

## 第一階段 研究訓練階段

### 一、近二年學校獨立研究課程之規劃

本校獨立研究課程分為三年級「研究技巧訓練」與四至六年級「獨立研究實作」兩大部分，前者訓練研究技巧，如資訊運用、資料蒐集與整理，以及研究方法等；後者採混齡編組，由高年級在決定題目後招募四年級組員，研究過程中亦會根據主題搭配校外學習。

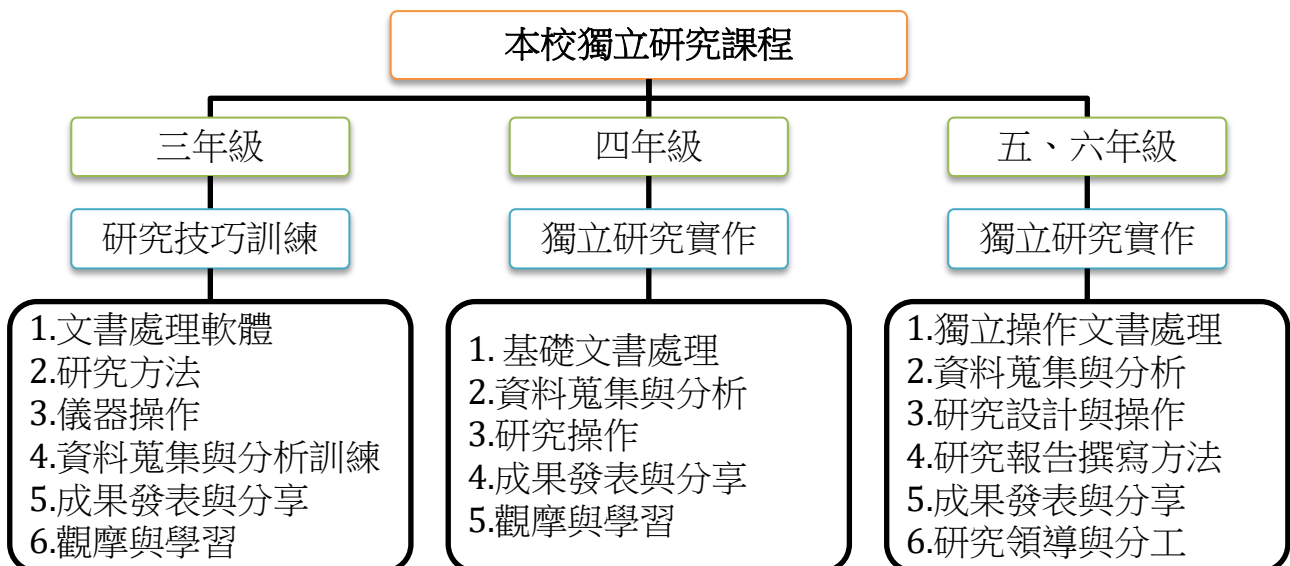
欲培養之核心素養為：

- (一) 解決問題：具備問題理解、思辨分析、推理批判的系統思考與後設思考素養，並能行動與反思，以有效解決生活問題。
- (二) 溝通表達：具備理解及使用語言、文字、數理等各種符號進行表達與互動，並應用在日常生活中。
- (三) 團隊合作：能與他人建立良好的互動關係，並發展與人溝通協調、包容異己等素養。

根據核心素養發展之課程目標如下：

- (一) 能體驗發現及解決問題的過程。
- (二) 能拓展且熟知某領域的知識，總結所得後與他人分享。
- (三) 能運用研究所需之相關技能。
- (四) 能投入研究，並以積極的態度與人分工合作。

課程大綱如下圖：



## 二、學校如何提供該生獨立研究訓練

本校在安排獨立研究課程時，按照學生年級區分為三年級、四年級，以及高年級三層次，說明如下：

- (一)三年級：針對三年級的資優生，會設計與學科相關的課程以拓展其知識基礎，每週安排兩節主題探索課程，主要在研究技巧的訓練方面，讓學生學習文書處理、資料蒐集與整理方法、圖書館運用、觀察與做筆記的能力、晤談方法，並在老師指導下實際進行實驗研究法。在充實活動中，提供一般探索機會，搭配如數位相機、顯微鏡、簡單科學實驗技術等的操作練習。每年安排參訪多場展覽，讓學生能找出研究興趣與觀摩優秀作品，並隨時記錄有興趣的主題。
- (二)四年級：在學科加深加廣方面與三年級相同，但進入此階段，學生已開始針對有興趣的主題進行研究，而非單純只蒐集資料。每週兩節課的獨立研究課程，四年級資優生主要擔任研究協助者，配合學長姐的引導，協助研究觀察與記錄工作，對於了解實際研究歷程與重點事項，是很重要的訓練。
- (三)高年級：每週進行兩節課的獨立研究課程，實際進行研究，在教師協助下，完成「訂定主題」、「擬定工作進度與分配」、「擬定研究問題」、「蒐集資料與整理」、「尋求資源」、「實際研究與記錄」、「研究討論與發現」、「撰寫書面報告與分享」之流程。在此階段，教師的角色會依據學生能力，慢慢減少干預，擔任引導討論與技術指導工作，掌握學生計畫安排與實際進度是否得宜，並在學生完成報告時協助修改。

## 第二階段 獨立研究階段

### 壹、研究動機

去年我們就發現彰化火車站外面都圍起來了，好奇詢問之下才知道，即將 60 歲的彰化火車站，為了展示更美好的面貌，開始進行周邊環境再造工程。對很多人來說，臺鐵富含著濃濃的回憶，尤其最容易聯想到的就是鐵路便當。1999 年開始，臺鐵推出臺鐵便當和騰雲號火車組，廣受民眾的喜愛，開啟了臺鐵文創的發展，之後更在 2019 年設立了附業營運小組，推出了鐵道特色商品為主的夢工廠，以及「鐵路便當節」等。我們這組的組員家裡都有臺鐵的商品，加上有一位同學是鐵道迷，經過討論決定研究這方面的主題，分析臺鐵便當銷售策略以及一般民眾對的看法與購買經驗。

