

两岸学生在旅游产品知识与知觉风险之差异

Distinguish students from Knowledge of Travel Product and Perceived

Risk : A Comparison of Taiwan and China

Chu-Hsing, Yang

Chu-Hsing, Yang has a PhD from Chinese Culture University, is an assistant professor of Department of Leisure, Recreation and Tourism Management at Shu-Te University in Kaohsiung. Her research interests include advertisement appeal, advertisement effect, brand marketing, and tourism marketing.

Postal/e-mail address and phone number:

Dr. Chu-Hsing Yang,

E-mail :janice@stu.edu.tw

Assistant Professor

C.P. : +886-9-1933-260

Department of Leisure, Recreation and Tourism Management at Shu-Te University

两岸学生在旅游产品知识与知觉风险之差异

壹、国际合作之必要性

世界各国政府多年来一直致力于发展无烟工业，行政院经建会的网站上发布：观光产业是世界各国普遍重视的无烟工业，与科技产业共同被视为是21世纪的明星产业，在创造就业机会及创汇的功能上具有明显效益。根据世界观光旅游委员会(WTTC, 2007)推估，未来10年全球观光产业成长情形为：旅游支出自4.21兆美元成长至8.61兆美元，观光旅游产业对GDP贡献率将自3.6%增至3.8%，其就业人数将自目前1.98亿人增加至2.5亿人。

两岸经济的快速成长，人民价值观的改变，对休闲观光的需求增强。台湾自实施周休二日后，国人对于休闲活动的需求日益增加，且愈来愈注重休闲旅游及休闲品质，使观光产业及其相关之服务业成为促进台湾经济发展的重要产业。而产业的日益发展，使得观光旅游相关人才需求增加，以台湾为例，各大学纷纷增设休闲相关科系，培育专业人才，以应市场需求，在教育部政策开放推动下，许多与休闲产业相关之研究所纷纷在各大学成立。截至96学年度之统计，国内休闲、餐旅、观光相关系所共34个(教育部统计处，2008)。相关科系的设立目的是要培养学生相关的知识。

知识(Knowledge)是结合本能、思想观念、法则和程序的综合体，来做为执行任务和做决策的指引(Alter, 1996)。一般消费者在购买任何产品前，会先对产品有一定的了解程度才会进行购买决策，对产品的了解方式有很多种，除了本身对产品的了解外，也会进行相关的资料搜寻，产品知识成为消费者在做决策的主要考量之一(Brucks, 1985; Furse, Punj and Stewart, 1984)。

产品知识分为三种(Brucks, 1985)：**主观知识·客观知识·经验知识。**主观知识(Subjective knowledge)：指衡量个人认为自己知道的产品或产品类别，也就是对产品做决定的自信，以及对产品的了解。客观知识(Objective knowledge)：指衡量个人实际存贮在记忆中产品知识的多寡、形式，消费者对产品真正了解的程度，也就是实际拥有的产品知识。经验知识(Experience-Based Knowledge)：指购买或使用产品的经验，也就是以前购买或使用产品所积累的经验(Brucks, 1985; Park and Lessig, 1981)。

而旅游产品具有生产与消费的无形性、不可分割性、易变性，以及不可存贮性(曹胜雄，2001)，在购买前更需要多一点的相关知识来避免购买的风险与不确定性。风险包括时间风险、功能风险、身体风险、财务风险、社会风险和心里风险(Tarpey, 1975)；购买前的不确定性区分为知识的不确定性和选择的不确定性两种(Urbany, 1986)。若能通过产品知识，应可减少风险与不确定性的产生。

学习相关产品知识在观光教育中是非常重要的，除了积累旅游知识之外，亦可作为自己旅游安排的准则，而受过专业课程所教育训练出来的学生，是以何种角度

购买旅游产品？学生受过相关训练后，旅游的相关知识增加后，在面对旅游产品时，会展现其专业性，进行判断吗？当本科系的学生在产品知识较为丰富时，购买前会使用其专业知识进行评估，可能会降低误购商品的可能性，亦会降低其知觉风险吗？且旅游产品信息重视的项目分别为何？产品知识的多寡真的会影响对产品的认知吗？

本研究希望通过实地问卷发放，进行检测，了解两岸观光科系学生在专业知识上的吸收程度，以及对旅游产品知识的理解是否真能像谚语所云：「外行人看热闹，内行人看门道」。基于两岸专业教育对于学生素质提高进行比较研究是具有实际意义的。以下将从「学术」与「实务调查」等部分说明国际合作之必要性：

一、学术目的

为了解观光相关科系传授学生专业知识之实效，在台湾部分，拟选择南台湾设有相关科系的学校进行调查，包括：高雄餐旅大学、树德科技大学、高雄第一科技大学、高雄大学等，对该校观光相关科系学生进行问卷发放；在中国大陆部分，则针对上海对外贸易学院会展与旅游学院旅游管理系为主，另外再以其他学校的相关科系为辅，进行便利抽样发放，对该校学生进行问卷调查。预计两岸各发 500 份问卷，总计 1000 份问卷。拟了解两岸学生在专业知识对购买旅游产品是否有所不同，以利提出两地相关科系在教学之建议。因前述的研究构想，需要两岸通力合作，非个人在台湾之单方能力所能及。因此，本计划拟邀请目前任职于上海对外贸易学院会展与旅游学院旅游管理系加入本研究计划。

