

2024 第二十六屆 The 26 th

休閒、遊憩、觀光 學術研討會暨國際論壇

Leisure, Recreation, and Tourism Research Symposium and International Forum

研討會
主題

國際視野與在地實踐之觀光休閒研究
創新科技與永續發展

Integrating global insights and local practices on tourism and
leisure research- Innovative Technology and Sustainability

論文摘要集



目錄

序	5
學術研討會議程.....	6
口頭發表.....	17
A1-1 消費者為何抵抗採用服務機器人—以績效期望為干擾因子.....	18
A1-2 觀光景點數位地圖使用者經驗研究.....	19
A1-3 旅遊網站使用行為分析之探討.....	20
A2-1 探討環境中植栽受到偏好之影響因子.....	21
A2-2 深度學習於行李 X 光檢測之危險物件辨識的應用.....	22
A2-3 Designing an Effective Mobile Augmented Reality Game for Sports Promotion.....	23
A3-1 虛擬演唱會之心理健康效益探究.....	24
A3-2 虛擬實境與體感遊戲對長照機構應用現況分析：以埔里基督教醫院為例.....	25
A3-3 Study of the Relationship among Brand Image, Perceived Value and Brand Loyalty: Taking Electric Scooter Sharing as an Example	26
B1-1 獵奇抑或尋真:台灣創意市集消費研究.....	27
B1-2 餐旅業社群媒體活動之社會認同對於顧客滿意前因後果之實證研究.....	28
B1-3 以 SWOT 方法探討旅遊地圖對於商家的影響—以中興新村某冰店為例.....	29
B2-1 文化消費還是餐飲消費？從文化互動論檢視台灣下午茶的魅力形成.....	30
B2-2 台灣黑暗觀光研究回顧與分析.....	31
B2-3 價格促銷對知覺價值與重遊意願的影響—以台北市兒童新樂園為例.....	32
B2-4 The Impact of Destination Attributes, Memorable Tourism Experiences, and Travel Barriers on Word-of-Mouth Intentions: A Study of Indonesian Travelers to Taiwan.....	33
B3-1 餐廳員工安靜離職與過失行為：工作冷漠的中介角色.....	34
B3-2 探索餐旅業員工安靜離職.....	35
B3-3 餐廳職場無禮與員工工作冷漠：員工脆弱性之中介角色.....	36
B3-4 南投縣農村再生社區資源分配之探討.....	37
C1-1 自行車路線推廣行銷策略—以參山國家風景區為例.....	38

C1-2 雲林縣城鄉風貌之行政與政策設計的景觀專業社會實踐.....	39
C1-3 臺灣好行公車政策分析：以南投客運日月潭線為例.....	40
C1-4 從 PZB 模式探討服務品質對再使用意願之影響：以臺北市公園籃球場為例.....	41
C2-1 探討裝置藝術對地方意象、文化認同及地方依附之影響—以虎尾圓環素還真為例.....	42
C2-2 節慶景觀意象與觀光目的地意象關係之研究.....	43
C2-3 圖書館環境氛圍、場所依戀與重遊意願之關係.....	44
C3-1 探索觀光資源獨特性、旅客記憶與口碑推薦之關係研究：以自然取向旅遊為例.....	45
C3-2 探討原住民經營露營區與永續發展策略之關鍵因素.....	46
C3-3 消費者選擇綠色旅館之影響因素與業者營運挑戰.....	47
C3-4 組織學習觀點探討促進觀光業市場知識之研究.....	48
C4-1 芳苑鄉生態旅遊與體驗經濟的融合：海牛、鐵牛遊程與海空步道的比較分析.....	49
C4-2 張家界國家森林公園影響情感體驗之關鍵因素—結合文本析與 DEMATEL.....	50
C4-3 文化藝術在地方性建構與發展之共創模式—以埔里森林逐燈祭為例.....	51
C5-1 臺南市灣裡地區休閒資源評價模式建構與實證.....	52
C5-2 從許謀老古厝出發再造後寮新榮景.....	53
C5-3 建構美好心景：公共藝術與地方創生的永續實踐.....	54
D1-1 線上台語遊戲介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響.....	55
D1-2 大學校園規劃對大學生心理健康之影響.....	56
D1-3 臺灣大專學生行為介入對於可食用昆蟲接受度影響.....	57
D2-1 Resident's Attitude toward Social Impacts of Festival: Differences between Online and On-site Survey Methods.....	58
D2-2 檢驗感知危險於不同事件類型之概念架構.....	59
D2-3 帳篷之空間陳設與使用行為—以 KAZMI 品牌帳篷為例.....	60
D3-1 How Tourism, Leisure and Hospitality Industries Follow Environmental, Social, and Governance (ESG) Principles to Achieve Sustainable Operations.....	61
D3-2 不同遊憩場域遊客負責任環境行為模式之研究.....	62

D3-3 部落旅遊遊客之旅遊體驗與生活品質關係之研究.....	63
D4-1 疫情後國旅消費行為的改變—在民宿產業.....	64
D4-2 合作學習教學法對於高齡者體適能之成效.....	65
D4-3 公園動物對可愛感、狀態焦慮及景觀偏好之影響.....	66
D5-1 不同沉浸式景觀體驗對於社區年長者的健康效益：明志市民活動中心醫事 C 巷 弄長照站.....	67
D5-2 匹克球介入羽毛球運動熱身效果之效益分析.....	68
D5-3 休閒者的時間觀與心理機制：一個概念架構的發展.....	69
D6-1 冒險遊憩活動生心理效益之探討-以飛行傘為例.....	70
D6-2 掃碼點餐系統的知覺風險、餐廳服務品質與顧客滿意度之研究：科技準備度的 調節作用.....	71
D6-3 休閒遊憩活動對視障者心理健康的促進作用—心靈成長課程的影響與成效評估	72
傑出論文發表.....	73
E1-1 瞭解夜間景觀照明對可及性和眺匿感知的影響.....	74
E1-2 旅遊 YT 網紅的吸引力與好感度對消費者之產品認同的影響—以從眾行為與消 費者涉入作為干擾.....	75
E1-3 文化創意市集體驗行銷對顧客心理所有權與消費價值之影響.....	76
E1-4 元宇宙如何影響文化襲產地之參觀意願？以越南會安古城為例.....	77
E2-1 街道招牌構成與年齡對視認性之影響.....	78
E2-2 探討靈性領導、威權領導對飯店員工的組織公民行為、工作退縮之影響：兼論 工作安全、工作壓力之調節效果.....	79
E2-3 探討寵物依戀與擬人化對寵物友善餐廳消費意圖影響之研究.....	80
E3-1 公園綠環境與休閒活動關係之探討.....	81
E3-2 探索「自由行遊客」對「旅遊設計師客製化旅遊產品滿意度」及其對「重複購 買意願」影響效果之研究.....	82
E3-3 追求浪漫還是幸福？台灣異國情侶度假動機之研究.....	83

海報發表.....	84
P1 線上健身課程選擇行為性別、年齡與運動目標對購買意願的影響.....	85
P2 日韓旅客來臺旅遊動機之探討.....	86
P3 桃竹苗秘境旅遊之遊程設計探討.....	87
P4 後疫情時代的文化觀光模式—以新北市立淡水古蹟博物館為例.....	88
P5 運用 IPA 模式分析地方觀光產業發展成效-以草嶺石壁森林療育基地為例.....	89
P6 從「古蹟文化的轉譯」提升文化觀光之內涵—以淡水古蹟博物館為例.....	90
P7 生態城市觀點下的永續營建.....	91
P8 探討參與帆船活動大眾知覺風險與休閒阻礙關鍵因素之研究.....	92
P9 全服務餐廳幸福感來源因素與顧客滿意度關係之研究.....	93
P10 海岸旅遊目的地氣候變遷文字與照片對遊客氣候變遷影響程度的認知.....	94
P11 健康養生休閒農場之審核工具與地方觀光之研究.....	95
P12 日治時期公園道路規劃設計及後續發展之考察研究-以臺南市為例.....	96
P13 受脅植物保育的個案實踐：自然農法田間智慧的轉化與推廣.....	97
P14 臺灣永續咖啡莊園認證指標之建構.....	98
P15 農業旅遊動機對知覺復癒的影響—兼論人格特質的調節作用.....	99
P16 高雄市三民區剩食現象的分析與探討.....	100
P17 無麩質飲食的發展與健康價值之研究.....	101
P18 咖啡休閒產業在鄉村旅遊規劃之研究：以廣東省小湘鎮月光流域咖啡莊園為例.....	102
P19 國家公園及風景區的生態保護與遊憩利用的平衡研究：以臺灣玉山國家公園為例.....	103
P20 登山者裝備選用及行前準備自覺調查-以合歡北峰為例.....	104
P21 網美餐廳環境氛圍、服務品質、情緒體驗、幸福感及顧客滿意度之探討—以台南地區早午餐為主.....	105
P22 後疫情時代永續觀光與景觀規劃整合研究—以阿里山國家風景區為例.....	106
P23 探討森林健行者的休閒動機轉變與休閒效益關係.....	107

序

中華民國戶外遊憩學會自 1988 年創立以來迄今已邁入第 37 年，成立後本會便積極投入休閒、遊憩、觀光領域之學術推廣工作。長久以來在歷屆理監事、會員的努力下藉由舉辦學術研討會暨國際論壇，與國內外各界進行學術對話。不僅提升了休閒、遊憩、觀光領域之學術研究水平，亦帶動了本土休閒遊憩與觀光研究的國際化。本學會舉辦學術研討會暨國際論壇，至今已邁入第 26 屆，往年都是休閒、遊憩與觀光相關領域產官學界的盛事。期望此次學術研討會暨國際論壇與會者的研究成果，能讓與會的朋友們在研究方向、實務運用等方面都有所收穫。

COVID-19 的疫情打亂了很多國際交流的工作，也包括學術研討會的舉辦。猶記得 2021 年由暨南國際大學舉辦時，當時因為疫情所以轉為全面線上舉辦。今年「2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇」再由國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系主辦意義特別重大，因為代表著新階段的開始。本次學術研討會的主題為「國際視野與在地實踐之觀光休閒研究-創新科技與永續發展」。論文發表的主題涉及觀光休閒創新科技應用、觀光旅遊產業發展趨勢、永續觀光與景觀規劃以及如何因應全球化課題等相關議題。感謝各界熱烈的參與及踴躍支持投稿。論文經 8 位評審委員採匿名方式審稿，最後共接受 88 篇論文。包括口頭發表 55 篇、海報展示發表 23 篇及 10 篇參與傑出會議論文獎場次發表。從本屆投稿數量及與會人員之組成，足見本學會舉辦之研討會已茁壯發展並受到各界的肯定。

本次國際論壇特別邀請了 Dr. Anna María Pálsdóttir、Dr. Bob McKercher 以及 Dr. Cathy Hsu 三位國際知名學者蒞臨演講，並進行國際學術交流。期望此次國際論壇與研討會能提供與會學者廣泛國際及國內學術交流的機會，且促進更多面向之討論與腦力激盪，為國內休閒、遊憩、觀光領域注入新的研究發想與學術合作的契機。

最後要感謝國立暨南國際大學及觀光休閒與餐旅管理學系全體師生的鼎力相助；以及國家科學及技術委員會、教育部及交通部觀光署在經費上的補助；同時也感謝所有戶外遊憩學會理監事及工作人員的辛勞付出。最重要的是各界對於本會的關注與支持！最後感謝所有與會者，您的參與讓此次研討會及國際論壇更加豐富，同時也為臺灣的休閒、遊憩、觀光領域添加新的色彩與氣息。感謝！

中華民國戶外遊憩學會 理事長



謹誌

2024 年 9 月埔里

2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇

學術研討會議程

☞ 日期：2024 年 9 月 28 日 (星期六)

☞ 時間：10:00~17:00

☞ 地點：國立暨南國際大學管理學院

時間	活動內容	地點
09:30-10:00	報到、資料領取	管理學院中庭
海報論文發表 10:00-10:30	P 場次論文發表 (主持人：曾喜鵬 副教授)	管理學院中庭
論文發表一 10:30-12:00	A1 場次論文發表 (主持人：黃裕智 教授) (評論人：張伯茹 副教授) A2 場次論文發表 (主持人：林士彥 教授) (評論人：李美芬 副教授) A3 場次論文發表 (主持人：林宗賢 教授) (評論人：丁冰和 教授) B1 場次論文發表 (主持人：黃章展 副教授) (評論人：柯嘉鈞 助理教授) B2 場次論文發表 (主持人：吳忠宏 教授) (評論人：黃文雄 副教授) B3 場次論文發表 (主持人：王正平 教授) (評論人：吳淑玲 副教授) E1 傑出論文發表 (評審兼主持人：陳惠美 教授) (評審：顏昌華 教授) (評審：江彥政 教授)	A1 - 管理學院 R260 A2 - 管理學院 R241 A3 - 管理學院 R228 B1 - 管理學院 R226 B2 - 管理學院 R329 B3 - 管理學院 R331 E1 - 管理學院 R371
12:00-13:00	午餐時間	管理學院 R331
論文發表二 13:00-14:30	C1 場次論文發表 (主持人：鄭佳昆 副教授) (評論人：沈立 助理教授) C2 場次論文發表 (主持人：湯幸芬 副教授) (評論人：張嵐蘭 助理教授) C3 場次論文發表 (主持人：曾慈慧 教授) (評論人：林擎天 副教授) C4 場次論文發表 (主持人：林寶秀 教授) (評論人：蘇愛嬪 助理教授)	C1 - 管理學院 R260 C2 - 管理學院 R241 C3 - 管理學院 R228 C4 - 管理學院 R226 C5 - 管理學院 R329 E2 - 管理學院 R371

時間	活動內容	地點
	C5 場次論文發表（主持人：黃玉琴 副教授） （評論人：王伯宇 副教授） E2 傑出論文發表（評審兼主持人：陳惠美 教授） （評審：顏昌華 教授） （評審：江彥政 教授）	
14:30-15:00	茶敘	管理學院中庭
論文發表三 15:00-16:30	D1 場次論文發表（主持人：顏宏旭 副教授） （評論人：王宗彥 副教授） D2 場次論文發表（主持人：王志宏 教授） （評論人：王月鶯 副教授） D3 場次論文發表（主持人：岑淑筱 教授） （評論人：黃鐘慶 副教授） D4 場次論文發表（主持人：陳冠仰 副教授） （評論人：蔡宗伯 副教授） D5 場次論文發表（主持人：龐鳳嫻 副教授） （評論人：賴盈孝 助理教授） D6 場次論文發表（主持人：陳錚中 副教授） （評論人：葉明亮 副教授） E3 傑出論文發表（評審兼主持人：陳惠美 教授） （評審：顏昌華 教授） （評審：江彥政 教授）	D1 - 管理學院 R260 D2 - 管理學院 R241 D3 - 管理學院 R228 D4 - 管理學院 R226 D5 - 管理學院 R329 D6 - 管理學院 R331 E3 - 管理學院 R371
閉幕頒獎 16:30-17:00	主持人：中華民國戶外遊憩學會 郭彰仁 理事長	管理學院 R268
17:00-	歸賦	

2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇
學術研討會議程

A

主題：觀光休閒創新科技應用

發表規則：論文發表每篇 12 分鐘，綜合討論 20 分鐘

場次：A1 | 地點：管理學院 R260
主持人：黃裕智 教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系
評論人：張伯茹 副教授 臺灣大學園藝暨景觀學系

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 10:30- 12:00	A1-1	消費者為何抵抗採用服務機器人 - 以績效期望為干擾因子	張淑婷、鄧秀玉、顏卉萱
	A1-2	觀光景點數位地圖使用者經驗研究	曹 瑋、張晏榕
	A1-3	旅遊網站使用行為分析之探討	蔡玉庭、顏宏旭
	綜合討論		

場次：A2 | 地點：管理學院 R241
主持人：林士彥 教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系
評論人：李美芬 副教授 國立勤益科技大學景觀系

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 10:30- 12:00	A2-1	探討環境中植栽受到偏好之影響因子	謝欣宜、鄭佳昆
	A2-2	深度學習於行李 X 光檢測之危險物件辨識的應用	張震琳、簡相明
	A2-3	Designing an Effective Mobile Augmented Reality Game for Sports Promotion	Tsungpo Tsai, HengLai
	綜合討論		

場次：A3 | 地點：管理學院 R228
主持人：林宗賢 教授 國立虎尾科技大學休閒遊憩系
評論人：丁冰和 教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 10:30- 12:00	A3-1	虛擬演唱會之心理健康效益探究	林德美、李曉昀
	A3-2	虛擬實境與體感遊戲對長照機構應用現況分析：以埔里基督教醫院為例	溫雅婷、曾永平
	A3-3	Study of the Relationship among Brand Image, Perceived Value and Brand Loyalty: Taking Electric Scooter Sharing as an Example	Ching-I Chen, An-Chi Hsu, Ching-Fang Chang
	綜合討論		

B

主題：觀光旅遊產業發展趨勢

發表規則：論文發表每篇 12 分鐘，綜合討論 20 分鐘

場次：B1 | 地點：管理學院 R226

主持人：黃章展 副教授 東海大學景觀學系

評論人：柯嘉鈞 助理教授 國立高雄餐旅大學休閒暨遊憩管理系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 10:30- 12:00	B1-1	獵奇抑或尋真:台灣創意市集消費研究	吳淑玲、林昱安、洪甄婷
	B1-2	餐旅業社群媒體活動之社會認同對於顧客滿意前因後果之實證研究	葉俊廷
	B1-3	以 SWOT 方法探討旅遊地圖對於商家的影響-以中興新村某冰店為例	洪千惠、洪嘉謙、邱筱雅、王培馨
	綜合討論		

場次：B2 | 地點：管理學院 R329

主持人：吳忠宏 教授 國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程

評論人：黃文雄 副教授 嶺東科技大學觀光與休閒管理系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 10:30- 12:00	B2-1	文化消費還是餐飲消費?從文化互動論檢視台灣下午茶的魅力形成	吳淑玲、華淑貞
	B2-2	台灣黑暗觀光研究回顧與分析	林擎天、林建佑
	B2-3	價格促銷對知覺價值與重遊意願的影響- 以台北市兒童新樂園為例	張嵐蘭、高立學、許君玲、陳筠珮
	B2-4	The Impact of Destination Attributes, Memorable Tourism Experiences, and Travel Barriers on Word-of-Mouth Intentions: A Study of Indonesian Travelers to Taiwan	Ying-Chan Liu, Carissa Marwies, Angelica Susanto
綜合討論			

場次：B3 | 地點：管理學院 R331

主持人：王正平 教授 世新大學觀光學系

評論人：吳淑玲 副教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 10:30- 12:00	B3-1	餐廳員工安靜離職與過失行為:工作冷漠的中介角色	顏昌華、蔡政憲、洪佳雯
	B3-2	探索餐旅業員工安靜離職	顏昌華、蔡政憲、林意勳
	B3-3	餐廳職場無禮與員工工作冷漠:員工脆弱性之中介角色	顏昌華、蔡政憲、吳淑卿
	B3-4	南投縣農村再生社區資源分配之探討	曾永平、蘇柏嘉
	綜合討論		

C

主題：永續觀光與景觀規劃議題

發表規則：論文發表每篇 12 分鐘，綜合討論 20 分鐘

場次：C1 | 地點：管理學院 R260

主持人：鄭佳昆 副教授 國立臺灣大學園藝暨景觀學系

評論人：沈立 助理教授 國立臺北教育大學社會與區域發展學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 13:00- 14:30	C1-1	自行車路線推廣行銷策略-以參山國家風景區為例	張耕碩、張舜淵、陳威勳
	C1-2	雲林縣城鄉風貌之行政與政策設計的景觀專業社會實踐	侯錦雄、程日君
	C1-3	臺灣好行公車政策分析：以南投客運日月潭線為例	陳建良、劉盈嬋、陳煜峯
	C1-4	從 PZB 模式探討服務品質對再使用意願之影響:以臺北市公園籃球場為例	李孟珊
	綜合討論		

場次：C2 | 地點：管理學院 R241

主持人：湯幸芬 副教授 國立臺北護理健康大學休閒產業與健康促進系

評論人：張嵐蘭 助理教授 亞洲大學經營管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 13:00- 14:30	C2-1	探討裝置藝術對地方意象、文化認同及地方依附之影響-以虎尾圓環素還真為例	郭彰仁、許亦萱、蔡芮菁、陳亮言
	C2-2	節慶景觀意象與觀光目的地意象關係之研究	顏玉真、王正平、陳家瑜
	C2-3	圖書館環境氛圍、場所依戀與重遊意願之關係	王志宏、楊佩儒
	綜合討論		

場次：C3 | 地點：管理學院 R228
 主持人：曾慈慧 教授 國立清華大學環境與文化資源系
 評論人：林擎天 副教授 大葉大學休閒事業管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 13:00- 14:30	C3-1	探索觀光資源獨特性、旅客記憶與口碑推薦之關係研究：以自然取向旅遊為例	黃鐘慶、岑淑筱
	C3-2	探討原住民經營露營區與永續發展策略之關鍵因素	張賢盛、鍾怡純
	C3-3	消費者選擇綠色旅館之影響因素與業者營運挑戰	廖云瑄、林寶秀
	C3-4	組織學習觀點探討促進觀光業市場知識之研究	陳冠仰
綜合討論			

場次：C4 | 地點：管理學院 R226
 主持人：林寶秀 教授 國立臺灣大學園藝暨景觀學系
 評論人：蘇愛嬪 助理教授 國立臺北教育大學社會與區域發展學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 13:00- 14:30	C4-1	芳苑鄉生態旅遊與體驗經濟的融合：海牛、鐵牛遊程與海空步道的比較分析	蔡宗成、李素馨
	C4-2	張家界國家森林公園影響情感體驗之關鍵因素-結合文本析與 DEMATEL	江明翰
	C4-3	文化藝術在地方性建構與發展之共創模式--以埔里森林逐燈祭為例	董豐菱、吳淑玲
綜合討論			

場次：C5 | 地點：管理學院 R329
 主持人：黃玉琴 副教授 國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程
 評論人：王伯宇 副教授 國立臺灣體育運動大學休閒運動學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 13:00- 14:30	C5-1	臺南市灣裡地區休閒資源評價模式建構與實證	黃宗誠、向婉蕎、許桂樹
	C5-2	從許謀老古厝出發再造後寮新榮景	陳啟雄、葉永和、王明輝
	C5-3	建構美好心景：公共藝術與地方創生的永續實踐	趙庭蔚、陳意玲
綜合討論			

D

主題：因應全球化課題的準備

發表規則：論文發表每篇 12 分鐘，綜合討論 20 分鐘

場次：D1 | 地點：管理學院 R260
 主持人：顏宏旭 副教授 國立虎尾科技大學休閒遊憩系
 評論人：王宗彥 副教授 嶺東科技大學觀光與休閒管理系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D1-1	線上台語遊戲介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響	涂宏明
	D1-2	大學校園規劃對大學生生心理健康之影響	蘇愛嬪、張伯茹
	D1-3	臺灣大專學生行為介入對於可食用昆蟲接受度影響	譚可婕、趙芝良
	綜合討論		

場次：D2 | 地點：管理學院 R241
 主持人：王志宏 教授 國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程
 評論人：王月鶯 副教授 亞洲大學經營管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D2-1	Resident's Attitude toward Social Impacts of Festival: Differences between Online and On-site Survey Methods	Le Phuong Anh, Lai-Hsin Lai
	D2-2	檢驗感知危險於不同事件類型之概念架構	郭怡君、鄭佳昆、 沈立
	D2-3	帳篷之空間陳設與使用行為 -以 KAZMI 品牌帳篷為例	黃慶輝、林映嘉
	綜合討論		

場次：D3 | 地點：管理學院 R228
 主持人：岑淑筱 教授 靜宜大學觀光事業學系
 評論人：黃鐘慶 副教授 靜宜大學觀光事業學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D3-1	How Tourism, Leisure and Hospitality Industries Follow Environmental, Social, and Governance (ESG) Principles to Achieve Sustainable Operations	Kuo-Hung Chang , Shang-Yung Yen, Wen- Chieh Chuang
	D3-2	不同遊憩場域遊客負責任環境行為模式之研究	曾筠涵、黃文雄、 謝奇明、吳忠宏
	D3-3	部落旅遊遊客之旅遊體驗與生活品質關係之研究	陳怡伶、張嵐蘭
	綜合討論		

場次：D4 | 地點：管理學院 R226
 主持人：陳冠仰 副教授 國立臺北護理健康大學休閒產業與健康促進系
 評論人：蔡宗伯 副教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D4-1	疫情後國旅消費行為的改變－在民宿產業	江庭羽
	D4-2	合作學習教學法對於高齡者體適能之成效	林欣慈、何信弘
	D4-3	公園動物對可愛感、狀態焦慮及景觀偏好之影響	袁佩娟、張伯茹、蘇愛嬪
	綜合討論		

場次：D5 | 地點：管理學院 R329
 主持人：龐鳳嫻 副教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系
 評論人：賴盈孝 助理教授 朝陽科技大學休閒事業管理系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D5-1	不同沈浸式景觀體驗對於社區年長者的健康效益：明志市民活動中心醫事 C 巷弄長照站	張哲誠、謝宗恒、楊鈞聿、邱雅雯、楊明青、劉宏輝
	D5-2	匹克球介入羽毛球運動熱身效果之效益分析	鍾禹賢、陳億成
	D5-3	休閒者的時間觀與心理機制：一個概念架構的發展	曹勝雄、顏卉萱
	綜合討論		

場次：D6 | 地點：管理學院 R331
 主持人：陳錚中 副教授 東海大學餐旅管理學系
 評論人：葉明亮 副教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 15:00- 16:30	D6-1	冒險遊憩活動生心理效益之探討-以飛行傘為例	施乃豪、黃裕智
	D6-2	QR Code 掃碼點餐系統的知覺風險、餐廳服務品質與顧客滿意度之研究：科技準備度的調節作用	周佳璇、李昀宸、施權峰
	D6-3	休閒遊憩活動對視障者心理健康的促進作用--心靈成長課程的影響與成效評估	楊嘉琪、高立學、朱霞
	綜合討論		

E	主 題：傑出論文甄選
	發表規則：論文發表每篇 15 分鐘，綜合討論 20 分鐘
	地 點：管理學院 R371
	評審兼主持人：陳惠美 教授 國立臺灣大學園藝暨景觀學系
	評 審：顏昌華 教授 國立臺中科技大學休閒事業經營系
評 審：江彥政 教授 國立嘉義大學景觀學系	

場次：E1

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 10:30- 12:00	E1-1	瞭解夜間景觀照明對可及性和眺匿感知的影響	陳嘉妤、林建堯、鄭佳昆
	E1-2	旅遊 YT 網紅的吸引力與好感度對消費者之產品認同的影響-以從眾行為與消費者涉入作為干擾	紀鏞羽、岑淑筱
	E1-3	文化創意市集體驗行銷對顧客心理所有權與消費價值之影響	蘇鈺芸、吳濟民、陳仕豪、邵雨暄
	E1-4	元宇宙如何影響文化襲產地之參觀意願?以越南會安古城為例	戴有德、蘇丰草、吳紹全
綜合討論			

場次：E2

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 13:00- 14:30	E2-1	街道招牌構成與年齡對視認性之影響	蔡雅竹、康爾云、沈立蘇愛嬪
	E2-2	探討靈性領導、威權領導對飯店員工的組織公民行為、工作退縮之影響: 兼論工作安全、工作壓力之調節效果	戴有德、陳淵秋、張碩展
	E2-3	探討寵物依戀與擬人化對寵物友善餐廳消費意圖影響之研究	張美淑、陳裕玲、戴有德
綜合討論			

場次：E3

時間	編號	論文題目	作者
9 月 28 日 (星期六) 15:00- 16:30	E3-1	公園綠環境與休閒活動關係之探討	廖奕丞、宋佩芸、鄧莉潔、蘇愛嬪、沈立
	E3-2	探索「自由行遊客」對「旅遊設計師客製化旅遊產品滿意度」及其對「重複購買意願」影響效果之研究	黃冠中
	E3-3	追求浪漫還是幸福? 台灣異國情侶度假動機之研究	戴有德、趙寶寶、鍾火生
綜合討論			

