

網路媒體評價對背包客旅遊地點選定的影響

國立清華大學環境與文化資源學系

指導教授:趙芝良

指導學生:陳虹菱、曾譯嫻、賴瑩汝、吳佳芳

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

旅遊於筆者而言，是一種在忙碌過後為了調整身心狀態而去進行的一種休閒、遊憩，可轉換注意力的行為，對於旅遊這件事一直帶有一種愉快、娛樂的相關想像，在幼年時，只有少數的機會才能出外遊玩，像是課程的校外教學、家人間的聚會又或是畢業旅行等，出去旅遊的機會不算太少，長大後，自己開始有打工賺錢，也有更多機會可以為自己規劃旅行，有時候是為了散心，有時候是為了達成一些對自己的目標與期許，也是長大之後發現旅遊已經不只是休閒遊憩，還有更多是充實自己。

作為學生以來，背包客旅遊一直都是旅遊選擇的首要項目，除了金錢消費的原因，還有更多是希望能對自己的旅遊能有更多的掌控能力，自己一個人的旅遊或許無法更快與人分享自己的心情，但是因為自己跟自己在在一起的空間夠多，因此有更多機會與自己對話，甚至是訓練自己面對陌生的環境，作為「背包客」不只是帶著遊玩的心情出門，比起一般的旅遊，背包客的旅遊不只是對旅遊的規劃、對自己的磨練，還是對自身短時間在外生活的歷練。

但大多時候，我們是怎麼去選擇旅遊地點的？聽別人介紹、看書架上滿滿的旅遊書籍、動動手指Google一下，好像這樣旅遊行程就能簡單地被我們訂下，但是有沒有想過？這樣的選擇真的是我們「自己」去做選擇的嗎？還是一股浪潮拍倒沙灘上的人，網路的運行以及便利性，有太多太多部落客、網路紅人甚至是藝人會在網路上提供太多他們的意見以及介紹，也因此初學者一般能在上面得到許多好用的資訊，讓一段旅程不至於糟糕到連自己都不忍直視，不過，這樣難道不是一種被「他人」規劃出來的旅遊嗎？這樣的背包客旅遊真的是自己去規劃的嗎？他人的意見固然重要，但是，我們就這麼全然相信別人對旅遊地點的評價嗎？又或是說，這樣的被推薦出來的旅遊地點，不也是一種新推出的景點？

在這篇論文中，筆者想探討的是，身為背包客的旅人，他們一般是如何決定一段旅程？選定旅遊地點的方式是什麼？在選擇的過程中是否被網路媒體的評價影響？被網路媒體的評價影響的原因又從何而來？

第二節 研究背景與目的

在近年來的交通與網路發達，旅遊不再是困難的事情，它已經成為普遍的生活經驗，隨時隨地，只要手上有智慧型手機、電腦、網路，想要為自己規劃一個突如其來的旅行都不再像以前那般困難。旅遊已然是生活中不可或缺的部分，也因此，隨著時與境遷、科技日新月異，旅遊也不斷的變化並且進化，地球村，不再只是夢想，而是真實存在的事情。

但近年來世界觀光組織也提出，全世界仍有許多國家政治動盪不安，在恐怖攻擊、天然災害、油價、匯率及政經不穩定的情況下，有許多國家是不被允許前往的，但全球國際觀光遊客人次依然達到超過預期的八億八百人，並且逐年增加，台灣也不相讓，出國旅遊的人次也不斷飆升。

在旅遊成為生活一部分的現在，許多的旅遊方式不斷地被推出，最大宗的依舊是由旅行團帶團出發，不僅減少異國文化無法交流的問題所帶來的衝擊，基本上只要有足夠的金錢，旅遊就會是一種享受，也不太需要擔心在過程中會遭受到阻礙或是問題；其他的像是家族旅遊、公司旅遊、畢業旅行...等，如果不願意完全由旅行社安排，也可以自己針對行程安排進行調整，甚至是行程完全由自己規劃，將機票或是住宿部分請旅行社幫忙處理，不僅不用太過擔心品質問題，價位上也能夠再進行議價，自主程度也偏高；除了前面幾項，現今最受推崇的莫不過過背包客旅行，以最低的消費完成最長最久的旅程，這樣的旅行同時也是自主性最高的類型，也能最為貼近旅遊地的地方文化，缺點是大部分的問題都得自己解決，無法依靠其他人來幫忙處理，也因此，也時常成為磨練自己以及成年禮的方式。

