

探討民宿網站的遠距臨場感對訂購意圖之影響

蘇琮凱、林清同

E-mail: 365057@mail.dyu.edu.tw

摘要

外出旅遊已經是人們生活中的一環。除了當日往返，旅遊不可避免要選擇住宿。民宿能帶給人溫暖舒適的感覺，讓長時間在都市生活的人可以充分休息，因此風景區旅遊，常以民宿為選項居多。隨之，大量民宿在風景旅遊區應運而生，但因眾多而產生激烈競爭問題。如何以小成本突破激烈競爭，民宿網站的經營就顯得特重要，尤其如何讓網站能夠充分突顯民宿特色及適合休憩，以吸引遊客休憩意願，為當今民宿經營者重要也是困難的議題。本文以民宿網站中導入逼真的虛擬實境，探討遊客休憩購買意圖是否受到不同層次遠距臨場感之民宿網站設計影響，並考量遊客不同之民宿涉入層次之影響。因此，本研究以(2×3)因子實驗設計法，以240位大學生為受測者進行實驗。研究發現民宿網站的臨場感與遊客對民宿的涉入程度對遊客休憩購買意圖具有顯著影響，且具有交互影響效果。當臨場感覺高時，將會影響不同涉入程度的消費者，反之如果臨場感較差，則涉入程度也會有所影響。因此民宿業者應妥善增加網站的臨場感，以提高遊客對民宿的購買意願，尤其以不同時節的臨場感變化。

關鍵詞：民宿、涉入、虛擬實境、購買意願

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 致謝辭		v 內容目錄	
vi 圖目錄		viii 表目錄	
ix 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		6 第四節 研究限制	
6 第二章 文獻探討		8	
8 第二節 涉入程度			
9 第三節 遠距臨場感		11 第三章 研究方法	
18 第一節 研究假說		18 第二節 二因子因子設計	
19 第三節 變數之操作性定義及衡量方法			
20 第四節 研究實驗設計		22 第五節 實驗流程	
25 第六節 資料處理與分析		26 第四章 研究結果與討論	
27 第一節 基本敘述統計		27 第二節 涉入程度與不同程度網頁臨場感對於購買意願的影響	
30 第三節 多重比較			
31 第四節 小結		32 第五章 研究結論與未來發展	
33 第一節 研究結論與建議		33 第二節 未來發展	
33 參考文獻			
35			

參考文獻

一、中文部分 李方方(2010)。在??程中教??感的建立與?价。中國教育技術裝備, vol 6, pp. 128 -128。邱皓政(2002)。學校組織創新氣氛的內涵與教師創造力的實踐--另一件國王的新衣?。應用心理研究, 15, pp.191-224。邱皓政(2003)。青少年自我概念向度與成份雙維理論之效度檢驗與相關因素研究。教育與心理研究, 26(1), pp.85 - 131。吳碧玉(2003)。民宿經營成功關鍵因素之研究—以核心資源觀點理論。朝陽科技大學企業管理系碩士論文。吳武忠、王蘭薰與顏湘芬(2010)。金門委外經營與民間自營民宿經營模式評價之比較研究。管理實務與理論研究, 第四卷 第三期, pp.76~97。吳淑鶯、黃淑鈴(92年)。影響消費者對咖啡連鎖店涉入程度之前因及結果實證研究。中華管理評論國際學報, Vol.6, No.4 (Aug), pp.136-155。陳月華, 魏裕昌, 孫慶文(2010)。網路商品臨場感對網路廣告效果之影響研究。資訊傳播研究, 1卷1期, pp.27 -43。吳世光(2002)。影像式虛擬實境之發展及其在觀光產業應用之研究。觀光研究學報 8卷1期, pp.109 -125。廖述盛、黃秀美、賴崇閔(2011)。虛擬實境結合問題導向學習應用於行動化醫學教育之研究。科學教育學刊, 19卷3期。吳唯平、許年瑩、王令儀(2011)。Wii fit瑜伽遊戲之虛擬實境功能應用在靜態平衡訓練之研究。運動教練科學, 23期。吳美滿(2004)。