P**主 題：海報發表****發表規則：10:00 前完成海報張貼，10:00-10:30 至海報旁等待審查****地 點：管理學院中庭**

主持人：曾喜鵬 副教授 國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 10:00- 10:30	P1	線上健身課程選擇行為為性別、年齡與運動目標對購買意願的影響	羅一舜
	P2	日韓旅客來臺旅遊動機之探討	林芳珍、劉瑩芳
	P3	桃竹苗秘境旅遊之遊程設計探討	劉瑩芳、林芳珍
	P4	後疫情時代的文化觀光模式－以新北市立淡水古蹟博物館為例	盧語晨
	P5	運用 IPA 模式分析地方觀光產業發展成效-以草嶺石壁森林療育基地為例	郭彰仁、曹清芝、 王秀云、林鶴璋
	P6	從「古蹟文化的轉譯」提升文化觀光之內涵－以淡水古蹟博物館為例	廖康吾
	P7	生態城市觀點下的永續營建	鍾采軒
	P8	探討參與帆船活動大眾知覺風險與休閒阻礙關鍵因素之研究	湯運福、陳郁芸、楊泰嶽
	P9	全服務餐廳幸福感來源因素與顧客滿意度關係之研究	駱佩君、駱香妃
	P10	海岸旅遊目的地氣候變遷文字與照片對遊客氣候變遷影響程度的認知	林宗賢、王維靖
	P11	健康養生休閒農場之審核工具與地方觀光之研究	紀知怡、曾慈慧
	P12	日治時期公園道路規劃設計及後續發展之考察研究-以臺南市為例	陳滋妤、陳湘琴、林鳳梅
	P13	受脅植物保育的個案實踐：自然農法田間智慧的轉化與推廣	于 忻
	P14	臺灣永續咖啡莊園認證指標之建構	陳裕玲、鄭健雄
	P15	農業旅遊動機對知覺復癒的影響-兼論人格特質的調節作用	謝旺軒、湯幸芬
	P16	高雄市三民區剩食現象的分析與探討	柯琺瑯、翁家瑞
	P17	無麩質飲食的發展與健康價值之研究	趙馨鈺、翁家瑞
	P18	咖啡休閒產業在鄉村旅遊規劃之研究：以廣東省小湘鎮月光流域咖啡莊園為例	許光廷、鄒旺錦、陳波

時間	編號	論文題目	作者
9月28日 (星期六) 10:00-10:30	P19	國家公園及風景區的生態保護與遊憩利用的平衡研究：以臺灣玉山國家公園為例	陳柏安
	P20	登山者裝備選用及行前準備自覺調查-以合歡北峰為例	簡佑翔
	P21	網美餐廳環境氛圍、服務品質、情緒體驗、幸福感及顧客滿意度之探討—以台南地區早午餐為主	宋珮瑀、劉國寧
	P22	後疫情時代永續觀光與景觀規劃整合研究-以阿里山國家風景區為例	姜昆璘
	P23	探討森林健行者的休閒動機轉變與休閒效益關係	王文媛、湯幸芬

2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇
學術研討會

口頭發表



A1-1 消費者為何抵抗採用服務機器人—以績效期望為干擾因子

Exploring why customers resist the adoption of service robots - Performance expectation as moderator factor

張淑婷^{1*}
Sue-Ting Chang^{1*}

鄧秀玉²
Hsiu-Yu Teng²

顏卉萱³
Hui-Hsuan Yen²

【中文摘要】

隨著 COVID-19 爆發，人與人間的接觸被視為風險來源，服務機器人可滿足高衛生標準並恪守社交距離規範，因此受到許多服務業者的關注。近兩年服務機器人相關之研究大量興起，然而，多數集中於探究採用服務機器人因素，顯少探究抵抗服務機器人之原因及可能之干擾因子來降低其阻礙。因此，本研究以創新抵抗理論為基礎，加入績效期望作為干擾變項，探究消費者面對創新抵抗時，企業適時導入干擾因子能否減輕其負面影響。

本研究採用立意抽樣方式，共抽樣505位受測者以 SPSS 和 Smart PLS 電腦軟進行資料分析工具，研究結果顯示傳統阻礙、價值阻礙和形象阻礙會影響消費者對服務機器人的使用意圖，而績效期望也有效的降低阻礙的影響程度。本研究之實務意涵旨在企業應瞭解造成消費者創新抵抗之阻礙因素，並盡可能在抵抗發生時，導入干擾因子，使企業在服務機器人投資上發揮最大效益。研究結果有助於餐飲服務業發展智慧餐廳及作為探究服務機器人之重要參考依據。

【關鍵字】 創新抵抗、服務機器人、障礙因素、績效期望、餐廳

¹ 國立臺中科技大學 企業管理系 副教授

² 國立臺中科技大學 休閒事業經營系 副教授

³ 國立成功大學 交通管理科學系暨電信管理研究所 博士後研究員

* 通訊方式：臺中市北區三民路三段129號。電話：04-2219-6770。E-mail：sueting25@gmail.com

A1-2 觀光景點數位地圖使用者經驗研究

User Experience Research on Digital Maps for Tourism Destinations

曹瑋^{1*}
Wei Tsao^{1*}

張晏榕²
Yen-Jung Chang²

【中文摘要】

隨著行動裝置普及，旅客在造訪觀光景點時，逐漸由紙本地圖改為仰賴數位地圖來了解景點的相關資訊，目前國內也有景點透過科技輔助，製作出不同互動程度的數位地圖（蔡子瑋，2022）。根據先前的研究顯示，數位地圖可以節省旅客尋找設施的時間、改善旅遊體驗（Zhuang et al., 2022），而互動式地圖可以提升使用者的愉悅性、參與感，也可以讓使用者獲得正向情緒並對過程感到滿意（王照明等人，2016；吳佩芬，2016；Argyriou et al., 2020）。

然而數位地圖受到裝置尺寸影響，資訊呈現較為複雜，過量的資訊會花費使用者的時間及注意力，也影響使用者對環境的探索樂趣，甚至有些沈浸式 VR 虛擬實境的數位地圖讓使用者產生不適感，進而影響對數位地圖的滿意度（Gartner & Hiller, 2024；Zhang & Nakajima, 2022；Schwarz et al., 2015；Zhang & Nakajima, 2022；Othman et al., 2022）。

為探討觀光景點數位地圖的使用者經驗，本研究將針對「華山1914文化創意產業園區」、「高雄駁二藝術特區」及「花蓮文化創意產業園區-酒廠」共三個不同的觀光景點數位地圖的使用者經驗進行問卷調查，藉此了解使用者對不同景點數位地圖的使用者經驗差異，並採用便利抽樣的方式於網路發放問卷，問卷內容題項包含吸引力、認知、效率、可靠、刺激、新奇等六個不同的構面，並採用李克特5點量表進行評分。

透過本次研究結果顯示，三個景點的數位地圖在六個構面的平均分數皆達3分以上，顯示基本滿足使用者體驗期待。在認知面向，三個景點中均得到最高評分，表明數位地圖能有效傳遞資訊。而各景點在不同面向上有些微差異，如華山文化產業創意園區在吸引力方面相對較低，駁二藝術特區在可靠性方面較弱，而花蓮文化創意產業園區-酒廠在新奇性上得分較低。不過，經過單因子變異數分析，發現三個景點在六大面向上並無顯著差異。

研究結果顯示，三個觀光景點的數位地圖在使用者體驗的表現大致相當，皆能滿足使用者的基本需求。特別是在認知方面表現優異，說明數位地圖在提供資訊和幫助使用者學習知識方面發揮了重要作用。雖然在某些面向上存在細微差異，但整體而言並無顯著區別。這表示目前的互動式數位地圖設計已經能夠較好地滿足使用者需求，但在吸引力、可靠性和新奇性等方面仍有改進空間。未來研究可以探討不同類型的觀光景點、其他設備平台的數位地圖使用體驗，以及通過實驗設計更深入地了解使用效率等方面的表現。

【關鍵字】數位地圖、觀光景點、使用者經驗

¹ 國立臺灣師範大學 圖文傳播學系 碩士生

² 國立臺灣師範大學 圖文傳播學系 副教授

* 通訊方式：台北市和平東路一段129號臺灣師範大學科技與工程學院大樓一樓圖文傳播學系。
電話：0937-426-456。E-mail：61272014H@ntnu.edu.tw

A1-3 旅遊網站使用行為分析之探討

A Study about the Analysis of User Behavior on Tourism Website

蔡玉庭¹
Yu-ting Tsai¹

顏宏旭^{2*}
Hung-Hsu Yen^{2*}

【中文摘要】

本研究旨在分析旅遊資訊網站的使用者行為，以提供未來網站發展與觀光之參考依據。我們主要使用 Google Analytics 4 取得網頁瀏覽後產生的原始資料，取得 14,8934 筆可使用資料，並利用人工編碼和 Python pandas 庫進行拆分，並且根據網站分類標準，提取關鍵字做出 7 種主題類別，之後更進一步提取網頁標題元素，做出 732 個子類別元素，以了解使用者最關注的內容。同時我們也深入分析不同使用者屬性產生出使用人次的差異。

首先，研究透過對比 Google Trends 的資料查詢，發現「近水樓台湖畔森林咖啡」這一關鍵字在 2023 年 3 月 26 日開始迅速上升。然而，網站中卻沒有相關資訊的瀏覽數據，這表明網站未能及時更新遊客感興趣的景點資訊。因此，網站應持續探索新興旅遊景點，及時增加相關內容以滿足遊客需求。

另一景點「雲嶺之丘」在本網頁的瀏覽量極高，但在 Google Trends 上並未顯示出明顯的搜尋上升趨勢。這表明遊客主要是透過網站獲取雲嶺之丘的資訊，顯示該網站在這方面的內容能滿足遊客需求。而相較「古坑綠色隧道」在本研究中也於景點介紹瀏覽數前 10 名，相比朝天宮來說，古坑綠色隧道並沒有自己的網站，所以部分遊客也會到網站查詢相關資訊，但是透過我們的分析資料的連動，此景點在本網頁瀏覽數只有 3000 多人，觀光署的遊客人次卻高達 161 萬，原因可能是因為相比部落客以及官方觀光署的資訊來說，網站的資訊量比較不夠充足，建議網站加強內容，增加吸引力。

最後研究透過對網站使用者行為的分析，提出以下建議：

1. 及時更新內容：網站應持續更新並探索新興旅遊景點，尤其是那些在 Google Trends 上出現關鍵字急速上升的景點，以滿足遊客的興趣。
2. 增強內容豐富度：針對訪客關注度高的景點，如古坑綠色隧道，應增加更多資訊以提升其吸引力。
3. 多元化主題內容：加強在地文化和自然生態類別的內容製作，滿足不同類型使用者的需求。
4. 分析使用者屬性：透過描述性統計分析不同使用者屬性，制定更具針對性的內容策略，提升整體瀏覽量和使用者的參與度。

這些建議將有助於網站的持續發展，並促進地區的旅遊業成長。通過更精準的內容製作和策略調整，網站可以吸引更多遊客，實現觀光資源的最大化利用。

【關鍵字】 Google Analytics 4、使用者行為分析、旅遊網站

¹ 虎尾科技大學休閒遊憩系 碩班生

² 虎尾科技大學休閒遊憩系 副教授

* 通訊方式：雲林縣虎尾鎮文化路 64 號第三校區文理暨管理大樓休閒遊憩系。電話：(05)631-5886。
E-mail：yenh@nfu.edu.tw

A2-1 探討環境中植栽受到偏好之影響因子

Exploring the Factors Influencing Preferences of Vegetation in the Environment

謝欣宜^{1*}
Hsin-I Hsieh^{1*}

鄭佳昆²
Chia-Kuen Cheng²

【中文摘要】

人類會偏好自然環境或植栽的這種想法已廣泛存在於我們的日常生活中，許多研究指出，自然景觀或元素具有能夠帶給人們愉悅感受的潛力，這種潛力不僅僅是心理層面的放鬆，還包括幫助人們緩解壓力、減少焦慮等多方面的益處。此外，還有研究強調了自然景觀在視覺層面的影響，例如增添美感、帶來視覺上的愉悅感受等。然而，這些效益大多數都集中於自然景觀或植栽所能提供的具體效果，如減壓、提升專注力、創造出豐富多變的景觀或維持生物多樣性等，至於究竟是什麼原因導致人們對植栽經常表現出較高的偏好，這個問題仍未能確定。

在人的演化過程中，生存一直是最根本、最重要的需求。根據過去的文獻，推測這種偏好可能是因為植栽能夠提供生存所需的食物資源的緣故。此外，也有研究指出植物的繁殖反應，例如開花，代表了資源的可用性，這些現象可以被視為環境中存在豐富資源或良好覓食地點的線索。其他研究顯示，開花的植物可以為環境增添更多色彩，這不僅使人視覺上愉悅，還隱含了生物繁衍後代的象徵，進而傳達出朝氣蓬勃與充滿生命力的感受。除了獲取資源之外，人們還會藉由避開潛在危險來達成自身的生存需求，例如，有刺的植物可能較不會受到人類的偏好。因此，本研究旨在深入探討人類偏好植栽和自然環境背後的潛在原因。

實驗採照片問卷法，針對果實、開花、荊棘植物等類型以 AI 進行景觀模擬，由受測者透過電腦或平板等裝置觀看照片並評估其偏好。填答時每一類型皆隨機分派兩種情境狀況之一給受測者一同評估，分別為果實可食用、或不可食用；實際開花、或花朵造型裝飾品；植栽枝葉無荊棘、或有荊棘。初步研究結果顯示，受測者對於實際開花/花朵造型裝飾品及荊棘的有無之偏好無顯著差異；但對果實可食用的情境下偏好會較不可食用的狀況還高，顯示人類對於能夠實際提供營養和能量的資源具有更強的吸引力。本研究有助於確認植栽受到偏好的原因，並提供實際應用的參考，以更有效地利用植栽來打造更具吸引力的環境。

【關鍵字】植栽、景觀偏好、AI 景觀模擬

¹ 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系碩士班

² 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系碩士班副教授

* 通訊方式：地址：台北市基隆路四段138號201室。電話：(02)3366-9759。

E-mail：r12628309@ntu.edu.tw

A2-2 深度學習於行李X光檢測之危險物件辨識的應用

Application of Deep Learning in Identification of Dangerous Objects in Luggage X-ray Inspection

張震琳^{1*} 簡相明²
Chang Chen-Lin^{1*} Chien Hsiang-Ming²

【中文摘要】

本文基於 X 光物件掃描及深度學習的自動化物件辨識，應用相關 AI 人工智慧技術以促進觀光，首先說明研究的背景及動機與目的。其次回顧了各版本 YOLO 模型的演進歷史及相關文獻，著重在各個版本中的重大改進，並詳細探討 YOLO v8 的特點。使用包含數個類型的危險物品的公開資料集 SIXray (Akçay et al., 2018, p.622) 做為訓練基於深度學習的 X 光物件辨識模型之用，於訓練過程將模型驗證正確率作一驗證。最後挑選模型訓練完成的最佳參數，搭配模型去作行李 X 光檢測圖片的危險物件辨識的預測，以表格方式記錄模型在不同圖片的辨識結果，文末就辨識結果作一分析討論並提出相關具體的改善建議。

【關鍵字】行李 X 光檢測、物件辨識、深度學習

¹ 國家原子能研究院電機與資控研究所 助理研究員

² 國家原子能研究院電機與資控研究所 技術員

* 通訊方式：地址：桃園市龍潭區佳安里文化路1000號。電話：03-471-1400#6251。

E-mail：jacky38c@nari.org.tw

A2-3 Designing an Effective Mobile Augmented Reality Game for Sports Promotion

Tsungpo Tsai¹

Heng Lai^{2*}

【Abstract】

Mobile augmented reality game (MARG) has being developed as a part of smartphone application to provide users with augmented reality (AR) gaming experience. Recently, some MARG (e.g., Pokémon Go, The Walking Dead) has combined with features, tasks relating to the information about destinations and attractions. The usage of MARG is hypothesized in the current study to influence players' intention to continuously use the game and physically exercise where the tasks are set to be completed in the game. The modified theory of technology acceptance will be used to test the game plays' intentions. The first two constructs (perceived ease of use and perceived usefulness) will be used to predict the later three constructs as MARG attitude, MARG use intention and continuous exercise intention. The aim is to examine the player's attitude and intentions change after experiencing the MARG. The expected practical implications of the current study will offer insightful information into the field of the current mobile augmented reality game developer and citizen sports promoters (i.e. Sports Bureaus) to be able to attract potential mobile game players' intention to continuously play the game and exercise in the designed destinations. . The study found that there is a interesting relationship among exercise intention and attitude. The individual is significantly influenced by the perceived ease of use and perceived usefulness of a mobile augmented reality game when deciding whether to do exercise. The study also found that there is a relationship among exercise intention and attitude. Thus, an individual's attitude toward a augmented reality game and also influence his/her intention to exercise. The study will help governments and game developers to create games that can promote their citizens to do more exercise. This study has provided a whole new way of promoting sports in the general public.

【Keywords】 mobile, AR, game, exercise, sports

¹ Associate Professor, Department of Tourism, Leisure and Hospitality Management, National Chi Nan University

² Master Student, Department of Tourism, Leisure and Hospitality Management, National Chi Nan University

* Correspondence: Address: 1 University Road, Puli Township Nantou County 545, Taiwan, Telephone:0935313548 E-mail: spahsu@gmail.com

A3-1 虛擬演唱會之心理健康效益探究

The Psychological Health Benefits of Virtual Concerts

林德美¹
De-Mei Lin¹

李曉昀^{2*}
Hsiao-Yun Lee^{2*}

【中文摘要】

虛擬實境等相關技術於近年來變得越來越普及，這些新技術改變了人們的休閒娛樂方式。虛擬演唱會的出現使現代演唱會的形態變得更加多樣化和華麗。一些國外文獻已經探討了虛擬演唱會，但大多集中在參與動機或社交行為上。過去研究已證實休閒活動可以促進心理健康，但目前尚無文獻專門研究虛擬演唱會對心理健康的影響。鑑於虛擬演唱會越來越受歡迎，但相關研究仍然不足，本研究旨在探討虛擬演唱會對參與者心理健康之影響。本研究招募了34名20歲以上的成年人作為受試者，藉由前後測實驗設計和問卷調查進行測量。每位受試者體驗了兩段不同曲風的虛擬演唱會場景，一段為抒情曲風，一段為搖滾曲風。測量問卷包括情境焦慮量表以及 PAD 情緒量表的愉悅和激發構面；此外並進行半結構式質性訪談。本研究使用成對樣本 T 檢定及獨立樣本 T 檢定進行分析，結果顯示受試者在體驗虛擬演唱會後，其焦慮得分顯著降低，但在愉悅和激發度的性別分組測試中無顯著差異。質性研究結果顯示許多受試者認為虛擬演唱會的動畫非常震撼，但部分受試者感到不安和害怕。鑑於虛擬演唱會日益普及但相關研究仍然不足，本研究結果可供虛擬活動開發者和休閒相關產業參考。

【關鍵字】 虛擬實境、休閒活動、虛擬演唱會、心理健康、情境焦慮量表、PAD 情緒量表

¹ 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康碩士班 碩士

² 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系 助理教授

* 通訊方式：地址：台北市北投區明德路365號。電話：(02)28227101#1213。

E-mail：hsiaoyun07@ntunhs.edu.tw

A3-2 虛擬實境與體感遊戲對長照機構應用現況分析：以埔里基督教醫院為例

Analysis of the current application status of virtual reality and somatosensory games in long-term care institutions: taking Puli Christian Hospital as an example

溫雅婷^{1*}
Ya Ting Wen^{1*}

曾永平²
Yung Ping Tseng²

【中文摘要】

目的：近年來，虛擬實境與體感遊戲之科技應用在各種疾病類別之上，其設備與軟體日新月異，探討虛擬實境與體感遊戲應用於長照機構之現況，以供長照決策者或長照服務人員之參考。方法：以埔里基督教醫院附設長照機構有兩家護理之家；一家養護機構；一家日照中心；樂齡中心，三家物理治療所，數十家社區照顧關懷據點(醫事 C；巷弄長照站)與失智據點；樂齡中心的服務對象，這些在近10年內曾使用虛擬實境或體感遊戲介入長照服務之相關性的方案，訪談機構的決策者或相關人士或對其介入的觀感。結果：本文發現長照機構會因為設立的宗旨而有不同類型的服務對象，從亞急性至慢性、輕中度至重度的服務對象都有，他們對於虛擬實境與體感遊戲的活動都有非常高度的興趣，尤其對玩遊戲或身歷其境的感受較佳。其成效能表現在身體功能層級上，舉凡在身體動作表現上都有超出平常的表現；觀察其日常生活活動的執行狀況及參與度也都提升，只是相關研究佐證資料不足。再者，研究中發現在虛擬實境與體感遊戲現況分析，為這些設備設施與軟體要每隔一段時間不斷更新與提昇，須編列許多預算維護之；許多機構的對象只玩過一次，或是專案計畫於計畫結束或是活動體驗結束之後就結束，有些其工作人員對於虛擬實境與體感遊戲還存留在之前舊思維，普遍認為會沉迷。對於長照服務之相關面向，發現在日照機構的長照對象、樂齡長輩參與度最高，皆有助於活動的參與因為趣味性的提升，相對也帶動執行率，但在身體功能上有無提升長輩們認為並不重要，開心在當時的情境遊玩才是最重要的，成效與活動設計好壞並未完全劃上等號。而虛擬實境與體感遊戲為主的相關活動，可選擇一人或團體遊玩，取決於選擇何種型態，幾乎可以取代部份的傳統物理治療之簡單重複且枯燥乏味訓練，和需要一對一的指導，對未來人力精簡，與科技接軌上有許多進步的空間。

結論：虛擬實境與體感遊戲訓練可提升身體功能，在日常生活功能與參與度上，增加活動訓練的趣味性，多變化的設計對不同疾病類別有不可忽視的狀態，輔助盡早回復其功能。然而，本文所回顧的文獻仍不足，未來仍需有大量樣本數的研究，以提升虛擬實境與體感遊戲訓練的臨床應用情形。

臨床意義：虛擬實境與體感遊戲為使用者提供安全的練習環境與多樣化的活動變化與設計難易程度及視聽覺回饋、可不斷地重複練習並增加活動的趣味性，維持規律訓練以利提升成效，提升回復原本生活功能。再者，虛擬實境與體感遊戲是否能繼續使用下去端看決策者之決定。

【關鍵字】體感遊戲、虛擬實境、長照機構、物理治療

¹ 美門口物理治療所 物理治療師

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 教授

* 通訊方式：地址：南投縣仁愛鄉南豐村中正路132號。電話：0918105434。

E-mail：wen18291013@yahoo.com.tw

A3-3 Study of the Relationship among Brand Image, Perceived Value and Brand Loyalty: Taking Electric Scooter Sharing as an Example

Ching-I Chen¹

An-Chi Hsu^{2*}

Ching-Fang Chang³

【Abstract】

With the rise of the Internet of Things (IoT) and the proliferation of the sharing economy, shared electric scooters have gained particular popularity. This study employs regression analysis to explore how consumers' personality traits, brand perceptions, and riding experiences influence brand loyalty. Using Taiwan's Wemo, iRent, and Goshare as examples, surveys were conducted to understand initial brand image perceptions and post-ride attitudes.

Results indicate that openness to experience, brand image, and perceived value positively impact brand loyalty. The study suggests enhancing operational comfort and brand endorsement to foster long-term loyalty, offering recommendations for future product design and marketing strategies.

【Keywords】 shared mobility scooter, brand loyalty, perceived value, brand image, personality traits

¹ Associate Professor, Department of International Business Study of National Chi Nan University,

² Ph.D. candidate, Ph.D. Program in Strategy and Development of Emerging Industries National Chi Nan University

³ Master Student, Department of International Business Study of National Chi Nan University

* Correspondence: Address: 1 University Road, Puli Township Nantou County 545, Taiwan, Telephone:0935313548 E-mail: spahsu@gmail.com

B1-1 獵奇抑或尋真:台灣創意市集消費研究

Quest for Authenticity or Creativity? Consumption Research on Taiwan Creative Markets

吳淑玲¹
Wu, Shu-Ling¹

林昱安^{2*}
Lin, Yu-An^{2*}

洪甄婷³
Hung, Chen-Hsing³

【中文摘要】

鑑於市集消費在國人休閒生活中的重要性，再加上目前相關研究上的稀缺性，並考量到面對消費者主導及著重顧客關係管理的行銷情勢，顧客價值成了一個相當值得重視的研究議題，因此本研發現了重新檢視台灣的市集消費的必要性。為了能進一步深入地了解遊客於市場場域的真實行動與感受，研究結果證實市集的意義性、真實性及產品獨特性對於心理所有權有正向且顯著的影響，市集的新穎性、實體環境佈設及產品多樣性雖對心理所有權沒有顯著地影響，本研究卻找出對市集遊客心理所有權有影響性的要素，並檢視市集遊客之心理所有權與價值感之間的關係，由此釐清市集消費對遊客帶來的正向行為效益，並找出有助於台灣的市集進行有價值感之消費提供的可能建言。

【關鍵字】 心理所有權、知覺價值、市集意義性、市集真實性

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 副教授

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 學生

³ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 學生

* 通訊方式：地址:台中市南屯區干城街194巷29號。電話：0968935311。

E-mail：yuanlin110241006@gmail.com

B1-2 餐旅業社群媒體活動之社會認同對於顧客滿意前因後果之實證研究

An empirical study on the antecedents and consequences of social identification in social marketing activities in the hospitality industry on customer satisfaction

葉俊廷¹
Giun Ting, Yeh¹

【中文摘要】

由於 COVID-19 大流行，全球化程度最高的餐旅業都遭受了經濟衝擊。鑑於控管限制和旅行意願下降，餐飲業的社群媒體行銷尤為重要。因此，本研究以疫情下的新型餐旅業為例，旨在探討 COVID-19 疫情下社會認同對餐旅業知覺價值、滿意度的影響。透過網路調查共收集 245 份有效問卷，並採用偏最小平方法結構方程模型（PLS-SEM）進行分析。該研究發現了社群媒體行銷與品牌之間的關係。研究結果發現，對 COVID-19 的恐懼顯著影響線上客戶的品牌參與度和對 COVID-19 風險的認知。本研究結果讓餐旅品牌更了解如何提升品牌價值，品牌社群可以在疫情期間透過社會認同來幫助自己的品牌或創造商業優勢。

【關鍵字】 社會認同、知覺價值、滿意度、持續意願、參與意願、購買意願

¹ 台南應用科技大學 餐飲系 助理教授

通訊方式：地址：台南市永康區中正路 529 號。電話：0922128987。E-mail：ti0065@mail.tut.edu.tw

B1-3 以SWOT方法探討旅遊地圖對於商家的影響—以中興新村某冰店為例

Exploring the Impact of Tourist Maps on Businesses Using SWOT Analysis: A Case Study of a Snowflake Ice Shop in Zhongxing Village

洪千惠^{1*}
Chien-Hui Hong^{1*}

洪嘉謙²
Jia-Cian Hong²

邱筱雅³
Hsiao Ya Chiu³

王培馨⁴
Pei Hsin Wang⁴

【中文摘要】

隨著 Covid-19 疫情的趨緩，曾經蕭條的觀光業逐漸復甦，各地旅遊景點再次吸引大量人潮。為了增加收益，各景點區的店家採取了多種行銷手法，如平面與媒體廣告、舉辦音樂祭等活動，強力吸引觀光客光臨。特別是將觀光地圖放置於景點入口處或店家門口，不僅讓遊客更直觀地規劃周邊旅遊路線，還能提升商圈內店家的聯繫與競爭力。對遊客而言，透過觀光地圖尋找感興趣的景點與店家，不僅縮短了事前的旅遊規劃時間，也減少了在景區內盲目奔波的困擾。在這樣激烈競爭的環境中，如何進行差異化的特色行銷，已成為店家的關鍵挑戰。本研究基於 SWOT 分析法，探討觀光地圖對商家帶來的效益，並評估其是否對中興新村某冰店產生影響。研究於 2024 年 8 月進行，通過深度訪談收集資料，分析店家在優勢、劣勢及外在機會與威脅方面的情況。希望本研究的分析結果，能為台灣各景點的觀光發展提供策略建議。

【關鍵字】旅遊地圖、行動地圖服務、SWOT 分析、觀光行銷

¹ 君毅高級中學 觀光事業科 學生

² 國立台中科技大學空中學院 應用商學系 學生

³ 育達科技大學 資訊管理系 副教授

⁴ 君毅高級中學 觀光事業科 教師

* 通訊方式：地址：苗栗縣竹南鎮公義路245號。電話：0908769711。E-mail：juniehong663@gmail.com

B2-1 文化消費還是餐飲消費？從文化互動論檢視台灣下午茶的魅力形成

Cultural Consumption or Culinary Consumption? Examining the Appeal of Taiwanese Afternoon Tea through the Lens of Cultural Interaction Theory

