

出國報告（出國類別：研究）

生態餐旅教育和學習者知識社群之 研究

服務機關：國立高雄餐旅大學

姓名職稱：馮莉雅 教授

派赴國家：加拿大、美國

出國期間：105.7.04-105.7.21

報告日期：105.7. 26

摘要

餐旅產業是台灣經濟發展的重要指標之一，而創業和生態永續是近年來我國餐旅教育關注的重點。社會脈絡的重點生態環保發展、學校教育、實習課程和創業就業是知識學習社群的四個核心概念，彼此要如何銜接，值得加以探討。我國餐旅教育逐年重視國外實習和創業課程，融入綠色環保、文創、美感、行銷等元素，但學校要如何在課程中提供學生餐旅專業知識外，並讓學生能真實應用科技、美學、環保的經驗，強化未來的就業力和創業力，須借重國外成功的例子。＜kiki 波籬屋＞是美國西部台式烘焙餐飲的連鎖店，想要與高餐大合作，強化其產品開發和人才培育。基於國際化的發展，本次報告擬藉由美國 kiki 波籬屋的考察研究以及溫哥華餐旅產業現況，對於我國餐旅實習制度和廚藝課程的調整應可提供可行的參考意見。此外，加拿大洛磯山是世界著名的生態旅遊地點，其如何結合餐飲文化，以提高其旅行價值，也是餐旅教育跨領域的良好課程教材。

2016 年「學習和學習者知識社群國際研討會」，研討主題多元，其中教育與課程、評量與評鑑、教育組織與領導力、就業力等議題，提供餐旅教育課程與教學可行的思維方向。

本文旨在透過參訪(含產業實習)、訪談和研討會工作坊，彙整餐旅課程調整、海外實習、創業的可行方案，冀望能有助於我國餐旅教育之改革上有所參考價值。

關鍵字：餐旅產業、實習、創業、學習社群

目錄

壹、目的.....	4
貳、過程.....	4
參、心得及建議.....	12
肆、附錄.....	14

壹、目的

專業課程、實習課程的終極目的是強化學生的就業力，中華民國統計資訊網(2015)指出我國餐旅產業的留職率約 43%，為各業行最低，顯示餐旅教育的人才培育方式有檢討之必要。而餐旅產業又是我國青年人創業的主要選項之一，海外實習也是餐旅教育的重點，但海外實習應結合就業與創業，因此餐旅相關科系應檢視正式課程、非正式課程在人才培育的效果。

本計畫旨在經由(1)實地學習加拿大洛磯山的生態文化旅行，了解生態景點之餐飲文化規畫策略，(2)經由三天國際研討會的對話與交流，找到我國餐旅教育課程調整的策略和因應之道，(3)實地參訪了解美國台式烘焙餐飲餐的連鎖店之餐旅創業成功的案例--kiki 波籬屋，了解產業運作、創業成功因素及人才需求，做為我國餐旅教育調整、校內實習、海外實習和創業課程之規畫參考。其預期效益有下列四點：

- 1.找到美國和加拿大二國西岸餐旅產業新的發展方向。
- 2.蒐集餐旅實習和創業人才的培育方式。
- 3.蒐集餐旅產業創新之可行方式。
- 4.了解國際主要國家學習者知識社群的推動方式和成效，做為我國餐旅教育之發展參考。

貳、過程

本次參訪共 18 天，7 月 4 日桃園出發，7 月 6-13 日進行餐飲市場調查和生態文化旅行，7 月 13~15 日參加 2016 年「學習和學習者知識社群國際研討會」，7 月 16 日-7 月 18 日 <kiki 波籬屋> 實地參訪學習和訪談，7 月 19 日訪談資料確認，7 月 20 日搭機回國。

