

A Study on the Attractive of Experience Activity in Leisure Industry

傅靜文、李俊憲

E-mail: 359819@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study focused on the discussion of experience activity specialty and attractive in leisure industry, and there were nine leisure sites included for interviews and questionnaire survey. Total 540 well-defined and structural questionnaires were distributed, and 388 valid questionnaires were collected. Several statistical analysis methods included description analysis, independent-samples t-test, One-way ANOVA were applied for further analysis. The main findings were concluded at followings: 1. A majority of the sample were female. Most of the respondents age were 26-35, married, had graduates from academic and live in middle Taiwan, there were not significant with the customer with different status of background. 2. Participants had significant for experience activity specialty and attractive.

Keywords : Leisure Industry、 Experience Activity、 Attractive

Table of Contents

封面內頁 i 簽名頁 ii 中文摘要	iii 英文摘要
. iv 誌謝辭	v 內容目錄
. vi 表目錄
viii 圖目錄	x 第一章 緒論
. 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的
. 4 第三節 研究範圍與限制 5 第四節 名詞釋義
. 6 第二章 文獻探討 8 第一節 體驗活動之理論及應用
. 8 第二節 吸引力之理論與應用 15 第三節 產品生命週期之理論及應用
. 15 第四節 休閒產業發展 25 第五節 相關實證研究
. 25 第三章 研究方法 32 第一節 研究架構
. 32 第二節 研究工具 33 第三節 抽樣方法
. 33 第四節 資料統計分析方法 37 第四章 資料分析
. 37 第一節 正式問卷信度分析 39 第二節 背景特性分析
. 39 敘述性統計分析 45 第四節 研究假設驗證
. 45 訪談資料分析 82 第一節 訪談歷程
. 82 第二節 業者經營背景及體驗活動背景 83 第三節 小結
. 83 論與建議 106 第一節 綜合討論
. 106 第二節 研究結論 109 第三節 建議
. 109 文獻 112 附錄A、正式問卷
. 120 附錄B、訪談問卷 123 附錄C、訪談記錄整理
. 125 表目錄 表2-1 各種經濟型態 9 表2-2 經濟價值
. 10 表2-3 體驗行銷策略體驗模組 12 表2-4 吸引力定義
. 17 表2-5 吸引力影響因素整理表 18 表2-6 產品生命週期
. 23 表2-7 研究命題與研究假設 31 表3-1 吸引力因素題項
. 33 表3-2 休閒產業業者訪談問卷彙整表 35 表3-3 預試問卷信度分析
. 37 摘要表 39 表4-1 各體驗場所問卷回收表
. 40 表4-2 正式問卷信度分析摘要表 43 表4-3 背景變項併項處理表
. 44 表4-3 背景變項特性分析表 45 表4-4 背景變項併項處理表
. 46 表4-5 吸引力因素描述性統計分配表 45 表4-6 各休閒產業各題項平均分
. 74 表4-7 不同性別之體驗活動參與者在體驗活動吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表 74 表4-8 不同教育程度之體驗活動參與者在體驗活動吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表
. 74 表4-9 不同婚姻狀況之體驗活動參與者在體驗活動吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表 75 表4-10
. 75 表4-10 不同年齡之體驗活動參與者在體驗活動吸引力因素之單因子變異數分析摘要表 75 表4-11 不同居住
. 76 表4-11 不同居住 76 表4-12 不同休閒產業體驗