吳淑玲¹
Shu-Ling Wu¹

華淑貞^{2*}
Hwa Shu Chen^{2*}

【中文摘要】

近年來下午茶文化在台灣已蔚為風潮，並已形成一股強勁的消費文化。相較於其他餐飲文化，下午茶文化具有相當的殊異性，究竟台灣的消費者如何詮釋外來的下午茶文化及對下午茶意義之重新形塑是非常值得深究的議題。本研究採用質性研究的內容分析及質性訪談法進行資料的蒐集與分析，首先透過 105篇消費者下午茶部落格(blogs)的內容分析，得到台灣下午茶文化的產品內容、環境氣氛、服務、品牌、餐廳特色與推薦要素等吸引力的基本輪廓分析。接續再對14位位經常從事下午茶活動、對下午茶有個人想法及見解的消費者進行一對一深度訪談，以深入了解下午茶消費的魅力形成脈絡。本研究發現，台灣下午茶愛好者的消費行為，存在著明顯的消費者與文化元素轉譯及詮釋的動態性，而台灣的下午茶確實存在著文化面的吸引力，下午茶愛好者一開始可能會因為餐飲內容、及環境氣氛等具體可見的元素所吸引，但在實際消費後，相較於餐飲產品的愛好，消費者個人的經歷、對下午茶文化面的定義及整體體驗評估的交互作用，可能是創造下午茶魅力的主要來源。此外，本研究發現，台灣下午茶愛好者透過下午茶消費，將外來的下午茶文化重新轉化成一種新的消費文化、新的消費符號，脫離傳統的西方下午茶的想像，用十分寬廣彈性的態度，將下午茶轉化為一種具在地特色的餐飲選項。綜合本研究成果可見，透過台灣下午茶愛好者在下午茶消費中產生的符號互動，下午茶對台灣消費者而言，不只被定義為是一項餐飲消費品項，可能是一種具有更深層的文化詮釋與文化共創的文化消費。由此，本研究發現將可提供觀光、餐飲相關產業的業者，重新檢視餐飲之文化價值及文化在地化脈絡的參考，同時也能成為業者在將文化融入餐飲之實務上的洞見。

【關鍵字】 下午茶、文化互動理論、文化轉譯、餐飲文化性

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 副教授

² 國立暨南國際大學 新興產業課略與發展博士學位學程 博士候選人

* 通訊方式：地址：南投市中興新村向上三路一號。電話：0935100680。E-mail：lastamy@hotmail.com

B2-2 台灣黑暗觀光研究回顧與分析

Review and analysis of black tourism researches in Taiwan

林擎天^{1*}
ChinTen Lin^{1*}

林建佑²
JianYou Lin²

【中文摘要】

台灣地處歐亞板塊交接處地震頻繁，又位於太平洋西岸亞熱帶區域颱風侵襲不斷，尤其四百年來不同統治政體與受統治階級，甚至族群之間產生衝突繁多，不幸事件各代皆有。遊客前往上述各種自然因素或是人為因素而產生之悲劇事件發生地亦或是悲劇相關地點從事旅遊、紀念、文化遺產保留及具教育意義之行為，便是所謂的黑暗觀光。國外針對黑暗觀光主題最早於1980年代開始學者投入研究，但議題受關注較為低迷，直至2000年代始有爆發式增長，尤其2018到2021達到了巔峰。

台灣最早黑暗觀光研究為周念潔(2008)以921地震教育園區為研究場域，探討黑暗觀光之遊客動機與市場區隔之碩士論文。本回顧研究選用「華藝」與「國家圖書館」為資料庫，於2024年5月輸入關鍵字「黑暗觀光」，由「華藝」(<https://www.airitilibrary.com/>)資料庫中獲得收錄之期刊論文49篇，另從「國家圖書館」(https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/ccd=_CH6ID/login?jstimes=1&loadingjs=1&o=dwebmge&ssoauth=1&cache=1716910272023)資料庫獲得學位論文24篇，去除研究者跟主題內容重複、內容與主題不相關等文章，最終共計留存47篇研究，文章範圍跨越2008-2024年。

經由分析彙整後發現：台灣黑暗觀光研究多數探討參與動機、遊憩/情緒體驗、環境態度、重遊意願、詮釋等變項跟議題，基地從自然災害造成的小林村紀念公園、921地震教育園區，到人為因素形成的金門、馬祖、綠島人權文化園區、國民革命忠烈祠、景美人權文化園區等基地。研究取向跨越量化、質性、混合研究，經常使用的資料收集有問卷調查法、田野觀察、深入訪談等方式，研究樣本從質性的5個個案，到量化的516位填答者不等數量。研究主要發表於戶外遊憩研究、漢學研究通訊各有4篇，而學位論文則以臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所跟高雄餐旅大學旅遊管理研究所各有三篇論文最多，學位論文中只有一篇為博士論文，四分之三學位論文多由觀光旅遊相關系所產出。

國外黑暗觀光的研究重點主要聚焦於戰爭/衝突地區、大屠殺遺址篇、監獄、種族滅絕、奴隸貿易、現代衝突地區、天災發生地區、公墓等場域(Light, 2017)，凸顯人為因素之影響巨大，台灣的黑暗觀光研究可能因為地理區位關係，或是研究數量相對較少，議題面向不甚寬廣，研究最後並進行國內外回顧研究討論，並提出後續研究跟相關實務操作建議。

【關鍵字】 黑暗觀光、回顧研究、台灣

¹ 大葉大學 觀光休閒學系 副教授兼系主任

² 大葉大學 觀光休閒學系 大學部學生

* 通訊方式：地址：彰化縣大村鄉學府路168號。電話：0931-423910。E-mail：c9989@mail.dyu.edu.tw

B2-3 價格促銷對知覺價值與重遊意願的影響—以台北市兒童新樂園為例

The Effect of Price Promotion on Perceived Value and Revisiting Intention: A Case Study of Taipei Children's Amusement Park

張嵐蘭^{1*}
Lan-Lan Chang^{1*}

高立學²
Li-Shiue Gau²

許君玲³
Chun-Ling Hsu³

陳筠珮³
Yun-Pei Chen³

【中文摘要】

價格是影響消費者做選擇的重要因素，McCarthy 和 Perreault (1984) 認為，刺激購買者與潛在購買者可以透過促銷活動來引起購買者的興趣。國內大多數遊樂園的收費方式只有一票定價法，導致遊客只有在特定節日與價格促銷時才會造訪，淡旺季差異明顯。如果遊樂園的價格定價能有多樣選擇，是否就可以影響遊客知覺價值與重遊意願的影響，改善淡旺季遊客人數差異過大的情形。因此本研究想要了解各種不同的遊客選擇到台北市兒童新樂園消費，會不會因為各種促銷方式，而產生不同的知覺價值差異，以及對於到遊樂園消費，是否會有重遊意願的想法。

本研究以曾經去過台北市兒童新樂園的遊客作為研究之對象，來探討價格促銷、知覺價值及重遊意願影響。問卷資料分析方法採用信度分析、敘述性統計、T 檢定、單因子變異數分析、卡方分析及迴歸分析，來探討各項變數對遊客基本資料的關係。本研究使用 Google 表單以網路發放問卷，在「LINE」、「Facebook」、「Instagram」及「Dcard」共4種社群媒體進行發放，對曾經去過台北市兒童新樂園的遊客進行問卷調查，問卷發放時間為2023年1月15日至2023年3月15日，一共收回262份有效問卷，以 SPSS 軟體進行問卷分析。

研究結果得知，「到台北市兒童新樂園的遊客在不同價格促銷下的知覺價值及重遊意願皆沒有顯著的差異影響，表示三種票價不論是用平時一票定價法、價格促銷時的一票定價法以及單次計費，對於遊客的知覺價值和重遊意願皆是沒有影響差異的；而遊客知覺價值及重遊意願是有正向顯著影響，表示知覺價值愈高，其重遊意願也愈高，而知覺價值愈低，其重遊意願愈低。

【關鍵字】價格促銷、知覺價值、重遊意願、遊樂園

¹ 亞洲大學 休閒與遊憩管理學系 助理教授

² 亞洲大學 休閒與遊憩管理學系 教授

³ 亞洲大學 休閒與遊憩管理學系 大學生

* 通訊方式：地址：台中市霧峰區柳豐路500號。電話：0988-968495。

E-mail：clairechang0609@gmail.com

B2-4 The Impact of Destination Attributes, Memorable Tourism Experiences, and Travel Barriers on Word-of-Mouth Intentions: A Study of Indonesian Travelers to Taiwan

Ying-Chan Liu^{1*}

Carissa Marwies²

Angelica Susanto²

【Abstract】

This study examines the influence of destination attributes, memorable tourism experiences, and travel barriers on word-of-mouth intentions in Taiwan, focusing on Indonesian travelers' preferences and attractions. Utilizing a semi-structured interview approach with 25 Indonesian individuals who have traveled to Taiwan as the primary data collection method, the research uncovers the reasons behind Indonesian tourists' choices. It explores Taiwan's appeal to this demographic. The researcher aims to capture the richness and complexity of the tourist experience, offering a comprehensive understanding of the dynamics between tourists and their destinations. Interviews enable the researcher to capture tourists' diverse perspectives and voices, contributing to a thorough knowledge of the destination's appeal. The findings highlight Taiwan's allure for Indonesian tourists, showcasing attractions such as Taipei's cultural vibrancy, natural landscapes, historical sites, and culinary diversity. These insights not only inform strategies for fostering sustainable tourism growth and exciting crosscultural exchange between Indonesia and Taiwan but also identify potential areas for improvement in tourism management and marketing strategies, offering hope for the future of tourism in these regions.

【Keywords】 destination attributes, Memorable Tourism Experience (MTE), travel barriers, word-of-mouth Intention

¹ Project Assistant Professor, Department of Economics of National Chi Nan University

² Student, Interdisciplinary Program of College of Management of National Chi Nan University

* Correspondence: Address: 1 University Road, Puli Township Nantou County 545, Taiwan, Telephone: 049-291-0960 Ext. 4633, E-mail: annieliu0925@ncnu.edu.tw

B3-1 餐廳員工安靜離職與過失行為：工作冷漠的中介角色

Employee quiet quitting and negligence behavior in the restaurant industry: The mediating role of job apathy

顏昌華¹ 蔡政憲² 洪佳雯^{3*}
Chang-Hua Yen¹ Cheng-Hsien Tsai² Chia-Wen Hung^{3*}

【中文摘要】

近年來員工安靜離職議題引起餐旅領域學者的關注。安靜離職是指員工在工作中僅完成職責範圍內的基本任務，只做最低限度的工作(Lord, 2022)。在引發安靜離職的工作相關因素中，員工對於工作或組織現狀不滿扮演關鍵的角色(Formica & Sfodera, 2022)。安靜離職的員工缺乏工作投入和積極性，可能在工作中表現出疏忽和怠慢，導致過失行為的發生(Zenger & Folkman, 2022)。員工過失行為也是一種員工對於工作或組織不滿而產生的被動反應(Shaheen et al., 2023)。員工過失行為會造成服務品質和顧客滿意度下降，導致顧客流失，影響餐廳收入和營運(Vigoda-Gadot & Kapun, 2005)。然而，員工安靜離職與過失行為之間的關係為何？至今較少學者進行探討。

此外，員工安靜離職的現象通常會表現在對於工作的冷漠感上。工作冷漠是指員工在工作中缺乏情感投入和興趣，對工作任務漠不關心(Schmidt et al., 2017)。安靜離職的員工僅完成最低限度的工作，缺乏積極性和主動，導致他們對工作產生冷漠感 (Xueyun et al., 2024)。這些員工感覺自己與工作環境脫離，缺乏動力去追求卓越或參與額外的顧客服務工作，也會將冷漠感展現在行為表現上。此外，工作冷漠的員工對工作要求和標準漠不關心，這使得他們更容易在工作中表現出疏忽大意和怠慢的行為。例如：故意遲到、早退或缺勤，刻意不遵守規範或未能完成工作任務等過失行為都是工作冷漠所導致的結果。然而，在員工安靜離職與過失行為之間，工作冷漠是否扮演著重要的中介角色？至今仍然未知。

本研究目的在探討員工安靜離職、工作冷漠和員工過失行為之間的關係，並且釐清工作冷漠的中介效果。本研究針對台灣 371 位餐廳員工進行問卷調查，採用結構方程式模型進行分析。結果發現員工安靜離職正向影響工作冷漠，員工工作冷漠正向影響過失行為。工作冷漠在安靜離職與員工過失行為之間關係具有中介效果。本研究結果可以擴充安靜離職的理論知識，了解安靜離職對於員工態度和行為的影響性。在餐廳管理實務上，清楚了解員工工作冷漠所扮演的中介角色，可以提供餐廳管理者有效因應員工安靜離職之管理措施，藉此降低員工工作冷漠，避免過失行為的發生。

【關鍵字】安靜離職、工作冷漠、員工過失行為、餐廳

¹ 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 教授兼系主任

² 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 博士後研究員

³ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程 博士生

* 通訊方式：地址：台中市北屯區太原路三段118號7樓-4。電話：0910-652961。

E-mail：sylvia8901@gmail.com

B3-2 探索餐旅業員工安靜離職

Exploring quiet quitting of hospitality employees

顏昌華¹
Chang-Hua Yen¹

蔡政憲^{2*}
Cheng-Hsien Tsai^{2*}

林意勳³
Yi-Xun Lin³

【中文摘要】

在 Covid-19 疫情時代與社會變遷的驅使下，員工安靜離職的概念與現象成為餐旅業職場的熱門話題。安靜離職是指員工對於執行公司分配的工作任務和職責，僅給予有限度的承諾，放棄或拒絕從事工作說明書中未指定的任何其他任務。員工安靜離職可能會影響其服務行為與工作表現，降低顧客滿意度和服務品質，對於餐旅業經營與營收造成負面的衝擊。然而，目前學術和實務領域對於安靜離職概念與現象的研究相當稀少，有待進一步探究與發展。因此，本研究以質化方法針對餐旅業員工深入探討安靜離職的現象。本研究進行4場焦點團體訪談，共24位參與者（餐廳主管及員工各6位、旅館主管及員工各6位），訪談內容經過嚴謹的內容分析可歸納出三個餐旅業安靜離職的範疇：認知成分、情感成分與行為成分。認知成分為安靜離職的員工會存在有限的承諾(limited commitment)、心理上的脫節(psychological disconnect)、缺乏主動性(lack of initiative)、低工作努力(less work effort)、完成最低工作要求(fulfill the minimum requirements)和被動角色導向(passive role-orientation)等價值觀、信念和想法；情感成分為安靜離職的員工會有缺乏熱情(lack of passion)、缺乏熱忱(lack of enthusiasm)、缺乏奉獻精神(lack of dedication)、工作冷漠(job apathy)等負向情感 (negative emotions)；行為成分為安靜離職的員工會存在工作不投入(disengagement)、只執行分配的工作 (performing only allocated task)、不做額外的工作(no extra work)、不加班(no overtime work)、降低生產力(reducing productivity)和保留時間給朋友和家人(preserving more time for friends and family)等意圖。本研究發現可以擴充過去人力資源管理和餐旅管理知識領域之不足，在員工安靜離職的研究及理論上提供具有價值性的基礎。此外，針對餐旅業員工安靜離職所產生的現象，可提供餐廳和旅館人力資源管理實務和組織行為與管理之具體策略和建議。

【關鍵字】安靜離職、餐旅業、概念化、內容分析、質化研究

¹ 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 教授兼系主任

² 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 博士後研究員

³ 國立嘉義大學 行銷與觀光管理學系觀光休閒管理博士班 博士生

* 通訊方式：地址：臺中市北區三民路三段129號。電話：0952-122462。E-mail：pt1613@gmail.com

B3-3 餐廳職場無禮與員工工作冷漠：員工脆弱性之中介角色

Workplace incivility and employees' job apathy in the restaurant industry: The mediating role of employee vulnerability

顏昌華¹
Chang-Hua Yen¹

蔡政憲²
Cheng-Hsien Tsai²

吳淑卿^{3*}
Shu-Chin Wu^{3*}

【中文摘要】

近年來職場冷漠徵候群的議題受到業界和學術的重視。工作冷漠是指員工對其工作降低動機和影響力的狀態。對於餐廳員工來說，除了與主管和同事進行互動，還需要滿足顧客的需求與期望，職場因素往往是造成員工工作冷漠的重要原因之一，尤其是受到職場不文明行為的影響。Loh et al. (2021)發現職場無禮會引發員工在工作上的退卻，而員工在心理上的退卻經常會表現在對於工作上的冷漠。Khalid et al. (2024)發現職場無禮會造成旅館員工去人性化，這是一種個人對情感僵化和冷漠的態度與行為。由此可知，餐旅業職場無禮可能會造成員工工作冷漠的現象。然而，職場無禮與員工工作冷漠之間的關係為何？至今較少學者進行探討。

此外，員工工作冷漠也可能是受到脆弱性心理因素的影響。近年來在餐旅業職場無禮的影響下，許多員工感到脆弱性，員工脆弱性是一個人呈現無力感或無能為力的狀態(Riedel et al., 2021)。過去學者認為職場無禮是影響員工脆弱性的重要因素。Baker and Kim (2024)指出當員工面對不文明的顧客時，他們對這些粗魯、居高臨下和難相處的人無能為力，更可能感到脆弱。此外，Enwereuzor (2023)發現員工在職場上心理脆弱性會正向影響工作冷漠。然而，在職場無禮與員工工作冷漠之間關係，員工脆弱性是否扮演著重要的中介角色？至今仍然未知。

本研究目的在探討職場無禮、員工脆弱性和工作冷漠之間的關係，並且釐清員工脆弱性的中介效果。本研究針對台灣358位餐廳員工進行問卷調查，採用結構方程式模型進行分析。結果發現職場無禮正向影響員工脆弱性和工作冷漠，員工脆弱性正向影響工作冷漠。員工脆弱性在職場無禮與工作冷漠之間關係具有中介效果。本研究結果可以擴充職場無禮與工作冷漠的理論知識，了解職場無禮對於員工態度和行為的影響性。在餐廳管理實務上，清楚了解員工脆弱性扮演的中介角色，可以提供餐廳管理者有效因應職場無禮之管理措施，藉此降低員工脆弱性和工作冷漠的程度。

【關鍵字】 職場無禮、員工脆弱性、工作冷漠、餐廳

¹ 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 教授兼系主任

² 國立臺中科技大學 休閒事業經營學系 博士後研究員

³ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程 博士生

* 通訊方式：地址：台中市南區南平一街35號。電話：0932-507127。E-mail：b0932507127@gmail.com

B3-4 南投縣農村再生社區資源分配之探討

The Exploration of Resource Allocation in Rural Revitalization Communities of Nantou County

曾永平¹
Yung-Ping Tseng¹

蘇柏嘉^{2*}
Po-Chia Su^{2*}

【中文摘要】

農村地區作為人口與經濟活動的集散地，其產業推動乃是促進農村經濟活躍及實現永續發展的關鍵。透過產業發展，不僅可提升農村居民的收入水平與創造更多就業機會，亦有助於吸引年輕人返鄉參與工作與生活。唯有建立在穩固的經濟基礎上，農村社區才能有效推動農村再生。然而，農村產業發展的推進需依賴跨學科的專業知識與資源整合。因此，實施農村再生與產業發展的跨域合作示範計劃，通過跨部門協作，結合中央與地方政府之政策資源，建立一個涵蓋國家農村社區與公私部門的合作機制，顯得尤為重要。這些策略旨在增強農村社區產業的附加值與轉型能力，進而振興農村經濟，提升農村社區的競爭力，並為農村再生提供堅實基礎，擴展農村再生政策的整體效益。

旨在深入探討南投縣農村再生社區發展中遭遇的挑戰及機會，分為四個樣態進行深入訪談：(1)通過農再社區而有常態性提案、(2)通過農再社區未有常態提案、(3)尚未通過農村再生而培根課程已結訓、(4)尚未通過農村再生而培根課程亦未結訓。此四個樣態之社區在參與農村再生相關資源分配所面臨之問題。

本研究擬採用半結構式訪談方法，設計專門探討社區發展相關因素的訪談主題及問題。在訪談實施前，將預先擬定一份詳盡的訪談大綱，以此作為訪談的參考與依據。本研究將對南投縣與農村再生發展相關的關鍵人物進行深入訪談，以探討社區在過去面臨的挑戰、依賴的資源以及未來的持續發展潛力。通過受訪者的詳細反饋，可以更準確地描繪出社區發展的實際情形。借鑑過去相關的學術研究，本研究進一步擬定了八項訪談題綱，期望透過這些訪談能夠對研究問題提供深入的見解，並最終形成研究的結論。

【關鍵字】農村再生、社區發展、資源分配、價值階層、焦點團體訪談

¹ 國立暨南國際大學副校長 暨 觀光休閒與餐旅管理學系 教授

² 南投縣政府農業處 水土保持工程科 科長

* 通訊方式：地址：南投市中興路660號。電話：0982638092。E-mail：cooper701017@gmail.com

C1-1 自行車路線推廣行銷策略—以參山國家風景區為例

Promoting and Marketing Strategies of Cycling Routes : A Case of Tri-mountain National Scenic Area

張耕碩^{1*} 張舜淵² 陳威勳³
Keng-Shuo Chang^{1*} Shuen-Yuan Chang² Chia-Ying Cheng³

【中文摘要】

臺灣發展已綠色運輸多年，而自行車為主要推行對象之一，交通部於104~112年間陸續完成設置環島主線、25條環支線及16多元路線，並規劃補給站、轉乘站及主要節點導覽圖、指標等導引系統，使自行車騎士能有安全及友善的通行與轉乘空間，環島路線主要提供自行車騎士一次性或分段環島，因此所規劃之路線較為直截；多元路線使騎士可由環島路線經由多元路線通往重要觀光景點，在環島及多元路線設置逐步完善之際，即可結合地區型自行車路線以體驗地方特色進行深度旅遊，而透過蒐集、整併能夠連接多元路線之地區型路線，以增加遊程豐富性，並依據路線難易程度區分為親子型及挑戰型路線，以吸引不同族群騎士，透過結合多元路線及地區型自行車路線，可打造自行車旅遊品牌、將經典遊程規劃與異業聯合推廣、搭配區內常態性活動，以期達到行銷地方觀光及推廣自行車旅遊之目標，本研究將以參山國家風景區為例，說明如何結合中央及地方自行車路線以推廣及行銷地方活動與特色景點。

【關鍵字】行銷、品牌、遊程

¹ 易緯工程顧問股份有限公司 工程師

² 交通部運輸研究所 運輸計畫組 組長

³ 交通部運輸研究所 運輸計畫組 助理研究員

* 通訊方式：地址：臺北市松山區民權東路三段124-1號八樓。電話：02-27181761#57。

E-mail：ghj321.eeci@gmail.com

C1-2 雲林縣城鄉風貌之行政與政策設計的景觀專業社會實踐

Yunlin County's Administration & Policy Design of Landscape Professional Social Practice in Urban and Rural Spatial Restructuring Policies

侯錦雄^{1*} 程日君²
Jing-Shoung Hou^{1*} Ri-Jun Cheng²

【中文摘要】

臺灣從88年推動城鄉風貌型塑政策改造城鄉空間二十五年，「景觀總顧問」及「社區規劃師」為重要機制，推動不同層級規模的計畫類型，如國家前瞻建設、區域公共工程及社區營造，創造不同尺度城鄉空間特色。城鄉空間治理基於多元化網絡體系下，秉持對等互惠精神，透過協商合作的方式，雲林縣地方政府景觀總顧問團隊，為配合縣政區域內各項公共事務的主要機制。有關城鄉空間治理的幾項重要特質必須考量，包括：1. 營造差異化社群(community differentiation)；強調 stakeholder 關係價值性以擴展個人在自我治理的能力；2. 高度的公民參與，減低敵對政治性，形成共識性的政策；3. 建立典範性公共企業家精神(public entrepreneurship)，提出「共容式行政規劃概念」(inclusive design)。運用規劃理論，透過盤點認識地方問題，引導地方參與，進行溝通性實作以及專業協力規劃，開出知識處方籤，進而達成社會與政治實踐，來強化地方感連結。

從地方治理方面看待地方場所營造，可以透過由上而下擬定的戰略方針以及由下而上實踐的戰術行動，統整不同層級地方組織，形構成為一個城鄉空間治理體制。如此的政策設計以及社區營造操作模式，更為貼近日常民眾生活且獨特的城鄉景觀，雲林縣配合國發會「口湖鄉植梧城鎮之心人文景觀再造計畫」、國土署「雲林縣台西鄉中山路人文景觀再造計畫」及觀光署「聚落文化觀光空間再造計畫-口湖金湖聚落」，進行一系列實驗性的地方工程。本文就上述三個政策所執行的「共容式行政規劃概念」方案，如何配合地方營造團隊的執行計劃工作中，嘗試一些不同於傳統工程發包營造的成果，透過案例整理，剖析實際操作的行政推動、合作模式的社區景觀實踐成果，作為提供未來景觀建設的參與式設計反思與改進。

【關鍵字】景觀總顧問、規劃理論、差異化社群、公民參與、共容式行政規劃概念、政策設計

¹ 國立虎尾科技大學 名譽教授

² 國立雲林科技大學 創意整合設計中心 專案經理

* 通訊方式：地址：雲林縣斗六市大學路三段123號。電話：0978769292。

E-mail：sunking0330@gmail.com

C1-3 臺灣好行公車政策分析：以南投客運日月潭線為例

A Policy Analysis on Taiwan Tourist Shuttle Bus: A Case Study of the Nantou Bus Sun Moon Lake Line

陳建良^{1*}
Chien-Liang Chen^{1*}

劉盈嫻²
Ying-Chan Liu²

陳煜峯³
Yu-Fong Chen³

【中文摘要】

臺灣的國內觀光風氣日盛，為了方便旅客在主要車站和觀光景點之間的接駁，交通部因此推動「台灣好行景點接駁旅遊服務」。台灣好行是針對國內旅遊設計的公共交通服務，由各地的臺鐵站或高鐵站連結附近主要觀光景點，以低廉的公車票價提供旅客往返的交通接送，避免自行開車可能面臨的擁塞與不便，同時也鼓勵國內外旅客力行環境永續的低碳旅遊。2024年全台總共有76條台灣好行路線營運，是國內外旅客探尋景點的重要交通工具。

南投縣內觀光名勝景區林立，一直是台灣的觀光重鎮。九二一地震後，日月潭周邊經整體規劃升格為國家風景區，大日月潭地區也成為國際知名的觀光景點。台中至南投縣內多條台灣好行路線，主要由南投客運經營；由台中火車站經高鐵站至日月潭的台灣好行路線，是載客率最高的路線之一，也是搭乘公共交通來日月潭風景區旅遊的最佳選擇。為了鼓勵更多旅客搭乘，台灣好行會搭配各景區的節日慶典或特色活動，規劃帶狀的價格優惠時段。這些鼓勵搭乘大眾運輸工具的觀光政策，固然帶動景區的觀光人潮與商業發展，觀光及交通主管機關也宣稱有顯著成效，但是與此相關的嚴謹政策評估並不多見，原因之一是資料可用性的侷限。

本研究採用2015至2019年台灣好行日月潭線乘車刷卡電子票證個體資料，透過差異中差異模型（difference-in-differences model）的設定，檢視票價減免政策對搭乘人次帶來的實驗效果（treatment effects），估計公共交通工具的價格需求彈性，進而推算景點接駁公車的效益。本研究是台灣好行交通服務的相關討論中，少數採用個體資料進行的詳細分析，由此檢視乘車價格優惠政策的經濟效益，同時評估台灣好行票價補貼政策的有效性。本研究結果可供公共交通政策之參據，並對相關文獻提供重要補充。

【關鍵字】 臺灣好行景點接駁、成本效益、差異中差異模型、實驗效果、價格需求彈性

¹ 國立暨南國際大學 經濟學系 菁英特聘教授

² 國立暨南國際大學 經濟學系 專案助理教授

³ 南投客運公司 副總經理

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮大學路一號。電話：(049)291-0960 ext. 4668。

E-mail: clchen@ncnu.edu.tw

C1-4 從PZB模式探討服務品質對再使用意願之影響：以臺北市公園籃球場為例

Applying PZB Model to Analysis the Impact of Service Quality on the Intention to Reuse: A Case Study of Basketball Courts in Taipei City Parks

李孟珊¹
Meng-Shan Lee¹

【中文摘要】

自「健康城市」的理念興起，健康促進行動開始引發全球高度關注。臺北市政府也不落人後，透過全民運動政策訂定，積極培養市民規律運動習慣，希望將臺北市打造為健康城市。惟依據2024年教育部調查數據，臺北市「規律運動人口比例」未達「運動人口比例」的二分之一，可見在培養市民規律運動習慣上，政府仍有很大的進步空間。基此，本研究從公園運動場地服務品質切入，檢討改善整體滿意度，提升使用者再使用意願，進而培養成規律運動習慣。首先，以 PZB 服務品質模式為主軸，臺北市公園籃球場使用者為研究對象，透過問卷探討公園籃球場使用者「服務期望」與「服務知覺」間之差異，以及「服務知覺」對「再使用意願」之影響；其次，藉由重要績效分析，找出影響服務品質之關鍵因素。經研究發現，使用者對「球場數量」及「排水功能」因素，重視度高、滿意度低，又「服務知覺」對「再使用意願」具有正向影響，但由於此兩項因素的滿意度低，將導致整體再使用意願下降，影響規律運動習慣建立。因此，管理單位想要強化使用者再使用意願，增加規律運動人口比例，則需優先改善「球場數量」及「排水功能」此兩項關鍵因素。本研究建議，針對「球場數量不足」的問題，可先行整合並公告周邊既有籃球場位置及交通相關資訊，用於疏導特定時段使用人流，再續行評估新建可行性。其次，針對球場「排水功能不佳」的問題，進行兩階段排水改善措施，先行評估設置土溝或排水溝，再續行編列年度預算，逐步辦理整體改善工程。藉由提升臺北市公園籃球場使用者服務知覺，減少服務期望與服務知覺落差所造成的服務品質缺口，強化整體服務品質的滿意度，帶動再使用意願，進而增加臺北市規律運動人口比例。