一、105 年 7 月 6 日-7 月 13 日，餐飲市場調查和生態文化旅行

(一)溫哥華的異國餐飲調查

溫哥華的歐洲、亞洲、健康養生等類型餐廳數量相當大，其發展受到觀光資源和餐飲從業人員的人力結構之影響，調查範圍包括購物商場的美食廣場、光觀市場的餐飲小舖、連鎖速食店和特色小館。

1.參訪過程和內容

時 間	參 訪 活 動 和 過 程
7 月 6 日	1.光觀市場的餐飲小舖：龍斯代爾碼頭(Lonsdale Quay)、格蘭維爾島的文創區(Granville)二地區的光觀市場(market) 2.特色 (1)多元化新鮮食材市場結合餐旅業的觀光行銷策略 (2)餐飲小舖除專門販售可配送、外帶的產品，也針對產品提供餐食，供遊客在市場椅桌的食用，以利推銷產品，也帶動人氣 (3)一個景點有多個光觀市場，也包含特色大學(如電影)、廚藝學校、多元化文創商店(例如創藝掃把店、樂器店)、水泥場保留區增置藝術等，才能吸引足夠的觀光客。
7 月 7 日	1.中國餐廳：美食廣場的店家、咖啡點心店、24 小時的粥店、粵菜店等 2.特色 (1)大分量 (2)及時融入台灣餐飲流行元素，例如蜜糖土司的修正版 (3)相當比例運用冷凍食品
7 月 8 日	1.連鎖餐廳：速食店、綠色健康食材店 2.特色 (1)三明治等餐食強調當地的烹飪方式 (2)主打三種菜色之群合餐(二菜一肉)，安全的食材來源，配料區和餐廳坐位設計，是增加營業額的重要因素 (3)亞洲和西菜元素並重，多國文字的廣告宣傳，才能吸引各族群的顧客
7 月 9 日	1.餐廳：日本菜

	2.特色
	(1)當地新鮮食材、創藝菜單
	(2)不同時段的菜單(差異分量和差異價格)

2.調查心得

- (1)餐廳的食材或菜餚要有特色，才能有特定客群，以確定餐廳價位。但冷凍食品或中央工廠的配送已成為食品的重要來源。
- (2)異國餐廳大多有行銷國家文化、觀光資源和特色食物的策略，結合國外最新流行元素，提供各類菜單旨在強化顧客的認同度和持續消費的意願。
- (3)小店鋪型式是都會區觀光景點的主力餐廳，其特色是面積小、設備完善(有蒸烤箱)、食材品質良好、動線良好、人力精簡、醬料多樣化。
- (4)單人一餐的價格約 15-20 元加幣，但份量約台灣 1.5~2 倍。

(二) 生態文化旅行

洛磯山的範圍很大，此次參訪地點僅限於班夫國家公園(National Banff Park)。

1.參訪過程和內容

時 間	參 訪 活 動 和 過 程
7 月 10 日	1.傑士伯(Jasper) 和冰原 2.特色 (1)一條龍式的經營方式，全由同一家公司總管理，有三個景點可以選擇，吸引人潮 (2)可以控管遊客的人數和停留時間，減少生態旅遊的人為干擾因素 (3)員工招募國際化，有培訓方案，我國休閒系的學生可以參與 (4)視遊客人類和類型(團客或散客)，餐廳分成單點和自助式
7 月 11 日	1.露薏絲湖 (Lake Louise) 2.特色 (1)鼓勵住宿和遊湖活動 (2)設各類餐廳，簡餐廳、咖啡廳、便利商店、24 小時的三明治店、自助餐餐廳、酒吧，新增婚禮的餐會

	(3)飯店的設施，以使人放輕鬆而願意增加停留時間為重心
7 月 12 日	1.班夫市(Banff City) 2.特色 (1)多國餐廳林立 (2)超市除了生鮮食材外，也主打熱食外帶主，吸引遊客住在公寓式旅館 (3)除地標的飯店外，各式功能的旅店，以滿足各類遊客的需求
7 月 13 日	1.夢蓮湖(Lake Moraine) 2.特色 (1)一湖有上下不同的特色，以滿足不同體能遊客的需求 (2)結合民宿、渡假小屋、簡單漢堡店和特色餐廳，讓生態旅遊能多元推廣