活動參與者在體驗活動吸引力構面之單因子變異數分析摘要表	76	表4-13 各體驗活動業者活動特質對照表	78
表4-14 不同創作性之體驗活動在吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表	78	表4-15 不同成果取得之體驗活動在吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表	78
表4-16 不同活動時間之體驗活動在吸引力構面之單因子變異數分析摘要表	79	表4-17 不同費用之體驗活動在吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表	79
表4-18 不同教學度之體驗活動在吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表	80	表4-19 不同工作流程之體驗活動在吸引力因素之獨立樣本t檢定差異分析摘要表	81
表5-1 各業者訪談時間表	82	表5-2 研究假設驗證結果摘要表	105
圖目錄			
圖2-1 經濟價值遞進四階段	11	圖2-2 體驗形式	13
圖2-3 產品生命週期	20	圖2-4 循環再循環曲線	21
圖2-5 常見生命週期形式	22	圖3-1 研究架構圖	32
圖4-1 體驗活動罕見性之平均數曲線圖	47	圖4-2 體驗活動特別性之平均數曲線圖	48
圖4-3 體驗活動內容特別性之平均數曲線圖	49	圖4-4 體驗活動內容有趣性之平均數曲線圖	50
圖4-5 體驗活動知識性之平均數曲線圖	51	圖4-6 體驗活動文化性之平均數曲線圖	52
圖4-7 體驗活動教育性之平均數曲線圖	53	圖4-8 體驗活動學習性之平均數曲線圖	54
圖4-9 體驗活動成就感之平均數曲線圖	55	圖4-10 體驗活動親子適合性之平均數曲線圖	56
圖4-11 體驗活動朋友適合性之平均數曲線圖	57	圖4-12 體驗活動經典性之平均數曲線圖	58
圖4-13 體驗活動收費合理性之平均數曲線圖	59	圖4-14 體驗活動時間適當性之平均數曲線圖	60
圖4-15 體驗活動偏好性之平均數曲線圖	61	圖4-16 體驗活動場地適當性之平均數曲線圖	62
圖4-17 體驗活動親友推薦之平均數曲線圖	63	圖4-18 體驗活動媒體推薦之平均數曲線圖	64
圖4-19 體驗活動報章雜誌推薦之平均數曲線圖	65	圖4-20 體驗活動服務品質之平均數曲線圖	66
圖4-21 體驗活動設備完善度之平均數曲線圖	67	圖4-22 體驗活動安全性之平均數曲線圖	68
圖4-23 體驗活動解說服務之平均數曲線圖	69	圖4-24 體驗活動吸引力活動本身因素之平均數曲線圖	70
圖4-25 體驗活動吸引力中間因素構面之平均數曲線圖	71	圖4-26 體驗活動吸引力媒體口碑構面之平均數曲線圖	72
圖4-27 體驗活動吸引力服務設施構面之平均數曲線圖	73	圖5-1 彰化縣A休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	84
圖5-2 彰化縣B休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	86	圖5-3 南投縣C休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	88
圖5-4 南投縣D休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	90	圖5-5 南投縣E休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	92
圖5-6 南投縣F休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	93	圖5-7 南投縣G休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	95
圖5-8 苗栗縣H休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	97	圖5-9 苗栗縣I休閒產業業者體驗活動產品生命週期圖	99
圖5-10 各體驗活動特質與吸引力對照圖	103	圖5-11 各體驗活動吸引力與產品生命週期對照圖	

REFERENCES

一、中文部分 天下雜誌 (2006), 抓住經典、人性吸引顧客, 354, 144-147。王育英、梁曉鶯譯 (2000), 體驗行銷, 台北市:經典傳訊文化股份有限公司。王思文、張弘遠 (2010), 大型節慶的活動吸引力與滿意度之關聯 - 以2009台北燈節為例, 致理學報, 30, 199-230。王昭正譯(2001), 休閒導論, 台北:品度股份有限公司。王舜皇(2002), 三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班未出版碩士論文, 台中市。王舜皇、朱瑞淵(2002), 高雄元宵燈會活動吸引力探討, 2002觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會第二集, 41-53, 高雄:國立高雄餐旅學院。世界經理文摘(1999), 迎接「體驗」產業的時代, 世界經理文摘, 153, 16-19。朱璞瑄、子鳳譯 (2001), 體驗品牌, 台北市:經濟新潮社。行政院經濟建設委員會(2011), 觀光拔尖領航計畫, 資料來源: <http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0013929> 何秉燦、蔡欣佑、吳滿財(2010), 休閒農場遊憩體驗滿意度與顧客保留之研究:以松田崗休閒農場為例, 農業推廣文彙, 55, 127-146。何黎明、蘇郁芬(2010), 休閒農場消費者滿意度與重遊意願之探討-以走馬瀨農場為例, 高雄海洋科大學報, 24, 221-237。吳明峰、段兆麟(2004), 休閒農漁園區體驗活動類型與體驗行銷策略之研究 - 體驗活動觀點, 2004管理思維與實務學術研討會論文集, 131-156。吳威緻(2011), 休閒魚池遊憩吸引力、服務品質與休閒滿意度之研究, 私立聖約翰科技大學工業工程與管理系碩士在職專班未出版碩士論文, 新北市。吳肇展(2007), 休閒農場體驗行銷與重遊意願關係之研究 - 以顧客滿意為中介變項, 第八屆管理學域學術研討會論文集, F-87-F-102。李君如、陳俞伶 (2009), 觀光工廠遊客滿意度模式之實證研究 - 以改館前後的白蘭氏健康博物館為例, 健康管理學刊, 7(1), 21-43。李君如、陳俞伶 (2009), 觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度關係之研究 - 以白蘭氏觀光工廠為例, 顧客滿意學刊, 5(1), 93-119。李青松、陳聖林、車成緯(2010), 青年旅遊之媒體行銷對旅遊意象、活動吸引力與旅遊意願的影響 - 以馬祖地區為例, 休閒事業研究, 8(3), 25-43。李政賢譯(2006), 質性研究 - 設計與計畫撰寫, 台北:五南圖書出版股份有限公司。李素馨、侯錦雄(2004), 台灣休閒農業之體驗付費與觀光商品化現象, 觀光研究學報, 10(1), 133-145。沈進成、蔡瑞明、曾慈慧(2008), 休閒農場體驗品牌定位之研究, 生物與休閒事業研究, 6(1), 63-79。周和、邱德修(2001), 國語活用辭典, 台北:五南圖書出版公司。周逸衡、巫喜瑞(2003), 台灣地區休閒農場遊客旅遊動機、資訊搜尋與選擇評估準則之研究, 觀光研究學報, 9(2), 1-23。林怡君(2005), 觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究 - 以