### 貳、擬定正式計畫、研究問題及工作進度表

#### 一、研究問題

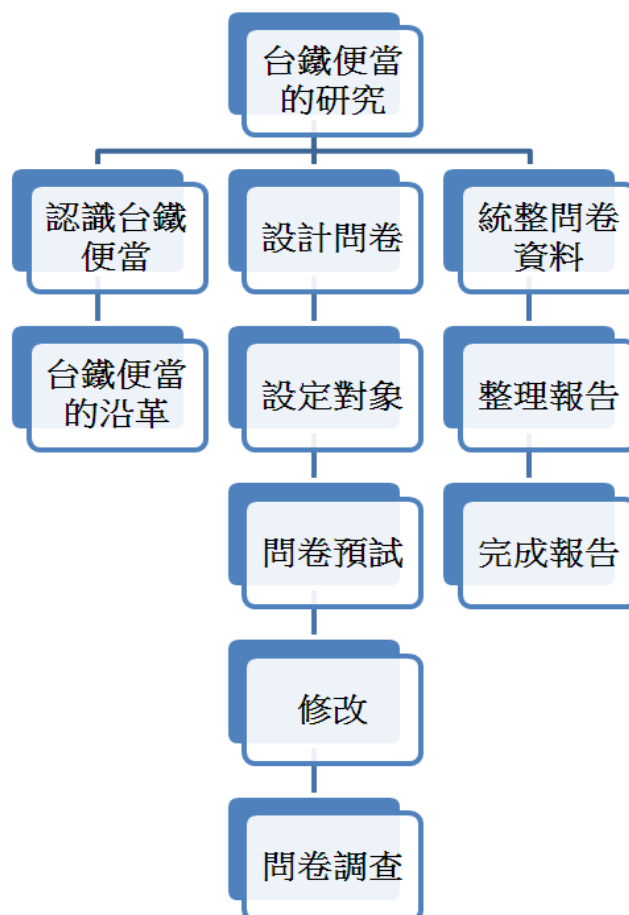
- (一) 臺鐵便當有哪些種類？
- (二) 臺鐵用哪些方法來行銷便當？
- (三) 民眾是否曾購買過臺鐵臺鐵便當？
- (四) 民眾對於便當購買意願如何？
- (五) 民眾對臺鐵便當的看法如何？

#### 二、工作進度表

日期	預訂做的事
4/7	找題目
4/14	找題目、決定主題
4/21	訂定資料蒐集架構
4/28~5/5	整理資料
5/12	進行資料統整
5/19	蒐集鐵路相關研究並決定研究主題(臺鐵 VS 文創)

5/26	蒐集相關研究資料並統整、探究臺鐵文創(文創範疇)
6/2	腦力激盪提問題
6/9	統整資料
6/16~23	製作問卷
6/30	問卷預試
7/7	預試問卷修改
7/14	月考停課
7/15~9/1	實問卷調查、進行資料統計
9/3~9/22	進行資料統計、整理書面報告

### 三、研究架構



## 參、彙整相關文獻

### 一、臺鐵周邊商品發展歷史

#### (一) 周邊商品的定義

「具有交易行為的製品」才能定義為商品，周邊商品是一種消費性商品。周邊商品的定義有二：一為主產品的功能性附屬商品、二為品牌延伸性商品，『周邊商品』一詞所涵蓋的範圍相當廣泛，涵蓋品牌、衍生性商品；如某動漫畫周邊商品(模型、鑰匙圈、撲克牌…等)，或者像是某汽車品牌的椅套、擾流板……等。

#### (二) 臺鐵周邊商品發展歷史

2012年5月25日是臺鐵文創產業的創新里程碑，以鐵路商品專賣店之姿進駐臺北車站的臺鐵夢工場旗艦店，以車廂、月台、鐵道，以及動線和速度感為設計理念，勾起民眾對於鐵道的記憶，為臺鐵的文創寫下值得紀念的扉頁。此外，臺鐵第一間線上購物商店也同步成立，提供民眾更便利的購物管道，並陸續在大站增設實體店面(圖 3-1)。



圖 3-1：臺鐵夢工廠實體店面-台北站



圖 3-2：臺鐵夢工廠年表

## 二、臺鐵便當的營收狀況

臺鐵於 108 年 4 月 15 日成立了附業營運中心，將原有的台中、台北、高雄、花蓮餐廳改建餐旅所，更在台東增設餐務室，不僅完成了向東、西、南、北發展，完成環島供應鏈，同時透過各餐務室通動 HACCP 系統準則，提升食品衛生品質，另外，在附業營運中心的努力下，業績達到較 107 年成長兩倍，臺鐵便當連三年年銷售都破 1 千萬個，年業績將近 8 億元。

針對以特色商品為主的臺鐵夢工廠，除原有的門市外，增加了鳳山、花蓮和台東夢工廠，完成夢工廠全台佈建，補足南部及東部區塊，開拓了東部鐵道市場，更優化官網網路數位營運機制，結合實體和網路，讓消費者有更多元的購物選擇。

## 三、臺鐵便當的發展

臺灣鐵道便當的歷史是從日本殖民時代開賣，當時搭車時若要用餐，可至餐車進食，例如 1912 年縱貫線急行列車就已經加掛了「一等食堂車」，不過當時餐車用餐可不便宜，在一般車廂並不提供茶與便當，旅客必須在列車靠站時購買，也因此有部分車站出現了便當販賣的服務。

1949 年開始，正式成立餐旅服務所，除了在高雄、臺南、臺中、臺北、松山五個大站設立鐵路餐廳外，也開始在火車廂內供應便當，方便旅客食用。初期供應的不過是一般的菜飯便當，之後慢慢改變成獨家特製的排骨菜飯便當。在 1960 年，臺鐵成立「小營部」，進一步整合販售便當者，後逐漸成為臺鐵除了運輸之外之主要商品。

過去老百姓的生活普遍不富裕，能夠吃得起鐵路便當的人並不多，臺鐵便當的包裝也不講究；從 1949 年到 1969 年這段時間，臺鐵便當都是採用木片盒裝置，吃完就丟棄。1970 年起改用鋁盒，後來鋁製品經醫學研究證明有毒，不適合做食用器皿。鐵路局改採用不鏽鋼飯盒，但是不鏽鋼飯盒成本較高，只在光華號及對號列車供應，平快及慢車又恢復木片盒。

1979年，輕便的保麗龍盒取代了不鏽鋼，是因為旅客吃完便當後往往順手把不鏽鋼飯盒帶走，造成鐵路局不小的損失；其次有旅客反映，飯盒沒有清洗乾淨，米粒殘渣還留在上面，一度也造成話題。後來環保意識抬頭，鐵路局又捨棄保麗龍，再次使用木片餐盒。

2000年鐵路局為慶祝台灣鐵路113年慶，為了重現當年的口味，鐵路局特別請出擁有31年製作便當經驗的師傅，親自製作傳統風味的排骨菜飯便當，內容包括排骨、滷蛋、醬瓜、酸菜，及由豬油及切碎青江菜，包裝在不鏽鋼圓形飯盒裡，再加上一副鋁筷、一個手提袋，取名「台灣鐵路懷舊便當」，每個售價三百元，限量供應一千個。由於民眾反應熱烈，又接受預訂，共售出九萬個「台灣鐵路懷舊便當」，前後忙碌了三個月，才消化掉這批數量龐大的便當。臺鐵餐旅服務總所總經理陳清標說：「把菜餚裝在不鏽鋼圓形飯盒內，又打上『懷舊』字樣，感覺就完全不一樣了。」他認為，此舉滿足旅客的思古幽情，大家用懷舊來表達另一種相逢。

#### 四、臺鐵便當發展方向

2020年，臺鐵宣布已完成臺鐵夢工廠(專售文創商品)、臺鐵便當餐旅所等，在全台北、中、南、東均完成供應鏈建置，餐旅所的部分也全數通過HACCP(食品安全管制系統)系統準則。2020年鐵路便當節辦在集集，因此，這次鐵路便當節的限定便當就是要結合集集在地食材，製作成集集版便當。

