

國立臺灣師範大學工業教育學系

碩士論文

指導教授：胡茹萍 博士

科技大學餐旅群學生海外實習組織社會化情形與體驗
價值之研究

**A Study on Organizational Socialization Situation and Experiential Value
of Hospitality Overseas Internship Students in the Technological
Universities**



研究生：董莉曼 撰

中華民國一〇二年二月

摘要

本研究旨在探討科技大學餐旅群海外實習學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值現況，並探究不同個人背景因素對於餐旅群海外實習學生之組織社會化情形與體驗價值之差異，以及更進一步探討餐旅群海外實習學生之組織社會化情形與其體驗價值間是否有關聯性。

本研究採取便利取樣的抽樣方式，以 99 學年度參與海外實習並已完成歸國之餐旅群海外實習學生為問卷發放對象，總共發放問卷 62 份，回收有效問卷 51 份。所得資料以描述性統計分析、驗證性因素分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及結構方程式進行資料分析。研究結果顯示，海外實習機構適度提供餐旅群海外實習學生一套明確的規範，有助於餐旅群海外實習學生在海外實習機構之工作表現、人際關係及提升體驗價值。此外，研究結果也發現在餐旅群海外實習學生對於辦理海外實習課程相關單位所提供之資訊、訓練課程之專業品質以及參與海外實習時環境安全等事項所感受到之體驗價值最低。可知，海外實習機構提供一套較為清楚、明確的標準給學生以及優先改善辦理海外實習課程之品質，應可使海外實習課程之推動與進行更為順利。

本研究共獲得六項結論，並且提出對教育主管機關、學校、海外實習機構、餐旅群海外實習學生以及後續研究者之建議共十五項，希望能作為日後辦理海外實習之相關單位推動海外實習課程，以及餐旅群學生參與海外實習作為參考。

關鍵字：海外實習、組織社會化、體驗價值

Abstract

The purpose of this study was to explore the organizational socialization situation and experiential value of the hospitality overseas internship students in the technological universities, and overseas internship students' personal background factors cause them difference in the organizational socialization situation and experiential value, and further explore the relationship between organizational socialization situation and experiential value.

Subjects in this study were selected by convenience sampling method. The selected subjects, who were overseas internship students participation in overseas training and has completed. A total of 62 questionnaires were distributed with 51 valid questionnaires were returned. Information obtained from questionnaires are analyzed by description statistic, confirmatory factor analysis, independent sample t test, analysis of variance and structural equation model. As a result of this study, the overseas institutions provided overseas internship students a clear set of rules, to help overseas internship students' work performance, interpersonal relationship, and enhanced the experience value. Besides, overseas internship students perceived the lowest experiential value from the information provided by internship organizers, the quality of professional training courses, and security of the overseas internship environmental. To smoothly promote the overseas internship, a more clearly set rules from overseas institutions should be priority and the improving of quality of overseas internship program .

The 6 conclusions obtained from this study, and based on the study results, the author provides 15 recommendations for the references to education authorities, the University of Technology, overseas institutions, the hospitality

overseas internship students and the follow-up researchers.

Key Words : overseas internship, organizational socialization, experiential value

謝 誌

總覺得自己是幸運的，能夠進入研究所就讀，在師長的諄諄教誨、循循善誘之下，與同學的相互砥勵中，我所學習到的不僅只是在學業上的知識，亦包含了生活的態度與獨立研究的精神。時光荏苒，研究所的求學生涯即將結束，我的心中除了些許的不捨，充滿的是對許多人的感激。

首先很感謝指導教授胡茹萍博士的悉心指導與關懷，在學生撰寫論文期間，老師總是撥冗與我討論，給予我彈性的研究空間以及許多寶貴的建議，在寫作邏輯與技巧上更是不厭其煩，給予我詳盡的指導，令學生受益良多。在此，謹向恩師獻上最誠摯感謝之意。

再者，要感謝口試委員李校長大偉、張所長國保、洪教授榮昭與劉副教授曉芬，對學生論文的指正與建議，使學生在論文內容邏輯性與嚴謹度上能有所改進、臻於完整。也萬分感謝協助問卷發放之各校人員，使學生在問卷發放的過程中，能更加順利。

修課期間，感謝所上所有教授，常常給予我許多課程上之指導與建議。在此，獻上萬分感激。在研究所期間，要感謝信南學長、尉伶學姊的熱心協助，給予我在研究上寶貴的意見；感謝研究所同學秀敏、其瑞、聖明、凱欣、瑋倫等益友的陪伴與鼓勵，讓我在研究所就讀的時光更加美好；而學弟、妹們也給予我最大的支持，感謝崇暉、維倫、靜姿。

另外，衷心感謝身旁所有的長輩以及親朋好友們適時地給予我關懷與溫暖。謝謝宗佑、詩穎、秀璟、怡君、雅筑、衍安、志倫，因為你們，使我在論文撰寫遭遇困難時，能夠不氣餒、努力的去克服。最後，我要感謝我最親愛的家人對我無盡的付出與愛護，使我的求學之路無後顧之憂，家人的支持總是最堅強的後盾，謝謝您們，我愛您們！

董莉曼 謹誌于

國立臺灣師範大學 工業教育學系碩士班

目次

中文摘要.....	i
Abstract.....	iii
謝誌.....	v
目次	vii
表次	ix
圖次	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的與問題	6
第三節 重要名詞解釋	9
第四節 研究範圍與限制	11
第二章 文獻探討	15
第一節 餐旅群學生之海外實習.....	15
第二節 組織社會化內涵之探討.....	22
第三節 體驗價值內涵之探討.....	36
第四節 餐旅群實習學生海外實習之相關研究.....	45
第五節 本章小結.....	53
第三章 研究設計與實施.....	57
第一節 研究架構與假設.....	57
第二節 研究方法.....	61
第三節 研究對象與抽樣.....	61
第四節 研究工具.....	62
第五節 研究流程.....	67
第六節 資料處理與分析.....	71
第四章 資料分析與討論.....	73
第一節 樣本結構分析.....	73
第二節 研究變項之描述統計.....	76
第三節 研究變項之驗證性因素分析.....	82
第四節 背景變項之t檢定分析.....	89
第五節 背景變項之單因子變異數分析.....	97
第六節 研究模型之結構方程模式分析.....	108
第五章 結論與建議.....	121

第一節 主要研究發現.....	121
第二節 結論.....	124
第三節 建議.....	128
參考文獻.....	135
附錄一 餐旅群學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值之調查問卷 （專家效度）.....	149
附錄二 專家效度審查意見整理.....	159
附錄三 餐旅群學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值之調查問卷	175

表次

表2-1	科技大學餐旅群學生海外實習情形概況表.....	21
表2-2	組織社會化策略分類表.....	29
表2-3	體驗價值衡量表.....	43
表2-4	餐旅群學生海外實習之相關研究論文.....	48
表3-1	各校海外實習學生人數表.....	62
表3-2	本研究專家效度審查之專家名單.....	65
表4-1	樣本次數分配表.....	75
表4-2	組織社會化策略各構面描述性統計表.....	76
表4-3	組織社會化策略各題項描述性統計表.....	77
表4-4	組織社會化程度各構面敘述性統計表.....	79
表4-5	組織社會化程度各題項描述性統計表.....	80
表4-6	體驗價值各構面敘述性統計表.....	81
表4-7	體驗價值各題項描述性統計表.....	82
表4-8	組織社會化策略量表之驗證性因素分析.....	84
表4-9	修正後組織社會化策略量表之驗證性因素分析.....	85
表4-10	組織社會化程度量表之驗證性因素分析.....	86
表4-11	體驗價值量表之驗證性因素分析.....	87
表4-12	組織社會化策略之區別效度分析暨變數相關係數表.....	88
表4-13	組織社會化程度之區別效度分析暨變數相關係數表.....	88
表4-14	體驗價值之區別效度分析暨變數相關係數表.....	89
表4-15	性別對組織社會化程度之t檢定表.....	90
表4-16	性別對體驗價值之t檢定表.....	91
表4-17	赴海外實習前之餐旅工作經驗對組織社會化程度之t檢定表.....	93
表4-18	赴海外實習前之餐旅工作經驗對體驗價值之t檢定表.....	94

表4-19	海外實習部門輪調次數對組織社會化程度之t檢定表.....	95
表4-20	海外實習部門輪調次數對體驗價值之t檢定表.....	97
表4-21	不同餐旅相關證照張數在組織社會化程度之差異分析.....	98
表4-22	不同餐旅相關證照張數在組織社會化程度子構面之差異分析....	99
表4-23	不同餐旅相關證照張數在體驗價值之差異分析.....	100
表4-24	不同餐旅相關證照張數在體驗價值子構面之差異分析.....	101
表4-25	不同海外實習機構所在之國家在組織社會化程度之差異分析..	103
表4-26	不同海外實習機構所在之國家在組織社會化程度子構面之差異分析.....	104
表4-27	不同海外實習機構所在之國家在體驗價值之差異分析.....	106
表4-28	不同海外實習機構所在之國家在體驗價值子構面之差異分析..	107
表4-29	模式內在結構適配度.....	110
表4-30	一階層構面與二階層構面間之路徑分析係數表.....	111
表4-31	二階層構面之路徑分析係數表.....	111
表4-32	研究變項子構面之整體模式適配度.....	114
表4-33	組織社會化策略與組織社會化程度之子構面間路徑係數表....	115
表4-34	組織社會化策略與體驗價值間之子構面間路徑係數表.....	117
表4-35	組織社會化程度與體驗價值之子構面間路徑係數表.....	118

圖次

圖2-1 體驗價值的類型.....	41
圖3-1 研究架構圖.....	58
圖3-2 研究步驟流程圖.....	70
圖4-1 組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值之路徑分析圖.....	112

第一章 緒論

本研究針對科技大學餐旅群海外實習學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值進行研究分析，旨在探討海外實習機運用之組織社會化策略、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度與體驗價值為何，及三者間之相互關係為何。本章共以四節分述之，首先說明研究背景與動機，其次敘明研究目的與待答問題，並對重要名詞加以解釋與定義，最後說明本研究之研究範圍與限制。

第一節 研究背景與動機

壹、研究背景

一、餐旅產業的發展可以降低失業率，且開放陸客來臺使餐旅產業仍有相當大的成長空間，更有其發展的必要性

在社會環境快速變遷的衝擊之下，我國的產業結構亦逐漸轉型為以服務導向為主的經濟社會，根據我國行政院主計處提供的「我國產業結構變動」資料顯示，我國服務業實質產值佔國民生產毛額的比重，自西元 2003 年的 67.08% 以來，到近幾年，如 2008 年的 69.35%、2009 年的 69.30%，2010 年則回復至 67.08%，2010 年到 2011 年又開始呈現成長的趨勢，提升為 68.71%，服務業佔國內生產毛額始終維持一定的比重(行政院，2011b)。此外，在綜合因素影響下，服務業總實質產值比 98 年成長了 6.18%，其中以住宿及餐飲業的成長幅度居服務業各業成長率之冠(行政院，2011a)，全國商業總會理事長張平沼指出因應產業結構的改變，欲降低失業率最有效的方法是發展餐旅產業，因為餐旅產業包含範圍甚廣，住宿、交通、餐飲等問題皆涵蓋在其中(張平沼，2011)。

中華經濟研究院副所長王素彎則表示，臺灣餐旅產業依據客群所需之不同，其市場可概分為內需(休閒)以及外需(觀光)兩大類，以客源國

家來說，前五名依序為中國大陸、日本、港澳地區、美國、韓國（王素鸞，2011），且隨著兩岸經濟協議（Economic Cooperation Framework Agreement, ECFA）於2010年9月12日開始生效，2010年來臺觀光的旅客第一次突破500萬人次，是60年以來最高，且2010年觀光外匯產值高達2,600億元以上，（中華民國全國商業總會，2011），足見發展餐旅產業的重要性。

二、餐旅技職教育為餐旅產業人力資源培養之推手，培育國際化人才則為餐旅技職教育發展之重點

根據行政院主計處之人力資源調查統計結果顯示，目前市場上的餐旅人力來源仍以技職體系為主（行政院，2011c），而技職教育在培育人力資源上有別於普通教育之一項彌足珍貴的措施就是建教合作的制度，其教育之本質係屬職業性的，學校與產業透過建教合作的方式使學生進行校外實習，發揮產學合作的精神，期望能夠讓學生藉由到業界實際操作，將學校與工作場所相互連結，提升學生自身的專業技能，符合企業人力需求之實際經驗，以彌補學校教育所缺乏的實務經驗（彭顯筑，2008），有學者更進一步指出若將學生至業界實習時間延長，對於學生學習實務操作是具有正面效益的（中華民國全國商業總會，2011）。

目前我國餐旅產業呈現持續成長之情形，也造成了餐旅產業人力需求缺口不斷加速攀升，然產業環境不適合存在長期的學徒制，因此，企業界更希望學生能在正式進入職場工作前，就先擁有與餐旅產業經營運作等相關之知識及經驗（吳紀美、黃宥蓁，2010），由此可知，校外實習已經成為技職教育體系培養餐旅產業人力資源之課程規劃中不可或缺的一環。

餐旅教育實施校外實習制度在我國已經行之有年，近幾年更成為各校所強調之特色教學，彭顯筑（2008）指出我國高等技專校院的設立宗旨為培育專業技術之人才，其課程發展應該與整體經濟環境變動具有高度之互動，安排適切的實習環境供學生學習。而國內餐旅教育未來之課程發展趨

勢，國際化正是其重點之一，餐旅教育本來即為國際性的教育，除了課程將走向國際餐旅管理的發展，也應將培育人力推向世界的舞台（邱筠惠，2010）。在歐盟的職業教育與訓練中，亦有人力流動（mobility）的概念，流動計畫為歐盟為實施職業訓練政策所提出的達文西計畫內涵之一，計畫的對象包含有職業教育與訓練之教育人員及學生，在學生方面，其所強調的是透過讓學生進行跨國的交換訓練，使學生可以得到在個人、國家以及文化等方面的刺激與交流，進而提升國際觀及跨國就業力（European Commission, 2004）。因此，我國技專校院餐旅群之科系為配合未來競爭市場全球化、人力需求國際化的趨勢，逐步將校外實習課程擴辦至海外，以培育出具備國際化視野與專業技能的人力資源，已經成為各校餐旅群之科系發展校外實習課程的重點。

貳、研究動機

一、培育餐旅產業之人力資源為我國發展餐旅產業的關鍵

2011年我國政府更進一步開放陸客自由行，兩岸往來深化的結果勢必將為國內餐旅產業帶來新的商機與威脅（蔡依倫，2011），因此，提升餐旅產業的服務品質應當是我國必須重視之課題。而臺灣餐旅產業能否朝向深度化、精緻化的發展，學者認為人才培育是我國餐旅產業發展的重要關鍵（中華民國全國商業總會，2011）。

技職教育在我國向來扮演著培育技術人才，促進臺灣經濟與社會發展的重要角色，由研究背景可知，目前，技職教育為培育市場上餐旅產業人力資源的主流教育，技職教育之校外實習更是市場上餐旅人力資源之主要來源。在全球化的趨勢下，培育餐旅產業之相關技術人才也逐漸走向國際化，因此，餐旅群學生之海外實習不僅是各校發展校外實習之重點，同時也是我國餐旅產業發展之關鍵。

二、技專校院學生進行海外實習為政府推動之重點政策

2009 年教育部推出技職教育再造方案，以「強化務實致用特色發展」及「落實培育技術人力角色」為出發點，分成 5 個推展層面，提出 10 項施政策略，透過逐步逐階段的實施技職教育再造方案，達到「改善師生教學環境、強化產學實務連結、培育優質專業人才」的目標。方案中的策略 3：「落實學生校外實習課程」清楚指出除了鼓勵學校逐年提升學生校外實習比率，亦應擴大辦理學生至國外實習（教育部，2009）。因此，教育部也明訂出補助技專校院開設校外實習課程作業要點，99 學年度開始補助技專校院學生赴海外實習（教育部，2010）。由此可知，學校與政府都相當重視海外實習，企業更是希望能夠引進具備國際觀的人才。

海外實習的目的之一在於使學生提早體驗職場，體驗（Experience）指的是個體透過參與活動，在個人與環境的互動之下，創造出消費者主觀意識之心理感受（Pine & Gilmore, 1998）；體驗價值則是指消費者為了達成自己的目的或意圖，與貨品或服務互動，經過互動後對貨品及服務的認知及偏好（Mathwick, Malhotra, & Rigdon, 2001）。體驗包含參與教育活動（Pine & Gilmore, 1998），研究者認為餐旅群海外實習學生進行海外實習之過程即為一種體驗，而體驗價值會影響消費者對產品、服務以及活動等需求和持續體驗的動力（Lee & Lin, 2011），所以提升海外實習學生之體驗價值，創造美好的回憶，可以幫助後續海外實習課程的推動及推廣。因此，本研究以曾參與過海外實習之餐旅群學生為研究對象，在政府想積極推動海外實習之際，瞭解餐旅群海外實習學生之體驗價值為何？以作為各相關單位改進海外實習制度之參考，此為本研究之研究動機之二。

三、良好的組織社會化有助於組織新進成員適應組織

關於組織社會化（organizational socialization）的研究，可以區分為被

動及主動二種觀點，被動的研究觀點係指組織運用組織社會化策略來影響新進人員的行為，並加速其組織社會化過程；主動的研究觀點則認為，新進人員在組織社會化過程是一個主動者的角色（盧建中、向大威，2007），是個體為了調適一個新工作或組織角色的主要過程（Chao, O'Leary-Kelly, Wolf, Klein, & Gardner, 1994）。組織社會化能夠協助組織成員從外部人變成內部人，且對於個人、群體以及組織之績效有很大的影響（劉怡蘭，2006）。組織社會化是一個持續性的概念，但一般認為最關鍵的時期是成員進入組織之前和剛進入組織的時期，因為在這段期間中組織成員容易有較多的不確定，而且可能面臨的調適問題也較為強烈，因此，目前大多數組織社會化的研究重點擺在對新進人員的研究較多（Klein & Weaver, 2000）。

Reichers、Wanous 與 Steele（1994）認為組織社會化對組織新進成員的工作行為及態度有重要的意涵，新進者調適組織的程度會影響他們能否完全發揮功能。因此，組織成員的組織社會化不僅對組織成員有重大的意義，對企業的運作也相當重要。企業如何運用組織社會化策略（tactics），協助組織新進成員加速適應工作環境與發揮能力，進而對組織產生實質的貢獻，並且留住優秀之人才，是目前相當值得探討的議題（溫金豐、黃智、陳均竹、蘇蕙君，2000）。

綜前所述，餐旅群海外實習學生到海外實習機構進行實習時，可能面臨的不適與問題，就如同一個組織的新進成員可能會遭遇之困難，海外實習學生初期可能因為懷抱熱情而對工作充滿憧憬與期待，卻到正式接觸後，才發現內部可能有許多需要學習與面對的課題，例如：陌生之工作環境、待客技巧、文化差異、人際關係等。故餐旅群海外實習學生在海外實習過程中逐漸融入組織，並能勝任自己的工作職掌，此一過程可以視為海外實習學生的組織社會化過程。而 Robbins 指出，在諸多能鼓勵餐飲服務人員之方法中，最為重要的是由組織提供支持，這不僅可以轉化餐飲服務人員

對於餐飲業工作時間過長、角色壓力等所生成的無力感，亦可使成員願意為組織盡心盡力（引自陳瑞娟、劉修祥、陳美玲，2011）。因此，研究者認為在海外實習過程中，海外實習機構運用合宜的組織社會化策略能有助於提升餐旅群海外實習學生的組織社會化，甚至是體驗價值，故瞭解海外實習機構對餐旅群海外實習學生所運用之組織社會化策略為何，以及海外實習機構運用組織社會化策略對餐旅群海外實習學生之組織社會化與體驗價值之影響為何？為本研究之研究動機之三。

四、國內對海外實習之相關研究並不多見

綜前所述，可知發展海外實習已為政府與學校推動、辦理校外實習課程之重點。國內學者對於餐旅教育之實習制度與成效亦有諸多相關研究，但其研究範圍多以學生在國內進行校外實習為主，而以到海外實習的學生為研究對象之相關研究並不多見。因此，研究者希冀在政府鼓勵推動學生至海外實習之際，用組織社會化的觀點，以海外實習學生為海外實習機構之組織新進成員，探討海外實習機構所使用之組織社會化策略與餐旅群海外實習學生之組織社會化程度，並進一步瞭解海外實習學生之體驗價值為何以及組織社會化是否對體驗價值造成影響，以對辦理海外實習之相關單位提出建議。

第二節 研究目的與問題

依前述之研究背景與動機，本研究以教育部產學合作資訊服務中心所調查有辦理餐旅群學生海外實習學校之海外實習學生為對象，瞭解餐旅群海外實習學生組織社會化之情形與組織社會化情形對海外實習學生體驗價值之影響，透過組織社會化與體驗價值的角度探討，更加瞭解海外實習學生的實習情形，並藉由研究結果提供辦理海外實習之相關單位參考。

壹、研究目的

綜上所述，本研究之研究目的臚列如下：

- 一、瞭解海外實習機構對餐旅群海外實習學生組織社會化之實施方式。
- 二、瞭解餐旅群海外實習學生之組織社會化程度及其差異。
- 三、瞭解餐旅群海外實習學生之體驗價值情形及其差異。
- 四、瞭解海外實習機構對海外實習學生組織社會化之實施方式、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度及其體驗價值三者間之相關情形。

貳、待答問題

根據上述研究動機與目的，本研究所要探討的具體問題如下：

「根據研究目的一」

- 一、探討海外實習機構對海外實習學生運用之組織社會化策略為何？

「根據研究目的二」

- 二、探討餐旅群海外實習學生之組織社會化程度為何？
- 三、探討餐旅群海外實習學生在不同的個人背景變項上對組織社會化程度之差異性為何？

(一) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「性別」之不同而有所差異？

(二) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「赴海外實習前之工作經驗」之有無而有所差異？

(三) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」之有無而有所差異？

(四) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「取得餐旅相關證照之張數」不同而有所差異？

(五) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「實習部門數」之不同而有所差異？

(六) 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是否因「海外實習機構所在之國家」之不同而有所差異？

「根據研究目的三」

一、探討餐旅群海外實習學生之體驗價值為何？

二、探討餐旅群海外實習學生在不同的個人背景變項上對體驗價值之差異性為何？

(一) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「性別」之不同而有所差異？

(二) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「赴海外實習前之工作經驗」之有無而有所差異？

(三) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」之有無而有所差異？

(四) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「取得餐旅相關證照之張數」不同而有所差異？

(五) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「實習部門數」之不同而有所差異？

(六) 餐旅群海外實習學生之體驗價值是否因「海外實習機構所在之國家」之不同而有所差異？

「根據研究目的四」

一、海外實習機構所運用之組織社會化策略與餐旅群海外實習學生之組織社會化程度間之關聯性為何？

二、海外實習機構所運用之組織社會化策略與餐旅群海外實習學生之體驗價值間之關聯性為何？

三、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度與其體驗價值間之關聯性為何？

第三節 重要名詞解釋

針對本研究涉及有關重要名詞的定義及意涵，為便於瞭解，茲將本研究探討之重要名詞界定如下：

壹、科技大學

科技大學在我國技職教育學制中屬於高等技職教育，依據《大學法》設立，其宗旨為培養高級專業及實務人才。科技大學可以招收副學士班生、學士班生、碩士班生，以及博士班生。截至 2011 年 3 月 12 日教育部統計，公私立之科技大學共計有 49 所（教育部，2011b）。

貳、海外實習

本研究所指海外實習，係指科技大學的學生，親赴大陸地區以外之境外地區進行與其專業相關之訓練。

參、組織社會化情形

組織社會化理論係指個體進入一個組織後，開始逐漸涉入組織文化、價值觀與期望等，並在組織中與組織成員有所互動，進而調整自己以適應特定組織角色之過程。本研究所指餐旅群實習學生海外實習之組織社會化情形，共進行三部分的探討，其一，在於瞭解海外實習機構對於海外實習學生所運用之組織社會化策略為何；其二，則欲瞭解參與海外實習之餐旅群實習學生其組織社會化程度為何；第三，則探討海外實習機構運用組織社會化策略與海外實習學生之組織社會化程度間之關聯性。

前述之組織社會化策略與組織社會化程度之操作性定義界定如下：

一、組織社會化策略

組織所使用之組織社會化策略可分為兩類：制度式組織社會化策略與個別式組織社會化策略，以餐旅群海外實習學生在組織社會化策略量表所得之總平均數做為區分，總平均數高於3分時，代表海外實習機構運用之

組織社會化策略為制度式組織社會化策略；反之則代表海外實習機構所運用之組織社會化策略為個別式組織社會化策略。運用制度式組織社會化策略指的是組織給予新進成員結構化的早期工作經驗，使新進人員接受組織所期望、預定的角色，以維持組織現有的狀態；而運用個別式組織社會化策略之組織強調的則是保留新進人員的特質，即組織意圖用模糊的工作情境鼓勵員工檢視、挑戰現況，使他們自己去詮釋並創造組織中的角色(Jones, 1986)。

二、組織社會化程度

本研究所指之餐旅群海外實習學生組織社會化程度，旨在瞭解學生在海外實習機構內之工作學習成果、人際關係與對海外實習機構的知覺狀況。其衡量內容包含：

- (一) 工作熟練度面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生在工作上所需知識、能力及技巧之掌握程度。
- (二) 人際關係面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生在組織中之人際互動情形。
- (三) 行業與組織語言面向：旨在衡量餐旅群海外實習學生對自己工作產業中，以及海外實習機構內所使用專業術語之瞭解程度。
- (四) 機構認識與認同面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生對海外實習機構之瞭解與認同情形。

肆、體驗價值

本研究所指之體驗價值為個體在體驗活動的過程中，因為經驗而產生的主觀感受，其感受即為個體的體驗價值。餐旅群海外實習學生參與海外實習之體驗價值衡量內容包含：

- (一) 投資報酬面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生因參與海外實習所投入金錢、時間、行為及心理層面上等付出之資源後，對於

海外實習活動所產生回報之價值感受。

(二) 服務優越性面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生對海外實習活動所提供之資訊、專業性品質、環境安全等服務所產生之主觀感受。

(三) 內在性價值面向：旨在瞭解餐旅群海外實習學生因海外實習體驗活動所引發出之情感價值，未必有實質的效益。

第四節 研究範圍與限制

為符應全球化的潮流，國際化教育成為各國教育發展的重點(張憲庭，2010)，海外實習課程即屬於國際化教育之一種，然各校在海外實習課程的辦理、實施之時間及背景因素並不全然相同，本節茲說明本研究之範圍與限制。

壹、研究範圍

一、研究對象

本研究主要在瞭解國內科技大學餐旅群學生海外實習組織社會化情形與其體驗價值，並探討學生之組織社會化情形與其體驗價值是否有關聯。透過文獻探討可知，100 學年度辦理海外實習課程之學校共有 11 所，但各校辦理之方式、學生參與之期程皆有所不同。由於，組織社會化是一段新進成員適應組織的歷程，且可能是段為期較長之歷程，故本研究係以各校剛參與海外實習課程為期一年已完成之歸國學生，即各校在 99 學年度進行海外實習之學生為主要研究範圍。

二、研究變項

本研究所關注的主要變項為組織社會化策略、組織社會化程度以及體驗價值此三變項。

(一)就組織社會化策略而言，目前多數研究皆是參考 Van Maanen 與

Schein(1979)對組織社會化策略的說明,以及之後 Jones (1986) 依照 Van Maanen 與 Schein (1979) 對組織社會化策略的概念性定義所發展出之衡量工具,故本研究在組織社會化策略此變項上係依前述研究者定義、分類方式為範圍。

(二) 就組織社會化程度變項而言,本研究欲探究餐旅群海外實習學生在海外實習時,其個人工作的學習成果和對組織的知覺狀況,過去研究多以 Chao 等人(1994)所發展的「工作熟練度」、「人」、「政治」、「語言」、「組織目標與價值」和「歷史」等六個構面作為衡量。本研究考慮到研究性質以及研究對象的特性,保留 Chao 等人(1994)所提之「工作熟練度」、「人」以及「語言」三項構面,依 Chao 等人(1994)之定義與分類方式為範圍。此外,為求能更容易清楚構面之內容,研究者將「人」此構面重新命名為「人際關係」,「語言」此構面則重新命名為「行業與組織語言」;「組織目標與價值」和「歷史」構面則參考 Chao 等人(1994)之定義,修改合併成「機構認識與認同」構面,其定義為:組織成員對組織的文化、背景、傳統、組織目標以及組織價值觀等的認識與認同。

(三) 就體驗價值變項而言,本研究係參考 Mathwick 等人(2001)所提出的「消費者投資報酬」、「服務優越性」、「美感」、「玩樂性」等體驗價值構面,保留「消費者投資報酬」與「服務優越性」兩項構面,依 Mathwick 等人(2001)之定義為範圍。而為求能更精簡構面名稱,故將「消費者投資報酬」重新命名為「投資報酬」。

此外,Mathwick 等人(2001)之體驗價值衡量構面雖然有四項構面,但其又將「消費者投資報酬」以及「服務優越性」構面歸類為外

在價值；「美感」與「玩樂性」則歸類為內在體驗價值構面。研究者考量到研究的性質與需求，故不以 Mathwick 等人（2001）用美感與玩樂性為衡量構面之分類方式，而係以內在價值的概念作為本研究衡量體驗價值之第三個構面，其構面名稱為「內在性價值」，定義則係指個體因透過體驗活動而引發出對某事物產生之情感，未必有實質的效益。

貳、研究限制

本研究因人力、時間及經費等因素有限，因此造成以下的研究限制：

（一）研究工具方面

本研究在各變項的構面皆參考國外學者的問卷發展而成量表為主，然因研究對象並不完全相同，雖在發展各量表中已經儘量整合各要素，但仍可能忽略其他細微的部份。

（二）研究方法方面

本研究採取量化的研究方法，以問卷為調查工具，進行資料蒐集。但受試者對於問卷題目是否能完全理解並誠實填答，受到受試者本身之抽象特質影響，因此，在進行統計分析時，可能產生偏誤的現象。故研究結果需不宜作過度之推論。

（三）樣本方面

本研究在時間、成本、人力上之種種限制之下，僅能進行小規模之抽樣，在樣本數方面，本研究所回收之有效樣本數，符合且大於過往學者進行研究所提出之樣本數標準（Chin, Marcolin, & Newsted, 2003；邱皓政，2011；潘瑛如、方崇雄，2010）。本研究屬於小樣本之研究，故研究者以部分最小平方法(partial least squares, PLS)進行模型檢驗，利用 PLS 分析的優點之一在於樣本需求量不受限制，但當樣本越大，PLS 可以獲得的結果也較為穩健（邱皓政，2011），因此，樣本

數小與樣本特性對研究結果所產生的影響，亦為本研究限制之一。

第二章 文獻探討

本研究旨在瞭解科技大學餐旅群學生參與海外實習之組織社會化與體驗價值之情形，因此，本章就所蒐集與海外實習、組織社會化、體驗價值等相關文獻資料，予以整理、歸納和分析，作為理論基礎。全章共分為五小節，第一節為餐旅群學生之海外實習；第二節為組織社會化內涵之探討；第三節為體驗價值內涵之探討；第四節為餐旅群實習學生海外實習之相關研究；第五節為本章小結。茲分述如下：

第一節 餐旅群學生之海外實習

隨著觀光餐旅服務業的蓬勃發展，相對地人力資源的需求也大量增加，開設餐旅相關科系之技職校院的數量也有所成長，而技職校院中的實習生也成為目前餐旅產業就業市場中的人力資源來源之一，同時也是在未來餐旅產業人力資源中最具發展潛力的一群（洪麗美、李德治、陳春富、李雪秀，2010）。

校外實習一直以來便是餐旅技職教育中，培育未來就業市場人力資源極為重要的一環，現在由於競爭全球化，人才之培育逐漸走向國際化，加上國家也推動、鼓勵各校能將校外實習擴辦至海外，海外實習儼然成為各校推動校外實習的重點之一，本節分別述明海外實習之定義與內涵、海外實習之重要性與效益以及科技大學餐旅群學生海外實習之概況，以期對餐旅群學生之海外實習能有較深入的瞭解。

壹、海外實習之定義與內涵

學校所開設的專業實習課程可以視為一種與業者的建教合作（徐達光、許順旺、吳哲宏、謝恩，2004），海外實習則是將實習的場域由國內搬至海外。1968年美國所提出的職業教育法修正案（The Vocational Education Act

Amendments of 1968) 中，對建教合作教育的定義為：「建教合作係屬於職業教育的一種型式，透過學校與雇主間之合作安排，學生可以在學校中接受必修的一般基礎學科和與職業相關的課程教學，同時在某一行業的工作崗位上實際工作及訓練，以獲取符合業界所需的實務經驗。而此種型式的教學必須由學校及雇主共同計畫與督導，以便能有效協助學生技能方面的培養 (Husted, Mason & Adams, 2003)。

海外實習課程屬於海外遊學類型中之一種，係指學生到我國疆域以外之國家或地區，在當地之正式、非正式教育機構或其附屬機構，在一定的期間內所進行之課程研修或旅遊行程 (陳信甫、薛益忠，2009)。海外實習是一種以教育旅遊型式進行的跨文化學習，Pizam、Milman 與 Jafari 提出了三種可以增強跨文化學習的因素：(1) 與當地人民的互動；(2) 主客之間的平等地位；(3) 跨文化的衝擊。同時，海外實習也為學生提供了異國情調的旅遊體驗 (Erik van 't Klooster, Jeroen van Wijk, Frank Go, & Johan van Rekom, 2008)。

海外實習主要目的在於讓學生獲得在海外之企業或專業機構進行實習訓練的機會 (Fan & Fang, 2012)。在許多的領域中，海外實習是目前日益流行的一種體驗式學習方式，實習計畫的時間長短不一，主要期望能縮短、彌補學生在課堂所學的知識與真實世界的差距 (Toncar & Cudmore, 2000)。2009年教育部推出技職教育再造方案，為提升技專校院學生的未來就業力，落實學生之校外實習為重點策略之一，為此，教育部也訂定《補助技專校院開設校外實習課程作業要點》，以補助辦理校外實習的學校及參與實習的學生，使校外實習的推動能更為順利，其中，海外實習即為教育部明訂補助的校外實習課程類型之一。在技職再造方案-落實學生校外實習課程的作業參考手冊中，海外實習的定義則為學生在學期或學年間到大陸地區以外之境外地區，或在國際海域航行之大型商船上進行實習，且海外實習