二、实务调查目的

由于本计划重点在于学生产品知识、信息重视度与知觉风险等等议题探讨，因此拟定以量化资料调查。若计划初步构想贵单位有意愿协助执行，可再针对当地社会风俗民情习惯及贵单位专长，加入其他研究变项进行更完整的调查。

貳、具体分工及内容

本计划研究范畴聚焦于台湾与中国大陆，主要的工作内容包括：一、研究结构之研拟与修改；二、问卷调查及量化分析。具体分工及内容说明如下表所示：

	台湾 (杨主行)	中国大陆
分工 及内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ 研究问题与结构研拟 ■ 两地研究合作平台建立 ■ 量化调查 ■ 两地资料汇整分析与建档 ■ 提报研究成果与发表 ■ 协助及共同期刊发表 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 结构拟定及修改 ■ 中国大陆相关文献回顾 ■ 协助问卷调查 ■ 中国大陆量化调查 ■ 资料整理并汇回台湾 ■ 协助及共同期刊发表

参、学术发表

希望先能研究成果发表于国际观光休闲会议或观光教育会议中，先藉以获得不同国家学者之建议后进行修改，最后将研究成果转成学术文章，进行投稿，发表于国际观光休闲学术期刊如 Journal of Travel Research、Tourism Management 等。

肆、合作计划主持人相关著作-Taiwan

■ 现职

树德科技大学休闲事业管理系助理教授（高雄市燕巢区）

■ 曾任职务

- | | |
|-----------------------|---------------|
| ■ 树德科技大学休闲管理系兼任讲师 | 96年02月~97年01月 |
| ■ 景文技术学院旅馆科兼任讲师 | 93年08月~95年07月 |
| ■ 中语文化大学海青班观光科、烘焙科讲师 | 93年03月~98年03月 |
| ■ 中研院信息所文件分析与辨识实验室助理 | 85年11月至91年07月 |
| ■ 中研院信息所文件分析与辨识实验室 PT | 84年12月至85年11月 |
| ■ 东豪旅行社 | 84年01月至84年03月 |

■ 期刊论文

- 杨主行(2006), 我国电子票据业务之发展与检讨, 台湾金融财务季刊。
- Yang, C. H., and Wang, C. Y. (2007). A Preliminary Study on Correlation between Accounting Practitioners' Choice of Profession and Their Learning Experiences. Academy of Taiwan Business Management Review.

■ 研讨会论文

- 郑绍成、杨主行、刘嘉麒、邱佩玉(2007), 「电视购物频道购买 GPT 之认知风险与购买意愿关系之研究-以时间压力为干扰」, 2007 中华民国商业流通研讨会, 高雄第一科技大学管理学院。
- Chu-Hsing, Yang(2008). "The study on relationship between perceived risk and involvement of single female' s individual value on leisure sports activities: a conceptual structure. " Asian Association for Sport Management Conference.
- 杨主行、陈慧等(2009), 「旅游广告诉求对广告效果之影响-以旅游动机为干扰变数」, 2009 休闲事业管理学术研讨会, 树德科技大学休闲事业管理系。
- 林彪珊、王国钦、杨主行、谢淑怡(2009), 「国际机场之过境旅馆关键成功因素」, 2009 观光餐旅发展趋势与教育国际学术研讨会, 景文科技大学。
- 林彪珊、王国钦、杨主行、刘建文(2009), 「航空业发展学习型组织阻碍因素研究-以中华航空公司为例」, 2009 观光餐旅发展趋势与教育国际学术研讨会, 景文科技大学。
- 杨主行、陈玟妤、锺宝仪、张雅 (2009), 「典型消费者代言旅游产品与降价促销方式对品牌评价与购买意愿关系之研讨」, 2009 健康与管理国际学术研讨会, 元培科技大学。
- 陈为任、杨主行、黄秀珠、许益菁(2009), 「探讨消费者对星巴克延伸产品之评价」, 2009 健康与管理国际学术研讨会, 元培科技大学。
- 杨主行、杨志中、张雅、锺宝仪 (2009), 「航空公司适合何种广告诉求? 理性或感性?」, 2009 健康与管理国际学术研讨会, 元培科技大学。
- 陈玟妤、杨主行、卢秋安、李国荣、童钰婷、刘丁卫、陈伟庭(2010), 「餐厅置入性行销之广告沟通效果研究-以偶像剧为例」, 2010 休闲事业管理学术研讨会, 树德科技大学休闲事业管理系。
- 陈钰达、杨主行 (2010), 「国际观光邮轮旅游广告效果之研究」, 2010 海峡两岸旅游观光研讨会, 厦门大学。
- 杨主行、陈钰达 (2010), 「航空公司广告诉求对品牌辨识度与企业形象关系之研究-以新航为例」, 2010 海峡两岸旅游观光研讨会, 厦门大学。