

COVID-19 恐懼對空服員工作結果之影響：兼論 COVID-19 組織支持

鄭天明/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系，特聘教授

鍾智凡/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系，碩士生

摘要

COVID-19 全球恐慌，影響旅遊工作者甚巨，特別是對人身影響最明顯的空服工作者。本研究之目的乃在探討空服員對 COVID-19 恐懼與工作投入、服務行為的影響，並納入 COVID-19 組織支持作為調節角色，以釐清 COVID-19 事件中，組織支持如何改善恐懼與行為關係的變化。爰此，本研究首度將疫情與旅遊工作結果連結，選擇旅遊工作者中最具風險性的空服員為調查對象，以便利抽樣法調查 316 位臺灣籍國際線空服員。運用結構方程式模式驗證研究變數間之因果關係。研究結果發現：COVID-19 恐懼會負向影響空服員的工作投入與服務行為，高度的 COVID-19 組織支持，會減緩 COVID-19 恐懼與工作投入、服務行為之關係，特別是有助於空服員專注於工作與表現角色內行為。最後，針對 COVID-19 事件提出組織管理意涵與建議。

【關鍵詞】：COVID-19 恐懼、COVID-19 組織支持、工作投入、服務行為、空服員

通訊作者：鍾智凡，zhifan1211@gmail.com，嘉義市東區彌陀路 161 號 14 樓之 2

分類：1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

新冠肺炎對台灣郵輪旅遊衝擊之探討

A Study on the Impact of Novel Coronavirus Pneumonia on Taiwan Cruise Tourism

王毓鈞*/國立臺灣海洋大學海洋文化研究所，碩士生

林谷蓉/國立臺灣海洋大學海洋文化研究所，教授

摘要

新冠肺炎 Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) 影響台灣與國際的觀光旅遊甚鉅。以郵輪旅遊而言，郵輪旅客人數原本從 2012 年的 326,538 人次成長至 2018 年的 1010,126 人次，2019 年達到 1050,758 人次的高峰，但 2020 年因為受到新冠疫情的嚴重影響，人數急速滑落，甚至一度停擺，政府結合業者推動郵輪跳島旅遊航程，結合國內旅遊規劃，使得郵輪國旅人數回升，跳島郵輪成為台灣在疫情下觀光旅遊新型態。

本研究藉由文獻分析與訪談研究方法，探討新冠肺炎疫情對台灣郵輪旅遊的衝擊與其在疫情前後發展的差異，尤其針對「跳島郵輪」旅遊方式加以探究。交通部航港局在 2018 年推出多母港航線、2019 年推出母港及掛靠港的特殊航程，帶來郵輪發展的經濟效益，繼而提出「藍色公路十年綜合發展規劃」獎助跳島郵輪，近期更與觀光局一起推動從 2021 至 2030 年的「跳島旅遊」。因此本文亟欲思考在後疫情時代郵輪跳島旅遊如何發展？相關的離島與港市的岸上觀光有哪些作法、玩法？未來有哪些創新旅遊可能方式？期望透過本文分析跳島郵輪政策在公私部門合作推動的做法、發展現況與問題，並提出郵輪旅遊跨域發展的建議與策略，期許重拾郵輪旅客信心並逐漸恢復往日榮景。

【關鍵詞】：郵輪旅遊、跳島旅遊、岸上觀光、跨域治理

通訊作者：王毓鈞，yujingwng9@gmail.com，台北市文山區萬寧街三號八樓

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊。

危機還是轉機？新冠疫情下北韓觀光產業發展之探討

Crisis or Chance? Exploring the State of Tourism Industry in DPRK during the COVID-19 Pandemic

周田力/國立臺灣師範大學東亞學系，碩士生

摘要

自聯合國安理會制裁北韓的決議通過以來，北韓的進出口貿易受到極大影響，未完全受到波及之尚能招徠國際遊客的觀光產業成了北韓外匯收入的重要來源。突如其來的新冠疫情席捲全球，世界各國的觀光產業受到劇烈衝擊，北韓也不例外。本研究將利用有關北韓觀光產業之各類資料，了解北韓觀光產業的實際發展情況，探討新冠疫情帶給北韓觀光產業的影響。研究結果為：新冠疫情對北韓的觀光產業造成的負向影響主要涉及新建觀光項目錯失最佳行銷窗口期和觀光服務人員的水準保持受到挑戰，其正向影響主要體現在獲得優化升級既有觀光設施的機會以及獲得發掘整合觀光資源的機會。

【關鍵詞】：北韓、觀光產業、新冠疫情

通訊作者：周田力，u10409023@go.utapei.edu.tw，臺北市文山區汀州路四段88號誠樓3310室

後 Covid-19 疫情時期博物館在文化觀光產業的發展分析

An Analysis on the Development of Museums in the Cultural Tourism Industry in the Post-Covid-19 Period

黃英哲/國立歷史博物館，助理研究員

摘要

當「文化」從過去觀光產業的一種消費形式，轉變成當代社會探索歷史、藝術與文化的主要需求時，文化觀光(cultural tourism)便成為觀光產業的核心發展型態。博物館隨著休閒整合知識經濟的興起，在文化觀光產業的影響持續增加，全球博物館數量自2012年以來快速成長近60%，達到9萬餘所，代表其存在不僅是保存人類文化藝術的具體見證，更是多數旅遊指南上的必訪之地，文化觀光發展與博物館營運成為一種互利的共構，一方面可以對在地文化遺產的保護產生積極作用，另一方面亦可拓展博物館的文化資源優勢形成觀光產業鏈，帶動地區的經濟產值。然而COVID-19自2020年3月被WHO正式列為高度傳染性疾病以來，嚴重衝擊全球觀光產業，根據UNESCO和ICOM的研究統計，全球已有超過90%博物館機構被迫暫時關閉或永久停業，面對全球營運結構面常態性的改變，博物館已於疫情期間採取創新的營運措施，以確保館所持續運作，為社會提供休閒、教育和沈浸藝文的觸及，重要的是在後Covid-19疫情時期，博物館為因應財政收入及參觀者行為的改變，必須重新思索本身的價值定位及其與公眾的關係，在營運層次的「場域定位」、「財務結構」、「展示型態」、「公共衛生」四大構面，探索並評估可持續發展的營運模式，藉以回應文化觀光產業發展的整體需求。

【關鍵詞】：博物館、文化觀光產業、後Covid-19疫情

通訊作者：黃英哲，profych1206@gmail.com，臺北市中正區徐州路21號

分類: 1. 新冠病毒對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

新冠疫情對臺灣景觀餐廳經營策略與經營績效的影響-以 四季水灣餐廳為例

李國溢、盧彥緯/臺北城市科技大學烘焙創意與經營管理學士學位學程，助理教授

楊蕙芬/臺北城市科技大學餐飲管理系，助理教授

摘要

隨著經濟水準提高民眾對於景觀和美食追求標準也逐漸提升，景觀餐廳隨著時代潮流廣受歡迎。自 2002 年至 2014 年全世界原物料價格上漲接著一連串食安問題，臺灣餐飲業一路如履薄冰的走來，卻不料在 2020 年面臨最嚴重的新型冠狀肺炎(COVID-19)疫情衝擊然而景觀餐廳仍深具發展潛力。本研究以新冠疫情影響下臺灣餐飲業經營策略與經營績效的影響為研究主題，選擇峇厘島景觀餐廳—四季水灣餐廳作為個案研究對象，研究目的瞭解疫情對景觀餐廳產業的衝擊、個案所採取經營策略以及所產生的經營績效。研究方法針對個案進行文獻分析法、STP、SWOT、商業模式等分析，以半結構深入訪談法，訪談個案公司 8 位經營管理及員工、同時訪談 8 位消費者，共計 16 位，藉以發現研究結果。本研究結論發現個案景觀餐廳具有空間空曠、交通便利、防疫期間避免人潮之優勢，另由於個案餐廳具有國外景觀特色，對於不能出國之消費者亦具有婚宴、異國美食及觀賞風景之消費動機因素，個案餐廳同時選擇減少人力來控制成本，改變菜色種類與產量，並策劃各種行銷優惠，以增加消費者之購買意願，透過安全防疫措施，使消費者安心，以商業模式調整與改善，提高經營績效等。本研究建議對於個案景觀餐廳部分經營策略上可更加凸顯品牌特色拓展與更多不同的外送平臺進行合作，加強網路行銷方式等。對於有關機關建議部分，由於景觀餐廳具備國外特色景觀、特色美食以及防疫措施較能落實等優點，在防疫期間可作為國內觀光政策發展與推廣之重點，本研究除作為研究個案經營上的改善外，期望能在疫情的衝擊下運用現有資源，提升經營績效，讓臺灣餐飲產業更加能夠永續經營。

【關鍵詞】：景觀餐廳、疫情衝擊、經營策略、經營績效

通訊作者：楊蕙芬 g109826015@grad.ntue.edu.tw 宜蘭縣三星鄉尾塹村安農二路 235 號

分類: 1 新冠病毒對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

探討疫情下旅行業工作不安全感之研究

Explore the Study of Job Insecurity in the Travel Industry Under the COVID-19 Epidemic

張淑雲/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，副教授

曾于庭/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，碩士生

摘要

在此次新冠病毒對觀光產業從業人員之工作造成前所未有的衝擊因此本研究旨在檢驗領隊從業人員工作不安全感、服務行為與工作樂趣三者間之關係，並且探討工作樂趣對工作不安全感與服務行為之調節效果。

本研究採問卷調查法，共回收 350 份有效問卷，有效回收率 89%。並運用 PLS 驗證研究變數間之關係。研究結果顯示，領隊工作者之工作不安全感顯著的負向影響服務行為；而領隊工作者之工作樂趣會顯著正向影響服務行為。再者，高度工作不安全感的領隊工作者，會明顯降低服務行為之表現，特別是反映在角色外服務行為；而工作樂趣感知愈高的領隊人員，其服務行為的表現愈佳。另外，研究亦證實工作樂趣於工作不安全感與角色內及角色外服務行為之間扮演著調節之角色，亦即擁有高度工作樂趣的領隊即使感受到高度工作不安全感，亦會展現較佳的服務行為表現。最後，本研究結果對觀光人力資源管理提出因應策略。

【關鍵詞】：工作不安全感、服務行為、工作樂趣、領隊人員

通訊作者：曾于庭，christine851207@gmail.com，嘉義市西區世賢路四段 56 巷 6 號

分類: 1. 新冠病毒對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

領團人員多元師徒功能對組織承諾之研究—兼論組織氣候 之調節效果

A Study of the Relationship between Multiple Mentoring Function and Organizational Commitment of Tour Leaders: Also on the Moderating Effect of Organizational Climate

黃文雄/嶺東科大觀光與休閒管理系，助理教授

林永森*/嶺東科大觀光與休閒管理系，教授

曹瓊霖、陳蕙芬/嶺東科大觀光與休閒管理系，碩士生

摘要

師徒制度普遍存在於旅行業機構中。透過該制度，師父可以傳遞自身在業界所累積的知識及技能，如：帶團及應對技巧給徒弟；並適時的鼓勵、提供徒弟拓展其領團職涯發展。另一方面，徒弟同時也能提供反向功能，回饋不同角度之觀點給師父；且在徒弟表現良好時，也能激勵師父追求更好的領團表現。透過這樣的師徒交流，能提升彼此及對組織的情感聯繫。

然而組織的所表現出的組織氣候會影響到員工對整個組織環境的感知及氛圍。因此不同的組織氣候下，可能會影響其師徒功能對其情感承諾之強弱。據此本研究基於組織氣候的觀點，深入探討在不同組織氣候下，多元師徒功能對組織承諾的影響機制。針對台灣合格之領團人員研究對象，總計發放 279 份問卷。利用統計軟體 SPSS25.0 版及 Smart PLS 進行分析。

研究結果顯示整體模式適配度指標皆符合標準，並證實領團人員多元師徒功能對組織承諾具有正向且顯著地影響。另外，在良好的組織氣候下，可以有效強化多元師徒功能對組織承諾之關係；反之，在低組織氣候下則會削弱其多元師徒功能對組織承諾之正向影響。最後，根據實證分析之結果，提出實務上的管理建議，以供旅行社及相關組織單位作為參考依據。

【關鍵詞】：師徒制、領團人員、旅行業

通訊作者：林永森，kasen@teemail.ltu.edu.tw，台中市南屯區嶺東路 1 號

分類：休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展。

鮭魚返鄉：農場接班人的韌性歷程

Back to Home: Exploring the Resilience Progress of the Farm Successor

林若慧/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系，副教授

顏滢珊*/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，碩士生

摘要

農業的經營環境與產業生態正在改變，農場的數量也在遞減，接班課題正是經營者的當務之急，全球農場中有高達 98% 的農場屬於家庭性質，接班人是家庭農場的新生代。台灣休閒農業最大的價值在於人，生活作息、成長背景、學經歷等都迥異的兩個世代，接班人在其生涯和職涯都可能承受許多壓力與遭遇逆境，接班人應當有一套處理逆境的方式；應對逆境是一種挑戰，處理逆境所帶來的後果又是另一種挑戰，但在這過程中，接班人會積極調適以藉此鍛鍊自己的韌性能力，並尋找出突破難關的生存之道，甚至能為農場經營開創一個嶄新的境界。本研究以職場三衝突(Jehn & Mannix, 2001)探索出接班人的相關逆境，運用 Richardson (2002)提出的韌性模型及 Patterson and Kelleher (2005)提出的韌性週期和全面性的韌性架構，再採用質性研究之深度訪談和內容分析，建構出農場接班人四階段的韌性歷程(逆境打擊、調適能量、韌性行為、轉變結果)，以供相關人員作為參考。目前研究結果發現，接班人與經營者存在理念不合將導致時間和精力都耗費在溝通，以致侷限農場未來發展；然而，接班人因為自身的人格特質以及家裡的資源支持，得以在逆境中成長並發展出韌性的歷程。

【關鍵詞】：家庭農場、韌性歷程、接班人

通訊作者：顏滢珊，qqyen3@gmail.com，嘉義市新民路 580 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展。

觀光科系社團同儕師徒功能與校外實習成效關係之研究

A Study on the Relationship Between the Function of Peer Mentoring and Effectiveness of Off-campus Internship in the Clubs of Department of Tourism

魏慧瑜/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，大專生

黃文雄*/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，助理教授

李綺庭、蔡霈德/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，大專生

摘要

現在社會競爭壓力大，不論是科技大學或是一般大學都會與業界合作，期望藉由雙贏的合作機制，讓就學期間的學生送至合作的企業廠商進行實習。一方面補足學校教育在實務教學上之不足，另一方面提早體驗職場環境以及對產業上的瞭解，參加校外實習是大專院校觀光休閒科系學生學習歷程裡很重要的一個部分。此外透過學校的社團可以獲得同儕師徒的功能，而在社團所獲得之同儕師徒功能會如何影響學生之後在實習的實習成效上為本研究主要探討之議題。因此，本研究主要目的在於探討大專院校觀光系社團同儕師徒功能與校外實習成效關係之影響，研究對象為中部某大專院校觀光休閒科系之實習後學生，以問卷調查方式蒐集資料，採用便利抽樣發放 210 份問卷，回收 210 份，回收資料以 SPSS 為分析軟體，採用項目分析、信度分析、次數分配表、描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、迴歸分析等方式進行後續分析。研究結果顯示不同學生的背景變項在部分的同儕師徒及實習成效上有顯著差異。受試者其同儕師徒功能會正向且顯著地影響實習成效，進一步分析則發現同儕師徒之角色模範構面對實習成效有顯著影響。並提出研究建議供相關觀光休閒科系於課程規劃上之參考。

【關鍵詞】：同儕師徒、實習課程、實習成效

通訊作者：黃文雄，wshuang@teemail.ltu.edu.tw，台中市南屯區嶺東路一號

分類：2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

逐電追風的運輸職人-初探台灣高鐵服勤人員之職業能力

The Wind Runner-The Study of Competency for The Train Attendant of Taiwan High Speed Rail

謝經順/國立高雄餐旅大學觀光研究所，研究生

王穎駿/國立高雄餐旅大學航空暨運輸服務管理系，副教授

楊政樺/國立高雄餐旅大學航空暨運輸服務管理系，教授

摘要

台灣高鐵服勤人員為列車營運時，從事服務傳遞的前場工作者，他（她）們非僅提供乘車服務，更肩負維護客艙安全之責。近年來，探析職業能力的議題興起，對潛在求職者自我評估或準備該職類（職種）所需能力，抑或企業設計甄選、初訓、專精、進修等職能課程均饒富助益。

本研究採取質性研究。首先透過觀察法，實地探查與記錄服勤人員的職責與相對應的職業能力。繼而，融會文獻對該議題闡釋的知識結構，從事訪談大綱設計。邀請曾經或現在擔任列車服務人員（含駕駛員、列車長與服勤員）與站務人員作為訪談對象，希冀藉由不同角度，全面盤整服勤人員的工作任務與職業能力項目。訪談之後，再以三角交叉檢視法從事多元資料的檢證，交織薈萃為履行目標職類（職種）之職業能力目錄。

為了確認評量工具的效度與信度，本研究繼而透過 Aiken 內容效度與同質性信度從事檢驗，分析結果顯示目標職類（職種）應具備 18 項專業知識、30 項專業技能，以及 32 項專業態度。專業知識面，熟悉工作職掌為服勤人員應具備之專業知識，而緊急疏散能力在信度檢測中具備完全一致性，意謂專家一致認同該項目為核心專業技能；專業態度面，服勤人員應具備守時、服務熱忱，以及親和力等三項專業態度。咸信本研究建置的職業能力目錄將可提供企業作為年度考核與外部招募之參據，並藉以開發相關職能課程，裨益型塑引人、育人、留人的企業氛圍。

【關鍵詞】：服勤人員、職業能力、Aiken 內容效度與同質性信度分析

通訊作者：謝經順，50818008@stu.nkuht.edu.tw，高雄市小港區松和路一號

分類：2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

員工對陸客服務破壞現象之研究—以國際觀光旅館主管的 觀點為例

The Research on Service Sabotage of Employees Towards Customers from Mainland China: Examples are from the Management Perspective of International Tourist Hotels

孫路弘/國立高雄餐旅大學餐旅管理系研究所，教授

馬月屏/國立高雄餐旅大學餐旅管理系研究所，碩士生

摘要

觀光旅客來臺對臺灣國際觀光及一般旅館餐飲營運之經濟績效挹注不可輕忽，尤其陸客十多年間，來台總人次佔總比例最高，同時平均每人每日消費金額也超過總平均消費金額，陸客直接為餐旅行業帶來可觀的業績。所以希望以後在開放時能夠吸引陸客願意要到台灣來觀光 那麼服務品質很重要的一環。但是過去有對陸客服務破壞行為的相關研究結論已有李玉唐（2017）依 35 位餐旅實習生針對大陸旅客進行服務破壞行為做深入的探討，其實服務破壞不僅只是在台灣有而在過去十幾年前英國也有相關的研究 Harris & Ogbonna 已經陸續提出這種服務破壞現象是非常普遍的也很頻繁的現象。尚未針對管理者來進行服務破壞相關之研究，為提升優質的服務品質，管理者本身的觀察心態與管理方式同時也影響服務品質，本研究利用半結構式訪談法，運用滾雪球抽樣方式，針對國際觀光飯店餐飲部主管階層抽取十個樣本進行深度訪談，了解主管所觀察服務破壞認知，並進行歸納與分析。研究發現九種服務破壞類型 惡待顧客、拒絕顧客、干擾顧客、暗示顧客、簡化流程、漠視顧客、戲弄顧客、欺騙顧客；佔顧客便宜的破壞行為未於本研究發現，顯示主管與第一線員工對於服務破壞認知有所不同。最後，本研究依據研究結果提供 業者 與 管理者 實務建議 及管理意涵作為後續研究參考

【關鍵詞】：服務破壞、管理者、陸客

通訊作者：馬月屏 m45627@gmail.com 高雄市大社區三民路 20 號

分類: 3.觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題。

應用文字探勘技術探討航空公司服務品質—傳統航空與廉價航空之比較

Applying Text Mining on Airline Service Quality - A Comparison between Full Service Airline and Low Cost Airline

戴維舵/致理科技大學企業管理系，教授

張國謙/致理科技大學休閒遊憩管理系，教授

丁肇安*/致理科技大學企業管理系服務業經營管理研究所，碩士生

摘要

在全球化的影響下，航空業者不僅需要面對於來自不同運輸工具的競爭，逐漸興起之廉價航空成為了傳統航空公司的挑戰之一。在傳統航空公司的營運定位與目標市場，和廉價航空公司仍然有所差異，因此為了了解傳統航空公司與廉價航空公司之區隔，利用線上評論的方式，找到顧客最在意的服務品質要素，並使用文字探勘，找尋顧客對於傳統航空公司及廉價航空公司最常討論之服務品質要素，可作為給航空公司做服務品質提升參考使用。

經由蒐集 TripAdvisor 六家航空公司的線上評論資料(2016年1月到2020年12月)，研究結果發現，在傳統航空公司方面，線上評論中最重要的前五名要素依序為機上員工形象、艙等升級、行李手續程序、起降舒適度及旅客轉機。廉價航空公司方面，線上評論中最重要的前五名要素依序機票退款手續、廉價航空形象、機上座位空間、機上顧客服務及地勤協助能力。本研究亦依據研究結果提出學術及管理意涵。