2.調查心得

(1)從業人員培訓：

要吸引各國遊客，洛磯山國家公園利用網路招募各國青年人來打工，各國青年胸前名牌標示國籍，讓各國遊客有跨國(多國)互動的經驗，更是減少人力成本，唯很少有台灣的學生。

(2)擴大遊客參觀範圍和逗留時間之策略：

生態旅遊有二個衝突點，經濟利益和生態保護。加拿大的行銷策略是生態區鼓勵健行散步，區域統一管理，減少同一時間遊客大量湧入的現象。將主要住宿區拉到外圍，強化生活機能，鼓勵遊客進行放射式長期的旅遊方式。每一主要景點附近必有二三個不同功能餐廳或咖啡店或冰淇淋店，有的適合室內用餐，有的適合外帶。

二、105 年 7 月 13 日-7 月 15 日行程，參與國際研討會

2016 年「學習和學習者知識社群國際研討會」於加拿大大不列顛哥倫比亞大學(UBC)的芭確納大樓中心舉行，日期為 7 月 13 日至 15 日。除大會安排的專題演講外，每天同一時段在 11 個小會議室舉行不同主題的論文發表，一個主題至少有三篇論文的發表與交流。茲將三天參與會議主題和研討內容點、心得說明如下：

(一) 會議議程和主題、及參與方式

時間 (參與方式)	研討主題	內容重點和心得
7 月 13 日 15:30-16:30	大學的教學	1.研討內容 (1)為了塑造良好評量活動的專業發展方案。 (2)講述課的目的:學生對大班教學的看法。 2.現場報告及討論交流 (1)大學教師要了解學習評量的設計機制和原理原則，發展個人適合的評量習慣，但不能脫離學習心，大學教師分享個人使用效果和運用之原理原則是相當重要的。 (2)大型教學或理論課程之授課教師須精熟課堂師生互動，掌握學生知覺、引導到課程目標，否則學生會低估教師的教學熱忱和專業知識。
7 月 14 日 10:50-12:00	高等教育 的新措施 /21 世紀的 教育學	1.研討內容 (1)職前教師的服務學習方案:國小低成就學生的輔導。 (2)想像學校的潛在課程：檢查高等教育的活動。 (3)跨科際探究學科的運用以利發展 21 世紀的技能:中學如何有效發展學生的合作與問題解決能力。 2.現場報告及討論交流 (1)每位職前教師擔任一位國小低成就學生的輔導教師，且須與其原本班級導師密切合作，定期互動。發現此一服務學習方案能提供真實學習情境，有助於職前教師練習運用的內容知識和達成學生差異性需求。可以結合我國中小學的補救教學方案，但職前教師也要接受補救教學的訓練。 (2)經費補助和學校活動使得學校成為社會性差異

		的再製機構。尤其是學校的社會性活動，學生參與特定的觀看活動，使得學生成為優勢團體或弱勢團體的一份子。換言之，學校要提供學生多種機會看到各社會階級的活動。 (3) 21 世紀的技能是合作性問題解決能力，重要的課程除了探究過程本身外，還要有訊息通訊技術方案、誘導性教學、自我管理團隊活動等。
7 月 14 日 13:0-15:50	工作坊/專業學習	1.研討內容： (1)廣泛設計課室的成功表現。 (2)理解的架構與回饋訊息的使用:傳送有效的回饋。 2.現場報告及討論交流 (1)報告者提供大學通識課程，能讓所有學生增加學習的真實案例。主要模式是大學教授與中小教師一同合作，先提供一些訊息後，請學生針對已規畫的工作坊提問，參與者要與同儕小組共同規畫至少使用一種工作坊教導的大學學習策略，教師利用小組發表的時間提供回饋與建議，協助學生下一學期能有效執行小組方案。 (2)學習到一種發展和傳送形成性回饋的教學系統，可以提高學生的課堂參與和教學清晰度。由案例得知文字回饋的方式是主要傳送方式，須能鼓勵學生。
7 月 15 日 10:50-12:15	學習與同儕角色	1.研討內容 (1) 探究本位任務中的同儕評量 (2) 運用同儕評分增進學生學習 2.現場討論交流 (1)學生偏好教師提供的形成式評量而非同儕評量，因為回饋的品質較佳、可信度較高，對於提升期末成績有較大的影響力。會想閱讀同儕提供

