

設計旅店色彩計劃-以承億文旅大廳為例

A Study on the Color Scheme of Design Hotel's Lobby - A Case Study of Hotelday

黃文宗/中原大學商業設計學系，副教授

王貞筑*/中原大學商業設計學系，碩士生

摘要

隨著臺灣的旅遊產業蓬勃發展，承億集團是臺灣文化創意旅館連鎖品牌，在臺灣擁有七家分店。本研究透過田野調查及文獻探討法分析了承億集團各分店大廳空間設計的色彩應用方法，以及如何透過視覺與美學將地方創作的概念融入內部環境。研究結果發現，能決定格局與風格的大廳，是大面積使用穩重的色調，強調舒適明亮的光線，將當地文化中具體或抽象的元素作為點綴空間的擺設來進行色彩應用。本研究旨在凸顯設計旅店與地方特色的共鳴和協調性，特別是大廳設計的色彩表現，在旅人剛踏入旅店大門就強烈留下第一印象及情感氛圍和性格特徵，也讓消費者享受體驗旅店設施的同時也能迅速感受在地文化特色。本研究可作為各城市的特色文旅在規劃大廳空間色彩計畫時的參考。

【關鍵詞】：文化旅遊、設計旅店、色彩計畫、旅館大廳、地方特色

*通訊作者:王貞筑，wangzhenzhu35@gmail.com，新北市中和區安平路 89 號 11 樓之 1

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

音樂祭參與者的體驗行為與迷群文化之研究

A Study on the Experiential Behavior and Fandom Culture of Music Festival Participants

簡玉惠/致理科技大學休閒遊憩管理系，副教授

陳衣芄*、李星儀、林以珊、邱筠婷、徐芳穎、陳秋彤、范姜俞/

致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

摘要

台灣音樂祭相關活動多樣特色化，而在遭遇疫情波及後的 2022 年上半年度舉辦的音樂祭至少有二十多場，音樂祭佔據的市場可說是不容小覷，台灣充滿本土特色、別具風格的音樂祭也受時代的風潮興起。在音樂祭當下，參與者不只能靜態觀賞，更可能因為音樂的起伏而與身旁聽眾互動，參與者能以自身意願選擇不同的方式共同參與音樂祭，擁有極大的開闊性。本研究以音樂祭參與者作為研究切入點，瞭解參與者為何參與、其群體的內外自我認同以及在音樂祭從事之體驗行為，並瞭解其群體對音樂祭的追求。利用半結構深度訪談法（In-depth interview）為主軸，且針對文獻分析設計出問卷後進行問卷調查法（Questionnaire survey）作為半訪談的印證。

研究結論發現：音樂祭對於獨立音樂像是音樂的自我展現，而參與者在參與音樂祭的過程中，像是親身經歷了獨立音樂。參與者在表象聆聽音樂祭的同時，內心正享受這個空間帶來超脫現實的非凡性。對於參與者來說，音樂祭像是一種「桃花源」存在，能在獨立音樂當中尋求自我，更能在參與音樂祭此行徑中釋放遭受世俗所束縛的自己，將自身抽離生活世界創造一個特殊的時空，陶醉及沉迷於其中，且能夠在這樣無拘無束的空間尋求歸屬，引發強力情感及自我的改變。參與者能參與音樂祭活動、購買周邊、從中感到被認同、產生歸屬感，依靠這份認同形成具有信任、互助的關係，成為了「迷群」。

【關鍵詞】：音樂祭、獨立音樂、體驗行為、迷群文化

*通訊作者：陳衣芄，furu844545@gmail.com，新北市三峽區大學路 17 號 11 樓

分類：6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

英美文化典藏機構非同質化代幣(NFT)館務應用現況探析

Exploring the Application of Non-Fungible Token (NFT) in the United Kingdom and the United States Cultural Institutions

陳品璇*/國立臺北科技大學文化事業發展系研究所，碩士生

摘要

近年，非同質化代幣（以下簡稱 NFT）的出現，成為了數位內容交易的熱門形式，拍賣績效更如雨後春筍般湧現。這樣的情形促使了傳統文化典藏機構意識到館藏與相關技術整合的潛力，著手發揮其本身文化典藏、研究、展示及教育的功能，並舉辦多場講座、論壇和研討會，讓大眾認識這一項新興的藝術形式。

然而，NFT 交易市場的崛起，導致人們多將目光投注在 NFT 所帶來的營利價值，真正在意作品本身的人，卻是寥寥無幾。2021 年 10 月，大英博物館與法國新創公司 LaCollection 合作，販售葛飾北齋的 NFT 作品，希望藉由將館藏以當代最新穎的數位方式進行轉化，擴展受眾，讓過去將 NFT 定位為投資工具的觀念，轉而思考其兼具其他應用的可能性，也期望能緩解因疫情所帶來的財務損失。

有鑑於此，本研究希望透過相關文獻的蒐集與分析，針對英美文化典藏機構 NFT 館務應用現況，探討 NFT 在英美文化典藏機構的應用功能，並提出更深入的闡釋與分析，並提供後續相關學術研究與產業推動參考之用。

【關鍵詞】：非同質化代幣、英國、美國、文化典藏機構

*通訊作者：陳品璇，t110a58008@ntut.org.tw，新北市新莊區立信一街 6 號 4 樓

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

藝術家的餐桌：主題式旅遊類型之分析—以「飲食與藝術」為文化觀光之探討

Artist's Food-Table Works: Thematic Analysis of the Travel Types Discussion on the Cultural Tourism on "Food and Art"

謝繡如* / 國立台北教育大學藝術與造形設計學系，博士生

摘要

現代化的餐旅、觀光和休閒產業隨社會需求不同，朝向精緻化、客製化的方案設計，即「美感」的滿足。美感涵蓋「品味」(taste)，讓所有感官獲得愉悅(pleasure)的審美經驗(aesthetic experience)。當愉悅提升為快感，並飽足達到「厭爽」(jouissance 狂喜)的享樂(enjoyment)狀態。又，官能享樂被麻醉到一種極限，顫慄(tremble)的短暫瞬間，翻轉為厭惡(disgust)感。這就是西方美學的三種審美原則。依此，一趟珍貴的旅行和美好味蕾的餐旅經驗，必須要有藝術的浸潤，也是一項產業創新的特色服務。現代人講求自由與享樂主義，若以「當代遊牧」(the contemporary nomadic)的遊客角色，從文化與藝術的觀點，結合飲食為題材的觀光休閒，歸納出「主題式餐飲旅遊」的三種類型。飲食藝術與感官享樂的旅遊規劃，既能夠提升享受品質和樂趣，也能促成藝術傳播的潛在機能。因此，本研究探討三種旅遊形式：第一種是「淨化朝聖之旅」、第二種是「大自然饗宴之旅」和第三種「狂歡刺激之旅」，這三類都包含了三種審美原則之體驗，並提供以藝術結合「餐旅、休閒」之另類的觀光方式。

綜觀以上三種類型的感官享樂：第一種是具有精神或朝聖的「浸潤式的愉悅」，第二種是悠遊於田園式「自然崇高的顫慄」，第三種則偏向於都會夜宴的「極致快感」體驗。通過此三類型的比較分析，本文期望能提供以跨領域的餐旅專業養成之參考類型。

【關鍵詞】：品味、審美經驗、審美原則、厭爽、當代遊牧

*通訊作者：謝繡如 candy4846615399@gmail.com 新北市板橋區翠華街6巷82-3號

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

懷舊風潮崛起：臺灣古物市集的辦理及其特色探析

The Rise of Nostalgia : Taiwan Antique Market and its Characteristics

吳宇凡/國立臺北科技大學文化事業發展系，助理教授

胡宇瑄*/國立臺北科技大學文化事業發展系，碩士生

摘要

近年來臺灣吹起一股懷舊風潮，許多人開始接觸昔日生活中的器具，諸如運用數年前曾流行過的時尚元素及衣著，重新搭配後成為新的穿搭風格；底片相機使用上雖比數位相機複雜，然不少人重新接觸底片相機，並沉迷於其所拍出來的效果。在懷舊氛圍逐漸風行的浪潮下，特色性的古物市集如雨後春筍般出現，成為當下文化發展的特殊現象。

然而，許多人對於古物市集的認知仍視作文創市集的一部分，甚至認為古物市集就是跳蚤市場，忽略了古物市集在商品來源以及經營模式上的不同之處。從古物市集商品的多元性，也能尋出臺灣的歷史脈絡，如美援時期的麻布袋、日治時期流行的茶具等，刻劃出臺灣各時期的生活面貌，隱含社會教育功能，可惜的是，這樣的情形卻未見學界及文化領域所重視。

有鑑於此，本研究除以文獻的蒐集與分析，瞭解古物、古物市集的定義與功能，並針對近十年（2013-2022）臺灣重要古物市集主辦單位-**台北蚤之市、舊物盛典、好日市集、唐青古物商行**-進行訪談，以期深入了解臺灣古物市集發展現況及其特色，從而作為後續研究之參酌。

【關鍵詞】：古物市集、社會教育、台北蚤之市、舊物盛典、好日市集

*通訊作者：胡宇瑄，t110a58006@ntut.org.tw，新北市淡水區民生路 117 巷 43 弄 17 號

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

密室逃脫類型與解謎元素內容分析 -以中國、日本、韓國密室逃脫電視節目為例

Escape Room Type and Puzzle Solving Analysis - Taking Chinese, Japanese and Korean TV programs as examples

黃文宗/中原大學商業設計學系，副教授

楊芷瑄*/中原大學商業設計研究所，碩士生

摘要

隨著社會變遷，整體的環境品質相繼提昇，人們滿足基本的日常需求以後往往會對精神層面更加的渴望，尤其在體驗經濟發展成為全球熱門趨勢的現在，專注於休閒活動、娛樂、體育運動和旅遊相關產品的休憩娛樂產業的需求與變化也隨之提高，在這樣的基礎下，實境遊戲的出現，無疑讓人們多了一個休閒娛樂的新選擇，其中實境密室逃脫尤其受到歡迎，因此電視台斥資將密室逃脫遊戲拍攝成系列實境節目。本研究以個案研究法和比較分析法彙整中、日、韓當紅的 3 個密室逃脫電視節目：《DERO 密室遊戲大逃脫》、《密室逃脫·暗夜古宅》、《大逃脫》的運作模式、元素應用、遊玩方式、類型區別以及遊戲關卡設計與解謎元素。研究發現，實境密室逃脫電視節目會根據文化或民情而有不同的設置，但皆屬於 10 人以下之真實密室，而解謎元素皆與文字、圖像、道具有關，最常透過聯想、記憶力挑戰、動作操作、邏輯推理去完成解謎。本研究為實境密室逃脫遊戲內容設計和電視節目製作、劇本設計等相關產業提供了參考指標。

【關鍵詞】：休閒娛樂、實境遊戲、密室逃脫、關卡設計、解謎元素

*通訊作者：楊芷瑄，nicole2000618@gmail.com，臺中市西區館前路 16 號 17 樓

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

探討「尋找風獅爺 APP」遊客對擴散創新、心流體驗、行為意圖之研究

Research on Tourism Innovation Diffusion, Flow Experience and Behavior intention of Tourists Using 「Finding the Shisas」 App

張梨慧/金門大學觀光管理學系研究所，副教授

游旻慈/金門大學觀光管理學系研究所，碩士生

摘要

新型態的「遊戲旅遊」誕生，在遊戲旅遊時間、空間不設限下 就靠一支手機「想玩就玩、想停就停」，融合了當地文化與在地實際互動，也是近年來地方政府開始積極推廣的遊旅方式，從不同的角度切入與其建立連結，遊戲時也一起感受及認識文化，遊客藉由金門縣金沙鎮推出的「尋找風獅爺 APP」，來探索並進行深度旅遊。本篇研究將以創新擴散理論、心流體驗及行為意圖理論為理論基礎，探尋此遊客使用此 APP 後所產生的影響。

預計經本研究透過「尋找風獅爺 APP」此類遊戲中得知，可發展更多類似旅遊活動、或是在活動中傾向安排更多創新、多元的元素結合旅遊內容的旅客，更能夠覺察並享受在旅遊過程中獲得的成就感，或沉浸在解索遊戲關卡探索環境、發現線索等經驗達到高層次的感受。

【關鍵詞】：尋找風獅爺 APP、創新擴散、心流體驗、行為意圖

*通訊作者:游旻慈，quitapple@yahoo.com.tw，金門縣金湖鎮市港五路 151 號

分類: 1. 科技發展，社群媒體對觀光、休憩與餐旅產業之影響

應用 PPM 理論探討高山症防治行為對台灣觀光客西藏高原旅遊意願之研究

A study on the application of PPM theory to explore the behavior of altitude sickness prevention and treatment on the willingness of Taiwan tourists to travel to the Tibetan plateau

江永裕*/國立高雄科技大學觀光管理系(所)，碩士生

何秉燦/國立高雄科技大學觀光管理系，助理教授

摘要

西藏旅遊屬於高原旅遊，對於大眾旅遊危險性相對較高，尤其常會出現輕重不同的高原反應亦就是高山症。本研究目的針對台灣觀光客至西藏高原旅遊的市場，探討使用高山症防治行為對台灣觀光客前往西藏高原的旅遊意願，使用 PPM (Push Pull Mooring Theory) 模型「推-拉-繫住力理論」，將西藏自然景觀、人文節慶典與旅遊休閒定義為「拉動因素」，台灣國內旅遊環境與現況視為感知風險的「推動因素」，高山症防治行為與高山症認知作為「繫住因素」，檢測影響遊客「旅遊意願」(SI, 轉換意圖) 的相關研究。

研究方法採取非機率式立意抽樣，針對西藏旅遊相關網路社群發放網路問卷共取得 459 份有效問卷。研究採取敘述統計、推論統計及中介分析。研究結果顯示一、拉動因素確實是正向顯著影響台灣觀光客前往西藏的旅遊意願。二、推動因素確實是正向顯著影響台灣觀光客前往西藏的旅遊意願。三、繫住因素確實是正向顯著影響台灣觀光客前往西藏的旅遊意願。四、拉動因素確實是透過繫住因素正向顯著影響台灣觀光客前往西藏的旅遊意願。繫住因素扮演正向顯著的中介角色。五、推動因素確實是透過繫住因素正向顯著影響台灣觀光客前往西藏的旅遊意願。繫住因素扮演正向顯著的中介角色。六、高山症防治行為確實正向顯著影響台灣觀光客前往西藏旅遊意願。研究結論說明高山症防治方法正向推動台灣遊客前往西藏旅遊，建議旅遊業者對於西藏旅遊推廣應提供高山症安心策略，與行前的高山反應安全教育。

【關鍵詞】：西藏、西藏旅遊、高山症、旅遊意願、PPM 理論

*通訊作者：江永裕，j110260107@nkust.edu.tw，屏東市機場北路 706 號 12 樓

分類: 7. 觀光、休憩與餐旅產業之永續發展目標 (SDGs) 相關議題

運動攀登者人格特質對運動涉入程度與運動表現之研究

A Study on Personality Traits, Sport Involvement, and Sport Performance of Climbers

程瑞福/國立臺灣師範大學體育與運動科學系，教授

簡翎紋*/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

瞭解運動攀登參與者人口背景現況與運動特性，分析不同背景變項在人格特質、運動涉入與運動表現之特性、差異與相關情形。本研究採問卷調查法，共取得 248 份有效問卷，結果顯示：一、運動攀登參與者以女性、高學歷、未婚、中高收入為主。二、岩齡平均 1~3 年每週 2-3 次，人工岩場及抱石類競賽活動為主。三、運動攀登參與者以親和樂觀、善解他人友好方式與人相處。四、親和性人格在 21-30 歲及 51-60 歲年齡表現有所差異。五、運動涉入在性別及教育程度上有顯著差異，男性在運動涉入程度高於女性，對於生活中運動佔比高於女性。

教育程度對於運動參與感受的重要性及愉悅感受到學歷的影響，教育程度越高對運動的重視程度與愉悅感越高。六、開放外向性及親和性人格特質者正向影響運動涉入及運動表現。體會運動愉悅感將運動視為生活一部分，在意他人目光看重運動表現彼此之間呈正向循環。本研究建議運動場館可依據參與者特性及需求進行活動設計及館內氣氛營造及環境軟硬體規劃增加其舒適性；軟體設施增強體驗課程類豐富性，新增親子或幼童類課程，將運動參與視為表演舞台。

