

COVID-19 疫情下休閒遊憩者的防疫態度、知覺風險與行為意圖之關係

Identifying the Relationship between Epidemic Prevention Attitudes, Perceived Risks, and Behavioral Intentions in the COVID-19 Context

陳乃瑄/國立臺灣體育運動大學運動事業管理學系，碩士生

摘要

臺灣擁有豐富的山野景觀與自然資源，也因週休二日生活型態的改變，使得登山健行成為一種熱門且普遍的休閒活動，此運動方式可增進心肺循環功能、增加氧氣量吸收與促進血液循環。本研究旨在瞭解休閒遊憩者在新冠病毒疫情影響下，防疫態度、知覺風險與行為意圖之間的關係。本研究採用問卷調查法作為研究設計的基礎，問卷以參考國內外相關文獻後自編之，以立意抽樣的方式選取大坑登山步道健行之休閒遊憩者作為研究對象，利用線上問卷平台「SurveyCake」蒐集問卷，最後總共蒐集 167 份有效問卷，並以 SPSS 20.0 統計軟體進行數據的相關及迴歸分析。本研究顯示，防疫態度和休閒遊憩者的登山意願有顯著正相關，而疫情的知覺風險與登山意願有顯著負相關；在防疫態度中的情感構面，對行為意圖有顯著的正向影響，以及知覺風險中的身體與心理構面，對行為意圖有顯著負向影響。由結果可得知，疫情期間政府需有完備的防疫措施並且增加醫療效能，才能讓休閒遊憩者感到安心，因此，消除他們對身體及心理的風險知覺，方能增加前往大坑步道登山的意願。

【關鍵詞】 COVID-19、防疫態度、知覺風險、行為意圖、大坑登山步道

通訊作者：陳乃瑄，10905106@gm.ntus.tc.edu.tw，臺中市北屯區天津路四段 261 巷 17 號

分類:1.新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

農業旅遊紓困與振興政策之效果評估

Effect Evaluation of Agri-Tourism Relief and Revitalization Policies

陳永純*/國立宜蘭大學應用經濟與管理學系應用經濟學碩士班，碩士生

孔維新/國立宜蘭大學應用經濟與管理學系，助理教授

陳凱俐/國立宜蘭大學應用經濟與管理學系，教授

摘要

新冠肺炎自 2019 年底爆發以來，許多國家對民眾祭出行動限制的規定，不僅管制邊界進出，國境內移動也有所限制，造成旅遊業嚴重損失，屬於旅遊業一環的農業旅遊業受到的衝擊亦是相當嚴重。鑒於新冠肺炎對農業旅遊業造成的重大衝擊，農委會也在 2020 年提出四種針對農業旅遊業的紓困與振興方案，分別為補貼利息或低利貸款、休閒農場場域優化及僱工獎勵、商品開發及體驗服務獎勵，以及獎勵農業旅遊(農遊券)。

本研究利用農委會委託台灣農業經營管理學會所執行之「農業旅遊經濟效益調查評估計畫」2019 年及 2020 年我國農業旅遊業者之營運資料，使用差異中差異法(DID)，來達成以下研究目的：(一)評估我國農業旅遊業者 2020 年受到新冠肺炎之經濟衝擊程度；(二)評估政府所提出之農業旅遊紓困與振興措施對降低新冠肺炎經濟衝擊的效果。

研究結果顯示，單一政策方面來看，「休閒農場場域優化及僱工獎勵」及「商品開發及體驗服務獎勵」具有顯著的效果；兩種政策組合方面，則是同時接受「補貼利息或低利貸款」及「休閒農場場域優化及僱工獎勵」或「商品開發及體驗服務獎勵」、「獎勵農業旅遊(農遊券)」及「休閒農場場域優化及僱工獎勵」或「商品開發及體驗服務獎勵」具顯著效果；三種政策組合，則以「補貼利息或低利貸款」及「休閒農場場域優化及僱工獎勵」搭配「商品開發及體驗服務獎勵」或「獎勵農業旅遊(農遊券)」、「補貼利息或低利貸款」與「商品開發及體驗服務獎勵」及「獎勵農業旅遊(農遊券)」具顯著效果；而四種補助都接受的業者也顯著高於沒有同時申請四種補助的業者。

【關鍵詞】新冠肺炎、農業旅遊、紓困政策、振興政策

通訊作者：陳永純，r0912201@niu.edu.tw，宜蘭市女中路三段 59 巷 11 號 5 樓

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

面對新冠肺炎疫情下對遊樂園之經營管理

The Operation and Management of Amusement Park Under Covid-19 Coronavirus Pandemic

黃睿宏/國立臺南護理專科學校長期照顧實務技術研究中心，博士後研究員

摘要

世界衛生組織於 2020 年宣告 Covid-19 新冠肺炎為法定傳染病,肆虐全球並打破人類原有的安寧生活。在新冠肺炎疫情的衝擊下,從停止一切社交活動、設置社交距離到封鎖國界以及限制出入境等措施,不僅影響人們原有的生活型態,各行各業也遭受顯著的打擊,而觀光休閒產業尤為慘重,可說是重度受災戶。本研究旨在探討觀光、休憩以及餐旅產業中的遊樂園,面對疫情時的衝擊,有何經營管理策略和執行方案及其所帶來的影響。研究方法採用半結構式深度訪談,訪談三位遊樂園的主管級人士,將訪談結果進行資料分析,並藉由 SWOT 分析方法歸納理。研究結果發現新冠肺炎疫情確實對遊樂園的經營管理造成很大的衝擊,業者為了因應疫情的變化,在經營管理策略上採取滾動式調整,並擬出具體可行的執行方案,包括重視防疫措施、加強服務品質、精簡人事預算、維護相關設備、創造附加價值、增加行銷策略、人力調度安排以及發展多元化經營等。未來期盼能夠透過內部資源的利用,克服外在環境的影響,以化解危機為轉機,進而開創機會,邁向更美好的發展。

【關鍵詞】:遊樂園、經營管理策略、SWOT 分析

通訊作者:黃睿宏,s3929369.ok@yahoo.com.tw,臺南市中西區民族路二段 78 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

Covid-19 旅遊風險認知對旅遊行為之影響-以醫學背景、旅遊目的地為調節變數

The Impact of Covid-19 Tourism Risk Perceptions on Tourism Behavior-Medical Background and Tourism Destinations as Moderating Variables

張軒瑄/銘傳大學休閒遊憩管理學系，教授

張佑瑞、黃主慶、劉俐萱、鄭鈞益、張家禎、張豈珮/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

2020 年開始，隨著新冠狀病毒的日趨嚴重，全球各國逐漸在國際旅遊上有相當多的限制，而觀光旅遊市場也因此受到重大的打擊。直到 2021 年，新冠狀病毒的傳染力並未削減，甚至於有新的變種病毒，因此，本研究希望能進一步了解新冠狀病毒會如何影響亞洲觀光客的旅遊行為，透過其未來對於海外旅遊的意願程度來做為量測變數，採用健康信念模式(Health Belief Model)為基礎，透過該模式建議的四個變數作為自變數，包括知覺易感性、知覺嚴重性、自我效能與主觀知識，分析在經過新冠狀病毒之後，個體本身的旅遊風險認知，以及健康信念模式的四個變數，會對個體未來在其他國家進行海外旅遊的意願之影響程度，並進一步分析個體所要前往的旅遊地點(中國大陸、東南亞與美國)是否會調節旅遊風險知覺對於旅遊意願之影響。

本研究之樣本採用隨機抽樣之形式，針對有能力旅遊的臺灣人士或有醫學相關背景之對象進行調查，以北臺灣之公共場所和金門進行問卷之發放，並以問卷調查法進行問卷之收集。本研究小組共六人，每人發放 70 份問卷，共發放 420 份問卷，有效問卷共 402 份，有效回收率為 95%，將有效問卷進行分析，進而探討不同知覺旅遊風險及不同健康信念四大變數對於旅遊意願之影響是否有所差別。

本研究提出知覺旅遊風險、健康信念模式(知覺易感性、知覺嚴重性、自我效能與主觀知識)及旅遊目的地會影響個體未來的旅遊意願之假設，研究結果顯示個體對於自身的健康狀況極其重視，其認為在新冠狀病毒下無論是進行國內或國外旅遊都具有極高的風險，也較不願意進行旅遊行為。個體的知覺旅遊風險、健康信念模式程度提高，其旅遊意願降低，呼應本研究之假設。這也使旅遊業者經營方面受到影響，因此本研究依據研究結果提供旅遊業了解民眾對於新冠狀病毒後，其旅遊意願之變化，藉此提供相關因應之對策。

【關鍵詞】知覺旅遊風險、健康信念模式(知覺易感性、知覺嚴重性、自我效能、主觀知識、旅遊意願)

通訊作者：張佑瑞，ray326180@gmail.com，金門縣金城鎮金城新莊 2 巷 4 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

疫情影響之下使用運動科技產品的居家陪伴與互動

Home Companionship and Interaction of Sports

Technology Products Under the Influence of the COVID-19

李晶/國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，教授

羅敏婕*/國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

摘要

健康動態的生活模式是時代趨勢，規律運動的人口比例日漸增加，運動服務產業的需求也大幅提升。在新型冠狀病毒(COVID-19)肆虐全球之際，人們被限制出門，健身房與運動場館也受到影響而倒閉，面對這樣惡劣的環境，運動科技產品的開發反而越來越受到重視(美國體育健身行業協會 SFIA，2020)。在運動與科技結合的潮流影響下，吸引了許多運動器材廠商、電信業者、電玩遊戲開發公司、新創業者加入投資與開發符合居家運動需求的產品，大眾為了避免疫情的傳播，運動消費習慣也開始轉為使用線上與數位工具(中華民國對外貿易發展協會，2021)。在不出門的情況下也能維持運動習慣。過去許多研究指出團體運動帶來的好處。Hotz & Birkett(2000)研究指出藉由他人的陪伴可以增加運動過程中的自我決定動機，讓運動過程充滿樂趣與競爭性。但是在疫情期間為了保持社交安全距離，甚至在特殊情況下必須被限制出門，為了解決居家運動需求，虛擬健身教練、運動體感遊戲、專業健身教練遠端指導、健身 APP 等運動科技產品因應而生。因此，本研究目的為探討疫情影響下運動科技產品的居家陪伴與互動方式，透過次級資料分析運動科技產品服務內容，探討適合居家運動陪伴與互動的進行方式。

【關鍵詞】運動科技產品、居家運動、運動陪伴、人際互動

通訊作者:羅敏婕，xji6aup3ru6@gmail.com，台北市文山區汀洲路四段 88 號研究生宿舍 3552-B

分類: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

米其林星級餐廳對消費者體驗價值、用餐滿意度和行為意圖之研究

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

周榮軒/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

蔣宛蓉/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

范雯馨/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

林岷融/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

馬冠傑/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

陳遠陞/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

米其林餐廳評鑑於 2018 年將台北市正式列入米其林的受評城市之一，在 2020 年台中市也被列入第二個受評城市。受評的星級餐廳是原本已具知名度的餐廳，為了瞭解獲得米其林星級對餐廳的影響，因此本研究主要目的為探討米其林星級餐廳顧客體驗價值、用餐滿意度與行為意圖關係之研究。以曾在米其林星級餐廳用餐過的顧客為研究對象，透過非隨機發放問卷，共計回收有效問卷 352 份。研究結果發現米其林星級餐廳的體驗價值對用餐滿意度、行為意圖皆有正向影響，米其林星級餐廳的用餐滿意度對行為意圖有正向影響，米其林餐廳的用餐滿意度對於體驗價值和行為意圖之間具有中介效果。根據結論與建議，本研究提出對米其林星級餐廳業者實務上之建議。

【關鍵字】：米其林餐廳，體驗價值，用餐滿意度，行為意圖

通訊作者：周榮軒，nadia880830@gmail.com，台北市松山區三民路 167 巷 6 號 3 樓
分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理。

愉悅和滿意對忠誠度何者較為重要?以幼兒體能館家長為例

Which is more important to loyalty to delight and satisfaction? Take parents of children's physical fitness center as an example

黃玉琴/國立台中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學程，副教授

蔡仁傑/國立台中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學程，研究生

摘要

有鑑於國內社會變遷以致於目前正面臨少子化的衝擊，亦衍生出高齡產婦所生產之嬰幼兒出現了遲緩的相關情形，讓家長更加注重孩子的學習、安全、衛生等多方面的考量，來協助孩童的發展以及相關能力提升，這也讓相關產業更加蓬勃發展；而透過從事兒童體能之相關課程來改善孩童相關機能的家長人數也逐漸增加，也讓該產業更加競爭；而過往相關產業較為發展地區位於北部居多，而臺中地區為近年發展較為蓬勃之地區，故將此設為研究地區。

而本研究將探討管理方面應運用何種方式以利家長繼續購課之方式，過往多以針對體驗後，所產生的滿意度來加宜探討後續忠誠度行為；而本研究與研究中多增設顧客愉悅來增加研究相關變數，因此本研究欲透過家長於親子體驗後對於場館之愉悅或滿意，來提升家長之購課率使場館和於其他對手競爭，目前於計畫執行中。

【關鍵字】：親子體驗、愉悅感、滿意度、忠誠度

通訊作者：蔡仁傑，btr108109@gm.ntcu.edu.tw 台中市潭子區大通街 53 巷 28 弄 15 號

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

台北中式連鎖餐飲業再消費意願之研究

A study on re-consumption willingness of Chinese restaurant chain store in Taipei

齊克鈴/中國文化大學觀光事業學系碩專班，碩士生

詹美珍/中國文化大學休閒事業管理學位學程，助理教授

李永恆/中國文化大學企業實務管理數位碩專班，副教授

鄭雅涵/中國文化大學觀光事業學系碩專班，碩士生

摘要

隨著經濟結構與生活形態的轉變,如何在競爭激烈的餐飲業中,了解影響消費者選擇餐廳的因素相當重要。餐飲業要從其眾多企業中脫穎而出,除了食物的品質、優質的用餐環境及餐廳整體的服務品質、行銷等層面之外,建立與消費者的良好關係與維繫;讓消費者有較高的再消費意願,更是刻不容緩的課題。

本研究以台北中式連鎖餐飲業為研究對象,探討其網路口碑、消費價值、再消費意願之關聯性。問卷調查對象為曾經於該連鎖餐飲業餐廳用餐之顧客,並以台北市地區分店為範圍。統計結果發現網路口碑對消費價值、網路口碑對再消費意願、消費價值對再消費意願皆呈現正向相關。研究結果與建議如下:1.建議增加媒體曝光率,提升網路口碑。2.提升消費價值,以培養顧客再消費意願。

【關鍵字】:網路口碑、消費價值、再消費意願

通訊作者:齊克鈴,lindachi1206@gmail.com,台北市大安區臨江街 40 巷 68 號

分類:3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

失去觀光客的博物館-從故宮博物院的商品行銷探討遊客需求

A Museum that Has Lost its Tourists-Exploring the Demand of Tourists from the Commodity Marketing of the National Palace Museum

謝鎮鴻/國立故宮博物院，助理研究員

摘要

作為社教機構的一員,博物館除了負有教育推廣的任務之外,更在觀光產業中扮演了不可或缺的角色。具有文化特色的博物館,往往為國家帶來大量的觀光人潮與營收。然而 2020 年在 COVID-19 肺炎急遽擴散下,國際觀光產業幾近停擺。失去觀光客的博物館在此困境中,如何在人潮與營收雙雙銳減之際,重新思考遊客的需求,是本研究所要探討的問題。

本文以國立故宮博物院 2018 年至 2020 年之間,暢銷商品的變化進行交叉分析,歸結出國內外遊客對於博物館商品的需求與差異。從銷售資料中可知,外國遊客參觀博物館著重於旅行紀念,購買的商品偏好具有鮮明的文化符碼,或是以明星展件所開發的商品,在觀光產業蓬勃發展時,為博物館帶來豐厚的營收。而國內遊客則偏愛高質感的文物仿製品,以及具有知識性的各類博物館出版品,包含圖錄、月刊、年度月曆等。少數新型態商品,因為結合在地元素與故宮文物,具有創意及話題性,也讓消費者願意購買。

在行銷層面上,博物館商品有其特殊性,網路銷售雖然有跨越時間空間的特質,卻不能吸引外國消費者購買;而降價促銷也不一定有更強的吸引力。對於在地民眾而言,商品本身具有原創性、話題性,或是富有「品牌價值」,以長期建立的口碑為基礎,提供觀眾精緻的品質,以及典藏文物的深度與知識,一樣能夠異軍突起,創造博物館歷久彌新的價值。

【關鍵詞】:博物館、觀光、文化商品、市場行銷

通訊作者:謝鎮鴻,a_hong001@yahoo.com.tw,新北市三重區重新路四段 2 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。

Using Python Web Crawler Technology to Analyze Consumer Preferences in the Tourism Industry

賴蕙安/高雄科技大學海洋休閒管理研究所，碩士生

Abstract

As for modern people, travel is the adjustment between work and stress. Through tourism, people can adjust their physical and mental state, release the pressure brought by work and life, and maintain their emotions during the travel process, making life more interesting. This can drive the economic growth of the tourism industry. The related industries that need to be integrated in the tourism industry are quite diverse and relatively complex. The industry must integrate related services in order to provide customers with a complete tourism experience. The development of information technology is becoming more and more mature. Although it brings convenience, there are also some issues need to be solved, such as how to cooperate among industries or the security of customers' personal information. Tourism and tourism operators need to create value in their own industries, to improve service quality and integration capabilities, in order to highlight their own value in the competitive market. In addition, currently affected by the Covid-19, the marketing model must be changed, from the passive marketing to active marketing, as well as use information technology to find feasible and attractive customers. This research uses web crawlers and text mining to analyze the data, figure out customers' preferences and the current popular trends, and finally provide the results of the analysis to tourists as a reference. The source of the data for this research comes from the Dcard social media platform. The web crawler is used to search for discussion topics and articles related to tourism to find out the keywords. Finally, we present the results visually in the form of word cloud.