【關鍵字】規律運動人口、公園籃球場、服務品質、再使用意願、PZB 模式

¹ 政治大學 公共行學系 學生
通訊方式：地址：臺北市文山區指南路二段64號(莊敬九舍)(M401室)。電話：0911403738。
E-mail：cathy60233@hotmail.com

C2-1 探討裝置藝術對地方意象、文化認同及地方依附之影響—以虎尾圓環素還真為例

Exploring the Impact of Installations on Local Imagery, Cultural Identity, and Place Attachment: A Case Study of the Huwei Roundabout's 'Su Huan-Jen' Sculpture

郭彰仁¹
Chang-Jen, Kuo¹

許亦萱^{2*}
Yi-Hsuan, Hsu^{2*}

蔡芮菁³
Ruei-Jing, Tsai³

陳亮言⁴
Liang-Yen, Chen⁴

【中文摘要】

本研究以「虎尾圓環素還真」為研究主題，以曾經到訪虎尾圓環觀看過素還真鋼雕作品的民眾為研究對象，主要研究目的在了解裝置藝術對於「地方意象」、「文化認同」與「地方依附」之間的影响程度，並驗證其因果關係。

雲林縣政府與虎尾鎮公所於2022年邀請雕塑藝術家楊柏林與霹靂布袋戲合作，為虎尾圓環量身打造一尊6公尺高的不鏽鋼素還真，首次將布袋戲元素轉化成當代藝術品，成為了虎尾鎮的新地標，後遇霹靂布袋戲大師「八音才子」黃文擇辭世，引起許多布袋戲迷前往虎尾圓環獻花致意，可見此鋼雕素還真已不是單純的藝術作品，應有其背後的情感特殊意義。

本研究希望透過深入探討，了解虎尾圓環素還真為虎尾鎮所帶來的地方意象、其布袋戲元素所影响的文化認同程度，以及其情感意義形成的地方依附感為何。因此，本研究預計以立意抽樣方式進行紙本及網路問卷調查，並透過描述性統計、信度分析、t 檢定分析、變異數分析、相關分析及多元迴歸進行實證分析。將針對上述探討之結論及其管理意涵，給予實務應用上與後續研究提供具體建議，希望分析結果能提供政府及相關單位在管理與經營上有更明確的方向與目標。

本研究結果顯示：1.受訪遊客的地方意象對文化認同及地方依附皆有顯著影响。2.受訪遊客的文化認同及對地方依附有顯著影响。3.虎尾建國眷村的遊客，其社經背景的不同在地方意象、文化認同及地方依附具有部分顯著差異。

【關鍵字】地方意象、文化認同、地方依附、布袋戲、公共藝術

¹ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 教授

² 國立虎尾科技大學 智慧產業科技研發博士學位學程 博士生

³ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 學士

⁴ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系碩士在職專班 碩士生

* 通訊方式：地址：雲林縣虎尾鎮文化路64號。電話：05-6315899。E-mail：D1081106@nfu.edu.tw

C2-2 節慶景觀意象與觀光目的地意象關係之研究

Exploring the relationship between festivalscape image and tourism destination image

顏玉真¹
Yu-Zhen Yen¹

王正平^{2*}
Cheng-Ping Wang^{2*}

陳家瑜³
Chia-Yu Chen³

【中文摘要】

節慶活動主辦單位常藉活動標誌性的景觀特色並搭配觀光地點營銷來吸引觀光人潮。本研究以新北市歡樂耶誕城為例，調查該活動之節慶景觀意象與觀光目的地意象，並探討節慶景觀意象和觀光目的地意象之間的關聯性。研究整合 Lee, et al. (2008)及 Kitterlin & Yoo (2014)兩研究所提之節慶景觀構面發展節慶景觀意象量表及 Echtner & Ritchie (1993)觀光目的地意象量表為基礎發展調查工具，於2023年12月透過現場發問卷的調查方式蒐集400位遊客對節慶景觀意象、觀光目的地意象以及受訪者背景，透過描述性統計、因素分析及典型相關分析探討節慶景觀意象與觀光目的地意象之關聯性。分析結果顯示受訪者對新北市歡樂耶誕城的節慶景觀意象最深刻的是「節慶活動場地布置漂亮」以及「市集活動豐富」兩項，相對地受訪者最不認同者為「食物價格合理」；受訪者對新北市板橋區觀光目的地意象最贊同的是「大眾運輸工具方便」、「都市/現代化程度高」以及「商業化程度高」三者，而對「海岸/海洋資源豐富」與「四季氣候舒適宜人」的觀光意象認同度較低。因素分析結果顯示新北市歡樂耶誕城的節慶景觀意象可萃取出：員工服務、紀念品、附屬設施、節慶內容、食物、便利設施及資訊等七個構面；相對地，觀光目的地意象則可萃取出：旅遊資訊、環境品質、資訊服務、購物商業、活動表演及安全易達等六個構面。典型相關分析結果則顯示新北市歡樂耶誕城節慶景觀意象中之員工服務、紀念品、附屬設施、節慶內容、食物與便利設施與觀光目的地意象中之旅遊資源、環境品質、資訊服務、活動表演及安全易達呈顯著關聯；此外，節慶景觀意象中之附屬設施及資訊兩構面與觀光目的地意象中之旅遊資源、資訊服務及安全易達等三者呈顯著關聯。此結果顯示節慶活動主辦單位可透過活動景觀意象的營造來形塑遊客對觀光目的地的意象，達到觀光目的地行銷之目的。

【關鍵字】節慶活動、節慶景觀意象、觀光目的地意象、典型相關

¹ 世新大學 觀光學系 學士

² 世新大學 觀光學系 教授

³ 世新大學 觀光學系 副教授

* 通訊方式：地址：台北市木柵路一段111號 M719室。電話：0918789143。

E-mail：cpwang@mail.shu.edu.tw

C2-3 圖書館環境氛圍、場所依戀與重遊意願之關係

Relationships between Environment Atmosphere, Place Attachment, and Intention to Revisit the Library

王志宏¹
Chih-Hung Wang¹

楊佩儒^{2*}
Pei-Ju Yang^{2*}

【中文摘要】

在當代社會中，公共圖書館不僅是知識的寶庫，更逐漸發展成為社區文化中心和休閒場所。近年來，圖書館面臨著轉型的挑戰與機遇，其中環境氛圍的營造成為吸引民眾、提升使用率的關鍵因素之一。國內外公共圖書館紛紛開始啟動空間新建或改造計畫，這些變革旨在打造一個舒適、多元化的空間，如建築設計、內部裝潢和家具擺放，引入生活美學和綠色生態的理念，更注重塑造能夠滿足使用者心理需求的氛圍，讓這些改造後的現代圖書館一個融合學習、休閒和社交功能的多元化空間，這種轉變反映了圖書館從傳統的知識儲存庫向現代化的公共文化空間的演進。

然而，圖書館在環境改造上投入了大量資源，關於這些改變如何影響使用者體驗的實證研究仍顯不足。特別是在環境氛圍對民眾情感連結和行為意向的影響方面，現有文獻存在明顯不足。本研究通過探討圖書館環境氛圍、場所依戀與重遊意願之間的關係，試圖填補這一研究缺口。場所依戀理論為本研究提供了重要的理論基礎，該理論認為個體會對特定場所產生情感連結，這種連結源於場所的物理特徵以及個體在該場所的經驗和記憶。在圖書館環境中，優質的氛圍設計可能會增強使用者的場所依戀感，進而影響其重訪意願。本研究假設，在於精心營造的環境氛圍，圖書館可以培養使用者的情感依戀，從而提高其重遊意願的可能性。

本研究採用便利抽樣方法與李克特量表(Likert scale)五點量表進行問卷調查，經由對來訪圖書館民眾進行問卷調查，蒐集關於環境氛圍感知、場所依戀程度和重遊意願的數據。這種方法不僅能夠量化環境氛圍的影響，還能深入了解使用者的主觀體驗和情感反應。研究結果預期將為休閒視野和圖書館管理，協助優化空間策略，提升使用者體驗。問卷題項共有35題，內容包括民眾對環境氛圍、場所依戀、重遊意願的感受與個人基本資料，預計發放400份問卷，實際收回367份有效問卷，並使用社會科學套裝軟體(SPSS)和結構方程模式(Structural Equation Modeling, SEM)進行驗證，以驗證各變項之間的因果關係。預計研究結果：環境氛圍正向且顯著影響場所依戀與重遊意願，當民眾感受到圖書館良好的環境氛圍時，會產生更強的場所依戀和提高重遊意願；場所依戀正向且顯著影響重遊意願，表示民眾對圖書館有強烈的情感連結，則越有可能再度重遊。最後，根據研究結果提出實務建議，以供圖書館管理者或相關單位做後續研究參考，並期望能幫助相關休閒場域提高服務質量和吸引力，從而成為更多民眾選擇的首選場所。

【關鍵字】環境氛圍、場所依戀、重遊意願、公共圖書館

¹ 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

² 國立臺中教育大學 永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程 研究生

* 通訊方式：地址：臺中市區柳川里興中街101-1號。電話：0928055167。

E-mail: stepea667@gmail.com

C3-1 探索觀光資源獨特性、旅客記憶與口碑推薦之關係研究：以自然取向旅遊為例

Exploring the relationships among perceived uniqueness of tourism resource, tourist memory, and word-of-mouth recommendation : A case study of nature tourism

黃鐘慶^{1*} 岑淑筱²
Chung-Ching Huang^{1*} Shu-Hsiao Tsen²

【中文摘要】

觀光資源是目的地發展觀光的重要基礎，而獨特的觀光資源更是吸引旅客前往自然旅遊地的動機之一，過往研究已證實，旅客的旅遊記憶與口碑推薦是自然旅遊研究中的重要探討議題，但卻鮮少有實證研究同時探索旅客知覺觀光資源獨特性、旅客記憶與口碑推薦之關係研究。因此，本研究採 Next-to-pass 現場抽樣方法，以高美濕地的遊客為研究調查對象，以瞭解觀光資源獨特性、旅客記憶與口碑推薦之因果關係。研究結果顯示，觀光資源獨特性會正向顯著影響旅客記憶與口碑推薦，旅客記憶會正向顯著影響口碑推薦，此外，旅客記憶在觀光資源獨特性與口碑推薦之間擔任部份中介的角色。本研究結果可彌補觀光資源獨特性概念在觀光旅遊領域中的研究缺口，協助關係理論之建構，此外，亦可提供自然旅客、旅遊地管理者、環境保護者相關實務與推廣之參考使用。

【關鍵字】自然旅遊、觀光資源獨特性、旅客記憶、口碑推薦

¹ 靜宜大學 觀光事業學系 副教授

² 靜宜大學 觀光事業學系 教授

* 通訊方式：地址：台中市沙鹿區台灣大道七段200號。E-mail：jchuang2@pu.edu.tw

C3-2 探討原住民經營露營區與永續發展策略之關鍵因素

Exploring the key factors in Aboriginal management of camping areas and sustainable development strategies

張賢盛^{1*}
Zhang Xian-sheng^{1*}

鍾怡純²
Zhong Yi-chun²

【中文摘要】

臺灣地形奇特多樣貌是非常適合休閒旅遊場域，特別是露營活動至今蓬勃發展中。因受限許多法規限制及公部門多頭馬車管理，使得國內露營區取得合法經營者極少。以台灣目前登記立案露營區約近1900家，而設置於原住民鄉大約占七成以上，看似經營露營產業對原住民經濟生活有提升效益，經文獻探討及專家實地訪談問卷後，發現優質山水環境條件是否能帶給部落一些新的契機且能永續長久發展。本研究以層級分析法來探討原住民經營露營區及永續發展策略關鍵因素，研擬出用四個評估構面及12項策略準則期能達到永續發展之效果，研究結果期能帶給原住民部落經營露營區及永續發展有實質效益及建議。

【關鍵字】原民部落、露營區、永續發展、層級分析法

¹ 長榮大學 經營管理博士班 博士生

² 私立長榮大學運動競技學系 助理教授

* 通訊方式：地址：台南市歸仁區八甲里大明三街67號。電話：0933195947。
E-mail：110D00171@mail.cjcu.edu.tw

C3-3 消費者選擇綠色旅館之影響因素與業者營運挑戰

Factors Influencing Consumer's Choice of Green Hotels and Operational Challenges for Hoteliers

廖云瑄¹
Yun-Hsuan Liao¹

林寶秀^{2*}
Bau-Show Lin^{2*}

【中文摘要】

在全球氣候變化的背景下，旅館業因其高耗能和廢棄物產生而被視為環境污染的重要來源之一。隨著環保意識的提升，綠色旅館概念逐漸興起，旨在通過節能減碳、資源回收等措施來減少對環境的影響。雖然綠色旅館實施各種環保措施，被認為是對環境友善的住宿選擇，並且民眾對環境問題的關注度不斷提高，但綠色旅館的實際入住率與民眾的環保意願之間仍存在顯著差距。過去的研究顯示，影響消費者選擇綠色旅館的因素是多方面的，但隨著時間推移，消費者的環保意識和行為可能發生變化。此外，綠色旅館的發展不僅涉及消費者的選擇，還涉及旅館業者的實際運營。因此，本研究旨在瞭解當前影響民眾選擇綠色旅館的關鍵因素，以及綠色旅館業者在推廣和運營過程中面臨的挑戰。

本研究採用質性研究方法，透過深度訪談分別對入住過一般旅館的5位消費者、入住過綠色旅館的3位消費者，以及1位綠色旅館的業者進行訪談，並從以下幾個方面進行分析：首先，探討消費者對綠色旅館的認知程度和主要資訊來源；其次，分析消費者在選擇旅館時的考慮因素，特別是環保因素在決策中的重要性；再次，瞭解影響消費者選擇或不選擇綠色旅館的具體原因；最後，從業者的角度，探討綠色旅館在實際運營中遇到的困難和挑戰，包括初期投資、客戶接受度、認證標準等方面的問題。研究發現，民眾對綠色旅館的認知度參差不齊。部分受訪者瞭解綠色旅館的概念，認為其主要特徵包括減少使用一次性用品、採用節能設備和環保建材等。在選擇旅館時，位置便利性、價格和舒適度仍是主要考慮因素，環保因素通常被視為加分項而非決定性因素。業者認為綠色旅館應涵蓋永續發展的各個方面，疫情期間住房率下降成為申請綠色認證的主要動機。業者實施的環保措施包括數位化改造和使用節能設備等。主要挑戰包括高昂的國際認證費用和初期設備升級成本。雖然環保標章未直接增加房客數量，但業者認為其有助於永續經營。業者希望政府能導入國際認證標準並簡化申請程序，以進一步推動綠色旅館的發展。

【關鍵字】永續旅館、環保意識、消費者意願

¹ 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 碩士生

² 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 教授

* 通訊方式：地址：臺北市大安區基隆路四段138號205室。電話：(02)33664867。

E-mail：doralin@ntu.edu.tw

C3-4 組織學習觀點探討促進觀光業市場知識之研究

Promoting market knowledge of tourism: The perspective of organizational learning

陳冠仰¹
Kuan-Yang Chen¹

【中文摘要】

儘管過去研究一致地認為提升觀光產業的市場知識可依循組織學習理論而來，但是仍有許多待探討之議題。一、由組織學習理論探討知識或其來源多從組織本體內部觀點來研究。二、儘管有研究從組織外部學習探討增進知識之前因，但皆以作者群各自單一觀點探究。三、誠如上述，缺乏整合組織內、外部學習探討增進企業知識前因之架構。四、缺少系統性探討從組織外部、內部學習的知識整合機制。本研究選擇市場知識為核心構念以契合組織內外部學習觀點來探討其前因。為達此目的，本研究採探索發現導向方式並以多重個案來勾勒出增進觀光產業的市場知識前因以及他們的中介機制-知識整合機制。本研究共訪問7家觀光產業之企業、發展出10個命題，以了解對實務與學術研究上從內外部學習觀點可知道如何學習市場知識，以及依架構供提出管理意涵與後續研究建議。

【關鍵字】市場知識、組織學習理論（內外部觀點）、多重個案

¹ 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系 副教授
通訊方式：地址：台北市北投區明德路365號-北護大休健系。電話：02-28227101#1250。
E-mail：kuanyang@ntunhs.edu.tw

C4-1 芳苑鄉生態旅遊與體驗經濟的融合：海牛、鐵牛遊程與海空步道的比較分析

Integration of Ecotourism and Experience Economy in Fangyuan Township: A Comparative Analysis of the Yellow Cattle Tour, Iron Cattle Tour, and Wetlands Trail

蔡宗成^{1*}
Tsai Tsung Cheng^{1*}

李素馨²
Su-Hsin Lee²

【中文摘要】

本研究以彰化縣芳苑鄉潮間帶的生態旅遊為核心，探討該地區的旅遊模式與地方產業及社區的互動關係。芳苑鄉擁有豐富的生物多樣性，如彈塗魚、招潮蟹及大杓鷗等，是台灣重要的濕地之一。然而，過去對於芳苑的研究多集中於農漁業生產及環境教育，對於生態旅遊的探討相對不足。因此，本研究旨在透過體驗經濟的分析，了解芳苑的海牛遊程、鐵牛遊程與海空步道，三個主要生態旅遊模式之現況與發展潛力，並從遊客的體驗感受中分析其優缺點，為地方產業與生態永續發展提供參考。

研究過程中，首先透過文獻分析，了解生態旅遊與體驗經濟的理論背景，並探討這些概念在地方發展中的應用。隨後進行研究訪談，涵蓋了參與芳苑生態旅遊的不同群體，包括遊程業者、旅客、普天宮人員、環保團體及地方業者等，藉此獲得多元觀點。最後，透過遊客的問卷調查與網路評論，分析不同遊程的體驗感受、重遊意願及消費行為，為芳苑生態旅遊模式的優劣勢提供實證依據。

體驗經濟可從娛樂、教育、逃避現實、審美四個面向進行深入探討，研究結果顯示，在娛樂面向上，乘坐海牛車與鐵牛車是一般民眾少有的體驗，再加上於潮間帶進行採蚶、挖文蛤、烤蚶、煮海鮮粥等活動，讓遊客留下獨特且難忘的體驗，比海空步道更可成功吸引消費者，加深重遊意願；在教育面向上，三者都能提供環境教育上的知識，但海牛與鐵牛遊程著重於潮間帶體驗，環境教育不夠深入，而海空步道沿途提供多樣解說牌，但民眾時常走馬看花，帶來的環境教育效果亦薄弱，因此三種遊程的體驗，有賴專業的環境教育導覽者加入，才有可能進一步深化教育面上的成功；在逃避現實面向上，三種遊程皆能達到效果，尤以海牛與鐵牛遊程深入潮間帶的效果更高，但海空步道在不同潮汐時間，以及傍晚可欣賞夕陽，亦能帶來不同程度的逃避現實效果，讓人暫時遠離日常生活的壓力；在審美的面向上，芳苑潮間帶的遊憩環境與設施，包含海牛與鐵牛車、濕地、底棲生物、候鳥、紅樹林、裝置藝術等，提供具有視覺吸引力和美感的體驗，可吸引喜歡沉浸於美景，與拍攝美景的愛好者前來。芳苑現行的生態旅遊模式，雖然為地方經濟帶來一定貢獻，但同時也暴露出旅遊設施不足、遊程單一、遊客重遊意願不高等問題，且芳苑的生態旅遊著重於潮間帶，在地方社區的參與及產業配合有明顯不足的現象，使生態旅遊與地方經濟的成效無法有效發揮，再加上風力發電機組、太陽能板的設置，未來將對本地生態旅遊造成負面衝擊，在永續發展上產生長遠的隱憂。

【關鍵字】生態旅遊、體驗經濟、海牛遊程、鐵牛遊程、海空步道、社區營造

¹ 國立北港高中 專任代理教師

² 國立臺灣師範大學 地理系 教授

* 通訊方式：地址：彰化縣芳苑鄉漢寶村芳漢路漢一段557巷一弄45號。電話：0952892656。

E-mail：g261836eric@yahoo.com.tw

C4-2 張家界國家森林公園影響情感體驗之關鍵因素—結合文本析 與DEMATEL

Key factors affecting emotional experience in Zhangjiajie National Forest Park - Combining text analysis and DEMATEL

江明翰¹
Ming-Han Chiang¹

【中文摘要】

國家公園和保護區目前是自然旅遊的熱門地點，每年在中國的遊客數量高達20多億人次。中國目前有5個國家公園與一千多個保護區，這使得在自然旅遊市場的競爭非常激烈，國家公園在保護自然資源下，要如何為遊客創造和提供難忘的旅遊體驗，用以贏得遊客的選擇。換言之，要如何提升遊客對國家公園的情感體驗？本研究以張家界國家森林公園為研究對象，透過 ROST 軟體，將大量文本訊息進行分類、排序和提取，依據相關文獻與修正式德菲法的三級編碼步驟，建構評估影響遊客對張家界國家森林公園情感體驗關鍵因素之層級架構，再透過 DEMATEL 專家問卷取得因素間的相依關係與因果關係，最後根據網路關係圖找到關鍵因素，並提供可改善的地方。研究結果顯示，管理者必須先從「景區管理」與「時間節點」改善，定能提升遊客對張家界國家森林公園的情感體驗。

【關鍵字】張家界國家森林公園、情感體驗、DEMATEL

¹ 國立臺南護理專科學校 化妝品應用科 助理教授
通訊方式：地址：臺南市中西區民族路2段78號。電話：06-2110315。
E-mail：c0910680388@mail.ntin.edu.tw

C4-3 文化藝術在地方性建構與發展之共創模式—以埔里森林逐燈祭為例

A Co-creation Model for Local Construction and Development of Culture and Arts: A Case Study of the Puli Lantern Festival

董豐菱^{1*}
Fong-Ling, Dong^{1*}

吳淑玲²
Shu-Ling Wu²

【中文摘要】

自2019年在埔里鎮公所的支持下，埔里在地青年本著創造出一個高度埔里在地識別度活動的初衷，開始辦理「埔里森林逐燈祭」，至2024年共計舉辦了五年的「埔里森林逐燈祭」，此活動已經成為埔里鎮鎮民每年元宵節前後，最期待的節慶活動，參觀者也從2019年的2,000人次參與，擴增至2024年的25,000人。「埔里森林逐燈祭」與過去埔里地方活動最大的差異處在於在地居民的藝術參與創作，2024年已有高達900件的在地藝術創作展出，此外，於2024年此活動也開始進入跨國交流，有100位來自日本鹿兒島出水市的民眾藝術展品參與其中。鑑於研究者在五年「埔里森林逐燈祭」的活動辦理中，均扮演核心且具關鍵性決策與執行的角色，因此本研究以著重於在實際情境中找出各種隱含/潛在問題，並設計出相應之問題解決行動方案，以產生持續性行動循環的行動研究法，發掘出五年「埔里森林逐燈祭」舉辦之動機、問題辨識、解決方案、策略方向與目標及利害關係人之轉變；此外，本研究也透過5位活動辦理參與者及7位參加活動的在地居民的一對一訪談發現「文化藝術展品」已從一開始單純的主題內容設計元素，轉變成能夠實際促發「在地性」、「民眾參與度」及「國際交流」等地方活動效益的重要取徑，由此，本研究發掘了一個以地方建構出發的節慶活動，「文化藝術」對於居民觀點中的在地性定義及在地意象的詮釋，也透過逐年的展品辦理模式之分析比較，找到一個文化藝術參與的在地性建構可能模式。本研究之研究結果將可提供後續台灣地方性活動辦理之參考，同時也能提出一個重視檢視「文化藝術」於地方活動中實踐的意義的研究方向。

【關鍵字】埔里森林逐燈祭、行動研究、在地性、文化藝術共創

¹ 順騎自然有限公司 經理

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 副教授

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮東榮路119號。電話：0912977962。E-mail：pony8021@gmail.com

C5-1 臺南市灣裡地區休閒資源評價模式建構與實證

Constructing a Leisure Resources Evaluation Model and Empirical Study in the Wanli Area of Tainan City

黃宗誠^{1*}
Tsung-Cheng Huang^{1*}

向婉蕎²
Wan-Qiao Xiang²

許桂樹³
Kuei-Shu Hsu³

【中文摘要】

近年來，臺灣面臨人口失業、少子化與高齡化等問題，地方創生思維因而萌芽。惟地方創生之首要前提，即在於掌握地區休閒資源特性。評估地方休閒特色資源，整合塑造地方創意亮點策略，成為地方創生之核心關鍵。本研究以臺南市灣里地區為對象，採量化方法進行休閒資源評價模式建構與盤點實證。結果發現「自然與人文資源群」涵蓋的休閒資源項目，係現階段吸引遊客之核心方向，灣裡地區地方創生策略應優先考量妥適強化與利用。「本土特色資源群」與「季節變換資源群」休閒資源項目現況較差，未來應進行整體性規劃改善，提高地區性休閒吸引力，俾利全面拓展灣裡地區地方創生策略。

【關鍵字】地方發展、社區營造、都市行銷、設計翻轉

註：本文係嘉南藥理大學112年度校內重點研究補助計畫(計畫編號：CN11216)之部份成果

¹ 嘉南藥理大學 休閒保健管理系(含碩士班) 副教授

² 嘉南藥理大學 休閒保健管理系(含碩士班) 研究生

³ 嘉南藥理大學 應用空間資訊系(含空間環境資訊科) 教授

* 通訊方式：地址：臺南市仁德區二仁路一段60號。電話：(06)2664911分機6531。

E-mail：tchuang@mail.cnu.edu.tw

C5-2 從許謀老古厝出發再造後寮新榮景

Rebuilding the new prosperous scene of Houliao: Starting from the old traditional house of Xu Mou

陳啟雄¹
Chi-Hsiung Chen¹

葉永和²
Yung-Ho Yeh²

王明輝^{3*}
Ming-Huei Wang^{3*}

【中文摘要】

澎湖後寮村曾是白沙鄉最富麗繁榮的農漁村，村裡擁有為數相當多的老古厝，許謀老古厝則是其中最為宏偉又精緻的建築之一。然因村內大多數老古厝長年無人居住，年久失修，目前已逐漸傾倒與崩塌，當年老古厝富麗、繁華景象已不復見。因此，如何重新維修這些老古厝，尤其是重塑許謀老古厝的建築，及其歷史故事，以重現地方往日榮光，並帶動地方文化及觀光事業發展，確是澎湖發展文化觀光的應予重視的課題。研究旨在探討了如何利用文化遺產作為社區再生的催化劑，具體以許謀老古厝為案例，分析其在後寮地區新榮景創造中的角色。許謀老古厝作為一座具有歷史價值的建築，不僅是地方文化的象徵，更是社區凝聚力的核心。研究採用質性研究方法，通過訪談、實地觀察及文獻分析，深入了解老古厝修復過程及其對社區發展的影響。研究發現，許謀老古厝的再利用，不僅能促進了文化旅遊的發展，還能帶動了當地經濟的多元化。透過舉辦老古厝導覽，以及後寮故事館展覽等文化活動，老古厝成為了居民和遊客的交流平台，增強了社區的文化認同感。此外，老古厝的修復過程中，當地居民的參與提高了他們對文化遺產保護的意識，並促進了社區的可持續發展。

【關鍵字】許謀、老古厝、文化遺產、社區再生、後寮

¹ 亞洲大學 副校長暨創意設計學院院長

² 亞洲大學 數位媒體設計學系博士班 研究生

³ 澎湖科技大學 通識教育中心 教授

* 通訊方式：地址：澎湖縣馬公市六合路300號。電話：06-9264115轉5316。

E-mail：mhwang@gms.npu.edu.tw

C5-3 建構美好心景：公共藝術與地方創生的永續實踐

Mindful Landscape: Sustainable Public Art and Place-Making Practices

趙庭蔚¹
Ting-Wei Chao¹

陳意玲^{2*}
Lynn I-Ling Chen²

【中文摘要】

節慶活動常被視為促進觀光和經濟效益的重要手段。然而，隨著社區營造與地方文化意識的提升，節慶活動逐步轉型為一種文化實踐，不僅展示地方特色，更透過公共藝術深化社區認同與文化價值 (Cilliers & Timmermans, 2014)。過去的節慶活動研究多著眼於經濟效益，對於公共藝術作為文化觸媒，在地方創生中有效連結社區與文化，並促使參與者省思藝術作品背後社會意涵的研究仍然有限 (Sharp et al., 2020)。本研究探討藝術節慶如何透過公共藝術凝聚社區共識，建構屬於社區的美好心景，並推動持續發展，超越短期經濟效益的限制。本研究應用靜心設計概念，以了解公共藝術創作者對物件及空間的覺察與涉入，體現作品深層的內在意涵 (Li et al., 2023)。採用質性研究方法，以台南「月津港燈節」作為個案，透過與公共藝術創作者及居民的深度訪談，詮釋藝術節慶活動對社區文化的積極影響，並進一步探討其持續發展的潛力。本研究在理論上的貢獻在於擴展靜心概念於節慶觀光及地方創生；實務上的貢獻則為藝文創生提供可持續發展的具體建議。