		的建議，只因為想要獲得分數。 (2)同儕評分較適合於小組活動的考評，學生能利用評分單上的項目有效評量同儕的參與和貢獻。步驟一：學生在溝通平台向同儕提問，步驟二：學生在課堂活動中評量同儕表現，步驟三：學生分析二種活動時間同儕的表現。
7 月 15 日 14:00~16:00	校園參訪	1.參訪地點 (1)科技支持學習中心。 (2)教、學與科技中心。 (3)學校核心價值觀宣導區 2.討論交流 (1)教師和學生需要有不同的空間和支持系統，科技的使用扮演重要角色。 (2)學生服儀要求可以利用文物傳送核心價值的訊息，效果優於教官取締和記過。

(二)研討會議的學習重點

- 1.各類主題我國都有待深入研究，此一研討會有助於了解各國大學教育的教與學最新發展。
2. 研究會結合期刊和專書出版是吸引世界各國學者與會的主要動機，本次發現主辦單位派人在聽眾席聆聽其感興趣的文章，是決定是否主動邀稿的指標之一。另外也可以主動與發表者討論共同出版專書的可能性。

三、105 年 7 月 16 日-7 月 20 日行程，<kiki 波籬屋>實地參訪學習

(一)<kiki 波籬屋>之介紹

<kiki 波籬屋>是一家南加大有名的台式烘焙餐飲連鎖店，共有 5 家店。2015 年拓點到西雅圖，目前有 2 家店正式營業，還有 1 家預計年底開幕。其主要訴求是台灣美食海外輸出，客群主要是亞裔人士。預定 2017 年公司又要拓點到奧勒岡州。

(二)實地參訪學習的內容

時 間	參 訪 活 動 和 過 程
7 月 16 日	1.參訪學習內容：微軟園區的烘焙坊 (1)參觀內場設備的配置 (2)參觀外場的商品 (3)中央廚房的運作和管理 (4)了解客群的需求重點 2.心得 (1)該區平均資薪較高，蛋糕的需求量較大，但裝潢沒有特色。 (2)因為中央廚房在此，較無配送量計算的壓力。 (3)內場員工對環境衛生的要求不如派克市場烘焙店。 (3)應該多增加有烘焙專長的員工。
7 月 17 日	1.參訪學習內容：華盛頓大學旁的餐點鋪 (1)空間規畫 (2)開店的相關規定 (3)社區環境分析 2.訪談 (1)地點如何決定？ (2)餐飲專任人士如何招募？ (3)與中央廚房的連結？ (4)設定主打商品和行銷方式？
7 月 18 日	1 參訪學習內容：百勝商場的烘焙餐飲店 2.特色：結合到商場人潮，善用觀光局的台灣美食觀光宣導影片，簡餐是有助於顧客長時間停留，增加店內人氣旺的現象。主打台灣最夯的商品(燈炮珍奶等)，馬卡龍冰淇淋吸引非亞裔的顧客。供需不穩定的現象要及早改善。
7 月 19 日	1.參訪內容：未來發展方向，及與國立高雄餐旅大學合作之可行性 2.結論 (1)內外場都有人力不足的問題，員工流動率高。餐飲有加分效