【關鍵詞】：航空公司、服務品質、線上評論、文字探勘

通訊作者：丁肇安，space53279@gmail.com，新北市三重區重陽路2段19巷15-1號2樓

分類:3. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題

探討社群網路之評論對網路使用者用餐意願的影響-以

2019 年米其林日式餐廳為例

Exploring the influence of catering blogs on internet users'

dining intentions-taking 2019 Japanese Michelin

restaurants as an example

鄭雅馨/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

黃翔昱、游上陽、張哲偉、江叡穎、邱香琳/致理科技大學休閒遊憩管理系，學生

摘要

目前全球使用網路的社群媒體越來越發達，在網路的虛擬世界中，人與人藉由網站互動的關係逐漸構成了社群網路。近年來，隨著社群網路資訊流的應用及外食人口的增長，對於餐飲的評斷趨向網路化，本研究將對現今的社群網路作定義及探討，了解現代流行的美食部落格與餐飲評論網站對用餐意願的影響，使用了 Power B I 作為研究工具分析了 53 則美食部落格文章及 694 則餐飲網路評論，得到使用頻率最高的字詞製成文字雲，再將其分為六大類字詞，「同感字詞」例如「滿意」及「舒服」；「料理資訊字詞」例如「好吃」及「新鮮」；「料理字詞」例如「壽司」及「甜點」；「食材字詞」例如「干貝」及「鮭魚」；「餐廳要素字詞」例如「價位」及「環境」；「服務字詞」例如「菜單」及「手藝」。使用網路問卷調查法，將人口變項及其上述的六大類字詞編寫成題項，發放後共回收 205 份有效問卷，使用 SPSS 分析工具以性別作為人口變項與字詞類題項進行交叉分析，發現男性網路使用者會被「壽司」、「鮭魚」、「手藝」等字詞所吸引；女性網路使用者會被「甜點」、「鮭魚」、「價位」等字詞所吸引，了解當人口變項不同時受吸引字詞的差異程度，根據本研究結果建議部落客及網路評論家，在未來撰寫關於餐廳的文章或評論時能參考這些字詞，撰寫出更受網路使用者吸引的文章及更具有價值的評論。

【關鍵詞】：社群網路、餐飲部落格、網路評論

通訊作者：游上陽，z22212461@gmail.com，新北市中和區新生街 39 巷 9 號

分類: 3. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題。

以科技接受模式與流暢理論探討虛擬旅遊之使用意願-以南極洲虛擬實境為例

Using Technology Acceptance Model and Flow Theory to Investigate the Consumers' Adoption Intention of Antarctica Tourism: The Case of Antarctica Virtual Tourism

朱婉妤/高雄餐旅大學觀光研究所，碩士生

石岳峻/高雄餐旅大學觀光研究所，副教授

摘要

虛擬旅遊可以作為預先體驗旅行或是代替實體旅遊的方式，儘管虛擬旅遊無法真正地取代實體的旅遊，但它卻是未來新旅遊型態的趨勢之一。旅遊產品又屬於無形性，因此無法在購買前先行體驗或接觸到商品，容易造成消費者對實際產品與所接受到資訊上認知的落差，且實體旅遊可能受到時間、地點、氣候、金錢或個人身心因素上等等的限制，虛擬旅遊雖然無法取代實際的旅遊體驗，卻能克服上述的限制，並提供更多元的旅遊感受。此外，由於新冠病毒在全球持續的肆虐，各國封鎖國境，旅遊業嚴重受創，虛擬旅遊的應用也因此越來越普及與備受關注，透過虛擬旅遊的方式，消費者們不用出國，甚至不需要出門，也同樣能夠體驗到旅遊的樂趣及感受。本研究是利用科技接受模式與流暢理論，來探討使用者對於虛擬實境用於虛擬旅遊的接受程度。會將有效問卷 2xx 份，以偏最小平方法（Partial Least Squares, PLS）進行資料處理和分析。本研究選定南極洲作為虛擬旅遊的地點，使用 HTC 原創軟體《科爾布的南極洲冒險》並搭配 HTC VIVE PRO 頭戴顯示器及控制手把來進行施策。研究結果將作為未來提供旅行社在推廣旅遊商品與相關虛擬實境開發廠商作為異業結合之參考或改善的依據及資料，使旅遊業者或其他相關的產業，能作出更多元性的產品以及應用。

【關鍵詞】：虛擬旅遊、科技接受模式、流暢理論、虛擬實境、南極旅遊

通訊作者：朱婉妤，50818007@stu.nkuht.edu.tw，高雄市小港區光耀街 350 號 F07 室

分類：5. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業資訊科技運用相關議題

以資訊系統成功模型和信任探討目的地旅遊平台的重用意圖之因素研究—以 KKday 為例

Research of Information Systems Success Model, Trust and Intention of Reuse for Online Tours and Activities Platform – A Case Study of KKday

巫亮全/中興大學科技管理研究所，教授

李玟誼*/中興大學科技管理研究所，碩士生

摘要

近年來，旅遊業為全球經濟提供 10% 的 GDP，隨著通訊技術的成長、旅遊電子商務平台的進步，人們對於旅遊的需求不同於以往，而旅客對於旅遊的自主性也越來越高。從過往的跟團旅遊到現在自助旅行為主的社會，許多遊客希望能得到更深入、在地的旅遊體驗，因此帶動了目的地旅遊平台的發展。目的地旅遊的興起，由線上到現下提供旅客一個更快速的管道可以走入當地，並且整合了多元的行程，搭配上過去消費者的評價，提升旅行的效率。本研究的目的為利用資訊系統成功模型為理論基礎來驗證假說，模型的因素包含資訊品質、系統品質、感知價值、滿意度和重用意圖，加入自變數—信任，探討消費者重用目的地旅遊平台的因素，藉此了解在一個目的地旅遊平台上消費者所著重的因素。研究對象為有使用過 KKday 平台的消費者，利用網路問卷的在不同的平台發放，使用 SPSS 和 AMOS 進行結構方程分析。

經由分析結果可以發現，資訊品質和信任對於感知價值有正向影響，系統品質對於感知價值無明顯影響；資訊品質、系統品質和信任對於滿意度有正向影響；感知價值對於滿意度是有正向影響；感知價值與滿意度對於重用意圖均有正向影響；顯示消費者在過去使用經驗滿意的情況下，有重用 KKday 的意圖。本研究結果將有助於目的地旅遊平台業者參考，為使用者提供一個更滿意的平台。

【關鍵詞】：目的地旅遊平台、信任、資訊系統成功模型、重用意圖

通訊作者：李玟誼，g108026108@smail.nchu.edu.tw，台中市南區興大路 145 號

分類: 5. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業資訊科技運用相關議題

外國的月亮真的比較圓嗎?探討香港人士來臺創業韌性歷程之研究-以餐旅業為例

Is grass always greener at other side of the field? The Study on the Resilience Process of Hong Kong People's Entrepreneurship in Taiwan: A Case of Hospitality Industry

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

黃思硯、何翊慈、梅嘉瑜、魏璿、金德濤、郭旭慈/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

本研究探討香港人士來臺創業之韌性歷程，並以來臺創立餐旅業之一年以上的香港人士作為研究對象。透過韌性歷程結合推拉理論，從而了解香港人士之移民與創業動機，以及其創業經歷。本研究採用質性研究，主要以「深度訪談法」，再以「內容分析法」對資料進行進一步分析，並採用「三角測定法」分析文本資料以提高研究品質。經研究發現香港人士來臺最主要是因為環境因素上的優勢，並藉由自身過往經驗來創業及傳承自身理念，即便在此過程中遇到許多資金、文化、法規上之逆境，都能主動調適自我並克服困難，並堅持經營下去也受到了許多外來的幫助，最終拓展事業完成理想。本研究希望提供未來有意來臺創業之香港人士作為參考依據，以及為相關單位提出建議與看法。

【關鍵詞】：香港人、韌性歷程、推拉理論、創業動機、餐旅業

通訊作者：黃思硯，huang2314568752@gmail.com，桃園市龜山區大同路172巷2弄9號4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。

社群網絡與電子口碑對行動餐車消費行為影響之研究

The Impact of Social Networking Sites and Electronic word-of-mouth on Consumers' Behavior Intention of Mobile Food Truck (Action dining car)

張崑凌/銘傳大學餐旅管理學系，大專生

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

王琇蘋、黃渝鈺、廖乃錡、謝舜羽、羅敏璋/銘傳大學餐旅管理學系，大專生

摘要

行動餐車產業在台灣尚處於成長階段，資訊取得方式以及行銷手法仍有成長的空間。隨著網際網路的日益發達，消費者的資訊搜尋與各項消費選擇的行為亦有相當大的改變，更影響了產業與消費者的溝通方式。社群網絡 (social networking sites; SNSs) 已發展成一項電子行銷工具，使得企業更接近市場，了解消費者的趨勢以及與消費者溝通 (Holzner, 2009)，並提供品牌溝通一項新的媒介 (Ahn, Kwon, & Sung, 2010)。Luo and Zhong (2015) 強調電子口碑 (electronic word-of-mouth; eWOM) 在 SNSs 的社交關係與社交互動；強烈的社交關係易影響 eWOM 的效果。eWOM 影響了使用者的態度與決定。基於上述，本研究將以問卷調查法，運用社群網絡特性及電子口碑探討消費者對行動餐車的行為意圖。研究結果顯示行動餐車之社群網絡、電子口碑正向影響顧客的行為意圖，行動餐車之社群網絡、電子口碑正向影響社群信任，行動餐車之社群信任正向影響顧客的行為意圖。

【關鍵詞】：社群網絡、電子口碑、行動餐車、消費行為、SNSs

通訊作者：張崑凌，b0956272789@mail.com，桃園市龜山區德明路 5 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。

微型創業成功模式建構之研究—以烘焙業為例

Key Factors for Successful Micro Entrepreneurship: A Case Study of Baking Industry

陳琪婷*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

王怡文、王玟婷、吳珮慈、張雅婷、陳玟蕓 /銘傳大學餐旅管理學系，大學生

摘要

隨著社會上興起的創業風潮，越來越多人投身創業行列，然而真正成功的人極為少數，失敗案例不計其數，有鑒於此，本研究旨在了解各家微型烘焙創業店是如何經營，並且透過訪談畫出商業畫布，探討其成功之因素以及經營模式。因此本研究首先探討烘焙產業概況、烘焙微型產業以及微型創業成功模式相關研究，以對研究主題進行初步了解，並採取立意抽樣進行店家篩選，另採質性研究深度訪談法進行六個微型烘焙創業者之個案研究，彙整訪談資料並分析烘焙業微型創業成功關鍵因素及建構商業模式畫布，也給予其他研究者未來相關研究建議。本研究期望提供烘焙業微型創業者一個成功的創業經營模式為參考，以提升其創業的競爭力以及成功率。

【關鍵詞】：烘焙產業、微型創業、商業模式畫布、成功關鍵因素

通訊作者：陳琪婷，ctchen@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路5號

分類：2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展。

“關鍵”食刻“點食”成金：以消費者、餐飲業者、外送員之 視角探討訂餐平台成功關鍵因素

Success factor of food delivery platform: from consumer, catering operators, delivery staff viewpoint

翁振益/銘傳大學觀光事業學系，教授

徐珮倫、洪于硯、秦嗣容/銘傳大學觀光事業學系，學生

摘要

近年來消費者使用線上訂餐的比例逐漸升高，外食為大眾的一項日常生活習慣，2012 年後美食外送平台相繼進入台灣餐飲市場，成為消費者購餐的選擇之一。至今 2020 年爆發出新冠肺炎疫情，更減低了多數人出門購餐的意願，對美食外送平台的使用率不減反升，消費者們只需透過手機下載 app，於介面上選擇喜愛的餐飲下訂，等待外送員送達即可得到訂購的餐點。在這幾年間部分美食外送平台則退出台灣市場，而部分平台卻成功地佔有一定的市佔率，這些平台的成功關鍵因素為本研究探討的目的，本研究以「服務品質理論」及「推拉理論」針對消費者、餐飲業者、外送員，使用平台的三方關係人分別擬定訪談大綱，以質性訪談進行研究，探討平台的成功關鍵因素。本研究採取半結構式訪談法進行，訪談了 12 為消費者、9 為餐飲業者、10 位平台的外送員，研究發現在三方視角中各有提到幾項重要要素，其中平台本身形象及本身的介面設計被三方所提及，為平台主要的成功關鍵因素，基於研究結果給予平台建議，作為平台及新興平台發展的方向參考。

【關鍵詞】：外送平台、服務品質、推拉理論

通訊作者：徐珮倫，lunlun880409@gmail.com，新北市三重區集賢路 201-3 號四樓

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。

隨‘食’隨‘遞’？探討影響線上訂餐顧客黏著度之因素

Explore the factors that affect customer attachment when using online food delivery

翁振益/銘傳大學觀光事業學系，教授

張語珊、張修銘、蔡裕芳/銘傳大學觀光事業學系，學生

摘要

隨著資訊科技的發展和智慧型手機的普及，改變了人們日常的生活，「線上訂餐服務」隨之興起，外送平台以直接而具效率的方式為大量的客戶和餐廳提供服務，將線上訂單發送給餐廳，然後將餐點送到客戶手中。對於餐飲業者而言，無需擴充座位數或人員即可獲得新的收入來源；對於消費者而言，平台提供多種選擇、評價和付款方式；對於平台而言，藉此產生穩定的服務費收入。對於行銷人員而言，了解決策過程和預測消費者行為至關重要。此外，基於訊息理論，本研究更進一步探討偶像代言人和網路口碑對於線上訂餐意圖與行為之影響，為了減緩訊息不對稱的消費情境，其中最常見的行銷手法就是「偶像代言」和「網路口碑」。本研究試圖將偶像代言人可信度與網路口碑評價納入計畫行為模式中，藉以建構一套適用於線上訂餐平台消費行為模式，將有助於平台業者在餐飲外送服務市場的定位與行銷策略的擬定。

【關鍵詞】：線上訂餐平台、計畫行為理論 (TPB)、網路口碑、偶像代言、再購行為

通訊作者：張語珊，m88511@gmail.com，桃園市桃園區大業路一段 121 巷 18 號 3 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。

餐飲科技應用對綠色服務影響之研究

Research on the Impact of Catering Technology

Application on Green Services

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，專任副教授

廖苡蓉、陳亭如、范育揚、徐清浩、陳品廷、陳律安/銘傳大學餐旅管理學系，大專生

摘要

現今餐飲業資訊取得來源太多，因此餐廳面臨競爭激烈的科技時代，如何能即時、快速掌握消費者需求將成為競爭的重要關鍵；且對於全球的餐飲業來說，隨著消費者環保意識崛起，也漸漸影響到飲食層面，綠色經營也是當今不可避免的議題。本研究目的為探討餐飲業科技應用對綠色服務之影響，從科技方面對於品牌與對綠色服務與品牌影響進行探討。本研究採用立意抽樣選用應用餐飲科技或綠色服務的餐飲業員工及主管做為問卷對象，利用網路問卷調查或面對面調查來蒐集樣本經由統計分析發現知覺有用性與易用性在科技應用、綠色服務、品牌權益之間具有顯著影響。另外綠色服務對科技應用與品牌權益具有中介效果，本研究結果將可提供產業與政府推動科技提升綠色服務與品牌形象發展策略規劃參考依據。

【關鍵詞】：餐飲業、科技應用、綠色服務、品牌權益

通訊作者：徐清浩，a0921815570@gmail.com，桃園市大園區埔心里 19 鄰 94 號之 2

分類: 6. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題。

目的地社會責任與遊客環境敏感度、負責任環境行為關係 研究

The Study of Relationships for Destination Social Responsibility on Tourist Environmental Sensitivity and Environmentally Responsible Behaviors

鄭天明/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系，特聘教授

陳思汝*/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系觀光休閒管理碩士班，碩士生

摘要

目的地乃有整體性與品牌識別之特性，遊客經常依此來判斷其造訪價值，若能營造優質的目的地形象，則落實目的地社會責任將會是關鍵。本研究從目的地社會責任出發，驗證其觸動遊客環境敏感度與負責任環境行為的直接效果，以及確認環境敏感度在目的地社會責任與負責任環境行為所扮演的中介效果。最後，驗證目的地社會責任在環境敏感度與負責任環境行為所扮演的調節角色。研究調查地為嘉義阿里山的山美社區與瑞里社區。研究結果顯示，當遊客知覺目的地社會責任愈明顯，會強化遊客的環境敏感度與負責任環境行為之展現效果；又，環境敏感度是遊客展現負責任行為的重要前因變數；再者，環境敏感度在目的地社會責任與負責任環境行為間扮演著中介角色；最後，遊客的環境敏感度，之所以會促進負責任環境行為的展現，乃緣由於高度的目的地社會責任所致。最後依據研究結果提出目的地發展之管理意涵與未來研究之建議。

【關鍵詞】：目的地社會責任、環境敏感度、負責任環境行為

通訊作者：陳思汝，s15110120@stu.edu.tw，嘉義市新民路 580 號

分類：6.觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

自助旅行者的地理素養、安全知覺與行為意圖之研究

An empirical study of the relationships among independent tourist geographic literacy, safety perception, and behavioral intention

黃鐘慶/靜宜大學觀光事業學系，副教授

摘要

新冠肺炎疫情發生之前，國際自助旅行是國內外盛行的旅遊形式之一，尤其深受年輕旅行者的歡迎。過去研究已證實，從事國際自助旅行的旅客需具備地理素養的能力，此外，從事國際自助旅行時的安全感受與未來行為意圖也是重要的研究課題，但過去卻鮮少有研究探討旅客地理素養、安全知覺與行為意圖之相關實證研究。爰此，本研究採網路抽樣方法，以 2019 年期間有從事國際自助旅行之遊客為研究調查對象，以瞭解旅客地理素養、安全知覺與行為意圖之關係研究。研究結果顯示，旅客地理素養會正向顯著影響安全知覺、安全知覺會正向顯著影響行為意圖，然而，旅客的地理素養無法顯著影響行為意圖，故安全知覺在旅客地理素養與行為意圖之間，扮演著中介變數之角色。本研究結果可彌補地理素養理論在觀光旅遊領域中的研究缺口，協助關係理論之建構，此外，亦可提供自助旅行者、目的地管理者、旅行社業者相關實務與推廣之參考使用。

【關鍵詞】：自助旅行、地理素養、安全知覺、行為意圖

通訊作者：黃鐘慶，jchuang2@pu.edu.tw，台中市沙鹿區台灣大道七段 200 號靜宜大學觀光事業學系

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

以真實性提高文化觀光旅遊地的依戀：遊客啟發之角色

Enhancing Attachment to Cultural Tourism Destinations with Authenticity: The role of Tourist Inspiration

曹勝雄/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系，終身特聘教授

林瑩萱*/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，碩士生

摘要

本研究旨在探討真實性、遊客啟發及依戀之間的關係，並檢視遊客啟發的中介效果。過往觀光領域中的研究鮮少探討啟發之概念，而喚起啟發之狀態可增加遊客在旅遊目的地的體驗，因此探討遊客啟發有助於行銷人員對於目的地體驗行銷策略之規劃。本研究將真實性視為啟發來源之特性，透過因果模型探討遊客與目的地之間的連結。

據此，本研究以立意抽樣法調查造訪國內外文化觀光旅遊地之遊客，共收集了 245 份有效問卷，並運用結構方程模式建構變數之間的因果關係。研究結果顯示，目的地真實性感知越高之遊客，其對目的地依戀的程度越高。目的地真實性感知越高之遊客，越能獲得目的地遊客啟發之體驗。目的地遊客啟發在目的地真實性與目的地依戀間扮演著中介的角色，亦即目的地真實性透過目的地遊客啟發而對目的地依戀產生影響。最後，本研究依據研究結果提出若干管理意涵與未來研究建議。

【關鍵詞】：啟發、目的地遊客啟發、目的地真實性、目的地依戀、文化觀光旅遊地

通訊作者：林瑩萱，s689kc@gmail.com，嘉義市西區重慶路 16 號 6F-5

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

尋找遊客啟發：超然遊客體驗與內在真實性之連結

Quest for Tourist Inspiration: The Connections between Transcendent Tourist Experience and Intrapersonal Authenticity

曹勝雄/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系暨研究所，終身特聘教授

吳泓儒*/國立嘉義大學行銷與觀光管理學系暨研究所，碩士生

摘要

近年來，啟發概念已被應用於許多領域中，惟在旅遊領域鮮少研究針對旅遊者在旅遊過程中所感受到的啟發狀態進行探討。遊客啟發(Tourist inspiration)概念在旅遊文獻中是一個新興且值得深入探討的議題，但截至目前，甚少有人討論此概念與其他相關構念之間的關係。根據過往文獻指出，啟發狀態會使個體與超越自我的事物相聯繫，進而產生超然體驗；而啟發也會自發性激發一些聯繫，迫使個體尋找與自身內在的連結。據此，本研究欲探討遊客啟發概念，並加以檢視其與超然遊客體驗、內在真實性間之影響。

本研究依據文獻提出遊客啟發、超然遊客體驗與內在真實性三者之間的假設。以曾經從事轉換型旅遊之遊客為調查對象，利用便利抽樣及滾雪球抽樣進行資料收集，共收取 350 份有效問卷，隨後運用結構方程模型(SEM)分析方法檢驗本研究之假設。研究結果顯示：遊客啟發、超然遊客體驗與內在真實性三者間皆具有顯著影響關係。最終本研究將根據研究結果提出實務意涵與未來研究建議供旅遊相關業界與未來研究之參考。