【關鍵詞】：運動場館、冒險運動、攀岩

*通訊作者：簡翎紋，qu2j0302@gmail.com，新北市新莊區中榮街 39 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

探討不同背景變項潛水員對於潛水裝備品牌忠誠度之差異情形— 以女性潛水員為例

Discussion on the Differences of Diving Equipment Brand Loyalty among Divers with Different ackground Variables—A Case Study of Female Divers

尤若弘/國立高雄科技大學海洋休閒學系，教授

吳育璋*/國立高雄科技大學海洋休閒研究所，碩士生

摘要

隨著國人日漸注重發展休閒活動的生活方式，從事潛水休閒活動已然大幅成長為炙手可熱的海域休閒活動潮流。又因近年來女性意識的抬頭以及水肺潛水在臺灣蓬勃發展，有越來越多的女性投入到潛水活動中，因此瞭解女性水肺潛水者的特性，將可建構更完整且全面對於水肺潛水者的認識。本研究為瞭解不同背景變項女性潛水員對潛水裝備品牌忠誠度，採問卷調查方式，探討女性潛水員之背景變項及裝備品牌忠誠度分佈，將可建構更完整且全面對於女性水肺潛水員的認識。研究結果顯示，女性水肺潛水員對蛙鞋品牌忠誠度，會因不同氣瓶數、不同潛水階級而有部分差異。

【關鍵詞】：休閒潛水、忠誠度、品牌忠誠度

*通訊作者：吳育璋，f108191106@nkust.edu.tw，高雄市楠梓區海專路 142 號。

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

酒莊體驗遊程設計之研究

Identification and analysis of on winery experience tour design model by the DEMATEL approach

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，教授

王心恬*/銘傳大學觀光事業學系，碩士生

摘要

隨著疫後遊客旅遊需求的改變，他們更珍惜與渴望與他人互動的體驗機會，本研究擬透過專家問卷法分析酒莊體驗遊程設計需考量之關鍵因素，探討各考量因素之間的因果關係與影響程度，提供政府相關行政部門與酒莊業者在大環境改變之下的大膽突破與創新提升遊程品質之參考依據。

【關鍵詞】:酒莊、體驗遊程、遊程設計

*通訊作者:王心恬，tien101369@gmail.com，北市中山區復興北路 430 巷 26 號

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

亞洲機場服務創新與競爭力發展之研究

A Study on Airport Service Innovation and Competitive Power in Asia

曾穎嵩*/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

作為全球知名航空調查機構，Skytrax 每年都會針對上百家機場進行評選。根據其於 2022 年公布最新全球最佳機場排名，前十名中就有七座機場位於亞太地區。其中，像是樟宜機場、羽田機場以及仁川機場更是年年榜上有名。反觀桃園國際機場，於世界最佳百大機場中僅名列第 67，相較其他鄰近亞太地區國家機場，仍有許多進步空間。他們在機場服務品質維護上，像是強化各項軟、硬體設施，做了什麼樣的創新與努力，其背後原因值得探究。

為增進對亞洲機場了解，本研究欲使用個案研究法，蒐集桃園國際機場和亞洲五大機場（樟宜機場、香港國際機場、成田機場、羽田機場以及仁川機場）相關資料，了解旅客在這些機場的登機流程，繪製服務藍圖，再針對曾到訪過這些機場的人，其中包含旅客、機場工作人員進行訪談，以深入探究研究問題脈絡。本研究期望透過服務藍圖之觀點，檢視各國機場服務創新，了解臺灣和亞洲五大機場服務創新之異同，將這些資訊加以整理、歸納，得出相關結論，以作為桃園國際機場未來發展之依據。

【關鍵詞】：機場、服務創新、服務藍圖

*通訊作者：曾穎嵩，yst0831@gmail.com，桃園市桃園區寶山街 235 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

「郵」到哪裡去：以補償性消費行為分析郵輪觀光旅遊之探究

“Cruise to where?”—An Exploration of Cruise Tourism on Compensatory Consumption

李宜軒/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

自從 2019 年底中國武漢地區爆發新冠肺炎(Coronavirus Disease-2019)之後，世界各地開始進入疫情防備，疫情所導致的不確定性也圍繞在大眾生活中並持續至今，此情緒很明顯的反應在特定的消費行為上，例如：搶購防疫物資、囤購生活用品或是在疫情趨緩後產生的報復性消費等，皆是在疫情期間經常出現並討論的議題。在疫情流行之前，全球郵輪觀光產業是旅遊業中成長最快速的產業之一，擁有龐大的上下游供應鏈，同時也是許多小型島嶼國家賴以維生的重要經濟產業。然而全球郵輪旅遊因疫情衝擊，全面停止航行營運，造成郵輪旅客人數銳減、郵輪公司營運嚴重虧損和股價嚴重下跌損失，在疫情持續的蔓延下此旅遊消費行為的劇烈波動更增加社會上的不安定。因此本研究欲探討補償性消費行為是否會對未來郵輪觀光旅遊帶來直接的影響，並從 2002-2022 年間的文獻中找出相關資料佐證及建議，希望能透過此研究，更了解消費者及專家學者的角度觀看郵輪觀光是否會對補償性消費行為造成影響。此次研究透過內容分析法，分別以郵輪旅遊消費動機(Cruise tourism consumption motivation)、補償性消費行為(Compensatory consumption)、報復性旅遊(Revenge travel)以及國際郵輪旅遊(International cruise tourism)等相關字眼，針對補償性消費行為及相關旅遊產業特性收集相關實證資料。搜尋資料庫包括 EBSCOhost、華藝線上圖書館等資料庫，共得 15 篇相關文獻進階分析與統整。透過文獻分析發現(1)補償性消費行為研究多以其他產業為主，旅遊相關資料比較不足，需要研究加以整合(2)郵輪旅遊消費研究多以動機為主，國內目前沒有相關研究出現(3)國際郵輪旅遊的國內研究樣本數較不足，後續研究可以繼續深入。因此以研究者、觀光業者角度作為建議及討論。

【關鍵詞】：郵輪旅遊消費動機、補償性消費行為、報復性消費、國際郵輪旅遊

*通訊作者：李宜軒，clin0531@gmail.com，新北市中和區中正路 432 巷 2-1 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

名人行銷對偶像崇拜與旅遊意願關係影響之探討

A Study of the Influence of Idol Worship on Travel Intension in Different Celebrity Marketing Content

夏秉楓*/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

林宛蓁、陳沛滢、陳思妤、李品慧、吳佩親、黃志騏/

中國文化大學觀光事業學系，專題研究生

摘要

近年來韓流文化對全世界的影響力越來越高，偶像崇拜逐漸充斥在我們的生活當中，更會影響粉絲的許多生活選擇。因此本研究目的欲探討不同名人行銷類型對旅遊意願的影響，以及對偶像崇拜與旅遊意願關係的影響。研究對象以有在觀看韓國戲劇或綜藝節目，以及關注韓國偶像的群眾為主，採用便利抽樣的方式在偶像社團與韓劇韓綜的社群媒體平台，進行線上問卷的發放，回收問卷有 419 份。研究結果顯示名人行銷對旅遊意願有正面的影響，會增加到該地旅遊的意願；其中名人以經驗分享的行銷方式，閱聽者的旅遊意願較高，因以經驗分享屬於口碑行銷，較不具有商業利益，對閱聽者更具影響力，而業配、贊助與代言等則是有包含商業利益的行銷方式。

【關鍵詞】：偶像涉入、偶像認同、口碑行銷、名人代言

*通訊作者：夏秉楓，xbf@ulive.pccu.edu.tw，台北市大安區建國南路二段 231 號

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

咖啡店溢價支付與購買意願的流量密碼—探討圖像 IP 的角色

The Role of Character IP in the Visit and Premium Payment Intention of Chain Coffee Shops

廖俊杰/中國文化大學國際貿易系，副教授

徐恒慧*/中國文化大學國際貿易系，學士生

摘要

本研究探討角色經濟脈絡下，(圖像)角色商品化授權應用在連鎖咖啡店產業，是否透過圖像創造情感上的吸引力，改變消費者行為，及其背後的作用機制。研究共提出四項假說，決策架構中之自變數納入了圖像角色 IP 形象的構成要素(符號價值、真實自我形象一致性、理想自我形象一致性和情感價值)，透過態度的中介效果，如何影響購買意圖與溢價支付。本研究採用問卷調查法，虛擬一個使用圖像角色 IP 的連鎖咖啡店的情境，作為問卷填答背景，取得有效樣本，進行獨立樣本 t 檢定分析，分析分群樣本的差異，再利用驗證性因素分析，進行信度與效度的驗證。最後以結構方程模型(SEM)驗證所提出的假說。研究結論顯示，圖像 IP 會透過對消費者產生情感價值，經由態度的中介作用，同時正向影響購買意圖與溢價支付；至於其他三項假說則未獲支持。此結論可提供相關業者在制定圖像角色 IP 策略時，有更清晰的線索，也就是妥善運用角色的情感價值的創造，掌握消費者的關鍵態度，進而增強了對目標商品(咖啡及其周邊商品)的購買和溢價支付意願。

【關鍵詞】:符號價值、情感價值、自我形象一致性、購買意圖

*通訊作者：徐恒慧，henghuihsu8131@gmail.com，新北市八里區龍米路一段 123 號

分類：11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

線上旅行社購買輔助資訊對預定行為之影響

The Influence of Online Travel Agencies' Purchasing Auxiliary Information on Booking Behavior

蔡宗憲/國立金門大學觀光管理學系，教授

徐曉月*/國立金門大學觀光管理研究所，碩士生

摘要

住宿為觀光活動鏈中重要的一環，而對於住宿服務的預定，線上旅行社為現今最常被使用的通路之一。因各通路業者激烈競爭，網站信息呈現和設計益發重要，以期讓消費者能夠即覽即訂，降低轉移至其他競爭平台的機率。而網頁上關鍵資訊除了價格之外，通路業者所提供其他有助於預定的輔助資訊也扮演相當程度的角色。

為釐清平台購買輔助資訊對預定行為之影響，本研究應用敘述性偏好法設計一個實驗，並使用羅吉特模式來探討關鍵屬性變數與服務水準內容。聚焦一年內有使用線上旅行社訂房經驗之消費者為研究對象，透過問卷來收集影響消費者訂房選擇之重要因素，包含了多種資訊標籤、房型照片、地點呈現、付款方式、會員住房彈性、方案受歡迎程度、詢問管道與方式、方案急迫性及訂購所需時間等。研究結果顯示標籤、設施呈現方式、降低不確定性及會員福利升級、降低風險性和預期完成交易時間皆會顯著影響遊客選擇住宿方案。

【關鍵詞】：線上旅行社、購買輔助資訊、網頁介面設計、離散選擇模式、營收管理

*通訊作者：徐曉月，s111041305@student.nqu.edu.tw，桃園市中壢區富村街 30 巷 7 號

分類:4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊與電子商務相關議題

線上旅行社價格資訊呈現方式對預定行為之影響

The Influence of Online Travel Agencies' Price Information Presentation Mode on Booking

蔡宗憲/國立金門大學觀光管理學系，教授

謝沐灃*/國立金門大學觀光管理研究所，碩士生

摘要

線上旅行社(Online Travel Agency)提供消費者旅館房型瀏覽與預定之服務，在使用便利性與資訊透明度上都較以往通路大為改進，而其中最能吸引消費者目光莫過於平台通路上所呈現的價格資訊以及呈現之方式。此外，OTA 通路平台上除提供多家旅館的價格資訊外，業者也會藉由適當之機制之設計來刺激消費者的購買意願，如各式身份別折扣、會員點數、購後回饋、限時限量專屬優惠、相近旅館比價訊息等。雖然 OTA 透過多元資訊之提供來吸引消費者，但過多網頁資訊也造成瀏覽者眼花撩亂，甚至過量資訊的呈現也讓瀏覽者出現認知負擔、選擇困難的現象，反而不利其即覽即訂行為的發生。據此，本研究透過解構式計畫行為理論的架構來進行一個實驗設計，針對 OTA 平台常見的價格相關屬性變數進行探究，並進一步針對價格資訊服務創新的可能作為進行評估。多項羅吉特模式被應用來分析所收集之資料以驗證屬性變數之效果，釐清影響消費者於 OTA 進行訂房時的關鍵價格因素。本研究以一年內曾於線上旅行社進行訂房經驗之使用者為研究對象，透過問卷調查收集影響使用者訂房之價格相關因素。初步研究成果顯示，價格錨定效果、折扣帶入方式、偏好記憶、未來回饋、即時比價、限時優惠呈現方式以及預期交易時間對於線上訂房行為具有顯著影響效果。

【關鍵詞】：線上旅行社、通路價格呈現、羅吉特模式、解構式計畫行為理論、營收管理、營收管理

*通訊作者：謝沐灃，s111041309@student.nqu.edu.tw，金門縣金城鎮民權路 61 號

分類:4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊與電子商務相關議題

日語二三事－擴增實境融入自我導向學習與圖文認知型態探討學習成效之研究

Something about Japanese - A study on learning effectiveness by integrating self-directed learning and text-image cognitive style with augmented reality

林佳陞*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

楊宗霖、楊雅棻、林霏鴻、陳芷澄、薛博陽、康鎮宇/

銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

國際間的交流首要仰賴語言，次要為觀光。臺灣近年來為開拓亞洲市場，除卻國際語言英語外，日語亦是關注對象，不僅因臺日兩地歷史文化背景相似，國人於國際旅遊的首選亦為日本，旅日人次增加可間接促進觀光發展，遂日語幾乎成為觀光從業人員之必須，故此目前社會上擁有繁多以圖像、文字呈現之日語學習資源，可供學習者自行學習。然而，如今在正式教學場域科技輔助教學已逐漸受到青睞，本研究自延伸發想出日語結合擴增實境之研究，期望能對學習者帶來新的感受與好的成效。

本研究以 MAKAR 建置擴增實境日語教學系統，並採用日語五十音字母之中文字源作為教材進行實驗。以有無達到自我導向學習程度與圖文認知型態作為 2*2 實驗設計，並採用二因子變異數分析後續研究結果與分析。從結果得出有無達到自我導向學習者在短時間內，使用擴增實境不同認知型態的系統學習，其學習成效皆顯著提升。

【關鍵詞】:日語、擴增實境、自我導向學習、圖文認知型態、學習成效

*通訊作者：林佳陞，hota.c.s.lin@gmail.com，新竹市東區慈濟路 210 號 15 樓

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

新時代來臨：探討餐飲業發行 NFT 下一步之可能性

New Generation is Coming: The Possibility of the Next Step in the Issuance of NFT in the Catering Industry

魏維漢/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

根據 CryptoSlam 數據顯示，目前以太坊 (Ethereum) 上的非同值化代幣 NFT (Non-Fungible Token) 交易總量為 15,700,577 筆，由此可知 NFT 交易市場的蓬勃活躍。從 2021 年開始，由 Google Trends 顯示 NFT 和 Non-Fungible Token 在全球的搜尋量迅速攀升，意味著其備受高度的關注。近年 NFT 廣受關注，許多餐飲業者紛紛加入這行列，從師園鹽酥雞、米其林餐廳 RAW 到台北西華飯店都發行了 NFT。由前述所提，NFT 驚人的交易量和市值，與台灣餐飲業者逐步發行 NFT 的現象，造成台灣餐飲業者發行 NFT 的風潮。但在 2022 年 NFT 面臨了熊市及泡沫化，NFT 市場交易量低迷，根據 The Block 數據統計，從 2022 年 1 月之後的數月開始下滑，截止在 5 月前，單月交易量僅 37.6 億美元，相較 1 月高峰下滑 77%。這促使本研究想探討在熊市和 NFT 泡沫化期間，該如在 NFT 行銷層面上做出改變。本研究以質性研究深度訪談法，以臺灣有發行 NFT 餐飲業者為研究對象，訪談臺灣 6 家有發行餐飲業 NFT 業者並且有在 NFT 行銷上做策略者。將蒐集的資料轉為逐字稿，進行歸類和編碼，邀請三位專家學者擔任評委 (Judges) A、B、C，進行內容歸類和命名等步驟，檢驗研究信效度，進而探討出研究結果。