果，但非老闆們的專長，需要專業人員或第二專長訓練。希望能與國立高雄餐旅大學合作進行實習或就業之合作。由餐飲科系畢業的經理人負責食物成品製作流程、品質的管控，及新菜單研發。

(2)近幾年預轉型為連鎖加盟店的方式，成為原務料、know how、人才培訓之提供機構。

(三)學習心得

- 1.純有餐飲技術，沒有分析規劃能力、溝通及團隊合作能力，不易創業成功，只能是低階主管。
- 2.要建立人才培育的制度，否則服務品質管理不易。
- 3.結合國政府的觀光訊息和宣傳資料，宣傳效果加分。
- 4.各店應有即時出產少量成品的設備和半成品，避免下午 4:00 即沒有產品可賣。
- 5.掌握關鍵能力，規模夠大，則能吸引加盟對象。
- 6.餐飲業若能結合環保概念、網路行銷策略，結合創新觀念，較有發展的機會。
- 7.建議提供禮盒式商品之目錄。
- 8.因為美國入境簽證的問題，宜以逐步、篩選的方式，建立實習就業合作方式，但學校要先強化語言訓練，並提供完整的生涯發展藍圖給學生。

參、心得及建議

一、中小型餐廳或烘焙坊的定位明確是重要行銷策略

- (一)安全的食材讓顧客安心
- (二)結合文化體驗、觀光訊息、多種產品、區別化的價格能強化顧客的認同和消費的意願
- (三)各種消費對象的需求，商品要多元組合；分析客群，各店特色要不同

二、非正式課程在創意/創業能力的培育扮演重角色

- (一)財政管理、資料分析、口語介紹、方案規畫是正式課程可以培養的，因為這些能力需要試驗與回饋修正。
- (二)環境覺察、人際互動、自信心、領導力等能力培養是非正式課程的主要功能，尤其創意的產出要經由文化衝突和參觀轉化。

三、餐飲產業須結合科技，國外流行元素，才有創新的產品

<kiki 波籬屋>的股東雖有烘焙專長專長，但仍每一季會到亞洲國家觀摩和參訪最新流行的產品。溫哥華的餐廳也將台灣最夯的餐飲模式引入加拿大。顯示海外參訪的課程要納入流行產品的觀摩活動，並要學生構思如何轉化。例如西雅圖派克市的巧達湯，共有八種口味，也是吸引觀光客大排長龍的誘因。我國的麵線糊也可以有相同的模式，分成大腸、肉羹、鮮蚵、魷魚等配調。餐飲技術人才若有科技知識、資料系統分析能力較能做出正確的決策，才能成為高階主管。

四、人力斷層

廚藝人才斷層不僅發生在台灣，美國和加拿大都是一樣，很多中國餐廳是由墨西哥人擔任，或改用冷凍食品取代。顯示我國廚藝科系畢業生的就業市場不限在國內。

五、生態旅遊要全面規畫

洛磯山的生態旅遊顯示交通管理、餐飲規劃、遊憩區域安排，是環環相扣的，缺一則會降低生態旅遊的效果。

六、建議

- (一)餐旅教育要提供就業和創業所需的基本知能，包括外語能力、敏銳觀察力、發表解說能力、資料分析能力、跨領域相關知識。
- (二)餐旅教育要運用非正式課程強化學生領導力、溝通能力、自信心、樂觀、挫折容忍、環境適應等人格特質。
- (三)餐旅產業配合不同消費族群有行銷策略，而電子科技的應用能擴大消費市場。
- (四)我國餐旅專業人員應在食材管理、文化行銷和菜單設計有更多的體驗學習，才能掌握更多元的顧客需求，發展國際化觀點。
- (五)強化我國廚藝科學學生的語文能力系、提供海外實習就業的藍圖和實踐機會，才能強化學生的就業力。

中華民國統計資訊網(2015)。102 年受僱員工動向調查統計結果綜合分析。2015.3.22

<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=32371&ctNode=3321&mp=1>

肆、附錄