Key word: Tourism Industry, Active Marketing, Web Crawler, Text Mining, Word Cloud

通訊作者：賴蕙安，ariek850810@gmail.com，高雄市楠梓區金富街 113 號 3 樓之五

分類: 4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊相關議題。

利用顧客評論探究新加坡小販文化之政策發展分析

Analysis of Policy Development on Singapore Street Food Culture by Customer Comments

賈璟祺*/崑山科技大學餐飲管理及廚藝系，助理教授

摘要

台灣向以美食為觀光旅遊之行銷重點,北部都會區觀光夜市早已成為國內外遊客最喜愛的旅遊文化景點之一,也是旅遊指南必提到的觀光體驗重點。其特點在於獨特的消費動線規劃及消費品項等因素,直接提供了在地文化體驗服務,可使遊客深入接觸了解台灣夜生活的魅力。新加坡政府於 2019 年 3 月向聯合國教科文組織申請將小販文化(street food culture)列入非物質文化遺產,此舉可說是 2013 年新加坡舉辦世界小吃大會後另一文化旅遊的里程碑。本研究企圖以 TripAdvisor 旅遊網站中旅客評論之文字靜態資料為基礎,透過質性分析法與語意分析技術,整理出遊客對新加坡四大小販中心之感受。進一步分析小販文化發展上之優勢、劣勢及未來發展機會。總計 3410 則評論中,「很棒」及「非常好」約占 79%,其好評多在於食物及環境氛圍。其餘 21%的評論,其負評或不滿意部分多在於價格及環境規劃,此情況與台灣知名觀光夜市極為相似。本研究續以內容分析法針對非物質文化遺產申請過程進行探討,發現新加坡政府在政策面及操作面上將非物質文化遺產申請導入國家認同的主軸,是獲得多數國民聯署支持的重要原因。本研究結果期望提供交通部旅遊文化、美食文化及節慶文化等相關政策發展之參考。

【關鍵字】:小販文化、顧客評論、政策發展

通訊作者: 賈璟祺, jeajea@mail.ksu.edu.tw, 台南市東區東門路 3 段 179 巷 147 弄 49 號

分類: 6.觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

探討本國復刻經濟文化—以文獻復刻書籍為例

Exploring Taiwan's replica economy and culture

—A Case Study of literature reprint books

朱芳儀*/臺北科技大學文化事業發展所，碩士生

摘要

在過去，將典藏文獻進行復刻出版的方式，一直都是國內外典藏單位出版的項目之一，如國家圖書館在 2017 年所復刻出版的《金剛經》、《美國鳥類圖鑑 21 世紀珍藏版》，國立故宮博物院 2020 年《妙法蓮華經》、2015 年《永樂大典》，以及國立臺灣圖書館 2011 年《臺灣采風圖錄》等都屬復刻書籍的範圍，不難發現利用所典藏的珍貴館藏進行復刻之價值，在以文化為號召的產業發展之際，復刻更成為另類崛起的文化傳承形式。對於過去復刻僅被認為是純粹複製一件物品，但事實上在創作自由氾濫的這個時代，復刻已經成為文化商品不可忽視之方法，不僅是將產品重新再出版，還可以同時保留物品之精神，不論是在商業市場上、學術上、傳承上皆是不可忽略的一個方式。有鑒於此，可看出復刻在各領域皆能發揮其才能，有助於文化的典藏與傳承，但在本國相關研究領域上卻較為少見，以致於復刻作為一種文化傳承的角色，長期為各界所忽略或低估。本研究使用文獻分析法及訪談法，統整本國典藏單位出版相關復刻之書籍，及針對一般大眾對於文獻復刻書籍的認知與喜好，進而探討本國復刻經濟的未來性與發展，藉由研究結果也可帶給典藏單位之後對於文獻復刻商品之參酌與宣傳推廣。

【關鍵詞】：復刻、文獻復刻、文化商品

通訊作者：朱芳儀，fang2270324@gmail.com，新北市永和區民權路 110 號

分類:6 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

個人音樂文物蒐藏者之藏品加值應用探析

A Study on the Value-added Application of Collections of Collectors of Personal Musical Cultural Relics

朱嘉羚/國立臺北科技大學文化事業發展系，碩士生

摘要

在臺灣，不時能藉由媒體報導或社群軟體貼文上的訊息，瀏覽到蒐藏者們透過其蒐藏品分享音樂文物賞玩的樂趣，例如：正聲廣播電台於公司成立 65 週年舉辦典藏黑膠特展，邀請黑膠蒐藏達人林太歲、黃子佼、陳明章等多位唱片蒐藏達人，以展覽及講座形式，呈現臺灣早期流行音樂面貌，同時凸顯了個人蒐藏的趣味性。蒐藏行為蘊含著看似微小卻又及其豐沛的能量，建構著蒐藏者個人的生命史，透過政府機構的推廣與民眾文物保存意識抬頭，文化典藏單位的文物來源中，個人蒐藏品捐贈扮演著相當重要的角色，許多蒐藏者不僅對音樂文物蒐藏的成果卓著，更對於音樂文物的研究與加值應用，投入相當大的熱忱。例如透過集結並重新整理自己的蒐藏品，將其出版書籍、撰寫成部落格文章、把臺灣早期風俗文化以復刻版黑膠唱片和日曆形式，上架於群眾募資平台，並獲得廣大迴響，創造百萬募資佳績，讓這些蒐集不易且容易失傳的古文物們，不再單純只有蒐藏的價值，更在新的世代，為人們逐漸淡忘的歷史記憶創造新的保存意義。

然而，目前臺灣學術界在音樂文物的研究中，多數論述集中在分析作曲家或作詞人的生平背景、音樂文化背景研究，以及國家機構典藏的管理研究等，對於私人蒐藏的行為、意義、管理，及如何應用蒐藏品進行加值應用則相對闕如。有鑑於此，本研究擬透過半結構式訪談法，探討個人音樂文物蒐藏者們的蒐藏行為與意義，希冀藉由蒐藏者們的音樂文物蒐藏經驗，瞭解其蒐藏目的、針對蒐藏品的管理方式，以及關於音樂文物的加值應用實例，並將資料做歸納與分析，期望後續能提供給音樂蒐藏管理與研究參考，使學術界更加重視個人蒐藏價值。

【關鍵詞】：音樂文物、蒐藏文化、加值應用

通訊作者：朱嘉羚，jhustudio@gmail.com，臺北市大安區忠孝東路三段 1 號

分類: 6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

青年世代社群媒體旅遊資訊搜尋行為之探討

An Exploratory Study on Youth Generation Using Social Media to Search Travel Information

夏秉楓/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

王若珊*、陳思淇、陳亭瑋、盧欣琳、片田智美/中國文化大學觀光事業學系，專題研究生

摘要

根據交通部觀光局臺灣旅遊狀況調查報告指出,國人的旅遊資訊來源漸漸地以網路網絡與社群媒體為主;尤其是青年世代,也就是所謂的 Z 世代,是網路發達的原生世代,其使用手機上網的比率更是高達九成,更是重度使用社群媒體的族群。顯然地,探討社群媒體在旅遊資訊搜尋行為中扮演的角色,十分重要。因此,本研究目的在於探討影響青年世代使用社群媒體進行旅遊資訊搜尋的因素以及行為意圖,了解青年世代如何使用社群媒體進行旅遊資訊搜尋與決策。本研究方法採用立意抽樣並以便利取樣的方式,針對半年內有進行國內旅遊的青年世代,透過社群媒體以網路的方式發放問卷調查。研究結果發現青年世代平時就有使用社群媒體瀏覽旅遊資訊的習慣,從旅遊階段來看,旅遊前的發想階段與規劃階段最常使用社群媒體進行搜尋;基於日常獲得資訊來源之生活型態、社群媒體資訊的即時性、便利性、豐富性與節省成本是最主要影響青年世代使用社群媒體搜尋旅遊資訊的因素,但對於社群媒體資訊的可靠性與信任感則較低。

【關鍵詞】Z 世代、消費者行為、綠色旅遊動機

通訊作者:王若珊,gg121311@gmail.com,桃園市龍潭區中正里金龍路 347 巷 59 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

九份山城媽祖遶境的地方文化與觀光價值的關聯性

潘政鵬/淡江大學管理科學系，博士生

張紘炬/淡江大學管理科學系，教授

摘要

九份、金瓜石、水湳洞是一脈相連的山城有著相同海洋移民文化,信仰媽祖及土地公,及早期醫療不發達時的金瓜石、九份降乩採藥文化,還有每年農曆三月份的媽祖遶境文化,山城居民在媽祖遶境時所展現人員調動互助,和遶境圓滿時吃平安餐慷慨好客,台灣光復後國民政府提倡勤儉風氣,發現民間信仰祭典過於浪費鋪張,希望藉由改善祭典內容及方式,跟一年多次或不定時的祭典合併一至兩次,破除迷信節省不必要浪費。

1971 年後台灣金礦式微,山城同時也因人口流失而沒落,這時又讓九份人想起做醮這事了,光復初期九份有做醮過,當時做醮五里,作醮法會時一樣迎請九份人最信任的關渡媽祖遶境,還是夜巡三天在九份五里內大小區域巡視遶境,在 1980 年代初舉行圓醮科儀,圓醮後山城人相信將會再度興盛開啟熱鬧小海。說也巧在 1990 年初侯孝賢導演、吳念真導演兩位所執導的悲情城市、無言山丘,以及伯朗咖啡廣告,而打響了九份知名度。直至今日,九份已成為觀光客的熱門觀光景點,進而帶動金瓜石黃金博物館成立並轉型文化觀光產業;2019 年水湳洞在新北市觀光局輔導下,讓選煉場(煉金廠)注入新氣象帶動地方商家,引入觀光人潮觀看山城特有的媽祖遶境--抬媽祖融入社區觀光,並與學校、商家一起替天上聖母媽祖服務,展現台灣特有的海洋宗教文化,把這樣的無形文化資產,由山城出發邁向世界。

【關鍵詞】:九份、媽祖繞境、地方文化、文化觀光

通訊作者:潘政鵬,809620049@mgs.tku.edu.tw,新北市瑞芳區弓橋里九芎橋路 4 之 2 號

分類:6.觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

論我國國家公園如何落實 SDGs

— 以墾丁國家公園為例

On How Our National Parks Put SDGs into Practice – Taking Kenting National Park as the Case Study

呂嘉穎/國立高雄師範大學事業經營學研究所，碩士生

摘要

近年來，聯合國 17 項永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)逐漸受到各國重視，反應了國際社會對於環境保護的重視及目標。另一方面，由於民眾的環境保育意識逐漸抬頭，如何使生態保育的價值永續發展，亦為近期國際社會所關注的焦點。也因為如此，本論文主要以墾丁國家公園為例，探討我國在發展旅遊觀光產業的同時，如何將 SDGs 落實於國家公園的保育之中。在研究方法使用上，受限於疫情影響，相關的田野調查及問卷發放等方式，都產生自然且不可控的限制，故整體而言，僅針對相關文獻進行回顧，以及從質性分析的角度，探討現今 SDGs 在國家公園層面中，所面對到的問題，以及可能解決的方案。期能藉由此文之研究，對未來國家公園生態保育及 SDGs 的應用盡一份心力，而達到資源永續發展的長期性目標。

【關鍵詞】 墾丁國家公園、SDGs、生態保育、觀光產業

通訊作者：呂嘉穎，m0227118@gmail.com，高雄市鹽埕區大公路 99 號 2 樓之 3

臺灣慢城之經營與發展—以嘉義大林與苗栗南庄為例

The Management and Development of Citta Slow in Taiwan—The Cases of Dalin and Nanzhuang

胡愈寧/聯合大學文化創意與數位行銷學系，教授

袁鶴齡/中興大學國家政策與公共事務研究所，教授

蔡雅婷/中興大學國家政策與公共事務研究所，碩士生

袁溢谷/義守大學娛樂事業管理學系畢

林佑昇**/法國第九大學企業管理，博士生

摘要

本研究的動機在於大林與南庄都曾是產業發達的小鎮，後來因為交通便利、人口外移，導致傳統文化及產業沒落，而科技日新月異、高樓大廈林立，人們休閒的空間也越來越少，與家人及朋友的關係也漸行漸遠。慢城是為了維護傳統產業與文化，讓人民「吃在地、食當季」，活絡當地產業外，也讓人民體驗傳統文化生活，吃的健康與安心，拉近彼此間的距離。因此本研究目的在於探討「大林」與「南庄」申請慢城認證之過程、獲取慢城認證後之經營方式及對地方是否產生效益。主要研究問題首先探討「大林」與「南庄」申請國際慢城認證之過程為何？政府是否有協助亦或民間協力？或僅由民間力量推動？第二為「嘉義大林」與「苗栗南庄」目前經營狀況為何？最後探討獲得國際慢城認證是否有助於地方發展？又如何永續發展慢城？研究方法採深度訪談法，訪談對象包含公部門之人員、專家學者與在地慢城推動之業者。研究主要發現大林與南庄兩大慢城不同之處在於：大林當初是由大林鎮公所邀請南華大學協助擬定慢城計畫，並由公所申請國際慢城認證，目前主要以民間慢城發展協會推動慢城宣導，並以行銷當地農特產品及大林小旅行為目的；南庄主要以苗栗縣政府為主導申請與推動慢城宣導，並以行銷觀光、手作體驗等為目的，也因為南庄有政府的大力支持，辦理地方活動也相當多元，讓慢城理念推廣較為順利。透過深度訪談與比較分析後，本研究針對整體慢城推廣提出以下建議：一、強化在地農產品與慢城連結；二、強化在地導覽解說員服務能力；三、政府與民間相互合作，培養慢城共識；四、強調地方文化產業與價值體驗結合；五、減少開發與生態環境破壞。

【關鍵詞】：慢城、大林、南庄、地方行銷、行銷策略

通訊作者：林佑昇，法國第九大學企業管理博士生，Nikekingdom@gmail.com

國中生對秋紅谷景觀生態公園之地方依附、環境態度、環境行為與幸福感的相關性研究

許惠晴/國立臺中教育大學科學教育與應用學系，碩士生

靳知勤*/國立臺中教育大學科學教育與應用學系，特聘教授

摘要

隨著人們環保意識的增強，兼具方便、可及性與環境綠化的公園成為城市重要的建設，而人與地方互動過程能產生依附感與幸福感，亦與環境態度及環境行為有關。本研究目的為探討國中生對秋紅谷景觀生態公園的地方依附、環境態度、環境行為與幸福感及其相關性。研究採立意抽樣方式，選取秋紅谷景觀生態公園周遭不同距離之三所國中，共回收有效問卷 371 份。結果顯示：不同性別國中生之幸福感達顯著差異，且男生高於女生；不同年級國中生之地方依附達顯著差異，國一與國二學生得分高於國三學生；不同年級國中生之環境行為達顯著差異，國一學生得分高於國三學生；不同程度生態環境議題興趣者地方依附、環境態度、環境行為及幸福感皆達顯著差異；不同造訪經驗者地方依附及幸福感達顯著差異；戶籍是否在現在就讀的學區者之幸福感達顯著差異，且戶籍不在學區者高於戶籍在學區的學生。至於不同父母親職業、父母教育程度與家庭型態學生之地方依附、環境態度、環境行為與幸福感皆未達顯著水準。另外，地方依附、環境態度、環境行為與幸福感各變項間皆有顯著相關，且地方依附正向影響環境態度、環境行為與幸福感，以及環境態度正向影響環境行為。根據研究結果，提出未來科學與環境教育相關領域的實務、教學與研究之建議。

【關鍵詞】 地方依附、環境態度、環境行為、幸福感

通訊作者：靳知勤，chin@mail.ntcu.edu.tw，台中市西區民生路 140 號

分類: 8.觀光、休憩與餐旅產業永續發展相關議題。

登山步道目的地意象、活動涉入與滿意度之關係

The relationship between destination imagery, activity involvement and satisfaction in hiking trails

王志宏/國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學程，教授

柯閔筑/國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學程，研究生

摘要

依據交通部觀光局(2020)將觀光旅遊活動分為自然賞景活動、文化體驗活動、運動型活動、遊樂園活動、美食活動及其他休閒活動等六種,其中自然賞景活動占最高比率(46.3%),而「自然賞景活動」類別中「森林步道健行、登山、露營」亦占一定比率(13.8%),因此,登山健行業已成為國人主要休閒活動之一。臺中市北屯區的大坑風景區由臺中市政府觀光旅遊局(2021)統計,2019 年旅遊人次高達 289 萬,且大坑風景區擁有十二條難度等級不同的登山步道、豐富的自然景觀,及便捷的交通,堪稱「中部陽明山」及「臺中後花園」,深受臺中市民喜愛。

本研究探討登山地點如何塑造出獨特意象,使參與者對其產生目的地意象,進而影響參與者對於登山健行之活動涉入與滿意度之關係,據以建構觀光發展最佳模式,其結果除可協助相關單位理解參與者之認知、態度及經驗,亦可做為相關單位發展觀光之重要參據。目前本研究執行針對登山健行參與者進行問卷調查,透過實證研究了解參與者目的地意象、活動涉入與滿意度的現況,以及不同社經背景變項之登山健行參與者在目的地意象、活動涉入與滿意度的差異情形。

【關鍵字】:登山健行、目的地意象、活動涉入、滿意度

通訊作者:柯閔筑,kestudy2020@gmail.com,臺中市沙鹿區星美五街 35 號

分類:5-觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

探討台灣地區電動共享機車系統之使用意圖

Exploring the Use Intention of the Scooter Sharing Systems in Taiwan

杜宜庭/台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

方進義/台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，教授

摘要

各國近期提倡「永續旅遊」、「生態運輸」等詞彙，目的希望加強共享運輸的規模展，本次研究以探討電動共享機車系統之使用意圖，希望能給予實體改善方針，使用抽樣便利調查法，採用類別變數與李克特五點量表進行測量，本研究共發放 101 份問卷。研究結果顯示在運輸使用狀況及城市運輸使用頻率中，擁有汽車、曾經使用共享機車、走路通勤頻率較高的民眾以及長期使用自用車的人都負向影響共享機車之使用意圖，但在使用公共運輸工具中頻率較高的民眾中卻是正向影響共享機車的使用意圖。

以個人偏好構面中，大多民眾在時間的可控性上及乘坐舒適性，都負向影響共享機車之使用意圖；但卻在使用頻率上以及環保意識上正向影響共享機車之使用意圖。

而在科技使用態度層面，尤其以較年輕之群眾中，喜愛嘗試新 APP 及願意提供帳戶資料在 APP 中的用戶，皆正向影響共享機車之使用意圖。以人口統計變項來說，女性對於共享機車之使用意圖上來得更高，非六都居民對於共享機車之使用意圖是具有負向影響。共享機車為城市科技進步中重要的一環，而以上的研究結果，可以更進一步的提供廠商建議及優化方向，並且在未來行銷戰略上給予更多的貢獻。

【關鍵詞】：永續觀光、共享機車、共享經濟、行為意圖

通訊作者：杜宜庭，acmedoris@gmail.com，台北市大安區和平東路一段 129-1 號 6 樓

分類: 4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊相關議題

自行車觀光參與者於新冠肺炎期間的參與動機與涉入程度 影響之研究

游雅鈴/國立臺灣體育運動大學運動事業管理學系，碩士生(職)

摘要

世界衛生組織(WHO)指出,運動觀光在旅遊業中發展相當地快速,越來越多的遊客在旅遊期間對運動活動感興趣。觀光結合運動不僅帶來有形的經濟效益,也可對舉辦賽事的國家及城市帶來無形資產及培養舉辦賽事所需人才。自行車發展至今已不再是單純通勤運具,而是成為一種生活習慣,加上台灣豐富的天然資源和人文特色,長期必能帶動運動觀光產業的發展。2019 年 12 月出現新型冠狀病毒(COVID-19),短時間內快速變成一場全球流行疾病,威脅著全球經濟與社會安定,觀光產業更是首當其衝,運動觀光、體育賽事相對也受到影響。疫情期間改變了大部份人的生活模式,減少搭乘大眾運輸工具、減少出門的次數,在保持社交距離的原則下,自行車成了最佳通勤與運動方式之一,而且疫情期間多數人渴望健康、放鬆身心,自行車運動自然成為多數人的選擇。本研究採用問卷調查法,探討疫情期間從事自行車觀光之參與者其參與動機、涉入程度和行為意圖間之關係。研究目的為一、探討自行車觀光參與動機與 COVID-19 影響因素。二、探討自行車觀光遊客之涉入程度之因素。三、探討自行車觀光遊客參與動機、涉入程度與行為意圖間之關係。四、探討我國自行車參與者參與自行車觀光,其參與動機、涉入程度與行為意圖是否會因 COVID-19 而產生影響。期望能了解在不同時空背景之下的自行車觀光參與者行為,做為發展自行車運動、自行車觀光之參考依據。

【關鍵詞】:COVID-19、自行車旅遊、旅遊動機、涉入程度

通訊作者:游雅鈴,yaling1122@gmail.com,台中市北區雙十路一段 16 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

不同背景變項台中大坑步道訪客的防疫態度、知覺風險及 行為意圖之探究

A Comparison Research on Epidemic Prevention Attitudes, Perceived Risks, and Behavioral Intentions from Different Backgrounds of Visitors' Perspectives

許瑋舫/國立台灣體育運動大學運動事業管理學系研究所，碩士生

摘要

登山健行活動是一種走入山林、回歸自然的體驗活動,除了可促進心肺功能、增進人際關係,亦可以紓解壓力。本研究旨在探討台中大坑步道訪客不同背景變項和運動行為中,防疫態度、知覺風險及行為意圖的差異比較。本研究針對台中大坑步道訪客,採立意抽樣,並以線上問卷方式收集資料,共計收集 167 份有效樣本,所得資料以 SPSS 20.0 軟體進行描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析。

本研究發現,不同登山時間之大坑步道訪客在防疫態度、知覺風險及行為意圖有差異。其中,登山時間 1-2(含)小時及 2 小時以上之訪客在防疫態度上明顯高於登山時間 1 小時以內之訪客;知覺風險上,女性大坑步道訪客明顯高於男性大坑步道訪客,另外,擁有高中職(含)以下學歷之大坑步道訪客高於大學/專科及研究所(含)以上之訪客。

【關鍵詞】:大坑遊客、防疫態度、知覺風險、行為意圖、COVID-19

通訊作者:許瑋舫,sj2433998@gmail.com,台中市東區復興路五段 175 號 3 樓之 2

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊

居民與非居民登山客的防疫態度、知覺風險及行為意圖之 探究-以大坑步道為例

A Comparison Research on Epidemic Prevention Attitudes, Perceived Risks, and Behavioral Intentions from Different Backgrounds of Visitors' Perspectives

郭瑞龍/國立臺灣體育運動大學運動事業管理學系，碩士生

摘要

登山健行通常指在當日來回的情況下，在較低海拔之山區中進行短距離的登山或走路運動的戶外休閒活動，而登山健行對於腿部肌力、肌耐力及心肺功能有很大的正面效應。本研究旨在探討臺中市與非臺中市之登山客在防疫態度、知覺風險及行為意圖中的關係。參考國內外相關文獻後自編成研究問卷（包含防疫態度三大構面：認知、情感、行為；知覺風險三大構面：身體、心理、社會；單一構面之行為意圖），並以線上問卷平台「Survey Cake」進行立意抽樣之資料蒐集，共收回 167 份有效問卷，並以 SPSS20.0 軟體進行迴歸分析。結果顯示臺中市居民與非居民皆在防疫態度的情感上有顯著正向影響；而知覺風險部分，當地居民在的心理構面上有顯著負向影響，非當地居民則是在身體構面上有顯著負向影響。對大坑步道來說，讓臺中市居民與非臺中市居民感到安心最重要，且對於非臺中市居民，政府應提供更多醫療資訊，因為非臺中市居民可能會擔心在區域移動中染疫。

【關鍵詞】防疫態度、知覺風險、行為意圖、COVID-19、大坑遊客

通訊作者：郭瑞龍，10905101@gm.ntus.tc.edu.tw，臺中市北屯區安順東四街 18 號 7 樓之 2

後同婚時期—臺灣同志青年的休閒參與與身份認同形成的 關係:休閒活動、阻礙與意義

何景華/國立高雄餐旅大學觀光研究所，副教授

陳俊穎/國立高雄餐旅大學觀光研究所，碩士生

摘要

2020 年 5 月,民間組織《彩虹平權大平台》進行了一場線上民調,結果顯示即便 2019 年同志婚姻通過了立法,大眾對於同性伴侶的接受度仍然與異性戀伴侶有很大的落差。

玫瑰少年事件對臺灣性別平等教育的意識抬頭,讓臺灣人開始重視性別教育。到了 2019 年立法院三讀通過《司法院釋字第 748 號解釋施行法》,使得同性伴侶能合法結婚,落實了真正的婚姻平權,然而,同志族群真的被臺灣社會完全接納了嗎?因此本研究想探討後同婚時期,同志青年由於性別取向面臨了那些休閒阻礙,以及休閒活動的參與對其身份認同的影響。希望能補足一些學術上的研究缺口,並且提供未來想投入同志休閒市場的企業,有哪些休閒活動對同志族群是有特殊意義的,而又有什麼是同志族群在意的阻礙,進而提供同志族群安心、舒服的體驗與服務。基於上述的研究背景,本研究欲探討的主題如下:

- 一、後同婚時期,同志青年從事休閒活動時仍會遇到怎樣的休閒阻礙?
- 二、休閒阻礙會如何影響同志的身份認同?
- 三、休閒活動的參與在同志青年的身份認同中扮演什麼樣的角色?

