

南台科技大學

餐旅管理系

畢業專題報告

懷舊情緒影響消費者觀光意願之研究
— 涉入為干擾變項

指導教授：鄭淑勻 老師

學生：洪子絜 499M0005

李偉廷 499M0012

楊昇燁 499M0020

林珮均 499M0024

徐明楷 499M0069

中華民國 一百零二年 十二月 二十七日

摘要

隨著經濟成長、科技發達與交通便利、資訊傳遞速度越趨快速成長，且資訊交流相當流暢，而人們也開始重視工作以外的休閒生活。二十世紀末興起的全球性懷舊情緒在本世紀初繼續延燒，成為當代大眾歷史想像的重要來源。應用行銷老街觀點推動老街地方文化觀光，以加強競爭力與活絡老街在地文化，已成為尋求老街觀光重新發展的新契機，亦是國內觀光發展的新趨勢。近年來社會文化的變遷，消費者對懷舊情緒之情感提升，使得具有歷史建築的或是特殊性的老街地方文化產業，得以提升消費者的體驗價值。

本研究以問卷調查方式進行，以北部的淡水老街、中部的車埕老街與南部的旗津老街的消費者為研究對象，最後透過SPSS進行分析其研究結果顯示：(1)不同懷舊情緒的消費者，在觀光意願上有顯著性差異。(2)涉入程度不同的消費者，對懷舊情緒與觀光意願有顯著性差異。(3)情境涉入程度對懷舊情緒之影響存在交互作用。研究結果顯示，懷舊情緒的形成確實需要觀光意願的存在，當消費者的觀光意願愈高，其懷舊情緒的程度也愈高。此外，研究中也證實情境涉入干擾懷舊情緒與觀光意願間之關係，亦即高涉入之消費者，觀光意願對懷舊情緒的正向關係高於低涉入消費者。本研究亦進一步提出學術上之建議及未來行銷老街之實務建議。

關鍵字：懷舊情緒、觀光意願、情境涉入