

APPLYING CONTINGENT VALUATION METHOD TO STUDY THE WILLINGNESS TO PAY FOR PERFORMING ARTS: A COMPARISON OF RESIDENTS IN TA

殷志男、黃世明

E-mail: 9126402@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

MOST OF PERFORMING ART RESEARCH IN TAIWAN FOCUSES ON LIFE STYLE. FROM 2001 RESEARCH, LOCATION WILL AFFECT CUSTOMER'S WILLINGNESS TO PAY FOR PERFORMING ART. IN MY PAPER, I WOULD ANALYSE AND EVALUATE PERFORMING PLACE AFFECTIONS USING CONTINGENT VALUATION METHOD. IN THIS BACKGROUND, MY RESEARCH INCLUDING. 1. CUSTOMER WILLINGNESS TO PAY FOR ARTS 2. RESIDENTS HAVE WILLINGNESS TO PAY FOR DIFFERENT AREAS. 3. PERFORMING PLACE WILL AFFECT CUSTOMER'S WILLINGNESS TO PAY FOR ARTS TAIPEI AND KAOHSIUNG CUSTOMER HABIT. IN MY RESEARCH, I WILL DIVIDE ARTS INTO FOUR PARTS (MUSIC, DANCING, DRAMA, TRADITIONAL OPERA). PERFORMING PLACE WILL DIVIDE INTO TWO PARTS (NATIONAL THEATER AND LOCAL THEATER). I USED PRIOR-SAMPLES T-TEST, STATISTICS TO ANALYSE. BY MY RESEARCH, I GOT THREE RESULTS. 1. RESIDENTS WILL PAY FOR DIFFERENT ARTS. 2. CUSTOMER WILL PAY FOR ARTS, WHICH ARE IN NATIONAL THEATER. 3. TAIPEI, AND KAOHSIUNG RESIDENTS HAVE DIFFERENT WILLINGNESS TO PAY FOR DIFFERENT ARTS.

Keywords : PERFORMING ART、WILLINGNESS TO PAY、CONTINGENT VALUATION METHOD、TAIPEI、KAOHSIUNG

Table of Contents

第一章 緒論--P1 第一節 研究緣起與動機--P1 第二節 研究目的--P9 第三節 研究問題與假設--P10 第四節 本研究之重要性--P11 第五節 名詞定義--P11 第六節 研究流程--P12 第七節 本文結構--P14 第二章 文獻探討--P15 第一節 表演藝術--P15 第二節 付費意願--P23 第三節 假設市場評價法理論--P24 第四節 假設市場評價法理論的優、缺點--P29 第五節 可應用在本研究的原因--P32 第三章 研究方法--P35 第一節 研究架構--P35 第二節 研究對象與抽樣設計--P36 第三節 研究工具--P37 第四節 資料收集--P41 第五節 資料分析方法--P42 第四章 結果與討論--P43 第一節 樣本基本資料分析--P43 第二節 付費意願分析--P46 第三節 研究問題檢定分析--P65 第五章 結論與建議--P76 第一節 研究結論--P76 第二節 研究結果討論--P78 第三節 研究建議--P80 第四節 研究限制與後續研究--P82 參考文獻--P83 1、中文部分--P83 2、英文部分--P87 附錄一：行政院文化建設委員會書函--P89 附錄二：問卷內容--P90