機構以臺商所設之企業、機構及分公司為優（教育部，2010）。

綜前所述，本研究所定義之海外實習係指科技大學之學生，親赴大陸地區以外之境外地區進行與其專業相關之訓練。

貳、海外實習之重要性與效益

全球化的趨勢逐漸延伸到人才的國際移動，因此，整個國際人才供需的結構性變化是我國必須正視的問題（陳信宏、蔡慧美、溫蓓章，2007）。為培育我國就業市場未來之人力資源能具有國際視野以及提升國際競爭力，國際教育成為國家教育發展中重要的任務（陳信甫、薛益忠，2009）。1996年，Lundstrom、White 與 Schuster 指出各國的經濟已經逐漸成為一個相互影響的世界經濟，因此，就業市場所需的人力資源也必須具備國際觀，而海外實習正是能培育出具備國際觀人才之重要計畫之一（Toncar & Cudmore, 2000）。

實習的效益在於學生可以將自身所學應用在真實的工作環境，藉此獲得寶貴的經驗。Gibson 與 Busby（2009）指出實習是連結學術研究和職業實踐之間的重要環節。為了使餐旅及觀光相關科系的課程設計能與業界緊密結合，實習為學生獲得實際之工作經驗之重要途徑之一（Barrows & Bosselman, 1999）。Downey 與 DeVeau（1987）更強調餐旅教育中最有價值的部份之一為校外實習。且在國外已有許多相關研究亦指出校外實習可以幫助學生習得個人技能（Chan B, Chan, Eric, & Qu, 2002；Lam & Ching, 2007）、增加相關的產業知識、促進個人與人際發展（Ineson, Lyons, & Branston, 2006），同時也可能可以提高學生潛在受雇的工作機會（Cho, M., 2006；Downey & DeVeau, 1987；Lam & Ching, 2007）。

國內亦有對餐旅及觀光相關科系學生校外實習成效的相關研究，賴清國（2002）指出學生參與校外實習的助益包括有：「可學習到在學校內沒

有學到的知識及技術」、「提早進入職場，體驗工作環境」、「增進人際關係」以及「清楚相關產業的運作模式」等。徐達光，許順旺，吳哲宏，謝恩（2004）表示餐旅專業實習是一種社會化的過程，而這樣的過程可以增加學生對自我及產業的瞭解並藉此規劃未來的生涯。校外實習除了能夠帶給學生學習上的助益之外，也可以提供企業穩定的人力資源來源，更可以藉此降低新進人員的訓練成本、提高生產效率，產學之間的技術交流若增加也能夠提升企業的形象（胡盛春、王麗菱，2008）。

Nohara、Norton、Saijom 與 Kusakabe（2008）指出海外實習對於培養學生的溝通能力有很大的幫助，其次，學生會因為接觸到不同的組織、文化與社會，進而有助於學生建立國際視野。海外實習使學生得到的好處包括：（1）得到學分認證；（2）語言方面的增強；（3）擁有實務的經驗；（4）豐富履歷表；（5）生命中的一項體驗（Evans, Finch, Toncar, & Reid, 2008）。Praetzel 與 Curcio（1996）表示，到海外學習可以促進學生了解國外文化、當地人民和機構，使學生發展更加開闊的胸襟和包容力，奠定信心並且更加的成熟。

Toncar 與 Cudmore（2000）的研究指出海外實習對學生、教師（the Faculty）、國內辦理學校（the Home Institution）、實習贊助者（the Internship Sponsor）以及未來的雇主（the Prospective Employer）都有益處，其內容如下：

（一）對學生的價值

海外實習計畫對學生的影響有下列六種：（1）改變：對於學生來說，海外實習計畫使他們有些改變，這些變化可能是明顯的，但有些時候可能是微妙、難以察覺的，但多數的學生都認為海外實習的經驗的確對他們產生影響；（2）擁有國際工作的經驗：海外實習涵蓋了國內實習擁有的優點，例如：提供學生職業試探的機會、彌補理論與實

作之間的差距、透過實習的經驗，接觸到企業的文化和工作習慣等，此外，海外實習較國內實習多出額外的好處是可以使學生獲得國際工作的經驗。而 Lundstrom、White 與 Schuster 指出就業市場上也開始重視個人的國際工作經驗以及語言能力；(3) 個人的成長：透過海外實習，學生們學會調整、適應以及知識上的啟迪，最重要的是得到信心，讓學生開始相信自己可以做到更多的事，這些成長的成果可能是他們一開始所想像不到的；(4) 拓展視野：海外實習使學生擴展了視野，學習對其他民族以及文化的尊重；(5) 與教師的互動：教師和學生可能會透過海外實習計畫建立起互相信任與尊重的友誼；(6) 在履歷表上的優勢：海外實習主要是為了讓學生能獲得在市場上的競爭力，而在履歷表上則表現出學生是一個積極、主動的人，雖然海外實習並不能保證學生未來一定可以得到工作，但的確擁有加分的效果。

(二) 對教師的價值

海外實習計畫對教師的價值包括：擴大知識的基礎，教師透過海外實習有機會拓展自己的視野，看到自己的教學內容藉由學生去體驗，可以提升教學的效能；另外，教師透過海外實習可以更熟悉學生，隨著教師與學生熟悉的增加，教師可以更有效的參與學生的教育，甚至更瞭解學生的特質。

(三) 對國內辦理學校的價值

對於國內辦理海外實習的學校來說，可以增加與政府、業界與社會之公共關係；此外，辦理這樣國際化的課程還可以吸引學生就讀、提高入學率，且海外實習計畫亦提供教師前往海外的機會，因此，也可以吸引和留住優秀教師，進而提升就讀學生與授課教師的素質。

(四) 對實習贊助者的價值

這裡的實習贊助者即為實習機構，對於實習機構而言，協助辦理

海外實習可以接觸到不同文化，實習機構也喜歡有國際學生來參與；其次是可以獲得勞動力的來源，並且培養未來的人力資源；最後是可以增加與政府、學校、社會間之公共關係。

(五) 對未來雇主的價值

對於未來雇主而言，雇主有機會雇用到擁有海外實習經驗的學生，這樣的學生通常較為成熟，也比較能克服對未知的恐懼；此外，也擁有開闊的視野，所以對於事物也比較能夠包容跟容許差異；最後，由於這類學生接觸過不同的文化，因此，在思想和行動上可能會更加的靈活。

綜觀前述文獻可知，海外實習屬於國際化教育之一種，對於培養擁有世界觀的人才已成為一項重要的方式，且鼓勵學生參與海外實習，不僅對學生個人有幫助，對於相關單位也有益處，因此，海外實習的相關議題應該逐漸受到重視。

參、科技大學餐旅群學生海外實習之概況

根據教育部產學合作資訊服務中心（2011a）之調查數據顯示，100 學年度國內餐旅群學生參與海外實習之科技大學有高雄餐旅大學、高雄應用科技大學、勤益科技大學、澎湖科技大學、大仁科技大學、弘光科技大學、吳鳳科技大學、育達商業科技大學、明新科技大學、景文科技大學以及聖約翰科技大學，共計 11 所學校。

本研究以 11 所學校之網站以及經由研究者與上述各校電話確認後，瞭解各校所參與的系所，分別為：高雄餐旅大學的中餐廚藝系、休閒遊憩管理系、西餐廚藝系、旅運管理系、旅館管理系、烘焙管理系、航空暨運輸服務管理系、餐旅行銷暨會展管理系、餐飲管理系、應用日語系以及應用英語系；高雄應用科技大學的觀光管理系；勤益科技大學的休閒產業管理

系；澎湖科技大學的餐旅管理系；大仁科技大學的餐旅管理系以及觀光事業系；弘光科技大學的餐旅管理系；吳鳳科技大學的餐旅管理系；育達商業科技大學的休閒事業管理系；明新科技大學的休閒事業管理系以及旅館事業管理系；景文科技大學的旅遊管理系以及旅館管理系；聖約翰科技大學的休閒運動與健康管理系以及應用英語系。

各系因課程規劃有所不同，辦理學生參與海外實習的時間亦有所不同，以電話向 11 校探訪的結果得知，學生到海外實習的時間可分為一個月、四個月、六個月、七個月、暑期以及一年等。而海外實習學生所前往的國家則包含：新加坡、日本、帛琉、泰國、澳門、紐西蘭、澳洲、英國、加拿大、瑞士、美國。各系在 100 學年度所參與海外實習之學生數、海外實習時間以及實習國家等情形如表 2-1 所示。

表 2-1

科技大學餐旅群學生海外實習情形概況表

學校名稱	系所名稱	海外實習期程	海外實習學生所實習之國家	100 學年度實習學生人數
高雄餐旅大學	中餐廚藝系	1 年	新加坡/澳洲	14
	休閒暨遊憩管理系	1 年	新加坡/加拿大	11
	西餐廚藝系	1 年	新加坡/澳門/澳洲/英國/加拿大	8
	旅運管理系	1 年	新加坡/泰國/澳門/澳洲/加拿大	15
	旅館管理系	1 年	新加坡/澳門/加拿大	17
	烘焙管理系	1 年	澳洲/加拿大	2
	航空暨運輸服務管理系	1 年	新加坡/加拿大	5
	餐旅行銷暨會展管理系	1 年	英國/加拿大	7

(續下頁)

續表 2-1

科技大學餐旅群學生海外實習情形概況表

學校名稱	系所名稱	海外實習期程	海外實習學生所實習之國家	100 學年度實習學生人數
高雄餐旅大學	餐飲管理系	1 年	新加坡/帛琉/泰國/澳門/加拿大	18
	應用日語	1 年	日本	20
	應用英語系	1 年	新加坡/澳門/英國	17
高雄應用科技大學	觀光管理系	1 年	日本/瑞士/澳洲/加拿大	6
勤益科技大學	休閒產業管理系	1 年	瑞士/澳洲/新加坡	5
澎湖科技大學	餐旅管理系	1 年/6 個月/4 個月	美國/新加坡	12
大仁科技大學	餐旅管理系	1 年/6 個月	美國/新加坡	12
	觀光事業系	1 個月	日本	5
弘光科技大學	餐旅管理系	1 年	新加坡	41
吳鳳科技大學	餐旅管理系	7 個月	新加坡	1
育達商業科技大學	休閒事業管理系	6 個月	新加坡	9
明新科技大學	休閒事業管理系	6 個月	美國/新加坡	14
	旅館事業管理系	1 年	美國/新加坡/帛琉	10
景文科技大學	旅運管理系	6 個月	美國/澳洲	1
	旅館管理系	1 年/6 個月	新加坡/日本/美國	4
聖約翰科技大學	休閒運動與健康管理系	6 個月	澳洲	2
	應用英語系	6 個月/暑期	美國/新加坡	6

由表可知，高雄餐旅大學為餐旅專門學校，故該校參與海外實習之餐旅群學生人數為最多，若以各系所學生之參與情形來看，則以弘光科技大學的餐旅管理系人數為最多。為瞭解餐旅群學生海外實習之情形，本研究

之研究對象係鎖定在已參與並完成海外實習歸國之學生，為了研究上施行之便利，本研究之研究對象為各校在99學年度進行海外實習且已完成歸國之學生。

第二節 組織社會化內涵之探討

組織社會化之研究觀點源自於社會化。本節分別敘述組織社會化之定義、組織社會化策略、組織社會化程度以及組織社會化之相關研究等內容，藉由各學者的定義與看法，以對組織社會化能有更深入之瞭解。

壹、 組織社會化之定義

Elkin (1960) 定義社會化是指個人學習特定社會或群體的行為，以使自己能夠完成任務的過程。Robbins (1996) 指出社會化可以視為個人接受組織規範與文化的調適過程。而 Chao 等人 (1994) 則提出社會化是一輩子的過程，因為個人在一生的過程中，其工作環境或本身都可能發生變化。Van Maanen 與 Schein (1979) 將社會化概念引申到組織中，強調以工作的場所—組織—為研究的焦點，進而提出組織社會化 (organizational socialization) 的觀點，並定義組織社會化為「組織成員被教導和主動學習某一組織既定角色的過程」。洪煌佳 (2009) 定義組織社會化是一種角色轉換的過程，個體涉入到組織文化與組織成員產生相互影響，以及個體對組織的適應與同化過程。Louis (1980) 將組織社會化定義為：個人假定自身可能的組織角色，然後開始覺察組織的價值觀、要求的能力、期望的行為和社交知識，進而成為組織成員參與組織的過程 (Salavati, Ahmadi, Sheikhesmaeili, & Mirzaei, 2011)。

Fisher (1986) 認為組織社會化為是個人進入組織後，獲取組織相關資訊，並期待其行為能符合組織要求的一段學習過程及內容。1968年，Schein

指出在組織社會化的過程中，新進人員所需學習與組織相關的價值、規範及行為包含：(1) 組織的基本目標；(2) 達成目標所慣用的方式；(3) 成員在擔任組織中角色時所需承擔的基本責任；(4) 有效執行任務的行動；(5) 認同組織並維持誠信與正直的原則（引自劉怡蘭，2006）。

組織社會化的過程是指組織新進成員由組織外部的人成為組織內部的人（Bauer, Bodner, Erdogan, Truxillo, & Tucker, 2007）。Feldman（1981）將組織社會化過程劃分成三個階段，來了解組織成員學習與適應的發生程序：

（一）第一階段：預期的社會化（anticipatory socialization）

在這個階段的新成員因為尚未正式加入組織，對於實際的工作並不完全了解，因此會根據個人原有的經驗對未來的工作抱持預期。此外，個人在進入組織或是在相同的組織內從事不同的工作前，會有所活動，活動的目的是要去獲取關於新組織或是新工作的相關資訊。在此階段，個人會想要瞭解組織的要求、工作職務內容與價值觀為何以及自己是否符合組織的要求。

（二）第二階段：接觸（encounter）

在此階段新進員工將開始實際接觸組織，探索組織的真實樣貌，透過不同的活動，個人可能是被動的學習者或是嘗試成為主動的參與者以及稱職的執行工作者，並且發生初始價值、技能與態度上的轉變。但由於對新環境的不確定性，個人可能會開始出現焦慮以及有壓力。顯然的，在預期階段時，個人預期與接觸一致性程度愈高的人，在適應階段比較不會有太大的壓力。

在這個階段的活動主要包含：(1) 個人必須處理工作可能帶來的個人生活與工作生活上的衝突；(2) 學習執行工作上的任務；(3) 清楚自己在組織中的作用以及在正式或非正式團體中所扮演的角色，且

決定工作的職責、優先順序、任務和時間分配等；(4) 與組織的成員建立人際關係；(5) 評估自己對工作以及角色的滿意度。

(三) 第三階段：改變及獲得階段 (change and acquisition stage)

這時候，組織的新進成員應該已經精熟工作任務的本質並具備工作所需的技能，成功地實踐在組織中的角色。第三階段的結果反映出組織社會化的三大主要任務：(1) 確定個人在組織中的角色定位並解決個人的工作和個人生活的衝突：個人在組織中的角色定位應該是組織與個人雙方都能接受的定位；此外，個人還必須解決個人生活與工作間的衝突，例如：個人可能在工作與家庭之間無法平衡，而當這些衝突無法解決時，可能會迫使員工離開組織或是降低工作的效率；(2) 掌握工作：學習到工作所需的技能並且能表現出一定的水平與從中獲得自信；(3) 個人行為與價值觀的調整：當感受到其他組織成員的喜歡與信任，並瞭解組織的準則、價值觀後，個人會做出為適應組織文化的調整。

Feldman (1981) 認為組織社會化的三階段是循序漸進地進行的，每一階段的社會化都可以單獨評斷該階段的社會化成功與否，但是任何組織中的人員必須經過此三個社會化階段才可稱為完全社會化。

基於上述學者之定義與本研究之目的，本研究將組織社會化定義為「組織社會化係在個體與組織接觸開始而發生，並藉由在組織中與組織成員互動，進而學習自己所屬組織角色之必備知識、技能的過程，組織社會化對個體而言是一個持續發生的歷程。」更為精簡地說，就是個體調整自己以適應特定組織角色之過程。此外，Feldman (1981) 指出每一階段的社會化都可以單獨評斷其結果，然本研究希望鎖定之研究對象是經歷過一段較長之組織社會化歷程，因此，本研究之研究對象為實習為期一年之餐旅群海外實習學生。

貳、 組織社會化策略

組織社會化策略 (tactics) 在部分研究中又稱組織社會化實務 (practices)，是指由組織內的其他成員所建構之規則，使新進員工從一個角色轉變至另一個角色的經驗 (溫金豐等人，2000)。意即組織試圖透過某種正式或非正式之方式來加速新進成員的組織社會化過程，使組織成員成為組織所期望的角色 (Kowtha, 2008)。

Van Mannen 與 Schein (1979) 提出六個組織社會化策略，來瞭解組織管理者應用何種方式來加速組織成員的組織社會化，這六個策略又都可以分為兩個極端，說明如下：

(一) 集體與個別策略 (collective vs. individual tactics)

集體策略是指組織集中新進人員共同進行社會化，這使得組織成員有共同的學習經驗，也提供了新進人員有彼此互相討論的機會，進而使他們對職務可以產生標準化的反應；個別策略即指以個別的方式對新進人員進行社會化，提供個別的學習經驗，並且期望新進人員能對其職務產生異質化的反應。

(二) 正式與非正式的策略 (formal vs. informal tactics)

正式策略即在社會化期間將新進人員與組織其他成員分離，並透過一些計畫性質的訓練課程或是活動，來指導新進人員瞭解工作環境和應扮演的角色；非正式策略則不將新進人員與其它組織成員分開，讓他們直接在正常的工作環境下由嘗試和錯誤中學習。越正式的組織社會化策略可以使新進人員較容易獲得一套清楚明確的標準，並擁有共同的價值觀；而非正式的組織社會化策略，則可能維持個體的差異。

(三) 連續與隨機策略 (sequential vs. random tactics)

連續策略係指員工必須經過一連串不同階段的考驗，以達到組織

對其期望的角色。即提供新進人員其達成各階段行為之步驟以及所必須經歷的經驗順序為何 (Jones, 1986)；隨機策略無法像連續策略一般，使新進人員明確瞭解其所需經歷的過程，有時組織雖然也會以一些程序或是階段來引領新進人員明白其組織角色，但並沒有一定的順序。

(四) 固定與變動策略 (fixed vs. variable tactics)

固定策略則是提供新進人員清楚的時間表，使他們可以了解在組織社會化的過程中，經歷每個階段所需花費的時間；變動策略則不提供新進人員清楚的關於所需時間之資訊。

(五) 伴隨與分離策略 (serial vs. disjunctive tactics)

實施伴隨策略的組織會安排有經驗的成員陪同新進人員進行組織社會化，即安排舊的成員來指導新進人員。伴隨策略希望透過新、舊成員彼此的互動，建立友好以及信任的關係，並且使新進人員以有經驗的同事為學習的模範，藉此維持組織的傳統 (邱雅萍、柯宜禎、莊文隆, 2008)。分離策略則由新進人員自行摸索學習及發展。

(六) 賦與與剝奪策略 (investiture vs. divestiture tactics)

賦與策略係指認同新進人員個人的特徵以及肯定其帶來之先前原有的想法或觀念，組織並不會設法去改變，反而會認為這些新觀念或特徵是有益的；運用剝奪策略的組織則會對組織新進人員原有的想法或特徵予以否定，並且企圖去改變，進而重新建立組織所需的知識及經驗。

由於 Van Mannen 與 Schein (1979) 所提出的六個組織社會化策略為六個連續向度，因此，Jones (1986) 進一步將其劃分為二大型態，分別為制度式 (institutionalized) 與個別式 (individualized)。Jones 歸類出當組

織所實施的組織社會化策略是偏向於集體、正式、連續、固定、伴隨及賦與等策略時，則代表組織所採用的是傾向於制度式的組織社會化策略；而個別式組織社會化策略，則包含個別的、非正式的、隨機的、變動的、分離的及剝奪等策略。組織運用制度式組織社會化策略係指組織給予組織新進成員結構化的早期工作經驗，使新進人員接受組織所期望、預定的角色，以維持組織現有的狀態；運用個別式組織社會化策略之組織強調的則是保留新進人員的特質，即組織意圖用模糊的工作情境鼓勵員工檢視、挑戰現況，使他們自己去詮釋並創造組織中的角色（Jones, 1986）。制度式組織社會化策略與個別式組織社會化策略就如同一個連續向度的兩端，就真實情況而言，各個公司在組織社會化策略的運用上可能會有某種傾向，但並非全然可以劃分的（溫金豐，2005）。

Jones（1986）除了將六項連續向度之組織社會化策略簡化為兩大型態之外，也將兩大型態各自包含的六項策略歸類成三個面向進行思考，這三個面向分別為情境（context）之觀點、內容（content）之觀點與社會面向（social aspects）之觀點。（1）情境之觀點著重在探討組織提供資訊給新進人員的情境的差異，情境之觀點中的組織社會化策略，可分為集體與個別、正式與非正式二大策略；（2）內容之觀點則在探討組織透過社會化過程，提供給新進人員的相關資訊為何？連續與隨機、固定與變動此二大類屬於此類；（3）社會面向之觀點是在探討組織社會化中的社會及人際層面，可分為伴隨與分離、賦與與剝奪二大類。前述之三個面向中各包含兩項組織社會化策略，而每項組織社會化策略皆為一個連續向度。簡單而言，被歸類為制度式組織社會化策略之集體、正式、連續、固定、伴隨及賦與等策略都可再以情境、內容、社會三個面向進行分類；個別式組織社會化策略之個別的、非正式的、隨機的、變動的、分離的及剝奪等策略也同樣可以前述之之三個面向進行分類。綜前所述，Jones 將組織社會化策略分類

情形如表 2-2。

表 2-2

組織社會化策略分類表

組織社會化觀點	制度式組織社會化策略	←→	個別式組織社會化策略
情境	集體策略	←→	個別策略
	正式策略	←→	非正式策略
內容	連續策略	←→	隨機策略
	固定策略	←→	變動策略
社會化	伴隨策略	←→	分離策略
	賦與策略	←→	剝奪策略

資料來源：Jones, G. R. (1986). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers' adjustment to organization. *Academy of Management Journal*, 29, 262-279.

本研究之研究目的之一為探討海外實習機構對餐旅群海外實習學生運用之組織社會化策略為何？故研究者修改Jones (1986) 所發展之組織社會化策略的量表為本研究之用，並刪除量表中之反向題。因此，當本研究之組織社會化策略量表所得平均分數越高，即表示海外實習機構有運用制度式組織社會化策略之傾向；反之，則代表海外實習機構運用之組織社會化策略傾向於個別式組織社會化策略。

參、組織社會化程度

一、組織社會化程度之衡量

有了組織社會化之定義之後，後續的研究者開始陸續發展出組織社會化的內容向度，藉以衡量個體組織社會化之程度。

Feldman (1981) 以工作角色行為、組織目標、組織價值觀作為研究個體組織社會化程度之指標。Louis (1980) 則以與組織人員融洽、對組織政治狀態知覺及對組織目標與價值觀的了解與改變來衡量組織社會化的程

度。Morrison (1993) 則用工作掌握、角色釐清、文化調適、社會整合等四項組織社會化構面，對 135 位新進會計人員之組織社會化程度進行瞭解。

Chao 等人 (1994) 分析過去學者對社會化內容的探討，發展組織社會化的構面，分述如下：

(一) 工作熟練度 (performance proficiency)

組織社會化的定義包含個體習得工作上任務之程度。而個人在工作上所需的知識、能力及技巧的掌握程度，是會受到組織社會化的影響。

(二) 人 (people)

組織社會化的概念包含組織成員建立成功及滿意的工作關係。這些工作關係與組織成員的個體特徵有關。包含組織成員的個性、特徵、團隊動力、工作互動以及組織關係等，這些個體特徵都會影響個體社會化的技巧以及行為是否會被其組織成員所接納。

(三) 政治 (politics)

這部份關注的是個體能否成功地獲得工作關係以及組織權力結構內的資訊。組織的成員如果能夠了解組織中哪些人較具有見識或權力，便可藉此調整學習方式以融入新工作或組織 (Louis, 1980 ; Chao, O'Leary-Kelly, Wolf, Klein, & Gardner, 1994)。

(四) 語言 (language)

組織成員需要對公司或行業中一些特定的、專業的語言和知識有一定程度的認識與了解，這是為了讓組織成員能夠彼此理解對方所給予的資訊且能夠進行有效的溝通。

(五) 組織目標與價值 (organizational goals and values)

組織社會化包含對組織目標和價值觀的理解。組織的目標與價值觀不僅是明顯可見的，也包含內隱的或非正式的目標，以及受到掌控權力的成員所支持的價值。

(六) 歷史 (history)

組織社會化也關心著組織的歷史，組織的歷史包含其傳統、習慣、神話以及儀式，而這些如何被用來傳達組織的文化與知識，以讓組織成員的特定類型能夠延續下去。對組織歷史以及特定組織成員的個人背景之瞭解，都能幫助個體學習在特定的互動或情況中，認知哪些行為是適當或是不適當的。另外，傳達組織的文化或故事也是一種學習組織信條的方法。

Chao 等人 (1994) 所發展的工作熟練度、人、政治、語言、組織目標與價值和歷史等六個構面，是最被廣泛引用來了解員工社會化的程度。

Taormina (1997) 提出的組織社會化的構面則為：(1) 訓練 (training)：訓練是指人員為了從事某特定工作，必須學習知識、技能的過程，這裡的訓練可以是正式的或非正式的培訓，組織可以指派對知識與技能較為熟悉的資深員工來指導新進的員工；(2) 理解 (understanding)：員工對於自己的工作、組織的目標、文化或任何在工作上的需要，其理解的程度；(3) 同事支持 (coworker support)：個體的情感寄託，員工在組織中需要與其他組織成員保持良好的互動，當員工遭到排斥或孤立時，可能造成員工的離職；(4) 未來期望 (future prospects)：員工對未來的期望可以使他們繼續留在該工作，而員工對未來的期望包含：未來的工作分配、薪資、分紅、升遷與福利等，什麼樣的未來期望對員工有吸引力則取決於員工的主觀看法。此外，Taormina 認為 Chao 等人 (1994) 提出的六個組織社會化構面可以融入到這四個構面。

二、影響組織社會化程度之相關因素

在組織社會化的研究中，新進員工組織社會化的形式可以區分為被動及主動二種觀點，被動的研究觀點係指組織運用組織社會化策略來影響新進人員的行為，以加速其組織社會化過程；主動的研究觀點則認為，新進人員在組織社會化過程可以是一個主動學習的角色（盧建中、向大威，2007）。

以組織新進成員為被動者的研究觀點而言，組織可能基於功能性、經濟性、傳統或者是隨意的理由而採取社會化策略，以加速成員們社會化的速度。常見的採用方式是訓練、教育以及學徒制（apprenticeship）等等（Van Maanen, 1976）。Van Maanen 與 Schein（1979）將組織社會化策略劃分為六個構面，來劃分組織社會化策略，相關策略類型可參見前文之文獻探討之定義。Van Maanen 與 Schein 提出組織社會化策略之概念後，後續的研究者更進一步探討組織社會化策略對於組織社會化程度之影響，如 Chao 等人（1994）的研究直接指出組織社會化策略中的集體、連續、伴隨、正式、固定及賦與等策略，對組織社會化程度有正面的影響。黃亞筠（2000）以高科技產業中新進的專業人員為研究對象，探討其組織社會化策略與社會化程度的關連性，研究結果亦指出組織若採用組織社會化策略中的集體、連續、伴隨與固定等策略，與新進人員的組織社會化程度有正向的關係。

然而在另一方面，Van Maanen（1975）以警察人員為研究對象之研究發現，組織社會化也可能讓員工對於工作或是組織產生負面的心態，且認為這與警察的工作特性有關。因此，Van Maanen 在 1976 年更進一步提出「無效的社會化」概念（inefficacious socialization），認為組織社會化也可能無法使組織獲得所想要的結果，甚至可能使員工對組織有負面的感受。會有這樣的情形產生，Klein 與 Weaver（2000）認為並不是因為組織所運用之組織社會化策略無用，而是員工之組織社會化程度仍會遭受其它因素

的影響，導致員工即使經過組織社會化，其組織社會化程度仍有可能不足。

除了組織運用組織社會化策略會影響員工之組織社會化程度以外，可能影響員工組織社會化程度之因素至少還包含下列四點：

（一）報酬

Van Maanen (1976) 指出，組織社會化的成效會因組織能否明確告知組織成員，其在組織中的角色與行為會為其帶來的報酬為何。Petty、Ostrom 與 Brock (1981) 亦抱持同樣的觀點，認為新進成員在組織社會化的歷程中，之所以能對組織形成一種新的態度，主要取決於組織所給予的報酬。更明確的說，當組織能夠滿足新進成員的需求時，新進成員願意改變其舊有的態度，進而形成新態度的機會就會增加 (Fisher, 1986)。

（二）組織成員間的人際關係

組織的成員可以藉由提供新進成員忠告、給予工作上的指導以及支持等，促使新進成員對於組織能有更進一步的認識，並進一步調整自己的態度與行為 (Fisher, 1986)。因此，組織中的其他成員扮演著一種社會化媒介的角色，組織中的其他成員並不僅限於同儕，也包含上司以及資深員工等 (Louis, Posner & Powell, 1983)。林晏鈴與張婉菁 (2010) 的研究即指出當組織中的師父能夠與徒弟建立良好的人際關係，或適時的給予徒弟支持，則有助於提高徒弟的組織社會化程度。

（三）組織新進成員初始的心理取向 (the newcomer's initial psychological orientation)

Jones (1983) 指出組織新進成員過去的經驗導致個體在進入組織時，在心理層面會有所差異，而這樣的個體差異影響著其組織社會化，甚至對其組織社會化造成一種威脅。簡單來說，個體會根據過往

的經驗，在正式進入組織前便對組織建立某種期望。Chatman (1991) 以會計師事務所中新進查帳員為研究對象，針對新進成員之價值觀進行探討，試圖去瞭解個體之價值觀與組織之價值理念間契合度之關係。研究結果發現，當新進員工剛進入組織時，其價值觀與組織之價值理念越契合者，較容易適應新的環境，甚至可以提高對組織的滿意度與降低離職率。

(四) 組織新進成員之主動尋找資訊行為

Morrison (1993) 整理關於組織社會化領域等研究發現，當新進成員在組織社會化過程中扮演主動的角色，並主動尋找資訊的行為對其組織社會化程度有正向的影響。

綜前所述可知，早期關於組織社會化的研究中，多以組織為主控的角色。故組織所使用之組織社會化策略毫無疑問為影響員工組織社會化程度的因素之一。而在後續的研究中，學者們開始關注以組織新進成員為主動角色的研究觀點，並提出組織新進成員在組織社會化過程中並不是只能被動地接受組織的安排 (Louis, 1980)，也進一步瞭解到影響組織社會化程度的因素除了個體的主動行為，亦包含了個體的差異。因此，研究者除以組織社會化策略為研究變項瞭解其對餐旅群海外實習學生組織社會化程度之影響，也加入個體的差異為背景變項進行餐旅群海外實習學生組織社會化程度之探討。

此外，本研究對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度之衡量係參考 Chao 等人 (1994) 所發展包含有：工作熟練度、人、政治、語言、組織目標與價值、歷史等六個面向之量表，配合研究需求修改為「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」、「機構認識與認同」共四個構面，以作為本研究衡量餐旅群海外實習學生組織社會化程度之構面。

肆、組織社會化的效益與相關研究

Reichers、Wanous 與 Steele (1994) 認為組織社會化的過程對於組織成員的工作行為及態度有重大的意涵，新進人員在組織調適得快慢會影響他們完全發揮功能的速度，也會對外來在組織承諾、工作滿足、離職意願與各種角色內外的行為造成影響。對於新進人員而言，成功的組織社會化可以減少新進人員的緊張和角色衝擊，消除新進人員面臨的不確定性和衝擊感，加快適應組織的過程；而對於組織而言，成功的組織社會化能使企業獲得和留住優良的員工，提升其績效（張瑞元、陳心懿、林金賢、施佩玲，2011）。Wanberg 與 Kammeyer-Mueller (2000) 的研究調查指出組織社會化的過程可以在組織成員的工作滿足、組織承諾、工作績效等方面產生長期且正面的效益。林文政、陳慧娟 (2009) 的研究發現組織社會化理論不只可以協助新進成員加速適應新組織，更驗證組織社會化理論可以幫助面臨組織重整的員工適應變革以及塑造正面的工作態度。

新進人員之組織社會化對組織一樣有重要性，如企業可以留住有價值的員工，降低重新訓練人力資源的成本 (Bauer, & Green, 1998)，以及協助組織文化的傳遞與維持 (Louis, 1980)。國內也有相關研究證實組織社會化對企業之運作確實有影響且相當重要。盧建中、向大威 (2007) 以剛進國軍服務的 260 位志願役專業預備軍官為研究對象，探討新進人員組織社會化程度及脈絡績效之間的關係，發現若新進人員的組織社會化程度越高，則其脈絡績效越高。徐璧君、賴本隊 (2008) 以壽險業之新進業務員為對象，組織社會化程度為中介變項，探討組織社會化與離職傾向的關係，研究結果發現組織社會化程度中的工作掌握、人及語言會對離職傾向產生影響，尤其在人構面上顯示，當此構面之組織社會化程度越低則新人的離職傾向越高。

檢視組織社會化之相關文獻，可知目前組織社會化理論之研究對象尚

以新進人員居多，且成功的組織社會化有助於減少組織新進人員的緊張與降低不確定性，不僅可以協助新進人員加速適應組織，更可以為企業留下人才。有鑑於組織社會化理論對於新進成員以及企業之效益，本研究以組織社會化策略與組織社會化程度進行餐旅群海外實習學生組織社會化情形之探討。