城市地標視覺圖像轉換與虛擬實境設計運用 -以台南市赤崁樓古蹟為例。崑山科技大學視覺傳達設計研究所學位論文。林如瑩(2000)。

網路購物之降低風險策略研究。國立中央大學企業管理研究所碩士論文。林隆儀、曾席璋(2008)。企業形象對消費者購買意願的影響-涉入干擾效果,真理大學管理科學研究所會議論文。林宜甲(1998)。國內民宿經營上所面臨問題與個案分析-以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例,國立東華大學自然資源管理研究所碩士論文。姜惠娟(1997)。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。國立中興大學園藝學系碩士論文。胡學彥、龔金山、王振英(2007)。地方產業型民宿供需特性之研究。土地問題研究季刊,6卷4期,pp.68-84。徐璋輝(2006)。Systeme Multilingue de Classe Virtuelle: Un Exemple Avec "Visiter Notre-Dame"。淡江外語論叢,7期,pp.137-151。陳月華、魏裕昌、孫慶文(2010)。網路商品臨場感對網路廣告效果之影響研究。資訊傳播研究,1卷1期。陳慧玲、吳英偉(2009)。遊客對民宿服務品質與遊憩體驗之關聯性研究:以屏東霧台民宿為例。行銷評論,6卷2期,pp.299-327。陳怡潔、包冬意、丁冰和(2011)。台灣民宿網站內容評估之研究。電子化企業經營管理理論暨實務研討會,第11屆。陳秀吟、古宜靈(2007)。線上意象對民宿消費決策影響之初探。臺灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集,pp.68-80。梁家祐、鄭錫欽(2008)。複合式民宿之經營模式對遊客吸引力之研究 -以澎湖陶器藝術民宿為例。島嶼觀光研究,1卷2期,pp.59-79。張瑞麟(2008)。民宿行銷組合、遊客關係與行為意向之研究 -以永茂森林山莊為例。屏東科技大學高階經營管理碩士在職專班學位論文。黃詩弦(2002)。國際觀光飯店企業聲譽、顧客知覺風險、期望服務品質及再購意願之研究。未出版碩士論文,國立雲林科技大學,雲林縣。黃俊英、賴文彬(1990)。涉入的理論發展與實務應用。管理科學學報,第7卷第1期,pp.15-29頁。傅豐玲、周逸衡、李國志(2004)。消費者網路資訊搜尋行為之研究—以自助旅行為例。資管評論, No.13, pp.125-154。

二、英文部分 Andrew, J. C.(1988). Motivation, Ability and Opportunity to process Information: Conceptual and Experimental Manipulation Issues. *Advances in Consumer Research*, 15, 219-225. Angrist, Joshua D. and Alan B. Krueger. (1991). "Does Compulsory School Attendance Affect Schooling and Earnings?" *Quarterly Journal of Economics*. November, 106:4, pp. 979 - 1014. Bernard Lane, (1994). Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development & Conservation, *Journal of Sustainable Tourism*. 2(1&2), p. 12-18. Beioley S. (2000), Fifty over fifty – coach tourism in the UK, *Insights*, Vol 12, English Tourism Council, London, pp. B37DB52. Barki, H., & Hartwick, J. (1989). Rethinking the concept of user involvement. *MIS Quarterly*, 13(1), 53-63. Barki, H., & Hartwick, J. (1994). Measuring user participation, user involvement, and user attitude. *MIS Quarterly*, 18(1), 59-8 Buxton, W. (1994). Human Skills in Interface Design, in MacDonald, L.W. and Vince, J. (eds.), *Interacting with Virtual Environments*, New York: Wiley, pp.1-12 Chan, C. S., Hill, L., et al. (1999). Can Design be Done in Full-scale Representation? *Proceedings of the 4th Design Thinking Research Symposium - DesignRepresentation*. MIT, Boston. pp. 139-148. C. Barnes & Co. (2009). 2010 U.S. industry & market outlook. Bath, Maine: C. Barnes & Co. C.P. Dawson and T.L. Brown. (1988). B & Bs: A Matter of Choice, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 29(1):17-21. (xerox cost) Celsi, R., Olson, J. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes, *The Journal of consumer research*, 15, 210 - 224. Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1993). Consumer involvement profiles as a tourism segmentation tool. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1(4), 33-52. Dodge, M. and Kitchin, R. (1999). *Mapping Cyberspace*: Routledge. Flynn, L. R., & Goldsmith, R. E. (1993). Application of the personal involvement inventory in marketing. *Psychology and Marketing*, 10, 357-366 Garretson, Judith A. and Kenneth E. Clow. (1999). "The influence of coupon face value on service quality expectation, risk perceptions and purchase intentions in the dental industry," *The Journal of Service Marketing* 13 (1), 59-70. Holzwarth, Martin, Chris Janiszewski, and Marcus M. Neumann (2006). The influence of avatars on online consumer shopping behavior, *Journal of Marketing*, 70, 19-36 Heim, I. (1993). Anaphora and semantic interpretation: A reinterpretation of Reinhart 's approach. *SfS-Report 07-93*, University of Tubingen. (Reprinted in 1998 in U.Sauerland and O. Percus, eds., *The Interpretive Tract*, 205 – 246. MITWPL, Department of Linguistics and Philosophy, MIT.) Heim, I. and A. Kratzer. (1998). *Semantics in Generative Grammar*. Oxford: Blackwell. Hogue, A., Robinson M., et al. (2003). A Vision-Based Head Tracking System for Fully Immersive Displays. *International Immersive Projection Technologies Workshop. Eurographics Workshop on Virtual Environments*. pp. 179-187. I. E. Sutherland.(1963,May). "Sketchpad-A Man-Machine Graphical Communication System", *Proceedings of the Spring Joint Computer Conference, Detroit, Michigan*, (Washington, D.C.: Spartan, 1964) John D'Ambra, Concepcion S. (2004, June). Wilson, Explaining perceived performance of the World Wide Web: uncertainty and the task-technology fit model *Journal of the American Society for Information Science and Technology* , Vol55, Iss 8, pages 731 – 742. Laurent, G. & Kapferer, J.(1985). Measuring consumer involvement profiles , *JMR, Journal of marketing research*, 22(1), 41 - 53. Laczniak, Muehling , Grossbart(1989). " Manipulating Message Involvement in Advertising Research " , *Journal of Advertising*, Vol. 18 (2), p28-38. Montes G. L.(1992). Is interaction the message? The effect of democratizing and non-democratizing interaction in video-conferencing small groups on social presence and quality of outcome. In U. E. Gattiker (ed.), *Technology-mediated communication* (pp.187-223). Berlin: Walter de Gruyter. Mas S. R. and Thalmann D. (1994). A Hand Control and Automatic Grasping System for Synthetic Actors, *Proceedings of Eurographic'94*, pp.167-178 Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Reeves, B. (1991). " Being there: " Television as symbolic versus natural experience. Unpublished manuscript, Stanford University, Institute for Communication Research, Stanford , CA . Rheingold, H. (1991). *Virtual Reality: Exploring the Brave New Technologies*. New York, NY: Simon & Schuster. Rachel Hill. (2002, November / December). Graham Busby, "An inspector calls: farm accommodation providers' attitudes to quality assurance schemes in the county of Devon, *International Journal of Tourism Research*, Vol 4, Iss6, pages 459 – 478, Sherif, M. & Cantril, H. (1947). *The Psychology of Ego-Involvements: Social Attitudes and Identifications* (New York: Wiley). Sherif, M. & Hovland, C.I. (1961). *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Reaction to Communication and Attitude Change* (New Haven, CT: Greenwood). Steuer J. (1995). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. In F. Biocca & M. R. Levy (Eds.), *Communication in the age of virtual reality* (pp.35-56). Hillsale NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Sheridan, T. B. (1986). " Human Supervisory Control of Robot System, " in proceedings of IEEE International conference on Robotics Automation, pp.808-812, CA: San

