

## 行政院客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、論文名稱：應用手持式行動導覽裝置之遊客體驗設計評估研究：

以新社商圈為例

二、作者：黃雅蕙

三、獎助年度：101 年度

四、獎助金額：肆萬元

五、研究過程(含研究方法、研究對象、研究工具等)

台灣科技產品的發展聞名國際，現代人的生活與科技運用緊密結合。因此，科技發展的極致不應該只是關鍵技術的突破，激發創新應用的多元化及跨產業整合才是理想目標，特別是創意產業的影響力。國內各商圈的發展，不僅連動性高，影響層面廣泛，亦代表當地經濟盛衰，對地方傳統社交、經貿及政治活動等佔有重要角色。若能夠透過資通訊科技的創新運用，將商圈的企業串連起來，如同串起散落的珍珠，集中聚焦，散發出更炫爛的光芒，達到聚合群眾消費，拓展社群傳播的效果。因而吸引人潮，提升商家的業績與收益。同時，創造在地就業機會，不僅可以讓更多青年可以返鄉安居就業，更期待用心打造的應用智慧基礎環境，以科技體現深度文化與即時訊息，讓來到新社的遊客體驗智慧科技旅遊。並藉此活絡地方特色，提升地方國內外能見度與知名度，繁榮地方經濟。

因此，政府在 2009（98）年開始輔導商業服務業者透過 ICT 運用而發展多元化、整合性之顧客服務模式，並透過多元化成果廣宣活動以擴散優化應用成效。集合各方資源、人才及技術，提升商圈業者的競爭力，開啟了智慧商圈的里程碑。

李青松等人(2010)在〈臺灣商圈經營關鍵成功要素分析〉研究中建議，由於目前科技日新月異，當前的社會經濟形勢下需要注入新的行銷模式來代替傳統的產業競爭模式，而智慧型商圈就是透過各項智慧科技應用，可以將行銷的效果增強。

另外，B. Joseph Pine(1998)指出現代的企業的經營策略，應該搭配經濟的發展型態，擺脫過去價格競爭的方法，然後把「體驗」當作一種獨特經濟產物，開拓獨特經濟發展的可能，說明了現代的消費者不僅以獲得產品和服務而滿足，同時，點出了國內企業要積極迎合趕上的面向。而手持式行動導覽裝置的使用本身就是體驗人機互動的一環，為了因應現代的經濟發展和消費趨勢，迎合遊客的旅程設計出一種獨特的情境，滿足遊客體驗的需求，在體驗經濟的時代是必要

的。

新社的經營者審視本身的資源特色及優勢加以評估分析，意識到科技智慧運用的重要，因應目前消費型態的轉變，試圖創造出其他競爭者無法仿效的獨特優勢，以跨產業結盟引進了科技導覽旅遊模式，明確區隔出市場需求，塑造自我的特色，透過資訊科技的創新運用，來滿足遊客的體驗活動需求，讓觀光旅遊更為多元有趣。

因此，本研究想知道遊客對於突破傳統思維的創新科技旅遊消費型態，是否能夠接受？休閒遊憩服務品質是否因此提升？是否達到遊客的旅遊目的？或因此更喜愛新社的旅程？

然而，當一項科技產品出現時，需要有評估的機制或標準，來確認滿足使用者需求，特別是應用行動裝置做為觀光旅遊或者是遊憩導覽的部分，針對商圈內企業的聚合連結，才能達到資源整合的加值效益。

本研究以使用者需求之體驗設計理念，結合整合性科技接受模式 UTAUT 的理論，以及人機互動的評估研究，進行 ICT 數位科技設備應用於商圈其中之一的手持式行動導覽裝置作效益評估。以下，是本研究主要關切的研究問題。

一、參與新社商圈手持式行動導覽體驗遊程之遊客屬性有哪些？包括各相關人口變項、資訊來源、遊憩動機、旅遊模式、行動導覽服務使用經驗等，以掌握手持式行動導覽服務體驗遊程之消費者的基礎資訊。