## 肆、資料分析

### 一、臺鐵便當介紹

我們參考臺鐵官網提供的便當菜色與相關研究進行整理，將便當分成幾類：

- (1)懷舊型：菜色以滷排骨為主，加上酸菜、滷蛋及醃漬醬瓜等。
- (2)特色型：符合當地特色，如七堵的宜蘭風味鴨、花東特蔬便當。
- (3)素食型：提供素食者食用便當。
- (4)新奇型：使用較特別食材，台中鐵路餐廳臺鐵素食便當(燉飯)
- (5)收藏型：包裝較特別，值得收藏。
- (6)限定型：季節限定或限量供應，只提供現場購買，不接受預訂預購及外送，如紹興雞腿排便當。

二、我們閱讀了大量的資料，包含文章、新聞報導與臺鐵網站，將臺鐵的便當行銷策略歸納如下：

#### (1)連結臺鐵的形象

臺鐵推出周邊商品時，多以車廂、月台、鐵道等類型，以及動線和速度感為設計理念。

#### (2)提供線上訂購便當的服務

臺鐵局提供貼心服務，消費者可在線上訂餐。以團體來說，只要訂購金額滿 1000 元以上，所在地址在七堵、臺北、臺中、高雄、花蓮等 5 大車站周圍附近 3 公里範圍內，臺鐵局就可以提供免費的外送服務；另外，線上訂購車票的民眾也能同時訂購便當。

#### (3)強調懷舊的故事

2000 年的臺鐵 113 年周年慶，活動主打「千禧年懷舊便當」，在活動前一天準備了用不鏽鋼圓形飯盒，並打上「懷舊」字樣的 1000 個懷舊便當。結果隔天早上 9 點，開賣不到 20 分鐘，便當就銷售一空了，可見對民眾來說有著莫大的「懷舊吸引力」！



#### (4)提供方便的實體銷售

臺鐵的實體銷售店面分為鐵路餐廳與車勤服務部兩種，鐵路餐廳有台北鐵路餐廳、台中鐵路餐廳、高雄鐵路餐廳三個，而車勤服務部有七堵車勤服務部、花蓮車勤服務部兩個，其中鐵路餐廳與車勤服務部有細部分為便當本舖、販賣台、夢工廠等小型販賣便當的地點。

#### (5)和超商聯名

臺鐵於 2020 年 5 月開始與全家便利商店聯名，以臺鐵便當經典元素「滷排骨」，合作開發 8 款中西式鮮食，包括：大口經典滷排飯糰、滷排骨雪菜炒飯、滷排骨乾拌麵、里肌豬排握沙拉、里肌豬排長堡、經典滷排骨、傳統滷排糯米飯糰及滷排刈包，在全台 3600 多家全家便利商店買得到。

 <p>圖片來源：<a href="https://udn.com/news/story/7270/4575108">https://udn.com/news/story/7270/4575108</a></p>	
<p>圖 4-1：臺鐵與全家聯名上市記者會</p>	<p>圖 4-2：張貼在全家便利商店的臺鐵聯名商品海報</p>

(6)融入各地食材，發展特色菜單

除了傳統的排骨便當，各鐵路餐廳也會以當地食材推出特色便當，像是七堵車勤服務站就有宜蘭櫻桃鴨風味便當，這種特色便當要在各地的便當本舖才買的到，每日限定，通常剛開賣就銷售一空，另外也有花東特蔬便當，或是三星蔥製作的菜圃蛋，也曾經推出過以城市命名的「屏東縣便當」，使用當地紅藜、紅豆與黑豬肉，展現當地特色也減少運輸碳足跡。

三、問卷設計：為了了解民眾對臺鐵便當的想法與購買經驗，我們也設計了問卷進行調查

(1)研究對象：一般民眾

(2)研究流程：

1. 討論題目
2. 製作問卷
3. 進行預試並修改
4. 發放問卷
5. 輸入回覆資料並統計結果
6. 進行結果歸納與討論

(3)問卷修改：我們在完成問卷之後，將第一版先給 12 位大人填寫，請他們給予問卷修正的建議，列表說明如下：

題號	原版	修改
問候語		修改排版
3-1	你曾經在哪裡購買過臺鐵便當？	增加說明：(可複選)
3-2	您是否曾經使用過下訂餐方式？	增加選項：網路訂票預訂便當服務 增加說明：以
4-1		增加說明：(以下免作答)

4-2	您大多數選擇哪種口味？	增加說明：(幾)(可複選)？
4-3		增加選項：有開發票、剛好搭火車
4-4		增加說明：(請依在意程度排序 1~6)、份
4-5	關於臺鐵便當，您吃過以後，覺得臺鐵便當怎麼樣	增加說明：(可複選)、口味
4-6		增加說明：如果要您幫臺鐵便當評分，您會評幾分
		最後兩大題對調

(四)正式問卷內容：經過修正與調整排版，正式版本如下：

民眾購買台鐵便當的看法與經驗之調查研究

親愛的先生、小姐您好：

我們是○○國小的學生，我們想了解您對台鐵便當的經驗與看法，本問卷不記名，您填的內容僅供研究用，不會外流。感謝您的幫忙！

指導者：○○○老師

研究者：五年級 ○○○、○○○

四年級 ○○○

一、基本資料

(1)請問您的性別是？

男 女 其他\_\_\_\_\_

(2)請問您的年齡是？

20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51~60歲 61歲以上

(3)請問您的職業是？

軍公教 服務業 工商業 自由業 家管 退休人員

其他\_\_\_\_\_

二、對台鐵便當的看法

	題目	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
1	台鐵便當的 <b>價格</b> 會影響我是否購買。					
2	台鐵便當的 <b>菜色</b> 會影響我是否購買。					
3	台鐵便當的 <b>份量</b> 會影響我是否購買。					
4	台鐵便當的 <b>衛生</b> 會影響我是否購買。					
5	台鐵便當的 <b>外包裝</b> 會影響我是否購買。					
6	台鐵便當的 <b>促銷活動</b> 會影響我是否購買。					
7	台鐵便當的 <b>銷售人員態度</b> 會影響我是否購買。					

### 三、台鐵便當的銷售

(1)您曾經在哪裡購買過台鐵便當(可複選)?

- 台鐵夢工廠    全家便利商店    OK 便利商店    7-11 便利商店  
萊爾富便利商店    台鐵本舖    火車上    沒吃過  
其他\_\_\_\_\_

(2)您是否曾經使用過以下訂餐方式(可複選)?

- 網路訂票預訂便當服務    線上團體訂購便當  
以上都沒有使用過

### 四、台鐵便當購買經驗

(1)您是否買過台鐵便當(不管在哪裡買的都算)?

- 是    否(以下免作答)

(2)您大多數選擇哪(幾)種口味(可複選)?

- 排骨便當    古早味爌肉    照燒雞丁    素食便當  
八角排骨    南瓜松子    迷迭香雞腿排    台鐵雞腿  
台鐵鯖魚    懷舊排骨菜飯    客家紅麴雞    薑汁燒肉

(3)您一開始選擇台鐵便當，不選擇其他便當店的原因是什麼?