從研究結果中，探討出在熊市和泡沫化期間能改善的行銷模式，提供給臺灣餐飲業發行 NFT 業者，參考在行銷上可能做出的改善及創新，進而幫助臺灣餐飲業 NFT 更有價值，希望讓餐飲業 NFT 在未來的發展更有吸引力，促進消費者購買行為。

【關鍵詞】：餐飲業 NFT、Non Fungible Token、AIDA 模式

*通訊作者:魏維漢，mikewei100755@gmail.com，台北市大安區和平東路三段 119 巷 21 號 4 樓

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

以擴增實境遊戲化學習系統探討時間壓力在溝通滿足與學習成效之差異

Exploring the difference of time pressure in communication satisfaction and learning effectiveness with augmented reality gamification learning system

林佳陞*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

江宜蓁、陸采筠、簡滢姿、蔡依軒、林惟婷/

銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

近年來教學方式不斷突破，其中遊戲結合教學且同步導入科技已成新型態之教育模式，擴增實境便成為應用核心技術。透過此技術搭配教學並融入密室逃脫之遊戲，讓學習者利用小組闖關方式在特有的教學情境與環境學習過程中進行互動，成為本研究之初衷。而銘傳休憩設有博弈與休閒產業相關之專業教室，故本研究建置一套擴增實境遊戲化學習系統應用於此，以探討有無時間壓力在溝通滿足與學習成效之感受差異。

從研究結果得知，在有時間壓力下使用此系統，令學習者更專注於過程中的知識傳遞，進而提高學習成效；而遊戲內皆需利用溝通來確保資訊無誤，因此不論在有無時間壓力下，學習者都願意投入心力以達成目標，來產生滿足感，由此可見，科技融合教育，透過擴增實境與遊戲化學習的結合以優化教學方式之多樣性，並強化專業教室之價值。

【關鍵詞】：擴增實境、遊戲化學習、時間壓力、溝通滿足、學習成效

*通訊作者：林佳陞，hota.c.s.lin@gmail.com，新竹市東區慈濟路210號15樓

分類：11. 觀光、休憩與餐旅產業與其他相關議題。

台灣山林遊程與生態上的協同關係-以中高海拔山區鳥類人為噪音干擾為例

Promoting harmonious coexistence of ecotourism and local wildlife Taiwan - a case study of birds in Taiwan Mingchi Lake Forest Recreational Park

吳志康/國立高雄科技大學觀光管理系，副教授
林韓茹*/國立高雄科技大學觀光管理系，碩士生

摘要

台灣地理環境特殊，擁有豐富的自然資源及景觀，造就我國未來發展山林與生態觀光事業的雄厚潛力。然而山林旅遊遊程進行中如何兼顧環境生態的維護，以達到協同的目標，產生加乘效果，方能永續經營，進而增加體驗價值。此研究目的為探討山林遊程與生態保育達到平衡永續，創造共贏局面的有效模式。探討降低遊客山林旅遊體驗時產生的人為聲響，及旅遊業者在山林地區舉辦大型戶外陣鼓表演時發出的非自然聲響，導致該地區鳥類的棲息、覓食、及繁衍等行為造干擾，影響該地區的生態平衡的旅遊模式。

此研究以「宜蘭明池湖森林遊樂區」為例，運用「國軍退除役官兵輔導委員會榮民森林保育事業管理處」紀錄之「馬告生態園區委外環境監測調查報告」，檢視分析鳥類因遊客活動所產生的聲響及大型「戶外陣鼓表演」所產生的聲音對該地區鳥類棲息、覓食及繁衍等行為中發生的現象。同時與當地居民、遊樂區工作人員非正式訪談紀錄、及遊客立意深度訪談之方式，探討「明池湖」近年鳥類及生態上的變化。

「國軍退除役官兵輔導委員會榮民森林保育事業管理處」「馬告生態園區委外環境監測調查報告」顯示自開放旅遊及舉辦陣鼓表演後，該地區鳥類數量顯著減少，尤以「鶇科」及「鴛鴦」鳥類最為明顯。該結果與研究者與當地居民及附近工作人員交談內容及遊客訪談相符。與遊客深度訪談的結果，顯示大多數遊客選擇山林遊程的主要目的是為放鬆身、心、靈，及體驗自然美景與豐富生態景觀而來，非為為看陣鼓表演而至。

【關鍵詞】：山林旅遊、鳥類、明池湖、陣鼓、噪音、協同作用、森保處

*通訊作者：林韓茹，a0982829172@gmail.com，高雄市苓雅區輔仁路 357 巷 72 號

分類: 5.觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

影響消費者使用循環杯意願之研究

A study on influencing consumers' willingness to use recyclable cups

溫武男/義守大學餐旅管理學系，助理教授

章維玲*、馮佳儀、林以婷、江孟璟、許嘉容/義守大學餐旅管理學系，學士生

摘要

近幾年環保問題普遍引起全球關注，尤其以海洋垃圾為主要問題，其中又以塑膠垃圾為大宗，尤其台灣四面環海，我國政府也開始重視環保議題，在 2022 年更提出限制飲料杯使用的相關辦法，其中也包含循環杯的實施，如何確實將塑膠垃圾減量儼然已成為現今大眾重視的問題。本研究主要探討消費者環保意識、政策認同、循環杯認知有用性與循環杯使用意願之關聯性，來驗證消費者認知對使用意願的正面影響，並以發放網路問卷來進行樣本資料的蒐集。

經數據分析後研究結果顯示，民眾的環保意識、對限塑政策的認同度以及對於循環杯的了解程度會影響使用循環杯的意願，本研究也發現，愈具有環保意識的民眾，愈能夠認同限塑政策，也愈願意了解循環杯的運作，進而使用循環杯。並以此提供企業與政府建議。

【關鍵詞】：環保意識、限塑政策、循環杯

*通訊作者：章維玲，rsps960622@gmail.com，高雄市三民區正興路 15 號 7 樓之一

分類：5. 觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

環保旅館之經營效率分析

Operating Efficiency Analysis of Green Hotels

林正生/虎尾科技大學農業科技系，助理教授

盧怡靜*/明道大學餐旅管理研究所，碩士生

摘要

隨著氣候變遷，各領域正在著手環保永續計畫，盼望可以在 2050 年達零碳排，觀光旅館產業也正在為此目標貢獻一份心力，在旅遊的過程中減少對環境的破壞。本研究為了讓旅館業者可以響應環保行動，同時提升經濟效益，以資料包絡分析法(Data Envelopment Analysis, DEA)針對在 2022 年 12 月前有通過國家環保署認證的台灣環保旅館進行實證分析，採取 2018 年至 2021 年與環保較有關聯性之數據作為投入及產出導向，利用 CCR 以及 BCC 模式來分析各個的營運效率之優劣。

研究結果顯示環保觀光旅館 5 年來總要素生產力呈現負成長的趨勢，衰退 1.9%，整個旅館業者之純效率下降 0.9%，技術效率亦下降 1.1%。其中有 3 家旅館呈現正成長，成長幅度最大為 DMU 2 (老爺大酒店-礁溪)，成長 1.6%，導因於技術進步 1.6%。關於 2018 年至 2022 年 17 家環保觀光旅館總體 MPI，2020 年及 2021 年呈現衰退，原因可能是受到全球疫情 (COVID-19) 影響。而 2019 年則為成長率最高。最後以 DMU9 (晶華國際酒店股份有限公司)，DMU13 (福容大飯店-淡水漁人碼頭)，DMU16 (趣淘漫旅) 這三家環保觀光旅館最為有效率。其他各無效率旅館均有投入過多之現象，欲提高生產效率，宜特別針對環保作為及客房二項投入做調整與策略經營。

【關鍵詞】：環保旅館、綠色旅館、經營效率、資料包絡分析法

*通訊作者：盧怡靜，play312038@gmail.com，彰化縣彰化市景宗街 66 巷 12 號

分類: 5. 觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

Is Conservation of Industrial Heritage a Road to Tourism Development? Java's Colonial Sugar Heritage

工業遺產保護是旅遊發展之路嗎？爪哇的殖民時代製糖工業遺產考察

Sirilius Rofia Kosat* National Yunlin University of Science and Technology,
Department of Cultural Heritage Conservation, Master Student

Yang, Kae – Cherng National Yunlin University of Science and Technology,
Department of Cultural Heritage Conservation, Associate Professor

摘要

本文討論了為振興印尼爪哇島的製糖工業遺產而實施的旅遊發展。在本文中，我們將研究在工業遺產中使用的與保護遺產相結合的旅遊發展策略，看看這一策略如何影響當地的經濟和社區，以及是否可以在維護文化價值和旅遊商品化之間取得平衡。糖廠是印尼爪哇島的工業遺產，深具文化意義，必須作為工業遺產加以保護，它由具有歷史、文化、技術、社會、建築和科學價值的建築、設備、運輸網絡、農場地景等組成。

在 17 至 20 世紀的殖民化時代，來自爪哇的糖是世界貿易的重要商品。印尼的製糖業曾經是繼古巴之後世界上最大的糖出口國。具有諷刺意味的是，在印尼作為一個獨立的國家單獨存在後，印尼的製糖業經歷了衰退，所以現在印尼已經成為一個糖的進口國。在這項研究中，我們將使用兩種研究方法。第一種是歷史研究法。我們將通過對歷史材料的解釋來研究殖民時期的製糖工業歷史。第二種方法是定性研究法，對從事爪哇糖業遺產旅遊開發的相關人員進行訪談，探索旅遊景點的潛力。

【關鍵詞】：印尼爪哇、製糖工場、工業遺產、遺產活化、遺產旅遊

*通訊作者：SIRILIUS ROFIA KOSAT, sirilius.kosat@gmail.com, No. 123, Section 3,
University Road, Douliu City

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

海洋主題育樂設施遊客的海洋保育意識對旅遊動機與旅遊意願關係影響之研究

A Study of the Influence of Tourists' Marine Conservation Awareness on the Relationship between Travel Motivation and Travel Intention in Marine-themed Facilities

夏秉楓*/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

徐鈺婷、邱子芸、許甯媛、郝大業、王仲仁/

中國文化大學觀光事業學系，專題研究生

摘要

近年來因海洋保護意識抬頭加上社群媒體興盛，海洋動物主題樂園未妥善照顧動物之新聞層出不窮，使海洋主題樂園動物的權益日漸受到國人重視。因此，本研究目的在於分析民眾對於海洋保育意識信念之現況，並探討其如何影響旅遊動機與旅遊意願之間的關係。本研究方法以臺灣海洋主題育樂設施為研究範圍，透過網路問卷調查，在知名網路論壇的旅遊版與特定海洋主題育樂設施的社群媒體平台進行發放，以海洋主題育樂設施的遊客與潛在遊客進行調查。研究結果顯示，遊客對於海洋保育意識仍停留在認知階段，而用行動來維持海洋生態保育的意願程度稍低；而在旅遊動機方面則認為海洋育樂最大的吸引力在於寓教於樂的功能。

【關鍵字】：主題樂園、博物館、旅遊動機、旅遊意願、保育認知

*通訊作者：夏秉楓，xbf@ulive.pccu.edu.tw，台北市大安區建國南路二段 231 號

分類：5.觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

依據消費者購買手搖飲料的考慮因素與滿意度之研究-以南部地區消費者對於麻古品牌為例(嘉義以南地區)

A Study on the Factors Considered and Satisfaction Based on Consumers' Buying Handheld Beverages; A Case Study of Consumers in the Southern Region on the Macu Brand (South of Chiayi)

劉旭冠/義守大學休閒事業管理學系，副教授

邱雁誼*、何浩柔、范怡婷、張妤如、蘇文萱/義守大學餐旅管理學系，學士生

摘要

現今手搖飲料店在街上四處林立並且蓬勃發展，隨處可見人們手拿不同品牌的手搖飲料飲用，顯然手搖飲料已經成為我們生活中不可或缺的一部份；本研究藉由消費者在個人環境中購買手搖飲料的狀況，進一步探討消費者是否會因環境、品牌偏好等相關消費因素而影響最終的滿意度。因此，本研究以飲中甜品創意多元的麻古茶坊作為主要歸納消費者滿意度的品牌，並且以嘉義以南的南部地區為研究區域，採用問卷調查的方式以了解消費者對於各項消費相關因素而影響的滿意度多寡。

研究結果顯示，消費者在日常當中購買飲料的頻率雖以不高佔多數，但對於麻古茶飲中的環境因素、品牌偏好以及服務相關滿意度皆會影響至購買意願。

【關鍵詞】：消費者、手搖飲料、品牌偏好、環境因素、滿意度

*通訊作者：邱雁誼，lhlhzn@gmail.com，高雄市大社區中正路 62 號 F1

分類：3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

蔬菜剩食料理研發實務應用－以國立屏東科技大學學餐為例

Development and Practical Application of Leftover Vegetable Preparation: Case Study of NPUST Campus Restaurant

趙偉廷/國立屏東科技大學餐旅管理系，專技助理教授

呂怡鈴*、翁佩婷、葉曦雯、王秀丰、林昕儀/國立屏東科技大學餐旅管理系，
學士生

摘要

在現代生活中，不管是家庭還是廚課，甚至是在學校的餐廳裡，都會將蔬菜的邊角料丟棄至廚餘，但這些被丟棄的食材卻有著許多人不會關注到的營養價值，在參考食物零浪費、永續飲食及一物全食的觀念後，本研究以這些被丟棄的蔬菜剩食作為主題，研發適合這些剩食的料理並將料理分享給有需要的人，以降低食物浪費的問題。本研究以生廚餘為研究主軸，著重於食材烹調時未被使用的部分來做為研究的主食材，採用學校學餐最常被丟棄的 7 種食材，將這些剩食以料理的方式呈現。

依問卷調查結果顯示，約 9 成的人認為食物浪費是一個普遍的現象，而食物浪費的原因可能有購買過多、不了解食材特性、製備過量等，在解決食物浪費的問題方面，絕大多數的店家願意將多餘的食材分享、低價賣或做成料理給有需要的人。

【關鍵詞】：剩食料理、惜食、永續

*通訊作者：呂怡鈴，a0917942259@gmail.com，屏東縣內埔鄉老埤村壽比路 165 巷 5 號 B106

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

工作中真正的快樂：領隊現象學

Working with Authentic Happiness: A Phenomenological Study of Tour Leaders

陳建銘/淡江大學國際觀光管理學系，講師

宋永坤*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

摘要

本研究旨在探討領隊的美好生活，快樂工作的現象。本研究依據正向心理學大師塞利格曼 Seligman(2002)年出版的“真實的快樂 Authentic Happiness”提出快樂構成的三個層面，分別以”樂趣 pleasure”、”參與 engagement”、”意義 meaning”為主構面。針對台灣的 10 位領隊進行深入的訪談，得出了領隊快樂工作的現象分為以下三個層面，在”樂趣 pleasure”方面包含金錢的報酬、工作休假時間彈性、工作壓力不連續、遠離日常是與非、環遊世界。在”參與 engagement”方面包含活力、奉獻、吸收、成就感、體驗世界多元文化、正向人際關係。在”意義 meaning”方面包含好奇心、求知慾與使命感。同時對領隊在工作及生活上提出一些建議。

【關鍵詞】：領隊、正向心理學、快樂

*通訊作者：宋永坤，wisdomsung@hotmail.com，桃園市德明路 5 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業人力資源管理與發展相關議題

只要找到「鹿」，就不怕「鹿」遙遠—鹿肉的料理研發

find a "deer", will not be afraid of the "deer" - the development of venison cuisine

趙偉廷/國立屏東科技大學餐旅管理系，講師級專業技術人員

蘇衍綸/國立屏東科技大學餐旅管理系，教授

陳欣伶*、江語涵、黃莉琇、王怡婷、黃鈺軒/屏東科技大學餐旅管理系，學士生

摘要

每當提到紅肉大眾普遍會聯想到牛肉、羊肉、豬肉.....等較為常見的肉類，然而台灣其實還有一種少為人知的肉品—鹿肉。鹿肉含有豐富的蛋白質、無機鹽及維生素等營養，是名副其實的高蛋白、低脂肪、低膽固醇的食物，對人體血液循環、神經系統發育等，都具有良好的作用。鹿肉除了含有豐富營養價值外，且可食用部位眾多，各部位也有其適合的烹調方式，如：蒸、烤、煎、炸、燉.....等，若能加以推廣讓更多人嘗試也能夠使台灣飲食文化有更進一步的突破。