Francisco. Sutherland, I.E. (1965). The Ultimate Display, Proceedings of the IFIPS Conference, 2, 506-508.22 Sutherland, I.E. (1968). Head-Mounted Three-Dimensional Display, Proceedings of the Fall Joint Computer Conference, 33, 757-764. Stanney, K. M. (2003). Virtual Environments. The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving technologies, and Emerging Applications. Julie A. Jacko and A. Sears (eds). 621-634. Sheridan, T. B. (2000). Interaction, Imagination and Immersion: Some Research Needs. Proceedings of Virtual Reality Software and Technology VRST'00. Seoul, Korea. ACM Press. pp. 1-7. Stanney, K. M. and Zyda, M. (2002). Virtual Environments in the 21st Century. Handbook of virtual environments: Design, implementation, and applications. K. M. Stanney (ed). Mahwah, N.J., Lawrence Erlbaum Associations: 1-14. Tat Y. Choi, Raymond Chu. (2000). "Levels of satisfaction among Asian and Western travellers", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 17 Iss: 2, pp.116 – 132 Tsung-Yu Choua, Chia-Lun Hsub , Mei-Chyi Chenc. (2008,June). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection International Journal of Hospitality Management ,Vol 27, Iss 2, Pages 293 – 301 Wiley, C. G. E., Shaw, S. M., & Havitz, M. E. (2000). Men ' s and women ' s involvement in sports: An examination of the gendered aspects of leisure involvement. Leisure Sciences, 22, 19-31. Grimes, Sara M. (2003). "All About the Blog: Young People's Adoption of Internet Technologies and the Marketers Who Love Them." Computers and Society Magazine 32(5). Weiyin Hong, James Y. L. Thong, Kar Yan Tam. (2004). Does Animation Attract Online Users' Attention? The Effects of Flash on Information Search Performance and Perceptions. Information Systems Research 15(1): 60-86. Zaichkowsky, Judith Lynne. (1985). "Measuring the Involvement Construct", Journal of Consumer Research, 12(December). pp341-352. 三、網站 內政部移民署. Retrieved 2011/10/30, from <http://www.immigration.gov.tw/mp.asp?mp=1> 交通部觀光局. Retrieved 2012/3/8, from <http://admin.taiwan.net.tw/> 行政院主計處. Retrieved 2012/3/8, from <http://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1> UNWTO. Retrieved 2012/3/8, from <http://www.e-unwto.org/content/?Subject=World+Tourism+Barometer&sortorder=asc&p=ed9ef2ae6a4d0d836acb84d2ed7c92&o=0>