在現今網際網路的過度發達的情況下，許多以背包客型式的旅遊過程被大量地記錄在部落格中，許多背包客就用這樣分享旅程的方式介紹自己的旅遊景點，提供現今大眾更多不為人知的旅遊去處，隨著時代流行不同的風潮，背包客無處不在的旅遊型態更深植在世界各處，這樣的方式雖然提供給觀看者許多出外旅遊的實際經驗，但同時也因為這樣介紹旅遊景點的方式，將部分的旅遊景點提供給大眾關注，使得這些景點的關注度增加，進而影響他人對旅遊地的選擇，使得最終大多數人會選擇的旅遊地點依舊是那幾個地點，而不太會有變化。

旅遊本就是筆者對休閒的一種想像，對於現今的旅遊異狀也深有所感，每到假日，似乎能被選定前往的旅遊地點就只有那幾處，上網查訊的景點都不離那十大觀光區，是為台灣人對旅遊想像的僵化感到可惜，曾有人說了這麼一句：「台灣最美的風景是人。」但是這樣的風景卻不太常被深刻探討，反倒是較為吸睛的網路景點特區更受人喜愛。

第二章 文獻回顧

第一節 背包客

學者陳忻岱、葉秀燕在研究論文「女性的移動與實踐：女性背包客旅行的文獻探討」中研究女性背包客，分別針對國內外學者對於「背包客」詞意解釋進行探討，將背包客作為旅遊方式的分類之一，除此，提出學者Cohen(1972)提出之背包客現象，針對已制度化(institutionalized)與非制度化(non-institutionalized)進行探討，以區分觀光客類型，已制度化的旅行者，意指透過旅行社安排好之行程進行旅遊，選擇較為安穩、舒適、低風險等旅行方式。非制度化(non-institutionalized)則又被分作發現者(explorer)和流浪者(drifter)兩類，兩者皆具有新鮮感、冒險、自然、獨立的特性，但並非以經濟限制做為區隔，而是在社會政治上，是屬於一群反傳統文化、強調個人主義並嘗試脫離原來社會結構的群體，但流浪者(drifter)經濟能力有限，則以低經濟方式長期徒步旅行來尋求生命存在。

第二節 網路行銷

國立高雄餐旅學院餐旅行銷管理系黃雅瑩、高詩芸(2006)在「旅行業網路行銷關鍵成功因素之研究探討以時報旅遊部落客為例」中以「時報旅遊企業部落格」作為探討的個案，以深度訪談為研究方法，且以五種經營階段，評估、策略、功能、營運、行銷，配合操作性定義設計訪談稿加以分析企業為何會成功。而旅行業要經營企業部落格，事先的評估最重要，要考慮到公司有無資源足夠支撐人力資源服務於部落格行銷上。也必須注意並非是所有企業均適合經營部落格。但隨著網路日趨發達，其實網路行銷其實支撐著公司整體行銷企劃的比例越來越重，如果要建立穩定的客源，需要有客製化的市場導向，網站中的資訊必須是可信度高且非常充足的，才會被使用者所信賴，最後，為穩固公司的品牌形象，找尋專業的部落客或者深得民心且形象良好的明星為公司經營網站也非常重要。

第三節 影響旅遊目的地

國內學者陳昭明(1981)在「台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析」中研究森林遊樂時，將影響國民旅遊之因素分為活動需求因素及資源供給因素兩大類。活動需求因素又分為社會經濟因素與個人屬性因素兩項，前者為外在變數，影響整個國家或地區之觀光旅遊需求，包括經濟發展、產業結構、都市化程度、所得水準、大眾傳播、人口數量及結構；後者為內在變數，影響個人從事觀光旅遊活動之型態及需求，包括性別、年齡、教育程度與休閒觀念、收入、職業與休閒時間。資源供給因素除了具備美麗的景緻外，尚須能提供良好的利用條件，如區位與交通狀況、可提供之利用設施、資源之特質、遊憩承載量、旅遊據點之連續性、經營管理、維護及干擾，以更加符合大多數國民的需求及提供更完善的觀光旅遊環境。