【關鍵字】公共藝術、地方創生、靜心、共創

¹ 國立屏東大學 休閒事業經營學系 碩士研究生

² 國立屏東大學 休閒事業經營學系 助理教授

* 通訊方式：地址：屏東市民生東路51號 (屏商校區)。電話：+886-8-7663800 Ext.32657。

E-mail：lynn.cheniling@mail.nptu.edu.tw；lynn.cheniling@gmail.com

D1-1 線上台語遊戲介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響

Intervention of Online Taiwanese Games for Inducing Learning Motivation in Language and Profession

涂宏明¹
Hung Ming Tu¹

【中文摘要】

全球景觀遊憩與農園藝產業上經常遇到語言不同的溝通問題，在臺灣學生上主要問題在於對本土語言的疏離，以台語來說近九成不熟悉台語，未來進入職場將遇到語言隔閡與溝通問題。因此本研究試圖解決園藝景觀與遊憩觀光就業職場上經常會遇到需要使用台語溝通的場合，過去研究計劃在不影響既有課程內容下，每週課程最後5分鐘進行課程相關台語教學，本次加入期末線上遊戲做探討，遊戲其實就是良好深化語言學習的一種方式，可以短時間沉浸在遊戲中不自覺的學習知識，除了語言也可能提升專業學習動機。引使本次研究主要目的在課程期末將課程台語詞彙結合專業課程內容以線上遊戲方式作為期末總複習作業，引發專業與台語學習動機。

研究納入5門園藝景觀課程，包含景觀設計、景觀規劃、遊憩社會心理學、景觀生態學、景觀研究法，共91位學生，每週課程最後5分鐘進行課程相關台語教學，前半部課程以專業詞彙與衍生生活詞彙做句子練習，後半部課程進行羅馬拼音教學，不同課程的詞彙不同，課程需要進行台語錄音並上傳到作業平台。最後於期末完成線上台語遊戲進行總複習，遊戲中之文字皆是課程專業內容，完成遊戲要填答台語文字。研究採用單組後測設計，於期末調查學習動機，調查為匿名方式，最後有效樣本為30份有效問卷。調查內容包含量化量表評估課堂學習動機、自我學習動機、專業學習動機、台語學習動機、台語遊戲幫助，皆以七點尺度填答，並以質性開放式問題填寫調查整體專業課程、台語教學與期末台語遊戲的內外動機、學習阻礙與改善建議。

研究結果指出學習動機評分介於5.00至6.08分，代表課程皆能引起學生課堂學習、自我學習、專業學習、台語學習之動機，並認為台語遊戲具有幫助。質性分析上指出整體園藝景觀課程課程內容的有關且豐富實用，增進專業與未來工作能力，課程結合台語很新奇。台語教學介入後引起台語學習動機，認為特色是台語專業詞彙、簡單易懂有趣、生活化和拼音教學是主要特色，錄音跟自學資源重要，並有助實務工作、日常對話與自我成長，學習阻礙是已經熟悉台語及沒興趣。台語遊戲亦增加學習動機效果，認為有趣並有助複習且寓教於樂，並可訓練邏輯思考，改善建議是遊戲說明跟題目應更清楚為佳。整體台語教學及遊戲評價正面並引起學習動機，適當於課堂介入語言是種可行的教學方法。

【關鍵字】台語、線上遊戲、微轉教學、語言學習、學習動機

註：本研究計畫受教育部教學實踐研究計畫與永續農業創新發展中心高教深耕計畫補助

¹ 國立中興大學 園藝學系、景觀與遊憩學士學位學程、永續農業創新發展中心 副教授

* 通訊方式：地址：台中市南區興大路145號作物科學大樓。電話：04-22840340#813。

E-mail：hmtu@dragon.nchu.edu.tw

D1-2 大學校園規劃對大學生生心理健康之影響

The Impact of University Campus Planning on College Students' Physical and Mental Health

蘇愛嬪¹
Ai-Tsen Su¹

張伯茹^{2*}
Po-Ju Chang^{2*}

【中文摘要】

根據世界衛生組織的資料，自殺已經成為全球青年人口的第二大死因，青少年每天都面臨著不同的壓力。預防醫學強調維持良好生活型態以促進健康，世界衛生組織亦提出健康促進大學之發展架構。良好的校園規劃型態應具備高路網連通性、土地利用混合、具都市紋理及緊湊的校園密度且綠化程度高的特徵。本研究旨在調查台灣大學校園規劃對大學生利用開放空間和健康生活方式的影響，並對現有校園規劃和設計進行回饋，進而創建更有利於學生身心健康的校園環境。本研究主要建立校園空間地理資訊資料庫，並收集校園規劃設計元素，進行校園綠地與戶外空間評估。調查工具包括開放街圖、內政部國土測繪中心和 Landsat8 衛星影像等。問卷部分共收集714份有效問卷，內容涵蓋學生的綠地使用頻率、知覺恢復、健康促進生活型態等變項。

研究發現，良好的校園綠地設計能顯著提升學生的心理健康，降低壓力與焦慮水平，並增強社交互動和學習效能。定期參與校園綠地活動的學生不僅心理健康水平較高，也更能感受到生活的滿意度和幸福感。校園綠地不僅提供了適合學習和社交的環境，還有助於學生從學業壓力中恢復和放鬆。統計分析顯示，校園綠地使用頻率與健康促進生活型態呈顯著正相關。研究結果支持大學校園綠地在促進學生心理和生理健康中的重要作用。校園規劃應整合自然元素，提供多功能的綠地，滿足學生的健康與休閒需求。綠地的有效規劃應包括靜態和動態活動區域，如休息座椅、運動器材和安全照明等設施。學校應該通過教育和活動來鼓勵學生使用綠地，例如組織定期的戶外活動、運動比賽或環境教育課程，提升學生對環境保護的認識和責任感。本研究強調校園綠地在提升學生身心健康和學習效能中的重要性。良好的校園規劃應將健康促進作為核心考量因素，積極整合和利用校園綠地資源，以創建一個更加健康的學術環境。未來的研究應繼續探索不同校園規劃設計對學生健康的長期影響，並提出具體的規劃建議以提升校園環境的友善度和可達性。

【關鍵字】健康促進、校園規劃因子、綠地休閒活動

¹ 國立臺北教育大學 社區與區域發展學系 助理教授

² 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 副教授

* 通訊方式：地址：台北市基隆路四段138號。電話：02-33664864。E-mail：pojuchang@ntu.edu.tw

D1-3 臺灣大專學生行為介入對於可食用昆蟲接受度影響

Effects of Behavior Interventions on the Acceptance of Edible Insects Among University Students in Taiwan

譚可婕^{1*}
Ke-Jie Tan^{1*}

趙芝良²
Chih-Liang Chao²

【中文摘要】

現代的糧食生產方式導致氣候變化，危及人類健康，同時加劇糧食不安全，隨著永續飲食成為社會大眾關注的趨勢，可食用昆蟲 (edible insects) 在西方國家近年有著更廣泛的認同及推廣。本研究以臺灣本島大專院校學生為母體，依據北、中、南、東進行比例抽樣，預計進行410份有效樣本之調查，再以結構方程模式進行分析，並實證計畫性行為理論 (Ajzen, 1991) 結合千禧世代年輕人氣候焦慮的特徵作為變項，探究環境/個人利益資訊增強的行為介入能否影響食用昆蟲之意願。

【關鍵字】可食用昆蟲、計畫性行為理論、氣候焦慮

¹ 國立清華大學 環境與文化資源學系 大學部學生

² 國立清華大學 環境與文化資源學系 副教授

* 通訊方式：地址：新竹縣竹北市光明六路578號。電話：0975252482。E-mail：Tanke5427@gmail.com

D2-1 Resident's Attitude toward Social Impacts of Festival: Differences between Online and On-site Survey Methods

Le Phuong Anh¹

Lai-Hsin Lai^{2*}

【Abstract】

Festivals and events can impact the local economy and tourism, and planning for socio-cultural impacts is key to their success. However, while economic development impacts of events are widely studied, social impacts are more difficult to measure objectively, leading to less focus on socio-cultural issues. By analyzing how survey methods influence attitudes and opinions about festival-related social impacts, it builds on existing literature that underscores how survey format can shape responses of local people. Previous research indicates that online surveys may result in less engaged and more detached responses, while on-site surveys often capture more nuanced and contextually relevant responses. This study aims to provide a comprehensive understanding of how these methodological differences impact the resident's assessment of social impacts related to local festivals. The research aimed to compare the difference between two types of survey group: on-site and online, so an independent sample t-test is employed for comparative analysis. The variables/dimensions examined include social impacts, social benefits, community benefits, individual benefits, and social costs. Analysis of data from 206 on-site and 204 online surveys revealed significant differences between the two survey modes. Online respondents reported lower social costs compared to on-site respondents, with significant differences found in social benefits, community benefits, social costs. No significant differences were observed in social impacts, and individual benefits between the two groups.

These variations likely result from differing levels of engagement and direct experience with the festival, as on-site respondents, with more direct involvement, offered a more nuanced view of benefits and costs. In contrast, online respondents may be more detached and less aware of associated costs. This highlights the importance of considering survey methodology in capturing accurate resident attitudes, emphasizing the need for diverse survey methods to provide a comprehensive understanding of community dynamics. Future research should further explore these methodological differences to better understand their impact on perceptions and attitudes. Methodologically, this study incorporates a robust mixed-methods approach that combines online with on-site survey data. By comparing online and on-site survey responses, the study reveals significant differences in attitudes toward local festivals, emphasizing the importance of diverse data collection methods in capturing an integrated view of community attitudes.

【Keywords】 Festivals, Residents, Social Benefits, Social Costs, Online Survey, On-site Survey

¹ Graduate Student, Department of Tourism, Recreation and Leisure Studies

² Assistant Professor, Department of Tourism, Recreation and Leisure Studies

* Correspondence: Address: No. 1, Sec. 2, Da Hsueh Rd., Shoufeng, Hualien 974301, Taiwan, R.O.C.
Telephone: 03-890-5611 E-mail: lhlai@gms.ndhu.edu.tw

D2-2 檢驗感知危險於不同事件類型之概念架構

Examining Conceptual Framework of Perceived Danger in Different Event Types

郭怡君^{1*}
Yi-Chun Kuo^{1*}

鄭佳昆²
Chia-Kuen Cheng²

沈立³
Li Shen³

【中文摘要】

危險的感受可能會降低環境品質以及人們接觸環境的意願，因此感知危險被視為環境體驗和遊憩管理上重要的議題之一。過去感知危險的研究大多透過單題整體危險進行評估，近期也有研究參考風險感知的定義及概念架構（可能性、後果嚴重性）發展感知危險的定義及概念架構；但是其研究結果卻顯示，受測者難以區分感知危險概念架構中的可能性與後果，導致難以釐清可能性與後果之關係，進而影響藉由多構面問項評估感知危險的可行性。

過去感知危險的研究大多不限於特定事件或環境類型，而風險感知的研究設計大多針對特定事件類型評估；因此由風險感知發展而出的感知危險之概念架構，適用的討論範圍是否該限於特定事件中，仍須再釐清。因此本研究欲透過不同的事件類型，檢驗感知危險架構中可能性及後果嚴重性兩種概念間之關係。

本研究透過電子照片問卷進行調查，為了檢驗不同事件類型對於感知危險概念架構之影響，研究將六種事件類型置入可能性、後果。特定事件類型共有五種，包含社會犯罪、野生動物攻擊、方向感迷失、險峻環境、天災；並以設置不特定事件的對照組。受測者被隨機分配至一種的事件類型，觀看照片填寫問卷。受測者針對 12 張不同景觀照片評估後果嚴重性、可能性、及整體感知危險，並進一步分析變項間之關係。照片由網路上選取，並排除可能的干擾因子。

研究結果顯示在特定事件類型中，受測者可以區分可能性和後果，且可能性與後果之關係於不同事件類型中確實有所不同，也顯示事件類型影響受測者對於可能性和後果的判斷。表示在特定事件類型的框架中，有助於釐清感知危險概念架構中可能性與後果之關係。本研究結果有助於釐清感知危險之概念架構、事件類型、可能性及後果之關係，也能協助未來資源開發管理。

【關鍵字】感知危險、風險感知、可能性、後果、事件類型

¹ 國立台灣大學 園藝暨景觀研究所 博士生

² 國立台灣大學 園藝暨景觀研究所 副教授

³ 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 助理教授

* 通訊方式：地址：台北市基隆路四段138號201室。電話：(02)33669759。

E-mail：f08628307@ntu.edu.tw

D2-3 帳篷之空間陳設與使用行為—以KAZMI品牌帳篷為例

Interior Furnishings and use Behavior of Tent : A Case Study of KAZMI Tents

黃慶輝¹
Ching-Hui Huang¹

林映嘉^{2*}
Ying-Jia Lin^{2*}

【中文摘要】

近年來，露營活動由過去的戶外生存逐漸轉變為注重休閒與居家感的趨勢，露營裝備與擺設變得更加多元與生活化。在露營中，除了野餐和聚會等常見活動，越來越多人喜歡在營地上打造獨特的露營居住空間，這些空間反映了個人的品味和喜好。現代的露營者更傾向於將露營視為一種生活的療癒體驗，不僅享受大自然，也注重人們之間的交流。因此，團體露營也成為近幾年的一種流行方式，尤其受到親子家庭和共同持有帳篷品牌的群體青睞。然而，目前的研究多集中於露營炊具設計（王元魁，2017）、活動體驗價值（陳品君，2016）和露營動機（傅惠蘭，2005）等方面，針對空間使用與陳設之影響的探討較為少見。因此，本文的研究目的為比較露友其帳篷空間陳設的心理因素、探討帳篷空間與居家空間之間的鏈結關係以及解析規劃帳篷空間對個人使用行為和空間需求認知的影響。本文的研究方法採用個案研究法並以訪談法及參與觀察法蒐集資料。研究成果指出，帳篷空間的陳設會受到生活習慣及個人喜好影響，其中受訪者認為，露營風格與擺設並不會因自身成長的環境而影響，因為喜好會隨著年齡改變，應該要看當下的自己喜歡哪種風格。如同文獻探討中伍麟與郭金山（2002）研究指出，每個人所生活的文化背景皆為不同，自然對環境與空間之看法有所差異，這可通過人們從小的教育和社會化後對事物所形成的基礎價值與觀念來決定他們的環境意識和行為。以及帳篷空間與居家空間的鏈結關係是非常密切的，這種鏈結關係主要來自於個人生活中的習慣，並影響他們在帳篷空間中的使用行為與空間擺設方式，如同《空間的語言》一書中所述「空間的本質在於我們自身行為舉止對外的延伸」（Lawson, Bryan, 2003, 頁36）。以上通過露友的空間行為分享，為新手露營者提供裝備購買的選擇參考與了解自身的生活模式，從中來創造適合自己的帳篷居住空間，以及提供露營用品店在未來針對裝備與家具的銷售趨勢和走向。本次研究針對不同露營者所呈現出的空間進行環境心理與使用行為分析，在未來將透過更多露營者與不同品牌之帳篷持續進行探討，進而理解每位露營者其影響帳篷空間陳設的心理因素。

【關鍵字】帳篷擺設、休閒露營、環境心理、生活行為、空間鏈結

¹ 中原大學 室內設計系 副教授

² 中原大學 室內設計系 研究生

* 通訊方式：地址：桃園市桃園區中正路708號 A1-3F。電話：0966879016。

E-mail：a24299252@gmail.com

D3-1 How Tourism, Leisure and Hospitality Industries Follow Environmental, Social, and Governance (ESG) Principles to Achieve Sustainable Operations

Kuo-Hung Chang^{1*}

Shang-Yung Yen²

Wen-Chieh Chuang³

【Abstract】

The tourism, leisure, and hospitality industries face significant challenges and opportunities under the global push for sustainable development. This research explores how the industry can achieve long-term stability through Environmental, Social, and Governance (ESG) principles and sustainable management. By examining the practices of three representative companies, the study systematically analyzes their specific measures and management principles to provide feasible paths for the industry's future. Through online data collection and in-depth interviews, the research highlights the challenges companies encounter in balancing economic benefits with social and environmental interests, and integrate ESG principles into daily operations. To address these challenges, the study proposes potential improvements, offering practical guidance. It emphasizes the importance of balancing financial gains with social and environmental responsibilities and achieving sustainable development through corporate governance. The research aims to impact both academic and practical fields positively, encouraging more companies to engage in ESG and sustainable management, thereby creating greater social value. Ultimately, provide the tourism, leisure, and hospitality industry with a comprehensive ESG and sustainable management framework to navigate a complex business environment, ensuring coordinated economic, social, and environmental development for the industry's and society's sustainable future.

【Keywords】 Environment, Society, Governance, Corporate Sustainability

¹ PhD student, Department of Industrial Engineering and Systems Management, Feng Chia University

² Professor, Department of Business Administration, Feng Chia University

³ Assistant Professor, Department of Industrial Engineering and Systems Management, Feng Chia University

* Correspondence: Address: 8th Floor, No. 30, Zhongqing West 2nd Street, Xitun Dist., Taichung City
Telephone: 0930-877456 E-mail: chang.kuohung@gmail.com

D3-2 不同遊憩場域遊客負責任環境行為模式之研究

The Study of Environmentally Responsible Behavior Models of Tourists in Different Recreational Settings

曾筠涵¹
Yun-Han Tseng¹

黃文雄²
Wen-Shiung Huang²

謝奇明³
Chi-Ming Hsieh³

吳忠宏^{4*}
Homer. C. Wu^{4*}

【中文摘要】

本研究旨在探討的目的地認同、環境關懷與負責任環境行為三變項間之因果關係，進而檢測環境關懷在上述關係中之中介效果，同時，瞭解不同場域之調節情形。研究者以便利抽樣的方式針對不同型態的旅遊目的地之遊客進行問卷調查，分別為濕地型的台江國家公園，獲得312份；山岳型的杉林溪森林生態渡假園區（簡稱：杉林溪園區），獲得418份，總計有效樣本730份。研究結果顯示，目的地認同會正向且顯著影響環境關懷與負責任環境行為，環境關懷亦會正向且顯著影響負責任環境行為；而，環境關懷在不同場域都能扮演中介角色；此外，三變項之關係中，於不同場域，其路徑關係亦會不同。最後，根據研究結果，研究者提出了實務管理意涵和未來研究建議，供相關管理單位和後續研究者做為永續發展之參考。

【關鍵字】目的地認同、環境關懷、調節效果、中介效果、旅遊目的地

¹ 國立臺中教育大學 永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程 專任助理

² 嶺東科技大學 觀光與休閒管理系 副教授

³ 國立中興大學 國際農企業學士學位學程 特聘教授

⁴ 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

* 通訊方式：地址：台中市西區民生路140號。電話：04-22183552。E-mail：hewu@mail.ntcu.edu.tw

D3-3 部落旅遊遊客之旅遊體驗與生活品質關係之研究

A Study on the Relationship between Tribal Tourism Visitors' Travel Experiences and Quality of Life

陳怡伶¹
Yi-Ling Chen^{1*}

張嵐蘭^{2*}
Lan-Lan Chang^{2*}

【中文摘要】

近年部落旅遊在政府政策的推動下，成為新興的潮流。本研究旨在探討部落旅遊遊客之旅遊體驗與生活品質之間的關係，以南投縣武界部落之遊客為研究對象。以不記名問卷調查之方式進行量化研究，資料收集時間自 2024年 3月至 4月，對遊客進行旅遊前後的生活品質測量，並以娛樂體驗、教育體驗、美感體驗與逃離體驗檢驗旅遊體驗與生活品質的關係。本研究以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析測得部分個人背景變項對旅遊體驗與生活品質具有顯著性差異，而以迴歸分析進行旅遊體驗與生活品質之關係探討時，發現部落旅遊之教育體驗與美感體驗對遊客之生活品質有正面作用，具顯著差異。

本研究建議未來在規劃部落旅遊活動時，應強化部落旅遊之旅遊體驗，從而提升遊客的整體生活品質。此外，進一步的研究可考慮更多的樣本數及多樣化的研究方法，以驗證本研究之結果並提供更全面的見解。

【關鍵字】 部落旅遊、旅遊體驗、生活品質

¹ 台中市后里區育英國民小學 教師

² 亞洲大學 經營管理學系 助理教授

* 通訊方式：地址：台中市霧峰區柳豐路500號。電話：0988968495。E-mail：claire69@asia.edu.tw

D4-1 疫情後國旅消費行為的改變—在民宿產業

Changes in Domestic Tourism Consumption Behavior After the Pandemic-In the Bed and Breakfast Industry

江庭羽¹
Chiang, Ting-Yu¹

【中文摘要】

旅遊業是在疫情中受衝擊最為嚴重的產業之一。在跨國旅行限制和防疫的壓力下，國際旅遊市場一度陷入停滯，國旅成為消費者的主要選擇，所以國旅出現了報復性增長。但隨著以情趨緩及邊境解封，國旅市場逐漸疲軟，消費者的旅遊行為和選擇偏好也在發生顯著改變，特別是在民宿產業，這些變化特別明顯。

疫情後，消費者對旅行中的心理安全感需求增加，這促使業者需要更加關注旅客的心理舒適度，提供更靈活的取消政策以及確保住宿和交通的衛生安全。他還強調，旅遊業的復甦需要時間，業者應該著眼於提供更高質量的服務來吸引回頭客(McCabe,2020)。本研究採用質性研究方法，具體使用了「大師內容分析」。質性研究旨在深入理解疫情後國內旅遊消費行為的改變及其背後的驅動因素。通過分析大量來自不同專家的觀點、學術文章和行業報告，及作者長期在產業中與客人透過深度訪談的經驗。系統地梳理了疫情對消費者行為、旅遊業市場動態及民宿產業的影響。

疫情後國內旅遊消費行為的改變對民宿產業產生了深遠的影響。從報復性旅遊的短期繁榮到市場逐漸回歸理性。民宿產業必須在提升服務質量、強化品牌特色和加強數位化運營等方面持續努力。通過適應消費者需求的變化，來維持足夠的競爭力。

【關鍵字】國旅、消費行為改變、民宿產業、社群媒體行銷

¹ 淺山民宿 負責人

通訊方式：地址：南投縣埔里鎮北平街兩百零九號。電話：0928025550。E-mail：t411477@gmail.com

D4-2 合作學習教學法對於高齡者體適能之成效

The Effectiveness of Cooperative Learning Teaching Methods on Older adults Physical Fitness

林欣慈^{1*}
Shin-Tzu, Lin^{1*}

何信弘²
Hsin-Hung, Ho²

【中文摘要】

臺灣在2018年已經邁入高齡社會，預計於2025年將進入超高齡社會，據推估老年人口占總人口比率將持續提高 (國家發展委員會，2022)。如何促進高齡者的健康老化已經成為當前社會極為關注的議題，高齡者身心健康近年也因此開始備受重視。政府、學術界與民間團體紛紛開始研究推廣高齡相關運動課程，但高齡運動課程多著墨在課程內容，對於教學方法卻缺少關注。長期以來在高齡運動教學上習慣採取傳統教學方式，造成缺乏可教學的操作性與教學活動的特色。但在許多研究中都發現，教學策略對於教學課程一定是具有優化、概括、加工的中介效果，並同時有加強教學設計、研究教學過程的促進作用 (張少熙，2015)。若能把適合的教學策略運用在高齡課程中，研究者相信對於學習成效會有更好的效益。**目的：**探討合作學習的教學方法介入高齡體適能訓練課程後，對功能性體適能之影響。**方法：**本研究總共募集了42位65歲以上高齡者，參與每週三次為期八週的合作學習與傳統教學介入體適能運動課程。並於課程參與前後以功能性體適能測試，了解其合作學習與傳統教學的差異性。**結果：**經過研究發現，合作學習與傳統教學組除了下肢柔軟度外，其餘功能性體適能項目都呈現顯著，合作學習組在下肢肌力與心肺功能測驗中顯著進步傳統教學組。**建議：**經由研究發現，合作學習運用在高齡運動上確實獲得顯著的效益，建議未來在高齡課程中將教學模式的變項帶入高齡課程，將帶給高齡者更好的運動成效。

【關鍵字】高齡運動、教學策略、功能性體適能

¹ 國立屏東科技大學 助理教授

² 國立清華大學大學 兼任助理教授

* 通訊方式：地址：新竹市東區南大路521號。電話：02-28912847。

E-mail：drive-shares-dm-noreply@google.com

D4-3 公園動物對可愛感、狀態焦慮及景觀偏好之影響

Effects of Animals in the Park on Perceived Cuteness, State Anxiety, and Landscape Preference

袁佩娟¹
Pei-Chuan Yuan¹

張伯茹²
Po-Ju Chang²

蘇愛嬪^{3*}
Ai-Tsen Su^{3*}

【中文摘要】

心理健康在繁忙都市生活中愈發重要，而觀看自然景觀及動物影像皆能有效減輕壓力、提升幸福感，然而，景觀中的動物與心理感知關係之研究相對較少，因此，本研究目的為探討景觀中動物種類及數量對可愛感、狀態焦慮及景觀偏好之影響。研究方法採用問卷調查，刺激物為5張公園景觀之模擬照片，其中動物種類分為無動物、赤腹松鼠(*Callosciurus erythraeus*)、褐家鼠(*Rattus norvegicus*)，動物數量分為0隻、1隻、5隻；受測者隨機分為五組，以狀態焦慮量表(State Anxiety Inventory, STAI-S)針對單一照片進行前、後測，再針對所有照片以7點尺度進行可愛程度及景觀偏好評分；共回收150份有效問卷。研究結果顯示不同動物種類及數量之可愛感顯著不同，以赤腹松鼠最高，其次為無動物，褐家鼠之可愛感最低，而公園環境中有1隻動物之可愛感高於5隻動物；動物種類及數量顯著影響狀態焦慮，無動物之公園環境較令人感到平靜與放鬆，公園中有褐家鼠較令人感到害怕及憂慮，整體狀態焦慮以褐家鼠最高，而公園環境中有5隻動物會令人感到害怕及戰戰兢兢，沒有動物最令人感到放鬆、整體狀態焦慮最低；動物種類及數量顯著影響景觀偏好，公園環境中無動物或有赤腹松鼠之景觀偏好高於褐家鼠，無動物之景觀偏好最高，其次為1隻動物，5隻動物之景觀偏好最低；進一步以赤腹松鼠隻數與褐家鼠隻數分別對可愛感及景觀偏好進行分析，赤腹松鼠隻數正向影響可愛感，褐家鼠隻數負向影響可愛感，但以褐家鼠之影響力較大，而褐家鼠隻數負向影響景觀偏好，表示赤腹松鼠可以提高環境可愛感，但沒有提升景觀偏好，而褐家鼠則會降低整體環境可愛感及景觀偏好。由本研究結果可得知景觀中動物之出現、種類及數量皆會影響可愛感、狀態焦慮及景觀偏好，故可作為動物認知與心理感知關係之研究參考，並增進景觀遊憩領域對可愛感之理解。

【關鍵字】赤腹松鼠、褐家鼠、狀態焦慮量表

¹ 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 碩士生

² 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 副教授

³ 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 助理教授

* 通訊方式：地址：臺北市大安區和平東路二段134號 社發系（至善樓 G408室）。

電話：(02)2732-1104轉55035。E-mail：su@tea.ntue.edu.tw

D5-1 不同沉浸式景觀體驗對於社區年長者的健康效益：明志市民活動中心醫事C巷弄長照站

The Health Benefits of Different Immersive Landscape Experiences for Elderly in the Community: A Case Study of the Medical C Alley Long-Term Care Station at Mingzhi Civic Activity Center

張哲誠¹ 謝宗恆² 楊鈞聿^{3*} 邱雅雯⁴
Chang Che-Cheng^{1*} Hsieh Chung-Heng² Yang Chun-Yu^{3*} Chiu, Ya-Wen⁴
 楊明青⁵ 劉宏輝⁶
 Yang, Ming-Ching⁵ Liou Horng-Huei⁶

【中文摘要】

台灣目前正處於人口高齡化，且人口老化已成為世界主要國家的趨勢，使得年長者的健康議題以及照護需求問題等日益重要，長期照護問題逐漸受到重視。然而，近年來科技發展快速，使得現代科技在長期照護中的應用大大改善了老年人的生活品質，讓老年人能夠更加獨立和安全地生活，近年來虛擬實境技術對老人的健康的相關議題備受關注，虛擬實境在提升老年人健康方面顯示出具有很大潛力，可以幫助老年人保持大腦活力、減少孤獨感和壓力、提升心理健康和生活滿意度等。因此本研究欲探討長照年長者對於穿戴沉浸式裝置或觀看電腦螢幕並體驗沉浸式虛擬自然或都市綠化環境的生心理效益與接受程度以及續用意願等。