三義木雕國際藝術節為例，私立南華大學旅遊事業管理學研究所未出版碩士論文，嘉義縣。林建煌(2005)，行銷管理，台北市：華泰文化事業股份有限公司。林建煌(2006)，行銷學，台北市：華泰文化事業股份有限公司。林陽助、林秀貞、李宜致(2007)，體驗行銷、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究 - 以大台北地區連鎖咖啡店為例，顧客滿意學刊，3(2)，50-94。林雲燦、莊翔達、張良漢(2009)，休閒農業區遊憩地吸引力對遊客重遊意願之研究，運動與遊憩研究，4(1)，153-166。邱毅(1991)，企業生命週期研究，今日合庫，16(7)，85-98。段兆麟(2004)，休閒農場資源與體驗活動設計，台灣休閒農業會訊，2，3-8。段兆麟(2009)，以蔬菜為主題的休閒農場體驗活動設計(上)，農業世界雜誌，309，62-67。段兆麟(2009)，以蔬菜為主題的休閒農場體驗活動設計(下)，農業世界雜誌，310，68-72。段兆麟(2009)，休閒牧場資源與體驗活動設計，農業世界雜誌，259，28-35。段兆麟(2009)，有機農場經營的休閒體驗策略(上)，農業世界雜誌，312，90-93。段兆麟(2009)，有機農場經營的休閒體驗策略(下)，農業世界雜誌，313，98-103。段兆麟(2009)，體驗經濟時代的地方產業特色，研習論壇，104，1-8。夏業良、魯煒譯(2003)，體驗經濟時代，台北市：經濟新潮社。徐子豪(2010)，部落民俗吸引力及遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究 - 以阿里山(鄒族)地區為例，國立高雄餐旅學院旅遊管理研究所在職專班未出版碩士論文，高雄市。高俊雄(1996)，休閒概念面面觀，國立體育學院論叢，6(1)，69-78。高俊雄(1996)，觀光休閒產業地方化推動模式之探討，觀光研究學報，2(1)，1-12。高崇雲(2009)，台灣休閒產業與文化創意，經科學報，4(1)，53-73。張孝銘、李豪(2008)，觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究 - 以苗栗縣大湖鄉為實證，休閒產業管理學刊，1(2)，57-69。張春興(1991)，張氏心理學辭典，台北市：東華書局。曹勝雄(2001)，觀光行銷學，台北市：揚智文化。陳一銘(2005)，主題遊樂園等時服務圈與行銷組合方案關係之研究 - 以劍湖山世界為例，私立大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文，彰化縣。陳邦杰(1991)，新產品行銷：行銷人員的最大挑戰，台北市：遠流出版公司。陳昭明(1981)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查分析，國立台灣大學森林學系森林遊憩研究室，台北市。陳美芬(2004)，農業資源融入九年一貫課程的重要性，戶外農業體驗教學與九年一貫課程，台北市：農委會。郭進財、謝凱雯、黃文成(2010)，觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究 - 以嘉義縣布袋美好里風景區為例，海峽兩岸體育研究學報，4(2)，1-19。陳毓琳(2007)，遊客前往谷關溫泉區之旅遊意象、旅遊動機與旅行時間相關之研究，私立亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士班未出版碩士論文，台中市。陳璋玲、伍亮帆(2006)，嘉義市國際管樂節活動吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究，旅遊管理研究，6(1)，101-123。曾真真、賴勇成、周炳宏(2009)，彈性或包袱：企業生命週期、剩餘資源與經營績效之關係，清雲學報，29(4)，113-137。黃彥憲譯(2001)，付費體驗的時代，台北市：遠流出版事業股份有限公司。黃美鈞(2009)，白河蓮鄉觀光再發展策略之研究 - 永續觀光的觀點，私立世新大學觀光學研究所未出版碩士論文，台北市。楊書成、陳冠霖、趙仲宇(2009)，從體驗行銷觀點探討部落格瀏覽行為之研究 - 以超級星光大道為例，管理評論，1，75-90。楊琬琪(2008)，休閒農場運用體驗行銷策略之研究，遠東學報，25(2)，315-324。楊琬琪、沈進成(2006)，休閒農場產業分析及發展趨勢之研究 - 以嘉義農場個案為例，環境與管理研究，7(2)，14-36。葉柏吟(2010)，賞蝶活動吸引力、休閒體驗與型為意圖關係之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所未出版碩士論文，雲林縣。趙居蓮(1995)，社會心理學，台北：桂冠圖書股份有限公司。劉泳倫、施昱伶(2009)，鹿港端午節慶活動吸引力、旅遊滿意與重由意願之相關研究，休閒產業管理學刊，2(1)，28-49。鄭天明、吳國清、陳美存(2007)，不同參與經驗之遊客對展覽型節慶的主題意象、活動吸引力、滿意度與休閒效益之影響研究 - 以高雄燈會為例，旅遊管理研究，7(1)，31-54。謝金燕(2003)，宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以高雄佛光山為例，私立南華大學旅遊事業管理學系碩士班未出版碩士論文，嘉義縣。謝凱雯(2010)，觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究 - 以嘉義縣布袋好美里風景區為例，私立南華大學旅遊事業管理學系碩士班未出版碩士論文，嘉義縣。謝智謀、王怡婷(2003)，體驗教育 - 帶領內省指導手冊，台北：幼獅文化事業股份有限公司。鍾志強、羅雯心(2008)，休閒農場消費者商店印象、體驗與行為意圖關係之研究，休閒產業管理學刊，1(1)，54-65。蘇寄萍(2005)，休閒農場體驗活動與行銷策略之調查，桃園區農業改良場研究彙報，58，56-67。蘇維杉(2005)，台灣休閒產業發展之探討，雲科大體育，8，142-150。顧淑馨譯(2004)，顧客經驗管理，台北：中國生產力公司。觀光局行政資訊系統，近十年國人國內旅遊總旅次變化，資料來源：