【關鍵詞】：啟發理論、遊客啟發、超然遊客體驗、內在真實性

通訊作者：吳泓儒，mini5010704@gmail.com，嘉義市西區新民路 580 號行觀系

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

應用 GIS 於日月潭國家風景區觀光服務設施之空間分析

A Study on the Sightseeing Service Facilities for Sun Moon Lake National Scenic Area Using Geographic Information System Applied to Spatial Analysis

黃志成/國立虎尾科技大學休閒遊憩系，教授

鄭語慧/國立虎尾科技大學休閒遊憩系研究所，碩士生

摘要

國家風景區在台灣發展觀光旅遊事業中扮演不可或缺的角色，日月潭國家風景區為台灣地區遠近馳名且具發展潛力之觀光遊憩區，觀光服務設施之配置將影響遊客之遊憩行為及遊憩體驗空間，與遊客之間存在密不可分的關係，故強化觀光服務設施至關重要。本研究主要探討日月潭國家風景區觀光服務設施資源之間相對重要性，利用層級分析法（AHP）探討資源配置上各項設施層級項目所佔之相對權重，並探討日月潭國家風景區之空間特性，最後透過地理資訊系統（GIS）進行空間分析，提出空間配置相關建議，以期提供給日月潭國家風景區做為參考，協助進行決策，以提升整體之觀光遊憩品質。首先利用層級分析法（AHP）探討日月潭國家風景區各設施間之相對重要程度，透過文獻分析彙整出日月潭國家風景區遊憩服務設施，建構日月潭國家風景區遊憩服務設施之層級系統，歸類出三大類別，包括觀光設施、便民設施及交通體驗設施，邀請 15 位相關領域之產官學界專家針對各層級項目探討設施間之相對重要程度。接著探討日月潭國家風景區觀光服務設施空間特性，利用 ArcMAP 工具，建構出日月潭國家風景區觀光服務設施空間分布圖，將不同的圖層資料疊合，包括點位分布情形、點位呈現型態、空間關聯性等，最後應用地理資訊系統（GIS）對日月潭國家風景區進行空間分析，包括環域分析、疊圖分析、克利金法等，最後對日月潭國家風景區觀光服務設施之空間配置提出相關建議。

【關鍵詞】：日月潭國家風景區、層級分析法、地理資訊系統、空間分析

通訊作者：鄭語慧，ss86868666@gmail.com，台中市清水區高美路 210 巷 6 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。

品酒會促進購買意願之體驗價值分析

Analysis of the experiential valued of wine tasting to improve purchasing intention

高秀鳳、洪昭玉、陳建方、林聖禮、劉至翰/中國文化大學觀光事業學系，碩士生

夏秉楓*/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

摘要

近年來受到西方飲食文化之影響，為豐富餐飲美學，故將葡萄酒與美食相結合，使餐桌氛圍增添儀式感。在市場需求擴增下，因而帶動葡萄酒的商機，台灣每年營業額超過市值 80 億新台幣。由此可見，品酒已然成為時尚且新潮的生活型態，在台灣逐漸形成一種文化，品酒會也因應而生。品酒會在歐美風行已久，舉辦品酒活動儼然成為餐廳、酒商為刺激消費者購買意願及提升品牌知名度的方式之一，品酒會之所以廣受青睞，主要為滿足消費者感官與情感價值，更是吸引愛好品酒人士品嚐新酒與收藏的最佳場合。爰此，在極度競爭的餐飲行業，業者如何藉由品酒活動體驗突顯營運價值，提高營收與提升品牌知名度，為彼此共同帶來利潤創造雙贏為本研究探討之目的。本研究結合體驗行銷觀點探討品酒會整體體驗與消費者購買意願之影響關係，邀請 12 位參加多次品酒會經驗的社會菁英，透過通訊軟體採一對一方式進行半結構式深度訪談，根據訪談內容彙整後，以內容分析法進行資料編碼分析。研究結果顯示，品酒會內涵具備美酒佳餚、專業知識，社交互動之感官體驗與知性價值，大幅提高消費者購買意願。因此，本研究依據品酒會體驗屬性三大要素：美食、知識、社交，在管理實務建議：採養生無菜單料理，滿足消費者好奇心；設計客製化課程，邀請專業證照之講師，分享品酒故事，並提供精美筆記本讓與會者記錄品酒心情；營造環境氛圍，規劃活動讓參與者熱情互動。在行銷策略建議：將藝術與文化融入社交活動，結合藝術表演傳遞酒莊起源與品酒文化，做沉浸式體驗；結合五星酒店行政主廚帶領體驗美食料理 DIY，並依據食材口味迎合酒的酸甜度；運用科技模式設立專屬品酒 VIP 社群、APP 以掌握主要客群。以上建議提供業者在實務操作與學術後續研究之參考。

【關鍵詞】：品酒會、體驗行銷、體驗價值、內容分析、購買意願

通訊作者：夏秉楓，xbf@ulive.pccu.edu.tw，台北市建國南路二段 231 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。

餐旅業美學資本內涵探討之研究

The Study on the Hospitality Industry front-line employees Aesthetic Capital

林永森/嶺東科大觀光與休閒管理系，教授

黃文雄/嶺東科大觀光與休閒管理系，助理教授

舒麗娟/景文科技大學旅遊管理系，助理教授

潘郁筱/嶺東科大觀光與休閒管理系，研究生

摘要

本研究基於美學勞務、姿本力之理論基礎，並加入美學資本之論點，探討餐旅業第一線服務人員美學資本之內涵意義。研究方法採質性研究方式進行，針對美學之相關國內外文獻進行回顧及整合，取得美學資本類別後作為後續訪談大綱之基礎。進一步以半結構深度訪談法，共訪談 12 位餐旅業資深從業人員(9 位航空業與 3 位旅館業)。訪談內容以內容分析法進行蒐集與分析，接著利用逐層分類、聚斂相關概念。研究結果共抽取出 279 句與餐旅業第一線服務人員美學資本相關之訪談內容，並將其分類萃取出 24 個成主軸編碼，再從各項主軸編碼中歸納統整成餐旅業第一線服務人員美學資本之四大構面：(1)個人資本：個人外表美貌、活力與體態、性感及風格、個人品味、剪裁及合適的髮型等之吸引力；(2)社會資本：包含社交技巧人際關係的風度魅力、幽默感與社交技巧，讓人喜歡的愉悅肢體語言、臉部表情及溝通語言與聲調的綜合表現與社會互動技能；(3)經濟資本：包含穿著風格、妝容、香水珠寶與其他飾品髮型，更包含展示社會地位的穿戴的配件等使人想要相似於經濟的能力表現；(4)文化資本：包含日常生活的美學文化，代表自我表現與真實的自我，能理解與認識不同文化的能力，同時具有同理心、熱忱的服務多元顧客技能。

【關鍵詞】：美學資本、餐旅業第一線服務人員、深度訪談

通訊作者：黃文雄，kasen@teamail.ltu.edu.tw，台中市南屯區嶺東路 1 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。

路易莎連鎖咖啡店品牌魅力、品牌共鳴與顧客公民行為之 研究

A Study of Louisa Coffee Brand : Brand Charisma, Brand Resonance, Customer Citizenship Behavior

吳政和/靜宜大學觀光事業學系，教授

高中/靜宜大學觀光事業學系，副教授

廖盈璇、李楨琳*/靜宜大學觀光事業學系碩士班，碩士生

摘要

伴隨著國內各式咖啡館林立及超商現煮咖啡的盛行，在已成為紅海市場的連鎖咖啡業中，要如何保有優勢並延長品牌生命為企業所關心的事，因此現今各大企業無不重視品牌關係、試圖發展出更強烈的心裡連結及更為長遠的關係。在此環境背景下，本研究使用分層隨機抽樣之問卷調查法，探討影響顧客公民行為的前因變數，並檢視品牌共鳴在研究結構中是否扮演有效的中介角色，目的在於找出消費者是否會因路易莎連鎖咖啡店獨有的品牌魅力而使其與品牌產生共鳴，進而無條件且自願的去做些對組織服務無必要性的行為(顧客公民行為)。

本研究提出六項結論，分別為：(1) 品牌魅力愈大則品牌共鳴程度愈高愈容易獲得顧客公民行為；(2) 品牌共鳴具有中介效果；(3) 不同背景屬性消費者對於品牌魅力、品牌共鳴、顧客公民行為的想法差異有些許不同；(4) 「消費次數」多寡大大影響品牌魅力感受；(5) 「停留時間」愈長相對更能增加消費者黏著度；(6) 「消費額度」多寡對顧客公民行為展現有不同影響。

在學術貢獻上，本研究在固有品牌共鳴與顧客公民行為研究下加進品牌魅力成為影響顧客公民行為之前因變數，並於迴歸分析中確認品牌魅力、品牌共鳴與顧客公民行為關係間之因果關係及品牌共鳴的中介效果。

【關鍵詞】：品牌魅力、品牌共鳴、顧客公民行為、路易莎連鎖咖啡店

通訊作者：李楨琳，ay1020502@gmail.com，高雄市大社區中華路8巷29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。

誘因機制對消費者環保意識與綠色旅館接受度的影響

The Moderate Effects of Incentive Mechanism on the Relationship of Consumer Environmental Awareness and Green Hotel Acceptance

張萊華*/景文大學餐飲管理系，副教授

摘要

氣候變遷帶來許多天災，這不只影響人類的生活更對觀光產業更帶來巨大衝擊。許多人開始注意環保的議題，並實際付諸行動採購綠色商品與服務，綠色製造與消費已漸漸蔚為風潮。綠色旅館是在提供住宿與餐飲服務時，儘量減少對環境傷害，希望透過減廢等措施達成環境與觀光產業永續發展的目的。台灣的綠色旅館雖然已推動多年，但是未受到廣泛的接受，環保署為了推廣環保旅館開始提供住房與用餐優惠等誘因，希望更多消費者能接受綠色旅館。具備環保意識的消費者應該會更願意購買綠色商品與服務，這類購買多半屬於自發性的購買，而不是因為業者的誘因而購買。這些行為是否會受到業者提供的誘因影響值得探討。本研究擬探討消費者環保意識對綠色旅館的接受度與購買意向並探討誘因機制的干擾效果。本研究以北部地區的消費者為受訪對象，運用便利抽樣的方式，以網路問卷蒐集資料，回收 316 份完整的資料，並運用迴歸方式分析研究假設。研究結果顯示環保意識對綠色旅館的接受度與購買意向均有顯著影響，同時業者的誘因機制對環保意識和綠色旅館的購買意向和綠色旅館的接受度均產生干擾效果。

【關鍵詞】：綠色旅館、環保意識、綠色旅館接受度

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

分類: 6.觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

臨床護理人員休閒運動參與及主觀幸福感之探討

吳錦華/ 臺灣大學運動設施與健康管理碩士學位學程，碩士生

摘要

近年來休閒運動逐漸受到重視，國人參與休閒運動的觀念相對提高。持之以恆的休閒運動參與可以提升個人身體健康，降低高風險的職業病，進而改善生活品質及生活滿意度。臨床護理人員在高壓的環境下工作，更該積極參與休閒運動，對於提升主觀幸福感也有相當的正向關係。休閒運動參與 (Recreational Sport Participation) 意指在工作之餘，能自由支配的時間內，從事自己想做的休閒運動，使得身心放鬆、愉快。因此本文透過文獻整理、分析的方式介紹臨床護理人員休閒運動參與及主觀幸福感的文獻回顧。為了對臨床護理人員休閒運動參與及主觀幸福感的相關性有更全面的了解，本文分別針對臨床護理人員休閒運動參與及主觀幸福感有關的文獻。經由華藝線上圖書館、MEDLINE 等資料庫收尋，收錄文獻主要涵蓋 2001 年至 2020 年期間的文章共 10 篇，並於閱讀過的文章中找尋相關之參考文獻，加以彙整討論。發現臨床護理人員可藉由休閒運動參與有效提高主觀幸福感，性別、職位、參與休閒運動時間等的不同也會影響主觀幸福感。對於主觀幸福感文獻回顧中發現，身心耗竭、疲勞等負向狀態顯著影響主觀幸福感。然而，臨床護理人員在高壓工作之下，往往休閒運動參與明顯不足。但若加強臨床護理人員參與休閒運動時所產生的幸福感，會使參與休閒運動的成效得到更大的提升與改善，進而不只其身體健康狀況，心理情緒及生活滿意度也都有所改善及正面的效果。

【關鍵詞】：臨床護理人員、休閒運動參與、主觀幸福感

通訊作者：吳錦華，wuchinhua@gmail.com，台北市大安區安和路一段 127 巷 29 弄 2 號 2 樓之 2

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。

探討休閒動機、認真休閒特質與流暢體驗的關係-以桌遊 戰棋玩家 Games Work Shop 戰錘系列為例

A Study of the Relationships Among Leisure Motivations, Serious Leisure Characteristics and Optimal Experiences —A Case Study of the Games Work Shop Warhammer Chess players

陳冠和/逢甲大學土地管理學系研究所，碩士生

楊文燦/逢甲大學土地管理學系，副教授

摘要

隨著工商社會的快速發展，現代人生活的步調節奏越來越快速，伴隨而來的是各種不同的生活壓力(經濟、家庭、課業....等)，因此近年來人們對於休閒的需求日漸龐大，人們為了尋求壓力宣洩的出口而開始參與各式各樣不同型態的休閒活動藉以減緩壓力，達成自我滿足的需求。本研究嘗試探討桌遊玩家的認真休閒特質、活動參與動機及體驗之關係，並以桌遊系列中的戰棋項目為例，而戰棋系列的桌遊作品種類繁多，故以戰棋中遊玩人口數相對最為眾多的戰錘 Warhammer 作品的玩家們為研究對象，以深度訪談之方式對十三位以認真休閒態度進行參與活動之桌遊玩家進行訪談，於訪談結束並整理逐字稿紀錄後，歸納其相似處及相異處，並分析其休閒動機、認真休閒之特質與流暢體驗，比較戰棋玩家認真休閒特質與流暢體驗間之關聯性。根據研究結果提出後續研究建議供桌遊主辦單位或戰棋直營店相關商家參考，並提出後續研究建議，以利後續研究者之參考。

【關鍵詞】：桌遊玩家、認真休閒、體驗、參與動機、戰棋

通訊作者：陳冠和 alex40630@gmail.com，台中市忠孝路 121 巷五號四樓之 1

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

新冠疫情下，新都會型水生公園之服務創新對海洋教育態度之影響

Under the COVID-19 pandemic, the impact of service innovations in Xpark on maritime education attitudes

陳金足/國立臺北商業大學創意設計與經營研究所，副教授

張智瑋/國立臺北商業大學創意設計與經營研究所，碩士生

摘要

2020 年全球受新冠疫情(COVID-19)之影響，國人受限於出國旅遊，紛紛以從事國內旅遊為主，而如何在眾多國內旅遊商品服務選擇之中，脫穎而出則需要注入服務創新的元素，並結合現代化科技的技術找出新的商機，藉此提升觀光效益。爰此，本研究主要以有別於傳統經營模式，全臺首先使用虛實整合科技帶給消費者服務創新體驗的新都會型水生公園(以下簡稱 Xpark)為主要探究場域，透過問卷調查法，探討遊客在服務創新的海洋教育場所之整體感受，藉此瞭解其對心流與體驗價值之影響，並加入過去文獻未曾研究的「海洋教育態度」作為研究變項，試圖研究此變項在服務創新與體驗價值之間的關聯性，預計發放 150 份問卷，以 SPSS 24.0 統計軟體進行資料分析，採敘述性統計分析、信度分析、相關分析、單因子變異數分析以及迴歸分析。最後期望本研究結果可提供臺灣海洋教育場所的相關業者，對於服務創新經營模式與發展策略之參考依據，亦期許在新冠疫情的衝擊之下，讓國人能夠安心的從事國內旅遊參觀活動，並持續驅動觀光產業永續經營。

【關鍵詞】：服務創新、心流、體驗價值、海洋教育態度

通訊作者：張智瑋，1096d007@ntub.edu.tw，新北市林口區文化二路一段 380 號七樓之 2

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

個人社會責任感與告示牌抑制民眾違規行為意向之效果

The Effectiveness of Social Responsibility Personality and Informational Signs in Deterring the Intention of Rule-violation Behavior

徐嫚君/中國文化大學觀光事業學系，碩士班學生

楊增華/中國文化大學觀光事業學系，副教授

摘要

民眾違反公園及遊憩區之規範，不僅劣化環境、影響其他人的旅遊體驗，也是管理單位形象上的一大損傷。違規行為之發生可歸因為內部個體因素與外在環境因素兩類，據此，本研究探討個人社會責任感這項個人內在因子，以及告示牌這項遊憩區常見的外在環境因素，是否能有效抑制遊客的違規行為。研究使用了個人社會責任感量表，並以臺北植物園為情境設計之地點，共設計九種不同內容的情境問卷，詢問受訪者在面對九種不同文字及圖案內容告示牌之情境下，其違規至臺北植物園遛狗的意向；研究針對有飼養家犬的民眾發放問卷，共獲得 900 份有效問卷。分析發現，較高的個人社會責任感確實能有效抑制受訪者的違規行為意向，顯示利用學校教育、媒體宣傳，以及提醒遊憩區內之遊客注意個人的社會責任，有助於讓民眾發自內心不願意從事違規行為。另一方面，告示牌亦能有效抑制受訪者的違規遛狗意向，迴歸分析發現，圖案告示牌的抑制違規效果顯著高於文字告示牌；此外，相較於在一面告示牌上同時傳遞多項遊憩區規範，一面告示牌若僅傳遞一項訊息，能避免資訊過度負荷問題，獲得較顯著的抑制效果，據此，研究建議公園及遊憩管理單位應避免在一面告示牌上同時放置多項訊息內容，宜選擇違規熱點，設置單一訊息的圖案類型告示牌，以達到告示牌的設立目的。

【關鍵詞】：警告牌、資訊負荷、牌誌設計、正義感、不當行為

通訊作者：徐嫚君，vm6a04rmp@gmail.com，台北市士林區華岡路 55 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

台北植物園解說牌之內容分析

Content Analysis of Taipei Botany Garden's Interpretative

Signs

譚翠敏、黃雪瑩、龔麻衣、李俐安/中國文化大學觀光事業學系，學生

楊增華/中國文化大學觀光事業學系，副教授

摘要

台北植物園佔地達 8.2 公頃，園區種植不同品種的植物，生態豐富多樣，具備研究、教育、生態保護、及休閒遊憩等多種功能，為台北市民最喜愛的綠地之一，目前由行政院農業委員會林業試驗所管理。本研究將台北植物園內的 113 面解說牌全數拍照紀錄，接續將各解說牌上的中文內容進行打字及編碼，據以計算解說牌內容的關鍵字出現頻率，探討台北植物園解說牌之主要訊息內容，以及給予民眾之意象為何。分析發現，台北植物園的解說牌，最主要在介紹不同植物的分類學特徵，出現頻率較高的關鍵字包括：科(184 次)、葉(100 次)、花(79 次)、果(60 次)、研究(46 次)、分類(43 次)、根(19 次)、莖(19 次)、分類學(17 次)、孢子(12 次)、種子(11 次)、枝幹(11 次)等。其次，台北植物園之解說牌涵括較多植物與人類生活關係之內容，較頻繁出現的關鍵字包括：泰雅(43)、食物(23 次)、林業(21 次)、藥(17 次)、木材(15 次)、生活(13 次)、民族(13 次)、文學(11 次)、纖維(10 次)、獵人(7 次)、香料(4 次)等。第三，台北植物園的解說牌試圖介紹植物與生態環境的重要角色，相關的關鍵字包括：森林(12 次)、昆蟲(10 次)、動物(9 次)、生態(9 次)、生物(6 次)、鳥(5 次)等。研究建議植物園之解說牌不宜以植物分類學家的視角來設計，而應調查使用者的需求是什麼，儘量減少使用殼斗科(13 次)、花序(7 次)等艱澀的植物分類學辭彙，方能吸引民眾的目光及閱讀意願，達到解說牌之設置目的。

【關鍵詞】：環境解說、環境教育、牌誌設計、告示牌

通訊作者：楊增華，yzh4@ulive.pccu.edu.tw，台北市士林區華岡路 55 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

虛擬實境如何誘發永續旅遊行為意圖?應用 TPB 整合『真實性』感知之研究

How could VR encourage the intention of sustainable behaviors in tourism? Incorporating Authenticity into the TPB model

林莉萍/銘傳大學休閒遊憩管理學系，博士

劉芯言、馮俊佑、章藝菲、簡懿臻/銘傳大學休閒遊憩管理學系，學士生

摘要

本研究基於國家公園長期推動的環境教育與永續旅遊結合的策略及近年來 VR 新科技的趨勢，將採用 TPB 理論整合『真實性』感知理論來建構研究模型，試圖探討結合環境教育意涵的 VR 影片對於遊客永續旅遊行為的正面影響。研究以便利抽樣法，于 6 月到 9 月在陽明山國家公園旅客服務中心共發放了 307 份問卷，有效回收問卷 299 份，研究發現遊客在觀看 VR360 影片的『真實性感知』確實會通過影響遊客的態度、主觀規範、知覺行為控制從而影響遊客的行為意圖。因此本研究對環境保育的影片提出了建議，希望通過提高影片中的真實感進而提高遊客的永續旅遊意圖。研究在此類環境教育和永續旅遊相關的廣度（例如：利用高科技工具）和深度（例如：採用 TPB 結合真實性理論）上均有貢獻，期望研究成果在理論領域或實證研究方面具有貢獻，也能彌補現有實證研究上的缺口。

