態對婚宴場地選擇之影響的相關研究，希望藉由您的回答，能夠提升我們對本研究的瞭解。本問卷採不具名填答，您所填答的資料僅供學術研究分析使用，絕不對外公開，敬請安心作答。請您按照您真實的想法或實際情形作答即可，由衷感謝您百忙中撥冗填寫本問卷！

敬祝，平安喜樂！

致理科技大學商務科技管理系

指導老師：蔡緒浩副教授

研究學生：曹賀琪、施亭羽、蘇楚筠敬上

## 一、基本資料

以下是您不記名個人基本資料，僅供本研究統計分析所使用，請安心回答，謝謝您！

- 1.性別 男 女
- 2.年齡 20 歲(含)以下 21-30 歲 31-40 歲 41-50 歲 51 歲(含)以上
- 3.學歷 國中(含)以下 高中職 專科 大學 研究所(含)以上
- 4.居住地區  
北部(基隆、台北、桃園、新竹、宜蘭)  
中部(苗栗、台中、彰化、南投)  
南部(雲林、嘉義、台南、高雄、屏東、澎湖)  
東部、離島(花蓮、台東、金門、馬祖)  
國外，請說明地點為：\_\_\_\_\_
- 5.職業類別 學生 軍公教 服務業 金融業 製造業 醫療業  
農牧業 其他\_\_\_\_\_
- 6.平均月收入 2 萬以下 2-5 萬 5 萬-8 萬 8-10 萬 10 萬以上
- 7.婚禮預算 30 萬內 30-50 萬內 50-70 萬內 70-90 萬內 90 萬以上

## 二、個性

- 1.針對個性的部分，請問您較符合下列哪一種選項  
A.待人處事溫和友善，要求較少、寬容度高。(溫和型)  
B.待人處事細心謹慎，組織能力強、對品質的要求較高。(勤勉正直型)  
C.待人處事正向活躍，喜歡結交朋友、愛好參與熱鬧場合。(外向型)

### 三、生活型態

1.針對生活型態的部分，請問您較符合下列哪一種選項？

A.勇於挑戰與接觸新事物(積極活躍型)

B.重視生活品質，會精細的打點各項支出(精打細算型)

C.處事較為保守，比起嘗試新事物更偏向選擇以往接觸過的(規律保守型)

### 四、婚宴場地

1.請您從以下 20 個選項中挑選出 5 個您會選擇的婚宴場地

1.青青食尚花園會館

2.格萊天漾大飯店

3.翰品酒店新莊

4.囍宴軒 新板館

5.彭園婚宴會館-三重館

6.北投南豐天玥泉會館

7.華漾大飯店 中崙店

8.晶宴會館 府中館

9.豪鼎飯店

10.徐州路 2 號庭園會館

11.歐華酒店

12.頤品大飯店 新莊晶冠館

13.雅悅會館 松山館

14.晶宴會館 新莊館

15.大直典華

16.新莊典華

17.君品酒店

18.彭園婚宴會館-台北館

19.華漾大飯店 環球店

20.88 號樂章 婚宴會館

## 附錄二 訪談重點

我們分別訪談專家老師及餐廳業者，針對整個婚禮相關事宜及可能會影響新人選擇的重要因素，包括本研究之可行性等進行深度訪談，我們挑選出幾題訪談重點，專家部分如表 17，業者部分如表 18，詳細內容請參閱附錄三。

表 17、專家訪談重點表

訪談題目	回答重點
*1.請問您認為新人討論婚禮相關事宜，有最終決定權的通常是新人還是長輩？	*「出錢的人」及「家中誰較強勢」是主要的重點，原本決定權都在誰的手上，那他就會是事情的決策者。
*3.請問您認為通常新人跟父母在選擇婚宴場地時，以排序來說，最重視的依序會是什麼？(菜色、場地、位置、價錢……等)	*還有一個你們沒有講到的是日期，農民曆上的吉日，也會是客人重視的，還有場地「有沒有柱子？會不會擋到？」
*4.請問依您的看法，您覺得該怎樣提升婚宴場地的競爭優勢？	*我自己認為像專案的內容，還有菜色要實在，還有其實大家都想要創新。
*7.請問您認為此篇論文在分析並分群後，能否作為婚慶相關企業的參考依據？	*我覺得那個數據統計起來是可以給他們做參考，以你們告訴我你們要做的，我認為是可以的。

