

The Influence of Place Facilities on Tourists ' Recreational Experience on the Consumption of Industry Culture ...

林欣儀、黃麗君

E-mail: 9607566@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The primary industry develops its potential for recreational economy through in-dustry culture tourism. Especially for agricultural industry ' s culture contains limitless resources of recreation. The study takes Tien-Wei freeway flower park in Changhua as an example, probing into the influence of district facilities on tourists ' recreational ex-periences and place attachment, and the connection with the kinds of three. The result of study shows, the " topic facilities of flower " on space facilities and tourist ' s experience of activity and associate have high relativity. Between " the experi-ence of activity and associate " and " the experience of addiction and memory " on tour-ist ' s recreational experiences have high relativity with " place dependence " on the place attachment. There are two kinds of experiences, for example " the experience of mind and body feeling dulcifies " and " the experience of addiction and memory " . These ex-periences have high relativity with " place identity " on the place attachment. The re-search also finds mediating effects of tourist ' s recreational experiences between space facilities and place attachment. Research ' s suggesting relevant management units as a result should emphasize " topic facilities of flower " . Also pay attention to planning of recreational experiences for tourists. With promotes tourists bring about approbation on this place industry cul-ture and try to advances the value of sightseeing recreation for district industry.

Keywords : service quality ; place attachment ; tien wei freeway flower park

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	2	第二章 文獻回顧	2
4 第一節 場所設施	4	第二節 產業文化	4
7 第三節 遊憩消費體驗	9	第四節 場所依戀	9
13 第五節 彰化田尾公路花園	18	第三章 研究方法	18
21 第一節 研究架構	21	第一節 研究	21
21 第二節 研究	21	第二節 研究	21
21 第三節 研究變數定義與衡量	23	第三節 研究	23
29 第四節 研究	29	第四節 研究	29
32 第五節 資料分析方法	31	第四章	31
32 第一節 問卷回收	32	第一節 問卷回收	32
32 第二節 樣本	32	第二節 樣本	32
32 第三節 信效度分析	33	第三節 信效度分析	33
40 第四節 相關分析	40	第四節 相關分析	40
43 第五節 迴歸分析	43	第五節 迴歸分析	43
61 第一節 結論	61	第五章 結論與建議	61
61 第二節 研究限制	61	第一節 結論	61
63 第三節 管理意涵與建議	64	第二節 研究限制	61
64 參考文獻	64	第三節 管理意涵與建議	64
66 附錄 研究問卷	77	參考文獻	64

REFERENCES

- 一、中文部份 Bernd H. S. (2000), 體驗經濟時代(初版)(王育英, 梁曉鶯譯), 台北:經典傳訊, 129-255, (原文於1999年出版)。
Norberg-schulz, C. (1995), 場所精神:邁向建築現象學(施植明譯), 台北:田園城市文化, 6-72, (原文於1979年出版)。 Mcandrew, F. T. (1995), 環境心理學(初版)(危芷芬譯), 台北:五南, 264-294, (原文於1993年出版)。 Pine, B.J & Gilmore, J. H. (2003), 體驗經濟時代(初版)(夏業良, 魯煒譯), 台北市:經濟新潮社, 36-91, (原文於1998出版)。 文建會2004文化白皮書[線上資料], 來源: http://web.cca.gov.tw/intro/2004white_book/ [2007, January 15]。 行政院各部會及所屬機關(構)產業文化資產清查作業要點[線上資料], 來源: <http://www.cca.gov.tw/sop/cen/asset/point.doc> [2007, January 15]。 任維廉, 董士偉, 呂堂榮(2005), 服務場景與等候經驗對國道客運乘客行為意向與選擇行為之影響, 運輸計劃季刊, 34(3), 413-442。 呂怡儒(2001), 台北近郊森林地方感之研究, 國立臺灣大學森