- 菜色看起來豐富    家人親友喜歡    有人推薦  
有開發票    對店員印象好(如:店員親切)  
剛好搭火車    其他\_\_\_\_\_

(4)關於台鐵便當您比較在意的部分有哪些?(請依在意程度排序 1~6)

- 價格    菜色    美味程度    包裝    主題性    份量  
其他\_\_\_\_\_

(5)關於台鐵便當，您吃過以後，覺得台鐵便當怎麼樣(可複選)?

- 價格合理    烹調美味    包裝精緻    份量足夠    菜色豐富  
價格過高    烹調不合口味    包裝醜陋    份量過少    菜色單一  
其他\_\_\_\_\_

(6)如果要您幫台鐵便當評分，您會評幾分?

- 59 分以下    60-69    70-79    80-89    90-99    100


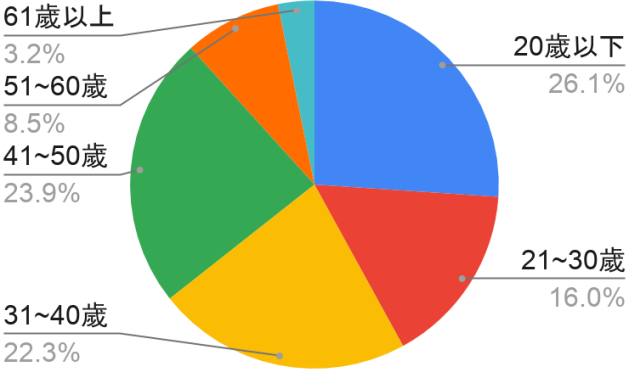
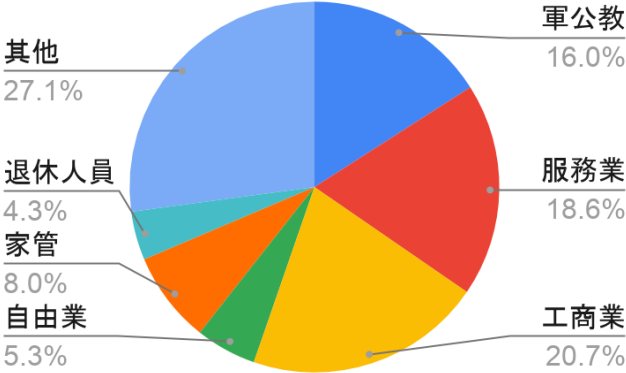
(7)您是否會把台鐵便當推薦給別人?

- 是    否

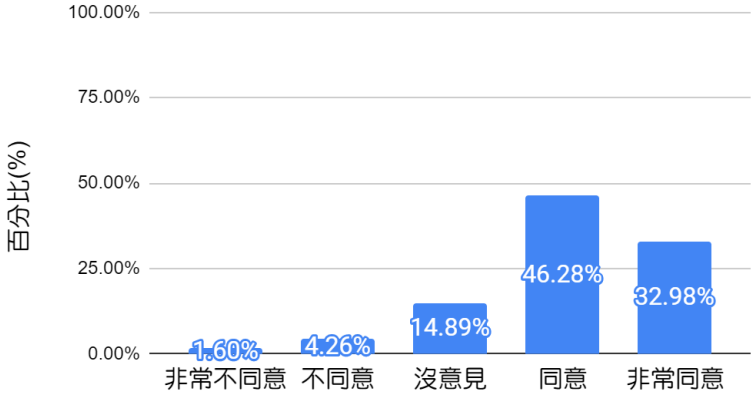
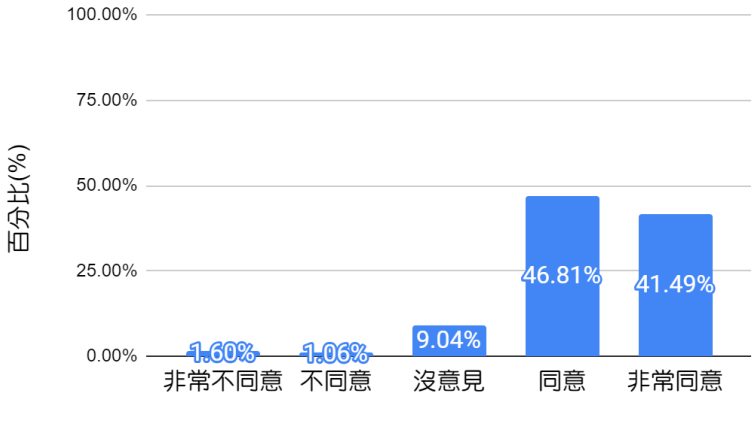
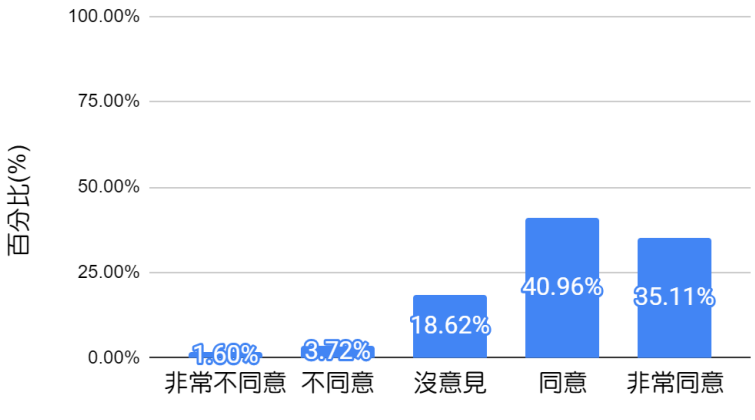
~ 問卷結束 感謝您的填寫 ~