【關鍵字】:後同婚時期、同志休閒、休閒阻礙、身份認同、休閒意義

通訊作者:陳俊穎,50918015@stu.nkuht.edu.tw,台南市安平區建平九街 60 巷 31 弄 3 號
分類:9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

以延伸整合型科技接受模式探討運動場館 APP 的使用意向

陳琦/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

王國欽/國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所，教授

摘要

隨著臺灣民眾對於休閒運動的日益重視，對於運動的硬體設施需求大增，促使運動場館在近年內蓬勃發展。在運動場館興起、以及臺灣的資訊科技與智慧行動裝置發展成熟的背景下，臺灣運動場館業者推出運動場館 APP，做為實體場館之延續，目的在提供便民服務以及拉近運動場館與消費者之間的距離。

本研究旨在探討運動場館消費者對於採用運動場館 APP 之意願，透過學者 Venkatesh 提出之延伸整合型科技接受模式與邀請運動場館背景之專家檢視內容，建構問卷量表。本研究採用問卷調查法，研究對象為具使用「World Gym」、「我的健身工廠」、「智慧運動中心」、「17 fit」等運動場館應用程式之經驗者。透過便利抽樣方式，回收 397 份問卷，其中 380 份為有效問卷。

根據多元迴歸分析結果顯示習慣、享樂動機、績效期望與努力期望對於運動場館 APP 之使用意向具有正向影響，其中以「習慣」對於使用意向的預測力最高。最後依據分析結果，提供實務上的建議，供運動場館 APP 業者作為改善持續參與的參考。

【關鍵詞】:運動場館 APP、延伸整合型科技接受模式

通訊作者:陳琦，chi50733@gmail.com，臺北市大安區和平東路一段 129 之 1 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

海外團體套裝旅遊導遊銷售行為對旅客滿意度之影響-以信任為調節變項

何慧儀/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，副教授

郭彥谷/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，教授

馮貽璽*、林秀莉、李建華、楊惠娟/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，碩士生

摘要

近年來國人出國旅遊風氣盛行,團體套裝旅遊一直是許多遊客出國的首選。雖然自 2020 年初起受到 Covid-19 疫情影響,出國旅遊市場暫時停滯,但可以預期的是後疫情時代,團體套裝旅遊將會逐漸復甦,重新成為旅遊市場的主流。隨著旅遊市場逐漸飽和,旅行業競爭日益激烈,業者無不處心積慮設法壓低團費,以增加對旅客的參團吸引力,但各家旅行社機票、食、宿、交通取得成本差異不大,想要有效壓低團費唯有從其他管道著手,於是所謂購物團形式的旅遊團應運而生。導遊的本務是在食、宿、交通、行程等領團事務發揮專業,如果還要額外承擔銷售任務,讓旅客在出團時願意購買能夠為旅行社帶來收益之商品,且不產生客訴,著實是件不簡單的任務。

爰此,本研究擬探討導遊之銷售行為,是否會對旅客滿意度造成影響,並以旅客對導遊的信任作為調節變項,提出假設 1.導遊銷售行為會對旅客滿意度造成負面影響;假設 2.信任會調節導遊銷售行為與旅客滿意度之間的關係。

研究對象係針對三年內曾參加過國外團體套裝旅遊之遊客,透過便利抽樣方式進行問卷調查,並以 SPSS 統計軟體作為資料分析工具,進行研究假設之驗證。研究結果發現:假設 1.銷售行為對旅客滿意度會產生負面影響,假設不成立;假設 2.信任會調節導遊銷售行為與旅客滿意度之間的關係,假設成立。根據上述結果,本研究提出實務上之管理意涵以及對導遊銷售行為之建議,供相關旅行業者參考。

【關鍵詞】:團體套裝旅遊、導遊銷售行為、旅客滿意度、信任

通訊作者:馮貽璽,yixi0729@gmail.com,新北市新店區民族路 48 巷 9 弄 4 號

分類:3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題。

表演仍需繼續-開放式廚房餐廳廚師之自我呈現動機、社交焦慮與工作投入

The show must go on: Self-presentation motivation , social anxiety and work involvement of the chef of open-kitchen restaurant

王志宏/國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程，教授

廖苡淳^{*}/國立台中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程，研究生

摘要

科技的發展日新月異，技術的研發與運用瞬息萬變，人類的生活方式與消費型態也跟著發生轉變。體驗經濟時代從麥金塔開始，VR(虛擬實境)、AR(實境擴充)的應用，到臺灣各種工作坊、觀光工廠和開放式廚房的餐廳的產生等等，體現出產業界已經認同體驗氛圍係為落實優質服務的手段，提升競爭優勢的方法之一。在學術界，學者們始探討開放式廚房設計餐廳感官體驗與滿意度之探索性研究(駱香妃、王志宏與施又文, 2013)，或是開放式廚房的消防與安全性問題等。基於廚師是餐廳廚房的關鍵人物，其表現對於食物的品質影響甚鉅。但是對於廚師心理層面與行為表現影響之相關研究尚付之闕如。

爰此，本研究希望運用 Goffman(1959)的劇場理論之前/後台概念作為研究基礎，以廚師之自我呈現動機、社交焦慮與工作投入三個構面作為研究架構，輔以 Howl, Dimmock, Whip, & Jackson(2015)之自我呈現動機量表、Mattick & Clarke(1998)之社會互動焦慮量表、Schaufeli、Salanova、González-romá & Bakker (2002)之烏特勒支工作投入量表等作為衡量。擬以滾雪球方式，對不同類型之開放式廚房設計餐廳廚師發放問卷。資料分析擬運用敘述性統計分析、t 檢定等工具，以驗證開放式廚房設計餐廳對於廚師心理與行為影響效果，希冀能為管理者提供管理參考。

【關鍵字】：開放式廚房、自我呈現動機、社交焦慮、工作投入

通訊作者:廖苡淳, BTR109102@gm.ntcu.edu.tw, 臺中市西屯區大弘三街 18 號。

分類:9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

餐飲從業人員工作壓力、情緒勞務對服務自覺的影響 之研究-以台北市、高雄市為例

A Study on the Influence of Work Pressure and Emotional Labor on Service Consciousness of Catering Employees: A Case Study of Taipei City and Kaohsiung City

保里乃玲 義守大學餐旅管理學系，助理教授

梁舒喬 義守大學餐旅管理學系，大學生

陳奕霓 義守大學餐旅管理學系，大學生

謝承祐 義守大學餐旅管理學系，大學生

蔡鳳珍 義守大學餐旅管理學系，大學生

小野美流 義守大學餐旅管理學系，大學生

摘要

餐飲業具有流動性高且工作壓力大的特性,其中包含很多原因,如:面對同儕產生的工作壓力、面對客人的服務壓力等都是造成餐飲從業人員沒能保有工作熱忱及興趣的原因,進而造成餐飲業人員流動性高,導致餐飲企業需要招募新員工及培訓新進員工,不僅造成人事成本增加,同時也將企業的營運成本提高。本研究以台北市及高雄市的餐飲服務人員為研究對象,加入個人背景變相,將探討餐飲從業人員面對組織結構、人際關係、專業能力、情緒管理及表達等因素,影響服務行為及工作滿意度之調查。研究結果得知工作壓力、情緒勞務及服務自覺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,提供餐飲從業人員相關方面參考。

【關鍵詞】:工作壓力、情緒勞務、服務自覺

通訊作者:梁舒喬,wecky88110524@gmail.com,高雄市大樹區學城路一段 1 號

分類: 3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

飯店中秋禮盒包裝設計之研究

The Study on Mid-Autumn Gift Box Packaging Design in Hotel

周勝方 / 銘傳大學餐旅管理學系，教授

呂文旗* / 銘傳大學觀光事業學系，碩士生

摘要

21 世紀烘焙業競爭愈趨激烈，消費者消費能力呈現 M 型化差異，其中飯店中秋月餅禮盒包裝設計更象徵品牌形象之代言，掌握消費者喜好與消費動向，方能在觀光餐飲市場居於領先。因此，本研究經由問卷調查公關企畫、行銷業務以及飯店主管專家意見後，以文獻調查法、模糊德爾菲法與決策實驗室分析法建立中秋月餅禮盒包裝設計評估模式，透過研究結果提供重要包裝設計資料，有助於使經營者能運用關鍵因素間相互作用結果。

為此，在飯店銷售中秋月餅禮盒就其設計概念、視覺色彩、品牌定位、行銷策略等面向進行分析統整，以國內多家知名飯店專家就餐飲創新創業各構面之角度及實務經驗，進行中秋月餅禮盒造型包裝設計之影響因素問卷調查發現，多項影響因素中，市場目標與市場區隔不同，產生營銷成果也顯著不同。

本研究結果建議中秋月餅禮盒包裝設計必須同時推出現代化、有創意、有美感、新鮮度、話題性、故事性、文化性以及社群操作、策略聯盟等技術運用，以提升中秋月餅禮盒價值與價位，滿足需求多元各類消費者青睞，促進烘焙市場獲取最佳效益。

【關鍵詞】：中秋節月餅禮盒、包裝設計、消費者接受度、品牌形象

通訊作者：呂文旗，jacky@mail.mcu.edu.tw，台北市萬華區武成街四巷 16 號 3 樓

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

「科」骨銘心「技」憶猶新-探討互動式科技特性、知覺 價值對行為意圖之影響

Explore the influence of interactive technology characteristics, and perceived values on behavior intention

劉士豪/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

蔡進祥/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

吳守冠/銘傳大學觀光事業學系，學士

許怡帆/銘傳大學觀光事業學系，學士

吳洛妘/銘傳大學觀光事業學系，學士

林欣慧/銘傳大學觀光事業學系，學士

許勝荃/銘傳大學觀光事業學系，學士

摘要

隨著科技的日新月異，虛擬實境和導覽解說 APP 已廣泛應用在不同的旅遊目的地中，而互動式科技之特性是否能夠影響消費者之行為意圖，過去研究尚未完全釐清。本研究欲提出理論架構以知覺價值之中介效果來解釋互動式科技特性對行為意圖之關係。也欲驗證互動式科技產品對上述中介是否具顯著的調節效果。本研究回顧互動式科技特性、互動式科技類型、知覺價值、行為意圖等相關研究，藉以建構理論架構及研究假說。本研究選定在人潮眾多的台北車站進行施測，在台北車站南 3 門，採用系統抽樣，並蒐集 449 份有效樣本。本研究以問卷調查法進行資料蒐集，並利用結構方程式與拔靴間接效果檢定進行資料分析。研究發現知覺價值確實在互動式科技特性和行為意圖兩面向間扮演中介變數之角色。且驗證了互動式科技類型在調節上述中介具顯著效果。最後，本研究根據研究發現說明其管理意涵及對未來研究提共相關建議。

【關鍵字】互動式科技特性、互動式科技類型、知覺價值、行為意圖

通訊作者：吳守冠，b0936640602@gmail.com，台北市內湖區民權東路六段 324 號 12 樓。

分類:4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊相關議題。

如何提升餐廳視障者服務品質—

應用 Kano 模式分析

The study of improving the service quality of the restaurant for the visually impaired-A kano model approach

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，教授

楊曉翎、陳新旺、姚辰諭、潘聖卉、許正翰、邱睿婕

/銘傳大學餐旅管理學系，學士

摘要

本研究主要以台灣視障者為研究對象，探討視障者對於國內餐廳之餐飲服務需求，本研究採用訪談及服務品質問卷調查法進行資料蒐集，本研究應用 Kano 二維品質模式進行分析，驗證視障者屬性差異對於餐飲服務模式的影響。期盼本研究之研究結果可提供政府餐飲產業政策規劃、經營分析與未來無障礙餐廳建立之參考。

【關鍵字】視障者、視障者友善餐廳、用餐體驗、服務品質、Kano 二維模式分析
通訊作者:楊曉翎, charlene890402@gmail.com, 新北市土城區學府路一段 32 巷 3 號

從『森林浴』到『森林癒』： 旅遊目的地環境『療癒品質』之差異、影像或 VR 等行銷 模式之影響研究

From forest bath to restorative forest: Observing the difference of restorative quality among destinations, and the effects of images or VR on destination marketing

林莉萍/銘傳大學休閒遊憩管理學系，副教授

林祐亘、邱育潔、朱玉萱、何芷莘、垣花夏、蔡廷祐/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

都市擁擠，人們不免會選擇遠離都市到森林或近大自然的地點從事休閒活動，特別是疫情期和後疫情時代，這是一種紓壓和困境後的放鬆需求日增(例如:2020 年報復性旅遊的案例即可印證)，在眾多休閒旅遊領域中森林的『療癒』效果和價值更應該被重新詮釋與重視，此外，當這類具有『療癒』價值的旅遊目的地在期望和吸引民眾前往親自體驗的過程，善用有效的行銷工具更是旅遊目的地經營者所關切，從傳統的文字照片到 youtube 影片，再到具有沉浸和想像效果的 VR 影片(甚至 VR 旅遊)，行銷體驗模式將會是未來吸引人民走向山林尋求療癒的重要工具。

本研究融入這些重要的時代背景和影響因子，建構研究模型和假設，透過資料收集和驗證，提出對森林與其他旅遊目的地療癒特質的差異比較，強化森林療癒的相關理論。其中研究結果顯示，VR 可以發揮與現場體驗相似的效果，且實際實境感十足的 VR 體驗和生動介紹文字的緩慢閱讀中，一樣能打動人們雖未在現場但被觸動的感受。

【關鍵詞】：森林浴、虛擬實境(VR)、療癒品質、目的地意象、忠誠度

通訊作者：邱育潔，stacy323apple89@yahoo.com.tw，桃園市平鎮區廣東路 87 巷 12 號

分類:4. 觀光、休憩與餐旅產業與智慧旅遊相關議題。

社區永續觀光，是口號還是承諾？探討以社區為基礎推動

島嶼觀光產業之過程與成效—以金門縣烈嶼鄉為例

Is Community Sustainable Tourism a slogan or a promise? The Process and Effectiveness of Community-Based Promotion of Island Tourism Industry: A Case Study of Lieyu Township, Kinmen County

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

李羿萱、李婉愉、施采彤、林彥廷、簡采緹、上田怜奈/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

島嶼觀光長期為臺灣發展觀光旅遊中的重要項目，金門縣烈嶼鄉有著豐富的戰地觀光資源與自然環境等獨特觀光要素。烈嶼鄉近年來所制定的政策均朝向觀光產業發展前進。本研究發現以社區為基礎的觀光(Community Based Tourism, CBT)常被運用在社區發展與觀光研究，而其目標為創造更具永續旅遊之產業。本研究將以社區基礎觀光(CBT)為起點，探討將烈嶼鄉結合社區觀光及永續之成效。本研究採質性研究，透過半結構式訪談進行內容分析，研究對象涵蓋烈嶼鄉三大行政村，以了解烈嶼鄉觀光發展，針對個案進行研究，紀錄社區觀光發展歷程、觀光組織架構和運作模式，藉此剖析現況及影響。根據研究結果顯示烈嶼鄉推動社區島嶼觀光主要透過社區結合當地資源發展，居民對於推動觀光表示支持，目前處於整合時期，相當具有發展潛力。

【關鍵詞】島嶼觀光、社區、社區基礎觀光、永續觀光、烈嶼鄉

通訊作者：李羿萱，crystalhsuan8919@gmail.com，桃園市龜山區明德路 350 號 220 室

守住滇緬的味道與孤軍故事－魅力金三角美食文化旅遊桌 遊設計與應用

Designing and Application of a Food Culture and History Based Board Game for Tourism Destination Marketing of Taoyuan Longgang

林青蓉/銘傳大學觀光事業學系，教授
李忻晴/銘傳大學觀光事業學系，學士生
伍綺晴/銘傳大學觀光事業學系，學士生
李姿萱/銘傳大學觀光事業學系，學士生
楊韻恩/銘傳大學觀光事業學系，學士生
久保千珠/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

近年來,旅遊類桌遊成為目的地行銷的一種新型態文化創意工具,透過將景點、美食、風俗、歷史等文化特色融入具有趣味性的遊戲中,使桌遊玩家可以進入模擬的主題故事背景,貼近旅遊體驗的真實性,深化對地方文化特色的認識與記憶,進而刺激旅遊動機,達成行銷地方觀光的效果。本研究針對具有文化熔爐特質的桃園龍岡地區「魅力金三角商圈」,運用當地多元族裔美食地景為主題,以滇緬泰孤軍歷史、民俗文化、族群遷徙及移民發展故事為素材,設計創作出一套「魅力金三角美食文化旅遊」桌遊。

本研究整合文獻分析、田野調查及焦點訪談所收集之資料,建構桌遊的故事背景與遊戲元素;運用「ADDIE 設計原理」與「桌遊設計循環模型」之行動研究法,設計並反覆測試、修正以完成桌遊原型創作;最後評估遊戲玩家對桌遊娛樂性、學習性與觀光行銷功能的意見與回饋。研究成果顯示:(一) 從美食出發挖掘地方文化符碼,有助於形塑「魅力金三角商圈」獨特的旅遊意象,進行目的地行銷;(二) 將龍岡豐富的美食文化、孤軍歷史與多元族群素材融入旅遊類桌遊設計,可以成為刺激旅遊動機的故事行銷工具;(三) 本研究創作之桌遊跳脫旅遊類桌遊常見的「點對點移動」僵硬框架,能夠創造遊戲規則的趣味性及策略應用彈性,適合不同族群玩家的遊戲習性;(四) 商圈代表測試及龍岡國中推廣回饋正向,呈現本研究創作之桌遊,具有後續園區遊客體驗及學校鄉土教育應用潛力。

【關鍵詞】:桃園龍岡、飲食文化、故事行銷、地方觀光、忠貞新村

通訊作者:李忻晴,lyc000727@gmail.com,桃園市龜山區德明路 89 巷 13 號 4 樓-2

分類:6. 觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。(科技部大專生專題)

探新型冠狀病毒肺炎時期防疫旅館住宿體驗、滿意度與正向電子口碑意願關係之研究

A research of accommodation experience, customer satisfaction and positive eWOM intention in epidemic prevention hotels during the period of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)

蘇靖淑,銘傳大學餐旅管理學系,副教授

王韋婷、尤鈺珮、江欣潔、林思嫻、曾思嘉/銘傳大學餐旅管理學系,大學生

摘要

新型冠狀病毒肺炎(簡稱「新冠肺炎」)(Coronavirus Disease 2019; COVID-19)疫情在 2020 年已經擴大至全球大流行,至 2020 年 12 月全球染疫人數已經超過 7,000 萬人,對於人類生命的威脅相當巨大,且至今仍尚未停歇。針對新冠肺炎,「隔離」是目前最主要的手段;其中,旅客在旅館進行隔離的方式,以提供無法居家隔離的旅客或民眾的需求,防疫旅館(epidemic prevention hotel)則因應而生。針對新興的防疫旅館,顧客的住宿體驗及滿意度如何?其對於消費者提出正向 eWOM 的影響又為何?皆是本研究之主要研究問題。因此,本研究將採量化研究取向,以在新型冠狀肺炎流行時期,曾住宿過台灣防疫旅館之消費者為研究對象。本研究運用問卷調查方式進行資料蒐集,共發出 357 份問卷,網路問卷為 287 份,實體問卷為 70 份,扣除無效問卷 78 份,實得有效問卷為 279 份,回收率為 78%。本研究針對所收集之樣本資料進行統計分析,運用之統計分析方法包括敘述性分析、次數分析、信度分析、單因子變異數分析、迴歸係數分析等方法。研究結果顯示防疫旅館住宿體驗會顯著正向影響顧客滿意度、防疫旅館顧客滿意度會顯著正向影響顧客正向的 eWOM 動機、防疫旅館住宿體驗會顯著正向影響顧客正向的 eWOM 動機。最後顧客滿意度之中介效果得到驗證。根據結論與建議,本研究提出對於防疫旅館業者實務上及研究限制與未來研究方向之建議。