過去肉品研究開發多以牛肉、羊肉、豬肉為主，基於台灣養鹿場希望推廣鹿肉，提升養鹿場經濟效益，為此本研究以冷熱前菜三項、湯品兩項、主餐七項、副餐（點心）兩項作為分類，並使用台灣水鹿之里肌、腹脇、菲力、腿肉為主要原料進行料理研發，挑選出各式著名及經典之菜餚與鹿肉做結合，且透過多次試吃及調整，找出各菜餚適合之部位及其烹調方式，製作成標準食譜，結合真空包進行保存以便推廣至市面上，也讓台灣養鹿場得以永續發展創造出更多元的經濟價值。

本研究已於 2022/12/13 完成十四道菜品的試作且依據指導老師品嚐後的建議針對菜品口感、外觀及味道進行修正，未來將會透過試吃會的方式針對消費者給予的建議與評價進行分析，並將部份菜餚開發成真空包裝以利推廣給大眾市場。

【關鍵詞】：鹿肉、料理研發、永續發展

*通訊作者：陳欣伶，qa5931421@gmail.com，屏東縣內埔鄉老埤村學府路 1 號

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

品酒會的品酒體驗及服務品質影響購買意願之研究

A Research on Investigating the Impact of Wine Tasting Experience and Service Quality on Purchase Intent at Wine Tasting Events

夏秉楓/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

邱世閔*、宋瓊蘭、曾毓玳、游雅琿/中國文化大學觀光事業研究所，碩士生

摘要

日前蘇格蘭威士忌協會公布去年(2021)蘇格蘭威士忌出口市場表現，台灣高居第三名，僅次於美國與法國，也成為許多品牌新酒款上市的首發地，甚至依據台灣人的口味喜好，量身定做獨家酒款，台灣人對蘇格蘭威士忌的熱愛，竟創造了另類的台灣之光。本研究目的擬探討品酒會之品酒體驗與服務品質，是否會對消費者造成消費意願的影響。研究對象係針對4年內曾參加過品酒會的消費者，透過線上問卷方式進行調查，實際回收有效問卷270份，並以SPSS 21.0版軟體作為資料分析工具，進行研究假設之驗證。研究結果得知品酒體驗、服務品質及消費意願三個構面具有相關性。最後根據本研究結果提出建議與結論，提供相關酒商業者參考。

【關鍵詞】：品酒會、品酒體驗、體驗價值、服務品質、購買意願。

*通訊作者：邱世閔，ryan.chiu09@gmail.com，新北市三重區過圳街31巷9號3樓

分類：3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

「天明製藥農科觀光藥廠」之觀光活動探討

Discussion on tourism activities of “TIMING AGRICULTURAL BIOTECHNOLOGY PARK”

邱春美*/大仁科技大學觀光事業系，教授*

摘要

養生、保健在後疫情時代特別受到重視，觀光休閒遊憩與醫療健康的連結是生活的趨勢，本文以「天明製藥農科觀光藥廠」為例作為探討分析的對象。

此廠自 1968 年成立藥廠，全台灣最具規模最完整的「科學中藥博覽館」，企業秉持『存正心、做好藥、行好事』理念，介紹中醫藥文化，推廣遊客正確健康養生觀念。本研究觀察其如何因應疫情而調整哪些型態或創新的經營策略?網站有館內優惠 ACTTIVITY、館內快訊 LATEST NEWS、科學中藥博覽館 CHINESE MEDICINE MUSEUM、牛樟芝博覽館 ANTRODIA CAMPHORATA MUSEUM、牛樟芝銀行 ANTRODIA CAMPHORATA BANK、博覽館資訊 ACCESS 等頁面，實際進入場域能以「視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺、知覺」的五感活絡模式來參訪，導覽解說實體產品的相關活動，透過體驗後購買或以宅配訂購產品的行銷模式，端賴智慧與創新來經營，中藥文化及旅遊在現代有特殊潛力而值得推動。此觀光藥廠就是重要的標竿。

透過內容分析法、參與觀察法探究這座亞洲最大的科學中藥博覽館的觀光活動，針對細項指標而言，健康與觀光鏈結的產業得以永續發展，中藥已被國內消費者廣泛認知有預防與醫療功用而促進國人身體、心理健康生活，消費者搜尋、評估與選擇的購買，增強養生保健動機，邁向 SDGs 17 項目標之 SDG 3 健康與福祉：確保及增強各年齡層健康生活與福祉。此端賴觀光休閒遊憩與中藥醫療健康連結的完善服務品質與消費者正向積極態度。網路口碑傳播打破時空的限制較有效地進行遊客行為分析，經遊客滿意度構面之產品價值、人員服務、環境設備，遊客忠誠度構面之再次購買、交叉購買、向他人推薦，讓消費者獲得滿意的正相關影響效果。

【關鍵詞】：中藥，養生旅遊，網路口碑

*通訊作者：邱春美，cmchiou@tajen.edu.tw，屏東縣鹽埔鄉維新路 20 號

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

臺灣六大旅遊城市官方網站之搜尋關鍵字分析

Analysis of search keywords on the official websites of six major tourist cities in Taiwan

尤方沂/南開科技大學休閒事業管理系，碩士生

許勝程/南開科技大學休閒事業管理系，副教授

曾千育*/國立雲林科技大學技術及職業教育研究所，博士候選人

摘要

而在此數位及網路環境普及的環境下，旅遊前透過網路及數位工具進行資訊搜尋已經是常，根據 2020 年全國主要觀光遊憩據點遊客人數，旅遊人次最多的地方是台中市、新北市、台北市、桃園市、高雄市、台南市，而六大旅遊城市皆有建置提供旅遊資訊的官方網站，本研究透過網站績效分析工具 SimilarWeb.com，分析旅遊城市官方網站搜尋關鍵字，了解使用者有興趣的關鍵字為何，不同類型的關鍵字在搜尋量、預估訪問量、排名及 SEO 難度上是否有顯著差異。

本研究採用 SPSS 20.0 版統計軟體進行資料分析處理，運用描述性統計分析、單因子變異數分析等統計方法進行分析，所有統計考驗的顯著水準均定為 $\alpha=0.05$ 。研究結果指出：1.臺灣六大旅遊城市的搜尋關鍵字的各項指標平均表現皆良好。2.搜尋類型關鍵字主要以旅遊資訊類的關鍵字最多，其次是觀光景點，接著是交通住宿。3.搜尋關鍵字其背景不同其搜尋量、預估訪問量、排名及 SEO 難度上有顯著差異。根據分析結果，建議網站內容規劃上首先以觀光景點資訊為主，其次可針對旅遊資訊類型內容，以及主題商圈資訊內容，最後可加強美食類型的內容。

【關鍵詞】：旅遊網站、旅遊城市、搜尋關鍵字、搜尋排名、SEO 難度

*通訊作者：曾千育，alford.tseng@gmail.com，雲林縣斗六市大學路三段 123 號

分類:4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊與電子商務相關議題

商務旅店熱水系統應用人工智能控制使用環保燃油可行性分析

—以燃油鍋爐為例

Feasibility Analysis of Using Artificial Intelligence to Control the Use of Waste Plastic Recycled Fuel Oil in the Hot-water System of Business Inn- Taking heavy oil boiler as an example

陳國維/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

洪嘉仁/宏國德霖科技大學餐旅管理系，助理教授

徐靜紅*/萬能科技大學化妝品應用與管理研究所，碩士生

摘要

2010 年起，中國以習近平主席為核心的黨中央把生態文明建設擺在治國理政的關鍵項目，展開全面性、開創性、長遠性的生態文明思想。珠江三角洲乃是中國經濟最活躍，且人口密集之工業城市化都市，但高度經濟發展過程中，珠江三角洲之空氣污染問題乃相當嚴重。因此在 2011 年起珠三角落實「珠江三角洲地區空氣質素管理計畫」，全面禁止小型燃煤鍋爐燃煤，並於 2016 全面禁止 10 噸以下燃煤鍋爐不得使用煤作為燃料，因此酒店旅館業者紛紛將既有燃煤熱水鍋爐更新為生物質能熱水鍋爐或燃油鍋爐。歷經十年的演變，生物質能熱水鍋爐先天具有條件上的限制，再加上生物質能燃料受限於農林廢棄物的產量，因此價格居高不下初步估計約無煙煤的 1.3 倍。因此燃油熱水鍋爐的優勢，使小型商務旅店如獲至寶，紛紛地改用燃油熱水鍋爐以燃料油為燃料。從 2019 年起，Covid-19 疫情的出現不僅重創全球經濟，原油價格也居高不下始終維持在 USD70 上下，導致小型商務旅店在經營成本上雪上加霜。廢塑膠環保燃油並無法直接應用在燃油鍋爐，因此本研究經過適當的添加劑摻配與催化劑的關鍵催化，並透過微電腦人工智慧控制，採用 RS485 通訊協定進行燃油鍋爐的燃燒控制，使其小型商務旅店在既有熱水燃油鍋爐下，不需進行鍋爐更新或是重置就可使用廢塑膠環保燃油作為燃料。在燃燒效能表現特性上優於傳統熱水燃油鍋爐，且空氣污染排放方面表現相當優異。SO_x 的污染排放從 87 mg/m³ 降低到 10mg/m³ 以下、NO_x 的污染排放從 165 mg/m³ 降低到 40mg/m³ 以下、在粒狀污染物排放從 25 mg/m³ 降低到 5mg/m³ 以下。因此熱水燃煤鍋爐使用本研究之廢塑膠環保燃油做為替代燃料使用，不僅可以有效減少 SO_x、NO_x 排放外，亦可在無需更動熱水燃油鍋爐之操作條件與設備規格情況下，可以完全取代，讓商旅酒店產業能夠邁入綠色旅館領域，讓綠色旅館在營運過程中，能夠提供更環保、更有效降低污染排放之方式，讓觀光綠色旅館也能為環境保護與生態保育盡一份心力。

【關鍵詞】：廢塑膠、環保燃油、人工智慧、綠色飯店

*通訊作者：徐靜紅，a0982826568@gmail.com，新北市三重區仁義街 211 巷 13 號

分類:7. 觀光、休憩與餐旅產業之永續發展目標 (SDGs) 相關議題

品牌真實性、感官體驗、持續購買意願、口碑與創意表現和文化參與的研究-以美濃客家美食為例

The Relationships Between Brand Authenticity, Sensory Experience, Continuance Purchase and Intentions, Word Of Mouth, Cultural Involvement and Creative Performance -The example of Meinong Hakka Cuisine

劉志興/國立高雄科技大學觀光與餐旅管理系，教授

盧立軒*/國立高雄科技大學觀光管理系觀光與餐旅管理碩士班，碩士生

摘要

世界各國都有發展出該國自身特色美食，以亞洲地區來說台灣的美食較廣為人知，台灣有獨特的夜市文化，原住民特色料理、客家美食等豐富的美食文化，近年來地方美食有蓬勃發展的趨勢有助於促進地方觀光，並且每座城市都會發展出屬於自己的特色美食，以台灣而言許多當地特色菜系，例如:原住民料理、客家料理等。本研究以美濃客家美食為研究區域，透過問卷調查方式，探討美濃客家美食旅遊實際觀感，問卷共發放 750 份，網路問卷和實體問卷發放，有效問卷 670 份，有效問卷率 89%。研究結果發現:(一)感官體驗會中介品牌真實性與持續購買意願。(二)持續購買意願會中介品牌真實性與口碑。(三)持續購買意願會中介感官體驗與口碑。(四)創意表現會正向調節品牌真實性與感官體驗。(五)創意表現會正向調節品牌真實性與持續購買意願。(六)文化參與會正向調節感官體驗與持續購買意願。(七)文化參與會正向調節效果持續購買意願與口碑。最後，本研究進一步提出服務業者對品牌真實性、感官體驗、口碑行銷策略及持續購買意願上的理論及管理意涵。

【關鍵詞】：客家美食、品牌真實性、感官體驗、口碑、持續購買意願

*通訊作者：盧立軒，zx87101366@gmail.com，高雄市六龜區新威里 6 鄰新威 101 號

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理相關議題。

心流體驗、滿意度與忠誠度影響性之探討-以小琉球浮潛為例

Study of Flow Experience, Satisfaction and Loyalty: The Example of Liuqiu Island Snorkeling

劉志興/國立高雄科技大學觀光與餐旅管理系，教授

許伯瑋*/國立高雄科技大學觀光管理系觀光與餐旅管理碩士班，碩士生

摘要

近年來國人對戶外活動的需求漸漸增長，而台灣四面環海，參與海域活動的遊憩者也有增加的態勢，其中海上活動以浮潛最受遊客喜愛，小琉球是不受東北季風影響的地方，且全年氣候暖和，也是台灣唯一的珊瑚礁島嶼，附近海域有多樣的海洋生物，讓小琉球成為近年來最熱門的旅遊景點之一，本研究針對小琉球浮潛遊客的旅遊意象，以構面心流體驗為主軸，加上服務品質、滿意度與目的地忠誠度等等進行探討，本研究以小琉球全島做為研究區域，透過浮潛店家幫忙發放問卷及網路發放兩種方式，來探討在小琉球浮潛過程中的心流體驗，和在小琉球浮潛的滿意度、浮潛店家的服務品質，還有對小琉球的目的地忠誠度，也以以上重點來設計本研究問卷，先利用 57 份問卷來刪除不合適的問卷題目，最後的有效問卷份數為 605 份，研究結果顯示，小琉球浮潛遊客對於浮潛的心流體驗主要是受到遊樂品質、服務品質、心理層面與社會性等影響因素，且心流體驗與滿意度和目的地忠誠度具有相關性，滿意度與海域環境，及目的地忠誠度與基礎設施也具有相關性。

【關鍵詞】：小琉球浮潛、心流體驗、滿意度、忠誠度。

*通訊作者：許伯瑋，nick19980928@gmail.com 高雄市大社區保社里萬金路 5 號三樓

分類:3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者相關議題。

餐飲供應商品牌知覺與客戶再購之相關性探討

Discussion on the Correlation between Catering Suppliers' Brand Perception and Customers' Repurchase

劉志興/國立高雄科技大學觀光管理系，教授

曾賜忠*/國立高雄科技大學觀光管理系觀光與餐旅管理碩士班，碩士生

摘要

隨著餐飲業的快速變化，近年來國人所得提高及飲食習慣西化，為使企業有機會改善目前的市場或開發新的通路，經營者必須找出產品與服務所能提供的「新價值」組合，才能使顧客擁有更高的忠誠度。

餐飲業進入門檻低，加上商品同質性高，因此容易被快速模仿，隨著同業之間競爭加劇，餐飲市場逐漸趨於飽和，為強化市場競爭力，愈來愈多業者嘗試提供多元化服務，並致力於服務品質的提升，積極建立品牌形象，強化商品附加價值，創造差異化的服務體驗，以與其他業者做出區隔，有鑑於世代更新，消費大眾對於企業投入公益活動，確實與公司品牌形象成正向發展，稱為品牌概念管理，國內企業為了吸引消費者的信賴及增加公司正面形象紛紛投入公益活動行列。

本研究以匿名問卷為主要調查方式探討餐飲客戶對於食品供應商的接受度，隨著時代產業迅速發展、消費力提升與企業國際化的影響，企業社會責任，(Corporate Social Responsibility, CSR)逐漸受到重視，消費者亦逐漸重視企業是否對社會有所貢獻。本研究藉由文獻分析及實證研究，探討消費者對 CSR 的知覺、企業品牌形象認知、品牌態度、滿意度、忠誠度與未來購買意願之關聯性。