第三節 體驗價值內涵之探討

壹、體驗之定義

「體驗」是個人參與活動，在活動中其個人心境與環境互動下，所創造出自身意識中主觀之難忘的美好心理感受，體驗所營造的是一個整體感與帶給消費者的一種感受，是一種值得回憶的活動（Pine & Gilmore, 1998）。沈進成與楊琬琪（2007）認為體驗能夠創造出比產品或服務本身更讓人值得珍惜的價值。Schmitt（1999）認為體驗是個體對某些刺激有所回應的狀況，且通常發生於直接的觀察或是參與，Schmitt 更以消費者的心理分析消費者行為，提出「體驗行銷」（experiential marketing）的概念，體驗行銷的目的在於為顧客創造不同的體驗形式。

Schmitt（1999）提出五種體驗類型，分別為：（1）感官（sense）體驗：感官體驗即以消費者的視覺、聽覺、觸覺、味覺與嗅覺等五種感官為訴求創造體驗的感覺；（2）情感（feel）體驗：情感體驗在乎消費者內心的感受及情緒，其目標是透過創造消費者在情感方面的體驗，產生正面的感受；（3）思考（think）體驗：思考體驗係以激發消費者的創意使他們能夠創造出認知與解決問題的體驗；（4）行動（act）體驗：行動體驗則是強調身體的有形體驗，透過行動體驗與消費者互動可能可以改變消費者的生活形態；（5）關聯（relate）體驗：關聯體驗是個人與社會文化產生互動與關連而得的體驗。

無藤隆認為體驗與身體活動有密不可分的關係，透過活動親自去感受並且加以思考，即所謂的親身體驗(賴青松譯,2002)。Yuan 與 Wu (2008) 提出體驗係顧客在不同環境、氣氛的營造與刺激下，去經歷的過程。曾瑞程與Tseng (2009) 則指出透過與外在環境互動及親身體驗可以學習到許多新的事務。莊鎧溫、吳昌遠與許嘉真 (2011) 認為體驗就是消費者因為環境、周遭事物所給予的刺激而獲得感受。

綜前所述，研究者認為體驗是個體對刺激的回應，通常藉由活動的參與來獲得，是個體在形體、情緒或是知識上參與的所得，且體驗可以創造出價值。而本研究所欲研究之對象為餐旅群海外實習學生，其所參與海外實習之過程即可以視為一種體驗活動。

貳、價值之定義

體驗價值源自於顧客價值的概念。何雍慶與林美珠 (2007) 定義個人價值係經過學習後所整合成的一種系統，這個價值系統會因個人思想、行為、態度、社會文化及情境等因素之影響，而每個人有所不同，簡言之，價值係指個人對特定事物有偏好的一種持久信念。何飛鵬 (2012) 則提出體驗自己的感覺、感受，藉由纖細、敏銳的觀察及接觸，去理解感覺、感受，而如果這些感覺、感受是美好的、舒服的，甚至是期望可以重複感受的，那就是，而美好的感受越強烈，則價值愈高。

Zeithaml (1988) 探索消費者對價值的看法，發現社會大眾對價值的看法可分為四種觀點：(1) 價值即低價格(value is low price)：產品只要能發揮最基本的功能就好，價格越低越好；(2) 價值就是消費者想要從產品中獲得的利益(value is whatever I want in a product)：持這個觀點的消費者認為只要能獲得自己想要的產品或是服務即是價值，產品的價格反而是其次；(3) 價值即以價格換來的品質 (value is the quality I get for the price

I pay)：消費者期望付出多少價格就該享有多少品質；(4) 價值即以付出換來的獲得 (value is what I get for what I give)：消費者會將付出與獲得的結果比較並得出差異，最後所得到的評價就是價值。

Woodruff (1997) 定義顧客價值是顧客對於產品屬性、性能的感知，以及使用過後所產生的偏好。顧客價值是一種藉由互動而對事情產生相對性偏好的經驗，顧客價值包含有主體與客體，主體例如：產品或服務；客體一般而言就是指顧客，而主體與客體間的互動性又包括比較性、個人性以及情境性三種本質 (Holbrook, 2006)。Sheth、Newman 與 Gross (1991) 則指出價值會影響顧客的選擇行為。Smith 與 Colgate (2007) 將價值的類型分為四種：(1) 功能性價值 (functional/instrumental value)：功能性價值關注產品或服務的幾個屬性，如準確性、可靠性、創造性、品質以及能否帶來周邊的效益；(2) 體驗、享樂性價值 (experiential/hedonic value)：這類價值關注在建立美好的經驗，重視個體的感官、情感以及互動；(3) 象徵、表現價值 (symbolic/expressive value)：象徵價值強調自我的概念，某些價值可能只對特定的人有意義；(4) 成本、犧牲的價值 (cost/sacrifice value)：這類價值專注在最大限度的降低經濟成本，因此，能降低越多經濟成本或是有效轉換成本都可以提升這類價值。

從前述之定義顯示，價值具有許多面向，而不同的定義運用在不同的脈絡，因此，研究者應該依照各自研究的脈絡不同，運用不同的價值概念 (陳貞吟、王寬蓉、謝尚育、韓雲婷、陳凱莉、姚皓天、陳心怡，2007)。由此可知，顧客價值觀點可以從不同的角度分析，由於本研究欲探討餐旅群學生之海外實習體驗，因此，研究者係採用由顧客價值中，以體驗觀點所延伸出來的體驗價值，進行更深入的探討。

參、體驗價值之定義與衡量

體驗價值是延續顧客價值以及消費者價值而來，其強調的是將行銷焦點著重在顧客的體驗上，創造出顧客喜愛的體驗環境，使顧客能夠感受到一種有價值的體驗（李佳蓉，2011）。Mathwick 等人（2001）所提出之體驗價值係以體驗的觀點，並依據 Holbrook（1996）提出的顧客價值所發展而來，Mathwick 等人指出只要消費體驗就可以產生消費價值，其消費價值即體驗價值。Mathwick 等人將體驗價值定義為：個體對於一項產品的使用、服務所獲得的整體感受。當產品或服務若能達成消費者的期望，則在消費者與產品或服務互動的歷程中，消費者會逐漸對產品、服務有相當程度的偏好以及提升體驗價值，但 Mathwick 等人也指出個體與產品的互動除了可以提升體驗價值，但也有可能會阻礙體驗價值的提升（Mathwick, Malhotra & Rigdon, 2001）。楊琬琪（2009）則定義體驗價值是強調消費經驗為顧客評價依據之顧客價值，顧客在體驗的過程中所感受到產品的有形價值或服務，以及無形的情感甚至超越顧客所期望之價值，這種價值是一種主觀意識，可以讓顧客沉浸在體驗的情境中，並且在心中留下深刻的印象。

Tang 與 Chiang（2010）的研究中定義體驗價值是使用者因為體驗服務而實現目標或是從服務中得到好處。Holbrook 提出體驗價值包含了四個特質，分別為（1）互動性：互動性指出體驗價值的產生，是顧客與產品或服務間互動的結果；（2）相對性：體驗價值的相對性則說明體驗價值是因人而異且可以比較的，通常會受到情境的影響；（3）主觀性：即個體在價值判斷上的主觀性；（4）來自消費經驗之基礎：體驗價值與經驗相當有關，體驗價值不是單一存在於所體驗的產品或服務上，而是來自於整體的消費經驗。簡言之，體驗價值為一種具有互動性、相對性進而產生偏好的經驗（林千惠，2009；姜竹音，2010）。Jeong、Fiore、Niehm 與 Lorenz

(2008) 則提出體驗價值是感官、情感和認知上的刺激得到滿足，是來自顧客與產品或服務的互動。

體驗價值的衡量，不同學者有不同的看法。Sheth 等人 (1991) 提出五項價值衡量構面，分別為：(1) 功能性價值 (function value)：指產品本身或服務在某些功能上的屬性。當這個屬性能夠滿足消費者的需求即產生功能性的價值；(2) 社會性價值 (social value)：指產品能在消費者和其 他社群間產生效用時，則此產品或服務即具備社會性價值；(3) 情緒性價值 (emotional value)：當產品或服務有能力改變消費者的情感或情緒狀態時，則此產品或服務即具有情感性價值；(4) 嘗試性價值 (epistemic value)：指產品或服務能夠引起消費者的關注與激發好奇感，或是能提供消費者追求知識的能力；(5) 條件式價值 (conditional value)：又稱情境式價值，是產品或服務會連結消費者的前置狀態，並在某種情境下產生出外部的效用。

Mathwick 等人 (2001) 發展 Holbrook 從體驗觀點定義之顧客價值，應用在體驗價值的衡量上，共分成四個面向進行衡量，如圖 2-1 所示。

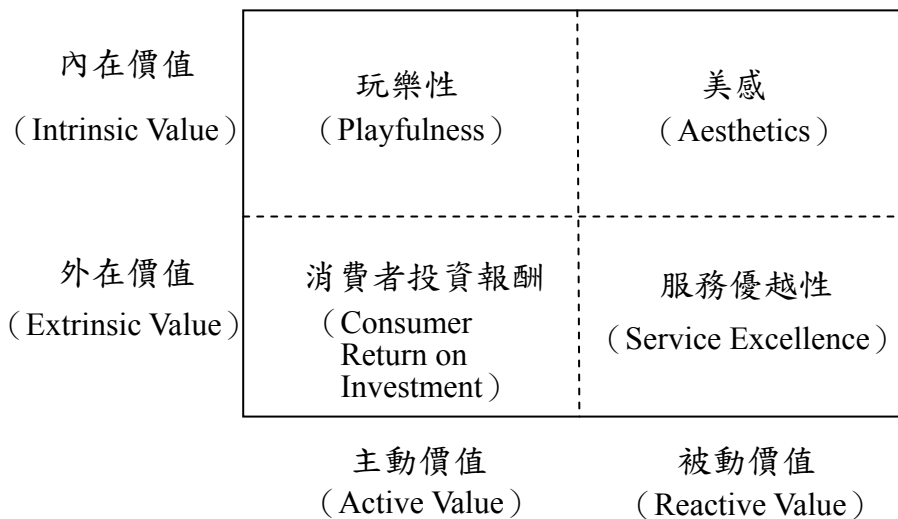


圖 2-1 體驗價值的類型

譯自”Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment.”, by C. Mathwick, N. Malhotra, & N. Rigdon, 2001, *Journal of Retailing*, 77(1), p39-56.

此四個構面分別為消費者的投資報酬 (consumer return on investment, CROI)、服務優越性 (service excellence)、美感 (aesthetic) 與玩樂性 (playfulness)，其內容如下：

(一) 消費者投資報酬

指的是消費者在投入資源後、其資源可能包含時間、行為及心理層面上付出等，而期許可能產生的回報。

(二) 服務優越性

服務優越性是一種自我導向結果後的反應，來自於消費者對於營銷實體服務能力的讚許。

(三) 美感

美感體驗的反應在兩個主要構面，一是視覺元素，另一則為其提供之服務表現有娛樂性或令人印象深刻。

(四) 玩樂性

也有學者翻譯成趣味性，玩樂性指的消費者投入一項活動，所產生的一種內在的娛樂感受，這種感受可以使人們暫時脫離現實感，達到暫時逃離日常生活的需求。

Mathwick 等人 (2001) 認為這四個構面又分為內在體驗價值與外在體驗價值，其中，消費者投資報酬及服務優越性視為外在體驗價值，美感與玩樂性則為內在體驗價值。外在體驗價值指的是消費者在與產品互動的過程中感到滿意或得到的實質效益；而內在體驗價值則是指透過體驗所引發出消費者對某事物產生情感或是獨一無二的感覺 (李佳蓉, 2011)。

體驗價值衡量的依據會因研究脈絡之不同而有所不同。Zhou 與 Lai (2009) 研究則以產品的特色、服務品質，環境氛圍，交通概況以及店家信譽來衡量顧客對連鎖餐飲業的體驗價值。Verhagen、Feldberga、Hooff、Meents 與 Merikivi (2011) 在探討虛擬世界使用者滿意度與體驗價值關係之研究中，將體驗價值分為內在性價值與外在性價值來衡量，內在性價值包含逃離現實性與娛樂性；外在性價值則為經濟價值以及容易使用性。

國內對於體驗價值的研究則多半以 Mathwick 等人 (2001) 所提之構面做為衡量依據。林耀南 (2010) 在探討高速公路服務區之服務品質、體驗價值、關係品質與顧客忠誠度間之關係的研究中，即以 Mathwick 等人所提出的消費者投資報酬、服務優越性、美感與玩樂性作為衡量依據。陳貞吟等人 (2007) 也以消費者的體驗觀點，進而探究旅遊電子商務網站之體驗價值模式，其體驗價值之衡量構面亦為消費者投資報酬、服務優越性、美感與玩樂性。陳甦彰與歐佩芬 (2010) 在探究水族館遊客對展館氣氛、體驗價值、消費者情緒與其遊客滿意度之關係的研究中，對於體驗價值的衡量採用消費者投資報酬、服務優越性、美感與玩樂性共四個構面。關於國內外各學者對於體驗價值衡量構面整理如表 2-3。

表 2-3

體驗價值衡量表

學者	年代	內容	
Sheth、Newman 與 Gross	1991	1.功能性價值 3.情緒性價值 5.條件式價值	2.社會性價值 4.嘗試性價值
Mathwick、Malhotra 與 Rigdon	2001	1.消費者投資報酬 3.美感	2.服務優越性 4.玩樂性
Zhou 與 Lai	2009	1.產品的特色 3.環境氛圍 5.店家信譽	2.服務品質 4.交通概況
Verhagen、Feldberga、Hooff、Meents 與 Merikivi	2011	1.內在性價值	2.外在性價值
陳貞吟等人	2007	1.消費者投資報酬 3.美感	2.服務優越性 4.玩樂性
曾瑞程	2009	1.消費者投資報酬 3.美感	2.服務優越性 4.玩樂性
林耀南	2010	1.消費者投資報酬 3.美感	2.服務優越性 4.玩樂性
陳甦彰與歐佩芬	2010	1.消費者投資報酬 3.美感	2.服務優越性 4.玩樂性

基於上述學者的定義，本研究所定義之體驗價值為：個體在體驗活動的過程中，因為經驗而產生的主觀感受，其感受即為個體的體驗價值。而在體驗價值之衡量上，國內學者多以 Mathwick 等人（2001）所提之四個構面做為衡量體驗價值之依據，且這四個構面又可進一步分為外在價值與內在價值兩部份。研究者考量餐旅群海外實習學生之海外實習體驗，並不完全與一般消費者之體驗情形相同，因此，本研究以 Mathwick 等人所提出的消費者投資報酬、服務優越性、美感、玩樂性等體驗價值構面為參考依據，保留「消費者投資報酬」與「服務優越性」兩項構面，並將消費者投資報酬重新命名為「投資報酬」。此外，將屬於內在性價值構面之美感

與玩樂性構面中適用之題項保留，並將美感與玩樂性兩構面合併，重新命名為「內在性價值」構面，美感與玩樂性構面中所保留之題項即為本研究內在性價值構面之測量題項，故本研究係以「投資報酬」、「服務優越性」以及「內在性價值」三個構面對餐旅群海外實習學生之海外實習體驗價值進行探討。

肆、體驗價值之相關研究

吳政峰（2012）針對體驗經濟（experience economy）與體驗教育進行討論的研究中指出，體驗經濟是一種新興的商業運作模式，在體驗經濟中，消費者關切的是更多的體驗感動以及愉悅的體驗價值，體驗經濟以體驗為出發點，整合各式的服務提供，如活動參與、休閒娛樂、環境與氛圍之營造、教育學習等，在體驗的過程中讓消費者擁有美好的體驗價值，以成就顧客之再購行為或忠誠行為；而體驗教育（experiential education）則以學生為主體，而其活動的場域就如同一間學習教室，其中各類的體驗活動即為課程，使學生可以透過親身體驗之學習歷程，提升他們在認知、情意以及技術等知識價值上都能有所提升。此外，吳政峰亦指出企業就是同時可以擁有提供教育性質及服務的另類學習場所，一方面將學生視為體驗活動之學習者，另一方面也是體驗活動之消費者。

現今正是體驗經濟當道之際（吳政峰，2012），因此，關注體驗價值的研究也越來越多。賴政豪、鍾志強與潘偉華（2005）以運動健身俱樂部之會員為研究對象，發現由產品、環境、人員等傳遞媒介所營造出的體驗環境對於體驗價值具有顯著之正向影響關係。池文海、張書豪與吳文龍（2009）以在觀光休閒旅館內之消費者為研究對象，探討消費者體驗、品牌形象選擇與體驗過程所產生之價值，對於顧客滿意度以及忠誠度之影響力，研究結果指出觀光休閒旅館若只提供消費者在感官、氣氛與新奇等的體驗，並無法顯著增加消費者之外在體驗價值，觀光休閒旅館必須透過在

價格、設施或是服務上使消費者感受到滿足，才能提升消費者之外在體驗價值，且當消費者對於觀光休閒旅館有較深的體驗時，會增加消費者對於環境美感以及趣味性等內在體驗價值；此外，池文海等人亦指出品牌形象對於消費者在外在體驗價值與內在體驗價值皆有正向的影響，品牌形象在池文海等人的研究中定義為：對觀光休閒旅館整體品牌認知之印象。

鍾志強（2007）以大學校院運動會參與者為研究對象，探討體驗行銷理論與體驗價值的關係。鍾志強指出體驗行銷之焦點為顧客體驗，且重視整個消費情境，而其研究結果亦發現大學校院運動會所提供的體驗內容，包含：環境營造、服務人員之安排以及所進行的活動等，皆會對參與者之體驗價值造成正向的影響。沈慶龍與張正昌（2008）以主題餐廳、主題百貨及主題樂園的顧客作為研究對象，探討體驗價值的前因因子及其對顧客滿意度影響，其研究結果發現商店形象、參考群體、服務接觸、顧客涉入程度以及顧客關係傾向等對於體驗價值皆有正向之影響。

綜前所述，可知體驗行為不僅存在消費者之消費行為，在教育中亦可以包含有體驗行為，而學生在體驗教育中即同時扮演學習者以及消費者之角色。關於體驗價值之研究中，部分研究係以如何讓活動參與者感受到的是一種有價值的體驗為研究焦點，透過各學者的看法可知，體驗之環境、與體驗者互動之人員以及體驗內容本身皆會對參與活動者之體驗價值造成影響。此外，餐旅群海外實習學生參與海外實習亦可視為一種體驗之過程，而過往研究指出體驗價值對於顧客滿意度或是再購行為都有正向之影響，因此，研究者認為瞭解餐旅群海外實習學生之體驗價值應可對海外實習制度之改善有所幫助。

第四節 餐旅群實習學生海外實習之相關研究

本節共分為兩部分進行探討，首先說明目前國內以餐旅群海外實習學

生為研究對象之研究有哪些，並瞭解其探討內容為何；其次針對餐旅群海外實習學生在海外實習時可能遭遇到之困境進行探討。

壹、國內餐旅群海外實習學生之相關研究

國內對於餐旅群學生的校外實習之相關研究，以學生實習範圍為國內的研究居多，但對於餐旅類群學生進行海外實習的研究並不多見，研究者藉由臺灣博碩士論文知識加值系統以及 CETD 中文碩博士論文資料庫，查詢國內以海外實習學生為研究對象之相關研究論文，其相關研究如下：

黃培文與蔣明順（2009）探討餐旅群海外實習生不同的人格特質對其海外適應的影響。研究方法採用問卷調查法，研究對象為國立高雄餐旅大學的學生，且以 2005、2006、2007 年參與過海外實習的學生為主要研究對象。研究內容提到海外實習的學生都會面臨文化衝突、適應等問題，而適應問題涵括三個層面，分別為：(1) 一般適應；(2) 互動適應；(3) 工作適應。其研究結果發現人格特質與海外適應是有關聯的，具有和善性人格特質的海外實習學生對海外適應具有顯著的影響力，而獨立自主學習能力對海外適應也有顯著的影響。此外，若為高獨立自主學習者，同時具有和善性人格特質的學生對海外適應能力越強。而低獨立自主學習者但和善性人格特質學生對海外適應能力較弱。因此，獨立自主學習變項對於人格特質與海外適應具有干擾效果。

蔡振蒼與何宣萱（2006）以某科技大學餐飲管理系的四年級學生與授課教師為研究對象，藉由蒐集參訪實習心得之資料並進行分析，另外，也使用學生之焦點團體訪談及對參與課程的教師深度訪談等研究方法，以哲學實踐者的觀點，反思臺灣餐旅教育中「海外參訪實習」課程之成效。其研究結果發現該課程的確能使學生的餐旅知識與飲食文化上有所增長，因此，這樣的課程值得被保留與肯定；只是學校在參訪實習機構時，應考量實習機構的規模及品質，進行選擇時必須更為審慎篩選，此外，為使海外

參訪實習能更具實質意義與效用，蔡振蒼與何宣萱（2006）也建議在進行課程前應對學生先作行前的教育訓練，並強調學校應建立一套完整的實習課程規劃方式與監督機制。

謝佩珊、鄭瑞昌、蔡招仁（2010）的研究探討國內大專校院餐旅觀光科系學生參與海外實習生活適應對未來職涯規劃意向的影響。研究採用問卷調查法，調查對象為大專校院餐旅觀光科系學生共 130 位，這些學生皆是獲政府「學海築夢計畫」專案補助出國實習的學生。其研究結果發現海外實習學生在海外實習期間的實習適應對學生未來職涯規劃是有正向的影響，即海外實習學生如果在實習生活時適應得越良好，對於其將來考慮投入餐旅相關產業繼續就讀或就業的意願越高，但若是實習時間較長的學生，未來從事餐旅產業相關工作的意願就會降低。謝佩珊（2010）的後續研究發現在餐旅部門實習的學生比在行政業務部門實習的學生，未來具有較高的繼續從事餐旅產業的意願。

謝佩珊等人（2010）根據研究結果，對辦理海外實習的學校與參加海外實習的學生提出幾點建議：（1）實習期間增長，學生的實習適應力會增加，建議學校將海外實習的期間訂為一年，讓學生可以較有時間來適應海外實習生活與工作環境；（2）隨著實習時間的增長反而使學生未來繼續從事餐旅行業的意願越趨降低，建議學校在學生實習期間要加強對學生的關心；（3）學校應事先作好行前教育，讓學生在進行海外實習前對該課程有徹底的瞭解，讓學生盡可能瞭解在海外實習時可能會遭遇到的困難與瓶頸，避免學生因為預期與實際面臨時的落差而降低未來繼續從事餐旅產業的意願；（4）學生自己應先作好心態調整，明確自己出國海外實習的動機；（5）學生在實習過後應檢視海外實習過程中的經驗，清楚自己在工作中的長處與不足，以及早替未來就業做準備。

陳月如（2010）以海外實習學生社會支持對海外適應的影響進行探討，

並且分析學生個人背景在海外適應上之差異。研究方法為問卷調查法，並以國立高雄餐旅大學曾經海外實習一年的學生為研究對象。研究結果發現，朋友的安慰及鼓勵、家人的意見提供或以實際的方式來肯定實習生的努力，皆能有效幫助學生在海外實習上的適應。

林怡璇（2012）以國立高雄餐旅大學曾於海外實習一年的學生為研究對象，探討海外實習學生文化衝擊、跨文化適應對海外實習滿意度的影響。研究結果發現跨文化適應是影響海外實習滿意度一個極為重要的中介因素，其中，文化衝擊對海外實習滿意度的影響顯示，實習學生對於海外實習之新事物的震驚與厭惡感越大，則海外實習滿意度越低，反之，若對於新事物的震驚與厭惡感越小，其實習滿意度越高；在海外跨文化適應的部份，越是能夠適應異國環境以及與外國人良好相處與溝通的海外實習學生，其實習滿意度越高。

由上述的相關研究整理可知，目前以餐旅群海外實習學生為研究對象之相關研究並不多見，且多數研究皆側重於瞭解餐旅類群海外實習學生的海外實習生活適應情形，本研究則希望探討海外實習的核心，即餐旅群海外實習學生在海外實習機構的實習情形。因此，本研究研究重點之一在於探討餐旅群海外實習學生組織社會化情形。前述之餐旅群實習學生海外實習相關研究論文，整理如表 2-4 所示。

表 2-4

餐旅群學生海外實習之相關研究論文

	論文、期刊題目	作者
海外實習學生 之相關研究	從哲學實踐者觀點反思臺灣臺灣餐旅課程之內涵-以海外參訪實習為例	蔡振蒼、和宣萱 (2008)
	大專院校餐旅觀光科系學生進行海外實習對未來職涯規劃意向之影響	謝佩姍 (2010)

(續下頁)

續表 2-4

餐旅群學生海外實習之相關研究論文

	論文、期刊題目	作者
海外實習學生 之相關研究	社會支持與海外適應影響之研究-以 國立高雄餐旅學院海外實習生為例	陳月如 (2010)
	餐旅科系海外實習生人格特質、獨立 自主學習與海外適應之關係	黃培文、蔣明順 (2010)
	海外實習生活適應對大專校院餐旅 觀光科系學生未來職涯規畫意向之 影響	謝佩珊、鄭瑞 昌、蔡招仁 (2010)
	文化衝擊、跨文化適應對海外實習滿 意度之研究 -以國立高雄餐旅大學 海外實習生為例	林怡璇 (2012)

二、餐旅群海外實習學生可能遭遇之困境

校外實習課程對於餐旅群學生而言是不可或缺的，而國內關於許多學生校外實習之研究，也指出我國在辦理校外實習尚有許多待改進的問題。黃怡瑾（2008）以個案訪談研究方式，對實習方案中的學生、指導教授及實習主管單位進行深入訪談，研究發現辦理校外實習可能有的困難如下：

- （1）實習單位的產生：實習機構指出不確定培育實習生後，是否真能對儲備未來人力資源有幫助，還是反而耗費過多的培訓成本，因此，部分實習機構在尋求實習學生之人力上是被動的，即參與度不高；
- （2）實習時間無法確定：學生指出希望進行實習任務的時間可以依照其作息保持彈性，但實習機構認為自己願意付出時間來帶領學生，期待的是實習學生能完全的投入，應該要以任務導向來安排時間，而非以學生的自由選擇來決定；
- （3）工作內容無法確定：學生希望能瞭解明確的工作內容，並且不要有所變動，但實習機構認為工作內容是有整體性與機動性的，無法明確告知工作的全貌及所有可能的突發狀況；
- （4）實習學生與實習機構雙方對實習目的與重點之認知、期待有所落差：學生提到希望能有實習收入、工作內

容明確，且害怕被當成只是支援的人力，實習機構則認為學生應先對機構有一定程度的瞭解，在工作內容上不該有預設範疇。

學生參與校外實習的問題不僅是在實習過程中才會產生，有些學生在剛開始就不滿意實習甄試的結果。絕大多數感到不滿意的因素是由於各科系的課程定位不夠明確、系所定位不夠具有獨特性，學校實習制度的不明確性造成了學生不滿意校外實習之結果(萬金生、楊仁德、傅貽瑞,2009)。楊婷棋、嚴如鈺、劉婉真(2011)則清楚指出由於餐旅服務環境的特殊，餐旅實習生必須面對與處理複雜的人際關係，除了在組織中必須與同事及主管相處應對，還需要常常與客人接觸，人際關係與性騷擾事件的發生在餐旅產業中是一件相當普遍的事，但是當餐旅實習生發生了性騷擾事件後往往礙於一些因素而無法說出口，例如：實習學生可能擔心說出口會影響實習成績或是未來學弟、妹到實習機構的實習機會等。

從楊婷棋等人(2011)的研究可以發現，學生對性騷擾的認識不足，也缺乏危機處理的能力，加上學校的輔導機制可能不夠完善，導致學生在危機發生的時候，沒有一個適當的申訴管道。李青松、趙振維(2009)探討高中職餐飲管理科學生校外實習之研究也明確指出餐旅業中，尤其是餐廳較容易發生性騷擾問題。邱道生(2011)在探討觀光餐旅產業中性騷擾問題的研究中指出，目前國內觀光餐旅產業中性騷擾問題的來源可分為三種，分別為來自於顧客、上司以及同事的性騷擾。

胡茹萍與黃旭田(2012)統計各校辦理校外實習課程執行率時，各校也提出所面臨之困難有：(1)尋找實習廠商不易；(2)學生個人實習意願不同，實習機構未必能依學生需求提供實習項目；(3)實習期間學生若發生適應不良或因其它因素需更換實習單位時，不容易找到新的實習機構；(4)實習機構希望延長實習時數，但校內課程無法配合；(5)實習機構分散各地，增加輔導教師訪視的困難，此外，礙於時間、交通、經費、

人力等因素，輔導教師無法進行密集的訪視；(6) 實習單位的輪調不易；(7) 校內導師須額外承擔輔導工作，教師壓力大；(8) 多數實習機構對於提供學生薪資與保險的意願不高，且學生保險未有定型化契約；(9) 多數學生必須離家實習，但實習機構無法提供學生住宿，學生動態難以掌握；(10) 學生的適應力與抗壓性不足等。

李青松、趙振維(2008)探討臺灣餐旅科系大學生可能發生的校外實習問題，研究發現：(1) 實習單位不能完全瞭解實習的目的，僅將與學校合作的實習當成是短期的勞力供應來源，加上實習機構願意提供的薪資並不多，導致學生有成為廉價勞工的感受；(2) 礙於經費的問題，多數教師的訪視次數僅能達到符合最低規定的次數，然而這樣的次數往往無法滿足學生與業界的需求；(3) 實習機構有成本考量，因此在提供的實習工作項目上大部分是非技術性或半技術性的工作，實習學生未必能習得專業的技術與能力；(4) 學生因參加校外實習，多出額外的花費，如交通費、租屋費用、生活物價的差異等，可能造成部分學生經濟上的負擔；(5) 學生參加校外實習的動態掌控不易，有些學生可能會因為參加校外實習而染上不良的習慣；(6) 學生因校外實習有了薪資的收入，導致物慾可能提升，部分學生會因追求經濟上的收入，私下與機構主管接洽額外打工機會造成對課業的忽略；(7) 學生在實習時，與同事、主管相處不佳，造成適應上的困難等。

校外實習在國內的進行確實有些問題尚待改進，而海外實習學生所面臨的困難可能更為複雜。其可能遭遇的阻礙包含：(1) 政治環境不同：各國的政治環境不同，法律制度、社會動盪、人身安全與潛在危險，都是海外實習學生要直接面臨到的問題；(2) 經濟問題：匯率、通膨率或是稅率都與有支薪的海外實習學生相關；(3) 文化環境：價值觀、風俗民情與生活態度等因素，影響海外實習學生跨國實習時的適應與文化相融；

(4) 家庭支持等問題 (謝佩珊、鄭瑞昌、蔡招仁, 2010)。蔡振蒼與和宣萱 (2008) 也指出海外實習課程的問題包括：(1) 實習學生對海外實習課程的不瞭解；(2) 校外實習時數未能明訂；(3) 學生在國外實習會有遭受種族歧視與不平等待遇等情形，且實習學生在國外實習，對於他國而言屬於外國客，容易成為當地歹徒覬覦的目標，學生們對當地的治安、自己的人身安全感到不安。

Gibson 與 Busby (2009) 的研究指出對外聯絡對海外實習的學生是一個相當棘手的問題，學生提到用電話聯絡會有延遲的現象，且費用過於昂貴，聯繫的問題對於在郵輪上進行實習的學生，其通訊更是較為困難的；另外，海外實習的學生因為要面臨出國，必須離開有同儕支持的環境，儘管實習前已有些前導性的培訓，實習學生仍會感到一定的憂慮；工時過長也是學生在實習時常發生的問題；最後，在 Gibson 與 Busby 的研究中，實習生們提到，語言並不是很大的問題，因為多數時候都是使用英文。因此，我們可以瞭解到，若我國的學生到海外進行實習，勢必可能面臨到的困難之一即為語言溝通的問題。

學生參與海外實習時，所面臨到更為複雜的是法律議題。在各校辦理海外實習課程時，其可能發生之法律議題如下：(1) 實習學生身分認定的問題：實習學生的身分大致可分為學生與員（勞）工兩類，而因為身分之不同，學生所能得到的保障與牽涉之法律也有所不同 (胡茹萍、黃旭田, 2012)，關於實習學生身分的問題，在國內已著實複雜，當實習學生參與的是海外實習課程時，所面臨的問題可能更難釐清；(2) 津貼、薪資與保險未有標準：有支薪的學生，所領的薪資類型亦有所不同，當實習學生領取不同的薪資類型時，領全薪與領津貼的學生其權利及義務是否相同，便有待商榷。此外，在海外實習期間，學生若遇到加班的情況，是否能比照機構內正式員工的加班規定保障加班費，事前未必有明確的規範。此外，

在海外實習的學生其課稅基準為何？又該享有哪些保險？都是海外實習可能面臨之法律問題；（3）實習生活與輔導問題：學生在參加海外實習時，可能面臨對當地環境不熟悉，不清楚當地治安或是遭遇種族歧視、性騷擾等問題，都可能使學生誤觸法律問題（胡茹萍、黃旭田，2012）。

在餐旅教育中，校外實習是不可或缺的課程，然不僅是在辦理校外實習時，各單位可能遭遇一些困難，學生在完成校外實習後，也可能產生未達校外實習目的與預期的結果。洪麗美、李德治、陳春富與李雪秀（2010）的研究指出，餐旅相關科系之學生在經過學校的教育以及到實習機構的實習過程後，投入業界的狀況似乎未能如預期，甚至呈現出人員不願從業的問題，此外，研究也更進一步指出，學生的校外實習經驗的確對學生未來從事相關產業的意願造成影響。West 與 Jameson也指出餐旅實習學生的實習經驗越豐富，將來對該產業的承諾反而越低，造成這種情況的原因及學生在實習過程中產生了偏差（引自徐達光、許順旺、吳哲宏、謝恩，2004）。

綜前所述，餐旅群學生在實習上確實仍有許多問題尚待解決，而實習學生所面臨的困境可能會對學生未來之生涯規劃造成影響。此外，由於國內外環境之不同，進行海外實習的學生較在國內實習的學生，所要面臨更大的困難是適應的問題。故本研究研究重點之二在於瞭解餐旅群海外實習學生之體驗價值為何？並進一步提出對改善海外實習之建議。

第五節 本章小結

國際化的教育儼然已經成為未來教育的趨勢，而實習課程不僅是技職教育的特色，海外實習課程對於技職教育朝向國際化發展更是扮演著不可忽視的角色。事實上，餐旅群學生的校外實習在國內實施已經行之有年，其參與的學生也遠超過至海外實習的人數，然而隨著社會變遷與全球化的