【關鍵詞】：虛擬實境 VR、永續旅遊、TPB（計畫行為理論）、真實性感知

通訊作者：劉芯言，592248456@qq.com

分類: 6. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

跟著影片去旅行：探討 YouTube 頻道依附、知覺價值與 旅遊意願之關係

Travelling with videos: Explore the relationships among YouTube channel attachment, perceived value and travel intention

林濰榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

羅鈺琳、簡奕筠、劉元棟、陳敏萱、李柏毅、盧勁夫/銘傳大學觀光事業學系，
大學生

摘要

本研究基於依附理論，將從旅遊分享影片觀點來看，頻道訂閱者若建立與該頻道一段依附關係時，是否會影響訂閱者觀看該頻道內容有較高的知覺價值，進而產生想前往一樣的旅遊目的地旅遊之意願？因此，從理論發展觀點，本研究試圖建構一套解釋 YouTube 頻道依附關係模式，以理解頻道依附與相關變數之相互關係。本研究擬以有訂閱及觀看 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 500 份問卷，排除填答不完整或答案明顯呈現規則情況的 36 份無效問卷，總共獲得 464 份有效問卷。研究結果指出，YouTube 頻道依附會正向影響觀看者的知覺價值；YouTube 頻道依附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。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】：YouTube 頻道依附、知覺價值、旅遊意願

通訊作者：簡奕筠，evelynkan0407@gmail.com，桃園市龜山區大同路 111 巷 19 弄 7 號

分類: 5. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業資訊科技運用相關議題。

療不療癒有關係？目的地『療癒品質』與『幸福感』感知的關聯性研究：以大甲媽祖繞境之例

The association between restoration quality and wellbeing: the example of Lennon Wall in HK and Dajia Mazu Pilgrimage in Taiwan

林莉萍/銘傳大學休閒遊憩管理學系，教授

蘇睦珮、鄭閔謙、李沛茹、徐亞瑄、劉辰恩/銘傳大學休閒遊憩管理學系，學生

摘要

近年來旅遊療癒性一直被宣揚(包括:具有療癒性的旅遊景點),療癒性的最終表現就是旅人的幸福感效益,休閒活動與幸福感之間的關聯性從上世紀 70 年代和 80 年代自然資源管理實踐的專業研究領域就已經開始發展,休閒旅遊可以帶給人們幸福感的效益幾經學者證實,但研究同時也顯示休閒旅遊活動的內涵屬性以及旅遊目的地環境特性都會影響遊客幸福感的感知狀況,同時近年來 dark tourism(黑暗旅遊)和宗教旅遊這種特殊和有強烈精神需求的旅遊,也成為旅遊研究範疇內的重要討論議題,因此本研究提出以最近特殊和被關切的議題:香港連儂牆、大甲媽祖繞境所在的旅遊目的地為研究重點,以參與這二種具有不同活動主軸和心理層次內涵的駐足或參與旅客為研究對象(前者遊客主要能了解發生過的悲痛歷史、後者遊客主要是積極參與精神信仰層面的旅行),藉以了解旅遊目的地和活動對於遊客的二類幸福感感知與重遊意願間關連性如何?以及旅遊目的地的療癒品質又如何影響遊客的幸福感知,透過在二個活動地點的遊客問卷調查收集資料後,採取 SEM 分析來進行資料分析和假設驗證,研究結果假設是成立的,因此對於理論及實務均有貢獻。

【關鍵詞】：幸福感、療癒品質、重遊意願、旅遊目的地

通訊作者：蘇睦珮，06420170@me.mcu.edu.tw，桃園市八德區大和里銀和街 27 巷 2 弄 6 號 6 樓之 5

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

潛水者對環保熱情、地方依戀與負責任環境行為間之關係 —以東北角龍洞灣海洋公園為例

Relationships among Environmental Passion, Place Attachment and Environmental Responsible Behavior for Divers— A Case Study of Longdong Ocean Park in Taiwan

王大明/銘傳大學觀光事業學系，副教授

顏玉宏、李怡霈、王歆喻、蘇心綸、福田真、周巧涵/銘傳大學觀光事業學系，
學生

摘要

本研究目的旨在建構並驗證「潛水者對環保熱情、地方依戀與負責任環境行為」之關係模式，以瞭解到龍洞灣進行潛水活動之遊客的環保熱情程度、地方依戀與負責任環境行為間的關係。本研究以年滿 20 歲之台灣東北角龍洞灣的潛水者為研究對象，採用立意抽樣法進行問卷調查，共獲得有效問卷 317 份；以 SPSS 20.0 統計軟體進行分析，重要結果如下：1. 潛水者的環保熱情程度會顯著正向影響負責任環境行為。2. 潛水者的環保熱情程度會顯著正向影響對龍洞灣海域的地方依戀。3. 潛水者的地方依戀會顯著正向影響負責任環境行為。4. 地方依戀在環保熱情與負責任環境行為中，扮演部分中介的角色。最後，根據研究結果提出具體建議，以作為龍洞灣海洋公園經營管理者以及後續研究之參考。希望相關單位可參考研究結果吸引更多人來關注海洋議題，並讓遊客帶著熱情去參與活動且產生出對此地的情感，保護海洋公園的自然環境。

【關鍵詞】：環保熱情、地方依戀、負責任環境行為、龍洞灣海洋公園

通訊作者：顏玉宏，06140046@me.mcu.edu.tw，基隆市中正區中正路 656 巷 71 弄 67 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

探討不同焦慮程度對遊客體驗冒險型飯店設施在參與動機 與體驗價值之影響

Exploring the influence of anxiety levels on the participation motivation and experience value of tourists experiencing adventurous hotel facilities

林婷雅、王怡雯、陳曉妍/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

全球觀光產業蓬勃發展，世界觀光組織將觀光定義為人從事旅遊活動前往或停留某地不超過一年且該地非原先該人所生活之日常環境，同時在該環境下進行休閒或其他目的。而一旦離開其日常生活環境若在一天以上，往往就會有住宿之需求，故住宿業在觀光產業中，佔有相當重要的一席之地，欲在眾多選擇中脫穎而出獲得青睞，往往需要具有清楚的特色及定位。冒險型飯店便是在如此環境下成功營造的特色型住宿之一。因此本研究將以冒險型活動與住宿充分融合之飯店的趣淘漫旅—臺南店做為主要研究地點。參與動機是人們一切行為的起源，會因受參與動機的推力而實行某些行為(張治文, 2006; 林子揚, 2008)。而參與過程中，人得到此情況所賦予之感受即為體驗價值。陳貴鳳、陳怡潔(2012)更指出體驗價值為遊客體驗過程中所產生的價值感受及體驗後的價值創造。然而，冒險型飯店所提供之冒險型活動，常會是吸引遊客前往入住的原因之一體驗過程也會因設施讓人們感到生命受到威脅並帶來情緒，焦慮即是此類型活動中重要的情緒之一。故本研究將以焦慮程度作為分群後續所帶來的表現。本研究將採用問卷調查法，以趣淘漫旅台南店之體驗過「翱翔漫旅」、「自由落體」、「天空漫步」以及「攀岩競技」四項設施之遊客為研究對象，採取 SPSS 統計軟體來進行分析，針對焦慮程度進行實驗分組：分別為焦慮程度高與焦慮程度低，進一步探討參與動機與體驗價值之差異。

【關鍵詞】：冒險型飯店、參與動機、體驗價值、焦慮程度

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

運用重要表現分析法探討親子旅館消費知覺的影響因素- 業者與消費者觀點之比較研究

Important Performance Analysis to Explore the Influencing Factors of Family Friendly Hotel Customer Perception-A Comparative Study of Industry and Consumer

黃美琳/銘傳大學餐旅管理學系，大專生

蘇靖淑/銘傳大學餐旅管理學系，專任副教授

李嘉俞、劉祐慈、張鈺翎、施冠蓁/銘傳大學餐旅管理學系，大專生

摘要

本研究目的主要為探討親子旅館業者的表現程度與消費者體驗程度之差異，使親子旅館業者了解應繼續保持或加強改善之區塊，以符合消費者之期望與需求，擬定出針對親子客群為市場的新策略。本研究消費者部份為量化研究，以一般大眾為研究對象，使用立意抽樣法，研究工具為符合信度之封閉式問卷，共回收有效問卷499份，並採用描述性統計及重要表現程度分析法(IPA)進行資料處理與分析。業者部份為質性研究，採用立意抽樣方式，對旅館業者進行電話訪談，共回收5份，內容進行逐字稿整理，歸納重點成表格的形式。研究結果顯示，「旅館餐飲物有所值」、「旅館地點方便」、「醫療設備是齊全的」、「兒童設施與游泳池周邊安全是讓人安心的」及「考量孩童安全」，是需要優先改善的項目。最後，本研究提出研究限制及未來研究之建議，以供後續研究之參考。

【關鍵詞】：親子旅館、旅館選擇因子、IPA、消費知覺、顧客滿意度

通訊作者：黃美琳，hml037@gmail.com，台北市內湖區成功路四段 30 巷 53 號 4 樓

分類：2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

社區產業開發與製造業結合之案例-以伊莉女王系列為

A case of the cooperation of community industry development and manufacturing - the Easy Queen series as an example

鄭傑夫/台南應用科技大學餐飲系，助理教授

鐘藝蓉、蕭辰宇/台南應用科技大學餐飲系，大學生

摘要

現今台灣所登記立案的地區發展組織一共超過六千多單位，遍佈全台灣各地，但能得以妥善經營、永續發展的團體卻是寥寥無幾。絕大部分的社區面臨到不同的困境，包括內部沒有共識、參與度不高、資金不夠以及人力不足等狀況；外部能見度不足、資源不足等問題，以至於社區推動上進行不順遂，形成休眠狀態的社區比比皆是。不少研究顯示經濟是台灣社區發展最重要的資產，因此社區產業發展是社區永續生存的首要因素。本研究採用文獻探討法與產品實作開發，從社會網絡觀點探討教師如何結合社區產業以及製造業，建構出完整的產銷網絡關係，一方面解決社區產業較弱的產業發展以及能見度的問題，一方面解決製造業缺乏創新開發的產品亮點。研究結果顯示教師站在結構洞的角色，結合台南社區農業與製造業，設定新的消費市場而開發新品牌，將社區與製造業的弱連帶關係轉化為強連帶網路。透過教師從品牌的概念建構的社會網絡，所獲取官方與企業的資源也愈多，產生愈多的社會資本，有利於該網絡的永續發展關係。

【關鍵詞】：永續旅遊、綠色旅遊、綠色旅遊動機

通訊作者：鄭傑夫，tm0052@mail.tut.edu.tw，台南市永康區中正路 529 號

分類: 6. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

鍾肇政文學生活園區規劃與遊客滿意度初探

Chung Chao-chang Literary Park Planning and satisfaction of tourists

巴白山/國立臺北教育大學數位科技設計學系玩具與遊戲設計碩士班，教授

蔡娉婷/國立臺北教育大學通識教育中心，副教授

劉育榕*/國立臺北教育大學數位科技設計學系玩具與遊戲設計研究所，碩士生

摘要

近年來臺灣各地發展許多頗具特色的景點，除了推廣在地特色，也藉此保留深具文史意義的文化聚落。例如位於桃園市龍潭區的鍾肇政文學生活園區，為紀念臺灣文學之母—鍾肇政先生而設立，其生平創作多為關懷社會，記錄台灣橫跨日治至現代的生活樣貌，園區保存其生平豐沛的文學作品、手稿和事蹟等等，是保存鍾肇政先生精神內涵最佳的所在。研究者經由實地探訪，觀察園區的現況，思考園區策展的文化歷史角度，並從遊客參觀感受瞭解遊客對於園區的滿意度，透過問卷探討遊客背景、參觀意願與停留時數，對於滿意度是否有影響，並是否願意再次來訪，進行調查與分析。

本研究在園區內隨機發放紙本和網路問卷，總共獲得 34 份有效問卷，經過數據統整與分析後，得到以下結果，遊客背景中性別與居住地對旅遊滿意度有顯著影響，遊客對園區整體滿意度感受良好且願意再次來訪。在滿意度三構面中遊客滿意程度從高至低，依序為環境規劃、心理體驗、服務設施，依此順序在各個構面中滿意度最高之項目，分別為園區環境清潔乾淨、服務人員態度良好、各展區主題明確，而滿意度最低之項目，分別為交通便利性、園區範圍大小、提供附近旅遊資訊，研究結果也可作為未來改善之方向，並提供予台灣其他相關文化園區規劃與策展的參考。

【關鍵詞】：鍾肇政文學生活園區、滿意度、鍾肇政、問卷調查法。

通訊作者：劉育榕，04160533@me.mcu.edu.tw，桃園市龍潭區福龍路二段 169 巷 221 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。

餐旅產業是否存在從眾行為

Does the herding behavior exist in the hospitality industry?

傅婕菲/國立嘉義大學企業管理學系，博士候選人

摘要

本文運用最小平方方法和採用 Chang et al.(2000) 提出的橫斷面報酬絕對誤差 (CrossSectional Absolute Deviation, CSAD) 非線性模型衡量股票的離散程度探討餐旅產業類股指數報酬與整體市場指數報酬間是否存在負向的非線性關係，若實證結果係數為顯著的負數則表示存在從眾行為。本文應用 2006-2020 年台灣上市公司餐旅產業類股日數據，包括航運業、觀光事業和貿易百貨業三大類股的指數報酬率來探討從眾行為是否顯著，並進一步探討在新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)疫情發生前、後(2019 年-2020 年) 是否存在從眾行為。實證結果顯示，三大餐旅類股在市場損失期間從眾行為更為明顯。本文亦檢定在整體市場上漲和下跌期間不對稱之從眾行為，實證結果發現三大餐旅類股明顯不同。航運業在極端市場上漲期間從眾行為更為明顯。觀光事業在極端市場上漲和下跌期間從眾行為皆顯著，貿易百貨業在極端市場上漲和下跌期間不對稱之從眾行為並不顯著。另外，我們在探討 COVID-19 疫情發生前、後(2019 年-2020 年) 的研究結果發現 2019 年 COVID-19 疫情發生前航運業和貿易百貨業在股市下跌期間存在從眾行為。2020 年 COVID-19 疫情發生後僅發現觀光事業在股市下跌期間存在從眾行為。在衡量整體市場上漲和下跌期間不對稱之從眾行為發現在 2019 年 COVID-19 疫情發生前僅貿易百貨業在極端市場下跌期間有從眾行為。而在 2020 年 COVID-19 疫情發生後三大餐旅類股從眾行為並不顯著。餐旅產業的從眾行為可能是由一群投資者在市場內外互相追隨，過度自信或過度追求品質所造成的。

【關鍵詞】：從眾行為、餐旅 產業、新型冠狀病毒肺炎

通訊作者：傅婕菲 jie8398@gmail.com，732 台南市白河區三民路 372 號

分類: 1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

航空業服務人員人格特質、情緒勞務、工作契合度與職業 倦怠變項間的關係

A Study on the The Personality Traits, P-J Fit ,Emotional Labor, and Burnout of Airline Service Staff

蘇文瑜/中國文化大學觀光事業學系暨研究所碩士班，專任助理教授

朱曉菁、廖經儒、沈姝君、陳宥綸、余卉怡/中國文化大學觀光事業學系，學士生

摘要

航空業是運輸業也是服務業，在這競爭激烈的市場中，誰能提供最完善的顧客服務便能獲得顧客的芳心，現今社會的消費者對於服務品質漸嚴格，然而位於第一線提供旅客服務及問題處理的工作人員大多承受極大壓力與情緒勞務，除了外部因素影響離職傾向以外，與同事間的合作、組織的文化以及上司的命令等內部因素皆會導致員工產生離職的意願，在內外因素雙重夾擊之下，常常會導致服務人員因無法調適情緒而離職。本研究旨在探討台灣國籍航空(中華、長榮、星宇、立榮等)空勤、地勤等航空工作人員進行人格特質、工作契合度、情緒勞務和離職傾向的分析，以問卷調查法蒐集資料，問卷內容主要分為人格特質、工作契合度、情緒勞務與職業倦怠四大部份，預計發出 400 份問卷，已回收 150 份預先作為預測研究分析，所蒐集的資料分別以敘述性分析、交叉分析、卡方獨立 t 檢定、相關分析、變異數分析與迴歸分析法進行統計分析。期望本研究能夠促進航空公司勞資雙方的密切關係，使企業更有效幫助員工制定職業生涯規劃，減少離職率並使組織重整更有效。

【關鍵詞】：航空服務人員、內外控人格特質、工作契合度、情緒勞務、離職傾向

通訊作者：朱曉菁，tina5246911@gmail.com，新北市中和區復興路280巷27弄4號1樓

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

探討疫情下領團人員對職涯承諾之影響：工作樂趣之角色

Exploring the impact of tour leaders on career commitments under the epidemic: the role of fun at work

張淑雲/嘉義大學觀光休閒管理研究所，副教授

鍾律瑩*/嘉義大學觀光休閒管理研究所，碩士生

摘要

新冠疫情席捲全球，世界各國的觀光旅遊業因此受到衝擊，各國陸續實施鎖國政策，而導遊人員以帶領團員在台從事旅遊活動的主要工作者，因此深受此波疫情所影響。本研究旨在檢驗工作不安全感、職涯承諾與工作樂趣三者間之關係，並探討工作樂趣對工作不安全感與職涯承諾之間所扮演的調節角色。本研究以導遊工作者進行問卷調查，共收集了 345 份有效問卷。本研究使用描述性統計敘述導遊之基本屬性，並利用結構方程模式(SEM)以驗證變數間之關係。

研究結果顯示，導遊工作者之工作不安全感的負向影響職涯承諾；而導遊工作者之工作樂趣會顯著的正向影響職涯承諾。另外，研究亦證實工作樂趣於工作不安全感與職涯承諾之間扮演著調節之角色，亦即擁有高度工作樂趣之導遊即使感受到工作不安全感亦不影響職涯承諾。最後，本研究依據研究結果提出若干管理意涵與未來研究建議。

【關鍵詞】：導遊、工作不安全感、職涯承諾、工作樂趣

通訊作者：鍾律瑩，omo555123@gmail.com，嘉義市建成街 13 號 2F-1

分類：1. 新冠疫情對觀光、休閒遊憩與餐旅產業之衝擊

園藝治療對心智障礙者的效益研究

The Effect of Horticultural Therapy on the Well-Being of People with Intellectual Disability

許竣瑋/高雄師範大學諮商心理與復健諮商所，碩士生

蔡宜樺/高雄師範大學諮商心理與復健諮商所，助理教授

摘要

園藝治療是指在受過專業訓練的園藝治療師幫助下，有系統的運用植物從事園藝活動及接觸自然環境，來達成特定的治療目標，而參與園藝治療的個案在活動的過程中投入希望與期待進而獲得收穫。園藝治療就是透過這樣的方式來幫助個案改善身、心、靈狀況。根據文獻指出園藝治療之所以有療效是由於它具有三個治療性因子：互動、行動與反應。互動是指園藝治療通常是以團體模式進行，而過程中經由彼此互相合作，交換心得，以達成社會互動；行動是指在園藝治療過程中，個案需照顧植物及進行一些與園藝相關的活動，可以從行動中達到學習的目的；反應是指在園藝治療的過程中，植物會生長、開花、枯萎等，當個案看到這些結果時，也會對個案產生影響。近年來園藝治療逐漸的被重視，國內外亦有多篇的研究指出，園藝治療對很多族群有正向的效益。

本研究採用文獻回顧法，以「園藝治療」、「心智障礙者」為關鍵字，透過 Airiti Library 華藝、Google Scholar 與台灣碩博士論文知識加值系統，進行相關文獻收集，排除與本研究主題不符合之期刊論文，篩選出 18 筆中英文文獻進行探討分析。根據研究結果顯示心智障礙者常常因情緒問題而造成行為與社交上的困難，而園藝治療活動的介入可以讓個案在生理、心理、社交與認知上有顯著的效益。

【關鍵詞】：園藝治療、心智障礙者

通訊作者：許竣瑋，hsuines19780616@yahoo.com，高雄市左營區天祥二路 111 巷 6 號 9 樓

快樂的背包客會有快樂的生活嗎？以溢出理論探討之

Will Happy Backpackers Have a Happy Life? A Spillover Theory Perspective

古璧慎/銘傳大學觀光事業學系，教授

林玟貞、郭樺儀、曾玉涵、楊昕樺、鍾佳峻、王美君/銘傳大學觀光事業學系，
學生

摘要

在過去研究中，有許多學者曾探討背包客的相關議題，卻鮮少研究背包客在旅遊中所獲得之體驗對於日後生活會造成何種影響。本研究以溢出理論作為基礎，探討背包客在旅行中的正、負面體驗對旅遊後的生活，甚至是工作領域會帶來的正、負面之溢出影響。研究以質性訪談的方式，訪談 30 位曾在國外從事過背包旅遊的背包客，並以內容分析法將訪談內容分類後得知：人情味是背包客在旅遊中最常被提及的正面體驗；負面體驗則以遭遇偷拐搶騙及困難為最多。而在回歸生活與工作後使得大部分的背包客變得更樂於助人、更加獨立有勇氣甚至是有能力的提升(語言、隨機應變等)。