利用問卷調查的方式，以大高雄地區客戶為主做為實證研究對象，發放 417 份收回 400 份有效問卷，並以迴歸分析及結構方程式 (SEM) 二種不同統計方法來驗證研究假說。研究結果發現品牌知覺對品牌態度、品牌忠誠度與購買意願皆有顯著正向影響；品牌形象對品牌態度、品牌忠誠度與購買意願也都有顯著的正向影響，而企業社會責任對購買意願則無顯著正向影響。最後依據研究結果提供管理上的意涵與研究，建議業者進行企業社會責任與推廣行銷策略等之決策參考。

【關鍵詞】：品牌知覺、品牌形象、企業社會責任知覺、品牌忠誠度、品牌態度。

*通訊作者：曾賜忠，j110260118@nkust.edu.tw，高雄市左營區富民路 50 號 12 樓之 6

分類：3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題。

如何提升餐旅業實習生的實習滿意度?師徒關係與活力旺盛扮演的角色

How to enhance the internship satisfaction of hospitality interns? The roles of mentorship and thriving at work

莊文隆/弘光科技大學餐旅管理系，助理教授

劉其璋/弘光科技大學餐旅管理系，副教授

吳紹全*/弘光科技大學運動休閒系，兼任講師；國立暨南國際大學新興產業策略與發展博士學位學程觀光創新組，博士候選人

摘要

本研究欲探討垂直式師徒功能以及水平式師徒功能對於餐旅業實習生實習滿意度的影響，以及垂直式師徒關係與水平式師徒關係影響力之比較。此外，本研究亦探討活力旺盛對於師徒功能和實習滿意度之間關係是否扮演了調節效果的角色。正式問卷之抽樣對象為台北市、新北市、桃園市、台中市、台南市以及高雄市的五星級旅館以及連鎖餐飲業中，願意配合做調查之實習生來做發放，所採用之方法為立意抽樣法(purposive sampling)」，共發放實習生問卷數為 900 份 (台北市、新北市、桃園市、台中市、台南市以及高雄市各發 150 份)。有效問卷數為 489 份，有效問卷回收率為 54.33%。分析結果顯示：(1) 垂直式師徒功能以及水平式師徒功能皆顯著正向影響實習滿意度；(2) 相較於垂直式師徒功能，水平式師徒功能較能提升實習滿意度；(3) 學習會部分調節師徒功能與實習滿意度之間的關係；(4) 活力會部分調節師徒功能與實習滿意度之間的關係。最後，根據研究結果提出管理意涵及後續建議。

【關鍵詞】：師徒功能、活力旺盛、實習滿意度

*通訊作者：吳紹全，chuan7258@gmail.com，台中市沙鹿區台灣大道六段 1018 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業人力資源管理與發展相關議題

我是品牌嗎?從自媒體翻轉學習：以教師專業社群探究之

Am I a Brand? Flipped Learning from Self-Media: An Exploration Using Teacher Professional Communities

張祐銘/弘光科技大學餐旅管理系，助理教授

劉其璋/弘光科技大學餐旅管理系，副教授

吳紹全*/弘光科技大學運動休閒系，兼任講師；國立暨南國際大學新興產業策略與發展博士學位學程觀光創新組，博士候選人

莊文隆/弘光科技大學餐旅管理系，助理教授

摘要

自媒體社群經營與管理之課程規畫主要呼應現今產業的發展趨勢，除了在技術研發與產品多元化外，如今自媒體(Youtube、FB、IG等)的興起原因、歷史脈絡、管理品牌經營已經在行銷運用上佔有舉足輕重的影響力。本教師專業學習探究社群計畫著眼於人才培育主軸，如何搭配趨勢加入自媒體經營管理的知能也是必要的品牌行銷技巧之一。透過自媒體社群經營來累積品牌粉絲，保持曝光來獲得消費者的青睞。透過自媒體社群品牌的經營分享弘光民生創新學院在美感美學、攝影技巧、專業技術、顧客經營管理等相關領域的資訊、製播相關網紅影片、推廣知識性文章，可以吸引對這些領域有興趣的追蹤者。本次教學精進課程藉由四位教師共同攜手，在民生創新學院的合作基礎上，共同規劃本自媒體經營與管理的新創課程。透過跨域共構、共時備課、多元師資課程規劃，以單元授課方式融入對應課程。一方面可開拓學生就業市場的管道，另一方面也可以為校系所屬系所之各系產業打造更多兼具行銷專業與能力的Π型人才，進而提升產業價值。

【關鍵詞】：品牌行銷、自媒體、教師專業社群

*通訊作者：吳紹全，chuan7258@gmail.com，台中市沙鹿區台灣大道六段1018號

分類：1. 科技發展，社群媒體對觀光、休憩與餐旅產業之影響

虛擬實境結合遊戲式學習對休閒餐旅經營之學習成效、心流與焦慮影響之評估

Evaluation of Learning Effectiveness, Flow and Anxiety Impacts of Virtual Reality Combined with Game-Based Learning on Leisure and Hospitality Management

詹悉珍/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

蔡進祥/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

林于正*/致理科技大學休閒遊憩管理系，兼任教師

劉亭萱、葉宣彤、李雅晴、王聖翔、李婕語、施云、張貫湄/致理科技大學休閒遊憩管理系，大專生

摘要

休閒餐旅領域教育重視實務能力的培養，建構擬真的學習環境對學習者尤為重要，近年來虛擬實境技術應用於教育上逐漸普及，能讓學習者具有身歷其境的擬真優勢，結合遊戲式學習的鷹架輔助，能促進學習者反思與自我評估。本研究設計一款虛擬實境教育遊戲，目的是讓學習者瞭解旅宿業經營的相關知識，透過遊戲中的程序鷹架與後設認知鷹架，以情境化的方式引導學習者，並培養解決實務問題的能力。

本研究使用準實驗設計法，研究對象為過去未曾接觸此款遊戲的休閒餐旅領域背景大學生共 32 名，探討學習者在進行虛擬實境遊戲式學習後，對於學習成效、焦慮、心流之影響為何，施測方式採用學習成效量表、學習焦慮量表進行前後測，心流量表則於活動後施測。研究結果發現，學習者在使用虛擬實境學習後，學習成效有顯著進步，對於遊戲活動也有良好的心流投入度，遊戲後的學習焦慮亦顯著降低，顯見在餐旅領域的學習中結合虛擬實境科技，對於學習有正面助益。未來研究建議進一步探討學習者使用科技學習時的行為模式，能更深入瞭解學習者的高層次認知思考行為。

【關鍵詞】：虛擬實境、遊戲式學習、鷹架理論、心流、學習焦慮

*通訊作者：林于正，bestloveayu@mail.chihlee.edu.tw，新北市板橋區文化路一段 313 號

分類： 1. 科技發展、社群媒體對觀光、休閒與餐旅產業之影響。

探討消費者感知品牌價值、品牌形象與品牌忠誠度關聯-以區域型連鎖飯店康橋連鎖旅館為例

Exploring the relationship between consumers perception of Brand Quality, Brand Image and Brand Loyalty-the case study of regional chain hotel of Kindness Hotel

劉志興/國立高雄科技大學觀光管理系，教授

黃翊展*/國立高雄科技大學觀光與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

為落實國內政策「觀光立國」、「觀光主流化」、「觀光圈」之施政理念，透過「打造魅力景點、整備主題旅遊、優化產業環境、推展數位體驗及廣拓觀光客源」等 5 大策略，致力型塑臺灣成為亞洲旅遊重要目的地。

隨著新冠疫情蔓延衝擊下，導致全球旅遊業瞬間出現變化，社會趨勢和觀光業逐漸轉變商業模式，旅行者的需求和興趣也是，連鎖旅館品牌對於消費者心中的形象及品牌的創新結合方向儼然成為新的趨勢。相對於連鎖品牌的旅館，本土旅館除了突顯自家旅館的特色、提供旅客印象深刻的住宿體驗外，更需加強與資訊科技結合。

本研究以深耕台灣 32 年在地的連鎖旅館品牌指標性的康橋旅館為研究標的，利用問卷調查的方式，共發放 500 份問卷，收回 474 份有效問卷，研究結果發現，客戶參與會對感知品牌價值及採用意圖間的關係產生正向調節作用；客戶參與會對採用意圖及品牌形象間的關係產生正向調節作用；客戶參與會對品牌形象及品牌忠誠度間的關係產生正向調節作用；客戶參與會對品牌意識及品牌忠誠度間的關係產生正向調節作用。本研究屬於觀光範疇的旅宿業未來將有機會相對受益，並以利開拓更多元市場。

【關鍵詞】：連鎖旅館品牌、品牌形象、品牌知覺、採用意圖

*通訊作者：黃翊展，im811222@gmail.com，高雄市左營區新中街 40 號

分類：3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題。

初探亞洲餐酒文化-以中式白酒與日本清酒為例

A Preliminary Study of Asian Table Wine Culture ; Taking Chinese Baijiu and Japanese Sake as an Example

林琳/義守大學廚藝學系，教授

蘇志康*、鍾浩明/義守大學廚藝學系，學士生

摘要

餐酒文化是圍繞著餐與酒的搭配，餐與酒搭配時能提升整個用餐體驗，而且還能強化食物本身的風味，再加上食物跟酒精一同攝取有助身體的代謝，適量飲用紅葡萄酒可降低由於食肉引起的高血壓與高血脂等健康隱患。根據研究資料顯示，近年來在台灣已有 43% 成年人有飲酒的日常習慣，很多人都喜歡喝酒，但卻少有人會因為想要更深入瞭解餐酒而細心品嚐。在目前有關餐酒的研究多以葡萄酒為主，而清酒及啤酒也略有提及，但唯獨亞洲地區的白酒卻缺少人探討，因此本研究會從西方的葡萄酒搭配飲食，延伸到亞洲地區的中式白酒和日式清酒。

本研究的研究目的有三：第一，初步探討亞洲的餐酒文化，在研究對象口中得知他們認為餐酒文化是什麼，對於文化上有在什麼見解。第二，想要從專業人士的口中得出他們對於亞洲餐酒的搭配有什麼獨特的見解。第三，從而瞭解餐點食物和亞洲酒搭配的原因。本研究方法採用質性訪談法，以滾雪球的抽樣，訪談五位亞洲酒愛好者，在訪談中使用半結構性的方式，探究受訪者的經驗跟想法。本研究透過訪問專業人士，找出搭配中式白酒與日本清酒餐點的搭配性，從受訪者的角度了解搭配原因，並以受訪者搭配的共通點作為數據，以及最後找出亞洲餐酒文化與西方國家餐酒文化的異同。

【關鍵詞】：亞洲餐酒、中式白酒、日式清酒、餐酒搭配

*通訊作者：蘇志康，aaqazwsx741@gmail.com，高雄市大社區大社路 25 巷 41 號

分類:11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

露營區吸引力、服務品質、休閒效益對遊客再訪意願之影響——以 蟬說霧繞露營區為例

The Effects of Campground Attractiveness, Service Quality, and Leisure Benefits on Tourists' Revisit Intention: A Case Study of the Chanshuo Woorao Camp Ground

鄭雅馨/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

張國謙/致理科技大學休閒遊憩管理系，教授

蔡佳真*、藍莉君、謝淳茹、陳翠英、黃珮珊、林怡琛/
致理科技大學休閒遊憩管理系，學士生

摘要

現代的旅遊步調中，豪華露營的風潮略為盛行，許多民眾想要親近大自然，卻不想自行攜帶露營之相關繁雜器具，除了露營車之外，許多人也會選擇豪華露營。本研究探討國人所嚮往高級露營的方式及旅遊模式，以及對高級露營觀光的認知程度。使用信度與效度分析探討遊客在蟬說：霧繞露營區之吸引力、服務品質、休閒效益與再訪意願，了解四項因素互相影響的關係為何。本研究以蟬說：霧繞露營區為研究區域，透過問卷發放及實地探勘，探討前往蟬說：霧繞露營區之遊客個人對此地吸引力、服務品質、休閒效益與再訪意願為何。研究結果顯示，推動遊客前往綠色旅遊目的地之個人內在動機以逃避與放鬆、增加知識、社會化、運動及自然環境等主要因素；而吸引遊客該地區之外在動機則為綠色旅遊好奇心、目的地吸引力、設施、非綠色旅遊活動與孤寂感等要素。

【關鍵詞】：新竹露營區、吸引力、服務品質、休閒效益、再訪意願

*通訊作者：蔡佳真，jiazhen155@gmail.com，新北市鶯歌區鳳鳴路33號5F-1

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

旅行社綠色永續價值主張與價值共創—以原森為例

Green and Sustainable Value Proposition and Value Co-Creation of Travel Agencies — a Case Study on “Ecotour Taiwan Travel Service Co, Ltd”

林青蓉/銘傳大學觀光事業學系，教授

林昀希*、謝佳茹、鍾沂錚、黃品嫻/銘傳大學觀光事業學系，學生

摘要

面對氣候變遷、社會平權、貧富差距等全球環境、經濟、社會議題之嚴峻挑戰，世界各國政府的觀光政策、觀光產業經營實務、以及旅遊消費者行為等，必須以實踐永續旅遊為重大責任，方能達成聯合國「2030 永續發展目標 (SDGs)」。

旅行社作為旅遊產品服務主要的銷售管道之一，可以透過管理出團遊程碳排放、尊重保護在地社區人文與自然，以及增進在地社會經濟回饋等作為，為永續旅遊做出正面貢獻。

「原森旅行社」是台灣第一家獲得環保署「金級環保旅行業標章」認證的旅行社。本研究以「價值主張」與「價值共創」理論為基礎，探討原森如何對顧客、供應商及員工等利害關係人訴求其企業綠色永續經營理念；進而透過持續互動與資源共享、交換與整合，與利害關係人共同創造永續旅遊新價值。

研究結果發現，原森旅行社訂有明確的公司永續政策，且公開揭示於公司官網；透過定期盤點旅遊地及踩線親訪，建立與在地餐旅及體驗活動合作夥伴間之共識與信任；設計差異化的遊程產品並運用出團指引，提升顧客品牌忠誠度與負責任旅遊之行為；辦理教育訓練與環保行為獎勵措施，強化員工對企業經營理念認同度；重用資深領團人的知識、技能，發揮其於遊程規劃、顧客關係管理、供應商引介及在地連結的共創系統界面功能；整合不同利害關係人的資源，共同建構「環境衝擊最小化、在地福祉最大化」的永續旅遊產業鏈，成為台灣旅遊產業走向綠色經濟的先行者。

【關鍵詞】：永續發展、永續旅遊、生態旅遊、低碳旅遊、綠色經濟

*通訊作者：林昀希，08143082 @me.mcu.edu.tw，台中市太平區新吉路 2 號

分類: 7. 觀光、休憩與餐旅產業之永續發展目標 (SDGs) 相關議題

『碳』鎖『幸福』：Post-COP26 時代低碳旅遊目的地之『韌性』、『永續旅遊』發展、『幸福感』之關聯性研究

Locking on the low carbon policy: Discovering the relationship among resilience, sustainable tourism development, and wellbeing

林莉萍/銘傳大學休閒遊憩管理學系，教授

張珈寶*、陳佳文、潘盈君、賴尹萱、龍灃/銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

全球氣候變遷的影響日益顯現，全球社會面臨、社會發展、經濟與通膨、供應鏈等多面向的挑戰，無可避免地對旅遊目的地也產生衝擊，旅遊部門在 COP26 全球減碳承諾中，旅遊產業和旅遊目的地也將是一大挑戰，提出『減緩』和『適應』策略，以增加其『韌性』，同時促成『永續旅遊』推廣，而這些終究能提升社區利害關係人『幸福感』的提升。

自 2007 年 IPCC 評估報告，確認人類活動與全球氣候變遷的關係後，UNWTO 提出旅遊活動之溫室氣體排放與全球氣候變遷是具有高度關係；UNWTO (2021)直言未來旅遊產業的『韌性』需視旅遊業是否能擁抱『減碳』的道路。因此，本研究根據文獻回顧結果建構研究模型，踏訪十二個環保署認證的『低碳永續示範社區』及利用問卷調查社區內的利害關係人，了解社區在進行低碳的同時所強化的社區『韌性』及這些作為社區走向『永續旅遊』發展的效益感知對於利害關係人的『幸福感』影響。

綜上，期望研究發現能有助於提升在全球氣候變遷威脅下旅遊目的地社區之『韌性』強化與『永續旅遊』推展，並強化氣候變遷相關的旅遊實務應用和理論內涵，能貢獻於 COP26 後的台灣旅遊產業走向永續。