表 18、業者訪談重點表

訪談題目	回答重點
*1.請問貴飯店(婚宴會館)有提供哪些婚宴專案呢？	*會針對市場需求及物價隨時做調整。
*8.以您的經驗來看，請問您認為新人在辦婚宴時最在意的是什麼？	*新人最在意會場的氣氛，而新人的家長則最在意菜色。
*10.請問貴飯店(婚宴會館)在婚宴市場中具有什麼樣的優勢？與別人有什麼不同？	*菜色豐富，份量足。
*15.請問貴飯店(婚宴會館)在婚宴的部分還有做其他的行銷策略嗎？	*為減少新人的麻煩與花費，凡訂喜宴者，會提供免費喜糖、氣球、簽名簿、禮金簿等等。

## 附錄三 專家訪談

### 專家訪談(專家/老師)

1.請問您認為新人討論婚禮相關事宜，有最終決定權的通常是新人還是長輩？

答：今天的這些問題，我會用我之前在旅館的一些經驗來做分享，所以我比較不會用我個人的想法回答，而是用工作所遇到的來做說明，可能裡面的答案會有一些不是那麼的絕對，是因為畢竟遇到的狀況不一樣、客人也有各式各樣，所以答案也不會只有一種。

這一題，如我自己接觸的過程，我會發現「出錢的人」及「家中誰較強勢」是主要的重點，原本決定權都在誰的手上，那他就會是事情的決策者。

會用這兩個觀點來講，是因為像之前業師分享過的，他曾經遇過的一個狀況，是年輕一輩來的時候，直接告訴服務人員說：「我本來不喜歡這裡，可是我家裡的長輩就說要在這裡，我只好來這裡。」所以以這個例子來看，其實決定權是在父母手上。

所以我給你們的可能不是絕對的答案，但都是我遇過的狀況。以這個例子來看，決定權是在長輩手上，至於為什麼是長輩，則可能是因為他是出錢的人，或者他們必須要聽長輩的意見，所以一定要這樣做。

2.請問您認為新人跟父母的家庭背景、個性與生活型態會是左右他們選擇婚慶場地的重要因素嗎？如若不是，您認為什麼才是左右選擇的關鍵？

答：我認為不會完全是。主要是我遇過的一些狀況，例如：「**選擇這個場地**」，來左右這選擇的關鍵有可能是什麼？例如是**桌數**，如果我今天的場地只有 15 桌，可是我的需求是 30 桌，那我可能就不會選這裡，即便我真的非常喜歡這飯店的場地，但還是不能選擇它，因為我必須要用賓客的人數來選擇可以容納的場地。

像我遇過很多客人，他的人數可能是 50 桌到 60 桌，大概 600 人左右，那以台北市來說，真的可以同時容納 60 桌的場地可能有限。因為有些人可能會說「不會啊！我看到某個場地 A 廳加 B 廳等於 60 桌。」可是 A 廳跟 B 廳中間有柱子、有隔板、有牆壁，是沒有辦法拆開的，所以我新人可能在 A 廳致詞完就要趕快跑到 B 廳去，那就會左右他們是否要選擇這個場地。

所以我覺得選擇關鍵有可能是**桌數**，還有家庭背景、個性等等，也可能會去影響，但我認為還有其他部分，例如**價格**。年輕人預算有限，如果想要在五星級飯店的話，現在 NT\$26,800 元、NT\$28,800 元，可是對他們

來說，可能算一算朋友包的禮金，算了之後發現比較適合在婚宴會館或者是餐廳，所以價格也可能是左右選擇的關鍵。

那即便我個性很活潑，也很想在 W 舉辦，可是我不見得可以選在那個地方，因為他的桌價可能太高了。還有**居住地、工作地**等等都會影響，例如我可能住在台北，我要請北部的客人，我就會認為說這是影響我的因素。

3.請問您認為通常新人跟父母在選擇婚宴場地時，以排序來說，最重視的依序會是什麼？(菜色、場地、位置、價錢.....等)缺排序，在紙上

答：我認為**場地可容納的桌數**，對我跟我之前接觸的客人可能比較重要，他可能一來的時候就告訴我說：「小姐，我現在需求是 30 桌，你們有哪個場地可以介紹給我？」，而因為他的需求是 30 桌，所以我不會介紹 20 桌的場地給他，所以容納的桌數會影響到他選擇婚宴場地。

