

# 當新奇遇見熟悉臺灣旅客赴日旅遊體驗對 旅遊行為意圖之影響

發表人：翁梓峻  
指導教授：方進義 博士

評論人：博一 王好卉

# Q&A

歡迎提問! 歡迎提問! 歡迎提問!





# 研究摘要

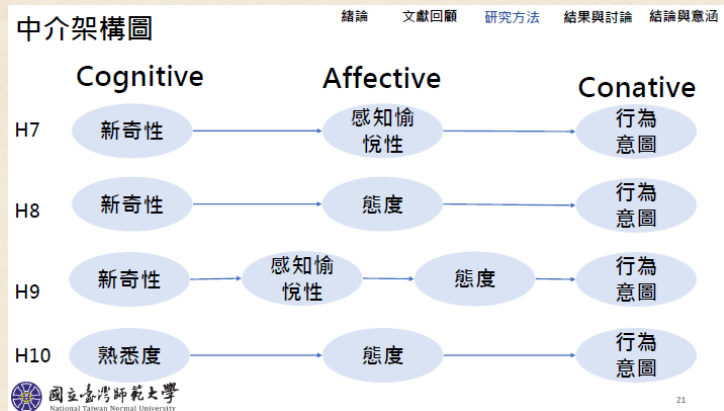
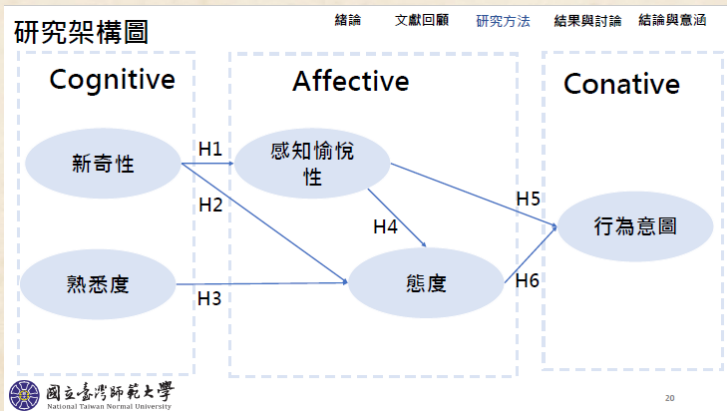
臺灣旅客因高頻赴日與媒體接觸而熟悉日本，同時仍因文化差異產生新奇體驗

1. 旅客可能同時追求熟悉與新奇，本研究以認知、情感、意動(**C-A-C** 模型)探討其對行為意圖之影響。
2. 研究以網路問卷形式社群做發放，共收集到 99 份有效樣本，並以 SPSS、Smart PLS 進行分析
3. 分析方法 敘述性統計、信效度分析、路徑分析



## 研究問題及假設

檢視在臺灣旅客赴日旅遊情境中，**新奇性**與**熟悉度**兩者對於旅遊決策之影響。  
檢視臺灣旅客赴日旅遊情境中，旅客**心理機制**的運作方式。





## 直接效果

緒論 文獻回顧 研究方法 結果與討論 結論與意涵

假設	路徑	路徑係數	P值	顯著性
H1	新奇性→態度	0.180*	0.024	☑
H2	新奇性→感知愉悅性	0.427***	<0.001	☑
H3	熟悉度→態度	-0.011	0.851	✗
H4	感知愉悅性→態度	0.713***	<0.001	☑
H5	感知愉悅性→行為意圖	0.505**	0.005	☑
H6	態度→行為意圖	0.253*	0.023	☑

\*\*\*p<0.001 ; \*\*p<0.01 ; \*p<0.05

## 間接效果

緒論 文獻回顧 研究方法 結果與討論 結論與意涵

假設	路徑	路徑係數	下界	上界
H7	新奇性→感知愉悅性→行為意圖	0.215	0.200	0.420
H8	新奇性→態度→行為意圖	0.045	0.001	0.124
H9	新奇性→感知愉悅性→態度→行為意圖	0.077	0.006	0.159
H10	熟悉度→態度→行為意圖	-0.003	-0.037	0.031