【關鍵詞】：永續旅遊、低碳永續示範社區、韌性、幸福感、減碳

*通訊作者：張珈寶，gaboo0409@gmail.com，新北市中和區連城路 263 巷 18 弄 10 號 4 樓

分類：7. 觀光、休憩與餐旅產業之永續發展目標 (SDGs) 相關議題。

女性地中海健康餐盒

The Mediterranean Diet Box for Females

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，教授

王姿蘋、何麗妍、李嘉純、陳卉儀、陳心潔、曾莉雯、潘星宇、鄭薇寧/

銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

本研究主要以女性上班族作為研究對象，針對女性消費者在健康餐盒方面未被飽和的市場，探討如何研發符合女性消費者喜愛的健康餐盒。本研究將以量化研究為取向，採用問卷調查法進行資料蒐集，在桃園地區發放 456 份問卷，本研究主要探討女性餐盒市場對於消費需求、購買行為對產品屬性及其消費意願的影響模式，透過問卷調查分析女性消費者對餐盒消費需求如創意、美感、環保與健康，與購買行為如購買動機、資訊來源、購買時段、頻率與價格對產品屬性及其消費意願之影響。在疫情的肆虐及環保、養生意識抬頭的影響下，地中海飲食法的興起可滿足職業女性想要在外用餐的同時也可以均衡飲食。

【關鍵詞】：女性、地中海飲食法、健康餐盒、消費意願、購買行為、產品屬性

通訊作者:李嘉純，Emma75978051@gmail.com，新竹縣新豐鄉青埔村 5 鄰青埔子 75-2 號

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

代言人有差嗎？代行人類型、目的地意象與旅遊意願關係之探討

Types of Endorsers and its Effect on Destination Image and Willingness to Travel

古壁慎/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

賴乙瑄*、劉晏如、曾亭毓、傅薇/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

運用代言人吸引民眾目光並刺激其到訪意願，一直是國際間或是地方政府行之有言的行銷策略。隨著旅遊已成為民眾常態性活動，以及網絡資訊易於收集的情況下，本研究的目的為下：一、檢視不同類型的代行人對於旅遊目的地意象與旅遊意願之影響。二、探討遊客對於旅遊目的地熟悉度之干擾效果。本研究採用問卷調查法，使用隨機抽樣的方式進行樣本蒐集，並運用簡單回歸等統計方法進行資料分析，研究結果發現不同類型代行人對目的地意象與旅遊意願具有正面影響力，而目的地意象會正面的影響觀光客的旅遊意願。

【關鍵詞】：真人代行人、虛擬代行人、旅遊意願、目的地意象、目的地熟悉度

*通訊作者：賴乙瑄，roseyixuan@gmail.com，台中市大里區中興路二段日新巷 48 弄 53 之 3

分類：2.觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理。

植物奶相關產品開發之研究-以果凍為例

Research on the development of plant milk related products - A Case Study with jelly

高馥君*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

曾奇凱、劉兆軒、謝承軒/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

隨著地球的環境持續惡化，相關業者逐步研發植物性蛋白質，取代動物性蛋白質的食品；本研究將會探討植物奶在果凍的領域應用上是否可以取代牛奶，比起過去的文獻大多研究植物奶的營養成分，將更注重於研究植物奶與環境永續相互關係，並且研究植物奶的產品價值對社會大眾的認知影響。

本研究以黃豆、杏仁製作植物奶果凍產品，配合產品感官品評方式做消費者接受度的調查；以非隨機抽樣方式，針對不對大豆、堅果具過敏經驗的學生消費者為主要發放對象。研究結果顯示品評員對於不同產品組成的喜好程度相近，會產生影響，但並無顯著差異；品評員對於芝麻的喜好程度 5.89 高於燕麥的喜好程度 5.7，顯示添加芝麻，喜好程度較高；提供產品資訊後，黃豆與黃豆混杏仁的消費者接受度都提高。品評員身分會影響感官接受度與產品接受度，台灣本地學生在喜好程度方面與一般接受度較高，且偏好以燕麥為主，外籍學生則是芝麻居多。

【關鍵詞】：植物奶、感官品評、消費者接受度、環境友善、抵制態度

*通訊作者：高馥君，fjkao@mail.mcu.edu.tw，新竹市明湖路175巷1號4樓之1

分類:11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

獨立咖啡店商店形象、場所依戀與品牌權益之影響

The Influence of Store Image, Place Attachment and Brand Equity for Independent Coffee Shop

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，教授

鄭建璋/銘傳大學生物科技學系，副教授

葉慈軒*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

摘要

在全球新冠疫情爆發後，國內咖啡店數量依舊逐漸成長，其中台灣人 2020 年喝掉 28.5 億杯咖啡，使台灣咖啡產業擁有強大的商機，且台灣的咖啡店密度高居全球第一，因此，在競爭如此激烈的環境下，咖啡店業主要如何永續經營，從中脫穎而出才是最大關鍵。

基此，本研究旨在以獨立咖啡店作為研究範圍 (一) 探討獨立咖啡店商店形象與品牌權益之間的關係。(二) 獨立咖啡店商店形象與場所依戀之間的關係。(三) 獨立咖啡店場所依戀與品牌權益之間的關係。(四) 獨立咖啡店商店形象、場所依戀與品牌權益三者間的關係。為達成上述目的本研究採取網路問卷，共獲得 315 有效問卷。

研究結果顯示，當消費者對於獨立咖啡店商店形象認同感越高時，其對場所依戀感越高，且越能刺激消費者再次回購，提升忠誠度。本研究亦發現，場所依戀在獨立咖啡店商店形象與品牌權益間扮演完全中介角色。發現獨立咖啡店商店形象對於場所依戀與品牌權益間的關係。最後，根據研究結果提出實務意涵與未來研究建議。

【關鍵詞】 獨立咖啡店、商店形象、場所依戀、品牌權益

*通訊作者：葉慈軒，tzuhsuan0719@gmail.com，桃園市中壢區成章二街 34 號二樓

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

老眷村新移民:以利害關係人理論探討眷村活化再利用之觀點-以憲光二村移民博物館為例

Using Stakeholder Theory to Explore military dependents' villages - Take the Xianguang 2nd village Immigration Museum as an example

黃永全 銘傳大學觀光事業學系，副教授

吳婕瑛*、吳姿璇、江品萱、傅子玲 銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

本研究以利害關係人理論為啟點，並透過公部門、學術界、產業界，探討憲光二村修復再利用，研究眷村活化過程與其運作，藉以剖析現況及未來影響。主要採用質性研究，並進行深度訪談，透過內容分析進行資料分類統整，最後利用三角測定法分析內容，完成分析提升研究信度。

研究結果共歸納出四個面向，並整理利害關係人對其面向之相同點及相異點，根據其論述給予結論和建議，其中利害關係人皆認同憲光二村過去為一個生活場域，並以其憲兵和建築型態為主要特色；而對於現況和未來永續發展，皆提到期望與在地連結並活絡周遭，進行產學合作及多元發展吸引人流，並可得知相關利害關係人均對憲光二村修復為移民博物館保有正面且支持的看法。

【關鍵詞】：眷村、活化再利用、利害關係人理論、憲光二村移民博物館、永續發展

*通訊作者:吳婕瑛，zozo09280107@gmail.com，桃園市龜山區明成街 212-15 號 6 樓

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

顧客抱怨對餐飲業一線員工防禦行為之影響

The Impact of Customer Complaints on Defensive Behavior in the Foodservice Industry

胡欣慧/銘傳大學餐旅管理學系，教授

洪煜茹*、傅筠婷、游雯涵/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

本研究主要為瞭解顧客抱怨對餐飲業一線員工防禦行之影響，進一步探討逆境商數和自我損害之調節效果。本研究以餐飲業一線員工進行問卷調查，採用便利抽樣方式進行抽樣，取得有效樣本 457 份，進行描述性統計分析、信度分析與回歸分析。研究結果顯示顧客抱怨對員工防禦行為有直接影響。員工逆境商數的高低對防禦行為具有調節作用，逆境商數越高的員工防禦行為越強。員工自我損害的高低對防禦行為亦有調節作用，自我損害越低的員工防禦行為越強。藉由本研究結果，期望提供餐飲業客訴管理與員工訓練與發展之參考。

【關鍵字】：顧客抱怨、員工防禦行為、逆境商數、自我損害

*通訊作者：洪煜茹，0986352528lulu@gmail.com，台北市文山區育英街45巷9之1號4樓

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業人力資源管理與發展相關議題

看動漫去旅行：探討動漫引發的心理意象、目的地意象與旅遊意願之關係並兼論動漫涉入之調節效果

Watching anime and traveling: Exploring the relationships among anime-evoked mental imagery, destination image and travel intention, and the moderating effect of anime involvement

林濰榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

邱蕙庭*、徐瑄慈、吳育瑄、浦崎萌、川上詩織/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

近年來有關媒體引發旅遊的研究持續增加，現有研究證實電影、電視節目、廣告、YouTube 影片及歌曲都可以有效引起旅遊行為。本計畫透過研究與目的地相關的動漫電影及動漫影集對潛在遊客願意到訪目的地意願的影響，並兼論潛在遊客的動漫涉入的調節效果，試著將一種新形式的動漫誘發旅遊帶入至理論文獻之中。本計畫建立一個包括動漫引發的心理意象、目的地意象、動漫涉入及旅遊意願的理論模型，本研究以觀看過「花開物語」這部動漫之一般大眾為研究對象進行問卷調查，所收集的資料將採迴歸分析以驗證本研究所提出之假設。有效問卷回收 250 份。研究結果指出，目的地意象會正向影響旅遊意願；動漫涉入會正向影響目的地意象；動漫涉入會正向影響旅遊意願。本研究結果可提供理論建構之基礎，並作為觀光行銷實務之參考。

【關鍵詞】：日本動漫、動漫涉入、動漫引發心理意象、目的地意象、旅遊意願

*通訊作者：邱蕙庭，nico891127@gmail.com，桃園市八德區忠勇街 240 巷 2 號 9 樓

分類: 1. 科技發展，社群媒體對觀光、休憩與餐旅產業之影響

使用者對於社區公園的休閒動機、休閒效益之研究-以桃園市桃園區龍岡公園與中壢區龍岡森林公園為例

A Study on Relationships among Leisure Motivation, Leisure Benefits of the Users in Long-Gang Park, Taoyuan District and Longgang Forest Park, Zhongli District, Taoyuan City

黃淑芬*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

陳又綾/銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

本研究主要目的在瞭解桃園市桃園區龍岡公園與中壢區龍岡森林公園使用者休閒動機、休閒效益與社區公園之關係，探討使用者於從事休閒活動上是否因社區公園的類型而於感受上產生差異及影響。電訪市政府、區公所蒐集桃園市負責社區公園單位基本資料後，鎖定當社區公園代表性人物，再以研究訪談對象採隨機訪談方式，對公園內的使用者進行半結構式訪談方法，訪談資料一共有七筆，對象為五位公園使用者以及兩位當地代表性人物。根據獲得的研究結果顯示如下：

一、桃園區龍岡公園使用者與中壢區龍岡森林公園使用者對於休閒動機方面，具有顯著性差異。二、桃園區龍岡公園使用者與中壢區龍岡森林公園使用者對於休閒效益方面，沒有顯著性差異。三、桃園區龍岡公園使用者與中壢區龍岡森林公園使用者於從事休閒活動方面，會因社區公園的類型而產生顯著性差異。

本研究結果顯示桃園市在公園規劃上已有相當成熟的發展與配置，本研究企圖針對研究結果提出建議，以提供政府政策在未來推行與操作上作為後續研究之參考。

【關鍵詞】：休閒動機、休閒效益、社區公園、桃園區龍岡公園、中壢區龍岡森林公園

*通訊作者：黃淑芬，afen98@gmail.com，桃園市龜山區德明路5號

分類:11 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

向米其林餐廳學習：米其林餐廳之難忘的關鍵服務因素

Learning from Michelin Restaurants: Key Service Factors of Memorable on Michelin Restaurants

張雅媛/銘傳大學餐旅管理系，助理教授

謝佩妏*、張潔茹、徐子婷、張家琍/銘傳大學餐旅管理系，大學生

摘要

本研究之研究目的將利用重要度與績效分析法來找尋令米其林星級餐廳顧客難忘的關鍵服務體驗因素，以利於餐廳業者提升或創造令顧客難忘的服務體驗之參考，使顧客之回頭用餐率提高，並邀請或推薦更多的潛在顧客前往用餐。本研究以 2021 年公布的台北市和台中市之米其林星級餐廳名單為研究之主要範圍，利用令人難忘的用餐服務體驗之量表，以設計顧客問卷，並以此調查顧客對米其林星級餐廳令顧客難忘的服務體驗感受。根據 IPA 研究結果顯示，服務補救仍是米其林餐廳最需要改善之服務體驗因素。此分析結果將可提供給米其林星級餐廳業者，或是未來即將參與米其林星級評鑑的餐廳業者在實行規劃差異性服務體驗策略時之參考，以促進米其林星級餐廳業者在台灣餐廳市場的服務競爭優勢。

【關鍵詞】：米其林星級餐廳、令人難忘的服務體驗、生活型態、重要性與績效分析

*通訊作者：謝佩妏，08190925 @me.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路 5 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

城市森呼吸：新常態下都市公園綠地景觀特徵對女性環境偏好與壓力恢復影響之研究-以人格特質為中介變數

Urban Forest Breathing: The Effects of Urban Park and Green Space Landscape Characteristics on Women's Perceived Preference and Stress Recovery in the Post-epidemic Era

羅健文/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專任副教授

黃浚媛*、劉珊慈、洪菀翎、張凱博、吳坤泰、陳韻安/
銘傳大學休閒遊憩管理學系，學生

摘要

性別主流化(Gender Mainstreaming)為目前政府制定政策的重點發展方向，根據健康人壽(2021)調查報告顯示，超過九成的台灣女性(Women)感受到的壓力，高過所有亞太區國家，在面對疫情影響下，全球的民眾不僅生活型態改變，身心健康狀態也跟著疫情跌宕。當疫情走向新常態(New Normal)時，人們提高戶外活動的參與，都市公園綠地(Urban Park)提供身心健康益處，它對於居民的可及性相較於自然環境高，可從中感到壓力恢復，有效提升情緒穩定性與健康心理。然而以女性對都市綠地的感知研究鮮少被提出，女性在都市公園綠地中是否有感到壓力恢復(Stress Restoration)? 都市公園綠地景觀元素(Landscape Elements)對女性之環境偏好(Environmental Preference)是否有影響? 女性之人格特質(Personal Characteristic)是否有中介影響效果? 是故，本研究探討在新常態下都市公園綠地景觀元素對女性的環境偏好與壓力恢復之影響關係，並以人格特質為中介變項，透過民眾問卷進行結構方程模式(Structural Equation Modeling, SEM)之量化研究，作為性別主流化與都市公園綠地規劃之參考依據。

【關鍵詞】：性別主流化、女性、新常態、都市公園綠地、壓力恢復、景觀元素、環境偏好、人格特質、結構方程模式

*通訊作者：黃浚媛，carly890490@gmail.com，彰化縣員林市山腳路三段 272 巷 16 號

分類: 5. 觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

自我感覺『真正』良好?身體活動對『身體自我概念』的影響

Feeling 'really' self good ? The effect of the physical activity on physical self-concept

方彥博/銘傳大學休閒遊憩管理學系，教授

吳明昌*、張家瑞、陳以萁、李詠勝、福田將大/
銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

科技的演變，許多人們的生活型態也都有所改變，科技所帶來的便利性，許多人變得手機成癮、依賴科技，導致現代小孩的體重、身體質量、身體指數都有著明顯的改變。個體之性別(Gender)、身體意象(body image)、身體自我概念(physical self-concept)皆為不同，個體發展也進而受此影響，對於孩童的心理，生理都具有極大的牽引。因此，對於孩童身體意識如何影響身體自我概念的探討足以作為教育方針的重要參考，針對這一個重要議題，本研究探討運動介入對於身體意象是否會對身體自我概念產生正向影響?並且協調龜山國小的二個班級別(一為無運動介入的對照班、一為有運動介入的實驗組)進行研究，並於運動介入的前後進行問卷調查取得研究資料後，依其時間序列的資料特性，採用 HLM 分析法，發現實驗組的學生之身體知覺意象對於自我概念(外表)有顯著正面影響、運動介入對於這些學生之身體自我概念(身體彈性)有顯著正面提升。