背包客在旅遊過程中無論是經歷正面體驗或負面體驗，對於其回歸生活及工作中皆多為正面之溢出影響。針對研究結果，本研究也提出對旅遊業界及觀光相關管理部門之建議。

【關鍵詞】：背包客、溢出理論、旅遊體驗、內容分析法、深度訪談

通訊作者：林玟貞，abbie12310@gmail.com，雲林縣斗南鎮舊社里新生三路2800巷11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

航空地勤人員的困擾與振奮

Hassles and Uplifts of Airline Ground Staff

林濰榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

鄧妍伶 楊謹瑄 黃敏硯 林苡辰 邱仲玄 鄧沐恩/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

航空地勤人員是代表航空公司與旅客接觸的第一線員工，工作上會面臨許多令人沮喪及令人開心的事件。以往研究著重地勤人員的心理健康、工作壓力源、情緒勞務與服務品質、英語能力等，鮮少研究辨別地勤人員所面臨的困擾與振奮。因此，本研究目的將深入探討地勤人員的困擾與振奮之體驗。本研究以深度訪談之方式，訪談 6 名航空地勤人員，其中遴選標準有：性別需包含男女性；年齡需涵蓋 21 至 30 歲、31 至 40 歲、41 歲以上；工作年資需涵蓋資深型及資淺型。接著以內容分析法將逐字稿歸納出三大主題：公司及同事方面、面對顧客時、在生活與工作間，一共 10 項困擾、7 項振奮。首先，十大困擾。在公司與同事方面，包含僵化的公司制度、同事間默契不佳、設備系統不完善、班機載重問題、機位超賣。在生活與工作間，包含作息不規律、職業病。在面對顧客時，包含顧客無理要求、不理性客訴、突發事件。而七大振奮，在公司與同事方面，包含友好上下級關係、良好公司制度與福利、薪資優渥、獲得成就感。在生活與工作間，包含優惠機票出國。在面對顧客時，包含多元顧客帶來新鮮感、顧客正面回饋。本研究也提出些許管理之意涵與提供未來研究者方向的建議。

【關鍵詞】：地勤、困擾、振奮

通訊作者：鄧妍伶，pig035pig01112@gmail.com，宜蘭縣蘇澳鎮南強里南澳南路 15 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

台北 YouBike 使用者的休閒知覺價值

The value of users' perception of leisure for the YouBike in Taipei

曹雅玲、王岑謹、小畑泉、李政翰、李詩華、黃愛雯/銘傳大學觀光事業學系，
大學部

李長斌/銘傳大學觀光事業學系，副教授

摘要

位居台灣的首都-台北，集結文教、商業、娛樂等豐富資源，加上科技與交通的快速擴張，和逐漸興起的環保意識，對環境友善且遍及各地的共享單車系統-YouBike 在此相應而生，而現在更從短程的通勤工具融入至平時的生活型態。人們在眾多交通工具選擇中，開始重視對於產品的整體感受，為探討使用者對於台北 YouBike 的休閒知覺價值，本研究採用問卷資料搜集方式，以 SPSS 統計軟體加以分析，問卷內容針對 YouBike 產品品質、價格、情感、社會層面去提問。研究結果顯示，自行車的品質及租賃流程的順暢性、使用自行車作為其休閒活動的依附情感，及使用者的社會背景及個人特質對使用者知覺價值皆有正向影響。而使用者從事自行車休閒活動時，需付的花費則對使用者知覺價值呈負向影響。本研究期盼能給予相關業者在經營與改善自行車共享系統上的服務內容與功能之參考，並提升 YouBike 在市民心中之休閒價值。

【關鍵詞】：知覺價值、產品品質、願付價格、情感價值、社會價值

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

外籍旅客對廟宇文化體驗價值與認知

Experience Value and Perception for Foreign Travelers to Taiwanese Temple Culture

李長斌/銘傳大學觀光事業學系，副教授

張政竑、黃品瑄、陶乙榛、後藤博美/銘傳大學觀光事業學系，大學生

摘要

近年來，來台外籍旅客人數逐漸上升，來台旅客之主要地區包含中國，香港，日本，韓國，馬來西亞等地。根據交通部觀光局的統計，台灣的寺廟為外籍旅客最常去的觀光景點之一，過去研究者探討的體驗價值是以台灣人作為研究對象或者從台灣人的角度來研究，為了將來可以更發展台灣的觀光產業，本研究認為了解外籍旅客對於廟宇文化之體驗價值與認知是重要課題。因此本研究探討外籍旅客對於台灣的廟宇文化與認知是如何，與體驗價值與認知之間的相關性。

本研究之研究對象為日本籍旅客與韓國籍旅客，採用網路問卷作為研究工具，問卷內容分為體驗價值構面，認知構面，基本個人資料之三個部份進行調查。本研究使用兩個月的期間內收回 415 份，其中有效樣本為 410 份。

本研究分析顯示以下的結果：不同國籍旅客對廟宇文化之體驗價值無顯著差異存在；不同國籍旅客對廟宇文化之認知程度有顯著差異存在，皆由韓國籍旅客高於日本籍旅客；認知與體驗價值之間有顯著交互影響。

【關鍵詞】：外籍旅客、廟宇文化、體驗價值、認知

通訊作者：陶乙榛，aa0925159281@gmail.com，桃園市桃園區力行路 307 號 12 樓

分類：8.觀光、休閒遊憩與餐飲產業未來發展及其他相關議題

旅館業招募面試與決策關鍵要素之研究

A study of recruitment interview and selection factors in the hotel industry

賴佩均/屏東科技大學餐旅管理系，教授

張育瑄*/屏東科技大學餐旅管理系研究所，碩士生

摘要

根據我國交通部觀光局的統計資料顯示，全國在 2021 年預計尚有 17 家旅館、房間數 4548 間在陸續籌備中。在如此競爭的環境下還有這麼多的旅館準備營業，這也顯示出，旅館業市場還有很大的水力缺口需要滿足。在旅館業中，最基本的需求就是「人力資源」，要如何選才、並且選對人才已經變成每一間旅館業者的重要課題之一。

本研究採用質性研究，針對台灣南部地區的都會型旅館及觀光度假飯店人資主管、部門主管進行半結構式訪談，探討我國旅館業人資、主管對於招募面試的看法為何、面試的問題設計與選才決策關鍵，透過訪談者的回覆進行資料分析。

根據研究結論顯示人資與各部門主管對於旅館業的招募面談的看法一致認為是餐旅業最適用的工具，透過面對面相處能夠了解應徵者自我的想法、態度與應對能力；經由面試透過問題發現，面試官多數會詢問內在層面、相關經歷的問題。

【關鍵詞】：招募甄選、甄選面試、選才決策、旅館業

通訊作者：張育瑄，06.syuan@gmail.com，屏東縣內埔鄉學府路 1 號

分類：2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

跟著茶香去旅行：探索大自然的茶旅體驗場景

Traveling with the Scent of Tea: Exploring the

Experiencescape of Nature's Tea Travel

曹勝雄 / 嘉義大學行銷與觀光管理學系暨研究所，教授

陳彥君* / 嘉義大學行銷與觀光管理學系暨研究所，碩士生

摘要

阿里山高山茶名聞遐邇遠播世界，原產地的阿里山國家風景區更擁有豐富自然生態、天然景觀及人文資源等，曾任交通部觀光局阿里山國家風景區管理處馬惠達處長表示「茶在我們人們的生活中已經是不可或缺的元素，在大阿里山地區有我們的茶旅達人，他們的巧思巧手精心布置的茶席，融合在自然環境中，提供不一樣的品茗情境，我的四季茶旅就從這裡開始，無論是品茗在山之巔、森林裡、竹林中、野溪畔、瀑布旁，都能讓旅人去滿足茶文化體驗的心情。」，因此，「茶之旅」成為阿里山六大主題旅遊之首；阿里山茶文化體驗活動結合在地豐富自然及人文底蘊，在 2020 年交通部觀光局阿里山國家風景區管理處以「阿里山茶文化展現與永續發展」為主題代表交通部觀光局，參加亞太旅行協會金獎競賽(PATA Gold Awards 2020) 獲得文化類金獎肯定。

爰此，本研究依據 Pizam and Tasci(2019)所提體驗場景的產品或服務環境的感官、功能、社會、自然、文化及好客文化等六個組成構面，透過深度訪談方式，探索「阿里山四季茶旅」品牌活動其大自然的茶旅體驗場景建構意象，並以政策執行者、活動執行者、社區夥伴及深度參與活動之遊客為中心的概念化設計，在多元利害相關者角度之闡述，探索「阿里山四季茶旅體驗活動」大自然的茶旅體驗場景建構模式，歸納並提供賦予活動更深度及廣度之建議，以及對阿里山茶文化體驗觀光產業未來發展之建議。

本研究質性分析的結果，彙整共 6 個類目、18 個次類目、38 個細目及 397 個分析單位；在類目部分感官組成包含嗅覺、味覺、觸覺、視覺、聽覺及氛圍，功能組成包含茶空間布置、引導設施及服務設施，社會組成包含接待服務及人際互動，自然組成包含自然元素及自然元素的功能，文化組成包含文化識別、在地精神文化及文化傳承與傳遞，好客文化組成包含熱情的好客文化及客製的好客文化等要素。

【關鍵詞】：體驗場景、自然觀光體驗場景、大自然的茶旅體驗場景

通訊作者：陳彥君，f58212@gmail.com，嘉義縣番路鄉觸口村車埕 51 號

用純樸播種的穗月：活動涉入、地方依附、社區參與對觀光發展態度之研究——以淡水忠山社區為例

A Qualitative Study on Activity Involvement, Place Attachment, Community Participation and Tourism Development Attitude: A Case Study of Tamsui Zhongshan Area

葛致慧/致理科技大學行銷與流通管理系，副教授

陳妍旻、張儷馨、史育誠、廖家鴻、陳玟菱、周心惟/致理科技大學行銷與流通管理系，大學生

摘要

忠山社區位於新北市淡水區，具有寧靜優美的農村景緻與純樸的人情。近年來農村型態社區受到人口外移及高齡化影響。本研究透過參與『教育部大學社會責任實踐計畫—USR 駐點滬尾共創綠色旅遊新價值』，以「忠山割稻祭」活動，探討居民與遊客對忠山社區之「活動涉入」與「地方依附」對於「社區參與」及「觀光發展態度」之影響。

本研究透過深度訪談法，分別與十位當地居民及外來遊客進行深度訪談。結果發現，忠山社區透過「忠山割稻祭」活動，提升社區居民之涉入程度，凝聚居民地方依附感。此外，居民之觀光發展態度仍屬於「觀光地生命週期理論」的「探索階段」。本研究依內容決定協助忠山社區拍攝 5 分鐘「忠山割稻祭」記錄推廣影片，並建置網路社群 FB 與 IG 推廣，進一步凝聚社區地方依附感，提升社區參與，與觀光宣傳。

【關鍵詞】：活動涉入、地方依附、社區參與、觀光發展態度

通訊作者：葛致慧，eloise.ko@gmail.com，新北市板橋區文化路一段 313 號

分類：6.觀光、休閒遊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旅遊政策有利環境之關係

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

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旅遊政策為研究目標,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,在有利環境方面,各國較重視之政策為 ICT 整備度,人力資源和勞動力市場,健康與衛生此三大因素。細項又以網絡及電力設施、簽證、培訓人才、提升教育率等為主。

【關鍵詞】：旅遊競爭力、東協、有利環境

通訊作者：黃穎欣, xyz00853@hotmail.com, 台北市大安區師大路 9 號女一分 1252 室

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

鶯歌陶瓷博物館遊客參觀意願影響因素之探討

A Study on the Influencing Factors of Visitors' Willingness to Visit the Yingge Ceramics Museum

賴宛妤*/國立臺北教育大學數位科技設計學系(含玩具與遊戲設計碩士班)，碩士生

蔡娉婷/國立臺北教育大學通識教育中心，副教授

王學武/國立臺北教育大學數位科技設計學系(含玩具與遊戲設計碩士班)，教授

摘要

鶯歌陶瓷博物館（以下簡稱陶博館）成立於 2000 年，主要進行臺灣陶瓷文化的調查、收藏、保存與維護，遊客能藉由參觀加深對臺灣陶瓷文化相關知識的認知。根據觀光局年報統計，自 2016 年起陶博館的觀光人潮年年下滑，2020 年 COVID-19 席捲全球後，參觀人數更是急遽下降。為提高民眾對館藏的認知，推廣臺灣陶瓷文化，本研究目的為探討影響陶博館遊客參觀意願之因素，以增進陶博館的社會教育功能。

針對陶博館的宣傳情況和影響遊客參觀意願的因素，研究者以問卷調查法蒐集了 46 份有效問卷。經過統計與分析發現遊客會因為展覽內容、舉辦多樣化的活動和陶藝手作體驗課程等原因，增加參觀陶博館的意願性。陶博館雖定期更新官方網站，以及 Facebook、Instagram 等社群軟體內容，推廣館內的展覽及活動資訊，但從問卷結果中發現大多數民眾認為其成效不彰。因此陶博館除了增進策展內容以提高遊客參觀意願之外，也需要再加強行銷與廣宣，如此才能改善參觀人數逐年減少的問題。

【關鍵詞】：鶯歌陶瓷博物館、參觀因素、遊客意願、行銷成效

通訊作者：賴宛妤，laisusan6773@gmail.com，新北市鶯歌區高職西街 16-2 號三樓

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

休閒活動青銀交流效益之初探

An Exploratory Research of Intergenerational Benefits of Leisure Activities

夏秉楓/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

羅品深*、林珮儀、張雅涵、李亭萱、陳芊瑜/ 中國文化大學觀光事業學系，學士生

盧惠莉/中國文化大學觀光事業學系，副教授

摘要

隨著醫療的進步以及公共衛生環境的改善，使得高齡者人口數快速上升，臺灣業已邁入高齡化社會；此外，隨著社會變遷家庭型態也逐漸由大家庭轉為小家庭，高齡者與年輕世代間的互動較為缺乏。近年來各國政府開始提出了青銀交流的相關計畫，增加彼此的互動、學習進而增進代間關係。本研究藉由「2020 客家城鄉交流計畫」之青銀交流活動的機會，探討透過休閒活動所帶來青銀交流的效益以及改善代間關係的機制。研究採內容分析法，經由半結構式問卷將訪談內容錄音之後打成逐字稿，依據文獻探討整理的主題概念，進行分類與分析。研究結果發現透過休閒活動有助於促進青銀交流，研究由青少年的觀點反映出青銀交流的效益，青少年在活動中能自在地與高齡者相處展現出面對高齡者社交技巧與情感交流的提升，並從中獲得自我認同與反思。從對高齡者的效益來看，青少年展現出對高齡者的社會認同以及社會角色支持等要素。

【關鍵詞】：青銀交流、代間關係、共樂、休閒效益

通訊作者：羅品深，rayly668@gmail.com 台中市后里區文化路 7 號

分類：觀光、休閒遊憩與餐旅產業未來發展及其他相關議題

航空公司罷工對於乘客滿意度與轉換意願影響之研究-以 乘客類型、罷工型態為調節變項

The impact of Airline Strikes on Passengers' Satisfaction and Switching Intentions-The Moderating affect of Passenger Type and Strike Type

張軒瑄/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專任教授

劉姿旻/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大專生

摘要

勞權意識逐漸抬頭。勞資的爭議是難以避免的。罷工是為了抗議而拒絕工作，在早期的工廠裡有大量勞工大致做類似的工作，勞方和資方可說是兩個陣營的對立，而當時罷工所造成的損失主要是生產的停頓而使勞資雙方都賺不到錢（陳博志，2019）。故罷工對於事業周遭有著莫大的影響關係，且影響到社會。在 2019 年台灣航空業中就發生兩起罷工事件，而這兩起事件分別為國內的長榮與中華航空公司，故本研究將針對在 2019 年發生的華航機師罷工事件和長榮空服員罷工事件、不同的乘客類型（商務旅客與休閒旅客）來探討個體對於航空公司員工之罷工態度、乘客滿意度、轉換意願之間的影響。本研究採用實驗法搭配問卷之形式，罷工事件分為兩組，第一組為華航機師罷工，第二組為長榮空服員罷工，分別整理各個罷工期間之資訊，製作成 10 分鐘左右的影片，讓每位受試者進行觀賞後填寫問卷；旅客類型，分別為休閒旅客與商務旅客。透過本研究資料分析之比較，將依據研究結果提供航空業了解民眾對於罷工後的行為變化，藉此創造因應之對策。

【關鍵詞】：罷工、乘客滿意度、轉換意願

通訊作者：劉姿旻，th40528@gmail.com，桃園市大溪區文化路 273 巷 25 弄 10 號 3 樓

分類: 3. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題

與靈的連結：以賽夏族族人觀點探討巴斯達隘遇上觀光衝 突與平衡之研究

Connection with the Sprints: Take Saisiat Tribe's Viewpoint to Explore When Pas-ta'ay Encounter Tourist Conflict and Balance Research

黃永全/銘傳大學觀光事業學系，副教授

郭瑀潔、彭葦柔、劉冠吟、陳翎竣、林冠伶、許舒涵/銘傳大學觀光事業學系，
學士生

摘要

本研究旨在探討新竹縣五峰鄉當地賽夏族人祭典呈現方式與外界期待有所不同，導致雙方價值觀與起初動機產生差異，而如何讓政府與族人兩者取得平衡也是值得我們深入研究的。為深入探討該議題，本研究採質性研究，以族人觀點出發，透過「深度訪談法」方式對相關族人進行訪談。以瞭解族人對於觀光進入部落的觀點與想法，並以專家意見分析資料來源增加研究之信度及效度。

研究結果顯示，整體而言族人對於觀光的開放採正面的肯定，前提為遊客須對巴斯達隘的禁忌與文化有基本的認知，過程中以莊重的心態參與祭典，彼此互相尊重，將祭典的文化與傳統得以流傳。而部落交通的不便也導致經濟及文化產業無法發展，部落人口嚴重外移，因此政府若有意協助，改善交通為首要之務，雙方達成共識，將巴斯達隘完整的保留與呈現。本研究期望呼籲參與巴斯達隘的利害關係人能降低對部落負向的衝突，探討賽夏族部落傳統文化的價值，以及了解傳統祭儀作為觀光資源的可能性，並且提供改善之建議，為相關觀光管理單位帶來實務貢獻。

【關鍵詞】：原住民觀光、巴斯達隘、節慶活動、賽夏族

通訊作者：郭瑀潔，ivy310655@gmail.com，桃園市桃園區中聖里國聖一街2號6樓之3

分類：6. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

專題式學習應用於大學社會責任實踐之研究

Practice of University Social Responsibility in Project-Based Learning

蘇信坤/弘光科技大學運動休閒系，助理教授(專技)

摘要

大學的「專題研究」的課程中，常常藉由個案分析、小組討論去認識產業實務上的議題，讓學生有機會可以去學習批判與增加思考的能力。本研究的目的是在探討「專題式學習」應用在大學社會責任實踐的專題研究課程中，訓練學生進行思辨並討論解決問題的方法，以期達到培養核心能力與專業知識的目標並提升大學對區域及在地的貢獻。本研究是以實踐大學社會責任為目標，培育學生認識社區在地發展能的動能，藉由執行活動加強與社區連結，讓大學生感受到「被社區需要」與認同。在課程設計中教師鼓勵學生參加各類型活動:行政院農委會大專生洄游農村計畫競賽、豐原公老坪荔枝節、柑橘季活動等，甚至最後代表學校參加教育部全國技專院校實務專題競賽，這些過程之中激勵學生進入地方社區深耕與互動，透過合作學習模式提昇學生在認知、社交與情意方面的發展，增進彼此學習的能力，另一方面活用所學到的專業知識激發學生創意。專題研究結果顯示，學生進行專題計畫中展現讓人印象深刻的執行力，與地方社區耆老的互動中，對社區里山計畫的推動產生使命感，透過合作學習實際應用所學的專業知識，展現出團隊合作成果。

【關鍵詞】：專題式學習、合作學習、大學社會責任實踐計畫、里山計畫

通訊作者:蘇信坤，kun111727@hk.edu.tw，臺中市沙鹿區臺灣大道六段 1018 號

分類:7.觀光、休閒遊憩與餐旅產業地方創生相關議題

人蔘副產物-人蔘鬚產品的開發

Development and Application of Ginseng By-products

高馥君*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

卜桂泫、李美綺、葉昕靈、吳美娟、湯毓敏、陳思萍/銘傳大學餐旅管理學系，
學士生

摘要

人蔘的藥用歷史約有兩千年，是人類珍貴的藥材之一，人蔘構造包括；花、果實、葉、莖，與根部。根部是人蔘最具有藥用價值的部位；又可再細分為蘆頭、主根、支根與細根。人蔘之所具有各種免疫、強身與滋補功能，主要是因為含有人蔘皂甙，有文獻指出；存在於根鬚中的人蔘皂甙含量是主根的 3 倍。因此若捨棄人蔘根鬚，實屬可惜。目前市售人蔘根鬚的相關產品有，茶包與人蔘糖等。本研究目的在開發人蔘鬚相關產品，以提高人蔘鬚的利用率，不過，因根鬚具有苦味，因此若要開發成甜品或其他加工食品，需與其他食材搭配以調整其呈味，在研究的第一階段，將人蔘根鬚添加於麵包、果凍、與魚鬆的製造材料中，以消費者感官品評方式篩選接受度最高的產品，結果顯示；以果凍有最高的消費者接受度。因此在第二階段的研究中，以果凍為目標產品，以實驗設計法評估果凍中的人蔘鬚根添加比例(0, 1, 3%)、果凍口味(烏梅、香茅)、資訊提供(未提供、有提供)，搭配消費者特質(國籍與年級)、消費者飲食態度(健康重視程度、機能性食品接受程度)了解產品的開發方向與預期市場。本研究中的品評員人數為 400 人，台灣生與外籍生各佔 50%，大學一、二、三、四年級生各佔 25%，平日有攝取人蔘習慣者佔 47.8%。結果顯示；人蔘鬚添加比例愈高者，其產品接受度愈低，烏梅口味果凍接受度高於香茅，人蔘鬚營養資訊與人蔘添加比例的提供有助於提高消費者對人蔘果凍的接受度。在消費者個人特質部份；外籍生特別是馬來西亞學生對人蔘果凍的接受度顯著高於台灣生，消費者中健康重視程度高、對機能性食品接受度高者，對人蔘鬚果凍也具有較高的產品接受度。因此本研究的結論是；以人蔘鬚果凍而言，人蔘營養資訊的提供是有助於產品接受度的提高，對於重視健康、接受機能性食品、及平日有攝取人蔘習慣者，對人蔘鬚果凍之接受度亦高。