第三章 研究方法

第一節 研究架構與流程

本研究主要目的是以研究背包客在選擇旅遊目的地的時候，是否會受到網路媒體行銷的影響，進而去選擇或不選擇此旅遊地點，實際旅遊經網路媒體推崇的地點過後的感受，是否也會透過網路媒體分享自己的旅遊景點。

一、研究架構

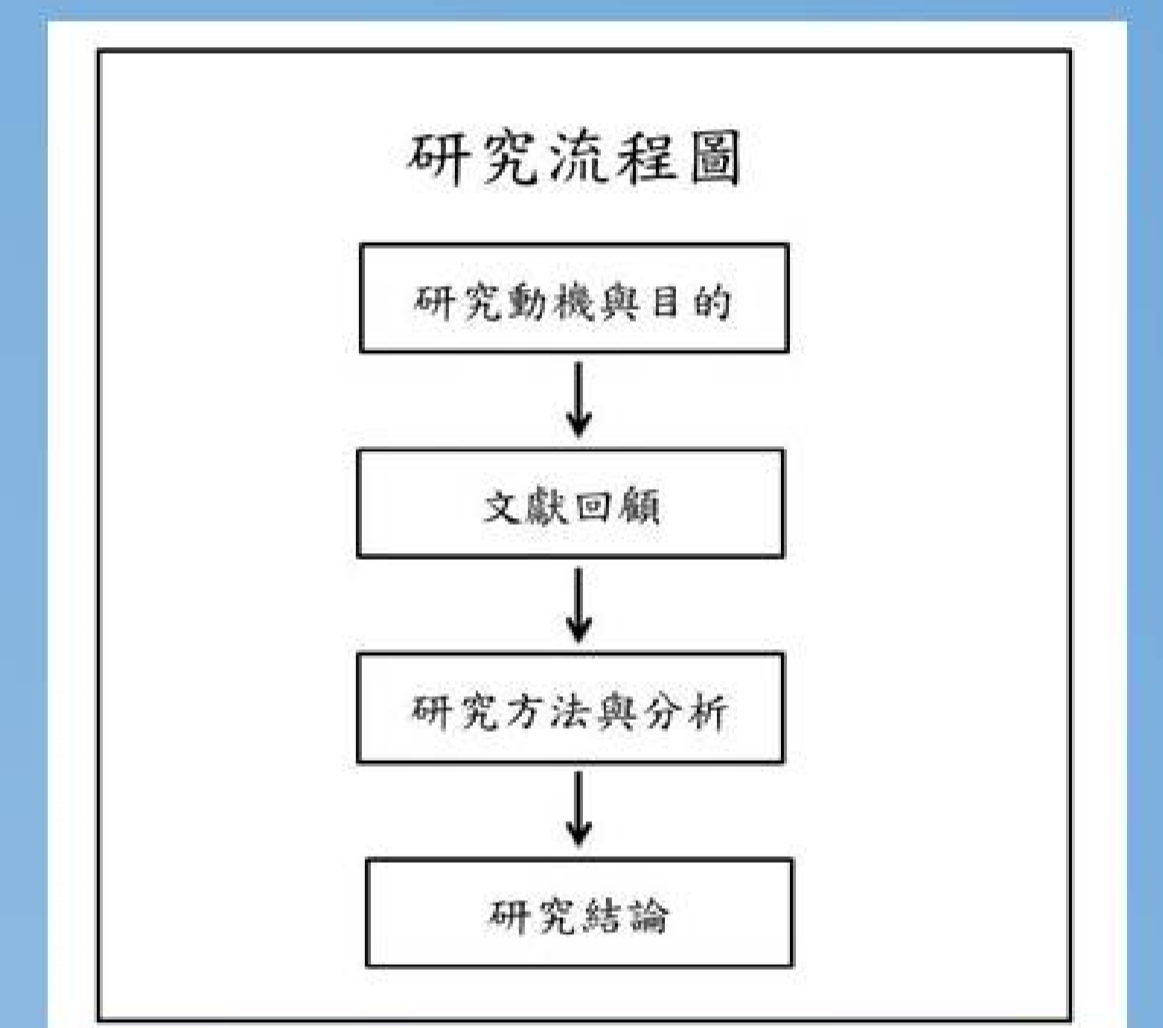