REFERENCES

- A、中文部分: 1、文化白皮書。(1998)。台北:行政院文化建設委員會。2、文化統計。(1994)。台北:行政院文化建設委員會。3、文崇一(1988)。台灣地區居民休閒節目分析。台北:中央研究院民族學研究所。4、文崇一。(1990)。台灣居民的休閒生活。台北:東大圖書公司。5、古宜靈、辛晚教。(1997)。文化生活圈與文化設施發展之研究。都市與計畫,第24期,第1卷,頁43-682。6、何哲仁。(1998)。表演藝術團體之整合行銷溝通策略初探。國立臺灣大學商學研究所碩士論文。7、李豐楙。(1992)。廟宇、廟會宇休閒習俗。中國休閒生活文化學術研討會論文集。台北:行政院文化建設委員會。8、李雙燕。(1988)。表演藝術觀賞者生活型態之研究。國立政治大學新聞研究所碩士論文。9、周文賢。(2000)。統計學。台北,智勝出版社。10、周肇隆。(1996)。縣市文化中心演藝廳用後評估準則之研究-舞台部分。國立成功大學建築工程研究所碩士論文。11、林玉珮。(1999)。藝術,台灣新國際通行證。天下雜誌資料庫。第218期。12、林克全。(1997)。文化中心演藝廳用後評估-觀眾使用部份。國立成功大學建築工程研究所碩士論文。13、林義郎。(1984)。表演藝術節目觀賞行為與其價值觀及生活型態之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。14、林雍盛。(1998)。台灣農地資源外部效益之研究-條件評估法之應用。台北大學農業經濟研究所碩士論文。15、表演藝術年鑑(2000)。臺北:國立中正文化中心。16、郎慧珠、藍忠孚。(2001)。假設市場評價法-一種導出付費意願的方法。公共衛生。第二十七卷,第四期,頁265-275。17、夏學禮、耿建興。(1998)。表演藝術之媒體行銷研究。空大行政學報。第八期,頁307-337。18、馬森。(2000)。戲劇-造夢的藝術。台北:麥田出版社。19、高登第。(1998)。票房行銷。譯自PHILIP KOTLER & JOANNE SCHEFF著。STANDING ROOM ONLY。台北:遠流出版社。20、張欣聰。(2000)。高雄臨港線鐵路發展為輕軌捷運之社會成本效益分析。國立成功大學交通管理研究所碩士論文。21、張毅著。(1995)。藝術的魅力。台北:新雨出版社。22、曹菁玲。(1999)。表演藝術團體行銷研究:以關係行銷視表演藝術團體與其忠誠觀眾間

的行銷關係。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。23、莊素玉。(1992)。替中國保存個好地方。天下雜誌資料庫。第137期。