## 研究結果

新奇性對感知愉悅性與態度皆具有顯著正向影響，感知愉悅性對於態度具有顯著正向影響，感知愉悅性與態度對於行為意圖皆具有顯著正向影響；在間接效果方面，新奇性會透過感知愉悅性、態度，以及感知愉悅性與態度之路徑間接影響行為意圖

符合研究假設→H1、H2、H4、H5、H6、H7、H8、H9



# Highlights of the presentation

## 情境貼近臺灣旅客的真實經驗

「日本旅遊」在熟悉與新奇並存的情境中，主題很有真實感。

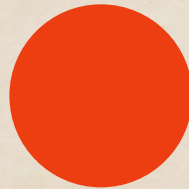


## 題目概念有吸引力

如題目一樣，對我來說日本確實很像一個熟悉卻新奇的地方，看完文章有點到了日本的感觉，很想再去日本玩

## 使用 C-A-C 模型讓研究架構完整

進一步探討旅客從認知、情緒到行為意圖的心理歷程。



## 研究結果


研究結果很接近現實，指出旅遊行為不只是理性評價，更受到情緒體驗影響。

旅遊中「新奇性—愉悅感—行為意圖」的重要心理路徑，顯示旅遊業不應只強調景點本身的新鮮感，更應設計能引發快樂、驚喜與情緒價值的旅遊體驗。