所以我認為第一個，通常客人來的第一件事情，他會先告訴我說桌數是多少，我就會開始想比如說 15 桌可能比較好，我就會說有三個場地可以選擇，那如果他今天跟我說他是 40 桌，那我就會說我們只有一個，再看他的日期，甚至有些客人來的時候會直接告訴我。

還有一個你們沒有講到的是日期，**農民曆上的吉日，也會是客人重視的**。有些客人他一來就會告訴我說：「可不可以幫我查一下，明年的幾月幾號，晚上幾桌的場地有沒有空？」那我是不是就必須看日子推薦？否則如果我跟他介紹完場地後說：「請問您是要訂哪一天？」，然後我去翻日子才發現被訂走了，那我們前面花的時間就沒有意義了，除了浪費客人的時間，也浪費了我自己的時間。所以其實裡面沒有提到的**宜嫁娶**，在中國人、臺灣人，還是有許多人會在意這一點。

那我之前有遇過的狀況是，可能農曆七月也是有人結婚，但他可能是中日聯姻或者是中外聯姻，臺灣人娶外國人，可能就不會在意這個。又或是有些人對於結婚那天是不是吉日不會那麼在意，因為他們會將登記的日子當作結婚紀念日，就是我去戶政事務所登記，我登記的才是我結婚的日期，而請客那天不是，那只是所謂的補請。

**宜嫁娶**也是我遇過的客人通常都很在意的，甚至有的客人會告訴我說「整年我就只有這一天可以。」因為他可能去合八字，算命師告訴他只有這一天才可以，那就很難找了。來到這家飯店問問，沒有的話就必須趕快去別間問。

至於場地，客人來的時候會問我「**有沒有柱子？會不會擋到？**」，還有「**樓層**」，有的客人不喜歡地下室，喜歡樓上，因為他們認為參加一個喜宴是往上走(人生走上坡)，這是比較傳統的想法，但我也常常遇到，因為長輩來的時候會問我。年輕人就比較沒關係，他們會說：「我搭電梯不是都一樣嗎？」。而柱子的部分，我們會做**螢幕牆**，客人會在意，但是我

們會用我們的方式去跟他解釋，然後讓他接受。另外像有沒有**停車位**、你**贈送的內容**是什麼啊，這都會是客人重視的部分。

4.請問依您的看法，您覺得該怎樣提升婚宴場地的競爭優勢？

答：我自己認為像**專案的內容**，還有**菜色要實在**，還有其實大家都想要**創新**。我覺得你要先想到目前市場獨一無二的賣點，還有你有什麼創新的點子，當然別人會一直模仿，但你必須一直去更新、一直去想。像我之前服務的飯店，他可能舞台中間有個大螢幕下來，第一次出場會從門口紅毯進來，然後第二次他是出現在舞台上，那舞台我們會做一個螢幕，那時候會全部暗下來，等到亮的時候布幕就會拉上去，新人就已經站在舞台上了。那時候整個全暗，所以大家不會知道舞台上有人在走動，那就是一種創新的方式。

我也有聽過有些業者他們可能會用空降的花籃。你可能會想一些獨一無二的點子，可是有些人會認為在當時他是獨一無二，但他的客人來參加之後，就覺得他之後不會想在這邊辦婚裡，因為他會想到，之後他有可能也是從這個地方下來。所以我說獨一無二可能就是你要有不一樣的賣點，業者要再想想這部分。

5.現今年輕人較喜愛具有創意新穎的婚禮，但卻常與傳統禁忌相衝，請問您覺得發生此狀況時該如何平衡？

答：我之前就遇過一次，就是他要跟我簽約訂文定，文定訂下來的整個過程中也都沒問題，然後我就聽到新娘在跟媽媽討論說：「我那一天還是要去晨泳喔！」，媽媽就回：「那一天一大早文定儀式你要戴戒指，你早上六、七點就要起床化妝，你要去游什麼泳？」然後新娘就說：「你又不是不知道我每天都要游泳的，我那天就是要去晨泳。」媽媽就說：「你那天不游是會怎樣嗎？」女兒就告訴媽媽說：「反正我就是要去游，我不管。」然後媽媽就開始說：「什麼叫你不游？那天是你要文定.....」，當時他們就準備要吵起來。