影響之下，海外實習課程逐漸興起，參與海外實習的學生必須面臨陌生的海外環境以及與自身文化差異的國家、組織，所遭遇的困境並不亞於在國內實習的學生，因此，科技大學餐旅群學生在實習時組織社會化情形與其體驗價值間的關係為何？乃是本研究所想要探討的。

為瞭解餐旅群海外實習學生海外實習之組織社會化情形為何？本研究以 Van Maanen 等人(1979)所提出的組織社會化策略概念及 Jones (1986) 依照 Van Maanen 與 Schein 對組織社會化策略的概念性定義所發展出之衡量量表為參考依據，發展本研究之組織社會化策略量表。本研究之組織社會化策略量表包含：(1)情境面向；(2)內容面向；(3)社會面向等三個構面，藉以瞭解海外實習機構對於加速海外實習學生適應並融入組織之實施方式為何？進而再更進一步探討，海外實習機構在組織社會化策略的運用上對於餐旅群海外實習學生之組織社會化程度影響為何？

在瞭解餐旅群海外實習學生之組織社會化程度為何上，研究者所運用之衡量構面是以 Chao 等人 (1994) 所發展的「工作熟練度」、「人」、「政治」、「語言」、「組織目標與價值」和「歷史」等六個構面為參考基礎。由於本研究對於海外實習學生組織社會化程度之探討，旨在瞭解個人工作的學習成果和對組織的知覺狀況，考量海外實習學生進入到海外實習機構是學習基本的技能，可能無法過於深入瞭解到公司內部的權力結構，故刪除「政治」此構面；且將「組織目標與價值」和「歷史」兩構面的內容合併修改為「機構認識與認同」；此外，為能更清楚瞭解每個構面所欲衡量之內容，在保留原定義的情況下，將「人」修改命名成「人際關係」；「語言」則重新命名為「行業與組織語言」；「工作熟練度」則保留不予以改變。綜前所述，本研究之組織社會化程度量表包含：(1) 工作熟練度；(2) 人際關係；(3) 行業與組織語言；(4) 機構認識與認同等四個構面。

海外實習課程的成功與否可由海外實習學生的體驗價值中得知。因此，探討餐旅群海外實習學生海外實習之體驗價值，瞭解其內心的主觀感受，亦為本研究的研究目的之一，而海外實習學生之組織社會化情形是否對其體驗價值造成影響，亦為研究者所欲探究的。本研究對於餐旅群學生海外實習體驗價值之衡量係參考 Mathwick 等人（2001）所提出的「消費者投資報酬」、「服務優越性」、「美感」以及「玩樂性」等體驗價值構面，保留「消費者投資報酬」與「服務優越性」兩項構面，將「美感」與「玩樂性」合併成「內在性價值」構面，「消費者投資報酬」構面雖保留其定義，但將構面名稱修改為「投資報酬」，綜合前述，本研究以「投資報酬」、「服務優越性」以及「內在性價值」三個構面進行餐旅群學生海外實習體驗價值之探討。

第三章 研究設計與實施

本研究以餐旅群海外實習學生為研究對象，透過問卷調查的方式蒐集資料。本章的目的在於說明研究方法與程序，分為六節來加以說明。第一節說明研究架構與假設；第二節為研究方法；第三節為研究對象與抽樣；第四節為研究工具；第五節為研究流程；第六節說明本研究所採用之資料處理與分析方法。

第一節 研究架構與假設

壹、研究架構

本研究旨在瞭解科技大學餐旅群海外實習學生之組織社會化情形及其體驗價值為何？並進一步瞭解海外實習機構運用組織社會化策略對於海外實習學生組織社會化程度之影響為何？以及餐旅群海外實習學生之組織社會化情形是否影響了其體驗價值。根據研究目的與相關文獻探討，本研究提出的研究架構如下，見圖3-1。

本研究之自變項為組織社會化策略，代表員工知覺組織所採用之社會化策略之結構化、正式化的程度。在社會化策略之相關研究中，各個研究者對於社會化策略的類別或因素數量有不同的看法，本研究在組織社會化策略的衡量構面上係採用Jones（1986）所劃分之三個構面，分別為情境、內容與社會面向。而過往在組織社會化策略的相關研究中，對於組織社會化策略的衡量構面，不論係以Van Maanen 與 Schein（1979）所提的六項策略為構面，或是 Jones 所提的情境、內容、社會面向等三因素結構，都能夠以二分法將組織社會化策略劃分為制度式組織社會化策略與個別式社會化策略，本研究在關於衡量海外實習學生組織社會化策略知覺程度量表中，各構面之量測題項，皆屬於 Jones 所發展組織社會化策略量表中之

正向題即制度式組織社會化策略。

依變項為體驗價值，代表餐旅群海外實習學生參與海外實習活動所產生的主觀感受；中介變項則為組織社會化程度，亦即制度式組織社會化策略會強化餐旅群海外實習學生的社會化程度，進而提升個人的體驗價值。

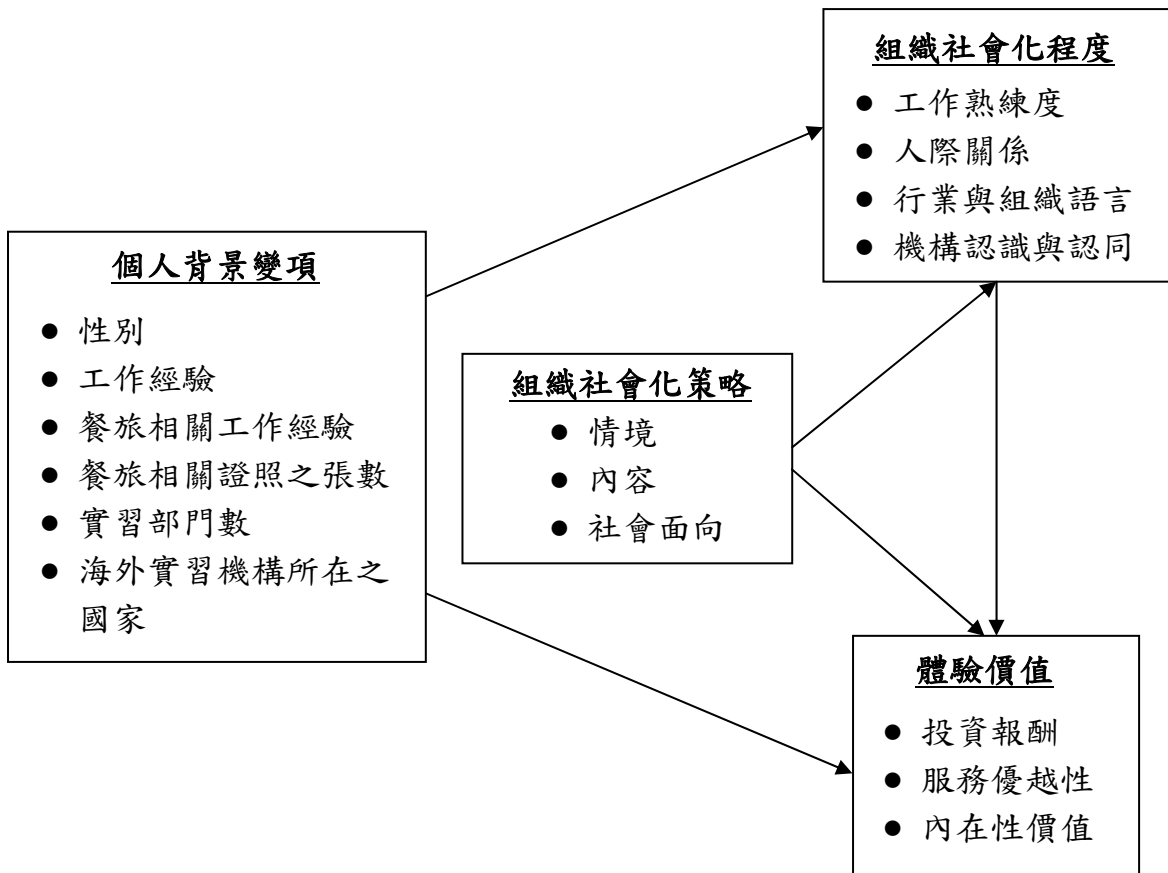


圖3-1 研究架構圖

貳、研究假設

本研究的主要目的在探討餐旅群海外實習學生之組織社會化與體驗價值之關聯性，因此，依據研究目的、文獻探討及研究架構，歸納整理出所欲探討之各研究變項間的關係，提出下列研究假設：

假設1：不同個人背景變項之餐旅群海外實習學生的組織社會化程度有顯著差異。

- 1-1. 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度在不同性別間有顯著差異。
- 1-2. 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度在餐旅行業相關工作經驗上之有無有顯著差異。
- 1-3. 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度在取得不同餐旅相關證之張數間有顯著差異。
- 1-4. 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度在實習部門輪調次數不同上有顯著差異。
- 1-5. 餐旅群海外實習學生之組織社會化程度在實習機構所在國家不同上有顯著差異。

假設2：不同個人背景變項之餐旅群海外實習學生之體驗價值有顯著差異。

- 2-1. 餐旅群海外實習學生之體驗價值在不同性別間有顯著差異。
- 2-2. 餐旅群海外實習學生之體驗價值在餐旅行業相關工作經驗上之有無有顯著差異。
- 2-3. 餐旅群海外實習學生之體驗價值在取得不同餐旅相關證之張數間有顯著差異。
- 2-4. 餐旅群海外實習學生之體驗價值在實習部門輪調次數不同上有顯著差異。
- 2-5. 餐旅群海外實習學生之體驗價值在實習機構所在國家不同上有顯著差異。

假設3：制度式組織社會化策略與組織社會化程度有正向的關聯性。

- 3-1. 組織所採行社會化策略中之情境策略與餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」、「機構認識與認同」各構面皆有正向的關聯性。

3-2. 組織所採行社會化策略中之內容策略與餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」、「機構認識與認同」各構面皆有正向的關聯性。

3-3. 組織所採行社會化策略中之社會面向策略與餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」、「機構認識與認同」各構面皆有正向的關聯性。

假設4：制度式組織社會化策略與體驗價值有正向的關聯性。

4-1. 組織社會化策略中之情境策略與餐旅群海外實習學生體驗價值中之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在價值」各構面皆有正向的關聯性。

4-2. 組織社會化策略中之內容策略與餐旅群海外實習學生體驗價值中之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構面皆有正向的關聯性。

4-3. 組織社會化策略中之社會面向策略與餐旅群海外實習學生體驗價值中之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構面皆有正向的關聯性。

假設5：組織社會化程度與體驗價值有正向的關聯性。

5-1. 餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之工作熟練度構面與其體驗價值之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構面皆有正向的關聯性。

5-2. 餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之人際關係構面與其體驗價值之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構面皆有正向的關聯性。

5-3. 餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之行業與組織語言構面與其體驗價值之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構

面皆有正向的關聯性。

- 5-4. 餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之機構認識與認同構面與其體驗價值之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」各構面皆有正向的關聯性。

第二節 研究方法

本研究屬於量化研究，蒐集資料的方法係採用量化研究中的自陳式調查（self-completion survey），也稱作問卷調查（questionnaire survey）。自陳式調查的傳送與回收，可以有許多不同的形式，研究者不一定會在現場，如以網際網路為媒介的自陳式調查，近幾年，因為網際網路的成長，自陳式調查可以透過電子郵件或網路上的網頁來發佈以及回收（王若馨、黃郁青、夏嫩婷、李怡芳譯，2007）。而本研究所做之問卷調查即是以網路問卷的形式進行。

第三節 研究對象與抽樣

本研究旨在瞭解我國科技大學餐旅群海外實習學生組織社會化情形與體驗價值之間的關係，根據教育部產學合作資訊服務中心（2011a）之調查數據顯示，100 學年度國內餐旅群學生參與海外實習之科技大學有高雄餐旅大學、高雄應用科技大學、勤益科技大學、澎湖科技大學、大仁科技大學、弘光科技大學、吳鳳科技大學、育達商業科技大學、明新科技大學、景文科技大學以及聖約翰科技大學，共計 11 所學校。經研究者向各校詢問確認過後，確認其中辦理學生海外實習期程為一年之學校有高雄餐旅大學、高雄應用科技大學、勤益科技大學、澎湖科技大學、大仁科技大學、弘光科技大學、明新科技大學以及景文科技大學共 8 所學校。為了研究施行上的便利性，本研究以便利取樣之方式，以 8 校剛參與為期一年之海外

實習結束之學生為研究對象，即各校在 99 學年度進行海外實習且已完成歸國之學生。

在向各校之相關單位及連絡人說明研究目的後，共徵得 7 校之同意，以網路問卷之方式，協助本研究進行問卷發放。7 校之海外實習學生人數為 62 人，本研究於 2012 年 10 月 26 日至 2012 年 11 月 14 日以網路問卷之形式進行調查，由各校之負責連絡人代為轉發問卷共 62 份，回收 51 份，有效問卷為 51 份，回收率為 82.2%，有效回收率為 100%。茲將 7 校之海外實習學生人數整理如表 3-1。

表 3-1

各校海外實習學生人數表

學校	海外實習學生人數	海外實習學生人數總計
高雄應用科技大學	7	
勤益科技大學	5	
澎湖科技大學	1	
大仁科技大學	4	62
弘光科技大學	37	
明新科技大學	7	
景文科技大學	1	

第四節 研究工具

本研究以自陳式量表作為衡量工具。問卷內容係參考 Jones (1986)、Chao 等人 (1994) 以及 Mathwick 等人 (2001) 所發展已成熟，且刊登於期刊上的英文量表，並與指導教授討論後，據之編撰「科技大學餐旅群學生海外實習組織社會化情形與體驗價值之研究調查問卷」，問卷內容包含組織社會化策略、組織社會化程度以及體驗價值量表等三部分，另外亦包含個人背景資料。

以下就問卷架構及填答說明、專家審查、各變項定義與衡量方法、預

試問卷之信效度等說明分述如下：

壹、問卷架構及填答說明

本問卷內容分為四部分，分別是「個人背景資料」、「組織社會化策略量表」、「組織社會化程度量表」及「體驗價值量表」。其說明如下：

一、個人背景資料

組織社會化之理論主要為描述個體對於組織新角色的調適，因此，許多學者強調個體的差異對於在組織社會化歷程中經驗的學習與解讀都有很大的影響(Chao et al.,1994, Jones, 1983; Louis, 1980)，而體驗價值所重視的亦為個體在參與體驗活動後之主觀感受，故個體的差異即為本研究之背景變項。

許銘珊與詹玉瑛（2011）以餐旅系學生為研究對象，探討餐旅系學生對校外實習制度知覺之差異，研究結果發現性別不同之學生對於校外實習制度知覺沒有差異，但取得餐旅相關證照不同之學生在校外實習制度知覺上係有差異的，結果顯示取得餐旅相關證照之學生擁有較高之學習意願與較正向之學習態度，其對於實習制度之知覺也傾向較為積極、正向。此外，學生是否擁有餐旅相關證照將會影響學生在校外實習時對於工作的心態與價值判斷（郭德賓、莊明珠，2006）。

郭嫩容（2006）在餐旅教育學生校外實習體驗對行為意圖影響之研究中發現，不同實習前餐飲工作經驗的學生，對於正向行為意圖有顯著差異。洪麗美等人（2010）以餐旅實習生為研究對象之研究指出，有工讀經驗的學生在實習社會化方面的認知是正向的，有工讀經驗的學生在組織社會化程度上的得分均高於沒有工讀經驗的學生。此外，在洪麗美等人（2010）的研究中，男性學生的組織社會化程度大於女性學生，顯示在校外實習上，男性學生較女性學生容易適應新組織。

林怡璇(2012)以國立高雄餐旅大學之海外實習學生為研究對象發現，在不同國家實習之海外實習學生對於工作內容、工作角色和工作環境等工作上的適應有顯著的差異。陳月如(2010)同樣以國立高雄餐旅大學之海外實習學生為研究對象，其研究結果指出於加拿大實習的學生在生活適應上比於新加坡與日本實習的學生適應得較好。

本研究之「個人背景資料」依相關文獻探討歸納與期望了解受試者之基本資料及樣本分佈情形，分別列出「性別」、「赴海外實習前之工作經驗」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」、「取得餐旅相關證照之張數」、「實習部門數」、以及「海外實習機構所在之國家」等六項。其中，若海外實習學生在海外實習時之實習部門數係屬於1個以上，即代表其在海外實習機構實習時曾經歷過部門輪調。

二、組織社會策略、組織社會化程度與體驗價值量表

「組織社會化策略量表」分成「情境」、「內容」、「社會面向」等三個層面，情境構面為題1~題5、內容構面為題6~題10、社會面向構面為題11~題14，共14題；「組織社會化程度量表」分成「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」、「機構認識與認同」等四個層面，工作熟練度構面為題1~題3、人際關係構面為題4~題8、行業與組織語言構面為題9~題11、機構認識與認同構面則包含題12~題16，共16題；「體驗價值量表」分成「投資報酬」、「服務優越性」、「內在價值構面」等三個層面，投資報酬構面為題1~題5、服務優越性構面為題6~題12、內在價值構面則為題13~題17，共17題。

本研究問卷之計分方式採李克特五點量表(Likert-five-point-scale)方式填答，由受試者依據對「組織社會化策略」、「組織社會化程度」以及「體驗價值」的看法，在「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「非常

不同意」的選項下擇一勾選，並分別給予 5、4、3、2、1 的分數計分。最後計算各量表的得分情形。

貳、專家審查

問卷初稿發展完成後，為提升本研究問卷之內容效度及其適當性，除與指導教授討論，由指導教授指正外，另經指導教授推薦專家學者共 3 名，邀請協助填寫「專家效度問卷」(詳見附錄一)，以「適合」、「修正後適合」、「不適合」三點量表，請專家針對問卷中各變項題目的適切性加以評斷、提出建議，以作為研究者修正問卷之參考依據。專家效度問卷回收後，將審查意見加以彙整後，製作「專家效度審查意見整理表」(詳見附錄二)，並再次請教指導教授，形成專家內容效度之依據，編製成預試問卷(詳見附錄三)，預試問卷共計 53 題，分別是「基本資料」計有 6 題、「組織社會化策略量表」計有 14 題、「組織社會化程度量表」16 題及「體驗價值量表」17 題。專家學者名單如表 3-2 所示。

表 3-2

本研究專家效度審查之專家名單

姓名	現職
饒達欽	亞東技術學院校長
宋修德	國立臺灣師範大學工業教育學系教授
劉曉芬	國立臺北科技大學技術及職業教育研究所副教授
胡茹萍	國立臺灣師範大學工業教育學系副教授

參、各變項定義與衡量方法

(一) 組織社會化策略

組織社會化策略係指組織試圖透過某種正式或非正式之方式來加速新進成員的組織社會化過程，使組織成員成為組織所期望的角色，制度式組織社會化策略即指組織係採較為正式之方式來加速新進人員之組織社會

化。關於海外實習機構所運用之組織社會化策略的衡量係參考 Jones(1986) 所發展的社會化策略量表，研究構面分為：(1) 情境；(2) 內容；(3) 社會化面向，Jones (1986) 在此三項構面中所發展的測量題項，皆可再區分為制度式社會化策略與個別式社會化策略兩種極端，而本研究問卷中，皆只保留 Jones (1986) 所發展之正向題即制度式社會化策略題項。

此外，本量表題項的填答是以李克特五點量表之形式(1=非常不同意，依序到 5=非常同意) 勾選。因此，當問卷分數加總越高時，表示餐旅群海外實習學生知覺到的組織社會化策略為越制度式之組織社會化策略，亦即海外實習機構所運用之組織社會化策略有偏向於制度式組織社會化策略之傾向。

(二) 組織社會化程度

「組織社會化」係指個體與組織接觸，並在組織中與組織成員互動，進而學習自己所屬組織角色之必備知識、技能的過程，組織社會化對個體而言是一個持續發生的歷程，更為精簡地說，就是個體調整自己以適應特定組織角色之過程。有了組織社會化之定義之後，後續的學者逐漸發展出組織社會化之內容以作為衡量新進成員組織社會化程度的依據。本研究之組織社會化程度衡量係參考 Chao 等人 (1994) 所發展的量表，其原始構面為工作熟練度、人、政治、語言、組織目標與價值、歷史等六個面向，研究者依本研究所需，編修為四個構面：(1) 工作熟練度；(2) 人際關係；(3) 行業與組織語言；(4) 機構認識與認同。藉此量表了解餐旅群海外實習學生在個人工作、同事間互動以及組織歷史、目標等的了解程度。當此量表分數加總越高時，表示餐旅群海外實習學生之組織社會化程度越高。

(三) 體驗價值

「體驗價值」係指個體在體驗活動的過程中，因為經驗而產生的主觀

感受，其感受即為個體的體驗價值。此部份的衡量係參考 Mathwick 等人（2001）所發展之體驗價質量表，其原構面為消費者投資報酬、服務優越性、美感以及玩樂性等四構面，而研究者依據本研究之需要，將體驗價值之衡量構面重新劃分命名為：（1）投資報酬；（2）服務優越性；（3）內在性價值，即將消費者投資報酬與服務優越性兩構面之定義保留，僅將構面名稱由「消費者投資報酬」修改為「投資報酬」。並將美感與玩樂性合併成「內在性價值」構面。本量表同樣採用李克特五點量表之形式進行勾選，當體驗價值量表分數加總越高時，表示餐旅群海外實習學生對海外實習活動之體驗價值程度越高。

肆、預試問卷之信效度

為確定研究問卷之適用性，本研究問卷採用「專家效度」。藉由專家學者對問卷內容、字句進行嚴謹之評斷、審查，以此作為問卷內容效度之檢驗。在預試問卷回收之後，則以電腦統計軟體 SPSS Statistics 18.0 進行信度分析，經信度分析考驗結果，科技大學餐旅群學生海外實習組織社會化情形與體驗價值之研究調查問卷整體之 Cronbach's α 係數為.945，組織社會化策略量表之 Cronbach's α 係數為.807，組織社會化程度量表之 Cronbach's α 係數為.922，體驗價質量表之 Cronbach's α 係數為.898，一份信度係數佳的問卷，整體問卷之信度係數最好在.80 以上；分量表之信度係數則最好在.70 以上（吳明隆，2011），本研究在整體問卷及分量表上皆達標準。

第五節 研究流程

本節主要在於說明研究流程中所進行的步驟。經文獻探討、確定研究架構和問卷設計後，接著即進行預試問卷之施測與回收、正式問卷發放與回收、問卷整理與統計分析。茲將各項程序說明如下：

壹、預試問卷之施測與回收

回收專家效度問卷後，依據專家之建議修改問卷初稿，修改後再次與指導教授進行討論以形成預試問卷，預試問卷包含個人基本資料 6 題及組織社會化策略的題目 14 題、組織社會化程度題目 16 題、體驗價值題目 17 題，共 53 個題目。預試問卷於 2012 年 10 月 22 日發出 37 份，並於 2012 年 10 月 26 日回收。共回收問卷 25 份，有效問卷共 25 份，回收率為 67.6%，回收可用率為 100%。

貳、正式問卷發放與回收

一、確立正式問卷

10 月 26 日，預試問卷回收後，即進行信度分析，確認問卷信度達標準，即完成「科技大學餐旅群學生海外實習組織社會化情形與體驗價值之研究調查問卷」編製（詳見附錄三）。

二、發放正式問卷

本研究係以網路問卷之形式讓受試者填答，紙本形式之問卷內容請見附錄三，網路問卷之發放方式為委託各校專人代為轉發問卷，於 10 月 26 日發出，進行正式施測。樣本數總計為 62 份。

三、回收問卷

陸續回收施測問卷並持續注意回收進度。網路問卷系統開放時間為 2012 年 9 月 28 日至 2012 年 10 月 26 日，問卷經由轉發共 62 份，回收問卷為 51 份，有效問卷為 51 份，回收率為 82.2%，回收可用率為 100%。為提高受試者之填答意願，研究者在網路問卷上註明本研究會從填答者之中隨機抽出數位填答者贈送超商禮券，並且告知填答者所填之資料會保密處理，僅供學術使用，使填答者能放心填寫。

參、問卷整理與統計分析

一、整理文件資料

回收問卷完畢後進行檢視，以判定問卷之有效性。經篩選後確認有效問卷，並將有效問卷資料輸入電腦編碼，準備進行資料分析處理。

二、資料分析

將問卷資料以電腦統計軟體 SPSS Statistics 18.0 進行統計分析，以回應研究目的與研究假設，統計分析完成後即進行論文之撰寫。詳細研究流程步驟如圖 3-2 所示。

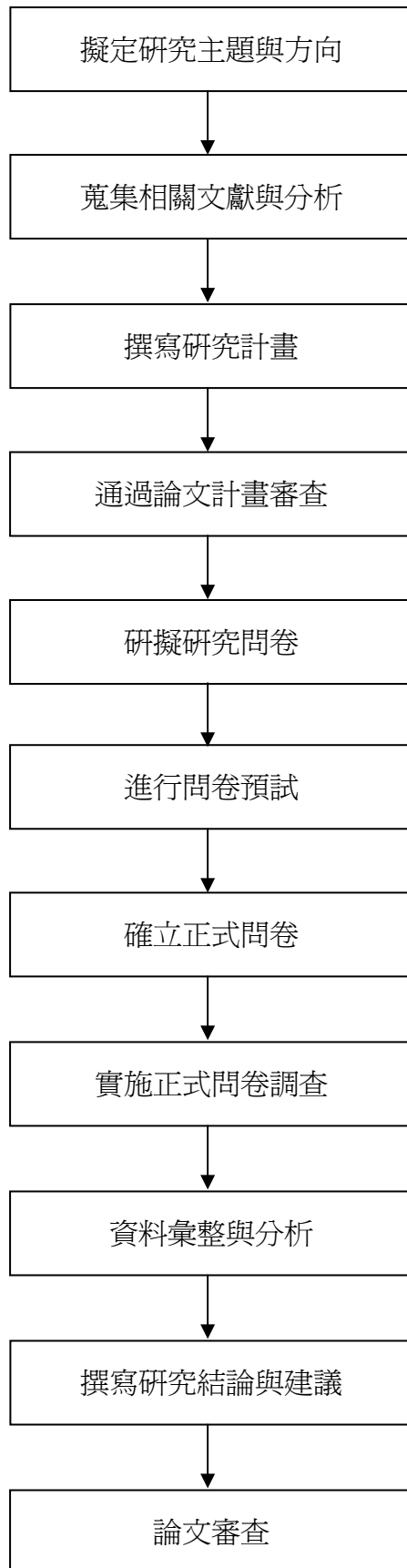


圖3-2 研究步驟流程圖

第六節 資料處理與分析

本研究以 SPSS Statistics 18.0 版套裝統計軟體以及 Smart PLS 電腦統計軟體進行描述性統計分析、驗證性因素分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及結構方程式等，將分項說明如下：

壹、描述性統計 (Description Statistic)

描述性統計是一套用以整理、描述、解釋資料的統計技術，也是數據從原始資料轉換成可被理解的統計數量的一套操作程序。包含樣本基本資料的描述，作各變數的次數分配及百分比分析，以了解樣本分佈情形及特性。此外，針對研究變項中之各個構面計算其平均數、標準差，以得知量表填答的分數分佈狀況。

貳、驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA)

驗證性因素分析是用來檢定理論模式下的因素結構，估計測量變數的變異數與共變矩陣反應潛在變項間關係強度，檢驗因素的結構關係，可用來檢驗各構面衡量項目的信度、聚合效度 (convergent validity) 與區別效度 (discriminant validity)。本研究以驗證性因素分析驗證組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值量表之建構效度。

參、獨立樣本 t 檢定 (t test)

本研究以 t 檢定來考驗餐旅群海外實習學生之性別、赴海外實習前之餐旅相關工作經驗、實習部門的不同在組織社會化程度以及體驗價值上是否有顯著性差異。

肆、單因子變異數分析 (Analysis of Variance, ANOVA)

單因子變異數分析的目的在於分析各種變異的來源，並可進一步比較不同的細項變數所檢驗的結果是否有顯著的差異。本研究以單因子變異數

分析考驗餐旅群海外實習學生之不同個人背景因素變項（取得餐旅相關證之張數、海外實習機構之所在國家）在組織社會化程度與體驗價值上是否有顯著性差異。

伍、結構方程模式 (Structural Equation Model, SEM)

本研究之結構方程模式是以結構方程式模型當中的部分最小平方法 (partial least squares, PLS) 統計分析技術進行分析，可測量各變項之間的關聯性及因果關係。PLS 統計技術的優點之一為適用於小樣本，潘瑛如與方崇雄 (2010) 利用 LISREL8.8 版與 Smart PLS 2.0 版分析 1000 個相同案例發現這兩種方法所得到分析結果差異並不大，另再由 1000 個樣本中隨機取樣 50 個樣本進行 PLS 分析，藉由進一步比較發現，PLS 分析技術在樣本數偏小的情況下，仍然可以進行分析，且得到與在樣本數較為龐大時接近的結果，但是 LISREL 則無法如 PLS 般用過少的樣本數進行分析。而國外學者 Wold 更僅以 10 個案例與兩項潛在變項的資料去分析 27 個指標 (潘瑛如、方崇雄，2010)。

此外，PLS 的另一個優點為 PLS 是一種無分配 (distribution-free) 的迴歸分析技術，不是建立在常態模式下之估計解，而 SEM 的求解則受到多元常態分佈的假設限制，意即當資料不屬於常態分佈時，可能會導致得到的結果有所偏誤，即得到偏誤解 (biased solution) (邱皓政，2011)。綜前所述，本研究之研究有效樣本為 51 份，屬於小樣本，因此，適合以 PLS 進行模型檢驗。

第四章 資料分析與討論

本章陳述研究問卷調查統計分析之結果，內容共分為六節來加以說明，包括：第一節樣本結構分析；第二節研究變項之描述統計；第三節研究變項之驗證性因素分析；第四節背景變項之 t 檢定分析；第五節背景變項之單因子變異數分析以及第六節研究模型之結構方程模式分析。

第一節 樣本結構分析

本研究在確定測量工具後，針對研究對象進行正式研究問卷的發放，總共發放出 62 份問卷，最後總計收回 51 份問卷，回收率為 82.2%，有效問卷為 51 份，有效回收率為 100%。以下就正式研究調查的樣本特性進行分析（詳見下表 4-1），分析結果如下：

（一）性別

本研究對象的樣本中，「男性」的受訪者人數有 7 人，佔全體受訪者人數的 13.73%；「女性」的受訪者人數有 44 人，佔全體受訪者人數的 86.27%。

（二）赴海外實習前之工作經驗

本研究對象的樣本中，在赴海外實習前即「有」工作經驗的受訪者人數有 51 人，佔全體受訪者人數的 100.00%，即所有參與填答之餐旅群海外實習學生在進行海外實習前皆有工作經驗。

（三）赴海外實習前之餐旅行業工作經驗

本研究對象的樣本中，在赴海外實習前即「有」餐旅行業工作經驗的受訪者人數有 46 人，佔全體受訪者人數的 90.20%；而在赴海外實習前，「無」餐旅行業工作經驗的受訪者人數有「5」人，佔全體受訪者人數的 9.80%。

(四) 取得餐旅相關證之張數

本研究對象的樣本中，填答「無證照」的受訪者人數有 18 人，佔全體受訪者人數的 35.29%；取得「1 張餐旅相關證照」的受訪者人數有 4 人，佔全體受訪者人數的 7.84%；取得「2 張餐旅相關證照」的受訪者人數有 12 人，佔全體受訪者人數的 23.53%；取得「3 張餐旅相關證照」的受訪者人數有 7 人，佔全體受訪者人數的 13.73%；取得「4 張餐旅相關證照以上」的受訪者人數則有 10 人，佔全體受訪者人數的 19.61%。

(五) 實習部門數

本研究對象的樣本中，在海外實習機構實習時，「僅在一個部門實習」的受訪者人數有 26 人，佔全體受訪者人數的 50.98%；在「超過一個部門以上」的受訪者人數有 25 人，佔全體受訪者人數的 49.02%。

(六) 海外實習機構所在之國家

本研究對象的樣本中，在「新加坡」進行海外實習的受訪者人數有 37 人，佔全體受訪者人數的 72.55%；在「加拿大」進行海外實習的受訪者人數有 2 人，佔全體受訪者人數的 3.92%；在「日本」進行海外實習的受訪者人數有 5 人，佔全體受訪者人數的 9.80%；在「澳洲」進行海外實習的受訪者人數有 4 人，佔全體受訪者人數的 7.84%；在「美國」進行海外實習的受訪者人數有 2 人，佔全體受訪者人數的 3.92%；在「帛琉」進行海外實習的受訪者人數有 1 人，佔全體受訪者人數的 1.96%。

表 4-1

樣本次數分配表

N=51

個人背景變項	內容	次數	百分比	累積百分比
性別	男	7	13.73%	13.73%
	女	44	86.27%	100.00%
赴海外實習前 之工作經驗	有	51	100.00%	100.00%
	無	0	0.00%	0.00%
赴海外實習前 之餐旅行業工 作經驗	有	46	90.20%	90.20%
	無	5	9.80%	100.00%
取得餐旅相關 證照之張數	無證照	18	35.29%	35.29%
	1 張證照	4	7.84%	43.14%
	2 張證照	12	23.53%	66.67%
	3 張證照	7	13.73%	80.39%
	4 張證照以上	10	19.61%	100.00%
實習部門數	僅在一個部門實 習	26	50.98%	50.98%
	超過一個部門以 上	25	49.02%	100.00%
海外實習機構 所在之國家	新加坡	37	72.55%	72.55%
	加拿大	2	3.92%	76.47%
	日本	5	9.80%	86.27%
	澳洲	4	7.84%	94.12%
	美國	2	3.92%	98.04%
	帛琉	1	1.96%	100.00%

整體而言，本研究所回收樣本之填答者，主要為女性，且在赴海外實習前全部已有工作經驗，而在赴海外實習前便有餐旅行業工作經驗之填答者人數則高達90%以上，在取得餐旅相關證照上的人數也超過半數。此外，在海外實習機構進行海外實習時曾有過部門輪調之學生與未有部門輪調經驗之學生各佔 50.98%與 49.02%，人數相當，而本研究回收的樣本中，赴海外實習之學生所前往之國家以新加坡最多，佔總回收樣本之 72.55%。

