

The influence of 3D online tour systems for behavior intention of tour customers :A case study on Google Earth

黃智逸、楊豐兆

E-mail: 365059@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

With the developing and the popularity of Internet technology, many people obtain travel information from Internet. The aim of this study uses experiential marketing to discuss the tourists' experiments, which are obtained from Internet. Subsequently, this paper discusses the effect of tourists' experiments to the travel behavior intentions. This study uses the integrated technology acceptance model (UTAUT) to discuss the tourism behavior after using 3D systems to obtain travel information and the effect in tourism behavior. The experimental results show that the online tourism could provide a website with more lively tourist information and services to attract the attention of tourists and to enhance their travel experience, thereby increasing the actual participation in the tourism behavior. Finally, the online tourism travel enterprise could program their website and their business planning according to the results of this paper.

Keywords : UTAUT、Spatial Perception、Tourism Experience

Table of Contents

中文摘要iii	英文摘要iv	誌謝辭v	內容目錄vi	表目錄viii	圖目錄x	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	第三節 研究範圍3	第四節 研究流程4	第二章 文獻探討6	第一節 空間能力6	第二節 虛擬實境10	第三節 旅遊體驗16	第四節 整合科技接受模式17	第三章 研究方法22	第一節 研究架構22	第二節 研究假說23	第三節 概念性與操作性定義26	第四節 問卷設計29	第五節 資料分析工具30	第四章 資料分析與討論33	第一節 敘述性統計33	第二節 信效度分析36	第三節 相關分析38	第四節 假說驗證.39	第五節 假說驗證結果44	第五章 結論與建議47	第一節 研究結論47	第二節 未來建議48	參考文獻49	附錄 正式問卷53	表目錄 表2-1 空間能力的定義歷史6	表2-2 空間能力的分類與特性8	表2-3 虛擬實境的定義歷史發展12	表2-4 三種虛擬實境的比較14	表2-5 虛擬導覽在線上觀光產業的應用15	表2-6 科技接受模式架構18	表2-7 整合性科技模式各構面引用理論及文獻參考20	表2-8 控制變數對不同構面有效影響21	表3-1 本研究操作性定義與參考文獻28	表3-2 本研究問卷設計之測量問項29	表4-1 樣本分佈資料統計表33	表4-2 研究變數的敘述統計 (N=204) 34	表4-3 信度分析表36	表4-4 KMO量表37	表4-5 正交轉軸後的成份矩陣38	表4-6 各構面的相關係數39	表4-7 各因素對旅遊體驗意圖之多元迴歸分析40	表4-8 旅遊體驗意圖對旅遊實際行為之迴歸分析40	表4-9 各構面對實際旅遊行為的影響效果分析表41	表4-10 不同性別對各構面之差異性分析表42	表4-11 不同性別與外部變數對旅遊體驗意圖之迴歸分析42	表4-12 不同年齡對個構面之差異分析表43	表4-13 不同年齡與外部變數對旅遊體驗意圖之迴歸分析43	表4-14 不同經驗對各構面之差異性分析44	表4-15 不同年齡與外部變數對旅遊體驗意圖之迴歸分析44	表4-16 研究假說驗證結果(一)45	表4-17 研究假說驗證結果(二)46	圖目錄 圖1-1 研究流程圖5	圖2-1 虛擬實境的三個 I 11	圖2-2 整合性科技接受模式18	圖3-1 研究架構圖23	圖4-1 驗證路徑41
---------	--------	------	--------	---------	------	---------	--------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	----------------	------------	------------	------------	-----------------	------------	--------------	---------------	-------------	-------------	------------	-------------	--------------	-------------	------------	------------	--------	-----------	---------------------	------------------	--------------------	------------------	-----------------------	-----------------	----------------------------	----------------------	----------------------	---------------------	------------------	---------------------------	--------------	--------------	-------------------	-----------------	--------------------------	---------------------------	---------------------------	-------------------------	-------------------------------	------------------------	-------------------------------	------------------------	-------------------------------	---------------------	---------------------	-----------------	-------------------	------------------	--------------	-------------

