

Local Residents' Perceptions and Attitudes toward Special Event Impacts: A Comparative Analysis of Ping-shi and

楊小玲、黃世明

E-mail: 9421217@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study was to experience local residents' different perceptions to and attitudes toward impact of festival activities and factors affecting perceptions and attitudes by a comparison between Ping-Shi and Yen-shui. Also analyzed is the relationship among different local residents' perceptions and attitudes, factors affecting perceptions and attitudes, and support levels. The survey was based on questionnaire. There are 182 effective questionnaires from Ping-shi, and 412 ones from Yen-shui. The total effective questionnaires are 594. Descriptive statistics, t-test, two-way analysis of variance, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis are utilized of data analyses. The important discoveries of the study are shown as the following: (a) The degree of community attachment, the level of contact with tourists and the involvement in tourism project of residents in Yen-Shui are higher than that of residents in Ping-Shi. And the economic dependency on tourism of residents in Yen-Shui is lower than that of residents in Ping-Shi. (b) In the attitudes toward festival activities, residents in Ping-Shi favor economic improvement, however, disfavor the deterioration in congestion than residents in Ping-Shi. In the meanwhile, residents in Yen-Shui are fonder of environmental improvement brought out by festival activities than residents in Ping-Shi. (c) The support level of now and future festival activities of local residents in ping-Shi are higher than that of residents in Ten-Shui. (d) In Yen-Shui, male residents' attitudes favor economic improvement than female residents. (e) Concerning the prediction ability about support level of festival activities of residents in the two locations, economic attitude has the biggest prediction ability in Pin-Shi and social culture attitude has the biggest prediction ability in Yen-Shui. Finally, this paper will discuss the key points according to the survey results, and give relative suggestions to institutions sponsoring the festival activities and to later investigators.

Keywords : special event, attitude, perception, support, comparative research

Table of Contents

第一章 緒論.....1	第一節 研究動機.....1	第二節 研究目的.....4
第二章 文獻探討.....5	第一節 平溪鄉天燈節與鹽水鎮蜂炮文化祭之背景.....5	第二節 節慶活動之意涵.....9
第三章 研究方法.....34	第一節 研究架構.....34	第二節 研究假設與統計分析.....36
第四章 資料分析.....51	第一節 居民基本特性及觀光相關特性之比較分析.....51	第二節 居民對節慶活動知覺與態度之比較分析.....58
第五章 討論與建議.....83	第一節 研究結果摘要.....83	第二節 討論.....86
附錄一 二〇〇四台灣觀光年重要文藝節慶一覽表.....111	附錄二 問卷調查工作日誌.....114	附錄三 居民對節慶活動衝擊之態度調查問卷.....120

REFERENCES

1. 天下雜誌(2001)。台灣319鄉向前行。台北:天下。
2. 王志鴻、周守真。(1994)。台北縣的舊街。台北:台北縣立文化中心編印。
3. 王秀瑩。(2000)。咖啡連鎖店市場區隔及其消費行為之研究。東華大學企業管理研究所碩士論文。
4. 王育群。(2000)。簡介二十一世紀台灣發展觀光新戰略。大葉學報, 9(2):15-17。
5. 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。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
6. 王進欽、洪華伶。(2003)。遊客對民俗節慶活動之參與滿意度之研