第二節 研究變項之描述統計

本節將組織社會化策略、組織社會化程度以及體驗價值量表分別進行描述性統計分析，計算各構面之平均數及標準差，以瞭解海外實習機構所運用之組織社會化策略為何，以及餐旅群海外實習學生之組織社會化程度與體驗價值程度為何。

壹、組織社會化策略之描述分析

一、組織社會化策略總量表及其子構面描述性統計

統計分析結果呈現，樣本在組織社會化策略整體量表的平均數為 3.505，標準差為.772。在組織社會化策略量表之子構面上，各衡量構面之平均分數介於 3.111 至 4.005 之間，其中以社會構面之分數最高，情境構面分數最低，而各構面平均數皆高於 3 分以上。由此可知，海外實習機構在組織社會化策略之運用上有傾向於使用制度式之組織社會化策略，且海外實習機構所運用之組織社會化策略在社會構面上有較其它構面，更為明顯有使用制度式組織社會化策略之傾向。其數據資料整理於表 4-2。

表 4-2

組織社會化策略各構面描述性統計表

構面	樣本數	平均數	標準差	名次
情境	51	3.111	.879	3
內容	51	3.299	.912	2
社會	51	4.005	.767	1

二、組織社會化策略各題項描述性統計

在組織社會化策略量表方面，扣除因素負荷量未達標準的題項後，共計有 11 個項目。其中 5 分代表非常同意，1 分代表非常不同意。在 11 個組織社會化策略測量項目中，受試者認為符合程度最高前 4 項為「我會觀

察資深員工的表現，以利瞭解自己在組織中的角色」、「同事們以他們的經驗，幫助我適應海外實習機構的環境」、「在海外實習機構實習時，同事們幾乎都很支持我」以及「資深員工認為訓練新進人員是他們的工作責任」，皆為社會構面。由此可知，海外實習機構所運用之組織社會化策略在社會構面有較其它構面明顯為制度式組織社會化策略之傾向。

此外，平均分數未達中數 3 分的題項為「對工作程序和方法尚未熟悉以前，我無須承擔任何工作責任」，推測其可能代表的意義為海外實習機構認為餐旅群海外實習學生除了接受實習機構的指導外，也應私下加強不熟悉處或主動發問與學習，以減少在正式工作時的出錯，且海外實習機構是否將實習學生視為學生，亦或是視其為正式員工，在本研究中不得而知，因此，當實習學生在工作上出錯時，海外實習機構認為學生應負部分責任。陳立真（2008）以餐旅系學生為研究對象，在瞭解學生校外實習適應與學習成效因素之研究中，發現學生會因尚不熟悉工作內容而犯錯，但犯錯不僅遭受主管的指責，也會使學生自己感受到挫折。可知目前在餐旅業中實習之學生，若因對工作程序或方法不熟悉而犯錯，仍必須負擔責任。前述之相關數據資料整理如下表 4-3。

表 4-3

組織社會化策略各題項描述性統計表

題號	組織社會化策略各題項	平均數	標準差
1	我剛到海外實習機構實習時，和其他新進人員在訓練活動中有很多機會可以交流。	3.45	1.101
4	對工作程序和方法尚未熟悉以前，我無須承擔任何工作責任。	2.88	1.143
5	海外實習機構有一套專門為新進人員的培訓活動。	3.00	1.149

(續下頁)

續表 4-3

組織社會化策略各題項描述性統計表

題號	組織社會化策略各題項	平均數	標準差
6	在海外實習機構中，有關職務角色上的關係，都有清楚的模式可循。	3.14	1.132
8	海外實習機構對於升遷的途徑有明確的規定。	3.06	1.271
9	在海外實習機構中，可以藉由別人的經驗，規劃自己職業生涯的路徑。	3.53	.857
10	海外實習機構有明確告訴我，我在組織中的訓練將遵循一定的時間表進行。	3.47	1.155
11	在海外實習機構實習時，同事們幾乎都很支持我。	3.98	.836
12	同事們以他們的經驗，幫助我適應海外實習機構的環境。	4.12	.840
13	資深員工認為訓練新進人員是他們的工作責任。	3.75	1.129
14	我會觀察資深員工的表現，以利瞭解自己在組織中的角色。	4.18	.740

貳、組織社會化程度之描述分析

一、組織社會化程度總量表及其子構面描述性統計

統計分析結果呈現，樣本在組織社會化程度整體量表的平均數為 3.869，標準差為 .598，顯示餐旅群海外實習學生之整體組織社會化程度介於量表中沒意見至同意之間。在組織社會化程度量表各構面上，各衡量構面之平均分數介於 3.686 至 3.974 之間，其中以行業與組織語言構面分數最高，機構認識與認同構面分數最低，由此可知，餐旅群海外實習學生在「行業與組織語言」之組織社會化程度最高，然就整體而言，餐旅群海外實習學生之組織社會化程度則為中上的程度。茲將前述之數據資料整理於表 4-4。

表 4-4

組織社會化程度各構面敘述性統計表

構面	樣本數	平均數	標準差	排名
工作熟練度	51	3.895	.613	3
人際關係	51	3.973	.776	2
行業與組織語言	51	3.974	.528	1
機構認識與認同	51	3.686	.687	4

二、組織社會化程度各題項描述性統計

在組織社會化程度量表方面，共計有 16 個項目。其中 5 分代表同意，1 分代表非常不同意。在 16 個組織社會化程度測量項目中，受試者認為符合程度最高前 7 項為「我瞭解海外實習機構的縮寫名詞」、「我和海外實習機構的同事相處非常良好」、「我瞭解海外實習機構中所用的專門用語」、「在海外實習機構時，大部分的同事都喜歡我」、「我總是會參加海外實習機構同事的聚會活動」、「在海外實習後，我具備目前工作職務所要求的技能」以及「我把海外實習機構的同事都視為朋友」，其平均數值皆超過或達 4 分，其它題項之平均數亦皆超過 3 分。

「我瞭解海外實習機構的歷史與發展」為組織社會化程度量表中得分最低之題項，其平均數為 3.41 分，顯示餐旅群海外實習學生在海外實習時，對於海外實習機構的歷史與發展沿革並沒有非常深入的瞭解，推測其可能原因為海外實習機構並未將此視為實習培訓活動的重點。前述之相關數據資料整理如表 4-5。

表 4-5

組織社會化程度各題項描述性統計表

題號	組織社會化程度各題項	平均數	標準差
1	在海外實習後，我具備行業所需的知識。	3.94	.676
2	在海外實習後，我具備目前工作職務所要求的技能。	4.00	.600
3	我相當清楚在海外實習機構中所擔任工作之責任與權限。	3.75	.956
4	我在海外實習機構裡相當受歡迎。	3.71	1.064
5	在海外實習機構時，大部分的同事都喜歡我。	4.02	.707
6	我總是會參加海外實習機構同事的聚會活動。	4.02	.735
7	我把海外實習機構的同事都視為朋友。	4.00	.980
8	我和海外實習機構的同事相處非常良好。	4.12	.791
9	我已掌握未來在餐旅行業中會用到的專業術語。	3.65	.955
10	我瞭解海外實習機構中所用的專門用語。	4.08	.523
11	我瞭解海外實習機構的縮寫名詞。	4.20	.601
12	我知道海外實習機構的經營理念。	3.86	.775
13	海外實習機構的經營目標明確。	3.69	.883
14	我支持海外實習機構所設定的經營目標。	3.69	.787
15	我瞭解海外實習機構的組織文化。	3.78	.783
16	我瞭解海外實習機構的歷史與發展。	3.41	.942

參、體驗價值之描述分析

一、體驗價值總量表及其子構面描述性統計

統計分析結果呈現，樣本在體驗價值整體量表的平均數為 3.816，標準差為.713，顯示餐旅群海外實習學生整體之體驗價值介於量表中沒意見至同意之間，即餐旅群海外實習學之體驗價值為中上的程度。在體驗價值量表各構面上，各衡量構面之平均分數介於 3.392 至 4.157 之間，其中以「投資報酬」構面分數最高，「服務優越性」之構面分數最低。由研究結果可知，餐旅群海外實習學生之體驗價值雖都呈現正向的趨勢，但在「服務優越性」構面的得分偏低，「服務優越性」構面所欲衡量的是學生對辦

理海外實習課程相關單位所提供之資訊、訓練課程之專業品質以及參與海外實習時環境安全等服務所產生之主觀感受，由此可知「服務優越性」應為辦理海外實習課程所改進之重點。茲將前述之數據資料整理於表 4-6。

表 4-6

體驗價值各構面敘述性統計表

構面	樣本數	平均數	標準差	排名
投資報酬	51	4.157	.690	1
服務優越性	51	3.392	.803	3
內在價值	51	4.067	.791	2

二、體驗價值各題項描述性統計

在體驗價值量表方面，共計有 17 個項目。其中 5 分代表同意，1 分代表非常不同意。在 17 個體驗價值測量項目中，平均數數值未達 3.5 之題項為「海外實習機構提供的訓練課程完整」、「海外實習機構提供的訓練課程，符合我的期待」、「在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助」、「在海外實習遇到困難時，實習機構的指導人員會適時提供協助」、「學校及海外實習機構有明確向我說明實習時的食宿與交通等資訊」，這些題項皆為「服務優越性」構面，其中，「在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助。」之平均數值更未達 3。由此可知，餐旅群海外實習學生對於在海外實習時，所能由學校老師獲得協助之體驗價值感受程度為負向，這樣的結果也與 Gibson 與 Busby (2009) 以及胡茹萍、黃旭田 (2012) 的研究結果相同，對外聯絡的確是海外實習學生所面臨相當棘手的問題之一，並且礙於時間、交通、經費以及人力等種種因素，學校輔導老師無法提供有力的協助。其數據資料整理如表 4-7。

表 4-7

體驗價值各題項描述性統計表

題號	體驗價值各題項	平均數	標準差
1	參與海外實習的開銷費用，係有價值的。	3.59	.942
2	參與海外實習的經驗，對我未來求職有幫助。	4.04	1.038
3	經由參與海外實習，我的技術與專業有提升。	4.22	.879
4	經由參與海外實習，我的外語能力有增強。	4.47	.644
5	經由參與海外實習，我瞭解當地的風俗民情。	4.47	.758
6	學校所提供的海外實習相關資訊，合乎我的需求。	3.59	1.252
7	海外實習機構提供的訓練課程完整。	3.16	1.065
8	海外實習機構提供的訓練課程，符合我的期待。	3.20	.895
9	在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助。	2.98	1.029
10	在海外實習遇到困難時，實習機構的指導人員會適時提供協助。	3.39	1.021
11	學校及海外實習機構有明確向我說明實習時的食宿與交通等資訊。	3.43	1.063
12	海外實習的環境安全無慮。	4.00	1.000
13	海外實習的經驗，讓我留下美好的回憶。	4.10	.671
14	我會想再次參與海外實習。	4.08	1.017
15	參與海外實習增強我的自信。	4.12	.931
16	參與海外實習時，與同事之間的互動是融洽、愉快的。	4.06	.858
17	海外實習的環境有很好的工作氛圍。	3.98	.948

第三節 研究變項之驗證性因素分析

驗證性因素分析即用來檢定在理論模式下的因素結構，也可以用來檢驗量測項目之信度與效度。故本研究以驗證性因素分析進行問卷量測項目之因素確認與信、效度分析，本節共分為二部分，分別為信度檢驗與收斂效度（convergent validity）分析，以及區別效度（discriminant validity）分

析，以下將說明量表之信度、收斂效度與區別效度的判斷標準及分析結果。

壹、 信度檢驗與收斂效度分析

在社會及行為科學研究之中，信度評估一般而言可分為四種指標，即再測信度 (test-retest reliability)、複本信度 (alternative-form reliability)、折半信度 (split-half reliability) 以及內部一致性信度 (internal consistency reliability)。而不論是再測信度、複本信度以及折半信度，皆可稱為內部一致性信度，且內部一致性信度中的Cronbach's α 可以說是目前採行最廣的信度指標 (邱皓政, 2005)。一般而言，Cronbach's α 值大於0.7，即表示有一定程度的信度 (吳明隆, 2011)，DeVellis 也提出Cronbach's α 值在0.65至0.70之間是最小可接受之值 (引自吳明隆, 2010)，Chin (1995) 則指出，每個量測項目的因素負荷量應該大於0.7才算有信度，但通常因素負荷量有達0.5亦可接受。Fornell 與 Larcker (1981) 以及 Bagozzi 與 Yi (1988) 皆建議組合信度 (composite reliability, CR)，一般需要達到0.6。

在收斂效度檢測上，本研究以驗證性因素分析中的部分最小平方法，就各構面題項資料分析，計算出各構面之組合信度及平均萃取變異量 (Average Variance Extracted; AVE)，以進行各構念衡量模式 (measurement model) 之適合度檢定。研究者依據 Anderson 與 Gerbing (1988)、Fornell 與 Larcker (1981)、Bagozzi 與 Yi (1988) 以及 Gefen、Straub 與 Boudreau (2000) 等學者提出之收斂效度分析準則以及驗證性因素分析評估標準進行評量，整理後得 3 項評估準則為：(1) 各指標之因素負荷量皆具顯著性；(2) 各構面之組合信度需達 0.6；(3) 平均萃取變異量高於 0.5，但 0.4 仍可接受，因 Fornell 與 Larcker 指出，若 AVE 低於 0.5，但該構面之組合信度高於 0.60，則該構面仍具收斂效度。各量表之分析結果如下：

(一) 組織社會化策略量表之驗證性因素分析

在組織社會化策略量表中，其各衡量指標因素負荷量皆為顯著；情境、內容與社會構面之組合信度分別為 0.718、0.846、0.923，各構面之值都在 0.7 以上，達到檢驗之標準；而平均萃取變異量則分別為 0.388、0.546、0.750，但在平均萃取變異量之檢驗上，「情境」構面並未達 0.5 之標準，故建議將衡量指標因素負荷量低於 0.5 者剔除，以提高該構面之平均萃取變異量。因此，根據資料分析顯示，組織社會化策略量表中之「情境」構面的收斂效度尚未屬可接受範圍。其相關數據資料整理於表 4-8。

表 4-8

組織社會化策略量表之驗證性因素分析

變項	PLS Bootstrapping (N=200)			平均萃取 變異量 (AVE)	組合信度 (CR)	Cronbach Alpha
	因素負荷 量(λ_x)	標準誤 (δ)	T 值			
情境				0.388	0.718	0.579
A1	0.763	0.046	16.538***			
A2	0.413	0.150	2.696*			
A3	0.085	0.146	0.569			
A4	0.700	0.052	13.334***			
A5	0.831	0.033	25.626***			
內容				0.546	0.846	0.761
A6	0.793	0.062	12.889***			
A7	0.296	0.118	2.469*			
A8	0.754	0.051	14.937***			
A9	0.829	0.038	21.926***			
A10	0.868	0.021	41.428***			
社會				0.750	0.923	0.888
A11	0.908	0.018	50.825***			
A12	0.916	0.020	46.791***			
A13	0.833	0.038	21.669***			
A14	0.811	0.029	27.516***			

註：*表 $p < 0.05$ ，***表 $p < 0.001$ 。

為提高「情境」構面與「內容」構面之平均萃取變異量，研究者將題項「A2」、「A3」以及「A7」刪除，經刪除題項後，組織社會化策略量表中，各衡量指標因素負荷量皆為顯著，且高達 0.5 以上；組合信度分別為 0.821、0.895、0.923，其值都在 0.7 以上，達到檢驗之標準；而平均萃取變異量則分別為 0.606、0.680、0.750，其值均高於 0.5，達到檢驗之標準。因此，組織社會化策略量表之收斂效度屬可接受範圍。相關數據資料整理於表 4-9。

表 4-9

修正後組織社會化策略量表之驗證性因素分析

變項	PLS Bootstrapping(N=200)			平均萃取 變異量 (AVE)	組合信度 (CR)	Cronbach Alpha
	因素負荷 量(λ_{*})	標準誤 (δ)	T 值			
情境				0.606	0.821	0.671
A1	0.756	0.038	19.913***			
A4	0.721	0.054	13.470***			
A5	0.851	0.038	22.421***			
內容				0.680	0.895	0.847
A6	0.844	0.044	19.215***			
A8	0.758	0.056	13.553***			
A9	0.825	0.036	22.950***			
A10	0.869	0.018	46.875***			
社會				0.750	0.923	0.888
A11	0.910	0.018	49.453***			
A12	0.916	0.019	48.302***			
A13	0.825	0.039	21.049***			
A14	0.810	0.032	25.620***			

註：***表 $p < 0.001$ 。

(二) 組織社會化程度之驗證性因素分析

在組織社會化程度量表中，其各衡量指標因素負荷量皆為顯著；「工作熟練度」、「人際關係」、「行業組織與語言」以及「機構認

識與認同」構面之組合信度分別為 0.861、0.957、0.813、0.915，各構面之值都在 0.7 以上，達到檢驗之標準；而平均萃取變異量則分別為 0.674、0.818、0.594、0.684，其值均高於 0.5，達到檢驗之標準。因此，組織社會化程度量表之收斂效度屬可接受範圍。相關數據資料整理於表 4-10。

表 4-10

組織社會化程度量表之驗證性因素分析

變項	PLS Bootstrapping(N=200)			平均萃取變異量 (AVE)	組合信度 (CR)	Cronbach Alpha
	因素負荷量(λ_i)	標準誤 (δ)	T 值			
工作熟練度				0.674	0.861	0.770
B1	0.828	0.047	17.632***			
B2	0.794	0.046	17.282***			
B3	0.835	0.019	43.422***			
人際關係				0.818	0.957	0.944
B4	0.919	0.018	50.859***			
B5	0.887	0.025	36.000***			
B6	0.864	0.030	28.374***			
B7	0.911	0.019	48.599***			
B8	0.937	0.011	82.849***			
行業與組織語言				0.594	0.813	0.654
B9	0.681	0.048	14.171***			
B10	0.747	0.082	9.122***			
B11	0.873	0.022	39.984***			
機構認識與認同				0.684	0.915	0.884
B12	0.903	0.020	45.612***			
B13	0.857	0.021	40.575***			
B14	0.854	0.026	32.356***			
B15	0.773	0.045	17.400***			
B16	0.737	0.057	12.936***			

註：***表 $p < 0.001$ 。

(三) 體驗價值之驗證性因素分析

在體驗價值量表中，其各衡量指標因素負荷量皆為顯著；「投資報酬」、「服務優越性」以及「內在性價值」構面之組合信度分別為 0.909、0.909、0.949，各構面之值都在 0.7 以上，達到檢驗之標準；而平均萃取變異量則分別為 0.669、0.590、0.790，其值均高於 0.5，達到檢驗之標準。因此，體驗價值量表之收斂效度屬可接受範圍。相關數據資料整理於表 4-11。

表 4-11

體驗價值量表之驗證性因素分析

變項	PLS Bootstrapping(N=200)			平均萃取 變異量 (AVE)	組合信度 (CR)	Cronbach Alpha
	因素負荷 量(λ_i)	標準誤 (δ)	T 值			
投資報酬				0.669	0.909	0.871
C1	0.630	0.061	10.148***			
C2	0.871	0.028	31.118***			
C3	0.815	0.052	15.722***			
C4	0.800	0.032	24.906***			
C5	0.942	0.008	122.084***			
服務 優越性				0.590	0.909	0.883
C6	0.787	0.031	25.789***			
C7	0.903	0.017	51.816***			
C8	0.773	0.032	24.093***			
C9	0.748	0.064	11.537***			
C10	0.670	0.047	14.118***			
C11	0.759	0.030	25.541***			
C12	0.734	0.054	13.533***			
內在性 價值				0.790	0.949	0.932
C13	0.738	0.053	13.812***			
C14	0.904	0.016	56.459***			
C15	0.924	0.015	60.801***			
C16	0.969	0.005	178.269***			
C17	0.895	0.025	35.792***			

註：***表 $p < 0.001$ 。

貳、區別效度分析

區別效度代表構面與構面之間的區別能力，區別效度越高代表著各構面可以明確的分開量測到所欲量測的目標。本研究檢定區別效度採用兩種方法，分述如下：(1) 依據 Gaski 與 Nevin (1985) 提出之檢定區別效度之準則，二構面間的相關係數小於 1，表示此二構面具有區別效度；(2) 依據 Fornell 與 Larcker (1981) 等學者之建議，當二構面的相關係數小於 AVE 之平方根，即表示此二構面具有區別效度。本研究使用 PLS 進行各衡量變項之相關係數矩陣分析，分析資料整理於表 4-12 至表 4-14。分析結果均符合上述兩項檢定區別效度準則，顯示各量表之各構面區別效度良好。

表 4-12

組織社會化策略之區別效度分析暨變數相關係數表

構面	情境	內容	社會
情境	0.778		
內容	0.835	0.825	
社會	0.682	0.685	0.866

註：對角線數值為 AVE 的平方根

表 4-13

組織社會化程度之區別效度分析暨變數相關係數表

構面	工作熟練度	人際關係	行業與 組織語言	機構認識 與認同
工作熟練度	0.821			
人際關係	0.712	0.904		
行業與 組織語言	0.739	0.665	0.771	
機構認識 與認同	0.728	0.722	0.715	0.827

註：對角線數值為 AVE 的平方根

表 4-14

體驗價值之區別效度分析暨變數相關係數表

構面	投資報酬	服務優越性	內在性價值
投資報酬	0.818		
服務優越性	0.707	0.768	
內在性價值	0.805	0.868	0.889

註：對角線數值為 AVE 的平方根

第四節 背景變項之 t 檢定分析

本研究運用獨立樣本 t 檢定，用以瞭解海外實習學生之「性別」、「赴海外實習前之工作經驗」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」以及「實習部門數」等基本資料變項，對於組織社會化程度量表下之工作熟練度、人際關係、行業和組織語言、機構認識與認同等四個構面以及體驗價值量表下之投資報酬、服務優越性、內在性價值等三個構面的看法與認知有無差異。

然本研究所蒐集之 51 份樣本中，科技大學餐旅群海外實習學生於赴海外實習前皆已有工作經驗，因此，本節就「性別」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」以及「實習部門數」等基本資料變項之獨立樣本 t 檢定分述之。

壹、不同「性別」之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度和體驗價值上之差異分析

一、不同性別之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度上無顯著差異

本研究運用獨立樣本 t 檢定，用以瞭解「性別」基本資料變項，對於組織社會化程度整體量表以及組織社會化程度量表下之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面的

認知有無差異。在 t 檢定分析中，變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面之 F 值分別為.426、.449、.259、.270、1.617，其顯著性皆大於.05，即未達 $p < .05$ 之顯著標準；再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面的 t 值分別為.402、.482、.308、.140、.468，p 值則為.689、.632、.760、.890、.642，p 值皆大於.05，未達顯著差異。其相關數據整理如表 4-15。

表 4-15

性別對組織社會化程度之 t 檢定表

研究 構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	男生	女生	F 值	p	t 值	p
	(N=7)	(N=44)				(2-tailed)
組織 社會化 程度	3.964	3.869	.426	.517	.402	.689
工作 熟練度	4.000	3.879	.449	.506	.482	.632
人際 關係	4.057	3.959	.259	.613	.308	.760
行業 和組織 語言	4.000	3.970	.270	.606	.140	.890
機構 認識與 認同	3.800	3.668	1.617	.209	.468	.642

在洪麗美等人(2010)以餐旅實習生進行國內校外實習之研究結果中，發現男性學生的組織社會化程度大於女性學生，並指出在校外實習上，男性學生較女性學生容易適應新組織。而林怡璇(2012)以高雄餐旅大學海外實習學生為研究對象，探討海外實習學生跨文化適應的情形發現，性別對於海外實習學生之跨文化適應並無差異，本研究結果亦顯示，不同性別之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度上並無差異，即男性學生與女性學生對於組織的適應情形並無差異，由此可知，當實習環境由國內移至海外時，不論男性與女性都需要相當程度的適應。

二、不同「性別」之餐旅群海外實習學生在體驗價值上無顯著差異

在性別對於體驗價值整體量表以及體驗價值量表下之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的 t 檢定分析中，由變異數相等的 Levene 檢定所得之 F 值，依序分別為 1.426、.221、2.003、1.345，其顯著性皆大於 .05，即未達 $p < .05$ 之顯著標準；再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，體驗價值及其「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面的 t 值分別為 -3.57、-.291、-.159、-.545，p 值則為 .722、.772、.875、.588，p 值皆大於 .05，未達顯著差異，其相關數據整理如表 4-16。結果顯示性別不同之餐旅群海外實習學生在體驗價值上並沒有顯著的差異。

表 4-16

性別對體驗價值之 t 檢定表

研究構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	男生 (N=7)	女生 (N=44)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
體驗價值	3.782	3.886	1.426	.238	-.357	.722

(續下頁)

續表 4-16

性別對體驗價值之 t 檢定表

研究 構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	男生 (N=7)	女生 (N=44)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
投資 報酬	4.086	4.168	.221	.640	-.291	.772
服務 優越性	3.347	3.399	2.003	.163	-.159	.875
內在性 價值	3.914	4.091	1.345	.252	-.545	.588

貳、不同「赴海外實習前餐旅行業工作經驗」之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度和體驗價值上之差異分析

一、不同「赴海外實習前餐旅行業工作經驗」之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度上無顯著差異

赴海外實習前之餐旅工作經驗對於組織社會化程度整體量表以及組織社會化程度量表下之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面的 t 檢定分析中，由變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面之 F 值分別為 .606、.459、.110、.535、.760，其顯著性皆大於 .05，即未達 $p < .05$ 之顯著標準；再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面的 t 值分別為 -1.278、-1.442、-1.181、-.410、-1.360，P 值則為 .207、.156、.243、.684、.180，p 值皆大於 .05，未達顯著差異。其相關數據整理如表 4-17。

表 4-17

赴海外實習前之餐旅工作經驗對組織社會化程度之 t 檢定表

研究 構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	有 (N=46)	無 (N=5)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
組織 社會化 程度	3.848	4.193	.606	.440	-1.278	.207
工作 熟練度	3.855	4.267	.459	.501	-1.442	.156
人際 關係	3.930	4.360	.110	.741	-1.181	.243
行業 和組織	3.964	4.067	.535	.468	-.410	.684
語言 機構 認識與 認同	3.643	4.080	.760	.388	-1.360	.180

由研究結果可知，餐旅群海外實習學生於赴海外實習前不論是否有餐旅行業工作經驗對於其組織社會化程度並沒有影響，而洪麗美等人(2010)以餐旅實習生在國內實習之研究係指出，有工讀經驗的學生在實習社會化方面的認知是正向的，有工讀經驗的學生在組織社會化程度上的得分均高於沒有工讀經驗的學生。然本研究所蒐集到之樣本於赴海外實習前，全數皆已有工讀經驗，因此，無法瞭解有無工讀經驗是否會對餐旅群海外實習學生之組織社會化程度造成影響，研究結果僅能說明餐旅群海外實習學生之組織社會化程度，不因其餐旅行業工作經驗之有無而有所差異。

二、不同赴海外實習前餐旅行業工作經驗之餐旅群海外實習學生在體驗價值上無顯著差異

赴海外實習前之餐旅行業工作經驗對於體驗價值整體量表以及體驗價

值量表下之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的 t 檢定分析中，由變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，體驗價值及其「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面之 F 值分別為 .253、.173、.102、1.054，其顯著性皆大於 .05，即未達 $p < .05$ 之顯著標準；再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，體驗價值及其「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面的 t 值分別為 -1.198、-1.106、-1.114、-1.114，p 值則為 .237、.274、.271、.271，p 值皆大於 .05，未達顯著差異。由研究結果可知，其相關數據整理如表 4-18。

表 4-18

赴海外實習前之餐旅工作經驗對體驗價值之 t 檢定表

研究構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	有 (N=46)	無 (N=5)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
體驗價值	3.833	4.230	.253	.617	-1.198	.237
投資報酬	4.122	4.480	.173	.679	-1.106	.274
服務優越性	3.351	3.771	.102	.751	-1.114	.271
內在性價值	4.026	4.440	1.054	.310	-1.114	.271

參、不同實習部門數之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度和體驗價值上之差異分析

一、不同實習部門數之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度上無顯著差異

海外實習部門數對於組織社會化程度整體量表以及組織社會化程度量表下之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面的 t 檢定分析中，變異數相等的 Levene 檢定得到 F

值，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面之 F 值分別為.000、.019、.010、3.918、4.089，唯「機構認識與認同」達顯著差異，其他顯著性皆大於.05，未達顯著性差異，即未達 $p < .05$ 的顯著水準，當 $p > .05$ 時，應將二組變異數視為相等，此時 t 檢定數據要看「假設變異數相等」(equal variances assumed) 中的數值；若達.05 的顯著水準 ($p < .05$)，則查看「不假設變異數相等」(equal variances not assumed) 中的 t 統計量的數據。故以前述原則之 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，組織社會化程度及其「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面的 t 值分別為-.032、-.127、.255、-.343、-.017，p 值則為.975、.899、.800、.733、.986，p 值皆大於.05，未達顯著差異。由研究結果可知，餐旅群海外實習學生在海外實習機構實習時，無論有無進行實習輪調對於其組織社會化程度並沒有影響。前述之相關數據整理如表 4-19。

表 4-19

實習部門數對組織社會化程度之 t 檢定表

研究構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	一個 (N=26)	一個以上 (N=25)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
組織社會化程度	3.879	3.885	.000	.992	-.032	.975
工作熟練度	3.885	3.907	.019	.892	-.127	.899
人際關係	4.000	3.944	.010	.922	.255	.800

(續下頁)

續表 4-19

實習部門數對組織社會化程度之 t 檢定表

研究構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	一個 (N=26)	一個以上 (N=25)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
行業和組織語言機構認識與認同	3.949	4.000	3.918	.053	-.343	.733
	3.685	3.688	4.089*	.049	-.017	.986

註：*表 $p < 0.05$ 。

二、不同實習部門數之餐旅群海外實習學生在體驗價值上無顯著差異

海外實習部門數對於體驗價值整體量表以及體驗價值量表下之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的 t 檢定分析中，變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，體驗價值及其「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面之 F 值分別為.153、.444、.101、.079，其顯著性皆大於.05，再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，體驗價值及其「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面的 t 值分別為.201、-.706、.675、.516，p 值則為.842、.451、.503、.608，p 值皆大於.05，未達顯著差異。由研究結果可知，當餐旅群海外實習學生在海外實習機構實習時，實習輪調與否對於其體驗價值並沒有影響。前述之相關數據整理如表 4-20。

表 4-20

海外實習部門輪調次數對體驗價值之 t 檢定表

研究構面	平均數		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定	
	一個 (N=26)	一個以上 (N=25)	F 值	p	t 值	p (2-tailed)
體驗價值	3.892	3.851	.153	.698	.201	.842
投資報酬	4.085	4.232	.444	.508	-.760	.451
服務優越性	3.467	3.314	.101	.752	.675	.503
內在性價值	4.123	4.008	.079	.780	.516	.608

由研究結果顯示可知，在餐旅群海外實習學生之「性別」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」與「實習部門數」等基本資料變項上，對於其組織社會化程度及其量表下之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面，以及體驗價值與其量表下之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的認知並無差異。

第五節 背景變項之單因子變異數分析

本節描述運用單因子變異數分析，以瞭解海外實習學生之「取得餐旅相關證照」與「海外實習機構所在之國家」等兩項基本資料變項，對於組織社會化程度量表下之工作熟練度、人際關係、行業和組織語言、機構認識與認同等四個構面，以及體驗價值量表下之投資報酬、服務優越性、內在性價值等三個構面的看法與認知有無差異。以下就「取得餐旅相關證照」、「海外實習機構所在之國家」兩項基本資料變項之單因子變異數分析分述

之。

壹、取得不同餐旅相關證照數之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度和體驗價值上之差異性分析

一、取得不同餐旅相關證照數之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度上無顯著差異

(一) 組織社會化程度總構面

經單因子變異數分析結果發現，組織社會化程度總構面之 F 值為 .083、 $p=.987 > .05$ ，未達統計上的顯著水準，無須經過 Scheffe 法事後比較。研究結果表示餐旅群海外實習學生之組織社會化程度，不會因為取得餐旅相關證照數的差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-21 所示。

表 4-21

不同餐旅相關證照張數在組織社會化程度之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
組織 社會化 程度	(1)無	18	3.913	.587	.083	.987	NA
	(2)1 張	4	3.788	.539			
	(3)2 張	12	3.822	.519			
	(4)3 張	7	3.890	.688			
	(5)4 張 以上	10	3.930	.667			

註：NA 表示不須事後比較。

(二) 組織社會化程度子構面

以下就組織社會化程度的子構面，分別為「工作熟練度」「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面細看，瞭解取得不同餐旅相關證照在組織社會化程度之子構面是否有差異。

經變異數分析後發現組織社會化程度構面下的「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面的F值分別為.201(p值=.937)、.121(p值=.960)、.156(p值=.960)、.380(p值=.822)，且皆未達統計上的顯著水準。表示餐旅群海外實習學生對於組織社會化程度中的「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面上的看法與認知，皆不會因為「取得餐旅相關證照數」之差異而導致看法與認知上的不同。相關數據如下表 4-22 所示。

表 4-22

不同餐旅相關證照張數在組織社會化程度子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
工作 熟練度	(1)無	18	3.889	.637	.201	.937	NA
	(2)1 張	4	3.750	.569			
	(3)2 張	12	3.833	.522			
	(4)3 張	7	3.905	.787			
	(5)4 張 以上	10	4.033	.656			
人際 關係	(1)無	18	3.978	.851	.121	.974	NA
	(2)1 張	4	4.000	.432			
	(3)2 張	12	3.883	.669			
	(4)3 張	7	4.143	.586			
	(5)4 張 以上	10	3.940	1.050			
行業 和組織 語言	(1)無	18	3.963	.510	.156	.960	NA
	(2)1 張	4	4.000	.720			
	(3)2 張	12	3.972	.481			
	(4)3 張	7	3.857	.663			
	(5)4 張 以上	10	4.067	.540			

(續下頁)