Q&A  
Again



## 提問一：

為何選擇Line、D card、FB三種社群軟體進行發放？是否有考慮於其他社群軟體發放如現在較多人使用的Threads、IG等

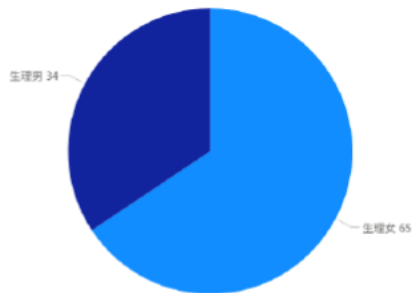
## 提問二：

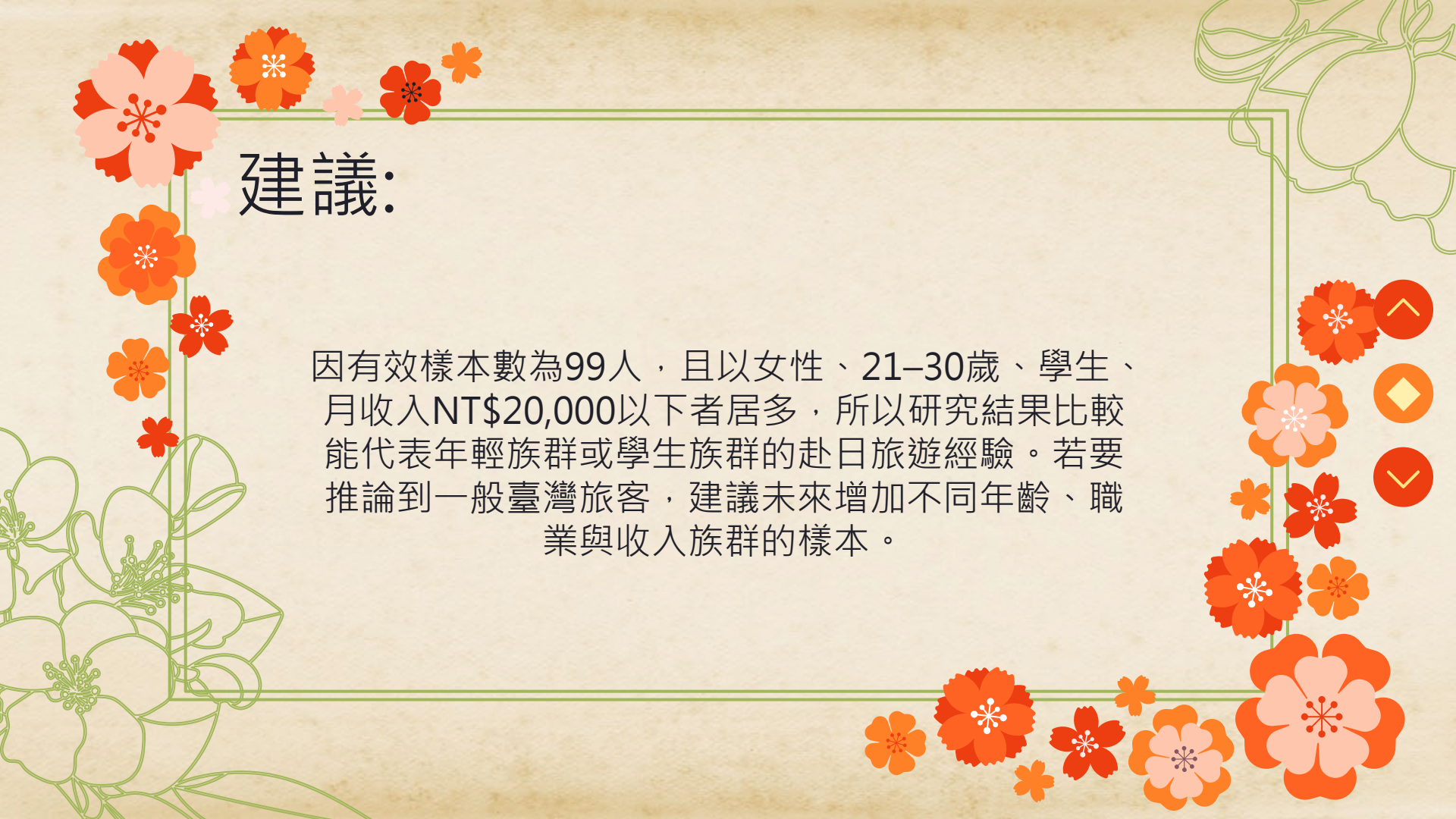
研究母體設定是否考慮增加不同年齡層、不同收入的討論？

### 敘述性統計

緒論 文獻回顧 研究方法 結果與討論 結論與意涵

問卷發放數：112  
有效樣本數：99  
性別：女性居多(65%)  
年齡：21~30歲居多(68%)  
職業：學生居多  
一年內至日本旅遊次數：1次  
(52%)、2次(32%)居多  
月收入：NT20,000以下(44%)  
居多





## 建議:

因有效樣本數為99人，且以女性、21-30歲、學生、月收入NT\$20,000以下者居多，所以研究結果比較能代表年輕族群或學生族群的赴日旅遊經驗。若要推論到一般臺灣旅客，建議未來增加不同年齡、職業與收入族群的樣本。