究 以鹽水蜂炮為例。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會, 3:13-24。7. 王慧美。(2002)。觀光事業發展對淡水鎮老街社區環境之衝擊。銘傳大學公共事務學研究所公共管理與社區發展研究所碩士論文。8. 台北縣政府(1993)。台北縣綜合發展計畫:鄉鎮市建設發展計畫(二)。9. 台北縣政府(2004)。九十三年度台北縣文化曆系列活動成果報告書。10. 吳曲輝譯。(1992)。(Turner, H. 原著)。社會學理論的結構。台北:桂冠。11. 吳孟芳。(2000)。火車穿越今昔和城鄉,念舊平溪人不要悲情。新台灣新聞周刊, 204:46-47。12. 吳美惠。(1990)。鹽水鎮民俗蜂炮之研究。南瀛文化, 35:118-125。13. 吳淑女(1993)。淺談慶典觀光與推展觀光之道。交通建設, 42(9):2-6。14. 李明宗。(2002)。當代台灣節慶活動的形貌—休閒社會學詮釋觀點的提擬。臺灣師範大學體育研究所博士論文。15. 李豐楙。(1992)。廟宇、廟會休閒習俗 兼即道教廟、道士的信仰習俗。中國休閒生活論文集, 62-96。16. 林東泰。(1994)。都會地區成人及青少年休閒認知和態度研究。民意研究季刊, 188:41-94。17. 林淑芬。(2002)。奮起湖地區居民對觀光發展態度之研究—社會交換理論之應用。中興大學森林學研究所碩士論文。18. 林晶瑩。(1999)。平溪觀光潛力十足。新台灣新聞周刊, 154:81。19. 花松村。(1996)。臺灣鄉土全志。台北:中一。20. 邱皓政。(2003)。量化研究與統計分析:spss 中文視窗版資料分析範例解析。台北:五南。21. 邱滢儒。(2003)。鹽水武廟與社群互動形式之研究。雲林科技大學文化資產維護研究所碩士論文。22. 侯玉波。(2003)。社會心理學。台北:五南。23. 施志宜、黃千容。(2000)。民眾參與節慶活動之選擇因素與動機。千禧古蹟管理與觀光遊憩學術研討會論文集, 193-204。24. 徐瑞穗。(2004)。節慶活動參與者之參與動機、效益認知和滿意度研究。靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。25. 時蓉華。(1998)。社會心理學。杭州:浙江教育出版社。26. 馬康莊、陳信木譯。(1989)。(Ritzer, G. 原著)。社會學理論。台北:巨流。27. 莊啟川。(2002)。地方居民對觀光衝擊的知覺與態度之研究 - 以山美社區為例。大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。28. 郭瑞坤、王春勝。(2004)。地區發展相關因素整合居民結構區隔研究。戶外遊憩研究, 17(1):23-49。29. 陳比晴。(2003)。民眾參與節慶活動需求之研究 以2003 陽明山花季為例。臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。30. 陳希林、閻蕙群譯。(2004)。(Allen, J., O' Toole, V., McDonnell, L., & Harris, R. 原著)。節慶與活動管理。台北:五觀。31. 陳思倫、宋秉明、林連聰。(1995)。觀光學概論。台北:國立空中大學編印。32. 陳湘東。(2000)。節慶活動與企業贊助動機之研究。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。33. 陳璋玲譯。(1992)。(Lankford, S. 原著)。當地居民參與觀光遊憩發展過程之研究。戶外遊憩研究, 5(3/4):91-107。34. 游瑛妙。(1999)。節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析 - 以第十一屆民藝華會為例。台北:台灣省交通處旅遊局。35. 游瑛妙。(2000)。居民對於節慶活動當地衝擊之認知與態度。台北:國科會。36. 黃文博。(1989)。鹽水、武廟、放蜂炮。南瀛文化, 34:27-35。37. 黃世明。(2004)。節慶觀光之社會效益分析。大甲媽祖國際學術研討會會後實錄, 5(1):1-13。38. 黃桂珠。(2003)。居民對環境衝擊認知與發展生態旅遊態度之研究以玉山國家公園梅山地區為例。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。39. 黃章展、林育良、林靜宜。(2001)。鹿港鎮文化觀光資源吸引力之評估 - 以龍山寺、天后宮、文祠為例。2001 休閒遊憩觀光研討會, 2:1-16。40. 楊國樞。(1989)。社會及行為科學研究法。台北:東華。41. 楊崑霖。(2000)。鄉鎮舉辦農特產節慶效應與環境衝擊分析之研究 以2000 台南縣白河蓮花節為例。逢甲大學土地管理研究所碩士論文。42. 葉碧華。(1998)。大型觀光節慶活動效益評估之研究-以台北燈會為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。43. 劉修祥。(1996)。觀光導論。台北:揚智。44. 劉瑞卿。(2003)。居民社區意識與社區觀光發展認知之研究 - 以名間鄉新社區為例。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。45. 劉擘穎。(2002)。現居居民對觀光發展衝擊認知與態度之研究—以七星潭社區為例。東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。46. 劉還月。(2000)。台灣人的歲時與節俗。台北:吳氏。47. 蔡維倫。(1995)。從廟會節慶到觀光發展:鹽水蜂炮中地方動員與大眾動員機制。台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。48. 蕭景文。(2002)。平溪地方經濟之歷史考察。中央大學歷史研究所碩士論文。49. 駱焜祺。(2002)。觀光節慶活動行銷策略之研究 以屏東黑鮪魚文化觀光季活動為例。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。50. 鍾聖校。(1990)。認知心理學。台北:心理。(二)網路1. 台北縣政府資訊服務站。(2004.10.15)。http://www.tpc.gov.tw/ 2. 台南縣戶政資訊網。(2004.12.07)。現住人口統計表。http://house.tainan.gov.tw/index01.html?key=02 3. 台南縣全球資訊網。(2004.10.15)。http://www.tainan.gov.tw/ 4. 平溪鄉戶政事務所。(2004.11.11)。戶政資料。http://www.pingshi.ris.tpc.gov.tw/people/people_set.htm 5. 交通部觀光局。(2004.10.11)。2004 台灣節慶。http://202.39.225.133/2004fes/festivals_index.htm 6. 交通部觀光局。(2004.10.05)。2002 觀光政策白皮書。http://202.39.225.136/auser/b/wpage/Index.htm 7. 交通部觀光局。2003。二 四台灣觀光年工作計畫。http://vty.tboc.gov.tw/event/0826/welcome/%C6[%A5%FA% A6~%ADp%B5e%AF%F3%AE%D7.doc。8. 鹽水鄉鎮全球資訊網。(2004.10.15)。地方沿革。http://yanshuei.tainan.gov.tw/index.php3?mode=B25-01-01 二、英文部分 1. Abbott, J. (1995). Community participation and its relationship to community development. Community Development Journal, 30(2), 158-168. 2. Ajzen, I. (1988). Attitudes, personality, and behavior. Chicago: Dorsey Press. 3. Allen, J., O' Toole, V., McDonnell, L., & Harris, R. (2002). Festival and special event management (2th ed.). New York: John Wiley & Sons. 4. Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. Annals of Tourism Research, 17(4), 610-616. 5. Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. Annals of Tourism Research, 19, 665-690. 6. Ap, J., & Crompon, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. Journal of Travel Research, 37, 120-130. 7. Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. Journal of Travel Research, 32(1), 47-50. 8. Brougham, J., & Butler, R. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. Annals of Tourism Research, 8(4), 569-589. 9. Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. Journal of Travel Research, 21(1), 22-28. 10. Gang-Hoan, J., & Faulkner, B. (1996). Resident perception of mega-event impact: the Taejon international exposition case. Festival Management & Event Tourism, 4, 3-11. 11. Getz, D. (1991). Festival events and tourism. New York: Van Nostrand Reinhold. 12. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). Tourism: Principles, practices, philosophies (9th ed.). New York: John Wiley & Sons. 13. Goldblatt, J. J. (1990). Special events: The art and science celebration. New York, Van Nostrand Reinhold. 14. Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. Annals of Tourism Research, 31(3), 495-516. 15. Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. Annals of Tourism Research, 29(1), 79-105. 16. Hall, C. M. (1992). Hallmark tourist events: Impacts, management, planning.