續表 4-22

不同餐旅相關證照張數在組織社會化程度子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
機構 認識與 認同	(1)無	18	3.822	.661	.083	.987	NA
	(2)1 張	4	3.400	.993			
	(3)2 張	12	3.600	.649			
	(4)3 張	7	3.657	.877			
	(5)4 張 以上	10	3.680	.598			

註：NA 表示不須事後比較。

二、取得不同餐旅相關證照之餐旅群海外實習學生在體驗價值上無顯著差異

(一) 體驗價值總構面

經單因子變異數分析結果發現，體驗價值總構面之 F 值為.237、 $p=.916 > .05$ ，未達統計上的顯著水準，無須經過 Scheffe 法事後比較。研究結果表示餐旅群海外實習學生之體驗價值，不會因為取得餐旅相關證照數的差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-23 所示。

表 4-23

不同餐旅相關證照張數在體驗價值之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
體驗 價值	(1)無	18	4.006	.742	.237	.916	NA
	(2)1 張	4	3.810	.593			
	(3)2 張	12	3.805	.691			

(續下頁)

續表 4-23

不同餐旅相關證照張數在體驗價值之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
體驗 價值	(4)3 張	7	3.782	.849			
	(5)4 張 以上	10	3.798	.712			

註：NA 表示不須事後比較。

(二) 體驗價值子構面

以下就體驗價值的子構面，分別為「投資報酬」「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面細看，瞭解取得不同餐旅相關證照在體驗價值之子構面是否有差異。經變異數分析後發現體驗價值構面下的「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面的 F 值分別為.140 (p 值=.966)、.585 (p 值=.675)、.255(p 值=.905)，且皆未達統計上的顯著水準。表示餐旅群海外實習學生對於體驗價值中的「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的看法與認知，皆不會因為「取得餐旅相關證照數」之差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-24 所示。

表 4-24

不同餐旅相關證照張數在體驗價值子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
投資 報酬	(1)無	18	4.222	.706	.140	.966	NA
	(2) 1 張	4	4.100	.622			
	(3) 2 張	12	4.183	.646			

(續下頁)

續表 4-24

不同餐旅相關證照張數在體驗價值子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
投資 報酬	(4) 3 張	7	4.171	.716			
	(5) 4 張 以上	10	4.020	.830			
服務 優越性	(1) 無	18	3.619	.856	.585	.675	NA
	(2) 1 張	4	3.179	.674			
	(3) 2 張	12	3.214	.781			
	(4) 3 張	7	3.347	.972			
	(5) 4 張 以上	10	3.314	.709			
內在性 價值	(1) 無	18	4.178	.797	.255	.905	NA
	(2) 1 張	4	4.150	.806			
	(3) 2 張	12	4.017	.846			
	(4) 3 張	7	3.829	.976			
	(5) 4 張 以上	10	4.060	.687			

註：NA 表示不須事後比較。

許銘珊與詹玉瑛（2011）以餐旅系學生為研究對象，探討餐旅系學生對校外實習制度知覺之差異，研究結果發現取得餐旅相關證照之學生擁有較高之學習意願與較正向之學習態度，其對於實習制度之知覺也傾向較為積極、正向。而郭德賓與莊明珠（2006）則指出實習學生是否擁有餐旅相關證照會影響學生在校外實習時對於工作的心態與價值判斷。綜前所述，本研究將「取得餐旅相關證照」作為個人基本變項之一，而研究結果則顯示餐旅群海外實習學生之組織社會化程度與體驗價值並不因「取得餐旅相關證照」之不同而有所差異。

貳、取得不同餐旅相關證照數之餐旅群海外實習學生在組織社會化程度和體驗價值上之差異性分析

本研究所蒐集之樣本中，海外實習機構所在之國家共有六個國家，分別為新加坡、加拿大、日本、澳洲、美國以及帛琉，但因帛琉的樣本數僅一位，無法作單因子變異數分析，故本研究以扣除帛琉後之五個國家作組織社會化程度以及體驗價值之單因子變異數分析。

一、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度不因在不同國家之海外實習機構實習而有所差異

(一) 組織社會化程度總構面

經單因子變異數分析結果發現，組織社會化程度總構面之 F 值為 1.087、 $p=.374 > .05$ ，未達統計上的顯著水準，無須經過 Scheffe 法事後比較。研究結果表示海外實習學生之組織社會化程度，不會因為海外實習機構所在國家之差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-25 所示。

表 4-25

不同海外實習機構所在之國家在組織社會化程度之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
組織 社會化 程度	(1)新加坡	37	3.829	.595	1.087	.374	NA
	(2)加拿大	2	3.858	.059			
	(3)日本	5	4.330	.388			
	(4)澳洲	4	4.000	.737			
	(5)美國	2	3.492	.460			

註：NA 表示不須事後比較。

(二) 組織社會化程度子構面

以下就組織社會化程度的子構面，分別為「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面細看，瞭解海外實習機構所在之國家不同在組織社會化程度之子構面是否有差異。經變異數分析後發現組織社會化程度構面下的「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」四個構面的 F 值分別為 2.600 (P 值=.049)、1.022 (P 值=.406)、1.159 (P 值=.341)、.378 (P 值=.823)，唯「工作熟練度」達顯著差異，必須進行 Scheffe 法事後比較，其他皆未達統計上的顯著水準。表示餐旅群海外實習學生對組織社會化程度中的「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」三個構面上的看法與認知，不會因為海外實習機構所在之國家不同的差異而導致看法與認知上的不同。

在經過 Scheffe 法事後比較發現，就「工作熟練度」構面而言，組間無顯著差異，即餐旅群海外實習學生對於「工作熟練度」的看法與認知，不會因為海外實習機構所在之國家不同的差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-26 所示。

表 4-26

不同海外實習機構所在之國家在組織社會化程度子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
工作 熟練度	(1)新加坡	37	3.802	.564	2.600	.049*	n.s
	(2)加拿大	2	4.000	.000			
	(3)日本	5	4.533	.380			
	(4)澳洲	4	4.250	.877			
	(5)美國	2	3.333	.943			

(續下頁)

續表 4-26

不同海外實習機構所在之國家在組織社會化程度子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
人際 關係	(1)新加坡	37	3.892	.831	1.022	.406	NA
	(2)加拿大	2	3.800	.000			
	(3)日本	5	4.520	.502			
	(4)澳洲	4	4.300	.739			
	(5)美國	2	3.600	.283			
行業 和組織 語言	(1)新加坡	37	3.964	.565	1.159	.341	NA
	(2)加拿大	2	3.800	.000			
	(3)日本	5	4.000	.735			
	(4)澳洲	4	3.450	1.063			
	(5)美國	2	3.700	.141			
機構 認識與 認同	(1)新加坡	37	3.659	.693	.378	.823	NA
	(2)加拿大	2	3.800	.000			
	(3)日本	5	4.000	.735			
	(4)澳洲	4	3.450	1.063			
	(5)美國	2	3.700	.141			

註：* $p < .05$ ；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

二、餐旅群海外實習學生之體驗價值不因在不同國家之海外實習機構實習而有所差異

(一) 體驗價值總構面

經單因子變異數分析結果發現，體驗價值總構面之 F 值為.644、 $p = .634 > .05$ ，未達統計上的顯著水準，無須經過 Scheffe 法事後比較。

研究結果顯示餐旅群海外實習學生之體驗價值，不會因為海外實習機

構所在之國家不同，而導致在看法與認知上有所差異。相關數據資料整理如下表 4-27 所示。

表 4-27

不同海外實習機構所在之國家在體驗價值之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
體驗 價值	(1)新加坡	37	3.783	.734	.644	.634	NA
	(2)加拿大	2	3.962	.283			
	(3)日本	5	4.276	.795			
	(4)澳洲	4	3.888	.687			
	(5)美國	2	4.210	.404			

註：NA 表示不須事後比較。

(二) 體驗價值子構面

以下就體驗價值的子構面，分別為「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面細看，瞭解海外實習機構所在之國家不同在體驗價值之子構面是否有差異。經變異數分析後發現體驗價值構面下的「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」三個構面的 F 值分別為.826 (P 值=.515)、.676 (P 值=.612)、.476(P 值=.753)，且皆未達統計上的顯著水準，無須經過 Scheffe 法事後比較。研究結果顯示餐旅群海外實習學生對體驗價值中的「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面上的看法與認知，不會因為「海外實習機構所在之國家不同」的差異而導致看法與認知上的不同。相關數據資料整理如下表 4-28 所示。

表 4-28

不同海外實習機構所在之國家在體驗價值子構面之差異分析

層面/ 變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後 比較
投資 報酬	(1)新加坡	37	4.049	.719	.826	.515	NA
	(2)加拿大	2	4.500	.707			
	(3)日本	5	4.560	.537			
	(4)澳洲	4	4.200	.712			
	(5)美國	2	4.400	.000			
服務 優越性	(1)新加坡	37	3.328	.836	.676	.612	NA
	(2)加拿大	2	3.286	.000			
	(3)日本	5	3.829	.960			
	(4)澳洲	4	3.214	.665			
	(5)美國	2	3.929	.505			
內在性 價值	(1)新加坡	37	3.973	.815	.476	.753	NA
	(2)加拿大	2	4.100	.141			
	(3)日本	5	4.440	.953			
	(4)澳洲	4	4.250	.772			
	(5)美國	2	4.300	.707			

註：NA 表示不須事後比較。

林怡璇(2012)以國立高雄餐旅大學之海外實習學生為研究對象發現，海外實習學生對於工作內容、工作角色和工作環境等工作上的適應會因實習國家不同而有顯著的差異。陳月如(2010)同樣以國立高雄餐旅大學之海外實習學生為研究對象，其研究結果則明確指出於加拿大實習的學生在生活適應上比於新加坡與日本實習的學生適應得較好。

但本研究結果顯示餐旅群海外實習學生之「取得餐旅相關證照」與「海外實習機構所在之國家不同」兩項基本資料變項，對於實習學生之組織社會化程度及其量表下之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業和組織語言」、「機構認識與認同」等四個構面，以及體驗價值與其量表下之「投資報酬」、「服務優越性」、「內在性價值」等三個構面的認知並無差異。

第六節 研究模型之結構方程模式分析

為了進一步驗證本研究所提之觀念性架構的各構面間之關係，故進行結構方程模式分析以瞭解整體模式的關係。整體結構方程模式結合了傳統統計學中的因素分析（Factor Analysis）與路徑分析（Path Analysis），並納入了計量經濟學的聯立方程式，可同時處理一系列依變項間的關係，適於本研究所欲探討整體模式因果關係。因此，為了進一步檢定理論架構所提構面間之關係，在此節中，本研究以全體樣本進行結構方程模式分析，驗證本研究所提之觀念性架構，瞭解各構面間之關係。

在結構方程模式分析之程序上，本研究依據 Anderson 與 Gerbing (1988) 及 Williams 與 Hazer (1986) 等學者的建議，進行兩階段法的結構方程模式分析：(1) 第一階段針對各研究構面及其題項進行驗證性因素分析及 Cronbach's α 係數分析，藉由收斂效度、區別效度與信度的分析，發展穩定之衡量模式；(2) 第二階段則是將多個衡量題項縮減為少數衡量指標，以結構模式（Structure Model）驗證本研究各項假說檢定。採用兩階段分析法的優點在於將測量模式與結構模式將以區隔，若無法確定檢定結果不顯著的原因時，可幫助研究者釐清係屬於測量模式問題或屬於構面間的問題。關於結構方程模式分析之第一階段之收斂效度、區別效度與信度分析已於本章第三節驗證性因素分析中說明，故不再贅述。本節共分為兩部分說明，其一為組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值三項研

究變項之結構模式分析；其二則為各子構面間之路徑分析。其評估方式及結果分述如下：

壹、組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值之結構模式分析

在結構模式結果分析方面，以下分成結構模式之評估標準與分析結果兩部分加以論述所示。

一、結構模式評估標準

本研究依據 Bagozzi 與 Yi(1988)的看法從三方面加以評量，分別為：(1)基本的適配標準 (preliminary fit criteria)；(2)整體模式適配度 (overall model fit)；(3)模式內在結構適配度 (fit of internal structure of model)，茲分述如下：

(一) 基本適配標準

基本適配標準有三項標準必須檢驗：(1)誤差變異數不能為負值；(2)標準化因素負荷量不能低於 0.50，且須達顯著水準；(3)不能有太大的標準誤差 (Bagozzi & Yi, 1998)。本研究基本適配標準之衡量數據結果見第三節驗證性因素分析中之表 4-9 至 4-11。數據資料顯示理論模式的誤差變異數未有負值、標準化因素負荷量未低於 0.50，且皆達顯著水準；亦未發現有較高的標準誤，因此整體而言，本研究模型的基本適配度應達可接受水準。

(二) 整體模式適配度

整體模式適配度係用來評量整個模式與觀察資料的配適程度，PLS 並不提供整體模式適配度指標。本研究係採用 Hair、Black、Babin、Anderson 與 Tatham (2006)之建議，選擇 R^2 指標進行評估整個模式與觀察資料適配程度之依據， R^2 代表模型的解釋力，本研究模型之解釋力見圖 4-1。Chin (1998)指出，67%之解釋力即可被認定為非常

好，33%則為一般平均水準，19%之解釋力則較為薄弱。

(三) 模式內在結構適配度

模式內在結構適配度是在評量模式內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變項的信度等，這可從潛在變項的 CR 是否在 0.70 以上、潛在變項 AVE 是否在 0.5 以上及個別項目的信度是否在 0.65 以上的可接受水準來加以評估 (Bagozzi & Yi, 1998)。結果顯示模式內在結構適配度皆達檢驗水準，相關數據資料如表 4-29 所示。

表 4-29

模式內在結構適配度

研究變項	AVE	CR
組織社會化策略	0.822	0.933
組織社會化程度	0.785	0.936
體驗價值	0.863	0.950

此外，本研究之組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值等研究變項皆屬於二階層構面，即為形成性構面，形成性構面並沒有自己的測量題項，皆係由其下各子構面之測量題項重覆使用並指向二階層構面，故子構面又可稱為一階層構面，即反映性構面 (Michel, T., Vincenzo, E. V., Yves-Marie, C., & Carlo, L., 2005)。而本研究在評估包含二階層形成性構面之研究模型，係根據 Chin (1998) 提出一階層構面與二階層構面之間的路徑係數應大 0.3 較為良好，而路徑是否顯著則以 t 值判斷，當 t 值大於 1.96 即代表此路徑為顯著。其相關數據資料整理如表 4-30 至表 4-31，結構模式之路徑分析圖如圖 4-1。

表 4-30

一階層構面與二階層構面間之路徑分析係數表

一階層構面與二階層構面間關係		路徑係數	t 值
情境	→	0.922***	76.688
內容	→ 組織社會化策略	0.917***	43.471
社會	→	0.882***	47.406
工作熟練度	→	0.890***	46.847
人際關係	→	0.875***	40.665
行業與組織語言	→ 組織社會化程度	0.878***	50.919
機構認識與認同	→	0.900***	45.422
投資報酬	→	0.894***	55.551
服務優越性	→ 體驗價值	0.928***	80.283
內在性價值	→	0.963***	159.345

註： ***表 $p < 0.001$ 。

表 4-31

二階層構面之路徑分析係數表

構念間關係		路徑係數	t 值
組織社會化策略	→ 組織社會化程度	0.887***	47.149
組織社會化策略	→ 體驗價值	0.731***	6.285
組織社會化程度	→ 體驗價值	0.178	1.406

註： ***表 $p < 0.001$ 。

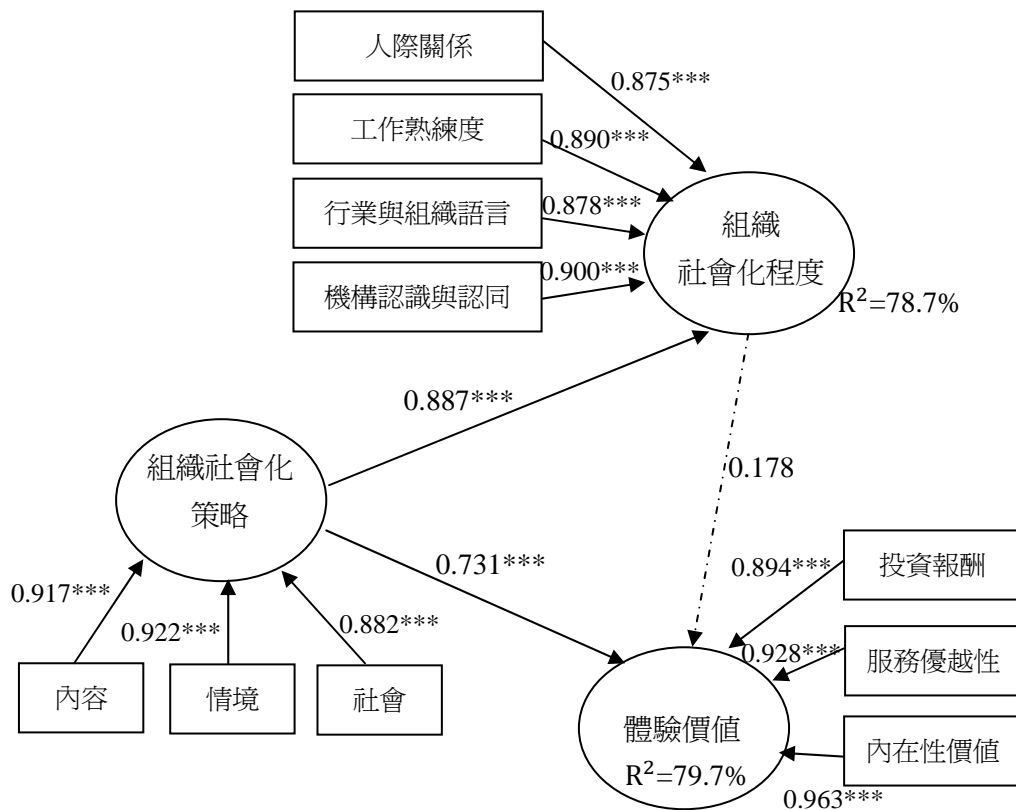


圖 4-1 組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值之路徑分析圖

註：實線為顯著之路徑，虛線為不顯著之路徑

二、分析結果

分析結果顯示，此研究模型之一階層與二階層構面間的路徑係數皆大於 0.3，顯著考驗均達至少大於 1.96 之顯著水準，可以說明研究模型之一階層構面良好的形成二階層構面。R 平方(R Square, R^2)指標係用來進行評估整個模式與觀察資料適配程度之依據，代表模型的解釋力，分析結果顯示組織社會化程度可被組織社會化策略所解釋的變異量為 78.7%，體驗價值可被組織社會化策略與組織社會化程度所解釋的變異量為 79.7%。此外，觀察組織社會化策略、組織社會化程度以及體驗價值三項研究變項間之關係，得知組織社會化策略對於組織社會化程度與體驗價值皆有正面的影響，而組織社會化程度對於體驗價值則並無顯著的影響。

由研究結果可知，海外實習機構妥善運用組織社會化策略的確對餐旅群海外實習學生之組織社會化程度有正向的幫助，符合 Kowtha (2008) 的研究發現，組織可以運用正式或非正式的方式來影響新進人員之組織社會化程度。而本研究所呈現之研究結果為海外實習機構運用正式的方式，即制度式組織社會化策略可以對餐旅群海外實習學生之組織社會化程度有正面的影響，此結果也與 Chao 等人 (1994)、黃亞筠 (2000) 之研究結果相同。在體驗價值的部分，由文獻探討可知影響體驗價值的關鍵在於體驗環境之營造、服務人員之安排以及所進行的活動等 (池文海、張書豪、吳文龍，2009；鍾志強，2007；賴政豪、鍾志強、潘偉華，2005)，而本研究之組織社會化策略中的三個構面分別為「情境」、「內容」以及「社會」，這正可以說是影響餐旅群海外實習學生體驗價值之關鍵，本研究結果也顯示組織社會化策略的運用對於餐旅群海外實習學生之體驗價值有正向之影響，而學生之組織社會化程度亦可視為個體之差異，並非影響體驗價值之關鍵，故在本研究結果中看不出餐旅群海外實習學生組織社會化程度對於其體驗價值有顯著之影響。

貳、組織社會化策略、組織社會化程度與體驗價值間子構面之路徑分析

以下就共分為兩部分加以說明，第一為研究變項子構面結構模式之評估標準，第二為路徑分析結果，分述如下：

一、研究變項子構面結構模式之評估標準

子構面之評估標準如同前述研究變項之標準，故評估標準不再贅述，僅將評估結果敘述如後。

子構面之基本適配標準以及模式內在結構適配度之衡量數據結果同樣參見第三節驗證性因素分析中之表 4-9 至 4-11。數據資料顯示理論模式的誤差變異數未有負值、標準化因素負荷量未低於 0.50，且皆達顯著水準；

亦未發現有較高的標準誤，而潛在變項之 CR 皆在 0.70 以上、AVE 值高於 0.5 及個別項目的信度亦皆在 0.65 以上的可接受水準，因此整體而言，子構面間之基本適配度達以及模式內在結構適配度皆為可接受水準；在整體模式適配度方面，本研究採用 Hair、Black、Babin、Anderson 與 Tatham (2006) 之建議，選擇 R² 指標進行評估整個模式與觀察資料適配程度之依據，R² 代表模型的解釋力，其相關數據如表 4-32。Chin (1998) 指出，67% 之解釋力即可被認定為非常好，33% 則為一般平均水準，19% 之解釋力則較為薄弱。

表 4-32

研究變項子構面之整體模式適配度

子構面名稱	R Square
情境	
內容	
社會	
工作熟練度	0.600
人際關係	0.676
行業與組織語言	0.645
機構認識與認同	0.767
投資報酬	0.695
服務優越性	0.831
內在性價值	0.865

綜前所述，此結構模式穩定，可進行下一步探討路徑分析之結果。

二、路徑分析結果

在確認研究子構面間結構模式穩定且各構面具有一定程度之效度與信度後，接下來即進一步就各研究變項間子構面關聯性進行說明。

(一) 組織社會化策略與組織社會化程度之子構面間關聯性

在顯著性檢驗結果上，組織社會化策略量表中之「情境」構面對

於餐旅群海外實習學生組織社會化程度之「行業與組織語言」子構面，以及「內容」構面對於「機構認識與認同」構面之影響並未達顯著標準；其餘之 t 值皆大於 1.96，表示達顯著。其次，觀察各構面間之路徑係數，可知「內容」構面對於「工作熟練度」以及「人際關係」構面，為負向變動，其餘構面間之關係皆存在著正向變動關係。然就整體效果而言，組織社會化策略各構面對於組織社會化程度各構面仍維持正向的總效果。其相關數據資料整理如表 4-33。

表 4-33

組織社會化策略與組織社會化程度之子構面間路徑係數表

構念間關係		路徑係數	t 值
情境	→ 工作熟練度	0.593***	4.202
內容	→ 工作熟練度	-0.274*	2.146
社會	→ 工作熟練度	0.490***	5.267
情境	→ 人際關係	0.498***	4.432
內容	→ 人際關係	-0.263*	2.013
社會	→ 人際關係	0.624***	9.427
情境	→ 行業與組織語言	0.051	0.380
內容	→ 行業與組織語言	0.390**	2.808
社會	→ 行業與組織語言	0.427***	6.039
情境	→ 機構認識與認同	0.315**	3.086
內容	→ 機構認識與認同	0.047	0.483
社會	→ 機構認識與認同	0.586***	6.733

註：*表 $p < 0.05$ ，**表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$ 。

由研究結果可知，海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生在「行業與組織語言」的學習上是有正向的幫助，但是這與海外實習機構是以什麼情境讓海外實習學生去瞭解較為無關，真正對餐

旅群海外實習學生在行業與組織語言上的瞭解有幫助的是海外實習機構所告知的內容，以及餐旅群海外實習學生透過與其他員工的互動進而提升自己對餐旅產業與實習機構中常用之專業術語的瞭解。而組織社會化策略中的「內容」構面與餐旅群海外實習學生之組織社會化程度中的「機構認識與認同」並無太大的相關，故研究者推測海外實習機構所提供予餐旅群海外實習學生關於海外實習課程的相關資訊中，可能較為缺乏關於海外實習機構之歷史、文化以及發展目標等，故在餐旅群海外實習學生對於海外實習機構的認識與認同上沒有太大的影響。

此外，就整體效果而言，海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於提升餐旅群海外實習學生之組織社會化程度是有幫助的。但若是海外實習機構所提供的訓練內容過度一板一眼，也將使得餐旅群海外實習學生在海外實習機構中的人際關係與執行工作上會有負面的影響。前述之研究結果與 Van Maanen (1975) 提出的研究結果相同，即組織運用組織社會化策略想協助員工之組織社會化，其結果並不一定能如組織所願，反而有可能使員工對於工作或是組織產生負面的心態，Van Maanen 認為這可能與工作的性質有關。Klein 與 Weaver (2000) 則認為產生這樣的結果不一定是因為組織所運用之組織社會化策略無用，而是有其它因素對員工之組織社會化程度造成影響，導致員工在組織社會化後依然有組織社會化程度不足的現象。

(二) 組織社會化策略與與體驗價值之子構面間關聯性

在顯著性檢驗結果上，組織社會化策略量表中之「情境」構面對於餐旅群海外實習學生體驗價值之「服務優越性」子構面，以及「內容」構面對於體驗價值之所有構面間的影響並未達顯著標準。其次，觀察各構面間之路徑係數，皆為正值，可知構面間關係達顯著水準者，皆存在著正向變動關係。由研究結果可知，組織社會化策略中的「社

會」構面是對餐旅群海外實習學生之體驗價值影響最大的因素，並且為正向的影響。其相關數據資料整理如表 4-34。

表 4-34

組織社會化策略與體驗價值之子構面間路徑係數表

構念間關係			路徑係數	t 值
情境	➔	投資報酬	0.684***	4.581
內容	➔	投資報酬	-0.220	1.423
社會	➔	投資報酬	0.616***	5.610
情境	➔	服務優越性	0.144	1.251
內容	➔	服務優越性	-0.084	0.727
社會	➔	服務優越性	0.485***	4.282
情境	➔	內在性價值	0.520***	4.228
內容	➔	內在性價值	-0.110	1.146
社會	➔	內在性價值	0.854***	8.103

註：***表 $p < 0.001$ 。

由文獻探討可知，體驗活動中之環境營造、人員以及活動內容皆為影響體驗價值之相關因素（池文海、張書豪、吳文龍，2009；鍾志強，2007；賴政豪、鍾志強、潘偉華，2005）。而本研究之研究結果顯示，海外實習機構在體驗環境的營造以及協助學生順利發展人際關係上，對於學生之體驗價值有正向之影響，但海外實習機構所提供之資訊以及訓練課程內容對於餐旅群海外實習學生之體驗價值無顯著之影響，研究者推測可能原因為海外實習機構所提供之訓練課程可能與餐旅群海外實習學生在國內所進行之訓練無太大差異，且本研究之全體樣本，在海外實習前皆已有工作經驗，因此，造成餐旅群海外實習學生在海外實習機構所提供之訓練上感受

不到有價值之體驗。

(三) 組織社會化程度與體驗價值之子構面間關聯性

在顯著性檢驗結果上，僅組織社會化程度量表中之「機構認識與認同」構面對於餐旅群海外實習學生體驗價值之「服務優越性」子構面，以及「人際關係」構面對於體驗價值之「內在性價值」構面間的影響達顯著標準，t 值大於 1.96，其餘構面間之關係皆未達顯著水準。其次，觀察構面間之路徑係數，「機構認識與認同」構面對於「服務優越性」構面之路徑係數以及「人際關係」構面對於「內在性價值」構面之路徑係數皆為正值，存在著正向變動關係。其相關數據資料整理如表 4-35。

表 4-35

組織社會化程度與體驗價值之子構面間路徑係數表

構念間關係		路徑係數	t 值
工作熟練度	➔ 投資報酬	-0.098	1.016
人際關係	➔ 投資報酬	0.127	1.199
行業與組織語言	➔ 投資報酬	-0.126	1.289
機構認識與認同	➔ 投資報酬	-0.151	1.242
工作熟練度	➔ 服務優越性	-0.092	0.926
人際關係	➔ 服務優越性	0.134	1.178
行業與組織語言	➔ 服務優越性	-0.146	1.773
機構認識與認同	➔ 服務優越性	0.480***	5.215
工作熟練度	➔ 內在性價值	-0.059	0.935
人際關係	➔ 內在性價值	0.218**	2.906
行業與組織語言	➔ 內在性價值	0.002	0.029
機構認識與認同	➔ 內在性價值	-0.046	0.342

註： **表 $p < 0.01$ ，***表 $p < 0.001$ 。

在本研究之研究模型中已經驗證過組織社會化程度對於餐旅群海外實習學生之體驗價值並無顯著之影響，因此，以研究變項之子構面來細看結果亦同，可以發現各構面間幾乎皆無顯著之影響，僅可看出餐旅群海外實習學生在「機構認識與認同」構面之組織社會化程度對於餐旅群海外實習學生在體驗價值中的「服務優越性」構面上有正向影響。此研究結果部分符合池文海等人（2009）之研究，池文海等人指出品牌形象對於消費者在外在體驗價值與內在體驗價值皆有正向的影響，而品牌形象在池文海等人的研究中定義為：對觀光休閒旅館整體品牌認知之印象。沈慶龍與張正昌（2008）之研究亦指出當商店帶給顧客良好的商店形象時，能正向的影響顧客之體驗價值。

此外，餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「人際關係」構面對於其體驗價值之「內在性價值」構面亦呈現正向之影響。此研究結果僅部分符合沈慶龍與張正昌（2008）之研究，沈慶龍與張正昌之研究結果指出消費者透過與服務人員或其他顧客的共同互動與參與，可以促進消費過程中體驗價值的感受，而在沈慶龍與張正昌之研究中，體驗價值共包含功能性價值、社會性價值及情感性價值三項構面。本研究中餐旅群海外實習學生在人際關係之組織社會化程度僅影響內在性價值。

綜前所述，可知在本研究中，影響餐旅群海外實習學生體驗價值之主要因素為海外實習機構在組織社會化策略上之運用，而學生之組織社會化程度對於其體驗價值並無顯著之影響。

第五章 結論與建議

本研究旨在瞭解科技大學餐旅群海外實習學生組織社會化與其體驗價值之情形。首先，由文獻探討瞭解餐旅群海外實習學生海外實習之現況與組織社會化及體驗價值之理論，藉此發展出施測之問卷，並以於99學年度進行為期一年，且已經完成海外實習歸國之科技大學餐旅群海外實習學生為抽樣對象，最後回收有效樣本為51份，研究者以SPSS Statistics 18.0版套裝統計軟體與Smart PLS統計軟體進行統計分析。依據前述之研究結果，本章首先彙總本研究之研究發現，其次歸納出研究結論，最後再提出具體建議，以供辦理與參加海外實習之相關單位及後續研究者之參考。

第一節 主要研究發現

根據調查問卷之資料進行統計分析，獲得研究發現歸納如下：

壹、海外實習機構組織社會化策略之運用

一、海外實習機構運用之組織社會化策略為制度式組織社會化策略

本研究之問卷填答與計分方式，係採用李克特五點量表，餐旅群海外實習學生在組織社會化策略量表中之平均分數為3.505分，顯示海外實習機構所運用之組織社會化策略為制度式組織社會化策略。

二、海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度與體驗價值之影響

(一) 海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度之影響

透過路徑分析可知，就組織社會化策略與組織社會化程度兩變項間之整體效果而言，海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生之組織社會化程度有正向的影響。而子構面間之影響情形如下：

1.組織社會化策略中的「情境」構面對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「工作熟練度」、「人際關係」以及「機構認識與認同」構面有正向顯著之影響；對於「行業與組織語言」構面則無顯著之影響。

2.組織社會化策略中的「內容」構面對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「行業與組織語言」構面有正向顯著之影響；對於「工作熟練度」以及「人際關係」構面為負向之影響；此外，對於「機構認識與認同」則無顯著之影響。

3.組織社會化策略中的「社會」構面對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度中之「工作熟練度」、「人際關係」、「行業與組織語言」以及「機構認識與認同」等構面皆有正向顯著之影響。

(二) 海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生體驗價值之影響

透過路徑分析可知，就組織社會化策略與體驗價值兩變項間之整體效果而言，海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生之組織社會化程度有正向的影響。而子構面間之影響情形如下：

1.組織社會化策略中的「情境」構面對於餐旅群海外實習學生體驗價值中之「投資報酬」、以及「內在性價值」構面有正向顯著之影響；對於「服務優越性」構面則無顯著之影響。

2.組織社會化策略中的「內容」構面對於餐旅群海外實習學生體驗價值中之「投資報酬」、「內在性價值」以及「服務優越性」構面皆無顯著之影響。

3.組織社會化策略中的「社會」構面對於餐旅群海外實習學生體

驗價值中之「投資報酬」、「內在性價值」以及「服務優越性」構面皆有正向顯著之影響。

貳、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度

一、餐旅群海外實習學生在「機構認識與認同」之組織社會化程度最低

餐旅群海外實習學生在組織社會化程度量表中之平均分數為3.869分，在中點數之上；而餐旅群海外實習學生在「機構認識與認同」構面上之平均得分為3.686分，為組織社會化程度最低之構面；得分最低之題項為「我瞭解海外實習機構的歷史與發展」。

二、餐旅群海外實習學生之組織社會化程度不因個人背景變項之不同而有顯著差異

本研究之個人背景變項包含：「性別」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」、「取得餐旅相關證照之張數」、「實習部門數」以及「海外實習機構所在之國家」等，各背景變項對於餐旅群海外實習學生組織社會化程度之影響並無顯著之關係。

三、餐旅群海外實習學生組織社會化程度對於餐旅群海外實習學生體驗價值之影響

透過路徑分析可知，就組織社會化程度與體驗價值兩變項間之整體效果而言，餐旅群海外實習學生之組織社會化程度對於餐旅群海外實習學生之體驗價值無顯著影響。而細看子構面間之影響，可以發現僅有組織社會化程度之「機構認識與認同」構面對於體驗價值之「服務優越性」有正向顯著之影響，以及組織社會化程度之「人際關係」構面對於體驗價值之「內在性價值」有正向顯著之影響，其它構面間皆無顯著之影響，故就整體影響效果而言，餐旅群海外實習學生之組織社會化程度對於餐旅群海外實習學生之體驗價值之影響無顯著關係。