【關鍵詞】 新冠肺炎、防疫旅館、住宿體驗、滿意度、電子口碑、eWOM

通訊作者:王韋婷, www.wei0112@gmail.com, 桃園市龜山區明德路 241 號 A225

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

用療癒來面對疫情:疫情時代下都市恢復性環境的轉變與 地方依戀、環境復癒知覺影響之研究

羅健文/銘傳大學休閒遊憩管理學系，副教授

林羿安、龔鈺雯、廖慧君、劉左傳、江明書、洪子清/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

近年來急速的都市化與快速的生活步調,導致都市人們遭受急性和慢性壓力與身心健康破壞,然而都市內某些場域與環境的設置不僅有助於提升生活品質並構成了相互依戀的關係,而且還提供精神恢復的機會,使得近年來恢復性環境越來越受到重視。然而,勢逢西元 2020 年新冠肺炎 COVID-19 疫情之衝擊,尤其在疫情時代下以都市型恢復性環境相對受到制約,例如各種場館、展覽需要的實聯制入場登記、量體溫、戴口罩,都變成了現今出入都市型場域不可或缺的步驟,種種的限制都是值得探究的議題。

本研究分析後發現,恢復性環境對於環境復癒知覺在疫情前有顯著影響關係,但在疫情後而無影響關係;恢復性環境對於地方依戀在疫情前與疫情後皆有顯著影響關係;恢復性環境對於焦慮程度在疫情前有顯著影響關係,但在疫情後無影響關係;地方依戀對於環境復癒知覺在疫情前後皆有顯著影響關係;焦慮程度對於環境復癒知覺在疫情前後皆有顯著影響關係;焦慮程度對於地方依戀在疫情前後皆有顯著影響關係。經研究發現,恢復性環境的選擇會受到疫情的影響而有所改變,原本選擇室內場域的遊客會傾向於選擇室外場域,由此可知,相關部門日後能對於更多的室內場域提出更多防護對應的措施及政策,提高遊客選擇室內場域的意願。

【關鍵字】恢復性環境、地方依戀、焦慮程度、環境復癒知覺、結構方程模型

通訊作者:林羿安,07180436@me.mcu.edu.tw,新竹市東區光復路一段 544 巷 40 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

當旅遊遇上遊戲:旅遊遊戲化對遊客旅遊動機、阻礙與體驗價值之研究

When travel meets games: A study of gamified trip on tourists' travel motivation, travel constraint and experience value

羅健文/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，博士
謝宜蓁*/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生
林均蓉/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生
吳芝佳/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生
周家瑜/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生
陳薇年/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生
范姜毅/銘傳大學休閒與遊憩管理學系，大學生

摘要

近年來科技發展進步,新型態旅遊蓬勃發展,面對旅遊趨勢的改變,旅遊業者也將改變既有的產品來因應旅遊趨勢發展的變化,將遊戲融入旅遊當中,透過沈浸式體驗(Immersive experience)讓遊客做更深度的旅遊,同時也可以學習到當地的人文特色。然而,儘管旅遊目的地已經積極設計了遊戲化(Gamification)應用程序,但有關此主題的研究仍處於早期階段,何謂旅遊遊戲化(Gamified trip)?誰想參加遊戲化旅行,人格特質(Personal characteristics)是否應影響遊戲化旅行的參與?旅遊遊戲化對遊客旅遊動機(Travel motivation)或旅遊阻礙(Travel constraint)為何?旅遊遊戲化體驗後是否能提升體驗價值(Experience value)?使遊客更融入旅遊過程與了解旅遊目的地的特色,並擁有難忘的經歷。

本研究探討旅遊遊戲化對遊客旅遊動機、旅遊阻礙與體驗價值之關係,透過民眾問卷進行結構方程模式(Structural Equation Modeling, SEM)之量化研究,並具據此作為相關單位與旅遊目的地進行旅遊遊戲化設計之參考。本研究共回收了 385 份有效問卷,透過結構方程式驗證發現,旅遊遊戲化對旅遊動機會有正向顯著的影響、旅遊動機對於體驗價值會有正向顯著之影響、人格特質在旅遊動機對體驗價值間具有中介效果。因此建議旅遊業者在設計活動的過程中,可根據不同的人格特質之特性,設計出不同遊戲內容,提高遊客參與旅遊遊戲化的意願。

【關鍵字】旅遊遊戲化、人格特質、旅遊動機、旅遊阻礙、體驗價值

有一種陪伴叫閨密？依附關係對情緒調節、休閒體驗與幸福感之研究-以閨密旅遊為例

There is a kind of companionship called a bestie? A study of attachment relationship on emotion regulation, leisure experience and well-being: A case study of bestie tourism

羅健文、呂怡艷/銘傳大學休閒遊憩管理學系，博士

張芷綺*、劉以昕、吳俊逸、徐健豪、郭家誠、利柏郁/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

隨著近年來社會壓力提升及經濟的成長，人們會利用旅遊來抒解身心壓力，並藉由朋友的陪伴創造的無價的回憶。依附關係中親近的朋友是一個重要的角色，可以提供在需要時是可得到的(available)、對自己的需求是敏感(sensitive)、對自己是支持的(supportive)；如此一來，讓人們能夠應付壓力情境、維持自尊(self-esteem)、維持情緒穩定(emotional stability)、建立相互滿意的關係。然而，目前對於閨密(親近朋友)的相關研究鮮少被提出探討，是否能藉由閨密旅遊進行情緒調節並達到身心放鬆效果？是否能提升休閒體驗以及幸福感？亟需深入進行探討。是故，本研究透過閨密旅遊，探討依附關係對情緒調節、休閒體驗與幸福感之關係，並藉此作為旅遊規劃與設計之參考依據。

本研究透過最小平方法結構方程式(Partial Least Squares SEM, PLS-SEM)分析後發現，閨密旅遊中「依附關係對於情緒調節是有顯著性的影響」、「依附關係對於休閒體驗是有顯著性的影響」、「情緒調節對於幸福感是有顯著性的影響」、「休閒體驗對於幸福感是有顯著性的影響」，故建議旅遊相關產業可透過增加閨密旅遊或類似特定行程，來提升各旅行同業之客源拓展及觀光發展之可能性。

【關鍵字】閨密旅遊、依附關係、情緒調節、休閒體驗、幸福感

邁向後疫情時代旅遊目的地之永續發展研究:旅遊目的地『韌性』對遊客心理『韌性』之影響

林莉萍/銘傳大學休閒遊憩管理學系，教授
饒宸萱/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生
林子婷/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生
林筱庭/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生
張采寧/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生
劉芷廷/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生
仲國睿/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

2020 年 COVID-19 的延燒,全世界面臨了近年來最大危機,不僅影響許多企業外,也影響了許多想出國放鬆身心靈的人,疫情使人類社交生活和旅遊經濟面臨到前所未有的寒冬,旅遊目的地組織能夠因應衝擊並妥善處理、進而能促成蛻變轉型,我們稱之為『韌性』旅遊目的地社區,根據文獻回顧結果,本研究試圖彌補研究上的缺口,將目的地『韌性』與遊客從疫情後的休閒旅遊中強化的心理『韌性』間的關聯性予以分析,並且透過分析四個不同研究區之『療癒』特質和過度『擁擠』感知 (i.e.,社會承载力)之差別、進而了解他們如何正面鼓勵的遊客的心理『韌性』。本研究的目的是透過上述研究議題和假設驗證,了解上述環境因素如何與旅遊目的地及遊客的『韌性』間之關聯性,進而強化旅遊研究中的『韌性』理論,並促進研究發現在實務應用的可能性,以貢獻於後疫情時代的旅遊振興和旅遊社區永續發展。

【關鍵字】:永續旅遊、休閒療癒環境、社會承载力、訪客韌性感知

通訊作者:饒宸萱, ffly267zoo@gmail.com, 苗栗縣苗栗市福星里 28 鄰福星 77-30 號

分類:5.觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題。

新舊之間：水族館目的地意象、品牌價值與重遊意願關係之探討

Between New and Old Aquariums: The Relationships among Destination Image, Brand Value and Willingness to Revisit

古璧慎/銘傳大學觀光事業學系，副教授

徐儷恩/銘傳大學觀光事業學系，大學生

林亮宇、許詠欣、陳慶佳、廖志剛/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

隨著國際市場的日漸開放及蓬勃發展，國際觀光企業插旗各國發展已是常態。近年在日本本土發展相當成功的水族館品牌 Xpark 也在 2020 年 8 月插旗桃園青埔，受到國人之歡迎，也不禁令人將其與台灣本土海生館做一比較。因此，本研究旨在探討水族館目的地意象對目的地品牌價值及重遊意願的影響，同時討論水屬館屬性(日本 Xpark 都會型水生公園與台灣國立屏東海生館寓教於樂型)之調節效果。本研究針對 Xpark 及國立屏東海洋生物博物館的遊客進行問卷調查，共計有效問卷 666 份。研究結果顯示，水族館之目的地意象與品牌價值皆對重遊意願具有顯著影響力；然而水族館屬性僅在目的地意象對目的地品牌價值之間產生調節作用。顯示遊客更重視旅遊目的地之目的地意象及品牌價值的營造，觀光業者唯有提高自身品牌形象及價值才能創造更高的重遊意願。最後，本研究亦提出該研究限制與未來研究方向之建議，研究所得結果將有助於水族館調整、品牌化意象與特色，促使遊客從中體驗並獲得物有所值之感，進而提升再訪意願。

【關鍵字】目的地意象、目的地品牌價值、重遊意願、水族館

通訊作者：徐儷恩，hsu.leann87@gmail.com，桃園市中壢區合圳北路二段 331 巷 40 號

分類: 9. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

商務飯店取暖設施使用環保衍生燃料可行性分析

—以燃煤鍋爐為例

Feasibility Study of Using Refuse Derived Fuel in Hotel

Heating Equipment

- Take a coal-fired boiler as an example

陳國維/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

王崇欽/世新大學行政管理學系，碩士生

張莉娟/世新大學行政管理學系，碩士生

陳俊維*/銘傳大學公共事務學系，碩士生

摘要

中國能源供應不穩定乃是長久以來的問題，但中國的能源產業長期處於高度污染亦是不爭的事實。2021年第四季隨著疫情稍微降溫，觀光餐旅產業也稍稍得到復甦，但隨之冬季的到來，中國多省份進入用電荒，使酒店的空調設備無法正常使用對於營運帶來嚴重的衝擊。本研究製成之衍生燃料應用於熱水燃煤鍋爐獲取暖設備鍋爐當中作為褐煤或亞煙煤之替代燃料，其衍生燃料物理化學性質趨近於亞煙煤，在燃燒特性上表現優於亞煙煤，且空氣污染排放方面表現相當優異。SO_x的污染排放從 195 mg/m³降低到 10mg/m³以下、在粒狀污染物排放也有顯著的降低。因此熱水燃煤鍋爐使用本研究之衍生燃料做為替代燃料使用，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煤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、衍生燃料、碳黑、綠色飯店

通訊作者：陳俊維，vip820324@gmail.com，新北市三重區龍濱路 219 巷 43 號

鮭魚生態永續的可能性探究

Salmon Ecologically Sustainable Benefits

郭沛衡*/耕莘健康管理專科學校嬰幼兒保育科，兼任講師、國立政治大學教育學系，博士生

摘要

每年6月底開始，來自白令海的鮭魚迴游進入阿拉斯加，吸引棕熊聚集享用此一盛宴。鮭魚為深海魚類，富含 omega-3 脂肪酸，能降血壓，也可降低血液中三酸甘油酯濃度，運動員軟組織損傷時，建議可多攝取鮭魚等食物，以利軟組織修復。

台灣鮭魚（或稱櫻花鉤吻鮭）珍貴且數量稀少，保守計算，一年對台灣鮭魚之願付價值至少有 11.75 億元。各種保護復育行動，或是收回土地來造林保護鮭魚以發展生態旅遊，都很值得進行。

鮭魚不僅僅餵養人類，牠們在迴游的途中是熊、狼、老鷹等動物的食物，為了能持續吃到鮭魚，更要重視永續海鮮消費行動。

「優秀的餐飲業案例」作為鷹架學習，有助於學生實踐永續海鮮消費行動，目前已有「全民挑海鮮」、「臺灣海鮮選擇指南」及「永續年夜飯」等活動，永續海鮮消費背後所需的利環境行為與利他行為皆是相輔相成。記錄本身的觀察、經驗及辨明問題的前因後果，以永續的思考及環境責任感，來嘗試解決問題，並將學習成果能運用於生活中。目前綠色和平、永續基金會等有持續關注此議題，希望能達成聯合國「全球永續發展目標」(SDGs) 的第 14 項「保護及維護海洋生態」，讓鮭魚能永續生存下去。

【關鍵詞】：永續發展、鮭魚、環境責任

通訊作者：郭沛衡，peincu@gmail.com，新北市永和區保福路二段 146 號 4 樓

分類：8. 觀光、休憩與餐旅產業永續發展相關議題。

國際旅遊競爭力指標與東協基礎設施之關係

The Relationship between the International Tourism Competitiveness Index and the Favorable Environment of ASEAN Tourism Policy

黃穎欣/國立臺灣師範大學 運動休閒與餐旅管理研究所，碩士生

李晶/國立臺灣師範大學 運動休閒與餐旅管理研究所，教授

摘要

2018 年，旅遊產業已佔全球經濟 GDP 的 10.4% (Travel and Tourism, T&T; World Economic Forum, WEF)，發展永續觀光維持國家的國際競爭力為大家所重視。《旅遊業競爭力報告和指數》由世界經濟論壇每兩年發布一次,比較 140 個經濟體的競爭力，並為求使旅遊業(T&T)部門實現可持續發展的一系列因素和政策。東協在 2017 時經濟體(GDP)已達到約 2.72 兆美元，與英國、法國經濟規模相當。2015 年東協觀光產值達 301.8 億美元，占 GDP12.4%,高於全球平均 9.8%。在 2015 東協統計年報中，2004 年觀光人次為 4908 萬，2014 年增長為 1 億 508 萬人次，年均複合成長率達 8%。因此，本研究以東協十一國之基礎設施為研究目標，透過分析相關文獻，競爭力報告之數據，以及皮爾森積差相關，及典型相關分析。探討旅遊政策與指標之關係。

研究結果顯示，在基礎設施方面，各國較重視之政策為旅遊服務基礎設施，其次為地面和港口基礎設施，最後才是航空基礎設施。

【關鍵詞】：航空設施、公共交通、港口設施、旅遊設施

通訊作者：黃穎欣，xyz00853@hotmail.com，台北市文山區汀州路 88 號學七舍 702

分類: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

台中自然景觀休閒度假民宿產品銷售市場定位之研究

A Study on the Sales Market Positioning of Taichung

Natural Landscape Leisure Holiday Homestay Products

梁慧中*/明新科技大學旅館管理與廚藝創意系，助理教授

王怡琳、周家瑩、張蕙嫻、莊念容/明新科技大學旅館管理與廚藝創意系，日四技大學生

摘要

隨著民宿的興起，不僅讓旅客出門遊玩時，多了一項住宿方面的選擇，同時也能體驗到當地自然景觀和文化的美。然而 2019 年新冠病毒的爆發，直接影響到全世界的觀光移動，旅客受到移動便利上大大限制，無法自在的住宿與消費。這讓許多旅宿業者頭痛不以，直至目前，即使疫情情況趨緩，它造成的觀光收入傷害依舊在。本研究為探討臺中地區休閒度假民宿的市場定位與經營，以及在疫情之下的民宿產業未來發展的走向。臺中意即「台灣之中央」，地形以盆地為主，南北環境舒適宜人，群山環繞，腹地也有許多果園，因此發展出與大自然相關之特色民宿與活動，本團隊透過深度訪談，認識到一群喜愛臺中這片土地，且與大自然共生共存的民宿業者。他們透過自宅經營民宿與觀光活動，不僅讓旅客體驗當地生活，同時也向他們傳達自身的熱情與真誠，期許停留此地的旅人們不只享受到臺中的「自然美」，也能讓身心靈好好地放鬆下來，感受這間民宿帶來的溫暖。然而，2021 年 5 月，全台再度爆發三級警戒，疫情的大爆發，在人心惶惶的時期，這些旅宿業者們受到很大的挫折與困難。即使如此，他們依舊保持著自身的理念，期待未來能再次與各地的旅人們相遇。本研究結果顯示，推動遊客前往台中民宿住宿的目的地為個人內在喜愛大自然、喜歡山林、運動及業者吸引力等主要因素；而吸引遊客台中地區之動機則為綠色自然景觀、經營者的吸引力、民宿設施等要素。

【關鍵詞】：台中特色民宿、顧客忠誠度、顧客滿意度、疫情之下的民宿走向

通訊作者：梁慧中，nicoleliang@must.edu.tw，新竹縣新豐鄉 304 新興路 1 號

博物館面對 COVID-19 之行銷策略研究—從歐洲博物館觀光行銷談起

李威霆/國立聯合大學文化創意與數位行銷學系，副教授

李筑軒*/國立聯合大學文化創意與數位行銷學系，助理教授

賴憬霖/國立聯合大學文化創意與數位行銷學系，學生

摘要

歐美等各國的博物館，為維持營收陷入苦思，已成常態，根據國際博物館協會（International Council of Museums, ICOM）在 2020 年進行的兩次調查報告指出，全球超過 90% 以上的博物館面臨了暫時性及永久性關閉。新冠疫情的陰霾更持續雪上加霜，尤其在策展與觀光上，同時也抑制觀眾湧入藝文博物館的可能。那麼，面對未來，如何打動觀眾與觀光客，藝文博物館如何能夠提出即時的因應？如何以創新行銷思維為博物館開展觀眾？本研究透過文獻分析歐洲之因應策略與二手統計資料分析，梳理英國、荷蘭、澳洲等地的博物館，探討其行銷戰略與戰術以及在疫情之下博物館數位化趨勢的加速，最後輔之以訪談博物館文創行銷之專家與學者，研究結果發現五大重點：(1)線上資源：實體館關閉之際，相關的活動和服務移轉到了線上，博物館開始提供更多線上的資源供全球觀眾使用。「數位化」將成為後疫情時代的「新常態」(New Normal)(2)管理者—突顯溝通協調能力。(3)數位策展—提升文化公民權、文化參與。(4)數位行銷—強化博物館與觀眾的連結。(5)後疫情時代—博物館定位及空間運用的再思考。

【關鍵字】：博物館行銷、觀光資源、新冠肺炎(COVID-19)、新型態授權、新市場開發

¹ 李威霆、國立聯合大學文化創意與數位行銷學系副教授兼主任

¹ 李筑軒*、國立聯合大學文化創意與數位行銷學系助理教授 hsuan6389@nuu.edu.tw.