London: Belhaven Press. 17. Hawkins, D., & Goldblatt, J. (1995). Event management: implications for tourism education. *Tourism Recreation Research*, 20(2), 42-45. 18. Hernandez, S. A., Cohen, J., & Garcia, H. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 755-779. 19. Jackson, R. (1997). Making special events fit in the 21st century. Champaign, IL: Sagamore. 20. Jago, L. K., & Shaw, R. N. (1998). Special events: A conceptual and definitional framework. *Festival Management & Event Tourism*, 5, 21-32. 21. Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, Fall, 3-11. 22. Kotler, P. (1998). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (8th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 23. Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Education and Psychological Measurement*, 30, 607-610. 24. Lankford, S., & Howard D. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139. 25. Manning, F. E. (1983). *The celebration of society: Perspective on contemporary cultural performance*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press. 26. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Longman. 27. McCool, S., & Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34. 28. Mihalik, B. J., & Simonetta, L. (1998). Resident perceptions of the 1996 Summer Olympic Games-year . *Festival Management & Event Tourism*, 5, 9-19. 29. Nicholson, R. E., & Pearce, D. G. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events. *Journal of Travel Research*, 39(4), 449-460. 30. Perdue, R., Long, P., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599. 31. Richard, B. (1994). How to market tourist attractions, festivals and special events. London: Longman. 32. Ritzer, G. (1992). *Sociological theory*. New York: McGraw-Hill. 33. Ryan, C. (1991). *Social and cultural impact, recreational tourism*. London: Routledge. 34. Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5, 40-47. 35. Shone, A. (2001). *Successful event management: A practical handbook*. New York: Lexington Avenue. 36. Smelser, N. J. (1984). *Sociology*. New York: Prentice-Hall. 37. Timothy, D. J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371-391. 38. Turner, J. H. (1988) *The structure of sociological theory* (6th ed.). New York: Wadsworth. 39. Weber, A. L. (1992). *Social psychology*. New York: Harper Collins. 40. Willim, F. T. (1997). *Global Tourism :The next decade*. London: Butterworth-Heinemann. 41. World Tourism Organization. (1997). *International tourism: A Global Perspective*. Madrid: author.