本研究將自然綠地、都市綠化兩種不同自然度之環境類型做為沉浸式環境實驗影片之拍攝樣本，並探討不同觀看媒介對受測者之生心理影響，並探討不同自然度之環境對於受測者體驗過後的生理以及心理的效益表現是否有差異。實驗一共分為三組，分別為受測對象將穿戴頭戴式顯示器觀看虛擬自然環境/受測對象將穿戴頭戴式顯示器觀看虛擬都市環境以及受測對象直接觀看電腦顯示器之都市環境。本次研究共招募了沉浸式體驗自然綠地16人，沉浸式體驗都市綠化15人，電腦螢幕體驗都市綠化16人，共47名。研究結果發現，虛擬實境的沉浸式體驗雖然沒有帶來顯著之降低受測者心跳速率之數值，但是心跳速率仍普遍皆有下降之效果，另外再血壓部分，沉浸式的都市綠地體驗在收縮壓部分有顯著下降，這表示沉浸式的都市綠地體驗的過程當中，能夠讓長照年長者在都市環境當中也有放鬆之效果，而觀看螢幕的都市綠地體驗則沒有發現有此生理數值的改變，這是本研究與過去研究不完全相同之處。

此外，透過訪談知道長照年長者覺得在沉浸式體驗或螢幕觀看體驗皆有放鬆至效果，尤其是在沉浸式體驗部分，許多長照年長者們認為這是一項新奇的體驗，也能感覺到身歷其境的感覺，心情也都有改善。因此，本研究認為沉浸式體驗是一種能讓年長者在無法接觸戶外的情況下代替親臨現場的媒介。儘管過去研究認為自然環境優於都是環境，但本研究發現，都市綠地的體驗的生心理效益甚至高於自然環境所帶給長照年長者的益處，本研究中的沉浸式都市綠化體驗具有較高的放鬆效果，也確實讓長照年長者感覺到放鬆。因此，本研究認為沉浸式體驗確實是一項可以讓老人們體驗到戶外環境，也能同時達到放鬆的媒介，也期望未來能將虛擬實境的沉浸式體驗帶給更多的年長者們，並幫助年長者們改善其生活品質。

【關鍵字】 虛擬實境、沉浸式體驗、老人、長期照顧、都市綠化

¹ 輔仁大學醫院 神經內科 主治醫師

² 輔仁大學 景觀設計學系 教授

³ 輔仁大學 國科會研究助理

⁴ 輔仁大學 景觀設計學系 研究生

⁵ 暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 教授

⁶ 輔大醫院 社區副院長

* 通訊方式：地址：新北市板橋區僑中二街118號16樓。電話：0972855668。E-mail：fju016@gmail.com

D5-2 匹克球介入羽毛球運動熱身效果之效益分析

An Analysis of the Benefits of Integrating Pickleball into Badminton Warm-Up Routines

鍾禹賢^{1*} 陳億成²
Yu-Hsien Chung^{1*} Yi-Cheng Chen²

【中文摘要】

目的：正確的熱身效果能有效提升運動表現。當前，動態伸展運動是最廣受歡迎的熱身方式。然而，隨著運動項目的多樣化，更多運動逐漸被引入到正式運動前的熱身活動中。匹克球是一種新興的休閒運動，其結構簡單、運動強度適中，融合了網球、羽毛球及乒乓球的特點，適合作為全身性熱身運動。本研究旨在探討匹克球熱身運動對羽毛球運動熱身效果之效益。**研究方法：**本研究對象為桃園市大溪區多目標體育館的8位羽毛球業餘愛好者，年齡為 27 ± 3 歲，且從未接觸過匹克球熱身運動。研究對象被分為4隊，兩-兩依序進行匹克球11分賽制及羽毛球21分賽制各一回合賽程。賽後，受試者以5分制問卷進行熱身效益分析。問卷涵蓋「生理效益」、「心理效益」、「健康適能需求」、「知識性需求」及「社會性需求」五類，共25題。**統計方法：**採用相依樣本 T 檢定及單因子變異數分析，以檢定生理效益及心理效益之間的相關性。**結果：**8位受試者在各項指標上均獲得平均4分以上的正向評價。單因子變異數分析顯示，生理效益各項指標相較於其他項目呈現更多正向。相依樣本 T 檢定結果顯示，受試者普遍認為匹克球熱身運動的生理效益大於心理效益。本研究檢驗了六組變數之間的相關性，以探討不同運動效益的內在關聯性。分析結果顯示，大部分變數之間存在一定程度的正相關。其中，提升身體溫度與熱身運動後的滿足感之間存在著明顯的顯著性 ($p=.024 < .05$)，表明當受試者感受到身體溫度提升時，熱身運動後的滿足感也顯著增加。統計結果也顯示生理效益較心理效益呈現更多正相關。**結論：**本研究探討了匹克球熱身運動對羽毛球運動熱身效果之效益，結果顯示匹克球熱身運動在生理和心理效益方面均有顯著提升，但生理效益更為顯著。通過對8位羽毛球參與者的實驗分析，本研究發現匹克球熱身運動可以顯著提高運動準備度、靈活性和整體運動表現。儘管如此，本研究也發現心理效益的提升較生理效益略低，進一步的研究應考慮較長時間的匹克球熱身運動干預，並包括更大樣本量以驗證這些初步發現的穩健性。此外，研究結果顯示匹克球熱身運動有助於提升團隊歸屬感和社會互動，這表明匹克球熱身運動不僅在生理層面有益，還能促進參與者之間的交流與合作。這一發現對於推廣匹克球作為綜合性熱身運動具有重要意義，本研究證明了匹克球熱身運動在提高運動表現和促進社會互動方面的潛力。建議體育教練和運動員考慮將其納入日常訓練和持拍類運動比賽前的熱身程序中，以獲得更全面的運動效益。

【關鍵字】生理效益、心理效益、健康適能需求

¹ 臺北市立大學 運動器材科技研究所 研究生

² 臺北市立大學 運動器材科技研究所 教授

* 通訊方式：地址：臺北市士林區忠誠路二段101號。電話：0958088027。

E-mail：sam805141126@gmail.com

D5-3 休閒者的時間觀與心理機制：一個概念架構的發展

Time perspective and psychological mechanisms of leisure participants: Development of a conceptual framework

曹勝雄¹

Sheng-Hsiung Tsaur¹

顏卉萱^{2*}

Hui-Hsuan Yen^{2*}

【中文摘要】

時間觀是指個人對於休閒時間以及對休閒時間運用的態度。本研究檢視了休閒者時間觀的概念，以及探討其對於後端心理機制的影響。過往研究對於休閒時間觀與心理機制兩構念缺少系統化的回顧，因此本研究針對兩變數的相關文獻進行系統性的回顧與整合，並透過心理認同模型作為理論基礎，探討休閒時間觀與心理機制的關係。研究結果顯示休閒時間觀對於心理機制中的四個面向，均有著正向的影響。最後本研究根據研究結果，提出若干理論與管理意涵，以及未來研究方向之建議。

【關鍵字】 休閒時間觀、心理機制、心理認同、概念化模型、休閒者

¹ 銘傳大學 觀光事業學系 教授

² 國立成功大學 交通管理科學系暨電信管理研究所 博士後助理研究員

* 通訊方式：地址：台南市東區大學路一號管理學院交通管理科學系暨電信管理研究所。
電話：0929-063892。E-mail：huihsyen@gmail.com

D6-1 冒險遊憩活動生心理效益之探討-以飛行傘為例

Exploring the psychophysiological effects of adventure recreational activity – a study of paragliding

施乃豪^{1*}
Shih, Nai-Hao^{1*}

黃裕智²
Huang, Y. C.²

【中文摘要】

從事戶外遊憩活動從以往研究來看對生心都有正向幫助，許多的研究顯示人們只要到戶外大自然環境遊玩，在心理及生理方面都會有正向回應，但從2019年 COVID-19疫情開始在全球蔓延，到2020年台灣 COVID-19疫情爆發造成全球各國開始限制旅遊、群聚等大眾行為，在這段時間內大自然環境的遊憩活動也相對受到限制，人們被迫長期居家隔離造成許多人出現心理及生理上的不平衡，本研究在探討運用 VR 科技，虛擬實境技術將戶外遊憩環境利用 VR 裝置體驗，是否也可以對於人們的生心有正向幫助。

研究方式利用 VR 裝置成現飛行傘體驗活動，虛擬體驗戶外遊憩活動，過程中利用儀器蒐集心理及生理數據，及環境恢復理論量表問卷，研究戶外遊憩利用 VR 虛擬體驗是否也可對生心有正向幫助。

研究調查蒐集實體飛行體驗樣本數59筆，虛擬體驗飛行樣本數62筆，共計121筆，研究發現戶外遊憩利用 VR 虛擬方式體驗對生心有正向幫助，在未來可協助不便出外人士如年長者或下一波全球疫情來臨居家隔離時提供虛擬體驗大自然環境，協助調節生心狀態。

【關鍵字】環境恢復體驗、遊憩體驗、虛擬實境

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 碩士生

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 教授

* 通訊方式：地址：台中市向心路40號4樓。電話：0910086526。E-mail：curtis52075@yahoo.com.tw

D6-2 掃碼點餐系統的知覺風險、餐廳服務品質與顧客滿意度之研究：科技準備度的調節作用

The Impact of Perceived Risks of QR Code Online Ordering Systems on Service Quality and Customer Satisfaction: The Moderating Role of Technology Readiness

周佳璇¹
Chia-Hsuan Chou¹

李昀宸²
Yun-Chen Lee²

施權峰^{3*}
Chuan-Feng Shih^{3*}

【中文摘要】

疫情後，台灣餐飲行業面臨嚴重的缺工問題。為降低人力成本，餐廳開始引入自助點餐機和 QR Code 掃碼點餐系統，讓服務人員專注於內場工作，提高餐點製作效率與品質，並將點餐工作交由消費者自行操作。然而，對於不擅長使用點餐系統的消費者來說，失去面對面服務可能會感到不知所措，進而影響其對餐廳服務品質的觀感。此外，部分消費者認為支付服務費卻還需自助點餐是不合理的，這也可能影響他們的滿意度。

現有研究多集中於探討消費者對餐廳導入自助點餐系統的使用意圖或接受程度，但卻未深入了解消費者的內心感受及可能產生的反感。僅考察使用意圖和接受程度不足以全面理解消費者行為和感受。餐廳不應只關注消費者是否接受自助點餐系統，更應在乎導入系統後服務品質與顧客滿意度的變化。因此，本研究將聚焦於餐廳導入掃碼點餐系統對服務品質和顧客滿意度的影響，以填補研究空白。

過去研究普遍認為老年人對新技術的排斥源於科技素養低，忽視了一些老年人積極學習和適應新技術的情況。本研究認為，真正影響使用意願的主因是消費者的科技準備度，而非年齡或科技素養。同時，過往研究多從餐廳經營者的角度出發，探討導入掃碼點餐系統可能為店家帶來的風險，對於消費者所承受的風險則關注較少。本研究基於上述理由，將從知覺風險層面探討消費者對於餐廳引進掃碼點餐系統是否會影響其服務品質與顧客滿意度的評價，並以科技準備度作為調節變數，探討其作用。

本研究採用問卷調查法，以大型連鎖餐廳與小型獨立餐廳的消費者為調查對象。問卷設計包括掃碼點餐系統使用的知覺風險、餐廳服務品質、顧客滿意度和科技準備度。通過便利抽樣方式，共收集199份有效問卷數據，以驗證研究假設。

研究結果表明：第一，消費者對掃碼點餐系統的財務風險、績效風險、社會風險、心理風險和時間風險的認知會負向影響餐廳服務品質與顧客滿意度。第二，科技準備度在掃碼點餐系統對服務品質與顧客滿意度的影響過程中具有顯著調節作用。擁有正向科技準備度的消費者，可以減緩知覺風險對服務品質和顧客滿意度的負面影響；反之，擁有負向科技準備度的消費者，則加劇了知覺風險的負面影響。

根據此結果，本研究期望能為自助掃碼點餐系統的應用和發展提供有價值的見解和參考，促進餐飲業的數位轉型和升級。

【關鍵字】掃碼點餐系統、餐廳服務品質、顧客滿意度、科技準備度

¹ 國立臺北商業大學 企業管理系 二技學士生

² 國立臺北商業大學 企業管理科 五專副學士生

³ 國立臺北商業大學 企業管理系 助理教授

* 通訊方式：地址：台北市中正區濟南路一段321號。電話：02-33222777。E-mail：cfshih@ntub.edu.tw

D6-3 休閒遊憩活動對視障者心理健康的促進作用—心靈成長課程的影響與成效評估

The Impact of Leisure and Recreational Activities on the Psychological Well-being of Visually Impaired Individuals: An Evaluation of the Effects of Spiritual Growth Programs

楊嘉琪¹
Jia-Ci Yan¹

高立學^{2*}
Li-Shiue Gau^{2*}

朱霞³
Hsia Chu³

【中文摘要】

本研究旨在比較視障者參與心靈成長休閒課程與活動對心理健康的影響，並探討這些課程與活動對於提升幸福感、抗憂鬱以及心理調適的成效。在當前的健康促進研究中，健康的定義不僅僅局限於生理指標，更包括心理健康與社會互動。視障者作為一個特殊群體，面臨著更多的心理壓力和挑戰，因此針對這一群體的心理健康促進措施尤為重要。本研究以台灣年滿18歲的視障者為對象，採用問卷調查與深度訪談的方式進行資料蒐集。問卷調查旨在收集視障者的心理幸福感、憂鬱情緒及心理調適狀況，並以此作為基礎來評估心靈成長休閒課程與活動的效果。問卷調查收集了45位視障者的數據，並進行了14位視障者的深度訪談，分析他們在參與四次心靈成長休閒課程與活動後的心理變化。研究結果顯示，心靈成長休閒課程與活動對視障者有正向的幫助，有助於提升其心理幸福感、減少憂鬱情緒以及促進心理調適。大多數受訪者認為，這些課程幫助他們更好地理解自己，並接受自己的不完美。同時，課程中的正向思考和經驗分享也幫助他們轉變過去的思考方式，從而提升了他們的心理幸福感。然而，視障者在參與這類課程與活動時面臨的主要阻礙包括交通不便、缺乏針對視障者設計的課程，以及缺乏同伴陪同。此外，視障者多數傾向參與靜態課程，而較少參與戶外動態活動，原因多與交通困難及缺乏適合視障者的動態活動有關。結論顯示，心靈成長休閒課程對視障者的心理健康有顯著的正向影響，但需克服現有的參與障礙，相關部門應當考慮視障者在交通、課程設計以及同伴陪同等方面的需求，發展更多針對視障者需求設計的課程與活動。未來建議加強對視障者的支援，改善交通便利性，並提供更多適合他們參與的動態休閒活動，建立一個更包容和支持性的社會環境，促進視障者的整體健康與福祉。

【關鍵字】視覺障礙者、心靈成長課程、休閒活動、幸福感、憂鬱、心理調適

¹ 亞洲大學 碩士

² 亞洲大學 教授

³ 亞洲大學 經營管理學系 博士生

* 通訊方式：地址：台中市霧峰區柳豐路500號亞洲大學經營系休憩組。電話：0973830623。

E-mail：lsgau@asia.edu.tw

2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇
學術研討會

傑出論文發表



E1-1 瞭解夜間景觀照明對可及性和眺匿感知的影響

Understanding the Impact of Nighttime Landscape Lighting on Accessibility, Perception of Prospect, and Refuge

陳嘉妤^{1*}
Chia Yu Chen^{1*}

林建堯²
Chien-Yau Lin²

鄭佳昆³
Chia-Kuen Cheng³

【中文摘要】

照明系統中光源的強度是最常被探討的特性之一，不同的光源強度對視覺和移動可及性可能有不同的影響，進而改變人們對夜間景觀的眺望與藏匿感受。本研究基於眺望-藏匿理論和可及性，探討不同的光源強度對可及性與眺望藏匿感知之關係，並提出假設模型。本研究應用SmartPLS軟體進行PLS-SEM的分析，結果顯示不同照明強度會影響視覺可及性，進而影響移動可及性，而二者皆正向影響眺望感知；視覺可及性不會直接影響藏匿感知，而是間接透過降低移動可及性來達成。整體而言，增強光源強度可以提升整體環境的感知亮度，並增強視覺和移動可及性，從而提升夜間景觀的眺望效果；但要透過改變光源強度達到藏匿效果似乎較為困難，或在藏匿特性上可能還需考慮到其他潛在因子。

【關鍵字】照明環境、夜間景觀、眺匿理論、景觀評估、沉浸式虛擬實境

¹ 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 博士生（通訊作者）

² 國立宜蘭大學 園藝學系 副教授

³ 國立臺灣大學 園藝暨景觀學系 副教授

* 通訊方式：地址：臺北市大安區基隆路四段138號201室。電話：(02)33669759。
E-mail: d11628003@g.ntu.edu.tw

E1-2 旅遊YT網紅的吸引力與好感度對消費者之產品認同的影響 —以從眾行為與消費者涉入作為干擾

The study on Consumer Product Identification impacted by Travel YouTubers' Attractiveness and Likability: in the means of The Moderating Role on Conformity Behavior and Consumer Involvement

紀鏞羽^{1*} 岑淑筱²
Chi, Chun-Yu^{1*} Tsen, Shu-Hsiao²

【中文摘要】

「旅遊網紅」藉網路分享自己的旅行經歷和心得，他們通常擁有大量的追隨者，能影響觀眾的旅行選擇及消費決策。透過網路平台 YouTube 分享其旅行體驗及景點推薦，許多人會參考他們的建議和意見，做出決策。本研究希冀探討旅遊 YT 網紅吸引力與好感度，是否會使其追隨者對其推出之商品產生認同，消費者涉入與從眾行為作干擾，研究目標為旅遊 YT 網紅「The DoDo Men」與「融融歷險記」，用網路問卷調查方式，針對有訂閱兩網紅之粉絲作為研究對象，進行分析。研究顯示：旅遊 YT 網紅吸引力與旅遊 YT 網紅好感度，皆對產品認同有影響、消費者涉入與從眾行為在旅遊 YT 網紅吸引力與好感度對產品認同間，無干擾效果。

【關鍵字】旅遊 YT 網紅吸引力、旅遊 YT 網紅好感度、產品認同、消費者涉入、從眾行為

¹ 靜宜大學 觀光事業學系碩士班 研究生（通訊作者）

² 靜宜大學 觀光事業學系 教授

* 通訊方式：地址：台中市北屯區大連路一段277號2F。電話：0970326598。
E-mail: joy326598@gmail.com

E1-3 文化創意市集體驗行銷對顧客心理所有權與消費價值之影響

The Influence of Experiential Marketing at Cultural Creative Bazaars on Customer Psychological Ownership and Consumption Value

蘇鈺芸¹
Yu-Yun Su¹

吳濟民²
Chi-Min Wu²

陳仕豪^{3*}
Tso-Jen Chen^{3*}

邵雨暄⁴
Yu-Syuan Shao⁴

【中文摘要】

本研究以體驗行銷之理論作為基礎，藉此探討體驗行銷對於顧客心理所有權與消費價值之關係，並進一步探討感知稀缺是否於體驗行銷與心理所有權間產生調節效果。本研究以立意抽樣法，針對曾造訪過台灣知名文創園區之文化創意市集的遊客進行問卷調查，收回問卷共計300份，有效問卷共計289份，經統計分析結果發現：(1) 體驗行銷對顧客心理所有權具有顯著正向影響；(2) 心理所有權對消費價值具有顯著正向影響；(3) 體驗行銷對消費價值具有顯著正向影響；(4) 心理所有權在體驗行銷與消費價值間具有中介效果；(5) 感知稀缺在體驗行銷對心理所有權影響上具有部分調節效果。

【關鍵字】文化創意市集、體驗行銷、心理所有權、消費價值、感知稀缺

¹ 嘉南藥理大學 休閒保健管理系 碩士

² 嘉南藥理大學 教授兼人事室主任

³ 嘉南藥理大學 兼任助理教授（通訊作者）

⁴ 日月光半導體 儲備幹部

* 通訊方式：地址：新北市永和區國光路76號2樓。電話：0988613948。E-mail: cjc2019@gmail.com

E1-4 元宇宙如何影響文化襲產地之參觀意願？以越南會安古城為例

How does Metaverse Impact the Attitude toward Willingness to Visit the Cultural Heritage Sites? A Case of Hoi An City in Vietnam

戴有德¹
You De Dai¹

蘇丰草²
Le Phuong Thao Su²

吳紹全^{3*}
Shao Chuan Wu^{3*}

【中文摘要】

本研究探討了在會安元宇宙中，元宇宙體驗、歷史敘事和旅遊幸福感對旅遊者意圖的影響。研究採用刺激-有機體-反應（SOR）理論和理性行為理論（TRA），以檢驗這些因素如何影響虛擬旅遊者逃離到元宇宙的意圖及其對會安有形和無形文化遺產地的實際訪問意圖。該研究使用有目的的抽樣方法，通過旅行社向曾經到訪會安的旅遊者發放問卷，招募了407名包括國際和越南的虛擬旅遊者作為樣本。研究測試了多個假設，以確認元宇宙體驗、歷史敘事、懷舊情感和旅遊幸福感對虛擬旅遊者意圖的影響。此外，研究還檢驗了互動性在會安元宇宙中的調節作用。結果確認了多個假設，顯示元宇宙體驗、歷史敘事、懷舊情感和旅遊幸福感對虛擬旅遊者逃離到元宇宙的意圖和訪問會安文化遺產地的意圖有積極影響。研究還確定了互動性在元宇宙體驗與懷舊情感及旅遊幸福感之間關係中的調節作用。本研究深化了對虛擬旅遊動態的理解，並為目的地管理者和利益相關者提供了寶貴的見解。通過闡明在元宇宙中形塑旅遊者體驗和意圖的各種因素之間的複雜相互關係，該研究為提升虛擬旅遊體驗、促進目的地吸引力和促進數字時代文化遺產旅遊發展提供了實際意義。這對於本身難以吸引遊客的無形文化遺產尤為重要。未來對虛擬旅遊者的深入訪談預計將提供更多有關旅遊者體驗的認知和情感方面的深刻見解。

【關鍵字】無形文化遺產 (ICH)、會安元宇宙、懷舊情感、享樂體驗

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 特聘教授

² 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程

³ 弘光科技大學 餐旅管理系 助理教授（通訊作者）

* 通訊方式：地址：臺中市沙鹿區臺灣大道六段1018號。電話：0988333413。

E-mail：chuan7258@gmail.com

E2-1 街道招牌構成與年齡對視認性之影響

Effects of Street Signboard Composition and Age on Legibility

蔡雅竹¹
Ya-Chu Tsai¹

康薈云¹
Er-Yun Kang¹

沈立²
Li Shen²

蘇愛嬪^{2*}
Ai-Tsen Su^{2*}

【中文摘要】

街道招牌對都市景觀影響甚鉅，招牌整治固然可提升視覺美質，卻可能因規格統一化造成辨識困難，更不利於高齡者之搜尋與辨識需求，故本研究目的為探討街道招牌構成與受測者之年齡對視認性之影響。研究方法以不同招牌設計組合之模擬圖片進行實驗，招牌構成包含招牌字型、招牌圖標，其中招牌字型分為有襯線的楷體與無襯線的圓體，招牌圖標分為有圖標與無圖標；年齡分為青年、中年、年長者，視認性分為視覺搜尋時長和視認性評分，視覺搜尋時長為受測者點選目標招牌所花費之秒數，而視認性評分則由受測者對指定目標招牌之視認程度進行評分；共計回收391份有效問卷。研究結果顯示年齡越大，視覺搜尋時長越長，視認性評分較高；字型為楷體之青年視覺搜尋時長較短，然字型為圓體之中年與年長者視認性評分較高；有圖標之視覺搜尋時長較無圖標短，視認性評分亦較高。本研究結果可供未來街道招牌整治計畫做為設計之參考，使街道保持美觀的同時，亦能有利於搜尋之視認效果。

【關鍵字】街道景觀、字型、圖標、視覺搜尋任務

註：本文為國家科學及技術委員會補助大專學生研究計畫（計畫編號：NSTC 113-2813-C-152-011-H）之部份成果

¹ 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 大學生

² 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 助理教授

* 通訊方式：地址：106臺北市大安區和平東路二段134號 社發系（至善樓 G408室）。

電話：(02)2732-1104轉55035。E-mail：su@tea.ntue.edu.tw

E2-2 探討靈性領導、威權領導對飯店員工的組織公民行為、工作退縮之影響：兼論工作安全、工作壓力之調節效果

Exploring the Impact of Spiritual and Authoritarian Leadership on Hotel Employees' Organizational Citizenship Behavior and Work Withdrawal, with the Moderating Effect of Job Security and Job Stressors Examined

陳淵秋¹
Yuan Chiu Chen¹

戴有德²
You De Dai²

張碩展^{3*}
Shuo Chan Chang^{3*}

【中文摘要】

基於領導-成員交換（LMX）理論，本研究探討主管的靈性領導/威權領導對五星級飯店員工組織公民行為（OCB）和工作退縮的影響，並檢驗了工作安全和工作壓力的調節作用。本研究採用問卷調查法，針對國際觀光飯店的員工和主管發放配對問卷，共發放500份問卷，扣除78份無效問卷後，回收有效問卷422份（回收率為84.4%）。研究結果證實了這兩種領導風格對下屬 OCB 和工作退縮的影響：靈性領導正向影響 OCB 並減少工作退縮；威權領導負向影響 OCB 並增加工作退縮；工作安全調節了威權領導與工作退縮之間的關係；工作壓力也調節了威權領導與工作退縮之間的關係。本研究通過確認靈性領導如何增強員工的 OCB，強調了內在價值和精神滿足——即滿足個人高層次需求——如何導致更好的組織結果，這是以往領導理論中所缺乏的全面討論。因此，本研究推動了對員工與領導者動態關係的理解，為領導力研究提供了寶貴的見解並提出了有效的管理啟示。

【關鍵字】領導-成員交換（LMX）、靈性領導、威權領導、組織公民行為（OCB）、工作退縮、工作安全、工作壓力

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 博士學位學程

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 特聘教授

³ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 碩士學位學程

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮大學路1號。電話：049-2910960#4606。

E-mail：jeff880911@gmail.com

E2-3 探討寵物依戀與擬人化對寵物友善餐廳消費意圖影響之研究

Exploring the Influence of Pet Attachment and Anthropomorphism on Pet-Friendly Restaurants Consumer Intention

張美淑¹
Mei-Shu Chang¹

戴有德²
You-De Dai²

陳裕玲^{3*}
Chen Yu-Ling^{3*}

【中文摘要】

隨著寵物在現代家庭中的角色愈發重要，寵物友善餐廳作為一種新興的消費形式，越來越受到寵物主人的青睞。然而，對於影響消費者選擇寵物友善餐廳的心理和行為因素的研究仍不充分。本研究根據 Icek Ajzen 於1991年提出的計劃行為理論（Theory of Planned Behavior, TPB）用來預測和解釋個體行為的理論，旨在探討寵物依戀、擬人化、享樂主義和功利主義對消費者拜訪寵物友善餐廳消費意圖的影響。本研究以網路問卷的方式施測，以有寵物的飼主為發放對象。有效問卷為362份（80%），後採用 SPSS26分析軟體進行描述性統計、信度與效度分析、相關分析和回歸分析。研究結果顯示：研究假設皆成立，包括寵物依戀正向影響享樂主義和功利主義，擬人化正向影響享樂主義和功利主義，享樂主義和功利主義皆會正向影響消費者對於拜訪寵物友善餐廳的消費意圖。本研究不僅豐富了寵物依戀和擬人化的理論內涵，也為寵物友善餐廳的經營者提供了具體的實務建議，幫助其設計出更符合消費者心理需求的服務和體驗，進而提升顧客黏著度和忠誠度，實現業績的穩定增長和市場競爭力的提升。

【關鍵字】 寵物依戀、擬人化、享樂主義、功利主義、消費意圖、寵物友善餐廳

¹ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程 博士生

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 特聘教授

³ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程 博士候選人

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮大學路1號。電話：0915-055320。E-mail：uo0812@gmail.com

E3-1 公園綠環境與休閒活動關係之探討

To Explore the Relationship between Park Green Environment and Leisure Activities

廖奕丞¹ 宋佩芸¹ 鄧莉潔¹ 蘇愛嬪² 沈立²
Liao, Yi-Cheng¹ Sung, Pei-Yun¹ Teng, Li-Chieh¹ Su, Ai-Tsen² Shen, Li²

【中文摘要】

公園在都市發展中扮演著至關重要的角色，不僅能調節都市生態環境，對市民健康亦具有重要作用，全球在歷經 COVID-19 疫情後，各國均更加重視綠地建設與居民健康福祉之間的關係，尤其是在疫情封控的條件下，人們更重視公共空間中人與人間的社交互動關係。本研究欲探討都市環境中公園綠地可提供的功能，尤其在具有不同的空間型態中，人們是否對於都市公園綠地的使用形式與幸福感會有所不同。此外，現今許多都市公園的研究，均著重於兒童(Veitch et al., 2021)、青少年(Rivera et al., 2021)，以及老年人(Mahne et al., 2017)，本研究將關注於青年人（18-35歲）使用都市公園時感知，尤其是從事社交活動時，探討公園環境特性與空間類型是否會影響人們進行社交活動之偏好。研究以照片模擬的方式呈現公園不同空間與綠地型態，並以18至35歲之青年人進行調查。研究結果顯示，都市公園中的休憩區比廣場或步道讓受測者顯著感到較高的幸福感。當公園環境特性綠量增加時，受測者顯著增加參與社交活動的偏好程度。研究結論為公園環境設計將影響居民對於社交活動參與的偏好程度，且依據不同活動功能的空間特性，應提供不同的綠環境，以符合公園使用者的期待。