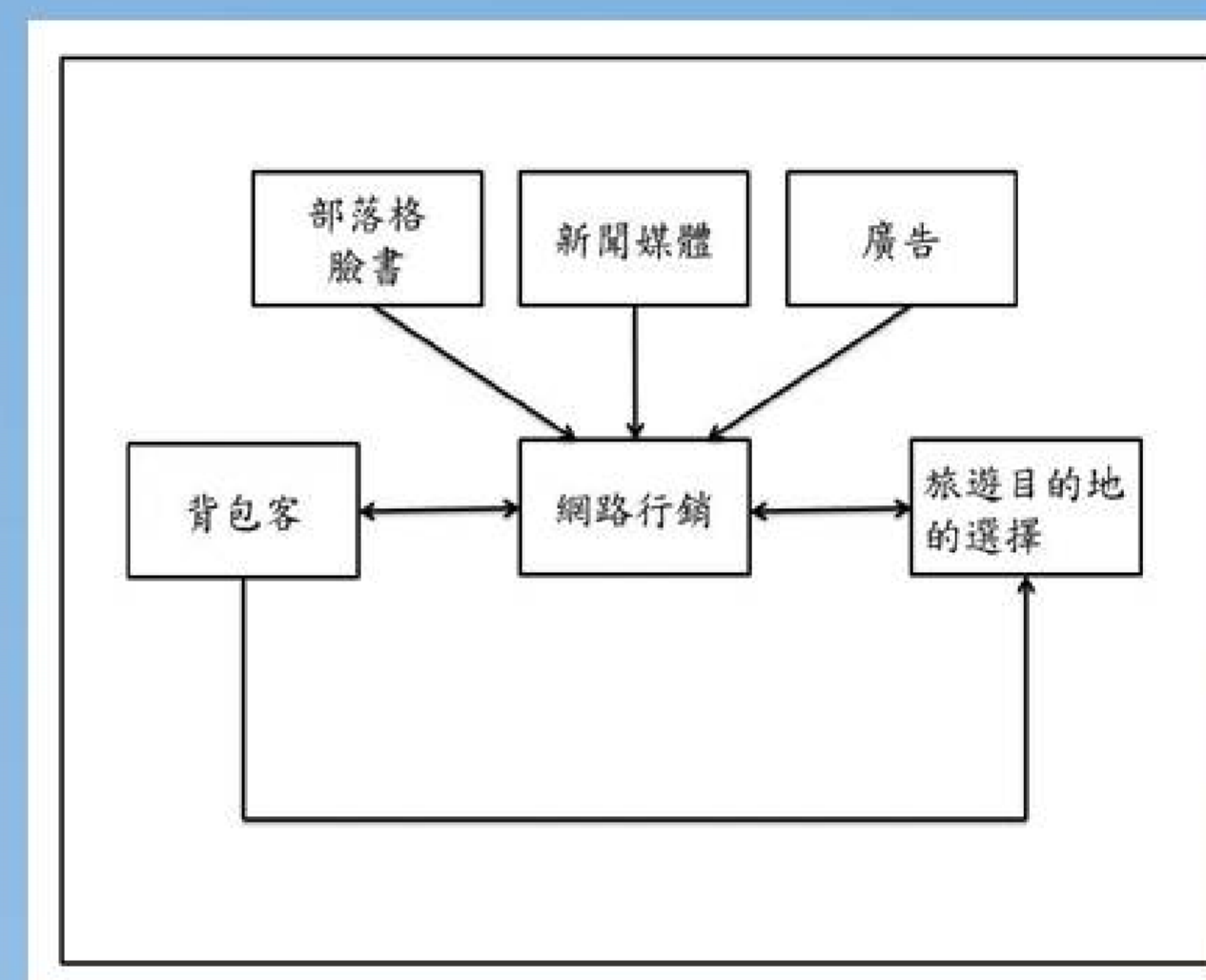
從圖的研究架構圖中可以看出，網路行銷有非常多的管道，像是部落格、臉書、Instagram等社交軟體、新聞報章雜誌或廣告去散播許多旅遊資訊，個人社交媒體比較偏向個人的經驗分享，常會在網路平台上分享自己的私密旅遊景點；而新聞媒體跟廣告比較偏向商業性的行銷，別於無利益的純粹分享，有時候更多是商業上的訊息來往。