(五)問卷資料統計：我們一共發出 189 張問卷，其中無效 1 張，回收率為 99.5%。根據問卷調查結果分析如下：

第一部分：基本資料

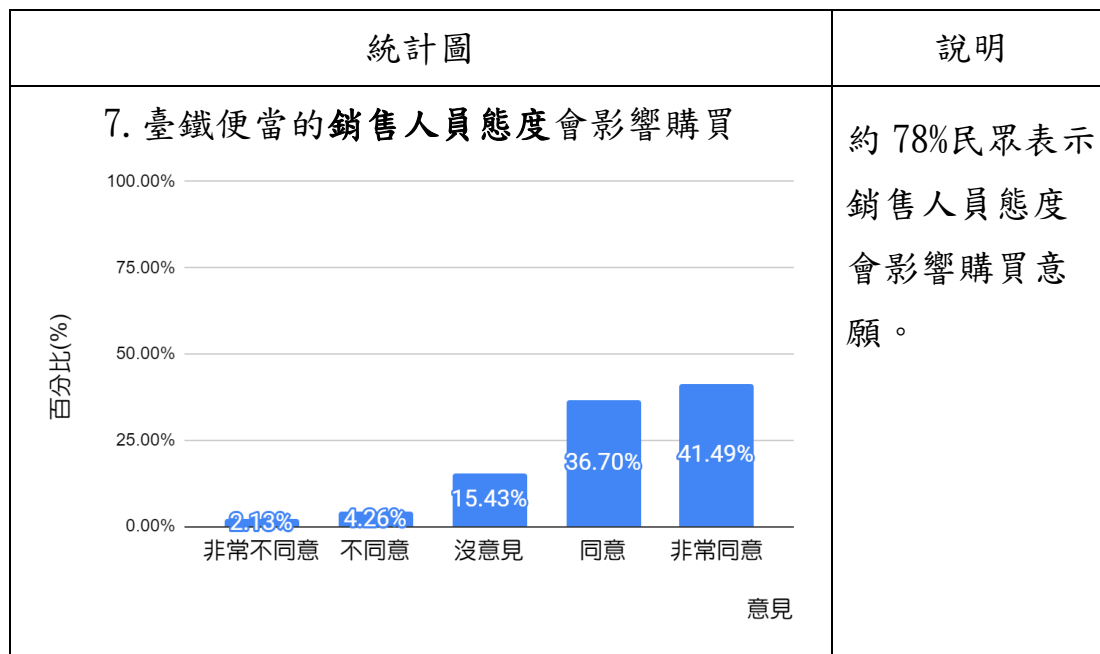
統計圖	說明														
<p style="text-align: center;"><b>1. 性別</b></p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>女</td> <td>54.8%</td> </tr> <tr> <td>男</td> <td>45.2%</td> </tr> </table>	女	54.8%	男	45.2%	<p>依據左圖，女性比例較多，占 55.1%。</p>										
女	54.8%														
男	45.2%														
<p style="text-align: center;"><b>2. 年齡範圍</b></p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>20歲以下</td> <td>26.1%</td> </tr> <tr> <td>21~30歲</td> <td>16.0%</td> </tr> <tr> <td>31~40歲</td> <td>22.3%</td> </tr> <tr> <td>41~50歲</td> <td>23.9%</td> </tr> <tr> <td>51~60歲</td> <td>8.5%</td> </tr> <tr> <td>61歲以上</td> <td>3.2%</td> </tr> </table>	20歲以下	26.1%	21~30歲	16.0%	31~40歲	22.3%	41~50歲	23.9%	51~60歲	8.5%	61歲以上	3.2%	<p>依據左圖，受訪對象分布平均分布在，20歲以下、41-50歲，與 31~40歲，各約兩成以上。</p>		
20歲以下	26.1%														
21~30歲	16.0%														
31~40歲	22.3%														
41~50歲	23.9%														
51~60歲	8.5%														
61歲以上	3.2%														
<p style="text-align: center;"><b>3. 職業類別</b></p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>其他</td> <td>27.1%</td> </tr> <tr> <td>軍公教</td> <td>16.0%</td> </tr> <tr> <td>服務業</td> <td>18.6%</td> </tr> <tr> <td>工商業</td> <td>20.7%</td> </tr> <tr> <td>自由業</td> <td>5.3%</td> </tr> <tr> <td>家管</td> <td>8.0%</td> </tr> <tr> <td>退休人員</td> <td>4.3%</td> </tr> </table>	其他	27.1%	軍公教	16.0%	服務業	18.6%	工商業	20.7%	自由業	5.3%	家管	8.0%	退休人員	4.3%	<p>依據左圖，我們的調查對象中，學生(其他)、工商業、服務業占較多，也大約 2 成左右。</p>
其他	27.1%														
軍公教	16.0%														
服務業	18.6%														
工商業	20.7%														
自由業	5.3%														
家管	8.0%														
退休人員	4.3%														

## 第二部分：對臺鐵便當的看法

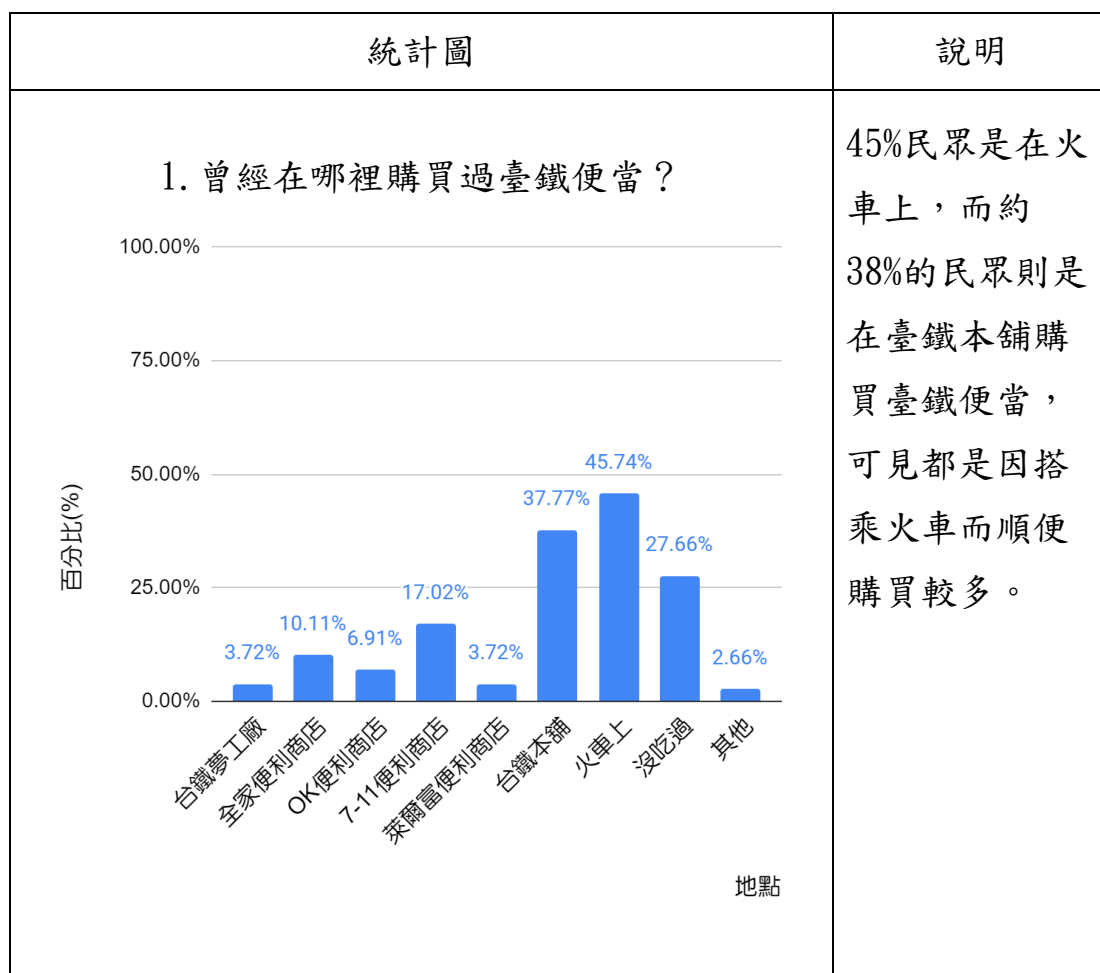
統計圖	說明												
<p data-bbox="373 376 938 421">1. 臺鐵便當的<u>價格</u>會影響購買意願</p>  <table border="1" data-bbox="277 443 1034 862"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>1.60%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>4.26%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>14.89%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>46.28%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>32.98%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	1.60%	不同意	4.26%	沒意見	14.89%	同意	46.28%	非常同意	32.98%	<p data-bbox="1082 394 1335 562">約 79%的民眾表示價格會影響購買意願。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	1.60%												
不同意	4.26%												
沒意見	14.89%												
同意	46.28%												
非常同意	32.98%												
<p data-bbox="373 929 938 974">2. 臺鐵便當的<u>菜色</u>會影響購買意願</p>  <table border="1" data-bbox="277 996 1034 1415"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>1.60%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>1.06%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>9.04%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>46.81%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>41.49%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	1.60%	不同意	1.06%	沒意見	9.04%	同意	46.81%	非常同意	41.49%	<p data-bbox="1082 947 1335 1115">約 88%的民眾表示菜色會影響購買意願。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	1.60%												
不同意	1.06%												
沒意見	9.04%												
同意	46.81%												
非常同意	41.49%												
<p data-bbox="373 1482 938 1527">3. 臺鐵便當的<u>份量</u>會影響購買意願</p>  <table border="1" data-bbox="277 1550 1034 1968"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>1.60%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>3.72%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>18.62%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>40.96%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>35.11%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	1.60%	不同意	3.72%	沒意見	18.62%	同意	40.96%	非常同意	35.11%	<p data-bbox="1082 1500 1335 1668">約 76%的民眾表示份量會影響購買意願。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	1.60%												
不同意	3.72%												
沒意見	18.62%												
同意	40.96%												
非常同意	35.11%												