24、許義忠。(2000)。為什麼人們願意付錢從事溼地保育？-購買行為或是捐獻行為？戶外遊憩研究。第十三期，第三卷，頁49-70。

25、陳亞萍。(2000)。北市表演藝術觀眾之生活型態與行銷研究。國立中央大學藝術學研究所碩士論文。26、陳凱俐。(1993)。開闢新遊憩區成本效益分析之理論基礎---以本校大礁溪實驗林場為例。宜蘭農工學報，第六期，頁1-21。27、陳凱俐。(1996A)。遊憩區經濟效益評估法之應用與比較-以頭城休閒農場為例。宜蘭農工學報，第十二期，頁23-38。28、陳凱俐、吳菁樺、簡雅鳳、鍾毓芳、林筑君。(1996B)。觀光果園之消費意向調查與經濟效益評估。農業經營管理年刊，第2期，頁94-121。29、陳澄津。(2001)。梧棲漁港多功能利用之經濟分析。國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文。30、陸雲。(1990)。環境資源估價之研究-非市場估價法。經濟論文，第18卷，第1期，頁93-135。31、黃志全。(1989)。報紙表演藝術訊息的使用與滿足研究---以國家劇院及音樂廳觀眾為研究對象。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。32、黃宗煌。(1990)。台灣地區國家公園之保育效益評估。台灣土地金融季刊，第43卷，第3期，頁305-325。33、董育任。(2000)。觀賞者對表演藝術節目與設施評估之研究--以國立中正文化中心國家音樂廳為例。文化大學觀光研究所碩士論文。34、榮泰生。(1999)。企業研究法。台北:五南圖書出版公司。35、劉建村。(1991)。防洪效益之估計--條件估價法之應用。國立中興大學農業經濟研究所碩士論文。36、劉彥政。(1995)。水泥業東移對花蓮地區環境景觀影響成本之研究。中興大學資源管理研究所碩士論文。37、編輯部。(1992)。表演藝術生態評估。表演藝術。試刊號。頁15。38、蔡美玲。(1986)。表演藝術。譯自MICHAEL BILLINGTON著。PERFORMING ARTS。台北:好時年出版社。39、鄭政利。(1985)。音樂廳建築音響性能主觀測試之研究。國立成功大學建築工程研究所碩士論文。40、蕭代基、錢玉蘭、蔡麗雪。(1998)。淡水河水系水質與景觀改善效益之評估。經濟研究，第35卷，第1期，頁29-59。41、蕭新煌。(2000)。86至88年補助案成果分析與興革芻議報告書。台北:國家文化藝術基金會。42、賴昭旭。(2001)。多目的演藝空間之使用性研究。中華大學建築與都市計畫學研究所碩士論文。43、戴湘君。(2001)。影響表演藝術消費體驗之因素及評估準則。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。44、謝登隆編。(1998)。個體經濟理論與應用。台北:智勝文化。45、瞿海源。(1985)。文化建設與文化中心績效評估之研究。臺北:行政院研考會。46、簡于德。(1996)。澎湖地區設置觀光娛樂特區之環境評估。中興大學資源管理研究所碩士論文。47、羅蘭。(1988)。文化成熟的曙光乍現。天下網站資料庫。第80期。48、嚴祖弘。(2001)。台閩地區藝文節目付費意願趨勢之研究。台北，行政院文建會。49、饒嘉齡。(1992)。飛簷下的現代-兩廳院建築與聲光。表演藝術，。試刊號。頁24。50、鄺佩珍。(1996)。台北市民觀賞表演藝術行為之區隔化研究。東吳大學企業管理研究所碩士論文。B、英文部分:1、BISHOP, R. C., & HEBERLEIN, T. (1979). MEASURING VALUES OF EXTRA- MARKET GOODS: ARE IN DIRECT MEASURES BIASED? AMERICAN JOURNAL OF AGRICULTURAL ECONOMICS, 61, 926-930. 2、BOYLE, K. J., & BISHOP, R. C. (1988). WELFARE MEASUREMENTS USING CONTINGENT VALUATION: A COMPARISON OF TECHNIQUES. AMERICAN JOURNAL OF AGRICULTURAL ECONOMICS, 70, 20-28. 3、BROOKSHIRE, D. S., IVES, B. C. & SCHULZE, W. D (1976). THE VALUATION OF AESTHETIC PREFERENCES. JOURNAL OF ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND MANAGEMENT, 62(3), 325-346. 4、CIRIACY WANTRUP, S.V. (1947). CAPITAL RETURNS FROM SOIL-CONSERVATION PRACTICES. JOURNAL OF FARM ECONOMICS, 29, 1181-1196. 5、DAVIS, R. K., (1963). RECREATION PLANNING AS AN ECONOMIC PROBLEM. NATURAL RESOURCE JOURNAL, 3(2), 239-249. 6、HANEMANN, M. (1984). WELFARE EVALUATIONS IN CONTINGENT VALUATION EXPERIMENTS WITH DISCRETE RESPONSE DATA. AMERICAN JOURNAL OF AGRICULTURAL ECONOMICS, 66(3), 332-341. 7、DAVID, P. H. (1990). THE PERFORMING ART-AN AUDIENCE'S PERSPECTIVE. KENDALL HUNT PUBLISHING COMPANY. 8、THOMAS, E. G., & BOB, D. C. (1993). MARKETING THE FINE AND PERFORMING ARTS: WHAT HAS MARKETING DONE FOR THE ARTS LATELY? JOURNAL OF PROFESSIONAL SERVICE MARKETING, 10(1), 181-198.