¹ 賴憬霖、國立聯合大學文化創意與數位行銷學系

國內親子城際觀光旅運需求及親子友善運輸之探討

A Study of Parent-Child Intercity Travel Demand and Friendly Transportation in Taiwan

陳威勳/交通部運輸研究所運輸計畫組，助理研究員

劉奕廷/交通部運輸研究所運輸計畫組，研究助理

摘要

隨著全球新冠疫情的爆發，國外旅遊比例大幅的下降，政府及觀光旅遊業者轉而投入大量心力推動國內觀光復甦，而國人在出遊同伴的選擇中，仍以凝聚家庭感情的親子及家族旅遊為主。然而，過往對於運輸需求的相關研究主要偏重於身體發展較成熟的、具有獨立思考能力的一般成人，鮮少有針對親子族群的旅運需求行為進行相關研究。爰此，本研究蒐集國內外親子旅運需求及友善運輸之文獻及案例，探討國內親子城際觀光旅次特性及旅運行為，瞭解親子族群的旅運行為影響因子及服務設施改善建議。研究結果發現，親子族群為了滿足休閒旅遊的目的，每年會利用至少 1 至 2 次週末或國定連假期間，前往不同的旅次吸引點，參與這些外出活動主要仍以私人運具為主，而公共運具則較常使用於長距離的城際旅遊活動，但多因為孩童專用設施不足、嬰兒車進出及放置不便等問題，公共運具使用的比率普遍較低。因此，本研究亦針對各項公共運具及服務提出改善建議，以做為國內運輸部門推動親子友善運輸及觀光策略之應用。

【關鍵詞】：親子旅運需求、城際旅遊、友善運輸設施

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：8. 觀光、休憩與餐旅產業永續發展相關議題。

地方產業文化觀光研究-以十鼓仁糖文創園區為例

楊中齊/國立高雄餐旅大學觀光研究所，碩士生

摘要

一個地區可以透過文化來讓遊客認識它,文化產業亦能帶動地區的活化。文化產業的附加價值越高,經濟產值越高。因此,文化創意產業成為近年產業轉型或發展的趨勢(彭千娟,2017)。《挑戰 2008:國家發展重點計畫》、《創意臺灣—文化創意產業發展方案》、《文化創意產業發展法》加上文化部建立五大文創園區。這些舉動讓臺灣國內文創產業蓬勃發展,但近幾年新冠肺炎疫情影響,文創產業受到大量衝擊;隨著疫情趨緩,如何重新讓文創產業復甦及吸引更多遊客也是一個重要課題。

在臺南,十鼓仁糖文創園區算是臺灣第一座鼓樂文創園區:2007 年成為臺南藝文新地標。透過之前造訪的經驗,十鼓仁糖文創園區腹地大,但有些設施動線和指標不清。門票、餐食大致上都偏貴,園區相關知識介紹也沒有這麼詳細,讓想體驗文化旅遊的旅客徒留遺憾。遺憾的是,大部分台南市民對文創也興致缺缺。要如何在疫情下將十鼓仁糖文創園區行銷出去給所有台南人或是外地旅客也是一個蠻大的課題。

本研究將會使用觀察法、深度訪談、商業模式分析來探討十鼓仁糖文創園區。或許透過這三種研究方法幫助十鼓吸引更多的遊客。預期本研究結果能提供給上位機關制定政策上能更順利,也期望十鼓能增加地區文化能見度。

【關鍵字】：地方產業、文化觀光、十鼓仁糖文創園區

通訊作者:楊中齊, yangchongchi@gmail.com,臺南市東區仁東街 115 號

分類:6.觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題

桃園龍岡地區發展綠色旅遊的 SWOT 分析與建議

SWOT Analysis and Suggestions for Developing Green Tourism in Longgang Area of Taoyuan

郭甘露*/陸軍專科學校通識教育中心，講師

楊靜怡/陸軍專科學校通識教育中心，助理教授

唐志偉/陸軍專科學校通識教育中心，副教授

摘要

「綠色旅遊」是結合環保低碳精神和永續觀念的體驗遊程，以提升當地社會文化與經濟利益的旅遊方式。桃園龍岡地區從 1950 年代政府為泰緬孤軍在此建立眷村安置後，軍眷引進滇泰緬文化與飲食，創造此區域人文的特殊性；近年政府在此作眷村改建與增建許多新公共設施與場館，企圖以環保與創新的理念，改變之前老舊眷村的形象。本文研究動機是探索桃園龍岡地區在公共場館與景點設施的建設與環保做為，發展綠色旅遊的可能性，並予以建議。研究方法以 SWOT 模式探討其內部的條件優劣勢與外在環境的機會與威脅。研究發現：龍岡景點設施的環保作為，例如使用太陽能與雨水儲留回收系統，設立空氣品質淨化休閒綠地，取得綠建築標章…等，結合地方滇緬泰文史餐飲、當地傳統客家人文意象，與眷村文化園區的整建與文化創意，以觀光振興產業與經濟的方式，很有發展綠色旅遊的條件。結論建議：成立官方旅遊中心與網頁行銷與規劃，推廣綠能觀光巴士，以教育活動推廣文化與環境結合的行銷；並設綠色餐廳與環保旅店；在多元節慶與活動中加入環保意識；增加健康步道、自行車道與新建的龍岡體育園區，以運動觀光帶動養生保健；讓當地文化與環境永續發展，同時增進經濟產值，可成為地方發展綠色旅遊的典範。

【關鍵詞】：龍岡、綠色旅遊、SWOT 分析、綠建築、滇泰緬文化

通訊作者：郭甘露，aa0956056327@gmail.com，桃園市中壢區龍東路 750 號 陸軍專科學校

分類: 5.觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題。

茶產業的競爭與發展——以關西錦泰茶廠為例

Competition and Development of Tea Industry - Taking KingTai Tea Factory as an Example

黎淑慧/明新科技大學通識教育中心，副教授

摘要

台灣的茶葉在過去發展興旺，然而現在卻抵不過國外低價格的茶葉以及咖啡作為競爭者，由於地緣關係，中國大陸與東南亞國家相繼投入製造茶葉銷售，成為台灣的競爭對象，台灣加入世界貿易組織(WTO)後，已成為台灣茶業的銷售壓力。從國內消費茶葉的市場觀察，越南為我國茶葉之最大進口國，102年以前占茶葉進口值比重逾半數，之後因加強農藥殘留管制措施，部分轉移自進口斯里蘭卡和日本等國的茶葉；我國茶葉外銷市場以中國大陸及美國為主，其餘國家較為分散。此外，我國茶葉生產方面又受到氣候變遷加劇、農業人口老化及缺乏環境永續生產等挑戰，因此生產和供給的成本也跟著增加。在平民茶農居多的產業結構下，種種不利因素威脅打擊到台灣本土茶葉。當台灣茶園面積縮小及種茶人的減少、年輕人不願意接手等問題，導致茶廠經營面臨數量銳減、轉型等問題。

本文以錦泰茶廠為例，觀察其從日治時期的傳統茶席到現在轉型為觀光茶廠的過程為何？不再用茶席的飲茶氛圍，而是推展旅遊觀光，筆者訪問錦泰茶廠老闆其轉型的優勢及劣勢，以及新冠肺炎疫情對茶廠的經營造成的影響及克服方法。

【關鍵詞】：錦泰茶廠、轉型、傳統茶席、觀光茶廠

通訊作者：黎淑慧，sharon@must.edu.tw，新竹市境福街 98 號

眷村文化傳承如何永續發展之研究—

以桃園龍岡的「馬祖新村眷村文化園區」為例

A study on how the cultural inheritance of military dependents' villages can develop sustainably—Take the "Matsu New Village Dependents' Village Cultural Park" in Longgang, Taoyuan as an example

郭甘露*/陸軍專科學校通識教育中心，講師
楊靜怡/陸軍專科學校通識教育中心，助理教授
唐志偉/陸軍專科學校通識教育中心，副教授
廖泳妍/陸軍專科學校通識教育中心，講師

摘要

1950 年代政府撤退來台，在各地興建眷村安置來台軍民，2000 年後陸續拆除，選定全台十三個眷村成立「眷村文化園區」，期許傳承眷村歷史文化。但園區要有個別特色才可吸引遊客持續參訪，更需引入商業經營創造園區經濟利益，並藉由對整體環境的責任讓園區能夠永續發展。桃園中壢馬祖新村 1957 年建成，眷村改建後整建為桃園第一個眷村文創園區。本文採實際探訪園區，以環境、社會、經濟三個面向分析，探究其如何創造園區經營永續發展。研究發現：1.社會文化的保存：以故事館介紹該村歷史文物，保留眷村建築風貌，讓遊客體驗昔日眷村風情，加入文創店家、民宿營造眷村質樸與創新意象；2.經濟發展：園區有餐飲、文創小店與假日市集，以商業活動促進消費創造人潮，近期籌設眷村風味食堂，建議與馬祖地區合作引進特色小吃；3.環境保護：整個園區一律禁菸，並以「馬幼藝所」的定期活動，帶動兒童從環境與文化保育出發發展創意，提升園區教育與傳承的功能。眷村文化園區應凸顯個別特色，以之創新與創造經濟效益，並要求園區維護與環保策略，才能永續發展並創造地方觀光產值。

【**關鍵詞**】：永續發展、馬祖新村、眷村美食、眷村文化園區、龍岡

通訊作者：郭甘露，aa0956056327@gmail.com，桃園市中壢區龍東路 750 號 陸軍專科學校 通識教育中心

分類：6.觀光、休憩與餐旅產業文化遺產和文創相關議題。

溫泉會館服務品質、顧客滿意度與重遊意願之探討－以台中市谷關地區為例

Discussion on Service Quality, Customer Satisfaction and Revisit Intention of Hot Spring Clubs—Take the Guguan area of Taichung City as an example

高秀鳳、林佳文、陳培阮、林寶財、呂惠真、鄭淑玲、黃俊傑/中國文化大學觀光事業學系，
碩士生

林炎旦*/中國文化大學國際企業管理學系，教授

摘要

台灣位於歐亞大陸板塊與菲律賓海板塊碰撞帶上，佔地理位置與地形結構之優勢，擁有豐富溫泉資源。自 1999 年交通部觀光局推動「台灣觀光溫泉年」以來，溫泉業者以沉浸式體驗為行銷特點，吸引泡湯族群前往。本研究以台中谷關地區溫泉會館消費過之遊客為研究調查對象，探討影響遊客重遊意願之關鍵因素。因此，本研究之主要目的為探討溫泉會館服務品質、顧客滿意度與重遊意願現況、影響因素及其關聯性分析。

本研究以問卷調查為主、文獻探討為輔。研究問卷設計包含基本資料、服務品質、顧客滿意度與重遊意願關係之調查；在服務品質採用 PZB 學者的服務品質管理模式五大衡量構面、在顧客滿意度以內容效度建構、在重遊意願以內容效度建構。首先將人口統計變項及三個研究變項進行描述性統計分析，其次再進行信效度分析、獨立 t 檢定、單因子變異數分析，相關性分析、迴歸分析、典型相關分析與中介調節效果分析等。調查方式以 Google 表單設計題項，透過通訊軟體發放問卷，預計回收樣本數 150 份，問卷回收彙整後，進行資料統計分析。

預期研究結果，在不同人口統計變項對服務品質、顧客滿意度與重遊意願有顯著差異；服務品質對顧客滿意度有正向顯著影響；服務品質對重遊意願有正向顯著影響；顧客滿意度對重遊意願有正向顯著影響；以及服務品質對重遊意願以顧客滿意度為中介調節變項有正向顯著影響。

【關鍵詞】：谷關地區、溫泉會館、服務品質、顧客滿意度、重遊意願

通訊作者：林炎旦，yandanlin51@gmail.com，台北市大安區復興南路二段 329 號 6 樓之 3

分類：3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題。

自助式吃到飽餐廳不同用餐時段服務體驗對於顧客滿意度 與忠誠度的影響之研究

A Study on the influence of service experience on customer satisfaction and loyalty in different dining stage of the buffet restaurant.

張雅媛/銘傳大學餐裡管理學系，助理教授

范綱軒、陳韋傑、蔡堉英、林詩涵、李亦翎、劉品蓁/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

隨著經濟蓬勃發展、國民所得增加以及民眾生活型態改變，臺灣餐飲業的市場競爭越來越激烈，造成餐飲料理漸趨於多元性與豐富性。其中，吃到飽餐廳更是臺灣民眾熱愛的餐飲型態之一，其產值也不斷成長。顧客在不同的用餐階段將可能產生不同的體驗感受，而不同階段的體驗將如何影響顧客滿意度與顧客忠誠度將是重要的議題。因此，本研究目的為探討消費者在不同用餐階段的服務體驗對顧客滿意和忠誠度之影響。本研究以曾到過自助式吃到飽餐廳經驗的消費者為研究對象，但因應 2021 年新冠疫情的影響，研究問卷全面採用發放網路問卷的形式，總共回收 500 份有效問卷。本研究將利用敘述性統計分析、信度分析、獨立樣本 T 檢定以及單因子變異數分析以及多元迴歸分析進行後續資料分析。研究結果發現，服務體驗對顧客滿意度和顧客忠誠度皆具有正向影響；顧客滿意度對顧客忠誠度亦具有正向影響。此外，本研究也發現，不同用餐階段的用餐顧客之服務體驗、顧客滿意度和顧客忠誠度亦具有顯著差異。本研究期望此研究結果將可以提供給自助式吃到飽餐廳業者在擬定服務體驗策略之參考，以提升企業競爭力並達到永續經營。

【關鍵詞】：自助式吃到飽餐廳、用餐階段、服務體驗、顧客滿意度、顧客忠誠度

通訊作者：范綱軒，zuozuo0424@gmail.com，桃園市桃園區桃一街 51 巷 7 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營與行銷管理。

探討品牌結盟對品牌形象、品牌價值、品牌忠誠度與消費者購買意願之影響—以手搖茶飲料業為例

The Impact of Cross-Brand Alliance on the Brand Image, Brand Value, Brand Loyalty and Consumer Purchase Intention in the hand shake beverages Industry

陳琪婷/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

曾美仙、方揚凱、邱嘉儀、伍家欣、葉蕙欣、楊宥浣/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

手搖飲料在台灣市場的普及化，更顯現手搖飲料業競爭越發激烈，因此消費者在購買手搖飲料時有更多的選擇，品牌價值與品牌形象在消費者心中也更顯其重要性。有鑑於，近年來品牌結盟不僅可以吸引消費者的購買意願外，同時亦是塑造企業的品牌形象非常重要的助力之一。因此，本研究旨在探討手搖飲料業與品牌結盟對其品牌形象、品牌價值、品牌忠誠度、與消費者購買意願之影響。本研究採問卷調查法以手搖飲料消費者為研究對象，共收集有效問卷 334 份。研究結果顯示手搖飲料業與品牌結盟對飲料業者品牌形象、品牌價值、品牌忠誠度及飲料消費者購買意願皆有顯著正相關之影響，本研究結果可提供給飲料業者及經營管理者做為擬定及發展飲料行銷策略之參考，以提升飲料銷售和飲料市場的競爭優勢。

【關鍵字】品牌結盟、品牌形象、品牌價值、品牌忠誠度、消費者購買意願

通訊作者：曾美仙，kellychang9696@gmail.com，桃園市龜山區明成街 19 號 C 棟 420 號

顧客滿意度與重購意願之研究-以林口三井 Outlet 為例

The Study of customer Satisfaction and Repurchase

Intention-A case of Linkou MITSUI Outlet

陳治宇/醒吾科技大學觀光休閒系，教授

盧巧冠/醒吾科技大學觀光休閒系研究所，碩士生

摘要

人們越來越注重休閒娛樂，在休閒娛樂的花費上也有改變，購物不再只是單純的獲得商品，而是蘊藏了娛樂與休閒的功能以及滿足消費者在購物過程中之享受。複合式的商場聚集了眾多不同類型的商品，幾乎可說是種類齊全，強調各種功能需求能集合於一體。除了能帶給人們紓解生活的壓力，也能增進家庭、親友之間的情感。

本研究探討林口三井Outlet顧客滿意度與重購意願，從479份問卷中回收455份有效問卷(有效回收率95.0%)，有效樣本資料以獨立樣本t檢定、單因子變異數分析及皮爾森積差進行相關分析。經分析後得知，本研究量表各構面的內部一致性水準及同質性相當高。女性在重購意願較男性有顯著差異，年齡在「重購意願」變項達顯著差異。本研究結果顯示26歲(含)以上的受訪者對「重購意願」的平均分數高於25歲(含)以下的受訪者，而每月可支配所得在20,001元至80,000元的受訪者其「顧客滿意度」及「重購意願」平均分數均高於20,000元以下的受訪者。此外，受訪者以已婚女性無小孩居多，年齡以中高齡消費族群為主，每月可支配所得約在6萬元以下。在整體顧客滿意度評價上，對林口三井Outlet的消費者而言，對環境整潔與氣氛舒適感到滿意，但在價格部分則較不滿意。在重購意願評價上，消費者在林口三井Outlet的重購意願之感受上較為一致。對林口三井Outlet業者之建議：消費者對林口三井Outlet的價格最為重視，業者若有更好的訂價策略，將可進一步提升整體滿意度。

【關鍵詞】：林口三井Outlet，顧客滿意度，重購意願

通訊作者：盧巧冠，lululu19880229@gmail.com，新北市林口區粉寮一街52-1號

分類：3 觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

探討高中生手機成癮、自由時間運用與心流體驗之關係研究—以新北市餐旅群學校學生為例

A Study of Smartphone Addiction、Free Time Usage and Flow Experience Among Vocational High School Students

方彥博/銘傳大學休閒遊憩管理學系，副教授

藍浩倫*/銘傳大學觀光事業學系研究所，碩士生

摘要

隨著科技的進步，科技產品的新興，在眾多的科技產品「智慧型手機」控制了使用者的注意力、思想與行為，也形成強大的影響；當政府開始實施一例一休，導致國民在自由時間上均有增加的趨勢，但自由時間卻沒有充分的被利用，在競爭壓力劇增下，自由時間的管理就顯得格外重要。

本研究主要以探討高中生在手機成癮、自由時間運用的程度及所產生的心流體驗之研究。本研究將採用問卷調查法進行資料蒐集，並以 110 學年度就讀於新北市技術型高中餐旅群的學生為研究對象，共發放 200 份問卷，並透過資料分析進行假設驗證。

研究結果發現：1、高中生在手機成癮的程度上有顯著關係，整體構念值達 0.82；2、高中生在自由時間運用的程度上有顯著關係，整體構念值達 0.70；3、高中生在心流體驗的程度上有顯著關係，整體構念值達 0.72。經過獨立樣本 t 檢定發現：性別在這三個變數之間沒有顯著差異；年級的不同在這三個變數之間沒有顯著差異；科系的不同在心流體驗有顯著差異，餐飲管理科>觀光事業科；學制在自由時間運用有顯著差異，三年級>一年級，三年級>二年級；畢業後計畫在此三個變項中沒有顯著差異。

【關鍵詞】 高中生、手機成癮、自由時間運用、心流體驗

通訊作者：藍浩倫，haolun08@gmail.com，新北市中和區中山路二段 55 巷 1 弄 8 之 1 號

光陰的故事：探討遊客眷村懷舊體驗之差異

The story of time: Exploring the differences of nostalgic experience of tourist in the military dependents' villages

林濼榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

陳歆、林軒如、楊德森/銘傳大學觀光事業學系，大學生

羅斯婷*/銘傳大學觀光事業學系研究所，碩士

摘要

1990 年代末期，人們一面憂懼著世紀末的降臨、一面提出各種新世紀願景，同時卻又不斷地回望二十世紀，懷舊之情油然而生，二十一世紀初的今天，懷舊風卻越演越烈，成為當代流行文化的一大重點。因此本研究將探討參與眷村觀光的遊客特性，並了解其懷舊情感與影響因素。本計畫擬以有去過桃園市龜山區的憲光二村、中壢區的馬祖新村或大溪區的太武新村之遊客為研究對象進行問卷調查。有效問卷回收 209 份。資料經過單因子變異數分析探討懷舊情感之因素結構。結果指出，在個人懷舊部分，婚姻狀態、年齡、教育程度及有無眷村生活經驗有顯著差異；而在歷史懷舊部分，有無眷村生活經驗及家人是否有眷村背景有顯著差異。最後，本研究結果可提供三處眷村營運管理單位作為未來改善的參考。本研究亦提出未來研究方向之建議供未來研究參考。

【關鍵字】眷村、懷舊情感

通訊作者：羅斯婷，losalie40132028@gmail.com，台北市文山區和興路 36 號 2 樓

從台灣看越南：探討越南旅遊意象之研究

Exploring the travel image of Vietnam held by Taiwan tourists

林濼榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

蒙玉娟、黎慶顯兒、孫起銜、黃麗如/銘傳大學觀光事業學系，大學生

羅斯婷*/銘傳大學觀光事業學系研究所，碩士

摘要

越南在旅遊業發展的許多方面都具有巨大的潛力，近年來吸引外國遊客和外籍人士前來旅遊。本研究目的是瞭解台灣籍遊客對越南目的地意象認知的調查，探討與分析不同背景在台灣籍遊客對越南旅遊目的地意象的差異性。本研究採用問卷為調查方式，以便利抽樣法，正式問卷施測則於 2021 年 5 月 7 日至 10 月 24 日進行。共計回收有效問卷 203 份。研究結果發現不同性別及年齡在目的地意象上有差異。研究結果顯示：台灣遊客對越南的目的地的意象構面認知程度，由高到低依序為設施意象，自然環境及歷史文化意象、當地居民意象、價格意象、生活環境意象、菜餚意象。社經背景不同對目的地意象有顯著差異。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。

【關鍵字】越南，台灣，旅遊意象

通訊作者：羅斯婷，losalie40132028@gmail.com，台北市文山區和興路 36 號 2 樓

Covid-19 疫情下自行車觀光不同性別遊客的參與動機、 幸福感與行為意圖之關係

游雅鈴/國立臺灣體育運動大學運動事業管理學系，碩士生(職)

摘要

2019 年底新型冠狀病毒(COVID-19)的出現,衝擊了全球經濟並影響了大部份人的生活。本研究旨在探討 Covid-19 疫情下自行車觀光不同性別遊客的參與動機、幸福感與行為意圖之關係。本研究採用問卷調查法作為研究設計之基礎,研究工具則是參考相關文獻後自編問卷。以立意抽樣和滾雪球抽樣法選取在疫情期間曾至日月潭自行車道騎乘之車友為研究對象,利用「SurveyCake」建構網路問卷以作為問卷資料蒐集的平台,共收集 272 份有效問卷,並以相關分析法和迴歸分析法分析來分析蒐集的資料。本研究發現在 Covid-19 疫情下不同性別自行車觀光遊客在參與動機、幸福感與行為意圖之關係有差異。在相關分析下,男性的參與動機與行為意圖有顯著的低度正相關,在幸福感與行為意圖則有顯著的中度正相關;而女性的參與動機、幸福感與行為意圖都有顯著的中度正相關。再者,研究結果顯示,男性在自我成長、紓解壓力、社交互動對於幸福感有顯著影響,而女性在運動健身和紓解壓力對於幸福感有顯著影響。幸福感為男性與女性遊客的參與動機與行為意圖之中介變項。在疫情期間參與自行車運動,不論男性、女性皆以紓解壓力為重要變項,可知疫情期間產生的生理、心理壓力皆能透過自行車運動來有效舒緩。對於自行車觀光產業發展,則可針對不同性別設計不同自行車運動遊程,以強化身心健康提升幸福感。