林學研究所未出版之碩士論文。巫喜瑞, 凌儀玲, 吳貞宜(2003), 實體環境管理、員工績效線索與顧客反應間關係之實證研究, 觀光研究學報, 9(1), 61-77。李介茹(2006, October 15), 八卦山台地地方特色產業發展之前潛力與困境, 發表於2006年彰化研究學術研討會八卦台地研究, 彰化:國立彰化師範大學。李永熾(2006), 從風土與場所看台灣族群, 當代, (229), 10-19。李宜蓁(2005), 彰化田尾、永靖拜訪花之鄉 [線上資料], 來源: <http://www.commonhealth.com.tw/content/062/062164.asp> [2006, October 15]。李靜芳(2005), 跨越傳統認知的界面 從博物館的整體性探究其教育的新面向, 藝術教育研究, 10, 53-86。李讚壽(2004), 休閒場所景觀植栽審美之賞析, 動物園學報, 16, 1-16。吳沛聰(2006), 以體驗行銷觀點探討地方產業街道規劃因子之研究-以鶯歌陶瓷老街為例, 朝陽科技大學建築及都市設計研究所未出版之碩士論文。林映秀(2005), 涉入、體驗、依戀影響關係之研究 以南投水里蛇窯陶藝文化區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。林晏州(2000), 遊憩區選擇行為之研究 敘述偏好模式之應用, 戶外遊憩研究, 13(1), 63-86。林崇熙(2005a), 產業文化資產的消逝、形成、與尷尬, 科技博物, 9(1), 65-91。林崇熙(2005b), 新文化、新產業、與產業文化資產的共生創造:以糖廠保存再生為例, 科技博物, 9(2), 71-89。周明智(2005), 論旅遊產業特性及發展策略, 應用倫理研究通訊, (36), 26-34。周碧芳(2006), 居民對地方特色產業遊憩資源與發展效益認知之研究 以田尾花卉產業為例, 大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。邱皓政(2005), 量化研究法(二):統計原理與分析技術:SPSS中文視窗版操作實務詳析(初版), 台北市:雙葉書廊。倪葆真(1999), 農業產業文化發展, 農政與農情, 88(325), 59-63。范碧珍(2001, February 22), 不只是血拚 體驗式消費時代來臨, 突破雜誌, 187, 27-30。徐冬曲, 游士正(2005), 女性自助旅行者旅遊體驗之探討, 休閒運動期刊, 4, 61-67。徐慧(2005), 遊憩特性對體驗品質、體驗滿意與忠誠意圖之影響 以原住民生態旅遊部落「司馬庫斯」為例, 私立天主教輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文。高春輝, 于長禧, 張秀珍(2004, November 16), 休閒產業服務品質、顧客滿意與忠誠度之探討 以台中月眉觀光糖廠為例, 發表於中華民國品質學會第40屆年會 高雄市分會30屆年會暨第10屆全國品質管理研討會論文集, D1-3, 26-44。高嘉斌, 蕭正彬(1997), 田尾公路花園網站 [線上資料], 來源: <http://www.ncue.edu.tw/changhua/tenwei/index.htm> [2006, December 14]。侯錦雄(1999), 形式的魅影 金門觀光的戰地異境想像與體驗, 觀光研究學報, 5(1), 39-52。夏鑄九(2006), 對台灣當前工業遺產保存的初期觀察:一點批判性反思, 國立臺灣大學建築與城鄉研究學報, 13, 91-106。張介耀, 王智宏(2006), 複合式花店服務品質之個案研究 以田尾公路花園為例, 產業管理評論, 6(2), 20-33。張樑治(1999), 遊憩活動企劃影響遊憩體驗的研究, 國家公園學報, 9(2), 97-111。張樑治, 陳朝圳, 蔡志堅(2004), 勝任感與自我決定感:促進老人遊憩體驗滿意的主要因素, 戶外遊憩研究, 17(3), 37-50。陳乃菁, 卓玲妃(2003), 文化產業的設計與創意 [線上資料], 來源: <http://home.educities.edu.tw/lingyf/na/col028.html> [2006, October 15]。陳宗雄, 沈進成(2005), 農業旅遊遊客二階段市場區隔之研究 以台南走馬瀨農場為例, 餐旅暨家政學刊, 2(3), 315-334。陳朝圳, 張美玉, 鐘玉龍, 吳守從, 張樑治(2005), 環境衝擊知覺、遊憩體驗與重遊意願關係之研究 以南仁山森林生態保護區為例, 旅遊管理研究, 5(2), 125-135。陳慧蓉(2006), 遊客意象與地方依附感關係之探討 以高雄縣美濃鎮為例, 靜宜大學觀光事業學系未出版之碩士論文。陳廉(2004), 體驗品質對情緒、價值、體驗滿意度、承諾及行為意圖影響之研究 以台灣現代戲劇演出為例, 私立天主教輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文。郭品好(2004), 地方文化產業行銷機制之研究 以消費者心理向度探討, 朝陽科技大學建築及都市設計研究所未出版之碩士論文。郭福斌(2003), 整體商店環境對多重價值知覺之影響—以購物中心為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版之碩士論文。梁英文(2005), 認真休閒與場所依戀之關係 遊專門化之角色, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。黃沛晴(2004), 后里鄉觀光發展之研究, 社會科教育研究, 9, 53-75。黃映瑀(2005), 體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究, 大葉大學事業研究所未出版之碩士論文。黃俊英(2005), 行銷研究 管理與技術(七版), 台北市:華泰, 479。黃淑君, 林慧娟, 郭家汝(2003), 解說內容之涉入程度對遊客之環境認知、遊憩體驗和滿意度之影響 - 以陽明山國家公園魚路古道為例, 觀光研究學報, 9(1), 79-90。黃鴻程, 黃雅雯(2003), 服務業的「實體環境」與「服務過程」對「顧客信任感」的影響 以南亞技術學院城中校區推廣教育為例, 南亞學報, 23, 163-180。黃耀昆(2006), 旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究 - 以田尾公路花園為例, 國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所未出版之碩士論文。齊若蘭(2001, July 1), 天下雜誌, (319鄉鎮特刊), 230-233。楊美維, 張育銘(2005), 產業文化活動意識與農特產品包裝設計之研究 以左鎮白堊節為例, 設計學報, 10(1), 19-42。楊敏芝(2002), 地方文化產業與地域活動化互動模式研究 以埔里酒文化產業為例, 國立台北大學都市計畫研究所未出版之博士論文。楊雅琳(2006), 遊憩涉入與體驗品質對體驗滿意度影響之研究 以香港迪士尼樂園為例, 大葉大學國際企業管理學系未出版之碩士論文。歐聖榮(1995), 遊憩區服務品質模式驗證之研究, 觀光研究學報, 1(3), 1-27。歐聖榮, 劉曉琪(2001), 民眾對田尾地區園藝產業活動之態度與體驗研究, 興大園藝, 26(2), 63-76。鄧維兆, 馬郁淇, 蔡志弘(2006), 產品涉入、承諾與服務品質之關係研究 以某北投溫泉旅館為例, 品質月刊, 42(8), 64-71。鄧維兆, 鄭尚悅, 蔡志弘, 蔡世傑(2006), 旅館業服務品質評估模式之建立研究, 品質月刊, 42(11), 77-84。彰化縣田尾鄉公所全球資訊網站 [線上資料], 來源: <http://www.tienwei.gov.tw/page/roadflowers/pageqi.asp> [2006, December 1]。劉水深(1981), 產品規劃與策略應用, 台北:著者發行, 239。劉立文(2006), 田尾公路花園新景點「花神社」10/4開幕邀您來祈福 [線上資料], 來源: http://522.travel-web.com.tw/Show/Style3/News/c1_News.asp?ItemId=0271030&ProgramNo=A100023000001&SubjectNo=34441&Page=1 [2006, December 14]。劉銘銘, 李永展(2003, October 24), 農村地區產業危機與文化再生產, 發表於文化創意產業學術研討會, 雲林:環球技術學院。臺灣農業生技產業發展策略規劃報告書(2006), 台北市:財團法人國家實驗研究院科技策略研究與資訊中心, 46-47。蔡旺洲(2004), 臺灣產業遺產:過去、現在與未來, 國立歷史博物館館刊, 14(8), 81-95。謝宗恆, 侯錦雄, 郭彰仁(2005), 遊客對北埔傳統聚落之文化遊憩屬性與場所依戀關係之研究, 戶外遊憩研究, 18(4), 1-24。薛雅惠, 張育瑞(2003), 轉型中的田尾花卉園藝業, 社會科教育研究, 8, 49-68。鍾士佳(2005), 高雄城市光廊場所依戀之研究, 逢甲大學景觀與遊憩研究所未出版之碩士論文。鍾國成(2006), 台灣花卉產業發展現況與趨勢, 農業生技產業季刊, 5, 10-19。二、英文部份 Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator – mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51, 1173 – 1182. Bitner, M. J., (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing, 56(2), 57-71. Bitran, G. R., &