參、餐旅群海外實習學生之體驗價值

一、餐旅群海外實習學生在「服務優越性」構面之體驗價值最低

餐旅群海外實習學生在體驗價值量表中之平均分數為3.816分，在中點數之上；而餐旅群海外實習學生在「服務優越性」構面上之平均得分為3.392分，為體驗價值中最低之構面。此外，在「服務優越性」構面中之第9題：「在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助」，此單題平均分數為2.98，係體驗價值量表中唯一未達中點數3分之測量題項。

二、餐旅群海外實習學生之體驗價值不因個人背景變項之不同而有顯著差異

本研究之個人背景變項包含：「性別」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」、「取得餐旅相關證照之張數」、「實習部門數」以及「海外實習機構所在之國家」等，各背景變項對於餐旅群海外實習學生體驗價值之影響並無顯著之關係。

第二節 結論

本節針對第一節之研究發現，綜合歸納出以下結論：

壹、海外實習機構傾向於提供餐旅群海外實習學生結構化的工作經驗，使海外實習學生成為組織所期望的角色，以維持組織的現況

本研究之研究目的一：瞭解海外實習機構對餐旅群海外實習學生的組織社會化之實施方式。透過研究發現，可知目前海外實習機構傾向於採用制度式組織社會化策略來對餐旅群海外實習學生進行組織社會化，不論是在情境、內容以及社會等構面，程度皆在中數3分以上，顯示海外實習機構採用制度式組織社會化策略的傾向程度在中度以上。制度式組織社會化策略所強調的是使新進人員被動地接受組織預定的角色，以讓組織維持現

有的狀態，故可知目前海外實習機構在訓練餐旅群海外實習學生時，係希望能讓組織維持原有的樣貌為出發點。

貳、餐旅群海外實習學生就於實習機構中所學習之成果與人際關係方面都認為有達到一定之水準，但對於機構的認識與認同感則較為不足

餐旅群海外實習學生在組織社會化程度量表中之整體平均分數為3.869分，在中點數之上，介於量表中「沒意見」至「同意」之間，故餐旅群海外實習學生整體之組織社會化程度達到一定之水準，代表餐旅群海外實習學生在學習成果與人際關係上都有中上程度的表現；但餐旅群海外實習學生在機構的認識與認同程度上略低於其它組織社會化程度中的其它構面，且對於海外實習機構的歷史與發展並沒有非常深入之瞭解，可能因為海外實習機構並未將培養餐旅群海外實習學生對機構之認識與認同感視為實習培訓活動之重點。

參、餐旅群海外實習學生對於辦理海外實習相關單位提供之資訊與協助、訓練課程之專業品質以及實習環境安全等體驗上所感受到的價值最低

「服務優越性」構面為餐旅群海外實習學生體驗價值最低之構面。而「服務優越性」構面代表的是學生對於辦理海外實習課程相關單位所提供之資訊與協助、訓練課程之專業品質以及參與海外實習時環境安全等服務所產生之主觀感受，由此可知，服務優越性應為辦理海外實習課程所優先改進之重點；此外，餐旅群海外實習學生對於「在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助」之體驗價值得分甚至未達中點數3分，可見學校輔導老師所能提供之協助不能滿足餐旅群海外實習學生之需求。

肆、餐旅群海外實習學生在性別、赴海外實習前之餐旅行業工作經驗、取得餐旅相關證照之張數、實習部門數以及海外實習機構所在之國家等個人背景之差異，對於其組織社會化程度與體驗價值並無顯著之影響

本研究之個人背景變項包含：「性別」、「赴海外實習前之餐旅行業工作經驗」、「取得餐旅相關證照之張數」、「實習部門數」以及「海外實習機構所在之國家」等，而各背景變項對於餐旅群海外實習學生不論是在組織社會化程度或是體驗價值上之影響皆無顯著之關係。由於本研究研究限制之一即為樣本數偏小，故可能導致在餐旅群海外實習學生之個人背景變項上看不出顯著差異之影響。

伍、海外實習機構適度提供餐旅群海外實習學生一套較為清楚明確的標準，對於餐旅群海外實習學生在海外實習機構的工作表現、人際關係以及其對於海外實習課程的體驗、感受有正向之影響

透過路徑分析可知，就制度式組織社會化策略與組織社會化程度整體影響效果而言，海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生之組織社會化程度有正向的影響，即當海外實習機構提供一套較為明確的規範讓海外實習學生有標準可循，有助於餐旅群海外實習學生之組織社會化。

而經由更進一步探討其子構面間之影響，則發現有部分之影響未達顯著或為負面之影響，分述如後：(1) 制度式組織社會化策略中之「情境」構面與海外實習學生組織社會化程度中之「行業與組織語言」構面並無顯著的影響關係，即學生對自己在工作產業與組織之間所用之專用語言的瞭解並不會因為海外實習機構提供相關資訊的方式而有所影響，但對於行業與組織用語的瞭解會受到海外實習機構提供資訊的內容及與其他員工的社會、人際關係之正向影響，故研究者推測目前餐旅群海外實習學生對於行業與組織用語的瞭解主要是透過海外實習機構之指導以及與其他員工互動而學習；(2) 海外實習機構提供給海外實習學生的相關資訊與海外實

習學生對於機構的認識與認同並沒有顯著的影響關係，推測其可能原因為海外實習機構視海外實習學生為一流動人力，故目前在提供相關資訊上可能以工作責任、需求為重，並沒有多加重視培養海外實習學生對於實習機構的認識以及認同感；(3) 海外實習機構所提供越制度式之相關資訊與培訓對於餐旅群海外實習學生在工作的掌握以及人際關係上反而有負面的影響，推測其可能原因為餐旅產業為服務業，而服務業之工作環境本身便具有許多不確定性，有時甚至必須依賴員工之臨場反應，因此，當海外實習機構過度制式化的管理新進成員，可能導致員工在工作或是人際關係上面臨到突發狀況時，有難以掌握之情形，進而產生負面的影響。

此外，由研究發現可知，整體而言，海外實習機構妥善運用制度式組織社會化策略對於餐旅群海外實習學生之體驗價值亦有正向之影響。經由更進一步探討其子構面間之影響，則發現：(1) 海外實習機構在新進人員組織社會化過程中所提供之任何相關資訊對於餐旅群海外實習學生之體驗價值並無顯著之影響關係，也就是說目前在海外實習機構所提供之相關資訊這方面，包含機構內之職務、角色與訓練內容，無法提升餐旅群海外實習學生之體驗價值；(2) 目前能真正提升餐旅群海外實習學生之體驗價值的方式是，海外實習機構運用組織社會化策略協助餐旅群海外實習學生在機構中的社會行為以及人際關係。

陸、餐旅群海外實習學生在海外實習機構中之工作表現對於其體驗價值之影響，整體而言並無顯著之關係；但餐旅群海外實習學生對海外實習機構的認同感以及在海外實習機構中的人際關係對於體驗價值則有正向之影響

由主要研究發現可知，餐旅群海外實習學生之組織社會化程度與其體驗價值之間，就整體效果而言，看不出顯著之影響，故本研究對於餐旅群海外實習學生之組織社會化程度對其體驗價值有正向影響之假設不成立。但透過進一步對子構面之研究發現可知，當餐旅群海外實習學生對於海外

實習機構的認識與認同感程度越高，其對於海外實習機構所提供的資訊、專業性品質、環境以及安全等認同程度也越高；此外，當餐旅群海外實習學生在海外實習機構中的人際關係感受越良好，其在海外實習體驗活動中所感受之內在性體驗價值也越高。

第三節 建議

根據本研究結果所做之結論，以及研究限制，本節對辦理海外實習之相關單位與後續研究者提出下列建議，以供參考，本研究之建議如下：

壹、對教育主管機關之建議

一、強化駐外單位之協助機制，使海外實習課程能順利進行

從科技大學餐旅群海外實習學生之體驗價值可知，當海外實習學生在海外實習中遇到困難時，學校的輔導老師不太能夠提供適時的協助，乃因海外實習較一般國內的校外實習所面臨到更大的挑戰之一即為實習場所的距離差距，這使得學校輔導老師無法發揮全面的功能。因此，若能建立起我國教育部駐外單位與海外實習學生溝通之管道，使海外實習學生在海外實習中遭遇困難時，能獲得更為快速且有利的協助，對於海外實習課程之進行便能有助益，也可增加海外實習學生對於海外實習課程之信任。

二、協助排除科技大學辦理海外實習課程及學生參與海外實習之困難

建議教育主管機關能對辦理海外實習課程的科技大學提供更多的協助或是經費上之補助，使科技大學更有能力去進行海外實習訪視；並對參與海外實習之學生能有提供獎學金或相關之獎勵措施等，藉此讓更多想參與海外實習之學生都能擁有機會。

貳、對學校單位之建議

一、辦理各項行前訓練，使學生對海外實習的相關資訊瞭解更為充足

辦理海外實習課程的困難之一為不確定的環境因素，因此，為使海外實習學生能在海外順利進行實習，建議科技大學在學生出國前應辦理海外實習之行前訓練，其訓練活動可能為：語言能力訓練、異國民俗風情認識之訓練以及緊急事故與危機處理訓練等，藉此強化學生自身之生活能力，消弭學生之緊張與不安全感，以便能更快融入海外實習機構。

二、辦理海外實習訪視活動

由於海外實習生的實習場所在海外，目前各校聯繫海外實習生的方式也多以電子郵件的方式進行，因此，建議學校可以辦理海外實習的訪視活動，直接前往海外實習學生之實習機構訪視學生，並與海外實習機構中，學生之輔導者或是單位主管進行直接溝通，以瞭解海外實習學生在海外實習時的實際狀況與工作情形，才能協助學生解決問題，並真正透過海外實習增進技能。

三、辦理海外實習成果分享活動

辦理海外實習成果分享活動。讓已經完成海外實習歸國的學生，將海外實習的經驗藉由簡報、工作日誌或是成果報告書等形式，可以直接向有興趣或即將前往海外實習的學弟、妹傳遞及分享，如此，除了能使即將前往海外實習的學生，更貼切的瞭解海外實習當地之情形，並獲得最新的資訊，以消除心中之疑慮與不安全感；也可能使一般學生提高參與海外實習的意願。

四、加強與海外實習機構之合作關係

由科技大學餐旅群海外實習學生之體驗價值可知，當學生在海外實習中遭遇困難時，較難直接聯繫到學校的輔導老師，因此，若能由海外實習機構與學校進行較為頻繁的聯繫，例如：以視訊的方式請海外實習機構進行簡報會議，便可更為密切的掌握學生動態，且海外實習學生最容易發生

問題及遭遇困難的時期，往往是在初期進到海外實習機構實習時，此時，如學校能透過海外實習機構加強對學生的重視與關心，應可讓學生感到安心。此外，學校應有專人負責瞭解海外實習機構目前之營運狀況，並與海外實習機構共同研擬海外實習學生之訓練活動，且更進一步簽訂海外實習課程訓練活動的相關合約，以確保學生、學校以及業界三方之權力；且透過與海外實習機構的密切聯繫，再輔以直接與學生溝通，瞭解學生日常生活以及工作情況，可以使學校扮演海外實習機構與海外實習學生溝通之橋梁，也可確認海外實習機構的訓練活動是否合宜。

參、對海外實習機構之建議

一、妥善運用制度式組織社會化策略進行新進人員的組織社會化

根據本研究之結果，發現海外實習機構運用制度式組織社會化策略對於提升新進人員的組織社會化程度有顯著的正面影響。由於實習學生是到海外進行實習，必須面對陌生的生活與環境，此時，海外實習機構若能進行制度式組織社會化，使海外實習學生有一個規範可以遵守，對於工作內容能有較清楚、明確的印象，以降低新進人員剛到新環境中所產生的不安感，進而加速其組織社會化的過程，提升新進人員對機構及工作的瞭解。但若是過於制式化而不懂得靈活運用組織社會化策略，則反而可能造成員工之負面心情，因此，唯有妥善運用制度式組織社會化策略才能對新進人員之組織社會化發揮最有效益之幫助。

二、提供與母國聯繫的管道

由餐旅群海外實習學生之體驗價值可知，海外實習學生處於海外陌生環境之中，在不熟悉的情況之下，通常無法自行或便利的取得與母國聯繫、溝通之管道，故建議海外實習機構能提供相關的協助，如提供國際電話卡或提供特定時段及地點以網際網路的方式，使海外實習學生能有更多充裕的時間與母國聯繫，並在學生住宿之處也可設置網際網路的功能，增加海

外實習生與母國聯繫的管道，如此，可以降低學生之不安全感，進而提升海外實習學生參與海外實習課程之體驗價值。

三、提升新進人員對海外實習機構價值觀的瞭解及加強認同感

根據研究結果顯示，海外實習機構提供給海外實習學生的相關資訊與海外實習學生對於機構的認識與認同並沒有太大的關係，推測其可能原因為海外實習機構所提供給海外實習學生的內容可能著重在工作與技能上的訓練，且由於海外實習學生為流動性人力，因此，海外實習機構可能並沒有多加幫助新進人員瞭解機構的目標及價值觀，也沒有培養海外實習學生對於實習機構的認同感，然培養員工對企業的瞭解以及提升認同感，對於企業而言是不可小覷之事。在與學校合作進行學生培訓時，可以提升企業形象，如能在學生專業技能培養以外，增加關於加深學生對於機構之瞭解與認同感的培訓課程，使得海外實習學生和公司整體有更密切的連結，甚至為企業未來留住人才。

四、規劃完善的培訓活動

由海外實習學生之體驗價值得知，海外實習學生在「海外實習機構提供的訓練課程完整」、「海外實習機構提供的訓練課程，符合我的期待」此兩項測量題項的得分在整體體驗價值測量題項中偏低，故建議海外實習機構亦可以主動瞭解學生在校的學習情形以及學校授課的內容，甚至可以透過學校與學生進行三方面談，共同規劃合適且完善的培訓活動，進而提升海外實習學生之體驗價值。

五、加強培育、留用海外實習學生

建議海外實習機構在與學校合作進行學生培訓時，可以仔細觀察學生之表現，加強培育表現優秀之海外實習學生並加以留用，如此不僅可以提供學生工作機會，更可以為公司留住優秀之人才，節省培訓費用上之開支。

肆、對海外實習學生之建議

一、自我瞭解並審慎評估是否適合參與海外實習

建議有意參與海外實習學生，可以預先透過測驗的方式瞭解自己的人格特質以及能力，或是藉由他人對自己的認識，幫助自己能更清楚的認識自己，進而審慎評估是否適合參與海外實習，以避免過度期待與認知差距過大等問題。

二、主動瞭解海外實習之相關資訊，做好行前準備

由研究結果可知，學生在辦理海外實習相關單位所提供資訊上所感受到之體驗價值偏低，然學生在海外實習體驗中不應僅是被動地接受資訊，對於不清楚或是仍感到不足之資訊可以主動去瞭解，其作法包含：(1) 主動請教有參與海外實習經驗之學長、姊；(2) 利用網路、書籍瞭解實習國家之民俗風情、交通、氣候等；(3) 加強語言練習及溝通技巧；(4) 不缺席行前說明會等。為了能夠提升海外實習的體驗價值，研究者認為事前的準備、心理建設以及對實習國家的認識是重要的關鍵。

三、與海外實習機構中的同事、長官建立良好的人際關係

由研究結果可知，海外實習機構給予餐旅群海外實習學生在人際關係方面的協助有助於餐旅群海外實習學生的組織社會化以及提升餐旅群海外實習學生之體驗價值。因此，建議餐旅群海外實習學生能主動與海外實習機構中的員工建立良好之互動，當實習學生在情緒低落、感到不適應時，便能適時尋求支持與慰藉。

伍、對未來研究者之建議

依據本研究實證結果，對未來研究者提供以下幾點建議：

一、以研究對象與範圍而言

本研究在時間、成本及人力上種種限制之下，僅能進行小規模之抽樣，

而可能導致科技大學餐旅群海外實習學生之組織社會化情形與體驗價值在個人背景變項上，觀察不出顯著差異，故盼往後的研究可以更進一步擴大抽樣範圍，以便能對餐旅群海外實習學生能有更詳盡的研究。此外，本研究以科技大學餐旅群海外實習學生作為研究對象，建議未來研究者可以擴大至以全體海外實習學生作為研究對象，甚至探索不同學群海外實習學生在組織社會化以及體驗價值的情形為何，則研究結果將能表現出參與海外實習學生其組織社會化與體驗價值之情況。

此外，本研究探討餐旅群海外實習學生之組織社會化程度，係以組織為主控者的觀點進行探討，強調由組織透過組織社會化策略對餐旅群海外實習學生組織社會化程度之影響，是海外實習學生為被動接受的角色；然餐旅群海外實習學生之組織社會化發展過程中亦可能有主動、自發性的行為，其對於海外實習學生組織社會化程度之影響為何，在本研究中並未進行探討，因此，建議後續研究者可加入視海外實習學生為主動角色之觀點進行探討。

二、 研究變項而言

本研究之組織社會化策略變項共分為三個構面，而整體係屬於制度式社會化策略，透過其他學者的研究得知，組織社會化策略亦常以六個構面進行測量，建議未來研究者可使用六個構面來發展組織社會化策略之問項，或許能對海外實習機構所運用之組織社會化策略有更加深入的瞭解。此外，組織社會化一個連續的過程，故建議可將海外實習時間的長短列為研究變項，觀察是否對科技大學餐旅群海外實習學生組織社會化與體驗價值情形造成差異。

參考文獻

一、中文部分

- 王素鸞(2011)。推展觀光產業 政府應通盤檢討落實。工商會務季刊, 83, 22-23。
- 中華民國全國商業總會(2011)。推展觀光產業 政府應通盤檢討落實。工商會務季刊, 83, 22-23。
- 王若馨、黃郁青、夏嫩婷、李怡芳(譯)(2007)。研究方法的基礎(原作者: David, M., & Sutton, C. D.)。臺北市: 韋伯文化。(原著出版年: 2004)
- 行政院(2011a)。我國之經濟成長—按產業來源分。2011年7月10日取自: <http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/Indicator/wFrmIndicator.aspx#B>
- 行政院(2011b)。我國產業結構變動。2011年7月10日取自: <http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/Indicator/wFrmIndicator.aspx#B>
- 行政院主計處(2011c)。100年人力資源調查統計結果。取自 http://win.dgbas.gov.tw/dgbas04/bc4/manpower/year/year_t23-t70.asp?table=44&yearb=100&yeare=100
- 池文海、張書豪、吳文龍(2009)。觀光休閒旅館之消費者體驗研究。東吳經濟商學學報, 67, 47-78。
- 李佳蓉(2011)。泳渡日月潭參與者體驗行銷與體驗價值之研究。2011年運動產業經營暨運動產品設計學術研討會論文集, 137-149。
- 吳明隆(2011)。SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計。新北市: 易習圖書。
- 吳政峰(2012)。「體驗經濟」與「體驗教育」-兼論《創擬學校》之發展潛能與利基。品質月刊, 48(6), 16-21。

- 邱道生(2011)。觀光餐旅產業中性騷擾問題的探討。**台灣勞動評論**,3(2), 223-252。
- 邱皓政(2005)。**量化研究法(二):統計原理與分析技術**。臺北市:雙葉書廊。
- 邱皓政(2011)。當 PLS 遇上 SEM:議題與對話。**αβγ 量化研究學刊**,3(1), 20-53。
- 何飛鵬(2012)。忘記價格,體驗價值。**講義雜誌**,304。取自
<http://news.pchome.com.tw/magazine/report/cl/betterlife/8206/134107200092288099006.htm>
- 李青松、趙振維(2008)。臺灣餐旅科系大學生校外實習問題之探討。**輔仁民生學誌**,14(2), 35-57。
- 李青松、趙振維(2009)。高中職餐飲管理科學生校外實習之探討。**運動休閒餐旅研究**,4(2), 61-90。
- 吳紀美、黃宥蓁(2010)。餐旅科系校外實習關鍵品質要素之研究。**輔仁民生學誌**,16(1), 85-100。
- 沈進成、楊琬琪(2007)。渡假飯店顧客體驗、體驗價值與品牌權益影響關係之研究—以劍湖山王子飯店為例。**旅遊管理研究**,7(1),55-81。
- 何雍慶、林美珠(2007)。物業管理服務顧客價值之研究:方法目的鍊之應用。**南開學報**,4(3), 29-55。
- 沈慶龍、張正昌(2008)。探討體驗價值的前因因子及其對顧客滿意度之影響。**行銷評論**,5(4), 575-602。
- 林千惠(2009)。**出國旅遊之體驗價值研究**。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
- 林怡璇(2012)。**文化衝擊、跨文化適應對海外實習滿意度之研究 — 以國立高雄餐旅大學海外實習生為例**。國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所碩士論文。

- 邱筠惠 (2010)。美、英、澳、瑞及兩岸觀光餐旅教育之比較。**兩岸商法評論**，1 (2)，197-213。
- 林耀南 (2010)。服務品質、體驗價值、關係品質與顧客忠誠度關係之研究。**復興崗學報**，99，103-124。
- 林文政、陳慧娟 (2009)。員工在組織重整初期不確定性認知、重整效能認知及個人面對變革態度對其工作態度影響之縱斷面研究——一項組織社會化理論的觀點。**中山管理評論**，17 (2)，295-337。
- 林晏鈴、張婉菁 (2010)。師徒功能與工作壓力之關係：以組織社會化為中介變項。**人力資源管理學報**，10 (3)，75-96。
- 姜竹音 (2010)。澎湖群島發展海洋餐飲觀光之顧客價值創新策略。**島嶼觀光研究**，3 (1)，114-124。
- 洪煌佳 (2009)。涵化與傳承：師徒關係對劍道選手組織社會化影響模式建構之研究。臺北：五南。
- 胡茹萍、黃旭田 (2012)。技專校院海外實習課程機制之規劃期末報告。教育部委託之專題研究成果報告。臺北市：教育部。
- 胡盛春、王麗菱 (2008)。臺北地區國際觀光旅館建教合作學生甄選之研究。**華岡農科學報**，21，69-84。
- 洪麗美、李德治、陳春富、李雪秀 (2010)。餐旅實習生投入相關產業意願之研究。**弘光學報**，60，46-60。
- 郭嫩容 (2006)。餐旅教育學生校外實習體驗對行為意圖影響之研究——以國立高雄餐旅學院餐飲管理科系為例。國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所碩士論文。
- 郭德賓、莊明珠 (2006)。校外實習課程衝突影響因素對學生就業意願影響之研究——以國立高雄餐旅學院餐飲管理科系為例。**餐旅暨家政學刊**，3 (1)，113-131。
- 徐璧君、賴本隊 (2008)。師徒功能對壽險新進業務員離職傾向的影響：

- 組織社會化程度的中介效應。朝陽商管評論，7（1），27-50。
- 徐達光、許順旺、吳哲宏、謝恩（2004）。餐旅實習課程對實習生工作價值觀影響之社會化歷程探討。餐旅暨家政學刊，1（2），219-241。
- 陳月如（2010）。社會支持與海外適應影響之研究-以國立高雄餐旅學院海外實習生為例。高雄餐旅大學餐旅管理研究所碩士論文。
- 張平沼（2011）。推展觀光產業 政府應通盤檢討落實。工商會務季刊，83，22-23。
- 陳立真（2008）。影響餐旅系學生校外實習適應與學習成效因素之分析研究—以澎湖科技大學餐旅系為例。高雄餐旅學報，10（1），41-64。
- 教育部（2009）。技職教育再造方案培育優質專業人力。技職教育再造方案手冊。
- 教育部（2010）。技職再造方案-落實學生校外實習課程。技職再造方案-落實學生校外實習課程作業參考手冊。
- 教育部產學合作資訊服務中心（2011a）。100學年度教育部經費補助之校外實習開課情形，3，未出版。
- 教育部（2011b）。科技大學校數統計【49所】。未出版之統計數據。取自 <http://tve.cyu.edu.tw/>
- 黃怡瑾（2008）。產學合作實習方案之學生、學校及實習單位焦點議題之個案研究。教育資料與研究雙月刊，84，41-66。
- 黃亞筠（2000）。組織社會化實務、資訊尋找行為與高科技產業中新進專業人員的組織承諾之關係。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 黃培文、蔣明順（2010）。餐旅科系海外實習生人格特質、獨立自主學習與海外適應之關係。「2009 人力資源發展與策略研討會」之論文，南臺科技大學。
- 陳信甫、薛益忠（2009）。學生海外學習旅遊課程設計之研究。華岡地理

學報，23，31-56。

陳甦彰、歐佩芬(2010)。澎湖水族館的展館氣氛與其遊客滿意度之影響：體驗價值、消費者情緒之中介效果。**管理實務與理論研究**，4(4)，50-64。

許銘珊、詹玉瑛(2011)。餐旅系學生對校外實習制度知覺之差異分析研究。**大仁學報**，38，99-112。

陳信宏、蔡慧美、溫蓓章(2007)。國際人才流動、政策趨勢及我國的海外人才對策。**台灣經濟論衡**，5(12)，28-45。

陳瑞娟、劉修祥、陳美玲(2011)。大學餐飲管理系學生對就業市場認知與進入產業態度之研究。**台灣首府大學學報**，2，75-96。

莊鎧溫、吳昌遠、許嘉真(2011)。遊客生活型態、體驗與滿意度關係之研究—以蒜頭糖廠蔗埕文化園區為例。**經營管理論叢**，7(2)，39-49。

張瑞元、陳心懿、林金賢、施佩玲(2011)。師徒功能對工作倦怠的影響—組織社會化程度的中介作用。**人力資源管理學報**，11(2)，71-94。

陳貞吟、王寬蓉、謝尚育、韓雲婷、陳凱莉、姚皓天、陳心怡(2007)。**旅遊電子商務網站之體驗價值模式研究**。行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告(編號：NSC 95-2415-H-343-004-SSS)，未出版。

彭顯筑(2008)。**技職體系觀光教育校外實習規劃作業指標之建構—以四技旅運管理系為例**。中國文化大學觀光事業休閒管理研究所碩士論文。

曾瑞程、Jui-Cheng Tseng(2009)。2009年全國大專校院運動會參賽選手體驗價值之研究。**運動休閒管理學報**，6(2)，108-125。

溫金豐(2005)。新進專業人員的組織社會化戰術與組織認同之關係：工作經驗與成長需求強度的干擾效應。**臺大管理論叢**，15(2)，143-164。

楊琬琪(2009)。**臺灣咖啡節體驗價值模式建立與複核效化評鑑之研究**。

International Journal of LISREL，2（2），55-68。

萬金生、楊仁德、傅貽瑞（2009）。深度訪談法探討餐旅教育校外實習之行前輔導工作。取自：

http://eshare.stut.edu.tw/EshareFile/2009_10/2009_10_775f6fc5.pdf

楊婷棋、嚴如鈺、劉婉真（2011）。小紅帽與大野狼-餐旅實習生性騷擾事件之研究。**輔仁民生學誌**，17（1），83-109。

溫金豐、黃智、陳均竹、蘇蕙君（2000）。研發部門組織社會化實務之研究。行政院國家科學委員會專題研究成果報告（編號：NSC94-2416-H-110-025），未出版。

蔡依倫（2011）。臺灣餐飲業在後 ECFA 時代下的新機會。**臺灣經濟研究月刊**，34（6），43-49。

劉怡蘭（2006）。師徒關係對組織社會化的影響。國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。

蔡振蒼、和宣萱（2008）。從哲學實踐者觀點反思臺灣臺灣餐旅課程之內涵-以海外參訪實習為例。**觀光休閒學報**，14（2），161-187。

潘瑛如、方崇雄（2010）。部分最小平方路徑分析法在教育研究上的應用。**研習資訊**，27（5），95-108。

賴青松（譯）（2002）。**培養孩子自我學習的能力—體驗學習教育手冊**（原作者：無藤 隆）。臺中縣：學田文化。

盧建中、向大威（2007）。新進人員人格特質與資訊尋找、社會成本、組織社會化及脈絡績效關聯性之研究。**黃埔學報**，53，195-210。

賴政豪、鍾志強、潘偉華（2005）。運動健身俱樂部體驗行銷與體驗價值關係之研究—以 Y 運動健身俱樂部為個案研究。**大專體育學刊**，7（3），101-114。

鍾志強（2007）。運動會參與者體驗與體驗價值關係之研究：以 2006 年大學校院運動會為例。**大專體育學刊**，9（1），1-12。

謝佩珊（2010）。大專院校餐旅觀光科系學生進行海外實習對未來職涯規畫意向之影響。臺中技術學院事業經營研究所碩士論文。

謝佩珊、鄭瑞昌、蔡招仁（2010）。海外實習生活適應對大專校院餐旅觀光科系學生未來職涯規畫意向之影響。「2010年餐旅教育暨產業發展國際學術研討會」之論文，輔仁大學。

二、英文部分

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 23(4), 272-277.
- Barrows, C. W., & Bosselman, R. H. (Eds.). (1999). *Hospitality management education*. Binghamton . NY: Haworth Press.
- Bauer , T. N., & Green, S. G. (1998). Testing the combined effects of newcomer information seeking and manager behavior on socialization. *Journal of Applied Psychology*, 83(1),72-83.
- Bauer, T. N., Bodner, T., Erdogan, B., Truxillo, D. M.,& Tucker, J. S. (2007). Newcomer adjustment during organizational socialization: a meta-analytic review of antecedents, outcomes, and methods. *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 707–721.
- Chatman, J. (1991). Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms. *Administrative Sciences Quarterly*, 36 (3): 459-484.
- Chin, W. W. (1995). PLS is to LISREL as principal components analysis is to common factor analysis. *Technology Studies*, 2, 315-319.
- Chin, W. W. (1998). “Issues and opinion on structural equation modeling.” *Management Information System Quarterly*, 22(1), 7-16 .
- Cho, M.(2006). Student perspectives on the quality of hotel management internship. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 6(1),61-67.
- Chan B, Chan, Eric S.W. & Qu. H. (2002). A comparative analysis of changing

- job selection attitudes and expectations of hospitality students in Hong Kong and Mainland China. *Journal of Hospitality and Education*, 14(1), 14-23.
- Chin, W., Marcolin, B., & Newsted, P. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189-217.
- Chao, G.T., O'Leary-Kelly, A. M., Wolf, S., Klein, H. J., & Gardner, P.D. (1994). Organizational socialization: Its content and consequences. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 730-743.
- Downey, J. F., & DeVeau, L. T. (1987). Coordinating the hospitality internship. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29, 18-20.
- Elkin, F. (1960). *The Child and society: The processes of socialization*. New York: Random House.
- European Commission (2004). *Call for proposals under the second phase of the Leonardo Da Vinci Programme*. Retrieved March 17, 2006, from http://europa.eu.int/comm/education/programmes/leonardo/new/leonardo2/call/call2005_en.pdf
- Erik van 't Klooster, Jeroen van Wijk, Frank Go, & Johan van Rekom. (2008). Educational travel the overseas internship. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 690–711.
- Evans, J., Finch, J., Toncar, M. F., & Reid, J. S. (2008). student perceptions of and preferences for a short overseas study tour. *Contemporary Issues In Education Research – Third Quarter*, 1(3), 11-18.
- Feldman, D. C. (1981). The multiple socialization of organization members. *Academy of Management Review*, 6(2), 309-318.

- Fisher, C. D. (1986). Organizational socialization : An integrative review. *Research in Personnel and Human Resource Management*,4, 101-145.
- Fan, J. J., & Feng, H. Y. (2012). A study on Taiwanese university student's personality traits and motivations of overseas internship. *Management, Knowledge and Learn International Conference 2012*. Abstract retrieved from http://www.issbs.si/press/ISBN/978-961-6813-10-5/papers/ML12_072.pdf
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," *Journal of Marketing Research*, 18(3), 39-50.
- Gaski, John F., & John Nevin. (1985). The differential effects of exercised and unexercised power sources in marketing channel. *Journal of Marketing Research*, 22, 130-142.
- Gibson, P., & Busby, G. (2009). Experiencing work: Supporting the undergraduate hospitality, tourism and cruise management student on an overseas work placement. *Journal of Vocational Education and Training* ,61(4), 467–480.
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. (2000). Structural equation modeling techniques and regression: Guidelines for research practice. *Communications of Association for Information Systems*, 7(7) ,1-78.
- Holbrook, M. B. (1996). Customer value: a framework for analysis and research. *Advances in Consumer Research*, 23(1), 138-142.
- Holbrook, M. B. (2006). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6),714-725.
- Husted,S.W., Mason R.E., & Adams, E. (2003). *Cooperative Occupational Education*. U.S.:Pearson Education Ltd.

- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th Ed.), Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Ineson, E. M., Lyons, A., & Branston, C. (2006). Cross cultural change, adjustment and culture shock:UK to USA. *Tourism*, 54 (4), 355-365.
- Jones, G. R. (1983). Psychological orientation and the process of organizational socialization: An interactionist perspective. *Academy of Management Review*, 8(3), 464-474.
- Jones, G. R. (1986). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers' adjustment to organization. *Academy of Management Journal*, 29, 262-279.
- Jeong, S. W., Fiore, A. M., Niehm, L. S., & Lorenz, F. O. (2008) . The role of experiential value in online shopping. *Internet Research*, 19 (1), 105-124.
- Kowtha, N. R. (2008). Engineering the engineers: Socialization tactics and New Engineer Adjustment in Organizations. *IEEE Transactions On Engineering Management*, 55(1), 67-81.
- Klein, H. J., & Weaver, N. A. (2000). The effective of an organizational-level orientation training program in the socialization of new hires. *Personnel Psychology*, 53(1), 47-66.
- Lam, T., & Ching, L. (2007). An exploratory study of and internship program: The case of Hong Kong students. *Hospitality Management*, 26, 336-351.
- Lee, W. I., & Lin, C. H. (2011). Consumer hierarchical value map modeling in the healthcare service industry. *African Journal of Business Management*, 5(3), 722-736.
- Louis, M. R. (1980). Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings. *Administrative Science*

Quarterly, 25, 226-251.

