

自我擴展 vs. 由衷感謝：

驗證米其林餐廳顧客溢價購買意願的心理機制路徑

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	劉瓊如
計畫執行單位	國立嘉義大學行銷與觀光管理學系
經費補助單位	國家科學及技術委員會
計畫執行期間	2021.08.01—2022.07.31
調查執行期間	2022.01.01—2022.04.30

二、釋出檔案說明

1. 資料使用說明

資料使用說明.docx	含計畫簡介、釋出檔案說明、資料整理內容及使用注意事項等
-------------	-----------------------------

2. 問卷

ques.pdf	實際執行訪問之問卷
----------	-----------

3. 資料檔

data.sav	SPSS 資料檔
----------	----------

4. 過錄編碼簿

codebook.pdf	計畫提供之過錄編碼簿
--------------	------------

5. 報告書

report.pdf	報告書全文檔
------------	--------

三、資料整理內容及使用注意事項

1. 中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心所進行的資料整理方式，僅進行可識別個人身份資料檢查及刪除，未對變項名稱、變項及選項數值說明與問卷是否一致或有定義進行核對或修改。
2. 資料檔與報告書不一致之處，以資料檔為主。

四、資料引用說明

由於各期刊或論文要求的參考文獻格式不同，可視需求自行修正。

1. 中文參考文獻格式

劉瓊如 (2022)。自我擴展 vs. 由衷感謝：驗證米其林餐廳顧客溢價購買意願的心理機制路徑 (E11004)【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。

doi:10.6141/TW-SRDA-E11004-1

2. 英文參考文獻格式

Chyong-Ru, Liu (2022). Self-Expansion Vs. Gratitude: Examining the Paths Within the Mental Mechanism of Customers' Willingness-To-Pay a Price Premium at Michelin-Star Restaurants (E11004) [Data file]. Available from Survey Research Data Archive, Academia Sinica.

doi:10.6141/TW-SRDA-E11004-1

五、聯絡方式

中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心

「學術調查研究資料庫」

E-mail:srda@gate.sinica.edu.tw

上述內容由中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心製作；尊重學術倫理，本資料僅供資料申請者使用，勿擅自拷貝或轉贈他人使用。
