



致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告



探討旅遊體驗、行善活動之關係— 以環保旅遊為例

指導老師：陳明郁老師

學生：楊依紋 (10933109)

周佩儀 (10933125)

楊佩欣 (10933135)

蔡依璇 (10933136)

鍾孟芯 (10933152)

中華民國 112 年 12 月

致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告

探討旅遊體驗、行善活動之關係— 以環保旅遊為例

學生：楊依紋（10933109）

周佩儀（10933125）

楊佩欣（10933135）

蔡依璇（10933136）

鍾孟芯（10933152）

本成果報告書經審查及口試合格特此證明

指導老師（親簽）：_____

中華民國 112 年 12 月

CTM實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為楊依紋、周佩儀、楊佩欣、蔡依璇、鍾孟芯 共 5 人，在致理科技大學商務科技管理系112學年度第1學期完成商管實務專題。

商管實務專題名稱：探討旅遊體驗、行善活動之關係-以環保旅遊為例

同意 不同意 本組同學共 5 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的在授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名(親筆正楷)：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

中華民國 年 月 日

誌 謝

此專題之完成，首先要感謝陳明郁老師的指導，在製作過程中遇到瓶頸時，適當給予一些靈感與建議，以助於我們有效排除困難，透過老師悉心的教導與鼓勵，我們才能按部就班的做好每一步，促使本專題能最好的呈現。

在專題開始時，我們對於環保旅遊方面的認知甚少，因此在老師的指導下，透過蒐集資料及查找文獻的方式，才慢慢有了初步的了解，乃至於後面能夠順利邀請到相關的專家進行深度訪談，不僅解決了主題相關內容的疑惑，還探討到其中的奧妙，以利後續訪問專家及問卷調查之內容，能夠順利的統整出資料，並作為此專題之參考依據。

而在專題的製作過程中，在與組員的團隊合作下，經由不斷的溝通、配合及努力，大家的貢獻及對專題之盡心盡力的態度都有目共睹，耐心分析、統整以解決所有研究問題，此專題才得以順利的完成。

最後也要感謝在背後默默支持我們的家人，不管在課業上做什麼決定，都會給予最大的尊重與鼓勵，感謝所有給予幫助的人，在此，都將化成動力帶領著我們邁向更好的發展繼續前進。

摘要

近年來台灣因為疫情的關係，社會、經濟等層面都受到影響，而原先的美麗風景區垃圾累積狀況卻未隨之減少，未來隨著疫情減緩國境解封，將迎來報復性旅遊潮，垃圾處理為一大考驗。現代人對於環保與公益重視程度越來越高，公益旅遊也逐漸備受青睞，具有廣闊的發展前景。因此我們透過環保旅遊平台以旅遊的方式，號召志願者或配合學校校外教學的活動，將旅遊結合環保行善活動，還能透過募資地區所需物品，來有效幫助當地居民，順勢強化及推廣當地文化發展，如此，既能促進人與人之間的交流，還能使參與環保公益活動的人們獲得心靈層面的成就、滿足與昇華，甚而帶動社會環保風潮，倡導綠色環保旅遊，以環境衝擊最小的旅遊模式來愛護地球，除了推廣公益行善理念，亦能兼顧經濟效益與環境永續發展目標(SDGs)。本文研究目的是探討以旅遊為基礎，在行程內添加公益服務，形成新形態的休閒活動，這將讓旅行不只是單純的休閒享樂，而能更進一步與當地社會深度互動，甚而能在服務的過程中自我學習與成長，進而達成發展永續觀光的理念，期望能在疫後成為學生族群環保公益類校外教學活動的首選，或是國內外志工團客、自由行旅客從事旅遊活動時的另一種選擇。

關鍵詞：旅遊、環保、公益

目 錄

授 權 書.....	3
誌 謝.....	4
摘 要.....	5
目 錄.....	6
圖 目 錄.....	8
表 目 錄.....	9
第一章 緒論	10
第一節 研究動機	10
第二節 研究目的	10
第二章 文獻探討	11
第一節 旅遊	11
第二節 環保	11
第三節 公益	12
第三章 研究方法	13
第一節 研究方法	13
第二節 問卷	13
第三節 訪談	15
第四章 研究結果	17
第一節 系統架構	17
第二節 營運模式	19
第五章 產業情報分析.....	19
第一節 大環境趨勢情報分析	19
第二節 五力分析	20

第三節	SWOT分析	20
第四節	市場目標定位分析	21
第五節	商業模式分析	22
第六章	行銷策略	23
第一節	產品策略	23
第二節	價格策略	23
第三節	宣傳促銷策略	23
第四節	通路策略	24
第五節	人員訓練策略	24
第六節	有形展示策略	24
第七節	服務流程策略	25
第七章	研究結論與建議	25
第一節	結論	25
第二節	後續研究建議	25
參考文獻	27
附錄一：問卷調查結果	29
附錄二：專家訪談題綱	29

圖 目 錄

圖1、問卷結果分析	圖2、問卷結果分析..... 14
圖3、問卷結果分析	圖4、問卷結果分析..... 15
圖5、系統架構圖..... 17	
圖6、平台介面圖..... 18	

表 目 錄

表1、受訪者資訊.....	15
表2、編碼規則.....	15
表3、目標市場.....	21
表4、商業模式九宮格.....	22