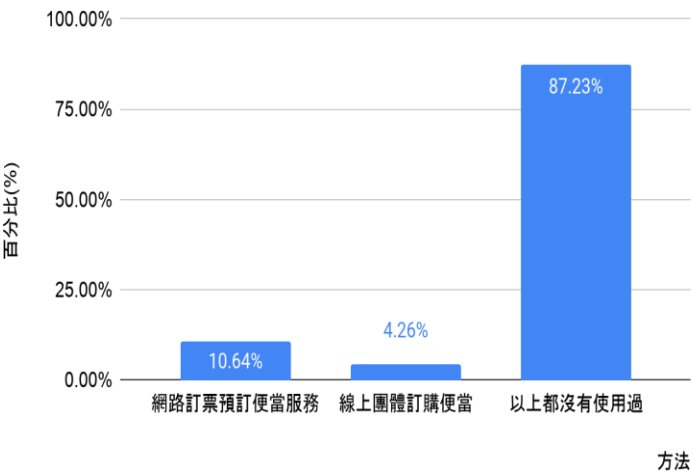
統計圖	說明												
<p data-bbox="373 304 938 344">4. 臺鐵便當的<u>衛生</u>會影響購買意願</p> <table border="1" data-bbox="279 369 1029 817"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>1.60%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>1.06%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>7.98%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>27.66%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>61.70%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	1.60%	不同意	1.06%	沒意見	7.98%	同意	27.66%	非常同意	61.70%	<p data-bbox="1082 322 1337 488">約 88% 民眾表示衛生會影響購買意願。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	1.60%												
不同意	1.06%												
沒意見	7.98%												
同意	27.66%												
非常同意	61.70%												
<p data-bbox="352 857 959 898">5. 臺鐵便當的<u>外包裝</u>會影響購買意願</p> <table border="1" data-bbox="279 929 1029 1377"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>3.19%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>7.98%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>30.32%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>34.57%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>23.94%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	3.19%	不同意	7.98%	沒意見	30.32%	同意	34.57%	非常同意	23.94%	<p data-bbox="1082 875 1337 1171">約 58% 民眾表示外包裝會影響購買意願，但約 30% 民眾表示沒意見。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	3.19%												
不同意	7.98%												
沒意見	30.32%												
同意	34.57%												
非常同意	23.94%												
<p data-bbox="336 1424 975 1464">6. 臺鐵便當的<u>促銷活動</u>會影響購買意願</p> <table border="1" data-bbox="279 1489 1029 1937"> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不同意</td> <td>2.66%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>6.91%</td> </tr> <tr> <td>沒意見</td> <td>26.06%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>36.17%</td> </tr> <tr> <td>非常同意</td> <td>28.19%</td> </tr> </tbody> </table>	意見	百分比(%)	非常不同意	2.66%	不同意	6.91%	沒意見	26.06%	同意	36.17%	非常同意	28.19%	<p data-bbox="1082 1442 1337 1738">約 64% 民眾表示促銷活動會影響購買意願，26% 則表示沒意見。</p>
意見	百分比(%)												
非常不同意	2.66%												
不同意	6.91%												
沒意見	26.06%												
同意	36.17%												
非常同意	28.19%												



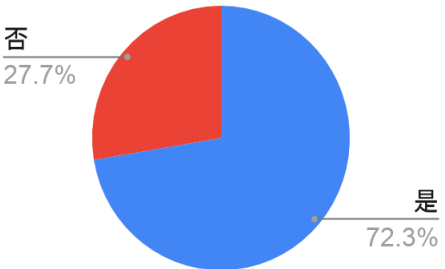
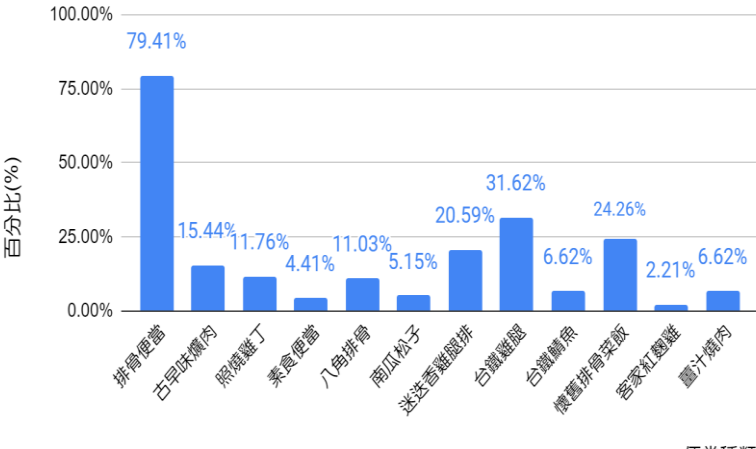


### 第三部分：臺鐵便當的銷售



統計圖	說明								
<p data-bbox="375 302 933 347">2. 是否曾經使用過以下訂餐方式？</p>  <table border="1" data-bbox="311 369 1005 840"> <thead> <tr> <th>方法</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>網路訂票預訂便當服務</td> <td>10.64%</td> </tr> <tr> <td>線上團體訂購便當</td> <td>4.26%</td> </tr> <tr> <td>以上都沒有使用過</td> <td>87.23%</td> </tr> </tbody> </table>	方法	百分比(%)	網路訂票預訂便當服務	10.64%	線上團體訂購便當	4.26%	以上都沒有使用過	87.23%	<p data-bbox="1082 324 1316 750">依據左圖，大部分民眾沒有用過臺鐵便當的網路訂餐方式，可見還是以實體店面購買為主。</p>
方法	百分比(%)								
網路訂票預訂便當服務	10.64%								
線上團體訂購便當	4.26%								
以上都沒有使用過	87.23%								