那站在我們的立場，這是她一定要做的，但當時我沒有立刻告訴他們、沒有給建議，只有說：「沒關係，細節部分我們先談，那至於晨泳部分，我覺得可以過一段時間再慢慢討論會比較好。」，而這其實我是在緩和她們的情緒，因為如果當時我給予他們建議的話，兩個人都會很反彈，因為不管游還是不游，答案只有一個，只有游跟不游的選項，所以我知道當時給予任何建議都不會是好結果。

因此，過一陣子之後，有一次媽媽來，我就告訴她說：「當天我建議妳還是讓她去游泳比較好。」，那時媽媽已經沒有那麼氣了，因為當事者不在。媽媽問我為什麼，我就告訴她說：「這是她每天要做的事情，如果她在那一天沒有做這件事情，會不會影響到她那天的情緒？」媽媽說：

「好像會耶……」我說「對的，所以妳就讓她去游吧，可是妳要告訴她幾點之前一定要回來，調整她的時間。」然後媽媽聽一聽便說：「好，那讓她去。」，這是我遇過的第一個問題跟解決方法。

第二個說傳統禁忌，我遇過新娘說她的婚紗照一定要黑色婚紗，這時候是在決定拍之前，在跟我簽約的過程裡，女兒就跟媽媽講說她要這個東西，那媽媽就說：「哪有人在拍黑色婚紗的？可以看嗎？大家都是白色的，哪有黑色！」，女兒就說：「我就不想跟大家一樣！所以我要黑色的。」，那這時候是不是又要準備吵起來了，所以就變成你要做一個協調者，只是你要用當時的方式去化解，我沒有辦法立刻告訴你說該怎麼做，而是我會看當時的狀況，當時沒有辦法講的，我會讓他們緩和一下之後再去處理。

我還遇過一次，黑傘跟米篩，讓新娘在搭禮車前走的路要遮的。在南部，如果懷孕的新娘是撐黑傘，沒有懷孕的是米篩。在台北我發現很多人都撐黑傘，因為他們認為米篩帶回家沒有用，但黑傘可以再利用。像我自己的同事和我遇到的有些客人說就是用黑傘啊，那我是南部人，聽在我耳裡我就想是懷孕嗎？可是你跟她聊一聊就發現並沒有，這也不能說是和禁忌相衝，只能說它跟我印象裡傳統的想法是不一樣的，但也不能說是不對的，因為許多事都會隨著時間還有人們的需求而改變，就像客人會告訴我：「我買那個米篩可以幹嘛？我又沒有要滾湯圓。」，所以說，這些都是依照他們自己家裡的習俗與想法而定。

6.請問當新人與長輩意見不合時，該如何幫助與協調？

答：前面講過，我會用時間化解。

7.請問您認為此篇論文在分析並分群後，能否作為婚慶相關企業的參考依據？

答：可以。因為我看到你們的主題，你們寫會設計出一款婚宴場地推薦 App，我看到覺得很好，如果是用你們的想法，你們想去做 App，我覺得那個數據統計起來是可以給他們做參考，以你們告訴我你們要做的，我認為是可以的。

8.請問您認為，在現今這個講究快速方便且要同時具備高效率的社會裡，此「婚宴場地推薦系統」是否具備其存在的價值？

答：以現在大部分的年輕人來說，都是很喜歡仰賴 3C 產品，因為 App 這東西，其實像訂位好了，我們很少還會打電話去說要訂幾月幾號，我們都用線上，或是很多人會用 App 去訂位。例如 X 壽司，可以轉扭蛋的那個，那是不是用 App 訂位？它可以讓你選擇有在哪個館、幾月幾號、幾個人，還會告訴你時段。現在大家大多都是用這種方式，當然打電話也還是

有，只是相對比較少。

所以我認為像早期，以前我工作還遇過客人傳真來保留場地，當時那個年代還有傳真訂位，因為他可能住的地方沒有辦法那麼快來到你們飯店，所以就先用傳真告知。接著可能就開始是打電話保留，再來就是網路訂位。就是客人在看場地時，可以用滑鼠去點，比如說我們可能會把宴會廳的照片放上去，客人就可以先看，看完之後就可以在你的網頁上面說幾月幾號想去看場地。後面已經越來越不一樣，甚至我還看過有 3D、4D 的，滑鼠點可以環繞整個廳。