【關鍵詞】：人蔘鬚、產品接受度、消費者感官品評、資訊、口味、飲食態度。

通訊作者：高馥君，fjkao@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區大同里德明路 5 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

大學生食品安全知識、態度與行為影響因素的探討

Study on Food Safety Knowledge, Attitude and Practice among College Students

高馥君*/銘傳大學餐旅管理學系，副教授

蔡承諺、白嘉家、林家妤、賴奕璇、劉輝榮、羅光宇/銘傳大學餐旅管理學系，
學士生

摘要

本研究以銘傳大學中三個不同學院；觀光學院之餐旅管理學系、健康科技學院之生物科技學系、資訊學院之資訊管理學系，大一到大四的學生為調查對象，以問卷調查方式分析學生在食品安全知識、態度與行為上的認知與其影響因素，有效問卷數 565 份。有關問卷的設計；在知識方面，包含「食品衛生知識」、「食品中毒原因知識」與「食物正確處理知識」三部份。態度方面則包含「正確處理食品態度」與「避免發生食品中毒態度」兩部份，而行為方面則包含；「製備食物時的行為」和「攝取食物時的行為」。結果顯示；女性、大一學生有較高的行為得分($P<0.05$)，而曾研習食品衛生安全課程者，具有較高的食品安全知識，另外，外食頻率高者的食品安全知識較低($P<0.05$)。知識總分與態度總分是呈現顯著正相關，然而三種食品安全知識中，只有「食物正確處理」知識才具正向影響食品安全行為的效果($P<0.05$)，男性與高年級對食品安全行為的得分是負影響。因此，根據上述統計結果可瞭解；不同學院學生在食品安全的知識，態度與行為上的差異並不顯著，然而通過食品衛生安全課程的研習，可以提高大學生的食品安全知識，女大學生履行正確食品安全行為的頻率是顯著高於男性($P<0.05$)，另外，對餐旅管理系而言，因食品安全與衛生屬大一的必修課程，是故大一學生有較高的食安知識，而具有正確食安知識者，多具有正向的食安態度，且通過正確的食物處理知識，可提高履行正確食安行為的頻率與機會。

【關鍵詞】：食品安全知識、食品安全態度、食品安全行為。

通訊作者：高馥君，fjkao@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區大同里德明路 5 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。

後疫情時代 Z 世代外送平台飲食模式之探討

An Exploratory Study of Generation Z's Post Pandemic Usage Behavior of Gourmet Delivery Platforms

劉敏/中國文化大學觀光事業學系，專任副教授

王頌曦、鄭煥哲、戴偉任、蔡煒鋒、林巧鵬/中國文化大學觀光事業學系，學士生

摘要

早在 2014 年，台灣就有外送平台的加入，當時可以說是「無人知曉」，而直到疫情的出現，推動的外送平台的發展，現在可以用「家喻戶曉」來形容再貼切不過了，而外送平台的興起，也造就了懶人經濟的出現以及消費者飲食習慣的改變。

爰此，本研究主要探討在後疫情時代，以臺灣 Z 世代的飲食模式進而初步去瞭解外送平台目前的狀況以及未來，透過 4 次焦點團體訪談法，研究文化大學 Z 世代之大學生成，探討 Z 世代使用外送平台的因素以及外送平台之消費者飲食習慣，藉此建構外送平台之消費者飲食分析。

研究結果顯示，推動 Z 世代使用外送平台之個人內在動機以快速、方便以及美食多元性等主要因素，而 Z 世代的人們追求創新以及體驗新事物，且 Z 世代使用外送平台之消費者占 6 成，之所以造成現在這種經濟模式以及飲食習慣的改變，莫過於疫情的助力。

【關鍵詞】：後疫情時代、外送平台、z 世代

通訊作者：蔡煒鋒，cwf1347786158@gmail.com,111 台北市士林區華岡路 55 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

以 IPA 探討台灣好行服務品質之研究

Importance-Performance Analysis of the Service Quality of Taiwan Tourist Shuttle Bus

林濰榕/銘傳大學觀光事業學系，副教授

許志瑋、羅斯婷*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

摘要

台灣好行逐漸成為國人從事國內旅遊時的重要選擇之一。然而，顧客到底重視台灣好行的哪些服務項目。本研究以台灣好行大溪快線為例，以重要-績效分析(IPA)探討乘客對於該路線服務品質認知。回收有效問卷 199 份。結果顯示，台灣好行大溪快線優先改善之項目有「服務人員(含司機)服務態度主動親切」、「轉乘其他交通工具便利」、「時間規劃適中」、「班次準點發車(或到站)」等 4 項；次要改善項目有「車站及車上明顯可見客訴方式」、「服務人員(含司機)穿著整齊」、「服務人員(含司機)主動告知有關資訊」、「路線經過知名旅遊景點」、「行李置放空間充足且寬敞」、「車內座椅完好」、「車內溫度舒適」等 7 項；過度開發項目有「站牌設置在遊客聚集之地方」、「路線長度適中合宜」共 2 項；繼續保持項目有「候車空間整潔」、「網站提供資訊正確(如：路線、班次時刻、候車地點圖示)」、「指引路標或導引資訊清楚且正確」、「站牌班次時刻表、行車時間標示清楚」、「車內提示資訊正確(如：路線、班次時刻、候車地點圖示)」、「站牌相關旅遊資訊規劃清楚」、「票價合理」等 7 項。最後，本研究以 IPA 實施研究除了可以提供台灣好行的改善建議依據，更使得台灣好行可以給予顧客更好的服務品質，來提升其競爭力。

【關鍵詞】：重要-績效分析法(IPA)、服務品質、台灣好行

通訊作者：羅斯婷，08146050@me.mcu.edu.tw，台北市文山區和興路 36 號 2 樓

分類：3.觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題

以消費者觀點探討餐廳綠色行銷對於品牌延伸之影響

A study of the impact of restaurant green marketing on brand extension based on consumer perspective

周勝方/銘傳大學餐旅管理學系，專任副教授

李佑真、林羿彤、賴鈺安、吳佳穎、洪德彬、范貴銘/銘傳大學餐旅管理學系，
大專生

摘要

因此企業開始往品牌延伸與多元化經營發展，結合台灣現今餐旅業之發展需求，有許多餐飲品牌開始延伸拓展，創立更多獨立餐飲品牌。而近年來各國對環境維護的意識越來越強烈，使得餐飲業開始與綠色行銷做結合，對於旗下母品牌與子品牌皆推出許多綠色活動及永續發展政策，讓企業在拓展品牌的同時也可達成企業社會責任。本研究預計以消費者觀點探討交易成本理論對於品牌延伸所帶來的效益，研究結果將有助於未來企業進行綠色行銷對品牌延伸之影響，由消費者角度提升企業對於品牌延伸之前景。本研究利用問卷調查方式，對台灣餐飲業者之消費者進行調查，以了解其企業組織之品牌權益對其營運績效之影響，進而提供未來餐飲業者品牌延伸之用。

【關鍵詞】：餐飲業、交易成本理論、綠色行銷、品牌延伸、品牌權益

通訊作者：李佑真，bianca870301@gmail.com，新北市新莊區中港路 531 巷 70 號 9 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

探討 Instagram 美食文章體驗行銷對 Instagram 美食文章 可信度對消費者購買行為及消費者忠誠度之影響

Exploring the Relationship of Instagram Experience Marketing and Instagram Credibility on Consumers Purchase Behavior and Consumer Loyalty

許家源 博士/中國文化大學觀光事業學系，助理教授

蕭語欣、戴貝倪、陳廷瑜、邱子玟/中國文化大學觀光事業學系，學生

摘要

網路社群時代，Instagram 是多數人每日會使用的社群軟體，企業、廠商必看準 Instagram 的使用比率與市場價值，並進行商業合作往來，希望透過文章與照片發表讓閱聽者在觀看 Instagram 美食文章後留下深刻印象，對商品產生購買行為進而產生忠誠度。本研究採用問卷調查進行資料搜集，共回收 400 份問卷，有效問卷 383 份，問卷有效率為 95.75%。研究結果顯示：H1：Instagram 之美食體驗行銷對消費者可信度有正向影響，H2：Instagram 之可信度對於消費者購買行為有正向影響，H3：Instagram 可信度對消費者忠誠度有正向影響。研究證明，體驗行銷層面中多項因素為產品可信度重要考量，進而解釋 Instagram 美食文章特質與體驗結果會改變顧客心中對產品的看法，提升消費者購買行為與消費者忠誠度意願，證明社群媒體對於產品行銷的成功具有影響力。

【關鍵詞】：美食文章、Instagram 體驗行銷、Instagram 可信度、消費者購買行為、消費者忠誠度

通訊作者代表：蕭語欣，A6251881@ulive.pccu.edu.tw，臺北市 11114 陽明山華岡路 55 號觀光事業學系

分類：觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

休閒運動產業發展之探討

A Study of the Recreational Sport Industry

張佩婷/宏國德霖科技大學休閒事業管理系，助理教授

摘要

現今運動健身已蔚為風潮，為促進身體健康、增進免疫力等因素，國人在運動產業的活動參與也不斷地增加，而休閒運動產業為全球發展快速之重要產業，包括休閒運動製造業(運動用品和運動設施營造)、參與性休閒運動服務業、觀賞性休閒運動服務及休閒運動賽會服務等，其含蓋範圍廣、產業關聯大、附加價值高，發展一套能合理解釋休閒運動產業發展現象的模式有其必要性。本研究旨在探討休閒運動產業發展模式，以文獻回顧法，由各研究學者理論和運動休閒發展相關模式而來，經美國、日本和中國大陸休閒運動產業發展歷程，以及台灣休閒運動產業發展歷程、現況、文獻、數據和多元策略之長期，最後再經討論與整理。各國可依其各項條件掌握休閒運動產業發展脈絡，休閒產業在近幾年的發展快速下，各國的休閒運動產業也蓬勃發展，休閒運動產業發展的關鍵因素及產業發展網路探討與研究，進而整合不同的發展與執行策略，以提升產業競爭力，期能成為推動休閒運動產業發展的助力。

【關鍵詞】：休閒運動產業、產業策略、休閒運動發展

通訊作者：張佩婷，waterchang@mail.hdut.edu.tw，新北市土城區青雲路 380 巷 1 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

溫泉飯店部落格之研究-以星級溫泉飯店為例

The research about the blog of hot spring hotels - take the star-rated hot spring hotel as an example

林于正/致理科技大學休閒遊憩管理系，講師

劉曉琪/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

彭芷軒、謝依璇、黃暄淇、蔡佩妤、劉育蘋、陳彥伶/致理科技大學休閒遊憩管理系，學生

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；本研究為釐清綠色旅遊目的地之遊客動機，使用推拉動機框架探討遊客前往綠色旅遊目的地之綠色旅遊動機，了解遊客是否會受不同的推拉因素而影響其從事綠色旅遊之意願。爰此，本研究以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為研究區域，透過深度訪談方式，探討前往綠色旅遊目的地之遊客個人內在因素及該地區吸引因素分別為何，建構適用綠色旅遊目的地之遊客動機量表。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。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；本研究為釐清綠色旅遊目的地之遊客動機，使用推拉動機框架探討遊客前往綠色旅遊目的地之綠色旅遊動機，了解遊客是否會受不同的推拉因素而影響其從事綠色旅遊之意願。了解遊客是否會受不同的推拉因素而影響其從事綠色旅遊之意願。

【關鍵詞】：溫泉飯店、部落格、文字雲

通訊作者：彭芷軒，qs1232002@yahoo.com.tw，新竹縣竹東鎮中豐路二段 153 巷 11 號

分類：3.觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題

國人境外不動產投資評估指標之研究-以日本旅宿不動產 為例

Evaluation of Overseas Real Estate Investment Indicators: A Case Study of Japanese tourism real estate

羅健文/銘傳大學休閒遊憩管理學系，副教授

林宏昌/銘傳大學觀光事業學系碩士在職專班，碩士生

摘要

有土斯有財的傳統觀念影響下，國人對不動產一直是最愛的投資偏好之一，近年來在台灣不動產預期獲利空間可能縮小且房價泡沫化隱憂的持續加溫下，部份投資人試圖探索其他可能的投資管道，其中境外不動產投資可謂最熱門的投資選項之一。再者，日本為已開發國家，政治經濟相對穩定外，投資訊息透明度高並有穩健的收益報酬等優勢，成為國人熱門的投資區域首選，也由於訪日人口大增，住宿需求遠大於供給的狀況下，除了法人之外，個人住宅提供作為旅客住宿使用的民泊營運隨之而起，投資回收快且高，台灣投資人也因此在此時期，積極投入旅宿不動產。

然而，在國人前往日本旅遊及投資不動產如此熱衷的同時，對於日本旅宿不動產投資的相關議題卻極為少見，故本研究之目的為建立日本旅宿不動產投資之指標架構，並以日本不動產型式「一戶建」為標的，藉由模糊德爾菲法確立總體因素及個體因素的投資重要性及評選指標，再依所建構之指標架構進行實際案例分析，研究結果可供相關單位或境外不動產投資之參考。

【關鍵詞】：境外不動產投資、民泊、旅宿不動產、一戶建、模糊德爾菲法

通訊作者：羅健文，chienwen@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路 5 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

Travel Motivations to Rural Tourism for Japanese visitors to Taiwan

日本人對台灣鄉村旅遊的旅遊動機

Ogami Ayumi/ Master's Student, Department of Bio-Industry Communication and
Development, National Taiwan University

Li-Pei Peng/ Associate Professor, Department of Bio-Industry Communication and
Development, National Taiwan University

Abstract

Due to the declining birthrate, declining population, and the outflow of young people to cities, rural areas in Taiwan is facing serious crises. Rural tourism in Taiwan has recently been adopted by various rural areas as part of their overall regional development strategy. Rural tourism not only supports regional growth by creating job opportunities, it promotes interact between urban and rural areas, and it also enhances the community within the region. Despite efforts by the Taiwanese government to promote rural tourism to foreign tourists, the participation of Japanese tourists in particular, an important target segment of the Taiwan tourism industry, remains unsatisfactory. The purpose of this study is to reveal push and pull motivations of Japanese tourists to Taiwan; to investigate differences in Japanese motivations and their intention to participate in rural tourism in Taiwan in relation to diverse socio-demographics such as gender, age, and occupation; and to reveal how the motivation factors affect the Taiwanese rural tourism intentions of Japanese tourists. This survey was conducted through an online and in-person questionnaire with 233 Japanese tourists who have been to Taiwan. This study clarified the relevance of five push motivations and six pull motivations. This study also clarified that with regard to Japanese intention to participate in rural tourism in Taiwan, female, young people, students, Japanese who travel frequently to Taiwan, and Japanese who have had long stays in Taiwan tend to have strong intention. The study results indicate that Japanese intention to participate in rural tourism in Taiwan was most strongly influenced by one of the push motivation named “unusual & affection”.

Keywords: intention to participate; Japanese tourists; push and pull motivation; rural tourism

通訊作者：Ogami Ayumi, r08630014@ntu.edu.tw, 臺北市大安區羅斯福路四段1號生物產業傳播暨發展學系

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

探討線上美食外送平臺在忠誠度之區域差異-以 Foodpanda 為例

Explore the regional differences in loyalty of online food delivery platforms - Take Foodpanda as an Example

洪浚祐、張琬沂、林雅萍/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

現代生活模式改變，人們為了追求做事效率，可能挪用其他時間來彌補進度的不足，飲食模式也從開伙轉變為外食，線上美食外送平臺便是因應此模式下之產物，而臺灣目前使用率最高的線上美食外送平臺為 Foodpanda，其服務範圍遍及全臺各地。近期因需求的倍增，導致類似的線上美食外送平臺層出不窮，服務內容也均以顧客為導向，經常推出優惠或免運的方式來吸引消費者，雖於短時間能達到一定效益但卻不是長久之計。因此如何能在眾多競爭者中脫穎而出且獲得消費者青睞並持續使用，使得平臺中所陳列之美食品牌其消費者的忠誠度成為值得探討的議題。

而消費者進行消費行為決策時，會因不同地區的文化價值及生活模式差異而產生影響。臺灣南北地區在資訊化程度及經濟的差異衍生出不同風俗習慣。在環境的潛移默化下，消費者購物習慣逐漸產生改變。故本研究以臺灣南北地區消費者對線上美食外送平臺進行探討並以 Foodpanda 為研究範圍，研究對象需為該平臺使用者。研究方法採用量化方式進行，針對消費者對於平臺中所陳列之美食在行為忠誠與態度忠誠進行問卷調查，並透過信度、效度和因子分析來檢測本研究問卷具有一定的可靠性與有效性。最終，根據研究結果可得知，依照區域的差異，在行為忠誠上南部相較於北部更加顯著，態度忠誠則無明顯差異。故因南部地區較信任品牌口碑，容易點選已知的店家進行外送，反之北部消費者卻喜歡且勇於嘗試新鮮的店家與美食。由此可見，即便如一般生活所需之餐點，仍會依照區域不同導致實際的行為差異。

【關鍵詞】：美食平臺、區域差異、忠誠度

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

分類: 4. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

Hindu Temple Crowd Religion Spirits

Ching-Liang Su (蘇慶良)/Department of Industrial Engineering and Technology
Management, Da Yeh University, Professor

ABSTRACT

Inside the Hindu temple in Katmandu, Nipple, the worshipers carry spear, sword, and attacking weapons to worship the Hindu gods. The worshipers singing loudly and hop up and down constantly with very good spirit to worship the gods. Many early 20 years old girls with white skin wearing religion costumes are dancing and sinning. The spirits are very high. The atmosphere is very excited. Around 150 people are dancing and signing in the temple. The situation is eventful and excited and every one is very happy. No photo is allowed in this singing and dancing in this worship event. Inside the temple, everywhere is crowded and a lot of people in this temple. One male young guard with soldier uniform carrying riffle stands on the stump as sentry to guard the crowd and to provide the security service to the worshipers. The Hindu temple only allows the Hindu believers to come in. Non-Hindu believers cannot enter. The Hindu believers singing and dancing show the sincerely belief and unity of their hearts to their Hindu belief.

Keyword: Hindu temple, crowd, religion spirits, and Katmandu Nipple.