【關鍵詞】:COVID-19、自行車觀光、遊客動機、幸福感

通訊作者:游雅鈴,yaling1122@gmail.com,台中市北區雙十路一段 16 號

分類: 9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

導入雲端服務平台於賭場管理機制之應用

Application of Introducing Cloud Service Platform to Casino Management Mechanism

賴蕙安/高雄科技大學海洋休閒管理研究所，碩士生

摘要

博弈產業幾乎是各個國家都會存在的產業,除了將觀光與博弈結合的大型觀光賭場之外,也出現了越來越多的中小型賭場,也因為博弈產業的蓬勃發展,管理的方式就勢必需要改變。雖然中小型的賭場依舊維持人工管理的方式,但是大型賭場之管理賭場營收及會員的方式已不敷使用,加上產業間競爭激烈的緣故,就需要新興的管理方式,以幫助產業有效的經營。

將雲端服務平台之技術導入賭場管理系統能夠帶來兩項好處,其一為減少賭場管理系統的投資成本;其二為達到商業智慧的分析。在管理層面,賭場只需專注於賭場經營系統的管理,大幅降低了管理門檻。加上 QR 碼技術之應用,會員即可透過條碼的掃描進行回饋點數的累積、免費的餐卷及住宿券、或是兌換禮品等,此外,透過 QR 碼作為短期的身分辨識方式,也能夠省去製作實體會員卡的成本。在商業智慧分析方面,透過雲端運算的服務進行分析,挖掘出如何讓中小型賭場的經營模式更具有競爭力的數據,掌握會員的偏好,適時提供客製化的服務,達到提升產業的競爭力之目的。

【關鍵詞】: 博弈產業、雲端服務平台、賭場管理系統、QR 碼、商業智慧

從正向資訊發展觀點探討虛擬社群在成員聯結感知之影響

Supporting members' sense of connectedness in the digital landscape with Positive Technology Development perspective

吳翼儒/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

摘要

對長時間使用社群媒體進行情感互動的 D 世代而言,虛擬社群提供了建構聯結感知的空間。本研究採用正向資訊發展 (Positive Technology Development, PTD) 框架,設計了虛擬社群空間,提供成員間在營隊活動結束後,透過虛擬社群空間互動以維持社群聯結感知,探討營隊辦理單位如何運用虛擬社群空間,延續與社群成員的組織歸屬感,及維持社群成員彼此間的情感聯繫。在正向資訊發展 (PTD) 框架下建立的虛擬社群空間,因其可有目的地創造成員彼此間互動的機會,與提供個體進行特定活動的涉入,社群成員聯結感知可有效引導延續。本研究透過焦點訪談結果發現,社交媒體 (Social Media) 因其便捷的路徑和多媒體功能而成為營隊活動成員持續互動的重要工具。社交互動 (Social Interaction) 被認為是引導成員在虛擬社群空間維持聯繫的主要活動,有超過半數的成員表示,他們不僅互相分享個人社交生活,還通過虛擬社群空間發展共同的興趣。社群意識 (Sense of Community) 則是成員間在虛擬社群空間保持互動與聯繫的重要基礎。與營隊工作人員的焦點訪談同時指出本研究之虛擬社群空間,成功吸引成員的三個關鍵,包括容易使用之平台、多媒體運用,與有吸引力的誘因。

【關鍵詞】:正向資訊發展 (Positive Technology Development)、虛擬社群(eCommunity)、聯結感知 (Sense of Connectedness)

疫情下台灣馬拉松賽事發展之趨勢探析

The Discussion on the Development of Taiwan Marathon Event During the COVID-19 Pandemic

林慧雅/南開科技大學休閒事業管理學系碩士班，碩士生

林萬忠*/南開科技大學休閒事業管理學系，副教授

摘要

新型冠狀病毒(簡稱 COVID-19)自 2019 年 12 月首現至今影響全球產業已逾兩年,除全世界染疫數已超過 3 億人之外,死亡人數更是居高不下。就在病毒不斷突變之下,目前全球仍壟罩在疫情蔓延的恐懼當中,時至今日病毒所帶來的威脅似乎仍看不到盡頭。

2020 年起全球經濟體皆受到嚴重影響,整體產業市場不斷地萎縮及崩解,其中運動產業也同樣蒙受其害,綜觀各國多數大型體育賽會或運動賽事被迫停賽或延期,包含在疫情前台灣民眾十分熱衷參與的馬拉松賽事,除了少數賽事運用創新科技介入轉為「線上馬拉松」之外,過去期間所有賽事幾乎都呈現停擺狀態。

爰此,本研究透過綜整相關文獻與評析資料方式,從(1)政策面;(2)舉辦面;(三)參與面等,分別探討賽事受到的影響程度及如何求新求變與疫情共存,這或許是創造嶄新契機的開端。全球在疫情肆虐之下,連帶重創各國經濟體、產業市場及人與人之間的關係,迄今仍然嚴峻。本研究聚焦對象是在疫情下受到嚴重衝擊的馬拉松賽事,從探討結果顯示,可由三方向來回應未來賽事發展的新趨勢:(1) 舉辦型態轉型並朝賽事多樣化發展;(2) 科技導入及運用以創造新經濟價值;(3) 加強全民健康意識以提升運動風氣。

【關鍵詞】:馬拉松賽事、運動產業、COVID-19、賽事轉型、疫情共存

通訊作者:林萬忠,wangchung@nkut.edu.tw,南投縣草屯鎮中正路 568 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

以人格特質探討健身運動涉入程度對大學生飲食行為之影響

The Impact of Personality Trait on the Involvement of Fitness and Diet Behavior among College Students

陳琪婷/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

林亭宇、楊知穎、吳嘉翎、蔡宗旻、李重賢、薛正磊/銘傳大學餐旅管理學系，學生

摘要

近年來健身風潮興起,年輕世代越來越重視個人的健康與體態,健身運動搭配飲食的調整,也影響了不同的飲食選擇與飲食行為。因此,本研究以大學生為研究對象,探究不同人格特質的大學生對健身運動涉入程度及飲食行為的影響。本研究採問卷調查法共得有效問卷 282 份,研究結果顯示「人格特質」對「健身運動涉入程度」及「飲食行為」有顯著影響。本研究成果可提供健身業者做為拓展大學生健身運動市場之規劃參考,並透過瞭解大學生飲食行為發展健康飲食之活動設計,以促進全民健康生活。

【關鍵字】大學生、人格特質、健身運動、涉入程度、飲食行為

通訊作者:林亭宇,skylove6225@gmail.com,桃園市龜山區德明路 77 巷 63 號

比較臺北市與澳門餐飲微型創業者之人格特質與創業動機 對創業績效影響因素之研究

A Comparative Study of the Personality Traits and Entrepreneurship Motivation of Taipei City and Macau Catering Micro-entrepreneurs on the Influencing Factors of Entrepreneurial Performance

周勝方/銘傳大學餐旅學系，副教授

李濱全、賴冠宇、林長太、羅梓杰、龔國恆、/銘傳大學餐旅學系，大學生

摘要

本研究主要以餐飲微型創業者為研究對象，針對臺北市及澳門現今逐漸飽和的市場和逐漸增多的創業者投入微型產業市場，探討成功創業者有何人格特質和創業動機對其創業績效之影響。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，分別在臺北市發放 203 份跟澳門發放 100 份共 303 份問卷，本研究主要探討管理能力、人格特質及創業績效，對臺北市及澳門餐飲微型創業者有何影響。本研究分析兩地的市場資訊，並找到兩地的差異，進行比較分析，並將調查結果，進行更深入的討論，以提供未來兩地微型創業政策與產業發展之參考。

【關鍵字】餐飲業、微型創業、人格特質、創新動機、創業績效

可食性昆蟲烘焙產品開發及接受度因素之探討

Research on the development and acceptance factors of edible insect bakery products

高馥君*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

王善瑩、歐嘉欣、許瑄育、蕭凌方、余佩玲、梁玉倩/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

因全球人口數的不斷增加、暖化、氣候變遷等問題而導致世界糧食資源開始出現不足的危機，為避免日後糧食資源的供應發生缺乏，以替代性蛋白質取代傳統動物性蛋白質的呼聲逐漸受到重視與肯定。聯合國糧食及農業組織（FAO）提出食用昆蟲營養價值高，且有助於緩解糧食安全問題和飼料短缺等問題，鼓勵大眾嘗試接受食用昆蟲，以作為人類動物性蛋白質的來源。目前，在許多國家已有各式不同種類的食蟲產品問世，但反觀台灣食蟲產業的發展，不論是政府配套政策與法令、相關產品的開發皆是嚴重落後其他國家，此外，台灣民眾對食用昆蟲或相關產品的接受度與影響因素的研究數量亦不多，因此，為能了解台灣消費者對食蟲食品的接受程度與可能影響接受度的因素，本研究以食用蟋蟀製做食用昆蟲烘焙產品，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，針對不對昆蟲、海鮮具過敏經驗的消費者為主要發放對象，以產品類別（蛋白棒/仙貝）、產品形態（隱藏昆蟲/顯露昆蟲）、產品資訊內容與消費者特質（性別、族群、運動頻率、食物恐新性），作為本研究的探討變因。本研究樣本數男女比例相近，男性品評員有 49.6%，女性品評員為 50.4%；在品評員年齡方面，以 21-40 歲的品評員佔最多數（58.3%），次為 20 歲（含）以下，佔 30.7%，顯示品評員的年齡層偏向年輕族群。在食物恐新性方面，低恐新品評員佔 24.4%，高恐新品評員則佔全部品評員的 75.6%，顯示絕大部分的品評員都害怕嘗試新鮮食物。最後結果顯示；產品類別、產品形態、產品資訊內容是影響消費者對食蟲烘焙產品接受程度的主要影響因素，而食物恐新程度亦是影響消費者接受度的重要考量。

【關鍵詞】：食用昆蟲、替代性蛋白質、感官品評、消費者接受度、食物恐新性

通訊作者：高馥君，fjkao@gmail.com，桃園市龜山區大同里德明路 5 號

有政府，請安心？探討臺灣民眾對政府信任度及食安關注度，與個人避險行為，三者間關係研究

Would you take confidence in our government? Research on the relationship among trust in government, attention in food safety issues, and personal hedging behavior of Taiwanese people

高馥君*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

方慧彤、魏詩穎、蕭依玲、葉佩琳、廖英彤/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

本研究主要目的是為了瞭解台灣民眾在對政府的信任度（包含；政府對資訊的公開程度、政府解決問題的能力程度、政府關心人民的程度）、與對食安議題的關注程度、與個人避險行為，三者間是否會相互影響外，另外亦藉由調查了解；人民對政府的信任度、對食安的關注度、與個人避險行為是否也會受到個人背景因素所影響。本研究係採網路問卷調查法，研究對象為台灣民眾，共蒐集 322 份有效問卷，21 歲~30 歲受訪者人數最多；共計有 188 位，佔 58.4%，是最大群的受訪者，其次為 20 歲以下；有 53 人，佔百分比 16.5%；而最少的是 66 歲，只有 2 人，佔 0.6%。本研究抽樣方式採用非隨機抽樣中的便利抽樣法，數據分析方法中包含，信度分析、描述性分析和相關性分析(皮爾森相關性分析與 Eta 分析)。研究結果顯示；政府資訊公開程度，關心人民程度，與政府處理事件的能力程度，三種人民對政府信度之變項間是彼此相關($p < 0.05$)，另外，個人背景變項也會顯著影響對政府的信任度，如；年輕女性對政府的信任度最高，相信政府解決問題的能力，也較不擔心食安問題，但是，中老年族群對政府信任度低，對食安事件的關心程度高，也會採取較多的個人避險行為以保護自己。

【關鍵詞】：政府信任、資訊公開、政府能力、關心人民、食安關注、避險行為

通訊作者：高馥君，fjkao@gmail.com，桃園市龜山區大同里德明路 5 號

探討大學生的健康餐盒認知與消費行為之研究

呂宜蓉/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

曾苡庭、饒思敏、嚴庭昀、王心沛、溫芷炫、鄭沛昀/致理科技大學休閒遊憩管理系，學士生

摘要

現代人健康意識抬頭,人們開始重視營養均衡並思考如何吃才是真正的健康,「健身餐」與「健康餐盒」逐漸成為目前外食的新選擇,因此,本研究欲探討大學生是否會為了健康與身材而選擇現今流行的健康餐盒,其標準、消費及認知行為如何。

本研究以某科大為例,透過問卷調查,經統計分析得知,大多數的受訪者外食比例雖高,但是對於營養均衡分配卻不是很在意,因此在購買餐盒的決策上,多數受訪者並不會特別考慮餐盒的健康與否。受訪者認為若要維持健康的體態,運動與飲食兩者的配合很重要,因此,會重視健身後的進食,特別是餐盒中肉類選擇,大學生一個月內願意購買健康餐盒的次數約一次,能接受的預算金額在百元以內,購買健康餐盒的主餐首選是雞肉,青菜則會挑選菜葉類,配料則以溏心蛋、玉米筍、杏鮑菇最受青睞。

總之,本研究得知,外食的大學生在選擇餐食的時候,價格仍是影響購買動機與意願的最大因素,而且大學生並不在意餐盒是否符合六大類均衡營養的原則,因此,大學生的外食生活健康,仍須要進一步的宣導與提升。

【關鍵詞】:營養、健康餐盒、消費行為

通訊作者:呂宜蓉,ijunglu@mail.chihlee.edu.tw,新北市板橋區文化路一段 313 號

分類:8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

探討合宜工作與職場尊嚴對工作投入及工作表現之研究— 以餐飲業為例

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

劉昕怡/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

黃淳瑩/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

李霖/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

許香雲/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

李佳凌/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

陳怡臻/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

餐飲業是個服務大於生產性質的行業，留在餐飲業服務的勞動力日益減少，主要原因 是對比其他行業投入與獲得不成正比和工作條件差，獲得的尊嚴也低，會影響個人對 工作價值觀、動機和行為產生偏差，最終會導致工作態度和表現低落。

為了瞭解餐飲業職場環境，對於員工本身對其工作投入及表現程度之影響，本研究 旨在探討餐飲從業人員的合宜工作與職場尊嚴，是否能影響工作投入及工作表現。本研 究採用便利抽樣的方式蒐集資料，以網路問卷形式發放，利用社群媒體進行發放，共取 得 302 份有效樣本。統計分析採描述性統計、信度、相關及迴歸分析。研究結果為合宜 工作對工作投入具有顯著影響，職場尊嚴對工作投入具有顯著影響，工作投入對工作表 現具有顯著影響，並針對以上研究之結果提出相關實務建議提供餐飲業者參考，進而強 化員工對公司的向心力。

【關鍵詞】合宜工作、職場尊嚴、工作投入、工作表現

通訊作者：劉昕怡，xylow19@gmail.com，桃園市 龜山區 大同路 245 巷 2-8 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營與行銷管理。

後疫情時代的台灣旅行社行銷策略-以 L 旅行社為例

何慧儀/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，副教授

郭彥谷/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，教授

方芳*、江靜芯、陶國安/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，碩士生

摘要

蔓延全球的新冠肺炎(COVID-19)自 2020 年初起已邁向第三個年頭,對於全球之觀光產業造成衝擊,失業率也創新高,造成全球旅遊業顛覆性的轉變。疫情改變國人的互動模式,而全球亦進入「新鎖國時代」。在觀光旅遊市場上,國內旅遊業者為求自救,就後疫情時代自我反省審思,為求創造國內旅遊市場求生改變。當同業還在深蹲蟄伏,等待出境旅遊 V 型大反彈時,L 旅行社地轉型來重新定位未來經營方向,L 旅行社跳脫以往以旅遊觀光為主的經營項目,加速轉型為生活產業。本文採個案研究法分析以臺灣旅遊業龍頭 L 旅行社,在疫情期間如何利用不同行銷策略求生與轉型,並為後疫情時代做好奠基工作。例如祭出求生「四支箭」第一支箭:與政府合作「安心國旅補助」;第二支箭:擴展國旅「用新視角看見新臺灣」;第三支箭:L 旅行社嚴選商品與電商業務,打出幫農業找通路,幫觀光找出路,「農委會 X “L 旅行社”」跨域合作,利用 L 旅行社充分通路據點發揮行銷能力,除旅遊業自救外也幫助臺灣農業;第四支箭:餐飲業「欣食旅」用心經營旗下餐廳品牌,地中海風格 GONNA 餐廳,也迅速成立副牌「gonna EXPRESS」跨足駐點百貨公司。一連串的改變求生策略,推動轉型,不但可讓員工發展斜槓人生,創造多元就業機會與技能發展,減少失業人口。這些不止是行銷策略,更對員工負起企業社會責任,在疫情結束前也能使 L 旅行社品牌更響亮,為企業價值加乘。轉型是為疫情結束後的多角化經營與重新復甦做萬全準備。把危機視為轉機是 L 旅行社全體員工,在這場持久戰中就地轉型契機,也成為暫時熄火後,火苗重燃升溫的新考驗。

【關鍵字】:新冠疫情、觀光轉型、創意生活產業、旅行業行銷策略

通訊作者:方芳,fanggladys@gmail.com,新北市新店區中正路 487-1 號 9 樓之 2

分類:1.新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊

連鎖餐廳標準化服務品質要素優化之探究-整合

KANO 與 IPA 分析

夏秉楓/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，助理教授

廖珮澄*、陳雅芬、葉淑娟、方英彥/中國文化大學觀光事業學系暨研究所，碩士生

摘要

近年來,餐飲業為了拓展版圖、提高效率、降低成本,逐漸走向連鎖集團化,各連鎖餐廳無不費盡心思改善服務品質,以提升整體企業形象及消費者滿意度。然而,在有限的人力物力之下,要全方位兼顧所有服務品質細節,並非易事,針對自身的主客觀條件加以取捨,找出消費者最重視且迫切需要的服務品質要素進行提升,應是較為務實的做法。本研究之目的,即在透過服務品質分析工具,探討連鎖餐廳服務品質要素之屬性及其執行迫切順序,使業者能夠精準的改善服務品質。

本研究以台灣餐飲業最具國際知名度的連鎖餐廳-鼎泰豐作為研究對象,以問卷調查法蒐集樣本,針對半年內曾經於鼎泰豐各分店有消費經驗的顧客進行施測。樣本先以 KANO 模式針對服務品質要素進行屬性分類,再以 IPA 分析探討顧客對於各項服務品質要素所認知的重要度與滿意度,最後再透過 KANO-IPA 交叉分析,得到服務品質改善之優先順序。

研究結果發現,同時列入 KANO 模式「當然品質」分類及 IPA 分析第四象限「優先改善」者,包括「真誠的為顧客謀求最大利益」等項目,為最迫切應提升之服務品質項目;列入「魅力品質」分類及第一象限「繼續保持」者,包括「員工能夠解決顧客的問題」等項目,為餐廳最吸引客戶之特色亮點,應持續強化。研究結果可作為連鎖餐廳在檢討服務品質提升、教育訓練之參考。

【關鍵詞】:KANO 模式、IPA 分析、連鎖餐廳、服務品質

通訊作者:廖珮澄,helen.liao0921@gmail.com,新北市鶯歌區尖山路 191 巷 18 號 6 樓

分類: 3. 觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題。

後疫情時代旅遊模式變遷:消費者觀點

曾思鍵、林方婷、余筱晴、楊采妮、郭頌瑩、李依庭、黃琬鈞/致理科技大學，大專院校生

摘要

COVID-19 疫情全球蔓延,旅行產業備受影響。2020 年 1 月全球入境台灣旅客仍有 81 萬人次,隨著疫情爆發,同年 2 月份的入境人次即大幅衰退至 35 萬人次。外國旅客無法入境,國人出國亦受限,旅遊模式轉往國內旅遊。本研究即是針對國內旅遊人次最大宗的 20-39 歲北部青壯年,探討後疫情時代下的旅遊模式變化,為國內旅遊的永續發展提供觀點與建議,並給予旅遊相關產業對未來轉型之參考。以文獻研究法蒐集休閒相關產業之資訊,並使用問卷調查法統整北部青壯年在疫情當下及疫情前後對旅遊的觀點,進而探討國人在旅遊模式的變化。問卷調查部分,於 110 年 12 月 9 日至 110 年 12 月 26 日,共回收 370 份有效電子問卷。調查結果顯示,一、旅客大幅減少旅遊次數與頻率,在疫情前沒有旅遊規劃的旅客只佔總樣本數 0.3%,疫情後此處字則增加至 31.4%。顯示疫情對於國內旅客之(國內)出遊天數及次數影響力極大。二、自駕遊比例增加,受訪者表示,疫情中選擇自用汽車出遊的比例增加了 10%,選擇搭乘遊覽車、客運等公共運輸者減少。三、疫情期間旅客對旅遊風險的意識與認知,相較以往更加注重,即使是出遊也會做好保護自己或他人的措施,如:有 78.6%的人在旅遊時會遵守防疫規範、82%的人會隨身攜帶防疫用品(酒精、口罩)、80%的人會在旅遊前查看國際旅遊警示燈,了解當地疫情風險。