二、租用新社手持式行動導覽服務的遊客對於行動導覽服務介面功能設計的操作、使用經驗之感受，來瞭解手持式行動導覽服務體驗遊程設計的介面評估之關鍵因素。

三、遊客參與手持式行動導覽服務體驗遊程後，對於新科技導入模式所能夠接受的程度及再次使用意願，以分析手持式行動導覽服務體驗設計與使用接受度和旅遊配套服務滿意之關連性。

因此，本研究以新社商圈為研究場域，新社商圈提供的手持式行動導覽服務為研究標的，參與使用新社手持式行動導覽服務的遊客為研究對象，自 2011 年 4 月至 2011 年 9 月，為研究期間。研究方法主要採用量化問卷調查方法，輔以質化訪談，探究在旅遊服務模式中，遊客對於新科技的接受行為及其影響因素。

由於本研究主題是運用行動導覽裝置於觀光遊憩的科技接受行為，與過去應用在組織或企業引進新科技系統的接受行為的主要運用場域和情境以及對象雖然有所不同，仍然屬於資訊科技接受使用行為的範疇，所以採用整合性科技接受模式（UTAUT）作為本研究的理論基礎。本研究因應時空背景和研究目地調整架構模式圖所示：

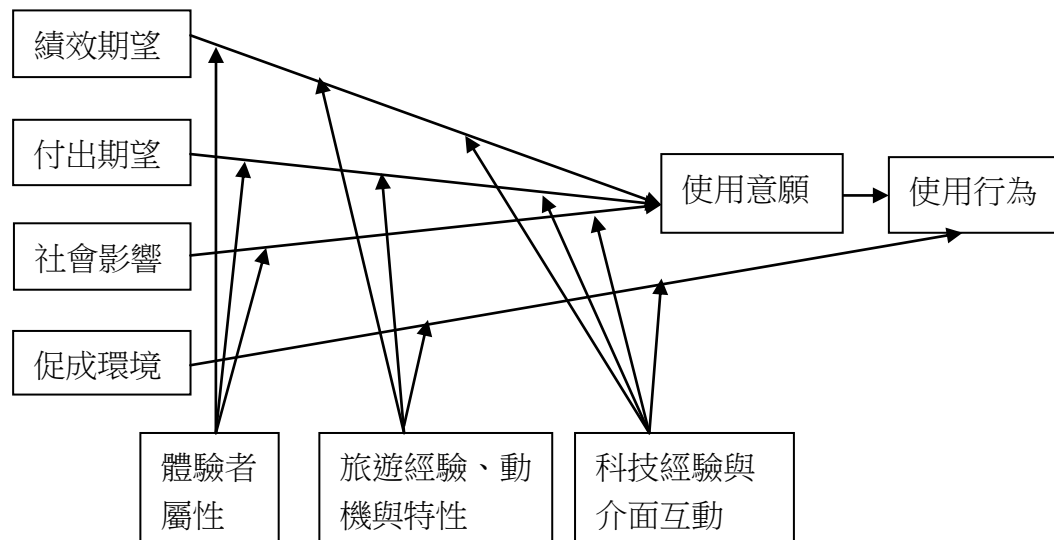


圖 3-2：本研究架構圖

資料來源：本研究繪製

## 六、主要研究發現

透過本研究發現如下：1. 科技在觀光旅遊的運用，只要讓遊客覺得不需要花太多心力和時間，就可以接觸新事物，與家人朋友分享並擁有與過去不同的旅遊經驗，又為旅遊增添便利性與豐富性，遊客對於科技產品的使用意願會提高。2. 參與體驗的遊客個人背景因素，和過去的旅遊經驗、動機和特性，以及個人對於人機互動的經驗，與科技旅遊的期望、同行夥伴的影響、還有科技資源的支援環境，和體驗遊客的使用意願會互相影響。3. 女性對於科技旅遊的期望，比男性來的高。4. 科技旅遊的環境的支援配套機制，讓遊客感到旅遊的豐富性與便利性，對於旅遊中的科技使用行為就會提高。