# 提問三：

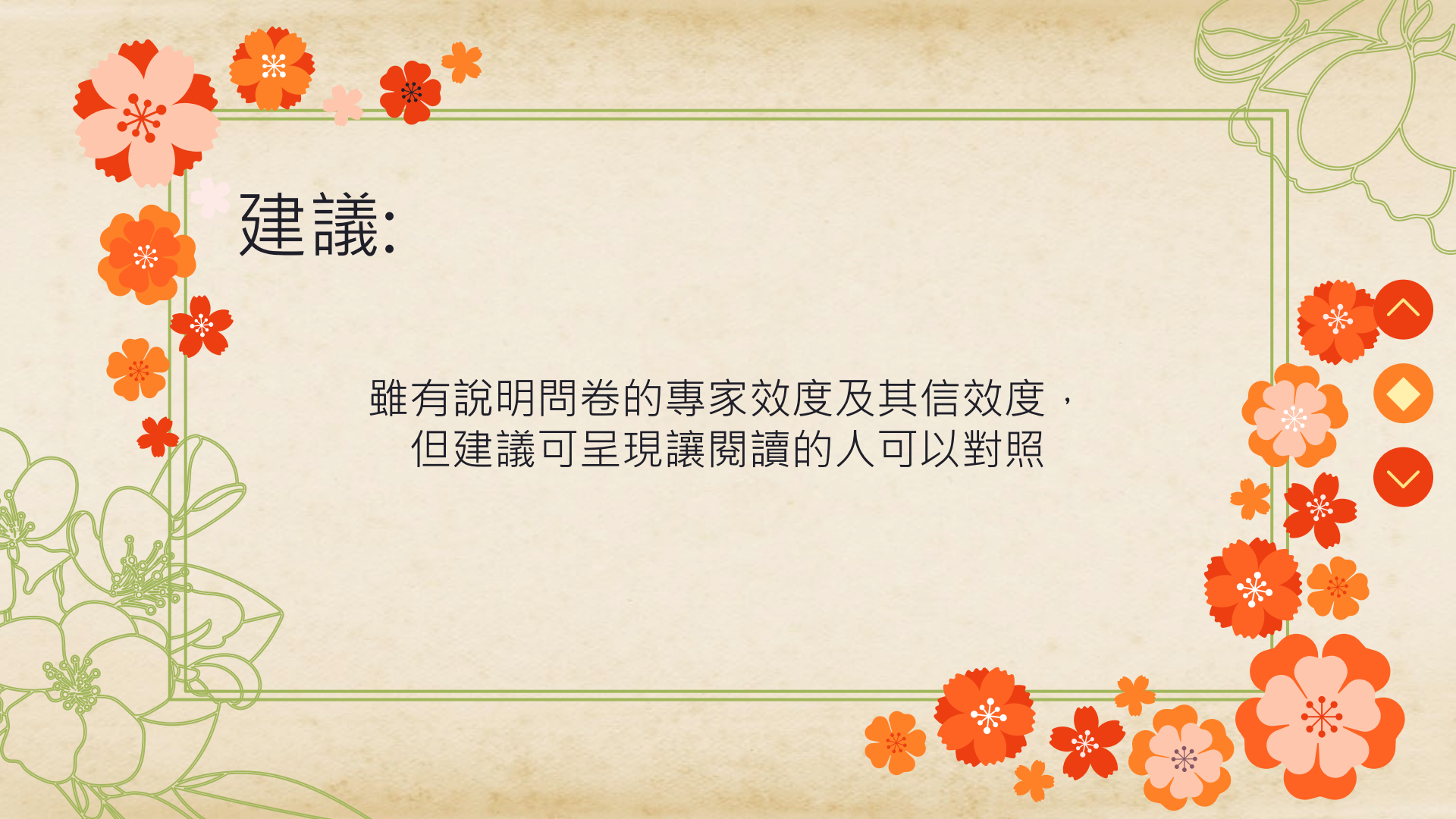
問題的題項有哪些？

## 問卷設計

緒論 文獻回顧 研究方法 結果與討論 結論與意涵

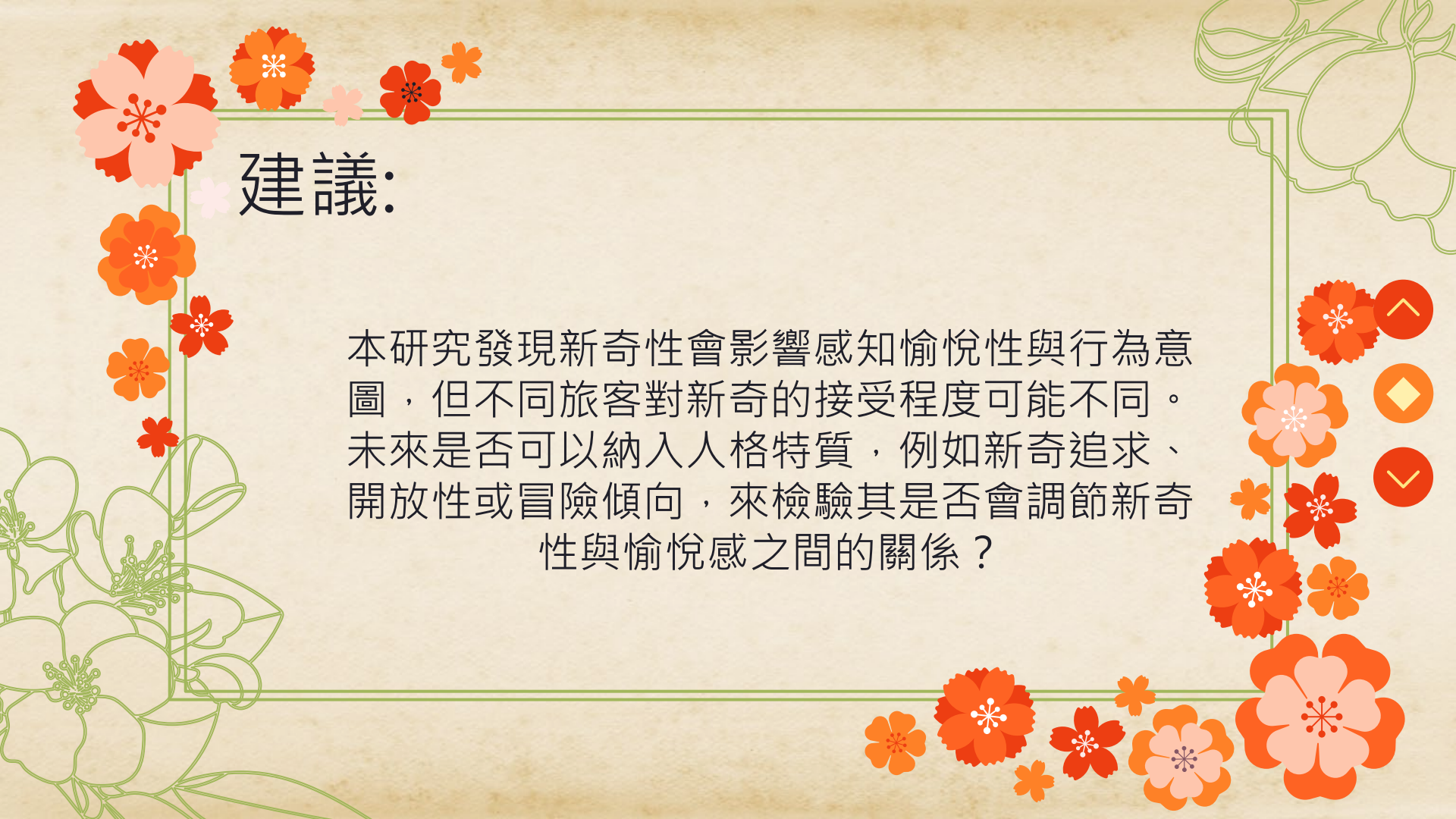
構念	題項	來源
新奇性	4	Gong et al., (2025)
熟悉度	3	Wen & Huang (2019).
感知愉悅性	3	Le et al., (2024)
態度	4	Li et al., (2016)
行為意圖	4	Pai et al., (2021)

總題數：18題



## 建議:

雖有說明問卷的專家效度及其信效度，  
但建議可呈現讓閱讀的人可以對照



## 建議:

本研究發現新奇性會影響感知愉悅性與行為意圖，但不同旅客對新奇的接受程度可能不同。未來是否可以納入人格特質，例如新奇追求、開放性或冒險傾向，來檢驗其是否會調節新奇性與愉悅感之間的關係？



# Last Q&A

最後的最後  
是否有想向梓峻建議及提問的呢

CREDITS: This presentation template was created by Slidesy, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik.





# Thank You

CREDITS: This presentation template was created by [Slideify](#), including icons by [Flaticon](#), and infographics & images by [Freepik](#).