那是不是客人有這些需求，所以我覺得就像你說的講求快速方便，我們想要很快速的得到這些東西，就像你現在跟我講話，我可以手機拿出來訂今天晚上的 X 壽司，一分鐘就好，總比我上網去查電話，打電話過去還忙線，通了之後還要查幾月幾號有沒有空，沒有空我再幾月幾號可不可以，因此我覺得當然是越方便越好。

## 附錄四 業者訪談問卷

您好，

我們是致理科技大學商管系三 A 的賀琪、亭羽、楚筠，感謝您願意撥空接受我們的訪問！此檔案的內容為我們專題的問卷與訪談題目，我們的研究目的為探討**婚宴場地的挑選依據**、**分析並提供婚宴相關企業參考**，再**對分析結果進行分群，設計婚宴場地推薦系統**。

而論文主要為利用回收有效問卷統計分析並分群，再將結果導入系統，設計出一款「婚宴場地推薦 App」，讓使用者能夠依照家庭背景、個性與生活型態回答問題，並在最後得到 App 推薦適合他們的婚宴場地。

我們主要想請您協助回答以下問題並提供一些意見，協助我們更順利的完成此研究。本訪談為一份學術性的研究，您所回答之資料僅供學術研究，敬請安心作答，最後再次感謝願意分享您的經驗與看法，謝謝您！

### 基本資料

1. 餐廳名稱：海霸王
2. 餐廳位置：236 新北市土城區中央路一段 22 號

## 訪談題目

1. 請問貴飯店(婚宴會館)有提供哪些婚宴專案呢？
  - A. 會針對市場需求及物價隨時做調整。
2. 請問貴飯店的宴會廳(婚宴會館)有幾個廳呢？有分哪幾種大小廳嗎？那各可以容納幾桌？是否存在可調整的空間？
  - A. 八個廳，可容納 20 至 50 桌，有三個廳設有活動屏風可做調整。
3. 請問貴飯店宴會廳(婚宴會館)的起桌數為多少？價錢如何？顧客多數選擇的桌數/價位為何？
  - A. 起桌數不限，約 NT\$10,800 元至 NT\$15,000 元。較多的客群落在 30 桌左右，價格在 NT\$12,000 元最多。
4. 請問貴飯店在婚宴辦桌部分的價錢是坐落在哪個價位？
  - A. 以目前辦喜宴的價格來說，算是落在低價位。
5. 請問哪一種婚宴專案最受新人歡迎？為什麼呢？
  - A. 附紅酒、會場簡易布置。新人可省錢、省麻煩。
6. 請問貴飯店(婚宴會館)有沒有提供婚禮企劃給新人呢？專職的婚禮企劃師有多少人？有無受過訓練？工作經驗多久？
  - A. 無。
7. 承上題，請問貴飯店(婚宴會館)所提供的婚禮企劃相關之服務，內容有哪些？
  - A. 無。
8. 以您的經驗來看，請問您認為新人在辦婚宴時最在意的是什麼？
  - A. 新人最在意會場的氣氛，而新人的家長則最在意菜色。
9. 請問近年來洽詢婚宴的年齡層大概落在哪個區間？
  - A. 30 歲左右最多。
10. 請問貴飯店(婚宴會館)在婚宴市場中具有什麼樣的優勢？與別人有什麼不同？
  - A. 菜色豐富，份量足。

11. 請問貴飯店(婚宴會館)如何去建立自己的口碑和形象呢？如何做廣告？
- A. 主打食材新鮮美味、老顧客口耳相傳，並會參與美食展、旅遊展、做優惠促銷活動，以吸引新的客群。
12. 請問貴飯店(婚宴會館)有推行所謂客製化的服務嗎？你們如何針對新人量身設計他們的婚宴？
- A. 無。
13. 請問貴飯店(婚宴會館)是否在每一場婚宴結束後，會為顧客提供其他優惠方案(例如結婚週年等等)？
- A. 無。
14. 請問貴飯店(婚宴會館)有無與其他幸福相關產業結盟(例如婚紗、旅行社等等)？
- A. 無。
15. 請問貴飯店(婚宴會館)在婚宴的部分還有做其他的行銷策略嗎？
- A. 為減少新人的麻煩與花費，凡訂喜宴者，會提供免費喜糖、氣球、簽名簿、禮金簿等等。