## 七、結論及建議事項

根據本研究的分析討論，提出對新社商圈資通訊應用的建議。

### 一、加強基礎建設，簡化介面設計

新社行動導覽服務的提供，就是期望遊客可以擁有個人化旅遊行程，因而提供隨時，隨地且隨身的旅遊資訊的服務，透過科技導覽增加旅遊的豐富性與便利性。根據本研究結果顯示，科技經驗與介面互動對於使用意願具有顯著影響，可見得人機互動在科技旅遊情境的重要性。因此針對行動導覽的人機介面的建議是：一、設計以女性為主體的貼心服務。二、提升基礎建設，如；上網的速度和品質，手機介面選單流程加以簡化，讓操作更簡便，更快速找到想要的資料。三、隨時並快速更新訊息的發送，才更能夠增加吸引遊客使用行動導覽的誘因。

### 二、強化配套服務，落實科技體驗環境的完備性

本研究量化結果顯示，新社行動導覽的配套服務和環境援助並不直接影響使用行為。根據實地訪查結果，因為租借程序的配套措施，降低了遊客的使用意願。

因此建議，增加行動導覽手機租借的數量、廣設租借地點及調整租借手續和方式，讓租借的遊客可以安心自在，因而提高使用行為。再者，在新社彩色分線地圖上，同時標示提供行動導覽租借與歸還的地點，讓遊客有更多的選擇，增加旅遊的豐富性與便利性。另外，開放新社行動導覽軟體，提供遊客下載，則可以省去遊客到定點租借與歸還手機的麻煩，以及擔心遺失導覽手機的風險，增加旅遊行程個人化的便利與價值，讓遊客更愛科技旅遊的型態。

### **三、搭配活動與社群網路，加強宣傳與推動效果**

智慧商圈的推動，是因應數位科技潮流的趨勢，而造就了觀光遊憩與資訊科技的產業結盟。新社順應潮流發展，導入資通訊科技設置，打造了科技旅遊的體驗情境。本研究以消費者的角度體驗後建議：一、充分且擴散宣達科技旅遊的便利使用訊息。二、搭配商圈活動的宣導，善用智慧型手機的社群軟體打卡功能，既符合流行趨勢，也達到宣傳目的。三，善用網路社群媒體的聚合性和擴散性，達到宣傳的效果。四、加強行動導覽解說的培力。在廣設體驗租借景點的同時，搭配結盟店家的租借承辦人員對於行動導覽的使用說明，必須明白清楚，簡單易懂，讓體驗遊客可以快速理解行動導覽的操作流程。五、加強友善國際科技旅遊環境，讓外籍旅客也能透過科技導覽暢遊新社，才能真正達到新社旅遊國際化的目標。

科技日新月異，智慧型商圈透過各項智慧科技應用，注入新的行銷模式來代替傳統的產業競爭模式，是當前經濟情勢下國內企業增強行銷效果的重要關鍵。顯見，資通訊科技的服務是未來經濟發展無可避免的趨勢，也是政府相關施政推動科技與文化跨領域結合的方向。本研究以唯一獲得政府選定，以資通訊科技設備導入，協助農業發展轉型為觀光旅遊的客家商圈：新社商圈為例，希望透過旅遊方式，以及科技體驗的行為，更加深入理解科技情境的應用，發掘出對於新科技使用行為的因素和傾向，讓科技旅遊整體規劃與科技系統設計可以符合消費者的行為，增進消費者持續使用資訊系統的機會。透過資通訊科技的創新運用，將商圈的中小企業串連起來，集中聚焦，發揮商圈聚合性，集光聚熱成為新亮點，繼而吸引更多的人潮，提升商家的業績與收益。同時，豐富在地就業機會，人力培力在地化，並藉此發揚地方特色，深耕地方文化，繁榮地方經濟，而達到商圈永續經營。也希望將跨領域結盟，資源的整合利用的獨特經驗，提供其他商圈發展科技應用的重要參考。