通訊作者：蘇慶良，cls2@mail.dyu.edu.tw，168, University Road, Dacun, Chang-Hua, 51505, Taiwan

大學生對安心旅遊補助方案使用心得之初探

Exploratory Research of College Students' Reviews

Toward Safe Travel Subsidy Program

劉敏/中國文化大學觀光事業學系，專任副教授

王華隆、黃義中、蘇莉婷、高家祥/中國文化大學觀光事業學系，學士生

摘要

台灣近年來為了應對日益下滑的觀光經濟，開始推廣「新南向政策」，將目光放向國際觀光客群，並先後推出「秋冬國民旅遊補助」、「振興三倍券」、「安心旅遊補助」並加強國民本土旅遊，希望藉由國旅補助能緩解觀光衝擊造成的經濟損失。

本研究主要探討 Z 世代大學生在旅遊方面上的模式與習慣，以焦點訪談的形式，了解 Z 世代大學生使用政府旅遊補助的心得及狀況，並探討在旅遊補助項目的使用狀況上是否有達到政府的預期及相關的改善建議。

研究結果顯示，大學生，也就是 Z 世代，是台灣觀光主要的消費客群，本組依照 Z 世代的特點、觀點及消費習慣，整理出一些政府可以在旅遊補助上做改善的地方，包含行銷管道、補助內容及申請辦法。也希望藉由本次研究，可以更了解 Z 世代的特質及想法。

【關鍵詞】：疫情、Z 世代、安心旅遊補助

通訊作者：王華隆 whlmagi12@gmail.com，242 新北市新莊區民安西路 139 巷 4 號 3 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

台灣觀光意象及推廣方式- 以越南年輕客群為例

Tourism Image of Taiwan and Promotional Method A

Case Study of Vietnamese Young Generation

詹悉珍/致理科技大學休閒遊憩管理系，助理教授

林潔欣、陳慶瑤、林霏筠、黃世祈/致理科技大學休閒遊憩管理系，學生

摘要

觀光意象是指人對於旅遊目的地不需要親身體驗即可擁有的印象，而觀光意象會影響旅客抉擇旅遊地、重遊意願等等，是非常重要的決策因素，因此地區若能有良好的觀光意象，旅客前往的意願就會提高，若能夠由此著手去創造好的觀光意象，勢必對該地的旅遊有很大的幫助。

隨著全球化趨勢帶動全球國家的社會經濟發展與日俱增，出國旅遊已經成為全球旅客的普遍需求之一。面對觀光旅遊業帶來的好時機，台灣政府已經推廣許多宣傳活動與提供相關資訊以吸引更多外國旅客來臺，把促使入境觀光旅遊市場持續性穩定擴大當成重視的發展重點之一。2016年，為了藉由這項計劃來聯繫臺灣與東南亞及南亞國家的往來關係，政府頒佈了新南向政策，增加改革許多關於簽證的政策，新南向國家近年來臺觀光的人數也因此而大幅增長，越南近年發展蓬勃，疫情發生之前每年出境旅客人數持續增長，並且青年人口比重大，目前正處於「黃金人口結構」的歷史最佳階段，而越南年輕族群經濟能力等方面日漸提高。由於上述之原因，考慮到入境旅遊潛力、簽證待遇、旅客消費能力等因素，我們將越南年輕族群視作臺灣入境旅遊的重要且具有潛力的市場之一，決定挑選此對象來做深入研究，並以自然景觀、社會文化、設施、活動、品質與價格這五個構面進行調查。本研究使用量化問卷分析法，利用李克特五尺度量表衡量越南年輕族群對臺灣的了解程度，透過臉書（Facebook）實行發放，最終收回了414分有效問卷，並提出日後觀光推廣的建議。

【關鍵詞】：觀光意象、越南來台觀光、新南向政策

通訊作者：林霏筠，107232A1@gm.chihlee.edu.tw，桃園市桃園區天祥五街21號8樓之五

分類: 8. 觀光、休閒遊憩與餐飲產業未來發展及其他相關議題

整合社區文化地景之永續觀光規劃 以台中市烏日區湖 日、學田社區為例

The Sustainable Tourism Planning of Community Cultural Landscape Integration – Case Study on Huri and Xuetian Communities in Wuri District, Taichung City

謝琦強/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，副教授

林樟濠、李梓嘉、林大為、陳家恩、張宇彤/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，
大學生

摘要

高鐵特定區的開發往往發揮成長極效應，長期帶來都市化與周邊空間的波及效果，加速相關社區的都市化成長，相對也將對原有生活環境衍生衝擊。參考國外發展案例，高鐵通車後周邊地區若適切結合地方特色及地理條件，加上妥善規劃與引導，既可有效促進地方正向發展，亦可適時因應相關開發衝擊，使地方朝向永續發展方向。

本文以台中高鐵特定區所在的烏日區為例，雖其擁有潛在地方文化地景與社區人文、生態資源，然而高鐵通車以來所到訪的旅客，通常是「走過、路過也錯過」，而成為拜訪台中知名景點的過境路線，帶來交通衝擊卻未地方實質發展效益。本文以嶺東科技大學社會責任 USR 計畫團隊實地走訪盤點現在烏日區現有觀光資源，發掘諸多具有發展性的觀光景觀資源，由有意願參加本次計畫的策略聯盟，選取湖日和學田社區，探討如何兼顧環境生態、經濟產業與社區文化面向，以田野調查及訪談法進行現場資訊蒐集，進而採取由下而上的規劃方式，在促進社區觀光永續發展及落實在地旅遊責任的原則下，發掘潛在資源與整合文化地景，發展具吸引力的社區輕旅行路線與內容，朝向永續性的社區觀光型態目標前進。

【關鍵詞】：永續觀光、文化地景、社區輕旅行、烏日區。

通訊作者:林大為，qazwsx880509@gmail.com，台中市龍井區中沙路南寮巷2弄30號

分類:6.觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

彰化飛機場旅遊意象、旅遊意願及旅遊動機之探討

Changhua Airport's Tourism Image, Tourism Willingness and Tourism Motivation

蘇文瑜/文化大學觀光事業學系，專任助理教授

周柏薰/莊涵鈞/遲沛華/日比和音/佐藤聖香/文化大學觀光事業學系，學士生

摘要

台灣過去十年來不斷地積極發展觀光產業，無論是都市景點觀光還是講求綠色、人文之旅的觀光，都有明顯的提升，因此觀光產業在台灣的經濟上扮演著重要的角色，更是不容忽視的議題。

旅遊意象是遊客對目的地所產生的印象以及內心的想法所引發的感覺，旅遊意象會影響遊客對目的地的感覺，也會影響前往該地旅遊的動機及意願。近年，因國際疫情嚴峻，國人無法出國旅遊，國內故有景點必須加入新的吸引力，才能增進國人在台灣旅遊之意願。因此本研究以彰化飛機場為例，探討遊客旅遊意象、旅遊動機，以及旅遊意願之影響研究，並以網路問卷調查方式，針對居住在台灣之遊客進行調查。在統計分析的部分則採用 SPSS 進行分析，包括：樣本結構分析、敘述性統計、信度分析、相關分析、迴歸分析、獨立樣本 t 檢定分析與變異數分析等。目前已回收 100 份有效預試問卷，進行信度分析後，調整正式問卷，預計回收 300 份以上有效之正式問卷。

【關鍵詞】：旅遊意象、旅遊動機、旅遊意願

通訊作者：周柏薰，Choupohsun1120@gmail.com，臺北市陽明山華岡路 55 號文化大學觀光系

分類：7. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之地方創生相關議題

旅館科技服務品質影響服務便利性及行為意圖之研究

The Effect of Hotel Technology Service Quality on Service Convenience and Behavior Intention

鄭閔中/銘傳大學觀光事業研究所，碩士生

陳柏蒼/銘傳大學觀光事業學系，副教授

摘要

隨著 5G 時代的來臨以及科技的進步，越來越多的旅館選擇引入工作效率高且成本較低的機器人服務員等科技服務產品為消費者提供服務。然而旅館的科技服務產品的科技服務品質是否會對消費者在服務過程中的便利性的感知以及後續消費者的行為意圖存在影響。本研究以中國大陸地區較早引入科技服務產品且具有一定知名度的 5 家酒店為例，以探討旅館科技服務品質對服務便利性以及行為意圖之影響。研究回收有效問卷 305 份。結果顯示，受調者中以女性居多，占比高達 65.7%，且其中 85.7% 的消費者都具有大學及以上的學歷，住宿型態多以個人為主。研究發現科技服務品質中的功能性、享受性、保證性、設計、安全性以及訂製性對於服務便利性中的決策便利性、獲取便利性、交易便利性、利益便利性以及利益後便利性呈正向顯著影響。科技服務品質中的功能性、享受性、保證性、設計、安全性以及訂製性對於消費者行為意圖中的重遊意願以及推薦行為呈正向顯著影響。服務便利性中的決策便利性、獲取便利性、交易便利性、利益便利性以及利益後便利性對於行為意圖中的重遊意願以及推薦行為呈正向顯著影響。通過本研究可發現，旅館科技服務品質對於消費者在接受科技服務時感知服務便利性以及消費者的行為意圖具有極其重要的影響，因此旅館業在引入科技服務產品時更需重視科技服務產品之品質，以提升服務競爭力。

【關鍵詞】：科技服務品質、服務便利性、行為意圖

通訊作者：陳柏蒼，695798332zhz@gmail.com，桃園市龜山區德明路 5 號

分類: 4. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

利用服務體驗工程探討吃到飽餐廳之服務痛點與服務策略： 以台北市吃到飽餐廳為例

Applying the Service Experience Engineering to discuss the service difficulties and service strategies of Buffet restaurants: taking Buffet restaurants in Taipei City as an example

張雅媛/銘傳大學餐旅管理學系，專案助理教授

鄭青展/台北海洋科技大學餐飲管理系，副教授

摘要

隨著台灣經濟發展與國民所得，加上民眾生活型態的改變，國人對於外食的需求越來越高，也越來越講究，進而導致台灣的餐飲業營業規模不斷的成長。吃到飽餐廳(Buffet)在台灣是一個重要的餐飲業型態，顧名思義吃到飽餐廳就是餐廳內菜色具有多元化的選擇，顧客可在一段時間內隨意餐點吃到飽。然而，隨著吃到飽餐廳的蓬勃發展，顧客也越來越多，在服務流程上造成不少服務缺陷與顧客抱怨，值得吃到飽餐廳進一步改善。因此，本研究之研究目的欲以服務體驗工程(Service Experience Engineering, SEE)找出台灣吃到飽餐廳的服務痛點，並提出服務策略作為自到飽餐廳之服務設計的參考。本研究以台北市四家知名吃到飽餐廳為研究範圍，並透過服務體驗工程之服務體驗洞察與服務設計等兩個階段找出服務痛點並發展服務策略，作為吃到飽餐廳服務流程改善之參考。研究結果顯示，透過服務體驗洞察找出排隊、取餐、出餐、座位安排以及結帳方面等9個服務痛點，而後藉由專家訪談發展出6個改善策略。本研究期望藉由此研究結果作為台灣吃到飽餐廳在服務改良上的依據，藉此提高吃到飽餐廳的顧客滿意度與消費意願，促進餐廳營運績效的成長。

【關鍵詞】：吃到飽餐廳、服務體驗工程、服務設計、服務痛點、服務策略

通訊作者：張雅媛，yychang@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路5號

分類：3.觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題

以科技接受模式探討消費者使用行動支付之意願

Exploring consumers' willingness to use mobile payment with technology acceptance mode

張軒瑄/銘傳大學休閒遊憩管理學系，專任教授

陳科霖/銘傳大學休閒遊憩管理學系，大專生

摘要

隨著行動網路與無線通訊技術的快速發展，不僅帶動了電子商務的成長，也使得行動商務漸趨蓬勃發展。本研究之研究目的為以科技接受模型為主要架構，探討行動支付使用者在資訊接受程度的變化下對於行動裝置系統使用之知覺便利性、體驗價值的不同，進而影響使用態度並產生行為意圖的差異。在研究設計的部分，本研究是採用網路問卷，總共發出 214 份問卷，填答者必須要在過往有使用行動支付的經驗，透過電子問卷的方式做填答，問卷題目主要是以科技接受模式所建議的構面，進行問項的設計，包括有知覺便利性、知覺有用性、使用經驗、風險感知、使用態度、行為意圖等，採用李克特七點尺度作為衡量尺標。最後再利用 SPSS 進行資料分析與處理，希望透過此研究，可進一步了解各家不同行動支付對於購買休閒運動產品之意願是否有產生差異，最終了解行動支付對於使用者購買休閒運動產品是否產生實際幫助。

【關鍵詞】：行動支付、知覺便利性、知覺有用性、使用經驗、風險感知、使用態度、行為意圖

通訊作者：張軒瑄，changtzu@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區德明路 5 號

分類: 5. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業資訊科技運用相關議題

臉書旅遊社群參與、目的地魅力與目的地品牌摯愛關係之 探討

The Relationships among Facebook Travel Community Engagement, Destination Fascination, and Destination Brand Love

古璧慎/銘傳大學觀光學院觀光事業學系，助理教授

林怡青、翁詠婷/銘傳大學觀光學院觀光事業學系，碩士生

摘要

社群媒體平台對顧客的影響力日增，因此，目的地可以透過社群媒體的刺激以增加遊客的參與行為，使其與品牌進行互動及建立良好關係，當旅客對目的地形象愈高，其知覺環境的魅力程度也愈高。而有魅力的目的地對顧客而言，是具有獨特性且難以取代，因此當目的地具有高的魅力時，遊客才會對目的地產生摯愛的情感受。據此，本研究主要目的在於瞭解臉書目的地品牌社群中的消費者參與行為是否會影響其對特定目的地品牌的魅力和摯愛感受。本研究選擇以台灣臉書日本地區為目的地的社群成員做為問卷發放的對象，有效問卷共計 403 份問卷。結構方程模式分析結果顯示：(1)消費者在臉書目的地品牌社群的參與程度對目的地魅力具正向影響；(2)消費者感知之目的地魅力對目的地品牌摯愛具正向影響；(3)消費者在臉書目的地品牌社群的參與程度對目的地品牌摯愛不具正向影響。最後根據研究結果，本研究認為相關社群經營者可藉由提高顧客的參與，如平台互動活動，來增強旅遊目的地之魅力，進而刺激對旅遊目的地品牌摯愛之感受。

【關鍵詞】：臉書旅遊社群、消費者參與、目的地魅力、目的地品牌摯愛

通訊作者：翁詠婷，edf833967@gmail.com，桃園市德明路 5 號

分類: 8. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

研究年輕旅客對高台寺禪宗寺廟的佛像機器人和尚的旅行 意圖

Investigate Younger Generations' Travel Intention to Kodai-ji Zen Temple's Robot Monk of Buddhism

石岳峻/國立高雄餐旅大學觀光研究所，教授

賴政育/國立高雄餐旅大學觀光研究所，碩士生

摘要

日本的宗教文化一直都是遊客到日本相當重要的旅遊體驗活動，而「京都高台寺」為了吸引年輕族群，顛覆傳統與資訊科技結合造出一尊「機器人和尚」，但能否成為吸引年輕族群了解日本傳統宗教文化和提高宗教旅遊意願的利器卻不得而知，因此本研究目的主要是探討台灣年輕族群對高台寺「機器人和尚」的旅遊意象、預期旅遊效益、旅遊態度、科技焦慮程度與行為意圖，藉此了解台灣年輕族群對於「機器人和尚」的看法。本研究將採問卷調查方式，並以 40 歲以下的台灣遊客為問卷調查對象。在問卷發放的過程中，本研究先透過影片撥放讓受測者了解「機器人和尚」，之後再由受測者進行問卷的填寫，藉此提高問卷結果的可信度。本研究共回收 378 份有效問卷，並以偏最小平方法驗證本研究架構之適用性，研究結果顯示：（1）旅遊意象對旅遊態度有顯著正向影響；（2）預期旅遊效益對旅遊態度有顯著正向影響關係；（3）科技焦慮對旅遊態度有顯著負向影響關係；（4）科技焦慮對行為意圖有顯著負向影響關係；（5）旅遊態度對行為意圖有顯著正向影響關係。本研究之結果發現年輕人對與這尊機器人和尚互動非常有興趣並且對其接受程度高，希冀能提供旅行社或者旅客，作為更多元性的旅遊規劃及應用之參考。

【關鍵詞】：機器人和尚、宗教旅遊、科技接受模式、科技焦慮、旅遊態度。

通訊作者：賴政育，andy12160953@gmail.com，台中市北區國瑞街 34 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

溫泉旅館從業人員之職涯發展個案研究

A Case Study on Career Development of Hot Spring Hotel Employees

李湘慈/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，學生

黃文雄/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，助理教授

摘要

隨著觀光產業的興起，帶動了旅館業的蓬勃發展，旅館業可說是國內觀光服務業重要的一環。但由於旅館工作有其特殊性，如輪班制、工作時間長、約束時間長(跨班制)、勞力密集、工作負荷大、低技術使用、薪資結構偏低等，造成員工對工作的壓力與挫折，成為流動率高的行業。

本研究以溫泉旅館的從業人員為研究對象，透過質性訪談方法進行，透過校外實習機制直接與飯店同事及主管聯繫，訪談3位受訪者，其中包含1位中階主管以及2位在溫泉旅館待過4~5年的同事，瞭解其職涯發展歷程以及確立影響職涯發展的因素。

藉由訪談內容整理出在溫泉旅館業影響從業人員職涯發展之因素，包含社會環境與文化、組織與個人三個層面。研究結果顯示，影響溫泉旅館從業人員的職涯發展以會考慮個人的語言能力、情緒管理能力以及自身的想法、認為自己是否能勝任為主要因素；而組織的福利制度也會是從業人員考慮的因素。

【關鍵詞】：溫泉旅館、職涯發展

通訊作者：黃文雄，wshuang@teamail.ltu.edu.tw，台中市南屯區嶺東路一號

分類: 2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

原住民部落發展生態旅遊之社區參與—以烏來福山部落為例

Community Participation of the Ecotourism Development in Aboriginal Tribes : A Case Study of the Fushan Tribe in Wulai

林青蓉/銘傳大學觀光事業學系，教授

王雪寧、江詠徽、黃柔巖、劉育婷、嚴于茵/銘傳大學觀光事業學系，學士生

摘要

臺灣原住民部落擁有豐富優美的自然生態、獨特的文化風格及歷史背景。運用這些優越條件發展生態旅遊，不僅型塑現代人親近自然、體驗異族文化的新興旅遊方式，也是部落社區保育自然生態、保存文化及振興獲利的永續發展契機。而推動部落生態旅遊必須重視部落社區的主體性與自主性，社區參與及夥伴關係等機制的建立，是影響其成功或失敗關鍵因素。公私協力推展部落生態旅遊最終的目標，在於輔導部落社區發展出生態旅遊自主經營團隊，並建立社區回饋機制以永續經營在地。

本研究透過質性研究之半結構式訪談法，針對九位曾參與福山部落生態旅遊發展之利害關係人，進行深度訪談，包括接受新北市政府觀光旅遊局委託推動案的旅遊業者、部落耆老、部落意見領袖、部落導覽解說員、部落獵人體驗帶領人、部落餐廳經營業者等，以深入了解福山部落推動生態旅遊之社區參與過程及發展現況。結果顯示，雖然福山部落居民多接納並認同目前生態旅遊發展所帶來的生活改變、工作機會或產業商機，且遊客的導入也逐年擴張；但要發展出成熟的、由族人自主經營的團隊，來管理部落生態旅遊之行銷、接團與各種接待服務的人力配置，仍存在挑戰。如何吸引部落年輕人回鄉投入生態旅遊相關工作以避免人才斷層，部落接待遊客人力資源能量之合理配置，自主管理平台經營者的遴選、養成與培訓，及回饋金制度建立等，都是現階段亟需推動的任務，有待部落意見領袖、部落生態旅遊參與者及在地居民持續溝通並克服問題，以創造出最有益於福山部落之生態旅遊營運管理模式。

【關鍵詞】：新興旅遊、部落振興、社區主體性、自主經營平台

通訊作者：劉育婷，king1012266@gmail.com，台中市大肚區王田里興和路185巷11-4號

分類：6. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業永續發展相關議題

遊客體驗台北市雙層觀光巴士與重遊意願之研究

A Study on Tourists' Experiencing of Taipei Double-Decker Sightseeing Bus and Their Willingness

王銘祥/中國文化大學觀光系碩專班，碩士生

李永恆/中國文化大學觀光系，助理教授

胡芷威、王韻婷/中國文化大學觀光系碩專班，碩士生

摘要

自新冠肺炎發生後，已在全球各國大規模爆發並迅速擴散，成為人類歷史上致死人數最多的流行病之一。在疫情中，觀光業受創嚴重，因此國人紛紛轉向國內旅遊活動；於2017年1月18日觀光巴士正式上路後隨著國旅盛行，藉由促銷活動與套票規劃，鼓勵國人一起響應，以提升經濟效益；本研究為了探討遊客對觀光巴士之個人涉入、旅遊動機、重遊意願，來推動台北市觀光景點之旅遊意願。

爰此，本研究以旅客對台北市觀光巴士為研究對象，並結合研究假說以問卷調查方式來蒐集相關資訊，問卷設計改編製「個人涉入」、「旅遊動機」、「重遊意願」等三部分。

研究結果顯示，觀光巴士之個人涉入對重遊意願有正向顯著影響，旅遊動機對個人涉入有正向顯著影響，旅遊動機對重遊意願有正向顯著影響，使民眾在搭乘觀光巴士後實際在外行動感受到愉悅的、興奮的等認知，心理、生理上也得到滿足或放鬆，遊客再次造訪的意願也會增加。

【關鍵詞】：個人涉入、旅遊動機、重遊意願

通訊作者：王銘祥，188240@yahoo.com.tw

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

旅店從業人員壓力調適歷程之個案研究

A Case Study on the Process of Pressure Adjustment of Hotel Employees

黃文雄/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，助理教授

王璽、蕭蓉、陳俞嘉/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，大專生

摘要

「以客為尊，服務至上」一直是多數旅館標榜的特色，其所販賣的除了有形的硬體設備外，更重要的是無形的軟體服務，其中「無形的服務」必須由第一線的基層服務人員執行。而旅店從業人員上司的管理態度、同儕之間人際關係，甚至為顧客服務的過程中都會產生無形的壓力，造成高離職率，而這樣的高員工流動率，是目前許多旅館經營的最大困擾。因此，本研究擬針對旅館基層從業人員工作壓力來源及調適策略作全面性的探討。

研究方法：本研究個案設計上，先確定研究目的與動機後，開始設計研究流程，依序先撰寫研究背景與目的，收集本旅館資料及相關文獻，再從墾丁某飯店之休閒部部門作為研究場域，針對 6 位旅館業休閒部從業人員進行深度訪談。透過深度訪談的方式，以瞭解旅館業休閒部從業人員工作壓力的來源及調適方式。

採用內容分析法將訪談結果歸納，以句子為分析單位予以歸類後，共計擷取 114 個字句進行研究分析，從業人員壓力來源研究結果主要分布於負荷壓力、工作人際壓力、工作角色壓力、工作專業壓力等四個壓力來源。而壓力調適策略主要可分為面對問題以及轉移注意力等兩種方式。最後提出相關研究建議供旅館經營管理單位之參考。

【關鍵詞】：壓力來源、飯店基層從業人員、壓力調適

通訊作者：黃文雄，wshuang@teamail.ltu.edu.tw，台中市南屯區嶺東路 1 號

分類：2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

員工福利滿意度調查分析-以台灣高鐵站務員為例

Investigation and Analysis of Employee Welfare Satisfaction-Taiwan's High-Speed Rail Station Attendant as an Example

謝琦強、熊婉君/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，副教授

黃冠樺、黃怡淳、孫琬婷/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，應屆畢業生

摘要

現代企業員工是公司最重要資產，相關福利制度亦可展現企業社會責任(CSR)尤其當前處於科技發達年代，已不是高薪就能留住人才，多數人開始重視社交、家庭、健康及休閒等工作以外的生活品質；由先前僅衡量員工生產報酬貢獻，轉而重視員工與組織之間中長期的互助與共同成長，強調員工能在工作中獲得理想的薪資福利與成就，企業組織得以永續經營發展之平衡，達到雙方互利的雙贏。本文以全球最大 BOT 案之經營企業：台灣高鐵為例，旨於探討其員工對於福利的滿意度以及影響因素分析，運用「文獻分析法」、「問卷調查法」、「訪談法」作為研究方法，經歸納文獻所得員工福利之經濟性、設施性及休閒性作為研究構面，研究對象為台灣高鐵新竹站、苗栗站、彰化站等員工，研究架構部分首先了解人口統計變數(性別、年齡、站別、職務、年資)，再者以調查問卷了解關於三大福利措施之各項福利滿意度，最後以問卷結果來分析員工期許及對於公司未來福利制度施行做建議及改善，問卷使用李克特(Likert) 五點量表及 IPA 表現分析法，依照問卷的描述此問卷及訪談不僅能協助企業掌握員工的需求變化，發掘現階段相關課題，討論提升企業在福利政策上的改善對策；以對應員工之於福利制度的期望，有助於促進企業福利資源的有效規劃與運用。

【關鍵詞】：台灣高鐵、員工福利、企業社會責任

通訊作者:黃冠樺, kevin871116@yahoo.com.tw, 彰化縣員林市浮圳里浮圳巷 85 弄 47 號

分類:2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

新興運動的發展現況與未來展望-以地板曲棍球為例

The current development and future prospects of emerging sports-A case study of the floorball.