【關鍵詞】：性別、身體意識、身體自我概念

*通訊作者:吳明昌,tos891225@gmail.com,雲林縣元長鄉頂寮村 45 號

分類: 8. 大學社會責任實踐 (USR) 計畫對觀光、休憩與餐旅產業相關議題。

大愛無礙—探討影響連鎖餐飲業僱用智能障礙員工因素之研究

Research on the factors that affect the employment of disabled employees in the chain restaurant industry

周勝方/銘傳大學餐飲管理學系，教授

吳詠怡*、劉芷彥、桑顯惠、江彥霓/銘傳大學餐飲管理學系，學士生

摘要

近年來，身心障礙者的就業狀況開始受到大眾的關注，而現今連鎖餐飲業長期面對人力流失快和人力需求大的問題，而若積極推動及協助身心障礙者就業，將有助緩和餐飲業等企業勞動力不足的問題。因此，本研究的目的便是探討連鎖餐飲業僱用智能障礙者之阻礙與促進因素，本研究會利用刺激-機制-反應理論（S-O-R 理論）將各項因素分成四大構面，而本研究主要以連鎖餐飲業為研究範圍，採用專家訪談及問卷調查法進行資料蒐集，經由 DEMATEL 分析計算出各項影響因素之間的關聯程度，本研究結果有助於社會瞭解影響智能障礙者從事餐飲工作之就業現況與難處，可作為政府、產業與教育單位提升智能障礙於餐飲業就業策略規劃參考之用。

【關鍵詞】：智能障礙者、連鎖餐飲業、外部環境、個人因素、工作環境

*通訊作者：吳詠怡，wendy20011101@gmail.com，桃園市桃園區中華路3號12樓之4

分類：9. 觀光、休憩與餐旅產業人力資源管理與發展相關議題

探討服務品質、電子優惠券對乘客使用計程車叫車 APP 意圖之影響-以 Line Taxi 為例

Discussing the Influence of Services Quality and Electronic Coupons on Passenger Intention To Use Taxi APP – An Example of Line Taxi

劉立行/國立臺灣師範大學圖文傳播學系，教授

黃昱寧*/國立臺灣師範大學圖文傳播研究所，碩士生

摘要

近年來透過智慧叫車系統預約搭乘計程車成為許多民眾出行的方式之一，要如何刺激消費建立與乘客長期的關係成為車隊管理者的主要研究重點。本研究為釐清乘客使用計程車叫車 APP 搭車之意圖，以服務品質及電子優惠券作為主要研究變項，了解乘客是否會受到服務品質的好壞及發放電子優惠券等因素而影響其使用叫車 APP 搭車之意願。

本研究以使用 Line Taxi 叫車的乘客作為主要研究對象，透過問卷調查方式，建構研究變數之衡量構面並生成調查問卷在社群媒體中發放，統計分析方法包括敘述性統計、信度分析、效度分析、相關分析、回歸分析。

研究結果發現，服務品質對乘客使用叫車 APP 之意圖有顯著的正向影響，提供愈佳的服務品質，顧客使用叫車 APP 搭車的意願愈高；而在叫車 APP 中發放電子優惠券對乘客使用叫車 APP 之意圖也具有正向的影響，電子優惠券的發放會提高消費者使用叫車 APP 的意圖。

【關鍵詞】 服務品質、計程車、電子優惠券、使用意圖

*通訊作者：黃昱寧，lau5212238@gmail.com，臺北市松山區光復北路 246 號

分類：3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題。

不負責任的餐旅觀光行為：以澎湖為例

Irresponsible-hospitality and Tourism behavior: A Case Study of Penghu

宋永坤*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

高大洲、丘瀚霖、蔡兆翔、鄧瑋瞳/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

近年來從台灣遠渡到澎湖的旅客主要以觀光旅遊為主,以漂亮的離島景色、潮間帶的美麗多樣性、純樸的人文風情為旅遊動機再加上疫情政策的鬆綁，大量的觀光客選擇澎湖為目的地，觀光業得以復蘇，大量的觀光客人潮湧入澎湖，為澎湖經濟提供很大的幫助，尤其是從事觀光業的工作者來講，經濟收入有很大的增加，但也帶來了許多社會層面上的問題。

這份研究探討澎湖離島地區的不負責任的觀光餐旅行為對澎湖社會面向的互動造成的影響並進行分析，從而延伸問題，研究方法採立意取樣，以半結構式訪談澎湖 Z 世代剛步入社會 6 位的 22-24 歲的澎湖當地居民，探討現今澎湖觀光餐旅發展的問題，研究結果將編碼成 7 個主題。最後提出未來研究及實務上的建議。

【關鍵詞】：澎湖、觀光、餐旅、不負責任的行為

*通訊作者：宋永坤，wisdomsung@hotmail.com，桃園市龜山區德明路 5 號

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

地勤運務員風險知覺對工作不安全感、工作壓力與離職意願影響之研究—以知覺組織支持為調節變項

The Effects of Job Insecurity, Job Stress and Turnover Intention of Airport Ground Staff on Perceived Risk: Perceived Organizational Support as the Moderator

萬光滿/國立高雄餐旅大學航空暨運輸服務管理系，副教授

楊則聿*/國立高雄餐旅大學觀光研究所，碩士生

摘要

新冠肺炎疫情自 2020 年 3 月起開始在全球大流行，對航空產業這數年間營運狀況造成重大衝擊，機場相關從業人員更是首當其衝，受嚴格檢疫、邊境管制、航班停飛等對營運的影響，致縮編、裁員、減薪等人力精簡措施。過去，研究傳染病對於職場員工的影響，大多聚焦在醫療領域，然而機場第一線的航空公司地勤職員需長時間接觸來自不同國家的旅客，本就有易感受病毒所帶來的風險；加上公司營運受影響，不確定因素帶來經濟壓力與染疫風險的雙重夾擊，是否會對第一線員工產生工作不安全感與工作壓力，甚至影響其離職意願？本研究以量化方法進行調查，以國籍航空及外籍駐台航空公司地勤運務員為研究對象。研究預期風險知覺對工作不安全感與工作壓力均有正向影響，此二變項導致運務員的離職意願上升，另外，工作不安全感提升工作壓力感受程度，知覺組織支持的調節變項有助於減緩工作壓力造成的離職意願，以此進一步探討在理論與實務上的關聯及管理意涵。

【關鍵詞】：新冠肺炎、風險知覺、工作不安全感、工作壓力、離職意願

*通訊作者：楊則聿，51018016@stu.nkuht.edu.tw，高雄市大寮區文化路 46 巷 102 號
分類：9. 觀光、休憩與餐旅產業人力資源管理與發展相關議題

刻在快時尚品牌上的地名：目的地旅行的品牌效應

The name engraved in fast fashion brands: Exploring the location effect

廖俊杰/中國文化大學國際貿易系副教授

陳詩涵*/中國文化大學國際貿易系

摘要

本研究引用情感資訊理論和關聯網路的邏輯，探討「品牌-地點」關連，將之區分為情感效應與認知效應，思考消費者是否透過目的地品牌產品的移轉效應，對目的地產生地點上的愛戀(地方依附)，以及背後的作用機制。研究情境選擇快時尚品牌，已「品牌忠誠-地方印象-地方依附」的研究架構，聚焦於人地關係，以地方依附為主要因變數，以之表示人與地點的關係是有效性的。研究共提出三項基本假說(品牌忠誠度→地方印象、地方印象→地方依附、品牌忠誠度→地方依附)，並探討中介效果是否存在(品牌忠誠→地方印象→地方依附)，同時進行調節效果的檢驗。研究採問卷調查法，取得有效樣本，利用結構方程模型，驗證研究假設是否成立。結論顯示快時尚品牌對消費者對產地的依附性有正向影響；而品牌忠誠對地方依附沒有直接影響，但對地方印象有正向影響；另外，文化距離及社會距離對快時尚品牌對消費者對產地的依附性之影響會有所調節。本研究建議電商商家應加強品牌的推廣，以提高品牌忠誠度及消費者對產地的好感度，增加消費者對產地的依附性，達到更好的商品銷售效益。

【關鍵詞】：情感資訊理論、品牌忠誠、地方印象、地方依附

通訊作者:陳詩涵，shihhan2525@gmail.com，台北市士林區文林路 144 巷 3 號 3 樓

分類：11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

家庭飲食習慣對學習動機和學習成效的影響-以台灣茶學為例

The Effects of Family Dietary habits on Learning Motivation and Learning Effectiveness- in case of Taiwan Tea Course

張萊華*/景文科技大學餐飲管理系，副教授

摘要

學習動機是影響學習成效的重要因素，提高學習動機成為提升學習成效的關鍵影響因素，因此許多學者探討影響學習動機的因素。家庭對個體的態度行為價值觀都有深遠的影響，也會影響學習動機。過去研究主要關注家庭經濟環境和資源，父母社經地位等對學習動機的影響。而家庭對個體的餐飲需求有明顯的影響，個體在學習餐飲領域相關的課程的動機是否會受家庭的影響尚欠缺探討的文獻。本研究將以茶學課程為例，探討家庭的泡茶習慣對學習動機和學習成效的影響。研究對象是北部某大學選修台灣茶學的同學。本研究以問卷調查研究的方式蒐集資料，並執行迴歸分析以驗證假設，最後做出研究結論與建議。

【關鍵詞】：家庭飲食習慣、學習動機、學習成效

*通訊作者：張萊華，star@just.edu.tw，新北市新店區安忠路 99 號

分類: 11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

網路甜點店創業關鍵成功因素之探討

Key Success Factors for Entrepreneurship: Using Internet Dessert Shop as an Example

楊哲瑜*/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

我國的餐飲業蓬勃發展，餐飲業之家數在過去 5 年呈現逐年增加的趨勢，年均成長率為 4.15%。雖然餐飲業家數逐年增加，但經濟部中小企業處創業諮詢服務中心統計，一般民眾創業，一年內倒閉的機率高達 90%，存活下來的 10% 中，又有 90% 會在五年內倒閉，也就是說創業後並維持五年以上的僅僅只有 1%。現今透過網路進行創業是相當熱門的創業方式，但本研究根據過往文獻的探討，發現鮮有文獻針對「網路甜點店」此種餐飲業種進行創業關鍵因素的分析與探討，因此本研究希望透過深度訪談網路甜點店的創業者，進一步了解創業者的創業歷程，並找出網路甜點店的創業關鍵成功因素。

透過訪談本研究預期透過回顧國內外餐飲業創業關鍵成功因素，設計出訪談大綱，並使用立意抽樣法選取 6 位具代表性的網路甜點店創業者，對這些創業者進行半結構式訪談。並根據訪談結果進行分析、歸納，希望透過訪談提出結論與建議，提供給未來想透過網路甜點店創業或是正在創業的創業者進行參考，提升創業成功率。

【關鍵詞】：創業、關鍵成功因素、網路甜點店

*通訊作者：楊哲瑜，long1970557072@gmail.com，新北市新莊區中正路 508 巷 5 弄 7 號 1 樓

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

以友善性衡量指標探討休閒型自行車專用道騎乘環境

Using Indicators of Bikeway Friendliness to Explore the Riding Environment of Recreational Bicycle Lanes

陳威勳/交通部運輸研究所運輸計畫組，助理研究員

邱柏元/交通部運輸研究所運輸計畫組，研究助理

摘要

目前國內環島自行車主幹路網已臻完善，惟部分路段自行車與機動車輛仍以混合車道共用相關路權，為識別及衡量自行車道騎乘環境之友善性，擬參考國外相關自行車道友善性衡量指標，探討我國自行車騎乘環境之友善性。爰此，本研究針對國內外自行車道友善性進行文獻蒐集與研究分析，包括自行車道友善性衡量指標及自行車友善城市案例等進行探討。經上述回顧與分析，本研究已研擬出適合國內休閒型路線自行車道友善性之評估指標，並歸納為 4 大構面，分別為：連續性、安全性、便利性、舒適性，此外，並有 12 項評估衡量指標用以衡量 4 大構面，未來藉由指標分數量化之方式能讓自行車道主管機關或使用者對於自行車道進行評分，檢視休閒型路線自行車專用道路騎乘友善性，以做為辦理自行車道設施優化及改善之參考依據。

【關鍵詞】：休閒型自行車道、自行車道友善性、友善性衡量指標

*通訊作者：陳威勳，twrails@iot.gov.tw 臺北市松山區敦化北路 240 號。

分類: 5. 觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

電子口碑對於民宿消費動機、限制影響之研究： 以 i 世代消費者為例

A study of the impact of electronic word-of-mouth on generation i consumers' motivations and constraints of B & B

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

蕭心綺*、田所隼乃介、余睿靖、唐敏嘉、張潔娜/
銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

i 世代，1995 至 2012 年出生者(Twenge, 2017/2020)，出生時則是網際網絡與資訊科技的發展時期。現代人在選擇民宿上的趨勢偏好在社群網站上進行選訂，並且喜歡民宿所呈現的內容是足夠且多元化的；民宿的興起亦顯示新型的服務型態崛起，「共享經濟」即是其中一種服務型態，而最著名的是被評為經典企業的 Airbnb(Gallagher, 2017/2018)。本研究將採量化研究取向，針對 i 世代消費者，運用電子口碑、消費動機、消費限制以及行為意圖等四個變項探討其消費行為。研究結果顯示電子口碑正向影響住宿動機、行為意圖，住宿動機正向影響行為意圖、住宿動機對於電子口碑與行為意圖之中介效果有顯著影響。根據研究結果，本研究建議民宿業者除了提升硬體設備之外，可與當地文化做結合加以推廣，增加民宿特色提高民宿吸引力，讓 i 世代消費者更加願意前往住宿；同時利用 i 世代消費者網路使用的習性，可以多加運用網路進行行銷以及與消費者聯繫的管道，並重視網路評論，加以檢討與改善。最後，提出本研究之研究限制與未來研究方向之建議。

【關鍵詞】：世代、電子口碑、民宿、消費動機、消費限制

*通訊作者:蕭心綺,lora282834@gmail.com,新北市汐止區國興街 24 巷 8 號

分類:3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

從人工智慧創新觀點探討消費者體驗與企業品牌倡導之影響—以餐廳為例

The impact of consumer experience and corporate brand advocacy from the perspective of artificial intelligence innovation—a restaurant example

陳國維/銘傳大學餐旅管理系，助理教授

范貞琴*、李昱盈、林芳竹、楊文惠/銘傳大學餐旅管理系，學士生

摘要

人工智慧領域在 2020 年的整體投資年增長 40%、達 679 億美元。顯示 AI 應用領域在多變且高風險的未來，仍能屹立其中。人工智慧創新的出現，為人工智慧創新的發展提供了載體。特別在近幾年疫情發展的趨勢下，諸多餐廳開始使用機器人與智慧服務，帶來了許多效益。然而，人工智慧創新餐廳是否會對餐廳品牌倡導上有所影響，需再深入探討。本研究選取了有去過人工智慧餐廳消費的顧客進行問卷調查，並採用敘述分析、回歸分析等以檢驗假設。研究結果表明，人工智慧創新對消費者體驗之特性除了假說五和假說六沒有產生正向的影響，其他的假說都證實了會對其消費者體驗之特性造成正向影響，最後期望藉由本研究結果可以提供餐飲業者發展創新策略之參考依據。

【關鍵詞】:人工智慧創新、體驗價值、顧客滿意度、品牌倡導、餐飲業

*通訊作者 :范貞琴,08191043@me.mcu.edu.tw,桃園市桃園區永樂街 82 號 2 樓

分類:7.觀光、休憩與餐旅產業之永續發展目標 (SDGs)相關議題。

您的心聲祂聽的見嗎？探討提升宗教參拜體驗之導覽摺頁設計 研究 - 以壽山巖觀音寺為例

Can the god hear your voice? The research of Tour Guide Brochures Design for enhance the experience of religious worship-A case study in Shoushanyan Guanyin Temple