#### 第四部分：臺鐵便當的購買經驗

統計圖	說明																										
<p data-bbox="470 1120 837 1164">1. 是否買過臺鐵便當？</p>  <table border="1" data-bbox="438 1176 885 1444"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>是</td> <td>72.3%</td> </tr> <tr> <td>否</td> <td>27.7%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	百分比	是	72.3%	否	27.7%	<p data-bbox="1082 1131 1332 1433">在我們調查的對象中，有72.3%的民眾購買過臺鐵便當。</p>																				
回答	百分比																										
是	72.3%																										
否	27.7%																										
<p data-bbox="430 1489 877 1534">2. 大多數選擇哪幾種口味？</p>  <table border="1" data-bbox="279 1556 1037 2004"> <thead> <tr> <th>便當種類</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>排骨便當</td> <td>79.41%</td> </tr> <tr> <td>古早味爌肉</td> <td>15.44%</td> </tr> <tr> <td>照燒雞丁</td> <td>11.76%</td> </tr> <tr> <td>素食便當</td> <td>4.41%</td> </tr> <tr> <td>八角排骨</td> <td>11.03%</td> </tr> <tr> <td>南瓜松子</td> <td>5.15%</td> </tr> <tr> <td>迷迭香雞腿排</td> <td>20.59%</td> </tr> <tr> <td>台灣雞腿</td> <td>31.62%</td> </tr> <tr> <td>台灣鱈魚</td> <td>6.62%</td> </tr> <tr> <td>懷舊排骨菜飯</td> <td>24.26%</td> </tr> <tr> <td>客家紅蔥雞</td> <td>2.21%</td> </tr> <tr> <td>薑汁爌肉</td> <td>6.62%</td> </tr> </tbody> </table>	便當種類	百分比(%)	排骨便當	79.41%	古早味爌肉	15.44%	照燒雞丁	11.76%	素食便當	4.41%	八角排骨	11.03%	南瓜松子	5.15%	迷迭香雞腿排	20.59%	台灣雞腿	31.62%	台灣鱈魚	6.62%	懷舊排骨菜飯	24.26%	客家紅蔥雞	2.21%	薑汁爌肉	6.62%	<p data-bbox="1082 1500 1316 1993">吃過臺鐵便當的民眾約79%吃的都是排骨便當，可能因為這是經典款，各個車站都有販售，或是民眾習慣。</p>
便當種類	百分比(%)																										
排骨便當	79.41%																										
古早味爌肉	15.44%																										
照燒雞丁	11.76%																										
素食便當	4.41%																										
八角排骨	11.03%																										
南瓜松子	5.15%																										
迷迭香雞腿排	20.59%																										
台灣雞腿	31.62%																										
台灣鱈魚	6.62%																										
懷舊排骨菜飯	24.26%																										
客家紅蔥雞	2.21%																										
薑汁爌肉	6.62%																										

統計圖	說明																
<p data-bbox="264 304 1050 344">3. 一開始選擇臺鐵便當，不選擇其他便當的原因</p> <table border="1" data-bbox="284 376 1034 929"> <caption>原因</caption> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>菜色看起來豐富</td> <td>33.09%</td> </tr> <tr> <td>家人親友喜歡</td> <td>13.97%</td> </tr> <tr> <td>有人推薦</td> <td>11.03%</td> </tr> <tr> <td>有開發票</td> <td>20.59%</td> </tr> <tr> <td>對店員印象好</td> <td>5.15%</td> </tr> <tr> <td>剛好搭火車</td> <td>66.18%</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>5.88%</td> </tr> </tbody> </table>	原因	百分比(%)	菜色看起來豐富	33.09%	家人親友喜歡	13.97%	有人推薦	11.03%	有開發票	20.59%	對店員印象好	5.15%	剛好搭火車	66.18%	其他	5.88%	<p data-bbox="1091 322 1329 613">66%的民眾會購買臺鐵便當是因為剛好搭火車，33%則是因為菜色豐富。</p>
原因	百分比(%)																
菜色看起來豐富	33.09%																
家人親友喜歡	13.97%																
有人推薦	11.03%																
有開發票	20.59%																
對店員印象好	5.15%																
剛好搭火車	66.18%																
其他	5.88%																
<p data-bbox="331 1010 991 1099">4. 關於臺鐵便當比較在意的部分有哪些？ (依在意程度排序 1~6)</p> <table border="1" data-bbox="284 1131 1034 1653"> <caption>意見</caption> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>得分(分)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>價格</td> <td>295</td> </tr> <tr> <td>菜色</td> <td>253</td> </tr> <tr> <td>美味程度</td> <td>252</td> </tr> <tr> <td>包裝</td> <td>530</td> </tr> <tr> <td>主題性</td> <td>531</td> </tr> <tr> <td>份量</td> <td>413</td> </tr> </tbody> </table>	意見	得分(分)	價格	295	菜色	253	美味程度	252	包裝	530	主題性	531	份量	413	<p data-bbox="1091 1043 1313 1653">這部分是依在意程度排序，得分越低表示越在意。整體來說第一為美味程度，第二為菜色，第三是價格；主題性與包裝相對不太重要。</p>		
意見	得分(分)																
價格	295																
菜色	253																
美味程度	252																
包裝	530																
主題性	531																
份量	413																

統計圖	說明																								
<p>5. 吃過以後，覺得臺鐵便當怎麼樣？</p> <table border="1"> <caption>意見</caption> <thead> <tr> <th>意見</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>價格合理</td><td>59.56%</td></tr> <tr><td>烹調美味</td><td>48.53%</td></tr> <tr><td>包裝精緻</td><td>28.68%</td></tr> <tr><td>份量足夠</td><td>48.53%</td></tr> <tr><td>菜色豐富</td><td>41.91%</td></tr> <tr><td>價格過高</td><td>8.82%</td></tr> <tr><td>烹調不合口味</td><td>0.74%</td></tr> <tr><td>包裝醜陋</td><td>1.47%</td></tr> <tr><td>份量過少</td><td>5.88%</td></tr> <tr><td>菜色單一</td><td>8.82%</td></tr> <tr><td>其他</td><td>1.47%</td></tr> </tbody> </table>	意見	百分比	價格合理	59.56%	烹調美味	48.53%	包裝精緻	28.68%	份量足夠	48.53%	菜色豐富	41.91%	價格過高	8.82%	烹調不合口味	0.74%	包裝醜陋	1.47%	份量過少	5.88%	菜色單一	8.82%	其他	1.47%	<p>吃過臺鐵便當的民眾有近60%的人覺得臺鐵便當價格合理，約50%給予烹調與份量正面的評價，整體而言對臺鐵便當的評價都相當正面。</p>
意見	百分比																								
價格合理	59.56%																								
烹調美味	48.53%																								
包裝精緻	28.68%																								
份量足夠	48.53%																								
菜色豐富	41.91%																								
價格過高	8.82%																								
烹調不合口味	0.74%																								
包裝醜陋	1.47%																								
份量過少	5.88%																								
菜色單一	8.82%																								
其他	1.47%																								
<p>6. 幫臺鐵便當評分</p> <table border="1"> <caption>分數(分)</caption> <thead> <tr> <th>分數(分)</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>59分以下</td><td>0.00%</td></tr> <tr><td>60-69</td><td>6.62%</td></tr> <tr><td>70-79</td><td>21.32%</td></tr> <tr><td>80-89</td><td>39.71%</td></tr> <tr><td>90-99</td><td>22.06%</td></tr> <tr><td>100</td><td>10.29%</td></tr> </tbody> </table>	分數(分)	百分比	59分以下	0.00%	60-69	6.62%	70-79	21.32%	80-89	39.71%	90-99	22.06%	100	10.29%	<p>最多人評分的是80-89分，有近40%，70-79分及90-99分則各佔約20%，80分以上約佔72%。</p>										
分數(分)	百分比																								
59分以下	0.00%																								
60-69	6.62%																								
70-79	21.32%																								
80-89	39.71%																								
90-99	22.06%																								
100	10.29%																								
<p>7. 是否會把臺鐵便當推薦給別人？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>是</td><td>86.0%</td></tr> <tr><td>否</td><td>14.0%</td></tr> </tbody> </table>	回答	百分比	是	86.0%	否	14.0%	<p>有86%的人會推薦給別人。</p>																		
回答	百分比																								
是	86.0%																								
否	14.0%																								