<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315> ? 二、英文部分 Abott, L. (1995). Quality and competition. New York: Columbia University Press. Bruner, J. (1986). Actual minds, possible worlds (2nd ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press. Gunn, C. A. (1988). Tourism planning (2nd ed.). Washington DC: Taylor and Francis. Gunn, C. A., & Var, T. (2002). Tourism planning: Basic, concept, cases (4th ed.). New York: Routledge. Innskeep, E. (1991). Tourism planning. New York: Van Nostrand Reinhold. John, C. C. & Lynn, M. J. (1998). Introduction to commercial and entrepreneurial recreation. Texas: Sagamore. Joy, A., & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied imagination: A multi sensory approach to understanding aesthetic experience. Journal of Consumer Research, Gainesville, 30(2), 259-282. Keegan, W., Moriarty, S., and Duncan, T. (1991). Marketing. New Jersey: Pentice Hall. Kelly, J. R. (1990). Freedom to be - A new sociology of leisure. NY: Macmillan Publishing Company. Kotler, P. (1991). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (7th ed.) NJ: Prentice Hall. Leiper, N. (1990). Tourist attraction system. Annals of Tourism Research, 17, 367-384. Levitt, T. (1965). Exploit the product life cycle. Harvard Business Review, Nov.-Dec., 81-94. Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. Annals of Tourism Research, 14, 533-575. Maclean, J., Peterson, J. & Martin, D. (1985). Recreation and leisure: The changing scene (4th ed.). New York: John Wiley & Sons. Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services. Boston: Mass. Peters, M., & Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourists: How to satisfy today's "fickle" tourist clientele? Journal of Tourism Studies, 11(1), 22-29. Saleh, F., & Ryah, C. (1993). Jazz and knitwear: Factors that attracts to festival. Tourism Management, 14(4), 289-297. Smith, S. (1983). Recreation geography. London and New York: Longman. Swarbrooke, J. (2002). The development and management of visitor attractions (2nd ed.). London: Butterworth-Heinemann. Zins, A. H. (2002). Consumption emotions experience quality and satisfaction: A structural analysis for complainers versus non-complainers. Journal of Travel and Tourism Marketing, 12(2/3), 3-18.