【關鍵字】都市公園、社會幸福感、社交活動

¹ 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 學士

² 國立臺北教育大學 社會與區域發展學系 助理教授

* 通訊方式：地址：臺北市大安區和平東路二段134 號。電話：(02)2732-1104轉55066。

E-mail：shenli@tea.ntue.edu.tw

E3-2 探索「自由行遊客」對「旅遊設計師客製化旅遊產品滿意度」及其對「重複購買意願」影響效果之研究

A Study on Independent Travelers' Satisfaction with Travel Designer Customized Travel Products and Its Effect on Repeat Purchase Intention

黃冠中¹
Kuan-Chung Huang¹

【中文摘要】

本研究分析自由行旅行者旅遊意象對重複購買意願的影響關係，以及探討「旅遊設計師」的旅遊行程客製化產品滿意度，在旅遊意象與重複購買意願之間的中介影響效果。本文以立意抽樣方式，以國際級客製化旅遊網站(Airbnb、TripAdvisor)與亞洲破碎型旅遊商品客製化網站(KKday、Klook)之消費者做為研究對象，有效回收電子問卷211份。資料分析結果顯示消費者使用「旅遊設計師(體驗達人)」與「客製化旅遊網站」經驗多數由自己或親友扮演旅遊設計師、上網、購買旅遊書籍等設計旅程(84.4%)；超過二分之一的消費者在自由行旅遊時，曾經多重選擇使用過的客製化旅遊網站前三名：Airbnb (55.6%)，其次為 TripAdvisor (43.3%)、KKday (41.9%)；其次，迴歸分析顯示自由行旅行者旅遊意象對重複購買意願具有正向顯著性影響關係，以及「旅遊設計師」的旅遊行程客製化滿意度在旅遊意象與重複購買意願之間具有部份中介影響效果。由此可知，做好 CRM 客戶關係管理，針對不同的旅遊喜好分眾行銷，建構不同的社群行銷方式與客製化產品滿足消費者需求。

【關鍵字】旅遊意象、客製化、旅遊設計師、滿意度、重複購買意願

¹ 世新大學管理學院觀光學系 管理學碩士，亞太國際旅遊設計發展交流協會 理事長
通訊方式：地址：新北市林口區林口郵局第234號信箱。電話：0921-498291。
E-mail：skyceo0204@gmail.com

E3-3 追求浪漫還是幸福？台灣異國情侶度假動機之研究

Pursue romance or eudaimonia? A study on vacation motives of exotic couples in Taiwan

戴有德¹
You De Dai¹

趙寶寶^{2*}
Htet Htet Lin^{2*}

鍾火生³
Agus Wasita³

【中文摘要】

本研究探討台灣跨種族伴侶在浪漫旅行中的假期動機，重點分析二人關係信任、社交支持和跨文化溝通焦慮對假期動機的影響。研究還檢視了集體主義與民族中心主義的調節作用。透過社會滲透理論，研究調查了自我披露和信任如何促進這些伴侶在浪漫旅行中建立更深層次和更支持性的關係。本研究共發放了500份問卷，回收了401份，最終選取了380名與國際伴侶交往或已婚的台灣個體作為樣本，並採用目的性抽樣方法。問卷通過多個機構和台灣熱門旅遊景點分發。研究測試了多個假設，以評估二人關係信任、社交支持、跨文化溝通焦慮、假期動機、浪漫和幸福感的影響。此外，研究還探討了集體主義與民族中心主義在跨種族伴侶中的調節作用。研究結果驗證了多項假設，顯示二人關係信任、社交支持、跨文化溝通焦慮、假期動機、浪漫和幸福感的正面影響。研究還強調了集體主義與民族中心主義在跨種族伴侶中的顯著調節作用。本研究為旅遊管理領域提供了寶貴的見解，有助於目的地管理者和利益相關者。通過闡明影響跨種族伴侶旅行經驗的各種因素之間的複雜相互關係—尤其是透過假期動機、浪漫和幸福感的視角—研究為提升旅行行為、增強目的地吸引力和促進文化旅遊發展提供了實用的啟示。未來的研究可以進一步探討旅行對關係滿意度和個人福祉的長期影響，為旅遊文獻提供有價值的見解。

【關鍵字】 跨種族伴侶、二人關係信任、社交支持、跨文化溝通焦慮、假期動機、浪漫、幸福感、集體主義、民族中心主義

¹ 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系特聘教授

² 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程

³ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮大學路1號。電話：049-291-0960 #4606。

E-mail：s110245908@mail1.ncnu.edu.tw

2024 第 26 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇
學術研討會

海報發表



P1 線上健身課程選擇行為性別、年齡與運動目標對購買意願的影響

The Influence of Gender, Age, and Exercise Goals on Purchasing Intentions in Online Fitness Course Selection Behavior

羅一舜¹
LUO YISHUN¹

【中文摘要】

隨著 COVID-19 與網路科技的影響下，線上健身課程近年來逐漸受到關注。傳統健身房的模式存在時間和地區的限制，而線上健身課程能有效改善這些情況，讓學員在任何有網路的地方都能更方便的學習健身知識。雖然線上健身課程的關注度近年有所提升，但仍存在一些消費者對其購買意願上的疑慮。因此本研主要目的為，提供消費者在選擇線上健身課程時應注意的考量因素，以便找到適合自己的線上健身課程。本研究使用資料搜集法，介紹不同性別、年齡、運動目標在選擇健身課程上的差異，得出的研究結果為：

健身是依照不同年紀、性別、運動目標，根據每個人身體狀況不同而在運動處方上有所差異。男性消費者在選擇線上健身教練時，更加注重教練是否具備正向的風格。年齡在 20-29 歲年輕族群重視線上健身教練在網路上的資訊與評價。健身運動經驗愈多者所具備的健身相關知識更多，因此對健身教練專業度的要求會更高。

【關鍵字】線上健身課程、健身教練、個人品牌、網路口碑

¹ 國立臺灣體育運動大學 學生

通訊方式：地址：台南市玉井區豐里里 74 之 21 號。電話：0970977698。E-mail：jack5743299@gmail.com

P2 日韓旅客來臺旅遊動機之探討

A study on the motivations of Japanese and Korean tourists visiting Taiwan

林芳珍¹
Lin, Fang-Chen¹

劉瑩芳^{2*}
Liu, Ying-Fang^{2*}

【中文摘要】

觀光產業一直是臺灣主力產業之一，而過去來臺旅遊的人數也每年穩定成長，但近年中國旅客大量減少，所以日韓旅客就成為臺灣的主要鞏固的目標；107 年觀光外匯總收入為 137 億 500 萬美元，較上年增加 11.29%；若按新臺幣計算約佔全台 GDP 約 2.2%，雖佔的比重不大，但全球觀光產業成長趨勢日漸茁壯，相信數值會逐漸增加。本研究以線上問卷方式發放，針對來臺的日韓旅客進行旅遊動機問卷調查，共有147份問卷，問卷顯示填答之日韓旅客皆有來過臺灣；且填寫問卷旅客中國籍以韓國佔的居多；在來台灣前看到台灣觀光宣傳的管道則由網際網路居多，其次是旅行社宣傳行程、摺頁和親朋好友來臺口碑宣傳，到臺灣後希望能夠取得旅遊資訊的地方以 APP 佔的比例最高，可以由政府推出臺灣各縣市觀光景點攻略手機軟體，幫助來臺旅客簡單獲得觀光資訊；來臺的目的比以觀光佔的比例最高；吸引來臺灣觀光的原因比以購物及美食或特色小吃佔的比例最高；旅遊方式比以自由行佔的比例最高。在來台動機細項方面，由結果可以得知，發現日韓旅客來臺的旅遊動機選項中，相較其他國家距離相近的平均數4.527、標準差0.633為表中最高；再對於日韓旅客來臺的旅遊動機選項中參與特別的節慶活動的平均數4.108、標準差1.107為表中最低，因此相較於其他國家較近為主要目的；反之參與特別的節慶活動並不是來臺旅遊動機的主要因素。旅遊動機過去研究中劉慶河（2016）提出旅遊服務品質的口碑是觀光客或遊憩者前往觀光景點的基本動機，所以當旅遊動機愈高則滿意度就愈高，因此旅遊動機會正向顯著影響滿意度。研究結果在日韓旅客中滿意度分析中臺灣與鄰近國家相比較近，到日本和韓國都大約只需要2-3小時飛行時間，並且機票較為便宜，還有臺灣優質的住宿設備相較於歐美國家，臺灣飯店民宿皆會附贈如：牙刷、茶包等基本備品，讓旅客更方便，並且有部分中高價位飯店的廁所內會有免治馬桶；在臺灣能體驗多樣化食物（林佳瑩、曾秀雲，2010），在臺灣可以品嚐在地美食如：臭豆腐和地瓜球等，臺灣美食餐廳也可以買到墨西哥炸玉米餅、泰國咖哩等各國特色食品，簡單接觸到全球各地的飲食文化。可見臺灣在日韓旅客心目中，具有多元的旅遊動機吸引力。

【關鍵字】日本、韓國、旅遊動機、觀光景點、飛行時間

¹ 新生學校財團法人新生醫護管理專科學校 醫藥保健商務科 助理教授

² 新生學校財團法人新生醫護管理專科學校 通識教育中心 助理教授

* 通訊方式：地址：桃園縣龍潭鄉中豐路高平段418號。電話：03-4117578 # 295。

E-mail：beautyboball@gmail.com

P3 桃竹苗秘境旅遊之遊程設計探討

Discussion on the itinerary design of Taoyuan, Hsinchu and Miaoli secret tours

劉瑩芳¹ 林芳珍^{2*}
Liu, Ying-Fang¹ Lin, Fang-Chen^{2*}

【中文摘要】

過去臺灣國民旅遊市場，每年大約有1~2%的成長值，然而出國旅客在2019年已達1,710萬人次，過去10年間平均每年成長6%，可以由此得知臺灣人對旅遊的喜愛很高，2020年三月初爆發新冠肺炎疫情，臺灣旅遊業遭受到很大的衝擊，導致許多知名飯店、餐飲業、旅行社、航空業、國內中小型企業都敵不過疫情所帶來的影響，因為疫情期間無法出國，國旅便衍生出許多的主題式遊程規劃，例如綠色旅遊、黑色旅遊等，但是卻顯少有走訪秘境的遊程規劃，所以研究以規劃桃園、新竹、苗栗地區較少團體遊客抵達之觀光景點，作為秘境遊程規劃的攻略，並透過旅遊業專家及產業界專家評估之訪談問題，給予相關修正與建議。所謂秘境是因現代人流行拍照打卡，尤其是年輕族群喜歡尋找一些所謂「秘境」的地方，使得這些原本鮮為人知或少人關注的地方，因為 Facebook、Instagram 美照之分享，而成為廣為人知的新興秘境。近年來網紅的潮流崛起，不管男女老少會觀看帶來的影響力也很大，也正因為這樣很多民眾都會效仿網紅去過的打卡景點，促使許多地方和社區都熱絡起來。共規劃二種秘境方案；遊程一桃竹苗活力親子秘境2日遊，遊程二桃竹苗樂齡銀髮秘境2日遊。最後透過二位專家之評估訪談過程，結果顯示方案一為親子遊，結合許多戶外能跑跳玩耍的景點，以及許多趣味性的景點提供爸爸媽媽帶著小孩子一同前往，入住地點與隔日行程多為戶外，皆能提供孩子跑跑跳跳的空間，也很相當多背景可以拍照；方案二景點的便利性以及步行時間都較為悠閒輕鬆，相當適合銀髮族群的旅遊風格，也有別於過去到桃園就是大溪老街、新竹就是城隍廟的行程，多了許多漫步輕遊的放鬆，都是相當用心的秘境遊程攻略。但是因為都幾乎是室外行程，必須要加入天氣考量，例如天氣太過炎熱、對於戶外行程是否造成不適，若是遇下雨天是否有雨天備案，或另外的秘境推薦行程，都是需要再加強補足的部分。整體而言，符合秘境旅遊的主題式風格，也相較於一般常見國旅行程有更多不一樣的變化。

【關鍵字】 遊程規劃、秘境、國旅二日遊、親子旅遊、銀髮族旅遊

¹ 新生學校財團法人新生醫護管理專科學校 通識教育中心 助理教授

² 新生學校財團法人新生醫護管理專科學校 醫藥保健商務科 助理教授

* 通訊方式：地址：桃園縣龍潭鄉中豐路高平段418號。電話：03-4117578 # 505。

E-mail：fangchen@hsc.edu.tw

P4 後疫情時代的文化觀光模式—以新北市立淡水古蹟博物館為例

Cultural Tourism in the Post-Pandemic Era - A Case Study of Tamsui Historical Museum

盧語晨¹
Lu Yu Chen¹

【中文摘要】

新北市立淡水古蹟博物館為臺灣首座以古蹟保存、活化與再利用為宗旨成立的博物館。自109年起，新北市政府文化局推動5條美學廊帶願景，期使以各區域之藝文館舍為據點，致力發掘在地文化，導入特色藝文活動。本館身為其中一條廊帶「藍天海岸-古蹟文化」一員，力求發展多元社區營造，並結合人文藝術、文化創意、國際交流、觀光休閒等諸多領域，形塑淡水地區品牌藝文活動。

109年起新冠肺炎（Covid 19）疫情爆發，對世界各地的博物館造成巨大衝擊。面對政府頒佈之各級警戒措施，本館亦關閉各場館防疫，不僅造成觀眾人次下降，致使收入銳減，更無法辦理展覽及推廣活動。為防範新冠肺炎的擴散，全球社群的學習途徑、社交方式、娛樂型態等生活習慣已隨之改變，各地博物館也同步致力開發及提升線上數位資源，防疫是未來生活常態的一環，為保障人民文化參與權，本館加速進行結合數位科技應用的創新學習管道，積極推動公私協力的跨界合作，期使以虛實整合的展示及教育手法，創造後疫情時代的博物館參觀文化體驗模式。

在後疫情時代，本館希冀建構零距離的博物館參觀管道，強化並開闢線上導覽資源，具體行動方案有：實體展覽轉化為線上「馬偕家族特展、淡水→星際：臺灣茶遠航記」、跨縣市線上活動「南北領事官邸大PK」、3D環景導覽—國定古蹟滬尾礮臺、古蹟建築轉譯「Q版IP四格漫畫故事」、古蹟主題Podcast企劃「淡博名利」、多元主題影片「古蹟聊撩色、淡古瑜珈八式、古more泥健身房、沒人在乎的淡古事件簿」等。藉由網絡媒體經營，增加與網路社群之互動性，拓展更多元的目標觀眾；以多元文資主題與不同分眾社群結盟，擴大行銷面向，增進文化資產之社會能見度與影響力，建立後疫情時代的博物館文化觀光模式。

【關鍵字】後疫情時代、博物館、文化觀光

¹ 新北市立淡水古蹟博物館 研究助理
通訊方式：E-mail：wh1217@gmail.com

P5 運用IPA模式分析地方觀光產業發展成效-以草嶺石壁森林療育基地為例

Applying Importance-Performance Analysis to Effectiveness of Local Industrial Transformation - A case study of Yunlin Caoling Forest Therapy Base

郭彰仁¹
Chang-Jen, Kuo¹

曹清芝²
Ching-Chih, Tsao²

王秀云^{3*}
Hsiu Yun, Wang^{3*}

林鶴璋⁴
He Chang, Lin⁴

【中文摘要】

近年來，政府提倡周休二日，國人的休閒機會大增，從事休閒遊憩活動的旅遊人數順勢成長，在文創、觀光產業的發展下，在地文化和在地特色旅遊行程愈來愈受歡迎，位處台灣中部的雲林縣古坑鄉草嶺具有獨特性，「草嶺」在雲林縣政府及古坑鄉的推動與輔導之下行之多年，並成立了「草嶺石壁森林療育基地」，多次舉辦草嶺石壁森林療癒祭，吸引不少遊客前往參與。

本研究以「草嶺石壁森林療育基地」為例，試圖藉由 IPA 模式來探討地方觀光產業的發展成效，了解遊客對於地方營造、地方產業轉型成效的感受。本研究於113年04月01日至05月31日，進行問卷發放，回收後分析結果顯示：1. 不同受訪遊客的個人基本資料變項對草嶺石壁森林療育基地的重視程度與滿意程度有顯著差異，部分成立。2. 透過 IPA 散佈圖可以得知遊客在意的重點主要為當地的景色、自然生態等等，且滿意程度接近於「滿意」；其對於小吃、紀念品、伴手禮及 DIY 活動等重視程度較無要求，但對於餐飲的選擇多元化、住宿品質及停車方便性是相對不滿意的。

本研究希望相關管理單位能參考研究結果，使草嶺石壁森林療育基地的觀光發展規劃能更加符合遊客所重視的遊憩需求，並針對不足的部分加以改善，能提高遊客到訪草嶺石壁森林療育基地的滿意度與遊憩品質，進而帶動地方相關觀光產業的發展，恢復地方活力及創造無限商機。

【關鍵字】地方特色、觀光產業、景點營造、IPA 模式

¹ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 教授

² 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系碩士在職專班 碩士生

³ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系碩士在職專班 碩士生

⁴ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系碩士在職專班 碩士生

* 通訊方式：地址：雲林縣虎尾鎮文化路64號。電話：05-6315899。E-mail：11170303@nfu.edu.tw

P6 從「古蹟文化的轉譯」提升文化觀光之內涵—以淡水古蹟博物館為例

Enhance the connotation of cultural tourism through "translation of heritage culture" - taking Tamsui Heritage Museum as an example

廖康吾¹
Liao Kang Wu¹

【中文摘要】

淡水擁有豐富的文化資產，包括28處古蹟、8處歷史建築，古蹟密度之高，為臺灣推動文化觀光重要地區之一，造訪淡水的旅客人數至2023年已達680萬人。2005年臺北縣政府成立「淡水古蹟博物館」(以下簡稱「淡古館」)，以地方政府二級機關管理紅毛城、滬尾礮臺、前清淡水關稅務司官邸等文化資產，隨著文化資產陸續修復開放，淡古館所管理的場域也逐年增加，以博物館管理的方式來推動古蹟觀光為全臺首例，淡古館以古蹟保存、活化與再利用為宗旨。

淡古館成立邁入第19年，面對全球化的時代蓬勃的觀光發展，以「古蹟文化的轉譯」的方式，透過歷史事件、古蹟建築的轉化及應用，深化推廣文化觀光的內涵。本文主要探討分析近年來淡古館的推動業務，可區分為歷史事件的轉化、古蹟建築的轉譯、數位媒材的運用、教育資源的整合、展覽方式的創新等五大方向，翻轉民眾對於文化資產的刻板印象，使古蹟文化易於親近，讓文化資產觀光有不同的可能性。面對全臺各縣市各相似類型的文化觀光挑戰，淡古館運用靈活的經營策略，結合在地知識之詮釋及娛樂運用，得以擴大觀眾的參與，發展出更具當代性意義之模式。

邁入21世紀文化觀光慢慢轉型，開始以遺產觀光、文創觀光、生活方式觀光等不同面貌呈現，本文主要以參與觀察法方式進行研究，從實際面對之問題及困難，到擬定願景及目標、行動方案，實際案例執行過程及成果檢討等進行觀察紀錄及探討。「古蹟文化的轉譯」無非是希望能展現淡水古蹟多元價值，活化淡水在地歷史地景，提升全齡學習體驗環境，形塑淡水文化資產新魅力，期望本文能做為提升臺灣文化觀光內涵之案例參考。

【關鍵字】文化觀光、文化轉譯、文化資產、淡水古蹟博物館

¹ 任職於新北市立淡水古蹟博物館副研究員。

通訊方式：地址：臺北市中正區新生南路1段132巷5之1號3樓。電話：0905317817。

E-mail：flykundera@gmail.com

P7 生態城市觀點下的永續營建

ESG sustainable development from the perspective of ecological city: taking the construction industry as an example

鍾采軒¹

Chung, Tsai-Hsuan¹

【中文摘要】

隨著2015年巴黎協定發布，全球將永續發展聚焦在以減緩氣候變遷為重點的行動（台灣新增第18項-逐步達成環境基本法所訂非核家園目標），本研究旨在探討生態城市觀點下的永續營建在通過實施環境、社會及治理（Environmental, Social, and Governance, ESG）策略。有鑑於營建業經常被認為是高碳足跡、高浪費和高污染的行業，自2020年碳排放量有所下降，IPCC 評估，全球暖化程度唯有在2050年期限內達到淨零排放，才有機會回到21世紀末1.5度 C 以內，本研究採用文獻分析法，通過系統地收集和分析現有的永續營建、生態城市以及 ESG 相關學術文獻、政策文件及相關報告，以增進民眾對永續營建與生態城市的認識以及 ESG 議題的理解。

鑒於城市生活困難正在增加，高溫、洪水等極端氣候為城市帶來的經濟成本已經很高，評估一個專案（房地產或其他）通常不會從純粹的經濟角度考慮，永續發展為重點的分析，已逐漸與 ESG、氣候變遷議題交織在一起，許多企業正在關注 SASB、GRI、ISSB 所發布之永續揭露準則之未來發展，部分業主已經意識到需要整合 ESG，如今越來越多房地產投資者開始關注 ESG 問題，在國際上形成 ESG 的基本共識之前，台灣已有一半以上上市的公司發布永續報告書，政府已建立 ESG 視覺化平台為各跨產業與公司利害關係人分析與參考。

永續報告書作為獲得 ESG 資訊的主要媒介，發布的對象主要以大型上市櫃公司為主，台灣政府正在推動以大帶小的方式，為建立資本市場 ESG 生態系，通過公部門和私部門以及民間團體的合作，以期發揮供應鏈影響力，施工廠商一般較為關注多元、平等、包容（DEI）和滿足政府要求等社會指標，而對於中小型廠商來說，ESG 資訊有時是以供應鏈管理的形態出現在合作夥伴的永續報告書中，大公司的 ESG 報告通常傾向以更加結構化的方式進行，更好的適用於永續發展評級機構的 ESG 衡量系統，鑒於部分下游施工廠商很大程度上已經開始為永續營建帶來貢獻，特別是 ESG 報告與活動方面，但這方面的研究資訊仍相對較少，本研究蒐集來自生態城市的觀點，探討身為生態城市的一員，營建廠商如何盡可能地降低對於能源、水或是食物等必需品需求，並減少廢熱、二氧化碳等交通排放作為支持環境負荷的直接作為，以期實現減碳、再生能源之設定標準，共同實現淨零排放。

【關鍵字】永續營建、生態城市、ESG

¹ 國立宜蘭大學 土木工程系 碩士生

通訊方式：地址：新北市板橋區光武街40號4樓。電話：0910200811。E-mail：lovetrillion1@gmail.com

P8 探討參與帆船活動大眾知覺風險與休閒阻礙關鍵因素之研究

A study on the perceived risks and key factors hindering leisure among people participating in sailing activities

湯運福^{1*}
Tang, Yun- Fu^{1*}

陳郁芸²
Chen, Yu-Yun²

楊泰嶽³
Yang, Tai-Yueh³

【中文摘要】

台灣四面環海十分適合推展水域活動，其中帆船活動能結合觀光、休閒、導覽等特性也是相當適合普羅大眾參與，本研究為使我國帆船活動能夠逐漸走向公眾並加以推廣行銷，初步盤點國內外相關指標，了解民眾可能在參與活動時的問題與阻礙，接著透過權益相關者來協助修正式德菲法的指標篩選，並發放 AHP 專家問卷來決定指標的優先順序。研究結果顯示前7名分布在各個構面的下層指標中，這前7名分別為「手頭要有閒錢才會考慮參與帆船活動(0.1466)」、「日常要有足夠時間才會前往參與帆船活動(0.0824)」、「認為帆船活動需要有足夠裝備才能夠參與(0.0743)」、「過去民眾對海洋認識不足，會影響參與帆船活動意願(0.0698)」、「擔心帆船活動價格過於昂貴，或感受會不值得(0.0560)」、「帆船活動需要熱門推廣，才會使民眾提高投入意願(0.0505)」及「社區支持影響我參與帆船活動(0.0457)」，透過這些關鍵指標的結果可以了解帆船活動的休閒阻礙及知覺風險重要性並非是單一面向的問題。基於研究結果，為加強大眾參與帆船活動，建議一、帆船活動改善活動地點和設施。二、加強海洋教育與推廣。三、獲得舉辦活動社區的支持。以減少阻礙，提升公眾參與度。

【關鍵字】公眾參與、帆船活動、知覺風險、休閒阻礙

¹ 國立高雄科技大學 海洋休閒系 碩班生

² 國立高雄科技大學 海洋休閒系 碩班生

³ 國立高雄科技大學 海洋休閒系 碩班生

* 通訊方式：地址：高雄市楠梓區惠義街22號7F。電話：0919219686。E-mail：tangyukimo@gmail.com

P9 全服務餐廳幸福感來源因素與顧客滿意度關係之研究

The Relationship Between Well-being Sources and Customer Satisfaction in Full-Service Restaurants

駱佩君¹
Pei-Chun Lo¹

駱香妃^{2*}
Hsiang-Fei Luoh^{2*}

【中文摘要】

幸福感乃高度正向情緒與生活滿意度感受，為人們的正向主觀經驗，在快速發展的正向心理學領域，幸福感已經成為一個熱門且重要的研究課題。然而，目前有關餐廳幸福感來源因素與滿意度關係之研究仍然有限。因此，基於刺激-有機體-反應理論，本研究旨在探討全服務餐廳幸福感來源因素、顧客幸福感知覺、正向情緒與滿意度之關係，並進一步探討正向情緒對幸福感知覺與滿意度之中介效果。研究採立意抽樣法，針對全服務餐廳之顧客進行問卷調查，共計回收有效問卷541份。研究資料利用結構方程模式進行假設之驗證。研究結果顯示人際互動與飲食文化因素對顧客幸福感知覺有較高之影響；再者，幸福感知覺、正向情緒與滿意度變項間具有顯著正向相關性，而正向情緒對幸福感知覺與滿意度關係亦具部分中介效果。研究結果期能增進幸福感來源因素、幸福感知覺、正向情緒與滿意度關係之了解，以及餐飲業者強化顧客滿意度之參考。

【關鍵字】 幸福感、正向情緒、滿意度、全服務餐廳

¹ 臺北城市科技大學 餐飲事業系助理教授

² 輔仁大學 餐旅管理學系 教授

* 通訊方式：E-mail：071662@mail.fju.edu.tw

P10 海岸旅遊目的地氣候變遷文字與照片對遊客氣候變遷影響程度的認知

The Effect of Climate Change Texts and Photographs of Coastal Destinations on Tourists' Perceived Impact of Climate Change

林宗賢¹ 王維靖^{2*}
Chung-Hsien Lin¹ Wei-Ching Wang^{2*}

【中文摘要】

本研究的目的是為調查有關海岸旅遊目的地氣候變遷報導中的文字和照片，對潛在遊客氣候變遷影響程度認知的差異，調查人員透過便利抽樣，向 263 位受訪大學生發出問卷，實得有效問卷 263 份，問卷包括 4 張海岸旅遊目的地受氣候變遷影響的照片，而文字參考照片加以描述，每位受訪者被隨機分配 2 對照片與文字，每次只看 1 張照片及其相對應之文字，而氣候變遷影響程度的認知以七點同意尺度來衡量。分析結果顯示受訪者對珊瑚白化之圖片(M=5.79)與文字(M=5.37)、綠石槽之圖片(M=5.32)與文字(M=4.91)、海岸旅遊設施之圖片(M=5.69)與文字(M=5.15)、沙洲、海岸線之圖片(M=5.68)與文字(M=5.18)的氣候變遷影響具體程度平均數呈現顯著差異($p<0.05$)，顯示受訪者對照片知覺受氣候變遷影響具體程度比文字大。研究成果說明氣候變遷影響圖像有助於了解受訪者對氣候變遷影響的程度的知覺。

【關鍵字】氣候變遷、海岸旅遊目的地、文字、照片

註：本文為科技部專題研究計畫 NSTC 112-2410-H-150-006-MY2 部分研究成果

¹ 國立虎尾科技大學休閒遊憩系 教授

² 中國廣州南方學院商學院 副教授

* 通訊方式：地址：中國廣東省廣州市從化區溫泉鎮溫泉大道 882號。E-mail：weiching39@hotmail.com

P11 健康養生休閒農場之審核工具與地方觀光之研究

A Study on the Evaluation Tools of Health and Wellness Leisure Farms and Their Impact on Local Tourism

紀知怡¹
JI, ZHIYI¹

曾慈慧^{2*}
Tzuhui Angie Tseng^{2*}

【中文摘要】

隨著城市化進程的加快，現代生活導致了人們對自然環境的疏離，城市居民對親近自然的需求日益增強，並且對健康和生活質量的關注也持續提升。在都市郊區，休閒農業已成為城市居民常見的消遣方式。儘管台灣的休閒農場已經有一定程度的發展，大多數仍然集中在農業體驗、親子娛樂和鄉村觀光，缺乏針對健康養生的專門項目和評估指標。