## 伍、研究結果與討論

一、經過我們的統整，將臺鐵便當行銷策略歸納如下：

- (1) 連結臺鐵的形象：車廂、月台、鐵道等意象。
- (2) 提供線上團體訂購便當的服務。
- (3) 強調懷舊的故事。
- (4) 提供方便的實體銷售：便當本舖、販賣台、夢工廠等多個販賣便當的地點。
- (5) 和超商聯名：2020 年開始與全家便利商店聯名合作開發中西式鮮食。
- (6) 融入各地食材，發展特色菜單：如宜蘭櫻桃鴨風味便當。

二、經過問卷調查，民眾對臺鐵便當的看法歸納如下：

- (1) 民眾大多較看重衛生與菜色，對於外包裝則相對沒那麼重視。
- (2) 較特別的是，民眾對於價格與促銷的重視程度，和銷售人員的服務態度差不多，可見除了品質要好，服務態度也很重要。

三、臺鐵便當雖開闢了多元的銷售渠道，但是問卷調查發現，近 8 成民眾是因搭乘火車而順便購買，如在火車上或是臺鐵本舖，且利用線上購買的人非常少。近期台鐵預計要搶攻站外市場，更設計了新商標，但便當銷售是否能衝出火車站，需要再觀察。

四、經過問卷調查，民眾對臺鐵便當的購買經驗歸納如下：

- (1) 我們調查的人當中，有近 7 成的民眾都吃過臺鐵便當，可見臺鐵便當在多數人記憶真的是佔有一席之地。且多數都吃過排骨便當，因此與全家聯名商品中主打滷排骨也是有歷史與實際考量的。
- (2) 對於臺鐵便當，民眾認為最重要的美味程度，第二為菜色，第三是價格；主題性與包裝並不太重要。
- (3) 對於臺鐵便當的評價，吃過的人有 6 成覺得價格合理，約 5 成給予烹調與份量正面評價，整體對臺鐵便當的評價都很正面，評 80 以上的民眾約 7 成，且多數都願意向別人推薦。

## 陸、評鑑與檢討

### 一、找題目與研究動機階段

我們這一組命運非常的乖舛，一直決定不了題目，想要因應時事，做有關新冠肺炎的研究，但是又沒什麼想法，想了科學的主題，有題目但是不知道怎麼發展，好在剛好臺鐵在整修，加上之前有看了一些鐵路的資料，但是雖然有個組員是鐵道迷，一開始也想了一大堆，但是都沒辦法說服老師，而且老師說不能像之前只有問卷調查，要再加深一些難度，最後只好順著老師，做臺鐵便當的研究，但是增加一些販賣方式的分析。

### 二、撰寫研究計畫的階段

有題目後，下一步就是決定要往什麼方向，老師叫我們先用「集思廣益法」，一開始想的又多又順利，然而，不可能我們說什麼就可以全部完成，最初說的計畫因為各種因素(例如：場地、時間不允許)而一個一個破滅，到最後只能做剩下的問卷、銷售方式等零星且我們能做到的項目。

### 三、資料蒐集的階段

關於臺鐵便當的新聞、部落格等資料太多了，在整理臺鐵便當銷售策略時真的看到頭昏眼花，要從一大堆資料中去統整出重點很難，有時候會有沒有想到的，還好有一些他人的報告可以參考，老師也會時不時問我們問題，讓我們發現自己缺漏的部分。

### 四、問卷調查的階段：

這是我們第二次發問卷，所以比較不會那麼緊張，但是這次不是緊不緊張的問題，而是時間的問題，因為這次發問卷的時間是在暑假，老師要我們自立自強，不像之前利用星期三下午帶我們去大學或學校外發，沒有老師的幫忙，我們的張數咻~一下，就變少了。

### 五、資料分析的階段：

我們的發問卷經驗算是豐富，不過如前面一樣，沒了老師的幫忙，我們的問卷變少了。問卷數量減少就算了，還到了我們最頭大

的「統整問卷資料」，雖然以前也統整過問卷，不過常常是這裡空了一格，不然就是時間不夠，因為全部是紙本資料，不像上一次有雲端問卷的幫忙。雖說最後還是花費大量時間完成統整問卷，不過最後還是需要花一段時間來檢查我們的問卷，確保問卷統整的資料是正確的。好在我們的資料統整能夠快速有效率的完成，不然我們的報告恐怕無法完成。

#### 六、下結論書寫研究報告的階段

有了統整完的資料，就可以開始編寫報告了，雖然報告看似是最困難的部分，我們卻是輕鬆完成，雖然時間緊迫，但我們卻是甘之如飴，也多虧小組分工合作，才能完成報告。

## 柒、參考資料

一、李雨蓁(2018)。臺灣鐵路便當是從什麼時候開始販賣的？取自故事 <https://storystudio.tw/article/gushi/railway-bento>

二、便當連三年賣破千萬份！臺鐵成立附業營運中心。取自 <https://reurl.cc/nz4xd8>

三、陳群芳(2020)移動的美好 鐵路便當的心意與新意。取自台灣光華雜誌 <https://reurl.cc/Ld6ZK7>

四、張夢瑞(2003)懷舊的滋味 便當文化再流行。取自台灣光華雜誌 <https://reurl.cc/9XVrV8>

五、蔡佩倫(2009)航海王 ONE PIECE 周邊商品之研究。取自 <https://reurl.cc/7oR3rd>

六、蔡宜君(2011)。臺鐵鐵路便當之探討。取自 <https://www.shs.edu.tw/works/essay/2011/03/2011033012494343.pdf>

七、臺鐵附業營運中心滿周年 端出六項成績單。取自 <https://reurl.cc/qd4av3>

八、臺鐵夢工廠的歷史。取自 <https://reurl.cc/vD4GGj>

九、鐵路便當。取自 <https://reurl.cc/q803WR>

十、臺鐵便當銷售回溫 美學列車年底上路。取自 <https://reurl.cc/5q0EnG>