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

劉庭汝、虞詠捷、林欣愉、孫毓宸/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

台灣宗教廟宇文化獨特且多元，是台灣的一大特色，除了前來祭拜的信徒外，觀光客也是逐年增加，觀光局統計報告顯示國人旅遊有三成會安排宗教文化活動，因此，如何讓旅客快速理解當地廟宇文化及參拜方式以提升參拜體驗成為一項重要議題。再者，根據相關文獻所示，適切資訊的提供有助於強化遊客參拜體驗，而資訊工具之一的導覽摺頁，更是最常見的媒體工具，且適合應用於宗教廟宇宣傳，本研究以桃園歷史最悠久的廟宇壽山巖觀音寺作為研究基地，初步觀察 30 位受測者在壽山巖觀音寺參拜的路線及問卷調查後發現：現有導覽摺頁偏向廟宇歷史介紹，提供給遊客的資訊較缺乏完整性，容易讓遊客在參拜過程中，迷失順序且無法順利進行參拜。

緣此，本研究採質性研究、資料蒐集方式以及文獻回顧法，透過非參與觀察法觀察受測者在本寺進行尋路過程的狀況，並且進行深度訪談了解壽山巖觀音寺正確參拜禮儀，以及行為註記與內容分析加以分析資料。本研究對象為首次在壽山巖觀音寺參拜之學生族群，針對尋路行為、導覽摺頁內容及參拜禮儀三大部分了解遊客在參拜過程的想法，然而經由研究分析後得知，參拜者期望在摺頁上加入「廟宇歷史」、「導覽地圖」、「參拜順序」、「參拜禮儀」等資訊，因此最終摺頁內容我們多以寺內導覽資訊來進行設計，以提供壽山巖觀音寺進而提升廟宇參拜體驗，作為優化參拜路線及廟宇內容資訊之依據。

【關鍵詞】:宗教廟宇、壽山巖觀音寺、導覽摺頁、尋路行為、參拜體驗

通訊作者:劉庭汝, a0954072626@gmail.com, 新北市三重區中正北路 118 巷 21 號 7 樓

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

遊客目的地意象與行為意圖的關聯性解釋：兼論微電影敘事的中介效果

Relation among tourists' destination image and behavioral intention: The mediating effect of microfilm narrative

林怡先/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

簡永和*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

摘要

這幾年由於微電影的興起，且快速的融入了現代每個人的生活，許多企業也盛行利用微電影進行旅遊產品的行銷，這種行銷方式又稱作影像敘事行銷，其主要是利用敘事情節對聽閱者產生的影響力，將景點置入，對旅遊景點進行行銷。本研究主要在探討遊客在觀看完微電影後，個人目的地意象、影像敘事，以及行為意圖之間的因果關聯性特徵，以及影像敘事在目的地意象以及行為意圖的中介效果。本研究以參加國旅且年滿 20 歲以上的遊客為研究對象，在播放完影片後隨即進行問卷調查，最終回收 344 份有效問卷。研究結果發現，目的地意象對影像敘事有正向且顯著影響，影像敘事對行為意圖有正向且顯著影響，且影像敘事在目的地意象與行為意圖間具完全中介效果。本研究並同時提出未來經營管理相關建議。

【關鍵詞】：微電影、影像敘事、目的地意象、行為意圖。

*通訊作者:簡永和 chienyuho@hotmail.com.tw，桃園市龜山區德明路 5 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

餐飲業內部營業之探討:以臺灣高雄地區之熱炒店為例

Discussion on the Internal Operation of Catering Industry: Take the fried restaurant in Kaohsiung, Taiwan as an example

黃一正*/義守大學餐旅管理學系，助理教授

劉盈君、許毓倩、王成佑、周傳倫、潘泓頌/義守大學餐旅管理學系，專題生

摘要

餐飲業的種類日新月異，臺灣傳統熱炒店的地位卻依舊屹立不搖，本研究將探討熱炒店之營業標準作業流程及人力資源管理的相關層面，來了解如何建立營業的標準作業流程，建立後能夠幫助到哪些營運相關的層面，以及業主們如何培訓員工，如何做人力的分配與管控。

本研究採取質性研究方法，研究對象為三位擁有多多年業界經驗並已成功創業的熱炒店業主，與他們進行深度訪談，以此發現標準作業流程對於營業的重要性，以及業主對於人力層面有哪些各自的管理方式。此外，除了進行深度訪談，我們也將利用觀察法至店內做全日營業標準作業流程之研究，使研究結果不完全環繞在訪談內容，更有觀察紀錄來降低研究的失真率。

【關鍵詞】：臺灣傳統熱炒店、營業標準作業流程、人力資源管理

* 通訊作者：黃一正，g5260010@isu.edu.tw，高雄市大樹區學城路一段1號

分類: 2. 觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

以科技接受模式探討 Instagram 行銷對社群認同與購買意願之影響-以烘焙產品為例

The Impact of Instagram Marketing on Community Identification and Purchase Intention Based on Technology Acceptance Model – A Case Study of Baking Products

陳琪婷/銘傳大學餐旅管理學系, 副教授

潘彥廷*、沈佳殷/銘傳大學餐旅管理學系, 學士生

摘要

近年來 Instagram 以圖片、長短影片、直播等高互動性的互動方式成功成長至一個全球擁有超過 10 億活躍用戶的社群平台，更吸引了廣大的年輕族群，在台灣網路人口中亦具有 42.3% 的滲透率，越來越多的消費者透過 Instagram 社群瀏覽追蹤喜愛的烘焙產品，帶動烘焙業者相繼採用 Instagram 行銷觸及目標客群。因此本研究欲以科技接受模式探究 Instagram 行銷、社群認同與購買意願之影響以烘焙產品為例。本研究以便利抽樣進行 Survey cake 網路問卷，共收集 254 份有效問卷。

研究結果顯示：(1) Instagram 行銷科技接受模式之知覺有用性對社群認同有顯著影響；(2) Instagram 行銷科技接受模式之知覺易用性對社群認同有顯著影響；(3) 社群認同對購買意願有顯著影響；(4) 社群認同對 Instagram 行銷科技接受模式與購買意願之間有部分中介效果。由本研究結果可見，大眾對 Instagram 行銷之科技接受模式程度是良好的，同時大眾瀏覽 Instagram 進行網路購物會對社群產生依賴性，大眾會參考社群內成員提供之意見再購買產品。最後，希望本研究對未來 Instagram 行銷有所幫助。

【關鍵詞】：Instagram 行銷、科技接受模式、社群認同、購買意願

*通訊作者：潘彥廷，andreaphang9@gmail.com，桃園市龜山區大同路 40 號 4 樓之 1

分類: 1. 科技發展，社群媒體對觀光、休憩與餐旅產業之影響

一起「LINE」憩頭－應用 LINE APP 於銀髮族旅遊

Apply LINE APP to travel for senior citizens

陳金聲/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

劉士豪*/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

朱冠霖、黃鼎詠、羅湘茹、陳崑/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

近年人口老化問題日益嚴重，加上科技日新月異進步，應用 LINE APP 於旅遊目的地行銷是否會提升銀髮族對使用資訊科技的意圖尚未被充分探討。本研究以科技接受模式為基礎。旨在探討銀髮族使用 LINE APP 之外部變數:知覺風險、個人創新 IT 接受度、主觀規範與知覺有用性及知覺易用性有強烈的影響效果。此外亦探討知覺有用性及知覺易用性是否會影響其行為意圖。本計畫擬以 46 歲以上長者為研究對象，透過實驗設計進行資料收集，預計收集 330 份有效樣本，並用迴歸分析進行假說檢定。研究結果將可作為未來觀光相關產業在旅遊目的地行銷策略實務上之參考。

【關鍵詞】:LINE APP、科技接受模式、知覺風險、個人創新 IT 接受度

通訊作者:劉士豪，shihhao@mail.mcu.edu.tw，臺北市中山北路五段 250 號

分類: 1. 科技發展，社群媒體對觀光、休憩與餐旅產業之影響

植物肉

Research on Acceptability of Plant-Based Meat

高馥君*/銘傳大學觀光事業學系，副教授

范姜晴、王家慶、黃偉康、具志堅桐花、張藝耀、謝佳雯、謝勇健、莊松哲、黃亦昇、楊佳澤/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

本研究在探討消費者對以植物肉為內餡之中式點心的接受度。由於聯合國糧食及農業組織（FAO）提出，在 2050 年動物肉類蛋白質對全球人口的供應即將短缺，因而引發全球開始關注替代性蛋白質的來源與相關產品開發等議題。全球雖分別以昆蟲蛋白或培養肉作為未來蛋白質的攝取來源，但是，因為目前法律、養殖環境、實驗環境及相關配套措施的不完全，因此植物肉是目前全球接受度最高，真肉替代率也最高的產品。本研究擬以不同混合比例的黃豆或碗豆為素坯的植物肉為內餡原料，製作中式點心，搭配不同加工方式(烘焙、蒸、油炸)，製造不同型態的中式伴手禮，利用產品感官品評方式做消費者接受度的調查，並配合不同種類的提供資訊(環保議題或非基改議題)；以非隨機中立意取樣的抽樣方式，針對具中式烘焙點心消費經驗的消費者為主要發放對象，探討中式點心型態(咖哩餃、叉燒包、春捲)、黃豆/碗豆蛋白之混合比例(1/0、1/1、0/1)、資訊提供種類、消費者特質、與消費者飲食態度，做為本研究的探討變因，預計回收 400 份有效問卷，再依問卷調查結果進行後續的分析，並將結果做為未來植物仿真肉在中式點心的開發依據，為台灣純素食者或彈性素食者提供更多元的飲食選擇。

【關鍵詞】：植物肉、替代性蛋白質、感官品評、消費者接受度。

*通訊作者:高馥君, fjkao@mail.mcu.edu.tw, 新竹市明湖路 175 巷 1 號 4 樓之一

分類:11. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

餐飲業者對於馬來西亞茶餐室經營型態參與意願之研究:競合理論的運用

A Study of Catering Operators' Intention to Participate in the Operation Mode of Malaysian Kopitiam: Application of Coopetition Theory

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理系，副教授

陳錦鴻*、李佳儀、巫淑萍、李欣怡、朱運苑、李玉群/

銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

隨著時代的變遷，生活品質逐漸提高，爲了追求更好的生活品質，大多家庭都是以雙薪爲主。由於工作耗費了更多的時間與精力，現今社會的家庭比起自主開伙，他們更傾向於在外用餐。馬來西亞傳統的茶餐室文化是以多樣化的攤位聚集在同一空間所組成的一家複合式餐廳，以多樣化的餐點供消費者選擇。基於現今消費者追求多樣化的選擇，本研究主要運用「競合理論」探討台灣餐飲業者對於馬來西亞茶餐室經營型態的觀點，以及參與此種經營型態的意願。本研究以獨立經營之餐飲業者為研究對象，採用質性研究取向，透過競合理論之資料蒐集與分析、餐飲業者之深度訪談法，進行資料的蒐集。期望透過研究結果，提出具體的建議，供餐飲業者及馬來西亞茶餐室投資創業者參考。

【關鍵詞】：餐飲業、馬來西亞、茶餐室、競合理論、競爭、合作

*通訊作者：陳錦鴻，00alexchan00@gmail.com, 桃園市中壢區高鐵站前西路二段 115 號 9 樓

分類：2.觀光、休憩與餐旅產業之策略、經營與行銷管理

無菜單料理-同根生餐廳

Omakase-Same root restaurant

張雅媛/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

邱羽蕎*、陳玟綺、莊維禎、張智羚、周靖、龔子珮、舒采雯、林郁思、黃郁芳、松本姬菜子/銘傳大學餐旅管理學系，學生

摘要

在2020年席捲全球的COVID-19影響下，各國的餐旅觀光產業皆面臨非常大的挑戰與困境，對餐飲業易造成嚴重的衝擊，飲料業和外燴及團膳承包業更是受到嚴重的影響。經過一年的控制以及疫苗施打普及，加上國內疫情日趨穩定，國人紛紛開始國內旅遊以緩解無法出國的需求與遺憾。從 2017年至2021年數據統計選出前四名國人最愛旅遊地點，分別為日本、中國大陸、香港、韓國，再藉由這四個地區進行創意發想。從過去研究顯示，良好的顧客服務體驗對企業具有重要性並能提升競爭優勢，透過服務環境、服務人員或科技互動等因素更能提升顧客的服務體驗，並滿足顧客的需求。

本研究採問卷調查法，進行量化的研究方式進行調查，但受2022年新冠疫情的影響，研究問卷採網路發放形式，於2022年5月發放200份，回收率為100%。利用SPSS進行分析。在收集樣本時發現大多數的年齡層落在20-30歲，女性偏多，多數人們都已稍微了解無菜單料理的形式，因此他們是會成為我們未來開發的潛在客群。41歲以上的年齡層會較為注重食材的天然跟營養以及心情因素，我們除了菜單上的創新之外也會著重食材的選擇和精緻的服務方式，以符合各族群需求，由此也可瞭解到我們主要客戶會落在41歲以上，他們也較為有穩定的經濟來源可以提升前來用餐的意願。期望此研究結果可提供給未來想結合餐桌旅遊、科技的餐廳業者作為策略之服務模式參考。

【關鍵詞】：享樂性、氣氛、涉入程度、互動性

通訊作者：邱羽蕎，08190074@me.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路 85 號 2F

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營與行銷管理。

X、Y、Z 世代於國外異地旅遊行為差異性分析之研究

Cohort difference in overseas traveling behaviors - The cases of Generation X, Y, and Z

張軒瑄/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專任教授

廖婉羽*、呂靖瑄/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

遊客前往國外景點旅遊的行為是旅遊決策過程重要的議題，為了滿足觀光客旅遊的需求，旅遊相關產業也必須了解顧客的旅遊行為。回顧過去文獻，鮮少綜合探討 X、Y、Z 三種世代之比較，因此本研究以 X、Y 與 Z 世代作為研究對象，探討不同世代對於前往國外旅遊，針對其不同階段之旅遊行為探討其差異，包含旅遊前之景點選擇、旅遊時與在地人、其他觀光客和產業從業人員間的社會互動，及旅遊後的購後行為，探討在不同世代是否具有顯著性的差異。本研究主要採用網路問卷作資料蒐集，共收取 735 份有效問卷，根據分析得出不同世代之遊客會基於生長背景與偏好習慣上的不同，導致對於景點選擇、社會互動及旅遊購後行為上皆具有顯著性的差異存在。因此本研究希望藉由此分析結果，提供給政府、學術界以及觀光旅遊相關產業，予以未來旅遊政策規劃、世代研究之重要性以及遊程規劃上實際的參考與幫助。

【關鍵詞】：世代研究、旅遊行為、景點選擇、社會互動、旅遊購後行為

*通訊作者：廖婉羽 08180020@me.mcu.edu.tw 銘傳大學休憩系 P204-6

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題

外送平台與消費意圖

Delivery Platform and Consumption Intention

李長斌/銘傳大學觀光事業學系，副教授

侯芊妤、宋昱潔、楊文潔、王穎賢、陳麒任/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

外送成為餐飲業經營的主要趨勢，近年外送平台的服務便利於外食的國人，無需親自外出購買。科技的進步也帶給外送平台很大的轉變，在 COVID-19 疫情影響下尤甚，國人透過手機或網路即可下訂單與付款。因此國外餐飲外送平台業者看見國人對於外食的龐大消費力，紛紛於台灣設立據點，如 Foodpanda、UberEats 及 Lalamove。在如此的市場趨勢下，探討消費者與餐飲外送平台的關係儼然是重要的議題了。

本研究共回收 277 份有效問卷，結果顯示促銷、服務品質、易用性、服務創新、品牌忠誠度等五變數，對於消費意圖皆有正向的影響關係，且外送平台的服務品質對於品牌忠誠度也有正向的影響。本研究在學術上貢獻了這五個變數之探究，其結果也有助於外送平台業者更了解消費者的行為來經營。

【關鍵詞】：促銷、服務品質、易用性、服務創新、品牌忠誠度

*通訊作者：李長斌，cblee@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區大同里德明路 5 號

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質與消費者行為相關議題