梁晏鑫、洪鵬翔、曾紫芸/輔仁大學運動休閒管理學士學位學程學生

摘要

本研究採取資料分析與訪談，訪談參與地板曲棍球運動推展之協會人員，藉此了解地板曲棍球的發展過程，從中華民國地板曲棍球協會，分析臺灣目前發展現況，優勢與利基、障礙與困境和未來方向，並蒐集資料，從中彙整地板曲棍球的優勢及發展上的缺失及遭遇到的困境。

本研究發現地板曲棍球在推展上因為疫情的關係，計畫受到嚴重的阻礙，在台協會無法加入國際總會並取得認證，在國內資源方面相對於其他運動，是相當的稀少，這都阻礙到地板曲棍球在臺的發展。在國內推廣上藉由運動中心邁出第一步，往國中小學社團性質的學生接觸到地板曲棍球，知道這項運動，以從小推廣的方式，向下紮根打好基礎。

【關鍵詞】：地板曲棍球、新興運動、未來發展

通訊作者:梁晏鑫，liangyanxin23@gmail.com，新北市泰山區貴子路9巷二號4樓

分類 2.觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

旅行社拓展大陸人士來台灣觀光健檢之異業結盟研究：以 北部某健檢診所為例

A study on the alliance of travel agencies to expand mainlanders' visit to Taiwan's tourism and health checkup: Taking a health examination clinic in the north as an example

方彥博/銘傳大學觀光事業研究所，副教授

楊白全*/銘傳大學觀光事業研究所，碩士在職專班研究生

摘要

現今觀光產業與醫療產業的結合，可說是觀光產業逐步發展的一種型態。近二十多年來，國際間觀光旅遊行業的發展，使得觀光產業與醫療產業的合作，不再只是病患的機票與旅館安排，加上疾病上治療的醫療模式。而是，逐步轉變為觀光旅遊行程的安排，加上促進健康與美容微整形的醫療模式。

近十餘年來，許多亞洲國家大力推廣醫療產業與觀光產業結合的發展模式，目前推行最具成效如：日本、韓國、泰國、新加坡等國家。各國家都發展具特色的醫療旅遊套裝行程，進而帶動其國內許多醫療產業與觀光產業的就業機會，也有效活絡該國經濟的發展。綜觀國際醫療產業的比較，台灣在醫療技術、醫療品質、醫療價格及醫療服務上有相當優勢，台灣的觀光資源及觀光服務亦具有品質、價格及服務上的優勢。

本研究為旅行社與健檢診所及醫美診所的跨業合作模式研究，並在法律的規定範圍內探討，旅行社業者適合以何種模式與健檢診所及醫美診所合作。且將從觀光旅遊視角，探討旅行社規劃涉及醫療專業領域之健康檢查與美容醫學的健康旅遊行程，所產生的跨行業合作問題。

本論文將探討以旅行社為主導，由旅行社跨行業整合健檢診所與醫美診所的商業模式，來拓展境外人士來台灣觀光旅遊，並安排健康檢查與美容醫學行程，以利台灣觀光產業與醫療產業兩大服務產業的升級與發展。

【關鍵詞】：旅行社、健檢、醫美、策略聯盟

通訊作者：楊白全，08147160@me.mcu.edu.tw，臺北市民生東路一段 25 號 6 樓之 26

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

宗教虔誠度及穆斯林友善環境認知對穆斯林旅客來台旅遊 意願之影響

The influence of Islam Religion loyalty and Perception of Taiwan's Muslim friendly environment on Muslim tourists' willingness to travel to Taiwan

安迪卡、李明蕙、陳氏雲英、楊欣雅/中國文化大學觀光事業學系，學生

楊增華/中國文化大學觀光事業學系，副教授

摘要

全球穆斯林人數達 18 億，是台灣正積極爭取的觀光客源，觀光主管機關除了逐漸同意東南亞國家民眾免簽證赴台灣旅遊外，亦獎勵設置清真認證餐廳，逐步在各重要觀光景點設立穆斯林禮拜室，希望建立穆斯林友善環境，吸引更多穆斯林旅客來台旅遊。本研究探討穆斯林旅客的宗教虔誠度，以及對於台灣的穆斯林友善環境認知，是否會影響穆斯林旅客的來台旅遊意願。研究對於馬來西亞穆斯林發放馬來文網路問卷，共獲得 364 份有效問卷。分析發現，受訪者對於伊斯蘭教大多有高度的宗教虔誠度，然 87.9% 的受訪者對於至台灣旅遊亦表達正面意願，迴歸分析發現，宗教虔誠度之高低，並不會顯著影響受訪者的來台旅遊意願。相對地，對於台灣的穆斯林友善環境認知越佳，受訪者的來台旅遊意願會顯著提高，統計發現，96.7% 的受訪者認為台灣民眾歡迎穆斯林觀光客，90.1% 的受訪者認為台灣有許多符合伊斯蘭規範的美食可供穆斯林選擇，89% 的受訪者認為台灣的重要火車站及巴士站已設有穆斯林禮拜室。研究結果支持，若能建置良好的穆斯林友善環境，滿足穆斯林旅客的宗教需求，穆斯林旅客有很高意願至台灣旅遊；研究建議觀光主管機關與相關業者，應持續致力於改善穆斯林友善環境，以獲得巨大的穆斯林觀光商機。

【關鍵詞】：伊斯蘭觀光、宗教觀光、宗教信仰、祈禱室

通訊作者：楊增華，yzh4@ulive.pccu.edu.tw，台北市士林區華岡路 55 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

解說牌使用者之人口統計特質與閱讀行為—以台北市水管 路步道遊客為例

The Demographic Characteristics and Reading Behavior of Interpretative Sign Users - A Case Study of Visitors of Water Pipe Trail, Taipei

蔡詩妤、葉芯妤、李心瑜、車松葉/中國文化大學觀光事業學系，學生

楊增華/中國文化大學觀光事業學系，副教授

摘要

解說牌設置容易，可全天候 24 小時介紹旅遊地的歷史人文與自然生態，是遊憩區經常見到的一項遊憩設施。然並非所有遊客都願意停下腳步閱讀解說牌，若能比較使用者及未使用者的人口統計特質與行為，分析結果可做為改善解說牌設計之依據。台北市士林區水管路步道為台北市郊一處知名的登山健行景點，台北市政府工務局大地工程處於步道中途設置了較大型的解說牌，內容包含 349 個中文及 305 個英文單字，為步道上唯一一處介紹當地水道系統歷史的解說牌；本研究於解說牌旁設置了隱藏式攝影機，紀錄行經當地 2,385 位遊客的行為，並逐一將經過遊客的性別、大致年齡、同行夥伴，以及閱讀解說牌之時間與行為加以編碼，據以進行分析。研究發現，僅 7.9% 的遊客會閱讀實驗地點的解說牌，閱讀者的平均閱讀時間為 20.89 秒，中位數為 15.03 秒，最大值為 79 秒，最小值僅 3 秒，顯示大多數遊客並未閱讀解說牌，而少數的使用者，其閱讀時間亦不長，部份民眾且可能並未完全閱讀完解說牌上的所有文字訊息即離開，據此，研究建議解說牌上的文字訊息不宜過多，且解說牌的樣式及色彩應避免呆板，以引起遊客的注意及閱讀意願。此外，家人同行者，其閱讀解說牌的比例及閱讀時間均最高，相對地，團體同行、朋友同行、情侶、或一個人至當地的遊客，其閱讀解說牌的比例及時間較低，據此，研究支持解說牌之設計宜符合不同年齡層民眾的需求，用語不宜艱澀或使用太專業的辭彙。研究另發現，1.5% 的遊客會使用手機拍攝解說牌內容；非假日遊客閱讀解說牌的比例較假日遊客高，但閱讀秒數並無顯著差異；女性閱讀解說牌的比率比男性高，但男性閱讀解說牌的時間較女性高。

【**關鍵詞**】：告示牌、訊息內容、牌誌設計、天母古道

通訊作者：楊增華，yzh4@ulive.pccu.edu.tw，台北市士林區華岡路 55 號

分類: 2. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業之經營管理與未來發展

大專院校餐旅實習生實習後之行為意圖研究

Research on the Behavior Intentions of Undergraduate Students after Hospitality Intern

范振德/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，助理教授

林以欣、吳時昕*、溫玉琳/嶺東科技大學觀光與休閒管理系，學生

摘要

本研究瞭解餐旅實習生經過實習後，探討未來就業的行為意圖。學生一旦進入實習場域，最先面臨的是角色轉換問題，在面對新的生活形態，必須先放下做學生的身份，對於工作技能學習、問題處理與反應、同事間相處及與客人的互動，都展現出學校與社會現實生活迥異之處。然而學生在實習結束後，若未能於畢業後銜接餐旅相關行業，對於教育課程之安排，就有很大的挑戰與省思問題；因此本研究意欲探討大專院校學生至職場校外實習後，未來到相同特性之實習場域就業之行為意圖為何，意即其是否想繼續做餐旅相關的行業，想做的原因與不想做的原因為何。本研究以大專院校餐旅實習生為研究對象，透過質性訪談方式，探討餐旅實習生體驗過校外實習後的感受，參與校外實習從中獲得哪些效益與衝擊。研究結果顯示，將餐旅實習生實習後之行為意圖分析為實習衝擊、實習效益、行為意圖、實習建議四個層面，餐旅實習生從校外實習課程中皆能獲得許多學習與收穫，從中也發掘自我潛能，經由校外實習體驗後，瞭解自己的興趣與取向，進而對其未來是否從事餐旅相關行業做為職涯規劃的考量。

【關鍵詞】：餐旅實習生、校外實習、行為意圖、職涯規劃

通訊作者：吳時昕，debbywu1924@gmail.com，台中市南屯區嶺東路1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

大學生健身運動參與動機之探討—以台灣中部大學為例

Exploration of Undergraduates' Motivation in Doing Fitness Sports—with the students in universities of central Taiwan as an example

邱崇恩/臺灣師範大學體育研究所，碩士生

詹俊成/臺灣師範大學體育研究所，副教授

摘要

研究目的：本研究旨在探討健康滿意度、體態滿意度、人際溝通滿意度與大學在校學生健身行為間的關係，了解台灣大學在校生從事健身運動之動機，是否會為了改善身體健康、體態、人際溝通而投入健身運動，保持運動的習慣，給予台灣健身運動產業提出行銷建議。研究方法：針對台灣中部大學，保持運動習慣超過一個月之在校生，作為研究對象，進行問卷調查，問卷的內容設計，將分為個人基本資料、健康滿意度、體態滿意度、人際溝通滿意度四個部分，並進行專家效度的檢定。總計發放 85 份問卷，回收之有效問卷為 79 份，無效問卷為 6 份，有效問卷之回收率為 92.9%。使用 IBM SPSS Statistics 23.0 統計軟體，進行 T-test 檢定，單因子變異數分析(One way ANOVA)分析背景變項對於健康滿意度、體態滿意度、人際溝通滿意度之影響。結果：本研究結果顯示(一)在校生對於健身運動之健康的滿意度最高，其次為人際溝通滿意度，體態滿意度最低。(二)教育程度與體態滿意度有正向關係。(三)購買教練課程意願對人際溝通有正向關係。根據研究結果，本研究對台灣健身產業提出之建議：(一)大學生對於自身體態的滿意度相對較低，在行銷策略上應以改善體態作為首要目標。(二)對大學在校生的行銷方式應以協助對方建立目標、需求為主，避免過多的推銷。

【關鍵詞】：消費動機、運動習慣、健康滿意度、體態滿意度、人際溝通滿意度

通訊作者：邱崇恩，dreamtraveler.c@gmail.com，台北市大安區和平東路一段 162 號

分類：4.觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

潛水與救生課程參與對心流體驗影響之行動研究-以輔仁 大學為例

Action Research on the Influence of Diving and Life- saving Course Participation on Flow Experience-Taking Fu Jen Catholic University as an Example

黃柏芳/輔仁大學運動休閒管理學士學位學程，助理教授

張嘉巖*、顏功偉、莊歲宇、楊淳卉/輔仁大學運動休閒管理學士學位學程，大學生

摘要

本研究旨在探討輔仁大學潛水課程教學狀況、課程規劃及學生心流體驗學習成效之影響研究。台灣潛水人口逐年成長，亦逐漸成為國人日益重視的海域休閒活動之一，想要進行重裝水肺潛水活動就必須進行相關的訓練課程，而參與的學生的心流體驗決定課程的學習效率，此為互為因果的關係。以輔仁大學 109 學年度學期潛水課程並參與期末海洋實習學生為研究對象，觀察十六週的潛水與救生課程教學，訪談學生在潛水課時的學習歷程與心流體驗之的影響，並以教練訪談、教學行動研究、問卷調查相關資料進行分析。從研究結果發現，目前輔仁大學潛水課程，每年約收 300 人，分上學期 1 個班下學期 3 個班，每堂課程都是相連貫的動作與技巧，所以學生在潛水課程的缺席率相當低，明顯看得出學生積極學習的態度，有意願參加海洋實習的學生也高達 90%。同時，本研究共歷經十六堂課程，課堂中學生比容易遇到的障礙主要為重裝水肺潛水動作、水中脫著裝備、中性浮力，其中學習較困難之學生都能透過反覆訓練達到課程進度。再者，透過心流體驗與課程影響之問卷調查中，學生看完教練的動作示範後，發現以自己能力無法做到教練要求時，會產生焦慮的情緒，反之如果覺得教練所教導的技術太簡單，做了幾次之後就會開始不想做。當教練今天所教導的是比較高難度的技術，然後學生挑戰成功了便會產生成就感，也發現在潛水過程大部分人都喪失時間流逝感。從以上的研究結果，本研究提出以下建議，根據課程觀察發現本課程學生過多，導致教練、助教人手不夠，無法提供給學生充分的指導，同時教學泳池教學泳池使用空間不足限縮練習時間，學生無法充分練習，建議未來多開設課程，以使每班人數減少，讓學生可以有充裕的空間練習，亦能提升潛水與救生課程教學的學習效果，可以作為教師教學潛水與救生課程之參考。

【**關鍵詞**】：水肺潛水、休閒潛水、行動研究、心流體驗

通訊作者：張嘉巖，tommy10.chang12@msa.hinet.net，桃園市桃園區大有里 10 鄰民富十三街 52 號 9 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

探討觀光茶廠與製茶體驗學習

Explore the experience teaching of sightseeing tea factory and tea making

龍珮玲／元培醫事科技大學茶陶文創碩士學程，研究生

摘要

研究者從事茶藝教學多年，觀察茶藝學習者（習茶者）面對茶製作工序相關理論知識與實務難以連結而陷局促，如何加深其對茶知識的轉化及吸收進而靈活運用，是所有茶藝教學者致力追求之處。

融合教室內茶藝教學及與茶產區觀光茶廠合作製茶體驗，培養學習者兼具茶學知識、泡茶技能及美學素養，進行教學研究。本研究中作者即為茶藝教學者，在歷時六年實踐研究中，透過與茶產區之茶農合作，進行該茶區之歷史景點、茶園及製茶流程相關之教學行程，於育教娛樂中達成習茶者對於製茶工序及茶相關知識之學習。本研究目的為，開啟茶藝教學新模式的可能性；促進習茶者對茶相關知識的吸收；提升茶農業務範疇；本研究獲致之結論為：透過本研究，可驗證教室教學輔以製茶體驗模式，能有效促使習茶者在茶相關理論知識與實務間的連結，進而靈活運用，亦促進茶農推廣茶品及增加業務範疇，對教學者及茶農是相輔相成，相得益彰的。

【關鍵詞】：茶藝；行動研究；體驗式學習

通訊作者：龍珮玲，苗栗市竹南鎮崎頂里仁愛路 2201 巷 1 弄 13 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

旅遊動機、國家印象對來台旅遊意願之影響-以港澳、泰國旅客為例

The impact of tourist motivation and country image on visit intention: The case of Hong Kong, Macau and Thailand tourists

劉士豪/銘傳大學觀光事業學系，助理教授

陳靜渝、陳錦霖、邱樟喬、李詠詩/銘傳大學觀光事業學系，學生

摘要

我國於 2016 推行之新南向政策使得東南亞國家來台人次大幅提升。特別地，近年來香港與泰國旅客來台人數均顯著成長。故本研究欲探討港澳及泰國旅客來台之旅遊動機與對台之國家印象是否與其來台之旅遊意願有關。此外，本研究企圖探索在不同國籍之文化差異下，旅客之旅遊動機以及對台灣的國家印象對於其旅遊意圖的影響。本研究以港澳與泰國旅客為研究對象，共收集了 361 份有效問卷，並利用 SPSS 進行資料分析，並利用迴歸分析與獨立樣本 t 檢定進行假說檢定。研究發現指出對港澳旅客而言，拉力動機構、人民特徵與人民能力與其旅遊意願具顯著正相關。相對地，對泰國旅客而言，推力動機與國家特徵對其來台旅遊意願有正相關。此外，港澳旅客對於之來台旅遊動機、對台國家印象以及來台旅遊意願均顯著高於泰國旅客。本研究將根據研究發現之結果為未來研究提供參考依據，並提供政府推行國際觀光行銷與推廣台灣旅遊之建議。

【關鍵詞】：旅遊動機、國家印象、旅遊意願、消費者決策模式、理性行為理論

通訊作者：陳靜渝，shihhao@mail.mcu.edu.tw，桃園市龜山區大同里德明路 5 號

分類: 4. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業行銷管理相關議題

原鄉文化的對話：探索阿里山部落觀光的體驗場景

Dialogue on Native Culture: Exploring the Tourism

Experiencescape of Alishan Tribal

曹勝雄/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，終身特聘教授

陳玉鳳/國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，碩士生

摘要

部落觀光產業，是原住民族產業發展很重要的一環，尤其近年來台灣原住民族在傳統文化上的認同與發揚，使得各部落開始以其文化及地方特色發展觀光事業。阿里山具有豐富的自然人文美景及優勢，擁有世界上獨一無二的生態、自然、人文等多樣特色的觀光資源，而位居阿里山地區的鄒族九大部落更是具備觀光旅遊的獨特性，該地區所擁有的自然環境，被視作最具發展潛力的觀光資本。

過去未有研究針對部落觀光進行體驗場景之研究，故本研究依據 Pizam and Tasci(2019)所提出體驗場景之六大構面，包含感官、功能、社會、自然、文化及好客文化等構面，作為部落體驗場景的分析基礎。針對遊客、管理單位、部落人士等不同權益關係人，深度訪談 15 名參與者，再透過內容分析法進行資料分析，探討阿里山部落觀光的體驗場景。

本研究是以質性研究方式，將訪談資料歸納萃取主類目共有 13 項，21 個次類目及 313 個分析單位。感官組成包含五感及氛圍因素，功能組成包含環境布置及建築設計，社會組成含情境融合及社交互動，自然組成包含自然景致及自然生態，文化組成包含文化傳承、文化象徵及文化信仰，好客文化組成包含友善及分享，研究結果期能提供相關單位及在地部落日後對於阿里山部落觀光未來規劃及發展之參考。

【關鍵詞】：體驗場景、阿里山、原住民、部落觀光

通訊作者：陳玉鳳，a0910837005@gmail.com，602 嘉義縣番路鄉觸口村車埕 51 號

分類: 3. 觀光、休閒遊憩與餐旅產業服務品質相關議題