REFERENCES

- 吳世光、陳建和(2002), 影像式虛擬實境之發展及其觀光產業應用之研究, 觀光研究學報第八卷第一期。邱浩政(2006), 量化研究與統計分析(基礎版), 五南圖書出版公司。李卓翰(2007), 應用物件導向方法建構3D虛擬旅遊系統之研究-以野柳地質公園為例, 國立台灣大學碩士論文。卓沛勳(2007), 空間能力測驗之因素分析, 國立台灣科技大學碩士論文。林心慧、曾琬婷(2008), 顧客觀點之線上旅遊成功模式:整合理性層級理論與心流理論, 電子商務學報第十卷第三期。林珊如(2005), 深度休閒與資訊行為研究, 圖書資訊學刊第三卷第1/2期。林琪紋(2011), 旅遊網站之互動式體驗對旅遊意圖之影響, 中原大學碩士論文。林業試驗所(2009), 空間資訊與Google Earth整合應用-以台中港中港園區綠美化為例, 林業研究專訊。翁千惠(2007), 虛擬空間之空間感與存在感探討-網際空間與沉浸式虛擬空間, 國立交通大學博士論文。張孝銘(2009), 遊客對海域觀光運動吸引力認知、旅遊體驗、知覺價值與行為意向之研究, 休閒產業管理學刊第二卷第三期。張鴻昌(2004), 員工對企業內部網路接受度之研究-以中鋼為例, 中山大學企業管理學系碩士論文。陳偉民(2010), 不同空間能力學生使用3D繪圖軟體對創意表現影響之研究, 國立台灣師範大學碩士論文。陳劍恒(2009), 以創造旅遊體驗為基礎之旅遊排程系統, 中原大學碩士論文。蔡重達(2008), 以整合科技接受模式探討網路學習工具之使用-以WebCT為例, 淡江大學碩士論文。盧育鼎(2009), 生活型態、生產性消費者與整合型科技接受模式程度-以台灣參與YouTube網站為例, 淡江大學碩士論文。Boulding, K.E. (1956) "The image:knowledge in lifeandsociety," Ann Arbor, MI:University of

Michigan Press. Burdea,G. and Coiffet,P. (1994) Virtual Reality Technology.New York:Wiley-Interscience. Burdea,G. (1993) Virtual Reality System and Application,Eletron ' 93International Conference.NJ: Short Course. Davis,F.D. (1989) Perceived Usefulness,Perceived Ease of Use,and User Acceptance of Technology,MIS Quarterly. (13) 3,319 . Davis,F.D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1989) , " User Acceptance of Computer Technology:A Comparison of Two Theoretical Models, " Management Science (35:8) , pp.982-1003. Gardner, H. (1983) , Frames of mind. New York: Basic Books. Gardner, Howard. (1983; 1993) Frames of Mind: The theory of multiple intelligences, New York: Basic Books. The second edition was published in Britain by Fontana Press. Holbrook,M.B.,and Hirschman,E.C (1982) " The Experiential Aspect of Consumption:Consumer Fantasies,Feelings,and Fun, " Journal of Consumer Research,9 (2) ,pp.132-140. Kakooli Bandyopadhyay.,Katherine.A.F. (2007) ,The effect of CuRure on user acceptance of information technology. Communications of the Association for Information System,19,27. Linn, M. C., & Peterson, A. C. (1985) Emergence and characterization of sex differences in spatial ability:A meta-analysis.Child Development, 56 (6) , 1479-1498. Lohman,D.F. (1979) , Spatial ability: A review and reanalysis of the correlational literature (Technical Report No 8) ,Stanford,CA:Aptitude Research Project, School of Education,Stanford University. Moore, G. C. and I. Benbasat. (1991) ,Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation , Information Systems Research. (2) 3, 192. Myeung-Sook Yoh (2001) ,The Reality of Virtual Reality, Post-doctoral researcher at CSLI, Stanford University & Philosophy Department of Ewha Women ' s University in Seoul Korea, IEEE. Phelps,A. (1986) " Holiday Destination Image-the Problem of Assessment :An Example Developed in Menorca, " Tourism Management,7 (3) ,pp.168-180. Pine ,B.J & Gilmore,J.H (1998) , " Welcome to the Experience Economy, " Harvard Business Review. Boston:Jul/Aug.76 (4) ,pp97-105. Schmitt,B.H. (1999) , " Experiential Marketing:How to Get Customer to Sense,Feel,Think,Act,and Relate to Your Company and Brands, " The Free Press.New York. Steuer, J. (1992) ,Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. Journal of Communication, 42 (4) , 73 – 93. Thompson,R.L.,Higgins,C.A., & Howell,J.M. (1991) ,Personal computing:Toward a conceptual model of utilization. MIS Quarterly, 15 (1) , 125. Venkatesh,V.,Morris,M.G.,Davis,G.B.,and Davis,F.D. (2003) , " User acceptance of information technology: toward a unified view, " MIS Quarterly, 27 (3) ,425-478. Vogt,C.A. & Fesenmaier,D.R. (1998) ,Expanding the functional information search model. Annals of Tourism Research. 25 (3) ,551-578.