【關鍵字】: COVID-19、國內旅遊、旅遊風險

通訊作者:楊采妮, miniyuag@gmail.com, 台北市士林區華齡街 40 巷 12 弄 3 號

分類:1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

YouTube 旅遊資訊的影響

The Influence of Tourism Information on YouTube

陳郁涵、蔡怡玲、李詠琪、梁嘉凝、張 瀨、平井天音/銘傳大學觀光事業學系，學士生

李長斌/銘傳大學觀光事業學系，副教授

摘要

近年來網絡發展越盛行,不同年齡層的人都喜歡看影片為休閒活動,現今在網絡上可以任意下載影片或音樂,也有各種可以透過免費影片觀看自己喜歡的影片。在台灣由於 YouTube 的使用者也越來越多,也是最多人使用的網站之一,無論是創作者還是觀看者,可以使用 YouTube 影片的功能。各種類別 YouTube 的創作者所提供的資訊各有不同,且旅遊影片不同的介紹方式,會傳遞觀看者在旅遊資訊上之影響程度也有所不同。目前多數的大學生在國內旅遊,都偏向喜歡自行出遊不跟團,會習慣性利用社群媒體尋找旅遊地點、旅遊資訊,來決定是否要前往該旅遊景點旅遊,使用 YouTube 瀏覽各式影片幾乎是大學生的日常習慣。

本研究探討 YouTube 旅遊資訊對大學生旅遊意願之影響程度,包括這些影片對大學生的旅遊方向,對大學生旅遊行程規劃之幫助程度,以及大學生是否會跟隨 YouTube 的行程來規劃旅遊目的地。本研究資料收集方式利用問卷調查法,透過網絡問卷進行調查,其研究結果顯示:YouTube 旅遊影片對於大學生的旅遊意願有正向影響,YouTube 旅遊影片所提供的旅遊資訊對於大學生也具有正面影響。本研究認為未來 YouTube 對觀光產業而言,會是一種協助旅遊業者與消費者進行溝通的重要工具,尤以聚焦於大學生的旅遊影響性。

【關鍵字】:YouTube、旅遊資訊、旅遊意願

通訊作者:李長斌, cblee@mail.mcu.edu.tw, 桃園市龜山區德明路 5 號 觀光學院

分類:9. 觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題。

新冠疫情期間台灣旅宿業風景區與都會地區營運情況差異 性探討

A discussion on the differences in the Operation of Taiwan's Hotel Industry in Scenic Area and Metropolitan Areas During the COVID-19 Epidemic

林靜惠/吳鳳科技大學餐旅管理暨餐飲安全研究所，碩士生

蕭烟淨*/吳鳳科技大學餐旅管理暨餐飲安全研究所，副教授

摘要

本研究主要目的是在探討疫情前後期間,台灣旅宿業遭受新冠疫情波及所造成的整體營運影響情況,並針對都會型與風景區觀光飯店消費型態與營業額(復甦程度)之差異性做探討。本研究資料係根據 2017.01-2021.09 交通部觀光局旅宿網站之營運統計數據加以分析整理。針對國內一般觀光旅館和國際觀光旅館兩大類,比較新冠疫情前後和疫情期間的旅宿業消費者投宿營運狀況,再以皮爾森相關係數(Pearson Correlation Coefficient)分析,探討台灣各地區旅館業住宿率和國內外客源比例的相關影響。於 2019.2-2019.06 疫情肆虐期間國人出國旅遊幾乎停擺,在國外旅客斷源下,台灣旅宿業慘遭嚴重的營業重創,甚至有不少旅宿業因無法負擔虧損紛紛掛上熄燈號;2020.07-2021.09 在台灣疫情控制良好表現下,與政府大力振興經濟政策,鼓勵補助國內旅遊,一時間國內出現報復性旅遊,據統計數字指出:風景區的旅館營運復甦率約(98-140%),比都會區的復甦程度(34-129%)更加顯著;各都會區呈現不同程度的復甦。以台北地區復甦程度(34-49%)最慢、最差,而台中地區和其他都會地區的復甦程度較佳(78-129%)。經分析,一般觀光旅館和國際觀光旅館兩種等級的復甦與本國遊客佔比呈高度正相關(皮爾森相關係數值 r 分別為 0.89 和 0.93)。

關鍵詞: 觀光旅館,住宿率,復甦程度,皮爾森相關係數

通訊作者: 蕭烟淨,enching.hsiao@gmail.com,嘉義縣民雄鄉建國路二段 117 號

分類: 1.疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊

以創新擴散與知覺價值探討未來肉產品之購買意願

Exploring Purchase Intention of the Future of Meat based on the Innovation Diffusion and Perceived Value

胡欣慧/銘傳大學餐旅管理學系，專任教授

吳孟錡、曾佳棻、洪佳欣、陳品蓉、杜庭漢、黃昊謙/銘傳大學餐旅管理學系，學生

摘要

本研究以創新擴散與知覺價值來了解台灣消費市場對未來肉之購買意願。研究利用問卷調查方式，取得有效樣本 342 份，進行描述性統計分析、信度分析、各變項分析及迴歸分析。研究結果顯示未來肉產品在創新屬性、溝通管道、社會體系的感受越高，消費者對於未來肉的購買意願亦會越高。而大眾對於功利價值之友善環境、營養價值、價格屬性以及享樂價值之口味、外觀、流行創新屬性有較高的感受度時，對其購買意願亦有正向影響，表示消費者對於未來肉之知覺價值感受程度越高，購買意願則會越高。本研究結果具有商業價值，提供台灣未來肉品牌業者了解消費者對於未來肉創新產品的看法及需求，以利業者做為產品行銷及推廣策略之參考。

【關鍵詞】未來肉、創新擴散、功利價值、享樂價值、購買意願

通訊作者：黃昊謙，jasonh287459@gmail.com，桃園市龜山區德明路 77 巷 63 號

職場霸凌下黑暗人格對員工敬業度與工作績效之影響

The Impact of Workplace Bullying on Work Performance and Employee Engagement

林郁誼* / 銘傳大學觀光事業學系，碩士生

胡欣慧 / 銘傳大學餐旅管理系，教授

摘要

近年來職場霸凌問題已然成為職場上所關注的焦點之一，儘管現今社會發展的快速便利，但在眾多行業中依然會有許多職場霸凌的發生，在面臨職場霸凌的當下，不同的人會有不同的應對方式，而較少研究中運用黑暗人格特質來去探討。本研究旨在探討馬基維利人格對員工在職場霸凌下所反應出的敬業度及工作績效之影響。為此，本研究以旅館業的從業人員作為研究對象，透過網路問卷發放的方式，探討旅館業員工在職場霸凌下的工作績效及員工敬業度在透過馬基維利主義的調節下是否有所影響。研究結果顯示員工在職場霸凌下對敬業度與工作績效皆呈現負向影響。此外，透過馬基維利主義的調節會弱化職場霸凌對員工敬業度及對其工作績效的負向影響。期望藉由本研究結果提供餐旅業未來發展人力資源管理策略之參考。

【關鍵字】：職場霸凌、馬基維利主義、員工敬業度、工作績效

通訊作者：林郁誼， a0926280823@gmail.com，台北市大同區承德路三段99巷9號3樓

分類：2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

探討仙人掌原料於烘焙產品開發與行為意向：一個創新烘焙手法之應用

The development and behavioral intention of cactus materials in baked products: the application of innovative baking technology

張雅媛/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

呂文旗/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

王英蓉、林瑞平、莊培銀、塗佳恩、李前鍵、葉永豪/銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

臺灣農作物逐漸開發仙人掌，其中仙人掌的果實多數都可食用。在許多亞洲國家中墨西哥認為仙人掌生命力頑固，是不可或缺的食物來源，他們盛行食用仙人掌。仙人掌果實在臺灣的市場並不常見，可作為其他食品開發研究。

因此本研究之主要研究目的是透過可食用的仙人掌果實製成三種不同的烘焙食品，分別是馬林糖、瑪德蓮和奶油酥餅，探討仙人掌果實烘焙食品的行為意向以及結合烘焙食品以不同手法製作開發。新舊烘焙手法的不同分別在於調整烘烤溫度、烘烤時間及測試仙人掌產品用於烤箱及氣炸鍋烘烤出來的整體外觀、口感、色澤有無差異。製作馬林糖的舊手法為使用烤箱烘烤；新手法則是使用果乾機，製作瑪德蓮的部分則是烤箱為舊手法；氣炸鍋為製作瑪德蓮的新手法，最後製作奶油酥餅舊手法是烤箱低溫烘烤；新手法則是高溫烘烤。

本研究的研究對象主要以教職員和學生為主，並分成專家品評（如烘焙實作老師和教職員）與一般受測者（學生），主要以盲測的方式讓品評測試者進行三項產品在新舊烘焙手法之官能品評分析，問卷開始前會先請研究對象初步瀏覽過敏源宣言，並進行簽署以及填寫問卷。每位實驗者會品嚐每樣產品的新舊手法，整體接受度採用9分評分制，分數高代表接受度越大。9分代表十分接受，5分代表不接受也不拒絕，1分代表無法接受。

研究結果發現整體接受度最高的產品是瑪德蓮，臺灣國際對其口味接受度比較高，相反對產品接受度比較低則是奶油酥餅。購買意願最高的則是瑪德蓮的，最低則是奶油酥餅。

【關鍵詞】：食用仙人掌、仙人掌果實、烘焙市場與手法介紹、官能接受度、行為意向

通訊作者：王英蓉，ongyingrong@gmail.com，台北市士林區美德街82號（3樓）

分類:9.觀光、休憩與餐旅產業其他相關議題

探討品牌形象對於路跑跑者參與動機與重遊意願之影響- 以企業品牌為例

Exploring the influence of brand image on road runners' participation motivation and willingness to revisit corporate brand as an example

方彥博/銘傳大學休閒遊憩管理學系，副教授

劉映伶、彭郁嘉、紀亭安、鄧琬儒、李玟欣、曹靖瑜/銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

由於運動與休閒的風氣提升,使得民眾追求更有價值的運動體驗,而運動觀光也逐漸成為民眾休閒選擇之一,再加上週休二日讓人民更注重休閒品質。從臺灣民眾國內旅遊類型分析,結合運動與觀光休閒的旅遊方式逐漸受到民眾喜愛,尤其隨著國民旅遊頻率增加,追求具附加價值的觀光體驗,促使運動觀光成為旅遊的重要選擇。透過運動及觀光的結合來產生附加價值,使運動觀光更具有吸引力,正也因為生活條件大幅提升,近年來參與運動賽會的人口逐漸提升,如路跑、三鐵、自由車等參與的人口越來愈多,活動舉辦的層級、規模及次數也逐漸提升。

本研究之研究目的為探討路跑運動參與者的參與動機、重遊意願、品牌形象影響之間的現況與關聯性,並將進一步驗證,從參與者的角度分析,參與者如何選擇與決定,個人因素將會影響其參與路跑的動機,並探討在參與路跑活動中,不同的企業品牌路跑、體驗是否影響其重遊意願。

【關鍵詞】路跑運動參與者、參與動機、重遊意願、品牌形象

通訊作者:劉映伶,tinaliu573@gmail.com,桃園市八德區公園路 55 號 6 樓

分類:2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

探討主題餐廳服務品質與消費者意願之研究

A study on the service quality and consumer willingness of theme restaurants

鄭雅馨/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

謝安緹、曾羽彤、楊明珠、何祈萱、許佩君/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

摘要

隨著餐飲產業的普及與激烈競爭,餐廳業者若是缺少獨特與創新,很容易被其他餐廳取而代之,主題餐廳如何吸引消費者、滿足消費者的需求,一般餐廳與主題餐廳的不同在於前者注重食物的美味,而後者不僅重視餐點的創新與呈現,餐廳環境與用餐的主題氛圍吸引力更是備受關注。眾多消費者在消費前習慣上網查看餐廳評論,藉由網路的評論蒐集更多的餐飲資訊。線上評論是消費者最方便給餐廳業者的回饋,當餐廳擁有大量數據時,可經由線上評論得知消費者的真實感受、正面與負面的體驗回饋。業者從網路、部落格資訊得知消費者選擇餐廳的關鍵指標,從中得知不足進而加以改善。本研究運用 Octoparse 系統進行網路評論分析,再以 Nvivo 系統整理出對主題餐廳評論中最常出現的關鍵字,選擇十三家主題餐廳的評論進行分類分析再輔以文字雲解析方式,得出網路使用者感興趣的關鍵字,整理與設計問卷,根據研究結果得知這些關鍵字對部落格讀者的影響力,在未來提供給業者作為提升服務品質的參考依據。

【關鍵詞】:主題餐廳、網路評論、服務品質

通訊作者:許佩君, 891213ginahsu@gmail.com,基隆市安樂區基金一路 208 巷 148 弄 18 號 2 樓

分類: 3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

攝影外拍團「綠色旅遊」之探討—以中壢社大攝影班嘉義 外拍為例

廖泳妍、郭甘露、楊靜怡、唐志偉/陸軍專科學校 通識教育中心

摘要

在地球暖化與環境環保等議題受到關注的當代,為了兼顧自然環境保育,與滿足攝影外拍團拍攝世界之美的需求,就必須降低因拍攝行為對環境所造成的負面衝擊,因此攝影外拍團在進行拍攝行為的同時,應採取「綠色旅遊」做法,做為拍攝之規範原則,讓美照與保護環境達到雙贏局面。

而本研究以中壢社大攝影班嘉義外拍行為對象,探討攝影外拍團在旅遊與拍攝行為進行時,並以 SWOT 來分析實踐「綠色旅遊」之可能,作為所有攝影外拍團進行拍攝行為時,對所處的拍攝地,實施「綠色旅遊」之參考。

研究結果顯示,攝影外拍團以公共低碳的方式到達拍攝地,既可以達成拍攝出令自己滿意的、能引起眾人共鳴的自然環境或是人文美照的目的。又可以實踐「綠色旅遊」節能減碳,享受生態及人文的美好。希望所有的攝影外拍團,都能以「綠色旅遊」為外拍原則,保護友善環境、紀錄文化擺第一,拍攝美照第二,如此一來,環境、文化得以永續存在,攝影外拍團就有「賞之不竭,拍之不盡」的環境與人文。

【關鍵詞】攝影外拍團、綠色旅遊、中壢社大攝影班

通訊作者:廖泳妍,yenyenliao108@gmail.com

分類:5. 觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

打開潘朵拉的盒子:探討 Z 世代女性在夜店從事相關活動 的探索性研究夜間做研究：女研究生的華麗冒險

Open Pandora's Box: Exploring the Z Generation Women Engaging in Related Activities in Nightclubs Research at Night: The Splendor Adventure of Female Graduate Student

宋永坤/銘傳大學餐旅管理學系，助理教授

戚庭嘉*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

摘要

在這個提倡男女平等、後女性主義意識抬頭的時代，女權主義越來越受到重視，女性自主是近年來女權團體呼籲的重要議題。研究者觀察身邊的同學友人，發現許多人會前往夜店活動，夜店被許多人定義為放縱自我的場所，遊走在娛樂與聲色的灰色地帶，使得年輕女性出入其場所的動機與過程不斷被放大檢視。

本研究以年輕女性的角度去理解夜店文化及參與經驗。研究對象著重以臺灣 Z 世代（泛指 1990 年中葉至 2000 後年出生的青年），而 Z 世代現今多為大學生族群。具體而言，本研究目的為 Z 世代女性前往夜間休閒空間進行活動調查，進而延伸探討她們在夜店中尋求身分認同及其他的相關活動行為的探索性研究。研究方法採以深入訪談及實地觀察蒐集資料，探討大學生在夜間空間活動現象，包含社交活動、酒精、後女性主義與身分認同、活動空間、性冒險及安全。

藉由本研究結果，歸納出 Z 世代女性對於夜店的心態及看法，並整合受訪者回答，對於一系列可能發生的問題，給予建議加以改善。

【關鍵字】後女性主義、俱樂部、活動空間

通訊作者：戚庭嘉，tj779858@gmail.com，新北市新莊區中正路 514 巷 3 號 301

分類：2.觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

企業社會責任對知覺價值、獎勵與懲罰意願、購買意願影響之研究

A study on the impact of corporate social responsibility on perceived value, incentive and punishment intention, and purchase intention

王柔歲*/銘傳大學觀光事業學系，碩士生

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

摘要

現今企業社會責任已被視為不可缺少的重要企業活動,但企業仍可能為了自身利益做出企業不負社會責任行為,而隨著消費者的意識高漲,企業對於社會責任的作為將可能影響消費者行為。因此,本研究欲探討消費者對於企業做出社會責任與不負社會責任行為後,所產生的消費意圖。為此,本研究目的在分析企業施行企業社會責任與不負社會責任或不施行企業社會責任,消費者對其知覺價值、獎勵意願、懲罰意願、購買意願之影響。

為達成上述目的,本研究將採取實驗法並以餐飲團膳公司情境進行研究驗證,探討消費者在不同企業作為情境下的態度與反應。本研究在理論部分提供重要貢獻,因以往研究大多強調企業社會責任重要性,較缺乏探討消費者對負面的企業不負社會責任的感受,本研究加入負向探討,為當前的企業社會責任文獻提供了新的視角。研究結果將提供給學術界作為未來研究議題參考,及提供餐飲企業作為運營與風險管理方面的參考。

【關鍵字】:企業社會責任、企業不負社會責任、知覺價值、獎勵意願、懲罰意願、購買意願

通訊作者:王柔歲,xq3999@gmail.com,彰化縣鹿港鎮草中里草中巷 2-31 號

分類:2. 觀光、休憩與餐旅產業之經營與行銷管理

探討臺灣清真旅遊之友善環境

Explore the friendly environment for halal tourism in Taiwan

黃淑芬*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

莫迪/銘傳大學觀光研究所在職專班，碩士生

摘要

2021 年統計全球穆斯林人口已逾 19 億，約佔全球人口的 25% ，至 2030 年預測將達 21 億 9000 萬近年來，臺灣政府及旅遊業者已注意到人口眾多及消費力強的穆斯林族群，為了吸引穆斯林旅客到訪，積極打造清真的友善旅遊環境。然臺灣係為非穆斯林國度，在不熟悉需求的主客觀環境中，政府、旅行業者、旅宿及餐飲業者，在建構清真的友善旅環境過程中，仍面臨各種不同的挑戰。本研究旨在探討穆斯林國家人士來臺灣時的清真旅遊友善環境的真正需求，透過文獻調查了解伊斯蘭文化對於穆斯林旅客，在食衣住行育樂方面等影響，並闡明穆斯林旅遊市場在趨勢及旅客在旅遊中的需求，並進一步探討臺灣現階段穆斯林友善程度。再遴選十位分屬於旅行社、資深導遊、餐廳經營者、穆斯林友善認證旅宿業者、穆斯林旅客、中國回教協會六種不同型態的受訪者，進行深度訪談獲得第一手資料，以三角檢測的方式與內容分析研究，以期清晰瞭解此一議題，彙整現階段臺灣在打造清真旅遊環境仍有待解決之問題，解析臺灣在打造清真旅遊環境過程中，所面臨的相關的問題提供給相關業者與政府單位參考。本研究結果顯示，目前臺灣在建構整體清真遊環境過程中，在產、官、學方面仍有需要加強的空間，提出改善建議提供業界實務操作及學界參考。期盼透過本研究能對臺灣推動穆斯林的清真友善旅遊環境有所貢獻，為疫後復甦積載量能，打造全方位清真旅遊的友善環境，使臺灣成為穆斯林遊客友好的旅行目的地，迎接疫後穆斯林旅客新商機。

【關鍵字】伊斯蘭、穆斯林、清真飲食、清真認證、清真旅遊環境

通訊作者：黃淑芬，afen98@gmail.com 桃園市龜山區德明路五號銘傳大學休憩系

分類: 3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

旅遊風險認知對旅遊行為之影響-以大眾輿論氛圍為調節變數

劉冠昕/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

李彥均/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

葉柏辰/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

馬場彩加/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大學生

摘要

近年來人們十分喜歡去旅遊,不管是在國內還是國外旅遊,都會先評估旅遊風險後,再決定是否要去旅遊,在 2019 年底爆發 COVID-19 後,世界各國都暫停觀光,因為旅遊帶來的風險過高,所以旅客會降低甚至不從事旅遊行為。而會影響人們想法的,除了傳統的新聞媒體,還有網路上的新媒體及社群媒體,也會因親朋好友的聊天而改變想法。