背包客屬於不受團體旅遊限制的旅行者，在整個旅遊過程中，都獨立操作並執行。在網路媒體資訊流通迅速的時代，因為無法像大型旅遊公司擁有大量資源的龐大訊息網，背包客為了獲取自身無法取得的資訊，會大量尋求網路平台的資訊，接收許多網路上其他背包客的旅遊經驗，並以網路媒體評價良好的旅遊地點做為選擇去進行旅遊。在實際依照網路媒體評價良好的旅遊地點過後，可能會發現是名副其實或者明過其實。本研究試圖去了解背包客受到網路媒體行銷影響背後的因素以及其後續會引發的問題。

二、研究流程

本研究主要可以分為以下三個步驟

- (一)文獻分析背包客、網路行銷、旅遊目的地影響因素
- (二)深度訪談網路媒體評價對背包客旅遊地點選定的影響因素
- (三)分析訪談內容並歸納結論



第二節 研究對象與工具

一、研究對象

本研究以旁觀者的角度研究網路媒體評價對背包客旅遊地點選定的影響，針對對於擁有龐大資源背景的旅行團，屬於個體行動、自由安排行程的背包客作為研究對象，在選擇旅遊地點時是否會受到網路媒體評價的影響，網路媒體包括新聞報章雜誌或廣告、社交網路平台，例如facebook、Instagram...等，都是背包客獲取旅遊資訊的管道。

二、研究工具

本研究採用半結構訪談方式，首先會先擬定訪談的大綱，並且先對訪談對象的背景進行初步的了解，以利於訪談時的互動過程觀察。

(一)訪談對象

本研究採用滾雪球採樣(snowball sampling)方式進行，也就是透過人際關係相互引介下，尋找合適的訪談對象。本研究的訪談對象選擇包括：一、以背包客的身分出遊五次以上，出遊不足五次以上經驗稍嫌不足。二、曾自主規劃過行程者，且多次使用網路規畫行程者。因為本研究主要針對網路媒體的資訊是否影響旅遊地點的選定，因此，需要受訪者有過自主規劃行程的經驗。三、為讓訪談者能判斷受訪者所言內容，必須對受訪者的背景有所了解，因此在取樣上，優先選取研究者已有初步認識的對象。本研究將以上述幾點作為訪談對象的篩選標準，以期達到研究目標。

(二)研究者立場與位置

研究者同樣作為一位背包客，時常經歷旅遊選定時的困擾，在選定約略的旅遊方向後，會接著使用網路媒體檢索相關的旅遊介紹，比對不同的網誌評價，進而規劃自己的旅遊行程，但是在過程中，卻發現這樣的行為相當規格化，並且在旅遊過程中也會發現自己前往的地點已經成為人人嘴裡的「必去景點」，實際上只是統一了大多數行程的目的地，反思後會發現，一直在開發新的觀光景點的都是所謂的部落客，而想旅遊的背包客則跟著這樣的介紹規劃出遊，這會不會就是一種創造觀光景點的過程？

本研究希望藉由第三者的角度去了解目前臺灣背包客在旅遊地點選擇，或是行程規劃的過程中是否較容易受到網路評價的影響，並且會因為評價的高低而改變原先的旅遊規劃。

(三)訪談大綱

本研究的主要問題包括：一、被訪問者基本資料；二、曾經選擇作為背包客的原因；三、對旅遊地點的選擇方法；四、對網路的旅遊資源使用概況。

因此，本研究的訪談大綱，將會依循這四個大方向，在受訪者提供的資訊之上，逐步深入詢問。根據前述之文獻探討而擬定的訪談大綱，將分三個主題如下：

	主題大綱	預期取得資料內容方向
主題一	曾經選擇作為背包客的原因？	希望受訪者能闡述自己選擇成為背包客的原因，以及實際狀況為何。
主題二	對旅遊地點的選擇方法	希望受訪者能就實際經驗的闡述其以往選擇地點的喜好根據。
主題三	對網路的旅遊資源使用概況	希望能從訪談中，了解受訪者對網路資源的使用頻率、影響程度、實際執行狀況，以及是否自覺網路資訊對自身的影響。

因海報大小受限，故稍作擷取，若欲完整閱讀，請參閱文本。