- Louis, M. R., Posner, B. Z., & Powell, G. N. (1983). The availability and helpfulness of socialization practices. *Personnel Psychology*, 36, 857–866.
- Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement & application in the catalog & internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 39-56.
- Morrison, E. W. (1993). Newcomer information seeking: Exploring types, modes, sources, and outcomes. *Academy of Management Journal*, 36, 557-589.
- Michel, T., Vincenzo, E. V., Yves-Marie, C., & Carlo, L. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205.
- Nohara, K., Norton, M., Saijo, M., & Kusakabe, O. (2008). Overseas internships as a vehicle for developing a meta-level awareness regarding science communication. *Journal of Science Communication*, 7 (1), 1-12.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Praetzel, G. D., & Curcio, J. (1996). Making study abroad a reality for all students. *International Advances in Economic Research*, 2 (2), 174-182.
- Robbins, S. P. (1996). *Organizational behavior. (7th Ed)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Reichers, A. E., Wanous, J.P., & Steele, K. (1994). Design and implementation issues in socializing (and resocializing) employees. *Human Resource Planning*, 17(1), 17–25.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15:1-3, 53-67.
- Smith, J. B., & Colgate, M. (2007). Customer value creation: A practical

- framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1) , 7–23.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.
- Salavati, A., Ahmadi, F., Sheikhesmaeili, S., & Mirzaei, M. (2011). Effects of organizational socialization (OS) on organizational citizenship behavior (OCB). *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 3(5),395-410.
- Taormina, R.J. (1997). Organizational Socialization: A multidomain, continuous process model. *International Journal of Selection and Assessment*, 5(1), 29-47.
- Tang, J. T., & Chiang, C. H. (2010). Integrating experiential value of blog use into the expectation-confirmation theory model. *Social Behavior and Personality*, 38(10), 1377-1390.
- Toncar, M. F., & Cudmore, B. V. (2000). The overseas internship experience. *Journal of Marketing Education*, 22(54), 54-63.
- Van Maanen, J. (1975). Police socialization: A longitudinal examination of job attitudes in an urban police department. *Administrative Science Quarterly*, 20, 207-228.
- Van Maanen, J. (1976). Breaking in: Socialization to work. In R. Dubin (Ed.), *Handbook of Work, Organization, and Society* (pp. 67-130). Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Van Maanen, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a theory of organizational socialization. *Research in Organizational Behavior*, 1, 209-264.
- Verhagen, T., Feldberg, F., Hooff, B., Meents, S., & Merikivi, J. (2011). Satisfaction with virtual worlds: An integrated model of experiential value.

Information & Management, 48, 201-207.

- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source of competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153.
- Wanberg, C. R., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2000). Predictors and outcomes of proactivity in the socialization process. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 373-385.
- Williams, L. I., & Hazer, J. T. (1986). Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: A reanalysis using latent variable structural equation methods. *Journal of Applied Psychology*, 71(2), 219-231.
- Yuan, Y. H. & Wu, C. K. (2008). Relationships among experiential marketing, experiential value, and customer satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), 387-410.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
- Zhou, F., & Lai, K.-K. (2009). Marketing intelligence on customer experiential values: An structural equation model approach. *2009 International Conference on Business Intelligence and Financial Engineering*. 634-638.

附錄一

餐旅群學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值之調查問卷

(建立專家效度)

親愛的教育先進您好：

本問卷主要目的在於瞭解餐旅類群學生海外實習之組織社會化情形與其體驗價值，特編製「餐旅群學生海外實習之組織社會化情形與體驗價值之調查問卷」乙份，其內容包括組織社會化策略的三個構面、組織社會化程度的四個構面以及體驗價值的三個構面。為建構專家效度，懇請惠賜卓見，俾供學術與提供未來相關單位辦理海外實習之參考。此份問卷需要您珍貴的意見，以臻理想。感謝您的鼎力支持與協助。

敬祝

教安

國立臺灣師範大學工業教育學系

指導教授：胡茹萍 博士

研究生：董莉曼 敬上

中華民國一〇一年十月

聯絡方式：0911212716、molly1771@gmail.com

【填答說明】

- 1.本問卷共分為四個部分，分別為「基本資料」、「組織社會化策略」、「組織社會化程度」、「體驗價值」。請依照您對每一小題的適用程度，在適當空格內打「√」。
- 2.若問卷中有語意不清、文句不順、分類不適或任何修正卓見，均懇請您不吝指教，使問卷更為完整。謝謝您。

【名詞釋義】

一、組織社會化策略

「組織社會策略」，係指組織試圖透過某種正式或非正式之方式來加速新進成員的組織社會化過程，使組織成員成為組織所期望的角色。組織社會化策略可分為三個觀點，這三個觀點分別為：(1) 情境之觀點；(2) 內容之觀點；(3) 社會化之觀點。

二、組織社會化程度

「組織社會化」係指個體與組織接觸，並在組織中與組織成員互動，進而學習自己所屬組織角色之必備知識、技能的過程，組織社會化對個體而言是一個持續發生的歷程，更為精簡地說，就是個體調整自己以適應特定組織角色之過程。有了組織社會化之定義之後，後續的學者逐漸發展出組織社會化之內容以作為衡量新進成員組織社會化程度的依據。本研究之組織社會化程度衡量共分為四個構面：(1) 工作熟練度；(2) 人際關係；(3) 行業與組織語言；(4) 機構認識與認同。

三、體驗價值

「體驗價值」係指個體在體驗活動的過程中，因為經驗而產生的主觀感受，其感受即為個體的體驗價值。體驗價值之衡量構面包含：(1) 投資報酬；(2) 服務優越性；(3) 內在性價值。

【問卷內容】

【第一部分：基本資料】

一、性別： 男 女

適合 修正後適合 不適合

修正：

二、進行海外實習時的年齡：

20歲以下(含20歲) 21歲~22歲 23歲~24歲

25~26歲 27歲~28歲 29歲以上(含29歲)

適合 修正後適合 不適合

修正：

三、在海外實習前的工作經驗：

有餐旅相關行業工作經驗 無餐旅相關行業工作經驗

無餐旅相關行業工作經驗，但有其它非餐旅相關行業工作經驗

完全無工作經驗

適合 修正後適合 不適合

修正：

四、餐旅相關證照：

無證照 1 張證照 2 張證照 3 張證照 3 張證照以上

適合 修正後適合 不適合

修正：

五、實習單位之輪調：

僅在一個部門實習 在超過一個部門以上實習

適合 修正後適合 不適合

修正：

六、實習機構類別：

飯店（提供客人住宿，亦有自己的餐廳提供客人用餐）

旅館（提供客人住宿，但並無設立供客人用餐的餐廳）

餐廳（僅提供餐點之餐廳，無提供住宿）

其它：_____

適合 修正後適合 不適合

修正：

七、實習國家：

請填寫：_____

適合 修正後適合 不適合

修正：

【第二部分：組織社會化策略量表】

本研究所擬定「組織社會化策略」之衡量，共分為三個構面，分別為(一) 情境；(二) 內容；(三) 社會化。

(一) 情境之觀點

即探討組織提供資訊給新進人員之情境與方式。

1.我剛到實習機構實習時，和其他新進人員在訓練活動中有密切的接觸。

適 修 不
合 正 適
後 合
適 合

修正：_____

2.在實習時，其他新進人員有助於我理解自己的工作要求。

修正：_____

3.我剛到機構實習時，和其他新進人員接受同樣的訓練活動。

修正：_____

4.在我對工作的程序和方法完全熟悉以前，我無須承擔任何工作責任。

修正：_____

5.海外實習機構有一套專門為新進人員的工作技術培訓活動。

修正：_____

(二) 內容之觀點

即探討組織透過社會化過程，提供給新進人員的相關資訊為何。

6.在實習機構中，有關職務及工作角色上的關係與轉換，都有清楚的模式可循。

適 修 不
合 正 適
後 合
適 合

修正：_____

7.我在海外實習機構實習時，有透過職務轉換累積經驗。

修正：_____

8.海外實習機構對於升遷的途徑有明確的規定。

修正： _____

9.在海外實習機構中，我可以藉由觀察別人的經驗預測自己
未來職業生涯的路徑。

修正： _____

10.海外實習機構有明確告訴我，我在組織中的發展將遵循一
個固定的時間表。

修正： _____

適 修 不
合 正 適
後 合
適
合

(三) 社會化之觀點

主要探討組織社會化中的社會及人際層面。

11.我的同事幾乎都很支持我。

修正： _____

12.我的同事以他們的方法幫助我適應海外實習機構。

修正： _____

13.在海外實習機構中，資深員工認為訓練新進人員是他們的
工作責任。

修正： _____

14.藉由觀察資深員工，我瞭解到自己在組織中的作用。

修正： _____

【第三部分：組織社會化程度量表】

本研究所擬定「組織社會化程度」之衡量，共分為四個構面，分別為(一)工作熟練度；(二)人際關係；(三)行業與組織語言；(四)機構認識與認同。

適 修 不
合 正 適
後 合
適
合

(一) 工作熟練度

即學生在工作上所需的知識、能力及技巧之掌握程度。

1.我已經具備目前工作所需的知識。

修正： _____

2.我已經發展出與目前工作職務上所要求之技能相符合的能力。

修正： _____

3.我相當清楚目前所擔任工作之相關責任與權限。

修正： _____

4.我的工作表現，相當稱職。

修正： _____

5.我精通自己工作上會用到的專業術語。

修正： _____

適 修 不
合 正 適
後 合
合 合

(二) 人際關係

即學生在組織中之人際互動情形。

6.我在自己的工作單位裡相當受歡迎。

修正： _____

7.我相信我的同事大部份都喜歡我。

修正： _____

8.同事之間的聚會活動，我總是會一起參加。

修正： _____

9.我把同事都視為朋友。

修正： _____

10.我和工作單位的同事相處非常良好。

修正： _____

適 修 不
合 正 適
後 合
合 合

(三) 行業與組織語言

即學生對自己工作產業與組織之間專用語言的瞭解。

11.我瞭解實習機構中的一些特殊用語。

修正： _____

12.我瞭解實習機構內的縮寫名詞或英文代碼。

修正： _____

13.我瞭解實習機構內的文化及特殊的話術。

修正： _____

14.我瞭解大多數有關實習行業的專業用語。

修正： _____

適 修 不
合 正 適
後 合
合

(四) 機構認識與認同。

即學生對組織之瞭解與認同情形。

15.我清楚知道實習機構的經營理念。

修正： _____

16.實習機構的經營目標，訂得非常明確。

修正： _____

17.我支持實習機構所設定的經營目標。

修正： _____

18.我瞭解實習機構所秉持的傳統。

修正： _____

19.我瞭解實習機構的歷史。

修正： _____

【第三部分：體驗價值量表】

本研究所擬定「體驗價值」之衡量，共分為三個構面，分別為(一) 投資報酬；(二) 服務優越性；(三) 內在性價值。

適 修 不
合 正 適
後 合
合

(一) 投資報酬

指學生在投入資源後、其資源可能包含金錢、時間、行為及心理層面上等付出，其所產生的回報。

1.我認為海外實習的花費讓人覺得物有所值。

修正： _____

2.我認為參與海外實習的經驗對我未來求職有幫助。

修正： _____

3.我認為參與海外實習可以磨練技術與臨場經驗，對未來技術精進有幫助。

修正：

4.我認為參與海外實習可以增強外語能力。

修正：

5.我認為參與海外實習可以瞭解當地的風俗民情。

修正：

適 修 不
合 正 適
後 合
適
合

(二) 服務優越性

即學生對海外實習活動所提供之資訊、專業性品質、環境安全等服務所產生之主觀感受。

6.我覺得學校所提供的海外實習相關資訊非常合乎我的需求。

修正：

7.我覺得海外實習機構提供的訓練課程是完整的。

修正：

8.我覺得海外實習機構提供的訓練課程符合我的期待。

修正：

9.我在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師可以給我幫助。

修正：

10.我在海外實習遇到困難時，機構的指導人員可以給我幫助。

修正：

11.學校或海外實習機構明確向我說明食宿與交通等資訊。

修正：

12.我覺得海外實習的環境是安全不用擔心的。

修正：

(三) 內在性價值

指學生因體驗活動對某事物產生之情感或感覺。

13.我覺得海外實習的經驗為我留下美好的回憶。

修正：

適合 修正後適合 不適合

14.我覺得我會想再次參與海外實習。

修正：

15.我覺得參與海外實習使我增加自信。

修正：

16.我覺得參與海外實習時，與同事之間的互動是融洽、愉快的。

修正：

17.我覺得我實習的環境有很好的工作氛圍。

修正：

18.我覺得海外實習的經驗是相當難忘的。

修正：

【問卷整體建議】

本問卷到此結束！衷心地感謝您的協助！謝謝！

附錄二

專家效度審查意見整理

第一部分：基本資料

原題項	專家	建議	修改結果
二、進行海外實習時的年齡： <input type="checkbox"/> 20歲以下(含20歲) <input type="checkbox"/> 21歲~22歲 <input type="checkbox"/> 23歲~24歲 <input type="checkbox"/> 25~26歲 <input type="checkbox"/> 27歲~28歲 <input type="checkbox"/> 29歲以上(含29歲)	宋修德教授	(1) 歲只保留最後一個字，如 21~22 歲；(2) 對象如為大學生，則 25 歲之後的分組，勾選的人將不多，建議直接以__歲進行填答。	本題刪除。
	劉曉芬副教授	歲數劃分的原則為何？似可簡化，20歲以下、20歲(含)以上未滿22歲、22歲(含)以上未滿24歲、24歲(含)以上未滿28歲、28歲(含)以上	
三、在海外實習前的工作經驗： <input type="checkbox"/> 有餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 無餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 無餐旅相關行業工作經驗，但有其它非餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 完全無工作經驗	饒達欽校長	將無餐旅相關行業工作經驗，但有其它非餐旅相關行業工作經驗修改為「雖無餐旅相關行業工作經驗，但有其他行業工作經驗修」。	與指導教授討論後，修改為： (1) 題二、赴海外實習前之工作經驗： <input type="checkbox"/> 有工作經驗 <input type="checkbox"/> 無工作經驗 (2) 題三、赴海外實習前之餐旅行業工作經驗：

原題項	專家	建議	修改結果
三、在海外實習前的工作經驗： <input type="checkbox"/> 有餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 無餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 無餐旅相關行業工作經驗，但有其它非餐旅相關行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 完全無工作經驗	宋修德教授	部份概念重複，建議分為2題，有無工作經驗及有無餐旅行業工作經驗。	<input type="checkbox"/> 有餐旅行業工作經驗 <input type="checkbox"/> 無餐旅行業工作經驗
	劉曉芬副教授	部份概念重疊。	
四、餐旅相關證照： <input type="checkbox"/> 無證照 <input type="checkbox"/> 1張證照 <input type="checkbox"/> 2張證照 <input type="checkbox"/> 3張證照 <input type="checkbox"/> 3張證照以上	饒達欽校長	將證照類別分別列出，如中餐、西餐、烘焙、調酒等，再分別勾選張數。	與指導教授討論後，題目修改為：取得餐旅相關證照之張數（如中餐、西餐、烘焙、調酒等，但不包含語言證照），選項則修改為 <input type="checkbox"/> 無證照 <input type="checkbox"/> 1張證照 <input type="checkbox"/> 2張證照 <input type="checkbox"/> 3張證照 <input type="checkbox"/> 4張證照以上。
	宋修德教授	題目定義需更清楚，技術士證或所有相關證照。	
	劉曉芬副教授	3張證照以上此選項修改為「4張(含)證照以上」。	
五、實習單位之輪調： <input type="checkbox"/> 僅在一個部門實習 <input type="checkbox"/> 在超過一個部門以上實習	饒達欽校長	部門定義如何？	與指導教授討論後，題目修改為：在海外實習機構時，曾在幾個不同部門實習（如：從房務部調到餐飲內場等），選項並不修改。
	宋修德教授	指在餐旅的經驗嗎？有人可能超過一次的餐旅經驗？	

原題項	專家	建議	修改結果
六、實習機構類別： <input type="checkbox"/> 飯店（提供客人住宿，亦有自己的餐廳提供客人用餐） <input type="checkbox"/> 旅館（提供客人住宿，但並無設立供客人用餐的餐廳） <input type="checkbox"/> 餐廳（僅提供餐點之餐廳，無提供住宿） <input type="checkbox"/> 其它：_____	饒達欽校長	選項修改為飯店（提供客人餐廳）、旅館（無客人用餐餐廳）、餐廳（僅提供餐點並不提供住宿），保留其它。	本題刪除。
	宋修德教授	是否為複選，很多學生一次的實習，有在不同部間的經驗。	
七、實習國家： 請填寫：_____	宋修德教授	填一個國家或可以填很多國家？	題目修改為：請填寫海外實習機構的所在國家

專家	對基本資料的整體建議	修改結果
饒達欽校長	可增加詢問實習期間，如1個月、2個月、3個月、半年以上。	因本問卷的發放對象已設定為實習一年的海外實習學生，故不增加此問題。
宋修德教授	(1) 3、4、5、6題未特別指出海外。 (2) 實習時間長短、實習時擔任的職務、自費或公費、是否有報酬等是否有影響。	因本問卷的發放對象已設定為實習一年的海外實習學生，且皆有補助以及領有報酬，故不再增加其它基本資料的問題。

第二部分：組織社會化策略

題號	原題目	專家	建議	修改結果
1	我剛到實習機構實習時，和其他新進人員在訓練活動中有密切的接觸。	宋修德教授 劉曉芬副教授	調整至社會面向構面 「有密切的接觸」改為有很多機會可以交流	本題項之目的在於了解組織對新進人員是採集中訓練或單獨訓練，應符合情境此構面，故將題目修改為我剛到海外實習機構實習時，和其他新進人員在訓練活動中有 <u>很多機會可以交流</u> 。但先不作構面的調整。
2	在實習時，其他新進人員有助於我理解自己的工作要求。	饒達欽校長 宋修德教授 劉曉芬副教授	「有助於」定義不明確。 是否為組織提供資訊予新進人員？ 「實習時」改為實習中， 「有助於」改為會幫助	在實習中，其他新進人員會幫助我理解自己的工作要求。
4	在我對工作的程序和方法完全熟悉以前，我無須承擔任何工作責任。	饒達欽校長 劉曉芬副教授	刪除「在我」、「的」、「完全」等字。 「完全」改為尚未。	對工作程序和方法尚未熟悉以前，我無須承擔任何工作責任。

題號	原題目	專家	建議	修改結果
5	海外實習機構有一套專門為新進人員的工作技術培訓活動。	宋修德教授	刪除「工作技術」。	海外實習機構有一套專門為新進人員的培訓活動。
6	在實習機構中，有關職務及工作角色上的關係與轉換，都有清楚的模式可循。	饒達欽校長	刪除「及工作」、「與轉換」。	在海外實習機構中，有關職務角色上的關係，都有清楚的模式可循。
		宋修德教授	「有關職務及工作角色上的關係與轉換」此語句較艱澀，學生可能看不懂。	
7	我在海外實習機構實習時，有透過職務轉換累積經驗。	饒達欽校長	刪除「我」。	與指導教授討論後，修改為：在海外實習機構實習時，我有透過職務的轉換，累積經驗。
		劉曉芬副教授	「職務轉換」修改為職務的轉換。	
9	在海外實習機構中，我可以藉由觀察別人的經驗預測自己未來職業生涯的路徑。	饒達欽校長	刪除「我」、「觀察」、「未來」等字。	在海外實習機構中，可以藉由別人的經驗規劃自己職業生涯的路徑。
		劉曉芬副教授	「預測」修改為規劃。	

題號	原題目	專家	建議	修改結果
10	海外實習機構有明確告訴我，我在組織中的發展將遵循一個固定的時間表。	宋修德教授	因是實習生，組織無需向學生說明此訊息，此題項不適合。	因只有一位專家認為不適合，故保留題項。與指導教授討論後，修改為海外實習機構有明確告訴我，我在組織中的訓練將遵循 <u>一定的時間表</u> 進行。
		劉曉芬副教授	「一個固定的時間表」修改為一定的時間表進行。	
11	我的同事幾乎都很支持我。	饒達欽校長	刪除「我的」、「同事」修改為同事們。支持是指溫情或工作？或金錢？	<u>在海外實習機構實習時</u> ，同事們幾乎都很支持我。
		宋修德教授	加入「在海外實習機構實習時」。	
12	我的同事以他們的方法幫助我適應海外實習機構。	饒達欽校長	刪除「我的」、「以他們的方法」；「同事」修改為同事們。	與指導教授討論後，修改為：同事們以他們的經驗，幫助我適應海外實習機構的環境。
		宋修德教授	「以他們的方法」語意不太清楚。	
		劉曉芬副教授	在同事後加入「會」，「方法」修改為經驗。	

題號	原題目	專家	建議	修改結果
13	在海外實習機構中，資深員工認為訓練新進人員是他們的工作責任。	饒達欽校長	刪除「在海外實習機構中」。	資深員工認為訓練新進人員是他們的工作責任。
14	藉由觀察資深員工，我瞭解到自己在組織中的作用。	饒達欽校長	刪除「藉由」、「我」、「到」，在「員工」後面加入「表現」，「作用」修改為「職責」。	與指導教授討論後，修改為：我會觀察資深員工的表現，以利瞭解自己在組織中的 <u>角</u> <u>色</u> 。
		宋修德教授	「作用」修改為「角色」。	

第三部分：組織社會化程度

題號	原題目	專家	建議	修改結果
1	我已經具備目前工作所需的知識。	饒達欽校長	刪除「經」字。	與指導教授討論後，修改為：在海外實習後，我具備行業所需的知識。
		宋修德教授	修改為「在海外實習後，我已經具備行業所需的知識」。	
2	我已經發展出與目前工作職務上所要求之技能相符合的能力。	饒達欽校長	「已經發展出與」改為「具有」，刪除「上」、「之」、「相符合的能力」等字。	在海外實習後，我具備目前工作職務所要求的技能。

		宋修德教授	修改為「在海外實習後，我已經具備行業所需的技能」。	
--	--	-------	---------------------------	--

題號	原題目	專家	建議	修改結果
3	我相當清楚目前所擔任工作之相關責任與權限。	饒達欽校長	刪除「所」、「相關」等字。	我相當清楚在海外實習機構中所擔任工作之責任與權限。
		宋修德教授	調查對象為學生嗎？目前工作所指為何？	
4	我的工作表現，相當稱職。	饒達欽校長	刪除「，」。	本題刪除。
		宋修德教授	工作所指為何？	
		劉曉芬副教授	本題題意涵蓋意念太多，不明確。	
5	我精通自己工作上會用到的專業術語。	饒達欽校長	刪除「自己」。	因僅一位專家認為需移至另一構面，所以暫不作構面調整。與指導教授討論後，修改為： <u>我已掌握未來在餐旅行業中會用到的專業術語。</u>
		宋修德教授	「工作上」修改為「未來在行業中」。	
		劉曉芬副教授	本題是否移至「行業與組織語言構面」？	

題號	原題目	專家	建議	修改結果
6	我在自己的工作單位裡相當受歡迎。	饒達欽校長	刪除「我」字。	我在 <u>海外實習機構</u> 裡相當受歡迎。
		宋修德教授	刪除「自己的」；此題係指在海外實習機構嗎？	
		劉曉芬副教授	本問卷所有「工作單位」建議統一為「實習機構」。	
7	我相信我的同事大部份都喜歡我。	饒達欽校長	刪除「我相信」。	與指導教授討論後，修改為：在海外實習機構時，大部分的同事都喜歡我。
		宋修德教授	刪除「我相信」。此題係指在海外實習機構嗎？	
		劉曉芬副教授	修改為「大部分的同事都喜歡我」。	
8	同事之間的聚會活動，我總是會一起參加。	饒達欽校長	修改為「我總是會一起參加同事的聚會活動」。	與指導教授討論後，修改為：我總是會參加海外實習機構同事的聚會活動。
		宋修德教授	係指在海外實習機構嗎？	
9	我把同事都視為朋友。	饒達欽校長	是否會與題10重複？	因僅一位專家認為可能重複，故仍保留此題。原題項修改為：我把海外實習機構的同事
		宋修德教授	係指在海外實習機構嗎？	

				都視為朋友。
--	--	--	--	--------

題號	原題目	專家	建議	修改結果
10	我和工作單位的同事相處非常良好。	饒達欽校長	是否會與題9重複？	因僅一位專家認為可能重複，故仍保留此題。原題項修改為：我和海外實習機構的同事相處非常良好。
		劉曉芬副教授	本問卷所有「工作單位」建議統一為「實習機構」。	
11	我瞭解實習機構中的一些特殊用語。	饒達欽校長	「一些特殊」修改為「專門」。	與指導教授討論後，修改為：我瞭解海外實習機構中所用的專門用語。
12	我瞭解實習機構內的縮寫名詞或英文代碼。	饒達欽校長	刪除「內」，「或」修改為「與」。	我瞭解海外實習機構的縮寫名詞。
		宋修德教授	(1) 一題兩問；(2) 海外實習可能前往非英文語系國家。	
13	我瞭解實習機構內的文化及特殊的話術。	饒達欽校長	刪除「及特殊的話術」。	本題刪除。
		宋修德教授	(1) 一題兩問；(2) 與題11重複。	

題號	原題目	專家	建議	修改結果
14	我瞭解大多數有關實習行業的專業用語。	饒達欽校長	刪除「大多數」。	與修改後的題5有重複之虞，故本題刪除。
		宋修德教授	「有關實習」修改為「餐旅」。	
15	我清楚知道實習機構的經營理念。	饒達欽校長	刪除「清楚」。	我知道海外實習機構的經營理念。
16	實習機構的經營目標，訂得非常明確。	饒達欽校長	刪除「，訂得非常」。	海外實習機構的經營目標明確。
17	我支持實習機構所設定的經營目標。	饒達欽校長	不適合。	因僅一位專家認為不適合，故此題項保留。與指導教授討論後，修改為：我支持海外實習機構所設定的經營目標。
18	我瞭解實習機構所秉持的傳統。	饒達欽校長	刪除「所秉持」，在傳統後面加入「文化」。	我瞭解海外實習機構的組織文化。
		宋修德教授	在傳統前面加入「組織文化」。	
19	我瞭解實習機構的歷史。	饒達欽校長	「歷史」修改為「組織」。	考慮到題18，本題修改為：我瞭解海外實習機構的歷史與發展。
		劉曉芬副教授	「歷史」修改為「歷史與發展」。	

第四部分：體驗價值

題號	原題目	專家	建議	修改結果
1	我認為海外實習的花費讓人覺得物有所值。	饒達欽校長	刪除「我認為」，「讓人覺得」修改為「係」，「有」修改為「超」。	與指導教授討論後，修改為：參與海外實習的開銷費用，係有價值的。
		宋修德教授	刪除「我認為」以及「讓人覺得」等字。	
2	我認為參與海外實習的經驗對我未來求職有幫助。	饒達欽校長	刪除「我認為」、「未來」等字。	與指導教授討論後，修改為：參與海外實習的經驗對我未來求職有幫助。
		宋修德教授	刪除「我認為」。	
3	我認為參與海外實習可以磨練技術與臨場經驗，對未來技術精進有幫助。	饒達欽校長	刪除「我認為」、「對未來技術精進有幫助」等字。	與指導教授討論後，修改為：經由參與海外實習，我的技術與專業有提升。
		宋修德教授	刪除「我認為」，「臨場經驗」修改為「專業」。	
4	我認為參與海外實習可以增強外語能力。	饒達欽校長	刪除「我認為」。	與指導教授討論後，修改為：經由參與海外實習，我的外語能力有增強。

題號	原題目	專家	建議	修改結果
5	我認為參與海外實習可以瞭解當地的風俗民情。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我認為」。	與指導教授討論後，修改為：由參與海外實習，我瞭解當地的風俗民情。
6	我覺得學校所提供的海外實習相關資訊非常合乎我的需求。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我覺得」、「非常」等字。	與指導教授討論後，修改為：學校所提供的海外實習相關資訊，合乎我的需求。
7	我覺得海外實習機構提供的訓練課程是完整的。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我覺得」、「是」修改為「相當」。 刪除「我覺得」、「是」、「的」等字。	海外實習機構提供的訓練課程完整。
8	我覺得海外實習機構提供的訓練課程符合我的期待。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我覺得」。	與指導教授討論後，修改為：海外實習機構提供的訓練課程，符合我的期待。
9	我在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師可以給我幫助。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我在」。 「可以給我幫助」修改為「適時提供協助」。	與指導教授討論後，修改為：在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助。

題號	原題目	專家	建議	修改結果
10	我在海外實習遇到困難時，機構的指導人員可以給我幫助。	饒達欽校長	刪除「我在」，「給我幫助」修改為「幫助我」。	與指導教授討論後，修改為：在海外實習遇到困難時，實習機構的指導人員會適時提供協助。
		宋修德教授	機構前加入「實習」，「可以給我幫助」修改為「適時提供協助」。	
11	學校或海外實習機構明確向我說明食宿與交通等資訊。	饒達欽校長	「或」修改為「及」。	學校及海外實習機構有明確向我說明實習時的食宿與交通等資訊。
		宋修德教授	食宿前加入「實習時的」。	
		劉曉芬副教授	明確前加入「有」。	
12	我覺得海外實習的環境是安全不用擔心的。	饒達欽校長	刪除「我覺得」、「的」、「是」，在不用前加入「可以」。	海外實習的環境安全無慮。
		宋修德教授	刪除「我覺得」、「是」，修改為「安全無慮」。	
13	我覺得海外實習的經驗為我留下美好的回憶。	饒達欽校長	刪除「我覺得」、「為我」、「的」等字。	與指導教授討論後，修改為：海外實習的經驗，讓我留下美好的回憶。
		宋修德教授	刪除「我覺得」。	

題號	原題目	專家	建議	修改結果
14	我覺得我會想再次參與海外實習。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我覺得」。	我會想再次參與海外實習。
15	我覺得參與海外實習使我增加自信。	饒達欽校長 宋修德教授 劉曉芬副教授	刪除「我覺得」。 刪除「我覺得」。 「使我增加自信」修改為「增強我的自信」。	參與海外實習增強我的自信。
16	我覺得參與海外實習時，與同事之間的互動是融洽、愉快的。	饒達欽校長 宋修德教授	(1)刪除「我覺得」；(2)是否與題13有重複？ 刪除「我覺得」。	因僅一位專家認為可能重複，故仍保留此題，原題項修改為參與海外實習時，與同事之間的互動是融洽、愉快的。
17	我覺得我實習的環境有很好的工作氛圍。	饒達欽校長 宋修德教授	刪除「我覺得我」，在實習前加入「海外」。	海外實習的環境有很好的工作氛圍。
18	我覺得海外實習的經驗是相當難忘的。	饒達欽校長 宋修德教授 劉曉芬副教授	與題13重複。 移至「人際關係」構面	因兩位專家皆認為重複，故本題刪除。

填答說明：請逐題根據您本身狀況，勾選出最適切的選項。

第二部分 組織社會化策略		非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
1.	我剛到海外實習機構實習時，和其他新進人員在訓練活動中有很多機會可以交流。					
2.	在實習中，其他新進人員會幫助我理解自己的工作要求。					
3.	我剛到海外機構實習時，和其他新進人員接受同樣的訓練活動。					
4.	對工作程序和方法尚未熟悉以前，我無須承擔任何工作責任。					
5.	海外實習機構有一套專門為新進人員的培訓活動。					
6.	在海外實習機構中，有關職務角色上的關係，都有清楚的模式可循。					
7.	在海外實習機構實習時，我有透過職務的轉換，累積經驗。					
8.	海外實習機構對於升遷的途徑有明確的規定。					
9.	在海外實習機構中，可以藉由別人的經驗，規劃自己職業生涯的路徑。					
10.	海外實習機構有明確告訴我，我在組織中的訓練將遵循一定的時間表進行。					
11.	在海外實習機構實習時，同事們幾乎都很支持我。					
12.	同事們以他們的經驗，幫助我適應海外實習機構的環境。					
13.	資深員工認為訓練新進人員是他們的工作責任。					
14.	我會觀察資深員工的表現，以利瞭解自己在組織中的角色。					

第三部分 組織社會化程度		非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
1.	在海外實習後，我具備行業所需的知識。					
2.	在海外實習後，我具備目前工作職務所要求的技能。					
3.	我相當清楚在海外實習機構中所擔任工作之責任與權限。					
4.	我在海外實習機構裡相當受歡迎。					
5.	在海外實習機構時，大部分的同事都喜歡我。					
6.	我總是會參加海外實習機構同事的聚會活動。					
7.	我把海外實習機構的同事都視為朋友。					
8.	我和海外實習機構的同事相處非常良好。					
9.	我已掌握未來在餐旅行業中會用到的專業術語。					
10.	我瞭解海外實習機構中所用的專門用語。					
11.	我瞭解海外實習機構的縮寫名詞。					
12.	我知道海外實習機構的經營理念。					
13.	海外實習機構的經營目標明確。					
14.	我支持海外實習機構所設定的經營目標。					
15.	我瞭解海外實習機構的組織文化。					
16.	我瞭解海外實習機構的歷史與發展。					

填答說明：根據您參與海外實習後的感受，請逐題勾選出最適切的選項。

第四部分 體驗價值		非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
1.	參與海外實習的開銷費用，係有價值的。					
2.	參與海外實習的經驗，對我未來求職有幫助。					
3.	經由參與海外實習，我的技術與專業有提升。					
4.	經由參與海外實習，我的外語能力有增強。					
5.	經由參與海外實習，我瞭解當地的風俗民情。					
6.	學校所提供的海外實習相關資訊，合乎我的需求。					

7.	海外實習機構提供的訓練課程完整。					
8.	海外實習機構提供的訓練課程，符合我的期待。					
9.	在海外實習遇到困難時，學校的輔導老師會適時提供協助。					
10.	在海外實習遇到困難時，實習機構的指導人員會適時提供協助。					
11.	學校及海外實習機構有明確向我說明實習時的食宿與交通等資訊。					
12.	海外實習的環境安全無慮。					
13.	海外實習的經驗，讓我留下美好的回憶。					
14.	我會想再次參與海外實習。					
15.	參與海外實習增強我的自信。					
16.	參與海外實習時，與同事之間的互動是融洽、愉快的。					
17.	海外實習的環境有很好的工作氛圍。					

本問卷到此結束！謝謝您的協助，麻煩您再次檢查是否有遺漏的題目。
如果有的話，請將其補填完畢。衷心地感謝您的支持與合作！謝謝！