本研究主要目的在探討旅遊風險認知對旅遊行為之影響,並探討大眾輿論氛圍是否調節旅遊風險的看法和旅遊行為的改變。本研究以 2017~2019 年間有出國經驗並且年齡為 18 歲以上之成年人為研究母體。調查期間共發出 507 份問卷,共得有效問卷有 501 份,以進行資料分析。研究結果歸納如下:不同基本屬性之遊客對 Covid-19 風險認知,在性別、國籍、收入、教育程度、年齡、國內旅行經驗及國外旅行經驗,是有顯著差異的情形存在。不同基本屬性之遊客對旅遊風險認知,在國籍、出國經驗及國外旅行,是有顯著差異存在。不同基本屬性之遊客對旅遊行為,在國籍、出國經驗、收入、教育程度、年齡及國內旅行,是有顯著差異的情形存在。不同基本屬性之遊客受大眾輿論氛圍影響,在國籍、收入、教育程度及年齡,是有顯著相關情形存在。除了觀光產業在推出產品能更容易了解顧客的需求,政府相關單位也應該提出相關政策,使觀光產業更好。並且希望本研究對於相關單位及後續研究者有所幫助。

【關鍵字】旅遊行為、旅遊風險、大眾輿論氛圍

劉冠昕,melisa41825@gmail.com,新北市土城區青雲路 252 號 9 樓

分類:1.新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊

傳承流浪好味道：探討雲南滇緬泰文化飲食在台深耕之研究-以桃園龍岡為例

Inheriting the Good Taste of Wandering: Exploring the Study of Yunnan Burma Thai Culture and Food in Taiwan - Taking Taoyuan Longgang as an example

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

廖偉智/銘傳大學觀光事業學系，大學部

鄭奕沛/銘傳大學觀光事業學系，大學部

陳維緹/銘傳大學觀光事業學系，大學部

溫哲豪/銘傳大學觀光事業學系，大學部

黃典毅/銘傳大學觀光事業學系，大學部

呂修瑜/銘傳大學觀光事業學系，大學部

摘要

美食是生活所需，而文化卻是生活中經驗與智慧的累積。美食與文化間存在一對一與多對一的映成關係，雲南滇緬美食即傳遞著這樣的意涵。龍岡忠貞是台灣唯一的異域文化聚落，這裡有孤軍的歷史故事、有異域多元的美食及少數民族燦爛的文化。當地的少數民族發展出了屬於異域的滇緬泰文化的餐廳。

本研究探討異域及滇緬美食食譜的製作，透過文獻整理出關於滇緬的獨特菜色，並採用半結構式深度訪談，與魅力金三角商圈協會團隊進行訪談，且透過實地探查、觀摩及訪談其製作的過程模式，整理出最傳統且詳細的雲南滇緬美食食譜。

研究結果顯示，雲南美食料理的研發大多出於早期延長保存的困難，以及當地原物料和氣候影響，才會形成多元且重口味辛香辣的菜色。在雲南料理裡每一道菜色背後都有其意義故事，故事也傳達出雲南對於尊重食物的文化和歷代傳承的展現。本研究藉由食材拍攝製作到訪談故事背景，彙整成象徵雲南文化的食譜書籍，為雲南族群們帶來文化的傳承展現。

【關鍵詞】 異域、龍岡、雲南滇緬、食譜、異國美食

通訊作者：陳維緹，weiti890907@gmail.com，桃園市龜山區明成街 216 之 1 號 5 樓

消費者對寵物美容服務品質滿意度之分析

簡玉惠/致理科技大學休閒遊憩管理系，指導教授

張芷瑜/吳莉敏/李敏寧/徐郁晴/陳瑤容/致理大學休閒遊憩管理系，大專生

摘要

近年來台灣因少子化、以及社會型態的改變，寵物漸漸取代小孩，成為家庭成員的一份子，根據內政部統計顯示，寵物登記數量已經遠超過新生兒的數量，寵物相關產業也跟著蓬勃發展，產生龐大的經濟效益。

因此，本研究以寵物美容為例，先是參考國內相關文獻並加以整理，再以業者提供之服務品質以及消費者滿意度，探討影響飼主購買之因素。以問卷方式，調查犬、貓飼主；以不同消費特性、服務品質、顧客滿意度做為影響消費者決策之變數；探討寵物美容業者提供之服務是否影響符合消費者決策及消費者期待之需求。

研究結果顯示，寵物飼主在進行選擇店家時，對於周邊軟硬體設備、場所環境整潔、明亮度適合、將列為考量依據，加上技術深淺及專業度、服務人員所展現的親切度、工作態度及熱忱，更為寵物飼主能夠明顯體會到之服務品質，當寵物飼主給予評價或是各項回饋及口頭宣傳時，對於該店家知名度也會有所不同，進而影響消費者選擇。

寵物美容店家欲增加或鞏固客源，已不單單是價格上因素，需加以提升服務品質，進而達成顧客滿意度之提升，兩者之間確實有明顯牽動因果及影響。

【關鍵詞】：寵物美容、服務品質、消費者滿意度

通訊作者：徐郁晴，yc021300@yahoo.com.tw，桃園市楊梅區瑞塘里萬大路 119 號

分類:3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

探討疫情下體適能產業經營模式改變與消費者行為調查

陳以馨/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

黃文玲/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

洪惠瑄/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

杜庭竹/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

連繹惟/致理科技大學休閒遊憩管理系，大學生

摘要

近年人們對於運動健康休閒意識逐漸抬頭，但 2019 年新型冠狀病毒在台灣大爆發，嚴重影響體適能產業。本研究想了解體適能產業在疫情期間經營模式做了什麼樣的改變、體適能產業業者做出的改變消費者的接受如何、在疫情過後是否還可以繼續使用，與現有的經營模式並用。

本研究主要以非連鎖的運動俱樂部及重量訓練私人工作室為研究範圍，以深度訪談的模式了解體適能產業業者做出的經營模式改變。以問卷調查法中的五點尺度量表來了解消費者的消費行為為何。

【關鍵詞】：疫情、體適能產業、消費者行為

通訊作者：杜庭竹，tingchu2001@gmail.com，基隆市七堵區百二街 75 巷 31 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休憩與餐旅產業之衝擊。

探討擴增實境導入博弈教學在專業學習場域對知覺享樂之 影響

林雅萍、洪浚祐、張琬沂/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大專生

林佳陞*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專案助理教授

摘要

近年來擴增實境技術日新月異,於教育與觀光領域之研究更是層出不窮,而將此技術融入教學中能使內容更加生動有趣,但在博弈教學上卻鮮少被使用,進而成為本研究發想源頭。不僅如此,各大專院校更看準博弈產業潛力無窮,紛紛開設相關課程,銘傳大學休閒遊憩管理學系甚至創建博弈桌遊專業教室提供學生完善的學習場域,並設立校內實習管道以人工教學模式傳遞專業博弈知識,但在此模式下的教學易受到教學者風格影響學習感受。因此本研究建置一套擴增實境系統導入博弈教學當中,進而探討不同教學模式之差異。

本研究透過 21 點博弈教學教材進行規劃,並以擴增實境做為融入教學之方式。同時,在新興科技融入教學時,往往會讓學習者產生樂趣與新穎的感受,故採用知覺享樂比較不同教學模式下之差異,了解學習者在博弈教學過程中之愉悅程度。實驗設計更以 MakAR 為軟體建置核心,搭配實驗法作為主要研究方法,針對傳統口述教學與擴增實境教學進行探究。最終,研究結果顯示擴增實境教學在知覺享樂中具有顯著差異,並優於傳統口述教學。此結果不僅證實科技的融入對於教學具備優勢,更能提升學習者之感受及強化資訊基礎建設,給予相關特殊專業領域之學習場域參考。

【關鍵字】:擴增實境、博弈教學、知覺享樂、實驗法、學習場域

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: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

利用專業特色場域看板建置擴增實境導覽系統之研究—以 銘傳休憩為例

林雅萍、洪浚祐、張琬沂/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大專生

林佳陞*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專案助理教授

摘要

導覽是使學習者有效且快速了解一個環境或內容的途徑,而導覽方式也因時代與工具的不同而不斷演進,如今人工、語音與圖文等靜態式導覽,雖依舊存在但卻期待取代。然而隨著科技融入,更多元且吸睛的導覽方式逐漸成形且成熟,擴增實境導覽便是結合多項優勢下的產物,不僅能帶來所需學習的內容,更能藉由系統給與參訪者視覺上的另類感受,讓導覽的過程與內容充滿的互動感來提升對於內容的了解。

本研究利用 Eyejack 建置一套擴增實境導覽系統,針對銘傳休憩的專業特色場域-VR 休閒旅遊實驗、博弈桌遊專業教室、高爾夫漆彈射箭綜合場與休憩治療花園等地點進行規劃與設計,除了能更充分讓參訪者理解休憩系的實質學習項目外,也從中帶入休憩專業知識的學習,讓前來了解休憩領域的參訪者能深入理解。綜上所述,本研究透過與過往的傳統口述導覽方式進行導覽工具上之實驗,比較擴增實境導覽與傳統口述導覽參訪者的認知負荷與學習成效之差異,並從參訪者回饋中逐步調整系所導覽的深度與節奏。

最終,利用統計分析出研究結果得知,認知負荷與學習成效在擴增實境導覽下均有正向且顯著之差異,表示即便科技導入使參訪者產生負荷但學習成效卻不減反增,可見儘管環境相同依然可利用不同之科技呈現,提升參訪者對於學習內容的認知。使擴增實境之應用層面更加廣泛外,也提供各大專院校系所作為系所導覽延伸方向之考量。

【關鍵字】:擴增實境、導覽、認知負荷、學習成效、實驗法

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: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

立式划槳遊客之體驗價值與滿意度之關係研究

Research on the relationship between experience value and satisfaction of stand-up paddling tourists

陳冠州/國立台灣體育運動大學運動事業管理學系

摘要

現今永續觀光業已蔚為風潮,目的係為維護旅遊目的地之自然人文生態景觀資源,以降低對環境與社會文化的破壞,並藉此提升當地經濟效益;本研究為釐清探討立式划槳遊客的體驗價值與滿意度的關係。本研究採用問卷調查法來滿足研究目的,以便利抽樣的方式選取有參與過立式划槳的遊客為對象,建立網路問卷來蒐集研究資料,最終共得 126 份問卷,以描述性統計、相關分析、迴歸分析統整資料。研究結果顯示,體驗價值中的服務品質對滿意度呈現顯著的高度正相關;而體驗價值中的趣味性、美感對滿意度皆有顯著的中度正相關。另外,體驗價值的服務品質、美感與趣味性對滿意度皆有顯著的正向影響,其中又以服務品質的影響最大。據此,可透過增加服務品質中的安全保護、人員專業能力、人員服務熱忱以及服務態度來提升立式划槳遊客的滿意度。

【關鍵詞】:立式划槳、參與動機、體驗價值、滿意度

通訊作者:陳冠州 ting6699s69@gmail.com,台中市北屯區水景街 132 號 9 樓之 3

分類: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題。

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 coffee shop

葉慈軒*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

鄭建璋/銘傳大學生物科技學系，副教授

摘要

近年來全台咖啡店數量依舊逐漸成長，台灣人 2020 年喝掉 28.5 億杯咖啡，促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，咖啡店要如何永續經營，從中脫穎而出才是關鍵。對於業主來說，如何吸引顧客走進一家咖啡店且成為咖啡店消費次數頻繁的忠實顧客，其中的咖啡店商店形象影響因素有很多，因此本研究旨在探討咖啡店商店形象、場所依戀與品牌權益之影響。

為此，本研究將以咖啡經營者、長期消費顧客以及咖啡專業學者作為研究對象，透過量化之專家問卷研究方法進行調查，探討咖啡店商店形象、場所依戀與品牌權益要素間是否互有關聯性且要素之間權重為何。

研究結果為咖啡店商店形象、場所依戀與品牌權益要素間互有關聯性且從中調查出權重，使咖啡店業主持續透過審視自己的商店形象來維持營運，甚至造就一個使顧客對於該場所依戀的咖啡品牌，並期望能提供咖啡產業在行銷、運營與規畫方面的參考。

【關鍵詞】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

「真」得忍不住想買：探討虛擬實境對潛在旅客衝動性購買意圖之影響

"Really" can't help but want to buy: Explore the impact of virtual reality on impulsive purchase intentions of potential travelers

劉士豪/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

陳宇婷、陳品璇、吳玟玟、張伯媛、直海優衣/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

近年來，虛擬實境影片的運用在商業上愈來愈廣泛，然而此項科技運用於旅遊商品行銷是否會提升潛在旅客對於旅遊商品似乎還尚未被充分探討。本研究以刺激-有機體-反應理論為基礎。旨在探討相較於一般影片，虛擬實境影片是否對於引發潛在旅客對旅遊商品之心流體驗與衝動性購買意圖有較強烈的影響效果；此外亦探討觀看影片時之心流體驗是否會影響其衝動性購買意圖。本研究以一般消費大眾為研究對象透過實驗設計進行資料收集，並利用獨立樣本 t 檢定、單變量變異數分析與迴歸分析進行假說檢定。最後依據研究結果提出建議，將可作為未來在旅行業與觀光相關產業在旅遊商品與目的地行銷策略實務上之參考。

【關鍵詞】 虛擬實境影片、心流體驗、衝動性購買意圖、S-O-R 理論

通訊作者：張伯媛，lizzy200629@gmail.com，新北市新店區安康路二段 208 號 6 樓

台灣日語小導遊之問題點與課題

-以小導遊角度分析-

林玉惠/銘傳大學應用日語系，教授

鄭富元/銘傳大學應用日語研究所，碩士生

摘要

在台灣的現今 B&S 日語交流小夥伴(以下簡稱日語小導遊)作為與日本高中生交流已經是台灣文化觀光上非常重要的一環，除了帶動了不少台灣的觀光經濟之外，對台灣文化的對外輸出，台日交流的增進和台灣日語環境的影響與日俱增，本研究乃是從日語小導遊的角度出發，針對日語小導遊的發展與發揚台灣觀光為主旨，去了解在未來重啟日語小導遊活動前能夠為此在小導遊本身的領隊能力，觀光內涵等等進行分析和研究，本研究經由發線上問卷至相關社群團體的方式和與其他小導遊的實體會面談話紀錄作為分析資源，並統合網路上的相關資訊，去找出現今小導遊在帶隊上的問題點與未來成長上會產生的課題，再找出如何去對應這些難題與挑戰，使台灣的美好能夠更清澈的展現在日本高中生的面前，以提供一個充滿知性和趣味的旅程。問卷的結構分為兩部分，一為針對日語小導遊的經驗分析，以找出共通的問題點，另一部分則針對領隊的能力和導覽內容的部分進行調查，以了解目前環境上小導遊自身的需求為何，目前有 25 位的匿名問卷答覆和 3 位的實體訪談為資料依據，接下來會藉由跟文獻的分析和網路上的評論資源一同合併分析找出可以做為日語小導遊的能力指標，希望在未來能為台日的觀光和文化交流上增加助力以及新的發展方向。

【關鍵詞】:台日交流、觀光、文化

通訊作者:鄭富元，maple8726@gmail.com，新北市新莊區中和街 108 巷 3 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

金門農業試驗所休閒農場體驗價值之研究

A Study of Experience Value in Recreational Farm of Kinmen Agricultural Research Institute

黃淑芬*/銘傳大學休閒遊憩管理學系，助理教授

余尚恩/樹德科技大學金融管理學系，助理教授

莊曜齊/銘傳大學觀光研究所，碩士

摘要

休閒農業強調服務品質、文化品味生活以及友善環境，以發展成為具有生活風格的生態旅遊。本研究以金門農業試驗所附屬休閒農場為對象，採問卷調查法，回收有效 428 份農場遊客的問卷資料，有效回收率為 85.6%，並運用因素分析、單因子變異數分析遊客體驗價值。研究結果顯示：性別、婚姻、年齡、教育程度、職業、平均月收入、居住地在體驗價值「效率」、「卓越」、「美感」與「趣味」呈部分顯著差異。再者，在旅遊財務原因、旅遊資訊、交通、逗留時間，在體驗價值「效率」、「卓越」、「美感」與「趣味」均部分顯著差異。建議金門農業試驗所附屬休閒農場應再於多處增設導覽圖，並多輔以圖解、周邊設計與說明，提供互動式遊戲，讓遊客留下更深刻記憶；增種每個月都能開花的植物，讓農場四季都充滿花香，增設動態設施等，以效率卓越來提升趣味、美感性，讓遊客體驗後疫情休閒農業之新療癒。

【關鍵字】金門、農場試驗所、休閒農場、體驗價值

分類: 5.觀光、休憩與餐旅產業綠色旅遊與環境相關議題

食樂共創,成功在即?食樂餐廳共同創造對消費者行為意圖 之影響

The Effect of Co-Creation on Eatertainment Consumer Behavioral Intention

胡欣慧/銘傳大學餐旅管理學系，教授

張雅淳/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

廖雅涵/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

楊壬霆/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

蔡宜庭/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

陸方凌/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

余宗禧/銘傳大學餐旅管理學系，學士生

摘要

外食用餐佔據了人們生活的一大部份,而具有娛樂性質的餐廳,更是大多數人聚餐的選擇。餐飲業利用共同創造的方式希望確保顧客的消費體驗達到預期,但當顧客對於餐飲服務及娛樂的需求越來越大時,共同創造是否對於食樂餐廳與顧客體驗有所影響則需要深入討論。本研究目的欲了解食樂餐廳共創價值與共創體驗對於消費者行為意圖之影響,進一步探討滿意度的中介角色。本研究以曾於食樂餐廳消費之顧客進行問卷調查,利用立意抽樣方式進行,採用信度分析、敘述性統計分析、迴歸分析以進行研究假設檢驗。研究結果顯示,食樂餐廳的共創價值與共創體驗對顧客滿意度皆有顯著的正向影響;顧客滿意度對行為意圖亦有顯著的正向影響。此外,顧客滿意度在食樂餐廳共創價值、共創體驗與行為意圖之間扮演中介角色。藉由本研究結果,提供食樂餐廳未來發展營運管理策略之參考。

【關鍵字】:食樂餐廳、共創價值、共創體驗、滿意度、行為意圖

通訊作者:張雅淳,ruby7789456@gmail.com,新北市新莊區民安西路 229 巷 26
弄 12 號 4 樓

分類:3.觀光、休憩與餐旅產業服務品質相關議題

YouTuber 帶你去旅行：探討知覺價值、擬社會關係、 YouTube 頻道黏著度及旅遊意願之關係

Travelling with YouTuber: Exploring the relationships among perceived value, parasocial relationships, YouTube channel stickiness and travel intention

林濶榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

鄭琇予、張欣亞、蘇好欣、蔡雨軒、卓咏潔、蔡汭諤/銘傳大學觀光事業學系，大學生

羅斯婷*/銘傳大學觀光事業學系研究所，碩士

摘要

隨著 YouTube 興起，許多自有頻道開始發展，逐漸讓許多觀看 YouTube 影片的大眾開始對特定頻道產生一種黏著度。因此，本研究將從頻道內容及頻道創作者兩方面之觀點提出 YouTube 頻道黏著度之兩項前因，分別是知覺價值及擬社會關係，並且從旅遊行銷角度探討 YouTube 頻道黏著度與旅遊意願之關係。本研究以有訂閱及觀看 YouTube 頻道習慣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。本研究總共回收 250 份問卷，排除填答不完整或答案明顯呈現規則情況的 14 份無效問卷，總共獲得 236 份有效問卷。研究結果指出，知覺價值會正向影響觀看者的 YouTube 黏著度；擬社會關係會正向影響觀看者的 YouTube 黏著度；YouTube 頻道黏著度會正向影響觀看者的旅遊意願；知覺價值會正向影響旅遊意願；擬社會關係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。

【關鍵字】 YouTube、自媒體、知覺價值、擬社會關係、YouTube 頻道黏著度、旅遊意願

通訊作者：羅斯婷，losalie40132028@gmail.com，台北市文山區和興路 36 號 2 樓

翻山越嶺 脈向峰頂—脊梁山脈旅遊行為之探討

Across the mountains to the summit-A discussion on tourism behavior in Mountains

翁振益/銘傳大學觀光事業學系，教授

劉姿妘、劉一冰、曹怡安/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

台灣山林風景壯麗令人心生嚮往，而近年來山脈旅遊已逐漸受到國人重視，政府推動開放山林，再加上新型冠狀病毒肺炎疫情影響，國人無法出國進行旅遊活動，使山脈旅遊成為一種新的風潮，遊客更能親自走進山林一探究竟。

欲開發新型態旅遊模式，遊客的需求、決策過程以至於後續行為至關重要，本研究欲將以推拉理論作為基礎，利用質性訪談的方式來了解遊客、業者等能夠影響山脈旅遊的因素，更進一步藉由計畫行為理論作為根本，運用發放問卷的方式進行探討及數據分析；此外，再次使用推拉理論對山域嚮導解說品質對意圖行為進行探討。可望藉由本研究能夠協助山脈旅遊行銷活動提供參考依據，並為台灣山脈旅遊發展提供更有效的行銷定位策略。

【關鍵字】山脈旅遊、計畫行為理論、推拉理論、山域嚮導解說品質、遊客、旅行社、在地業者

通訊作者：劉姿妘，vivi05202000@gmail.com，新竹縣湖口鄉愛勢村民生街 383 巷 12 號