為填補這一研究領域的空白，本研究結合療育景觀的觀點，建立了一套針對健康養生農場的評估體系，以推動此類農場的發展。本研究採用了修正式德爾菲法（Modified Delphi Method, MDM）和層級分析法（Analytic Hierarchy Process, AHP）。通過文獻回顧，初步擬定的指標系統經過兩階段問卷調查進行評估。第一階段，透過專家預試問卷選取適切的指標，以確保指標的全面性。第二階段，使用專家正式問卷和 AHP 分析工具確定各指標的相對權重，最終確立了包括健康養生理念、農作體驗活動、農場自然資源介紹、植栽生長觀察、多樣化植栽、五感體驗活動、動植物五感促進、空間設計、親友情感促進、社交空間、團康活動、展演教學互動空間、自我挑戰學習空間、探索活動、靜態反思、療癒設計、體健運動設施、健康飲食教學、健康餐廳、綠能減碳、環保生態設計等26項指標的評量表。

評量表在兩家都市郊區農場的實證顯示，這些農場在「體健運動設施」、「鼓勵自我挑戰與學習的空間設計」、「探索型學習設施」和「農場探索與遊戲活動」方面仍有不足之處。未來在發展健康養生農場時，應增強對生理和心理效益的多樣考量，以促進全面的健康和養生體驗。

【關鍵字】健康養生、休閒農場、療育景觀

¹ 國立清華大學 環境與文化資源學系 碩士生

² 國立清華大學 環境與文化資源學系 教授

* 通訊方式：地址：新竹市東區南大路521號。電話：0976-281919。E-mail：zhiyiji000919@gmail.com

P12 日治時期公園道路規劃設計及後續發展之考察研究-以臺南市為例

An Examination of the Planning and Design of Parkways in the Japanese Colonial Period and Their Subsequent Development: A Case Study of Tainan City

陳滋妤¹
CHEN, ZI-YU¹

陳湘琴^{2*}
CHEN, HSIANG-CHIN^{2*}

林鳳梅³
LIN, FENG-MEI³

【中文摘要】

臺灣都市計畫始於日治時期，公園道路是西方都市計畫概念的一環，具有防火防災、改善公共衛生和交通、提升都市美化的功能。臺南市 1941年首次公佈公園道路，但過去對這方面的研究討論甚少。本論文欲透過文獻與疊圖分析法，目的旨在了解日治時期臺南市：1.公園道路與都市計畫的關係；2.公園道路規劃設計的特色；3.公園道路規劃和興建完成的差異。

研究結果如下：(1)臺南市早期的大正綠園、臺南公園等，皆是都市重要綠地，1941年公園道路公告後，逐漸形成以舊城為核心的點、線、面之環狀公園系統。戰後該規劃仍延續至今，第一條公園道路於 1983 年興建（今林森路一、二段），其中林森路二段寬達60m，其餘皆為40m，最後一條於 2018 年興建（今新興東路），開闢比例高於其他城市，實屬難得的重要案例；(2)環狀的公園道路緊鄰當時的衛武病院、臺南第一中學、長老教中學校等公家機構，形成「延燒遮斷帶」，用以避難和防止火災擴大；(3)當時公園道路的行道樹指定約有58種，如東豐路、林森路、海安路的鳳凰木、鐵刀木、印度紫檀和苦楝，營造具備美化且遮蔭的都市景觀。然而，被日本人視為亞熱帶特質的大王椰子、蒲葵，並沒有種植。此外，海安路三段的綠化率較低，無法凸顯公園道路的綠色景緻。

【關鍵字】公園道路、公園系統、臺灣都市計畫講習錄、臺南市、日治時期

¹ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 碩士

² 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 副教授

³ 國立虎尾科技大學 休閒遊憩系 碩士生

* 通訊方式：地址：雲林縣虎尾鎮文化路64號。電話：05-6315896。E-mail：hcchen@nfu.edu.tw

P13 受脅植物保育的個案實踐：自然農法田間智慧的轉化與推廣

Case Study on the Conservation of Threatened Plants: The Transformation and Promotion of Field Wisdom in Natural Farming

于忻¹
Yu, Hsin¹

【中文摘要】

本研究旨在深入分析秀明自然農法核心的自然保育精神，對照台灣受脅植物的當前保育需求，以探索秀明農法在田間實踐中創新保育智慧的具體途徑。研究問題包括：1) 秀明自然農法中所蘊含的自然做法與保育精神為何，如何影響其田間管理與植物保育的實踐？2) 台灣受脅植物在當前環境下面臨哪些保育需求？3) 秀明農法如何透過其獨特的田間管理與植物種植技術，創新性地應對稀有植物的保育挑戰，並形成可被廣泛接受與應用的田間保育智慧？

研究對象為實行秀明自然農法的淡水幸福農莊，採用建構論進行質性研究，為維持本研究信效度，採取資料來源三角檢定，包括文獻分析、深度訪談與參與觀察，首先，文獻分析用於瞭解秀明自然農法的理論思想及應用，以及台灣受脅植物保育現況。其次，深度訪談對象包括：1) 秀明自然農法協會成員，同為國家植物園方舟計畫再引入保育的合作夥伴。2) 參與再引入保育的專家學者，以收集他們對農法和受脅植物保育的經驗。另外，為提高解釋效度，本研究亦採取參與者回饋策略。參與觀察則是研究者實際參加農莊田間導覽與品嚐體驗，觀察農法的具體實施過程，以及對受脅植物的保護措施。最後，案例研究方法用於深入分析淡水幸福農莊作為受脅植物保育實踐基地的具體做法和成效，以揭示秀明自然農法如何將其默會知識在地化並創新。

上述文本資料為分析材料，透過主題分析法得出之主題依序為：順應尊重自然、低人為介入、棲地破碎化劣化、公眾參與度不足、資訊傳遞效能不佳、默會知識之外化、知識共同建構、非正式教育傳播。根據主題分析結果，歸納出階段性研究發現：1) 秀明自然農法的「自家採種」和「不過度除草」等做法，以及「尊重自然、順應自然」的保育精神，為受脅植物提供友善的田間保種環境，甚至進一步發掘受脅植物的價值。2) 台灣受脅植物保育，目前除了就地、遷地保育之外，再引入野外更是當前保育單位之重點目標。此外，除了植物園核心團隊的研究與保種任務，以及相關政府與專業機構等支持團隊的保育及應用開發行動，NGO、學校、社區等民間組織的教育與應用推廣，也是國家植物園方舟計畫重要的一環，更是保育能夠擴大範圍與增加持續性的關鍵因數。3) 秀明自然農法協會成員，與植物保育專家交流、種子交換活動與教育農莊等非正式環境教育，將其農法融合受脅植物保育經驗，由默會知識轉化成外顯知識，向有興趣之農友和民眾，推廣受脅植物與作物的共生價值，鼓勵更多人參與田間受脅植物保育的行列。

【關鍵字】秀明自然農法、再引入、在地知識、環境教育、植物多樣性

¹ 國立清華大學環境與文化資源學系碩士班 研究生
通訊方式：地址：桃園市龍潭區文化路49巷53弄1-1號。電話：0918280869。
E-mail：chelseayu21715@gmail.com

P14 臺灣永續咖啡莊園認證指標之建構

Constructing Indicators for Sustainable Coffee Estates in Taiwan

陳裕玲^{1*}
Chen Yu-Ling^{1*}

鄭健雄²
Cheng Jen-Son²

【中文摘要】

聯合國鑑於科技發展快速的現代，環境破壞問題日益嚴重，於2015年進一步提出永續發展目標(SDGs)，近年來，全球氣候變遷對農業栽培現況產生了深遠的影響，臺灣咖啡產業亦不例外。面對氣候變化的挑戰，推動永續發展已成為農業發展的重要方向。農業部農村發展及水土保持署為鼓勵臺灣咖啡農友實踐永續發展，於2024年舉辦永續農村精品咖啡莊園甄選，甄選條件參考2021年「行政院農業委員會永續發展目標自願檢視報告」中可實踐且成效良好的具體措施，同時借鏡精品咖啡協會（Specialty Coffee Association, SCA）與全球咖啡永續發展平台（Global Coffee Platform）的研究範例和資訊，結合臺灣咖啡栽植的實際情況，制定符合國情與需求的永續農村精品咖啡莊園甄選SDGs 評估指標對應指標，其中，SDGs 永續莊園的認證量表由農民自行填寫報名後，分五大階段進行，整體最終依歸則是莊園咖啡產出的風味表現。由於永續發展與推動對於咖啡品質及在地發展具有正面推動意義，對於生產者、消費者帶來正面效益。從聯合國永續發展目標定義出發，永續概念目前有多元的觀點與解釋，政府政策尚未有明確定義，國內現有研究無法全然了解對於永續認證的全貌，鑒於台灣永續認證逐漸發展，不僅需要借鏡國外的經驗與相關作法，研究者認為結合臺灣在地的精品咖啡莊園產銷結構與市場趨勢，除了進行理解與調整外，發展臺灣永續咖啡莊園認證量表，探討及確立永續認證的構面，進而協助臺灣咖啡莊園發展適當策略為本研究之立基。本研究目的有二：探索精品咖啡莊園的永續內涵與定義，透過質化研究方式辨別以精品咖啡莊園經營者為研究對象探究永續發展內涵，並加以明確定義永續認證之構念；建構一套適用於臺灣的「臺灣永續咖啡莊園認證量表」，為未來推動精品咖啡莊園永續鎮政之工具。本研究結合質化與量化方法深入探討永續認證之構念，利用文獻回顧整理永續發展基本構念與要素，後將透過焦點團體、深度訪談與內容分析法，探究精品咖啡莊園永續發展重要構面與多元概念，以完成初始題項並依循量表程序發展相關量表，進而釐清精品咖啡莊園永續發展定義與內涵，發展臺灣永續咖啡莊園認證量表，探討及確立認證構面、指標及題目項，進而協助臺灣咖啡莊園發展永續發展策略為本研究之立基。

【關鍵字】咖啡莊園、永續、量表建構

¹ 國立暨南國際大學 新興產業策略與發展博士學位學程 博士候選人

² 國立暨南國際大學 觀光休閒與餐旅管理學系 特聘教授

* 通訊方式：地址：南投縣埔里鎮大學路1號。電話：0915-055320。E-mail：uo0812@gmail.com

P15 農業旅遊動機對知覺復癒的影響—兼論人格特質的調節作用

The Impact of Agricultural Tourism Motivation on Perceived Restoration: The Moderating Role of Personality Traits

謝旺軒^{1*} 湯幸芬²
Wang-Hsuan Hsieh^{1*} Hsing-fen Tang²

【中文摘要】

農業旅遊提供旅客獨特的旅遊體驗,也讓他們參與各種當地文化和環境相符的活動,例如農事體驗、食農教育和生態教育等。過去研究證實置身於自然環境中能夠顯著增加人們的積極情緒,這對於身心健康有著重要作用,尤其是在農業旅遊這樣結合農業、休閒與觀光活動的形態中更是如此。同時,許多的研究也已證實休閒動機對休閒效益具有正向影響,然過往的休閒效益概念多集中測量生心理、教育及社會等構面,對於深度的心理體驗收穫探討並不多,尤其是農業旅遊型態更是少見,因此本研究重要的發問是農業旅遊動機對知覺復癒的影響效果為何?此外,參考 Nagata 與 McCormick(2023)研究,發現人格特質會影響休閒因應的效果,因此兼論人格特質對兩者間的關係的干擾效果亦成為本研究重要的發問。

透過文獻回顧設計結構式問卷,以便利取樣方式面對面訪談臺北市竹子湖休閒農業區現地20歲以上遊客,經同意後以手機掃描連結問卷網址填寫,資料收集期間為2024年五月至八月,刪除亂填答的無效樣本後,目前總計獲得有效問卷約240份。統計方法以描述性統計分析研究對象之社會人口學變項的分布情形,並且以多元迴歸分析探討農業旅遊動機對知覺復癒的影響,同時分析人格特質對兩者關係的干擾效果。

研究預期能瞭解農遊旅遊不同旅遊動機構面對知覺復癒之影響效果差異,同時亦能獲得不同人格特質遊客的知覺復癒效果差異,結果除能填補學術研究缺口外,亦能提供農業旅遊業者實務建議,在倡議農業旅遊健康效益時至為重要。

【關鍵字】 休閒農業、注意力恢復力

¹ 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 研究生

² 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 副教授兼主任

* 通訊方式：地址：臺北市北投區明德路365號學思樓 F1005。電話：0985210098。

E-mail：stewart880905@gmail.com

P16 高雄市三民區剩食現象的分析與探討

Analysis and Exploration of Food Surplus Phenomenon in Sanmin District, Kaohsiung City

柯珽瑀¹
Ke, Ting-Yu¹

翁家瑞^{2*}
Weng, Chia-Jui^{2*}

【中文摘要】

隨著生活水準的提升和都市化的發展，剩餘食物問題日益凸顯，不僅造成食物資源的浪費，也對環境造成負面影響。高雄市三民區作為人口密集的都會區，剩餘食物情況值得重視和研究。本研究旨在分析三民區剩餘食物現象的成因，並探討解決的改進對策，以減少剩餘食物。剩食問題不僅是倫理議題，也是社會、環境和經濟問題；本研究以文獻探討解析，回顧了剩食問題的背景和影響，以及減少剩食的策略，尤其聚焦於食物銀行的發展及現況；並設計了一系列研究方法，包括問卷調查、數據分析等，以了解高雄市三民區食物銀行的運作情況，以及剩食問題的具體表現。為了解三民區的實際剩餘飲食情況，本研究以問卷調查的方式，收集食物銀行營運者和貧困人口的第一手資料，透過描述性統計分析、信度與效度檢定、變異數分析和相關/迴歸分析等統計方法，獲得以下發現：食物銀行雖然提供了糧食援助，但由於推廣不足，大眾認知有限，導致許多有需求的人無法獲得；貧窮人口對於食物銀行的認知和接受度較低，部分原因是心理障礙，認為會被污名化；食物銀行庫存中，蔬果食材較易殘留，可能與一般民眾的飲食習慣及偏好有關；民眾對飲食問題的重視程度偏低，缺乏將剩餘食物捐贈給有剩餘需求者的意識；食物銀行與高端企業之間的連結不夠緊密，影響食物的充分利用。根據上述發現，本研究建議可從以下幾個方面著手，以減少三民區的剩餘食物問題。第一、加強官方和民間組織對食物銀行概念和運作模式的宣導，提高公眾認知。第二、推動食物銀行與其他社會福利單位的整合，消除群眾對領取食物的心理障礙。第三、優化高端食品的品類組合，提供更符合大眾需求的食品。第四、鼓勵大眾和企業培養剩餘飲食意識，發起捐贈食品、支持食物銀行等公益事業。第五、加強食物銀行與轉讓者之間的聯繫，建立高效率的食物購買與分配機制。

【關鍵字】剩食問題、食物銀行、社會問題、食物浪費、社會福利

¹ 台南應用科技大學 生活服務產業系生活應用科學碩士班 研究生

² 台南應用科技大學 餐飲系暨生活服務產業系生活應用科學碩士班 教授

* 通訊方式：地址：台南市永康區中正路529號。電話：0910815093。E-mail：t10044@mail.tut.edu.tw

P17 無麩質飲食的發展與健康價值之研究

Research on the Development and Healthy Value of Gluten-Free Diet

趙馨鈺¹ 翁家瑞^{2*}
ZHAO,XIN-YU¹ WENG,CHIA-JUI^{2*}

【中文摘要】

無麩質飲食近年來在現代社會中備受關注，成為一股熱門的飲食趨勢；本研究旨在透過文獻分析、消費者問卷調查和市場趨勢分析，對無麩質飲食的相關議題進行全面研究和探討，彙整無麩質飲食的起源與發展，分析對健康的影響及市場趨勢。無麩質飲食最初主要針對麩質不耐受或過敏人群而開發，但隨著健康意識的提高和飲食研究的深入，無麩質飲食受到越來越多人的重視，因而逐漸成為一種普遍的健康飲食方式。本研究以無麩質飲食對健康影響進行分析，發現無麩質飲食除有助於改善麩質不耐受或過敏者的症狀，並對一般人的身體健康也有著顯著的影響，如腸道性疾病改善、慢性疾病風險降低等。然而，無麩質飲食也存在一些挑戰和風險，需要在實踐應用中加以注意和調整。在無麩質飲食的市場趨勢方面，隨著消費者對健康飲食的重視和對健康食材的需求增加，無麩質飲食市場呈現出快速增長的趨勢，各種無麩質食品種類與銷售在超市與健康食品店等地越來越多，並且市場呈現出多元化和個性化的發展。綜合以上，無麩質飲食趨勢的興起不僅是一種飲食方式的轉變，更是一種對健康和生活品質的追求，研究分析結果有助於了解無麩質飲食發展趨勢、促進無麩質飲食健康價值以及相關產業的開發。

【關鍵字】無麩質飲食、健康飲食、麩質不耐受、市場趨勢、飲食健康

¹ 台南應用科技大學 生活服務產業系生活應用科學碩士班 研究生

² 台南應用科技大學 餐飲系暨生活服務產業系生活應用科學碩士班 教授

* 通訊方式：地址：台南市永康區中正路529號。電話：0910815093。E-mail：t10044@mail.tut.edu.tw

P18 咖啡休閒產業在鄉村旅遊規劃之研究：以廣東省小湘鎮月光流域咖啡莊園為例

Research on the Coffee Leisure Industry in Rural Tourism Planning: A Case Study of Moonlight Valley Coffee Plantation in Xiaoxiang Town, Guangdong Province

許光廷^{1*}
Hsu, Kung Ting^{1*}

鄒旺錦²
Zou, Wang Jin²

陳波³
Chen Bo³

【中文摘要】

2010年大陸全面進入小康社會以來，鄉村旅遊的人數與日俱增，鄉村旅遊的規劃發展也需要與時俱進，滿足遊客的需求。鄉村旅遊是以體驗鄉村風土人情為目的地的旅遊形式，它將鄉村的自然風光、田園景觀、民俗文化、傳統生活方式等資源作為吸引物，為遊客提供體驗鄉村生活、感受鄉村風情、瞭解鄉村文化的機會。本研究方法以文獻資料、田野調查及 SWOT 模型分析法進行研究分析。本文研究目的希冀以咖啡產業帶動鄉村振興，以農業為主、休閒為輔的經營方式，將休閒觀光融入農業的經營，朝多元化休閒農業的方向發展。研究結論提出對咖啡產業鄉村振興，未來發展鄉村旅遊發展規劃之可行建議。

【關鍵字】 鄉村旅遊、休閒農業、咖啡、SWOT、文旅融合

¹ 肇慶學院 園林系 副教授

² 肇慶學院 園林系 學生

³ 肇慶學院 風景園林系 高級工程師

* 通訊方式：地址：桃園市平鎮區金星里迪化街1巷12號。電話：0910130139。E-mail：jingom@qq.com

P19 國家公園及風景區的生態保護與遊憩利用的平衡研究：以臺灣玉山國家公園為例

Balancing Ecological Protection and Recreational Use in National Parks and Scenic Areas: A Case Study of Yushan National Park, Taiwan

陳柏安¹
CHEN BO-AN¹

【中文摘要】

本研究旨在探討國家公園及風景區內生態保護與遊憩利用之間的平衡，以臺灣玉山國家公園為案例，分析如何在保護生態系統的同時，滿足遊客的休閒需求，並促進國家公園的可持續發展。本研究方法採用文獻回顧、案例研究及比較研究，結果發現玉山國家公園的生態保護措施有效提升了生物多樣性，並透過合理的遊憩設施規劃，減少了對環境的負面影響。此外，社區參與和環境教育的推廣也顯著提高了當地居民和遊客的環保意識。研究建議未來加強生態監測、優化具環境責任意識的旅遊及生態的永續與保育知識的推廣等，以促進國家公園的永續發展。

【關鍵字】生態保護、遊憩管理、社區參與

¹ 國立臺灣體育運動大學 休閒運動管理研究所 研究生
通訊方式：地址：台中市東區玉皇街68巷22號5樓。電話：0982129403。
E-mail：p0982129403@gmail.com

P20 登山者裝備選用及行前準備自覺調查-以合歡北峰為例

Climbers' Equipment Selection and Pre-departure Preparation - Taking Hehuan Mountain North Peak as an Example

簡佑翔¹
CHIEN, YU-HSIANG¹

【中文摘要】

根據內政部消防署的統計，山難事故自 2008 年就有逐年攀升的趨勢。此次研究主要探討人在高山環境時容易遭遇的困難，及登山者為了因應這些困難應在登山前做哪些準備，此研究具體目的為：瞭解高山環境會對人體產生的影響以及登山時在體能、裝備、路線規劃上應做的準備。此次使用的研究方法為系統性文獻回顧法及個別訪談。研究者在 Google Scholar 及華藝線上圖書館等搜尋引擎中以登山安全、登山裝備等關鍵字進行搜尋，並於民國 112 年 2 月 5 日至合歡北峰進行個別訪談，訪談內容包含登山者的基本資料、爬山裝備、運動習慣及是否自覺充足準備等面向，最終有 15 位登山者進行訪談。初步發現多數登山者都有基礎的登山知識，且皆自認為有做充足的準備。然而，有部分年齡落在 20 到 30 歲間的受訪者平時缺乏運動習慣。根據內政部營建署的分級，合歡山北峰屬於登山新手初試百岳時可考慮的選項。總而言之，因合歡北峰的海拔高度較高，故在上山前還是需評估自己的體能條件。整體而言，研究者預期本研究結果能貢獻且應用於登山者行為上的參酌。

【關鍵字】登山裝備、登山、登山安全

¹ 國立臺灣體育運動大學 休閒運動學系碩士班 研究生
通訊方式：電話：0988-600832。

P21 網美餐廳環境氛圍、服務品質、情緒體驗、幸福感及顧客滿意度之探討—以台南地區早午餐為主

Exploring Internet celebrity restaurant customer well-being in Tainan City

宋珮瑤^{1*}
Pei-Yu Sung^{1*}

劉國寧²
Kuo-Ning Liu²

【中文摘要】

隨著疫情逐漸緩解和邊境管制的放鬆，台灣的餐飲業收入呈現強勁增長，預計到2023年，餐飲業的年增長率將達到5.14%。儘管台灣人口有所減少，但飲食依然是剛性需求。在經濟壓力下，飲食成為最容易滿足的幸福來源，推動餐飲企業不斷開發新品牌和菜色，並在行銷上推陳出新，從而持續吸引消費者的關注。台灣消費者生活水平的提升和消費模式的轉變，餐飲市場呈現多元化和差異化的趨勢。餐飲業進入門檻低，商品同質性高，容易被快速模仿。面對日益激烈的競爭和市場飽和，餐廳需致力於提升服務品質，創建獨特品牌形象，並提供卓越的服務體驗，以在競爭中脫穎而出。COVID-19疫情挑戰了傳統餐飲商業模式，企業必須思考如何在市場中保持競爭優勢。消費者對用餐體驗的需求已超越食物本身，涵蓋食物風味的獨特性、餐廳裝潢和氛圍及服務品質等因素。這些因素推動了早午餐和網紅餐廳等新興餐飲概念的崛起。早午餐在台灣成為受歡迎的飲食趨勢，許多消費者藉此放鬆和享受生活。此外，網紅餐廳以其獨特設計風格和適合拍照打卡的特點，吸引大量年輕消費者，成為餐飲業亮點。台灣民眾喜愛吃喝，許多人靠享受美食來舒壓。隨著現代人工作日益繁忙，生活習慣改變，早午餐成為台灣流行趨勢。此外，網美餐廳成為餐飲業熱門關鍵詞。在不斷進化的飲食文化和自媒體時代，許多網美餐廳呈現不同風格，吸引部落客和網美女神前來享用餐點並拍照打卡，進而吸引更多消費者。本研究採用問卷調查法，針對在台南地區早午餐網美餐廳用餐的顧客進行調查，以了解其對環境氛圍、服務品質、情緒體驗、幸福感及顧客滿意度的感受。研究結果顯示，環境氛圍對情緒體驗和幸福感均有顯著正向影響；情緒體驗對幸福感和顧客滿意度亦有顯著正向影響；服務品質對幸福感有顯著影響，而幸福感對顧客滿意度則具有顯著影響。此外，情緒體驗在環境氛圍與顧客滿意度之間，以及在服務品質與顧客滿意度之間，均起到中介效果；幸福感在環境氛圍與顧客滿意度之間，以及在服務品質與顧客滿意度之間，亦起到中介效果。本研究的結果對餐飲業者具有重要的實踐意涵。首先，業者應注重餐廳的環境氛圍設計，以提升顧客的情緒體驗和幸福感。其次，提供高品質的服務亦是提升顧客幸福感的重要因素。最終，業者需通過多種策略提升顧客的整體滿意度，從而增強品牌忠誠度，提升市場競爭力。透過這些變項的深入分析，本研究希望能夠揭示影響顧客滿意度和幸福感的關鍵因素，並提供餐飲業者在提升顧客體驗和品牌忠誠度方面的實踐建議。

【關鍵字】環境氛圍、服務品質、情緒體驗、幸福感、顧客滿意度

¹ 南臺科技大學 餐旅管理系 研究生

² 南臺科技大學 餐旅管理系 副教授

* 通訊方式：地址：台南市永康區南台街4樓之1。電話：0967023228。E-mail：mb1m0204@stust.edu.tw

P22 後疫情時代永續觀光與景觀規劃整合研究—以阿里山國家風景區為例

Integrated Study of Sustainable Tourism and Landscape Planning in the Post-Pandemic Era: A Case Study of Alishan National Scenic Area

姜昆璘¹
KUN-LIN JIANG¹

【中文摘要】

本研究探討2019年新冠病毒疫情爆發後，臺灣境內永續觀光與景觀規劃的整合策略，並以阿里山國家風景區為例，分析疫情對地方觀光產業的衝擊及其應對措施。透過次級資料蒐集方法，評估目的地吸引力及後疫情時代的應變策略，並提出永續發展的具體建議。研究結果強調推動永續觀光在後疫情時代的必要性，指出阿里山地區具備豐富的自然資源和文化資產，透過加強生態教育與文化體驗活動，實現景觀資源的保護與管理，期望對於其他風景區提供有價值的典範。

【關鍵字】後疫情時代、永續觀光、景觀規劃、阿里山國家風景區

¹ 國立臺灣體育運動大學 休閒運動學系碩士班 研究生
通訊方式：地址：台中市北區雙十路一段 16 號。電話：0963787528。
E-mail：11002015@gm.ntus.edu.tw

P23 探討森林健行者的休閒動機轉變與休閒效益關係

Exploring the Relationship Between the Transformation of Leisure Motivations and Leisure Benefits Among Forest Hikers

王文媛^{1*}

湯幸芬²

【中文摘要】

本研究探討2019年新冠病毒疫情爆發後，臺灣境內永續觀光與景觀規劃的整合策略，並以阿里山國家風景區為例，分析疫情對地方觀光產業的衝擊及其應對措施。透過次級資料蒐集方法，評估目的地吸引力及後疫情時代的應變策略，並提出永續發展的具體建議。研究結果強調推動永續觀光在後疫情時代的必要性，指出阿里山地區具備豐富的自然資源和文化資產，透過加強生態教育與文化體驗活動，實現景觀資源的保護與管理，期望對於其他風景區提供有價值的典範。

【關鍵字】森林健行、休閒動機、休閒動機轉變、休閒效益

¹ 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 研究生

² 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 副教授兼主任

* 通訊方式：臺北市北投區明德路365號學思樓 F1005。電話：0985210098。

E-mail：stewart880905@gmail.com

P23 探討森林健行者的休閒動機轉變與休閒效益關係

Exploring the Relationship Between the Transformation of Leisure Motivations and Leisure Benefits Among Forest Hikers

王文媛^{1*}

湯幸芬²

【中文摘要】

本研究探討2019年新冠病毒疫情爆發後，臺灣境內永續觀光與景觀規劃的整合策略，並以阿里山國家風景區為例，分析疫情對地方觀光產業的衝擊及其應對措施。透過次級資料蒐集方法，評估目的地吸引力及後疫情時代的應變策略，並提出永續發展的具體建議。研究結果強調推動永續觀光在後疫情時代的必要性，指出阿里山地區具備豐富的自然資源和文化資產，透過加強生態教育與文化體驗活動，實現景觀資源的保護與管理，期望對於其他風景區提供有價值的典範。

【關鍵字】森林健行、休閒動機、休閒動機轉變、休閒效益

¹ 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 研究生

² 國立臺北護理健康大學 休閒產業與健康促進系旅遊健康研究所 副教授兼主任

* 通訊方式：臺北市北投區明德路365號學思樓 F1005。電話：0985210098。

E-mail：stewart880905@gmail.com



經費補助單位：教育部、國家科學及技術委員會、交通部觀光署
主辦單位：國立暨南國際大學、中華民國戶外遊憩學會、
國立暨南國際大學管理學院、暨大地方產業創生中心