Hoech, J. (1990). The humanization of service: Re-spect at the moment of truth. *Sloan Management Review*, 31(2), 89-96. Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22, 233-257. Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). *Economic of outdoor recreation*. Baltimore : Johns Hopkins University press. Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality : A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. Ellis, G. D., Voelkl, J. E., & Morris, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of Leisure Research*, 26, 337-356. Hummon, D M. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place. *Place Attachment*, edited by I. Altman and S. M. Low. New York, NY: Plenum Press. 253-278. Kaltenborn, B. P. (1997). Nature of attachment: A study among recreation homeowners in southern Norway. *Leisure Sciences*, 19, 175-189. Morre, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 17, 17-31. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40. Voelkl, J. E., & Ellis, G. D. (1998). Measuring flow experience in daily life : An examination of the item used to measure challenge and skill. *Journal of Leisure Research*, 30, 380-389. Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1994a). The importance of servicescapes in leisure service settings. *The Journal of Service Marketing*, 8(3), 66-76. Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996b). The effect of the service-scape on customers' behavioral intentions in leisure service settings. *The Journal of Service Marketing*, 10 (6), 43-59. Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1999c). Customer response to intangible and tangible service factors. *Psychology & Marketing*, 16 (1), 51-69. Williams, D. R., Patterson, M. E., Poggenbuck, J. H., & Waston, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Science*, 14, 29-46. Williams, D. R.. (2000). Notes on measuring recreational place attachment [Online]. Available: [http://www.fs.fed.us/rm/value/research - place.htm](http://www.fs.fed.us/rm/value/research-place.htm). [2006, October 15]. Williams, D. R., & Vaske J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest science*, 49(6), 830-840.