

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

以計畫行為理論探討遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖

A Study of Behavior Intention for Lukang Artist Village Visitors

指導教授：黃昱凱 博士

ADVISOR : Yu-Kai Huang, Ph. D.

研究生：許淑紅

GRADUATE STUDENT : Shu-Hong Hsu

中 華 民 國 一 〇 六 年 六 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

碩 士 學 位 論 文

以計畫行為理論探討遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖

A Study of Behavior Intention for Lukang Artist Village Visitors

研究生：許淑紅

經考試合格特此證明

口試委員：
許淑紅
趙子元
黃呈凱

指導教授：黃呈凱

系主任(所長)：楊聰仁

口試日期：中 華 民 國 106 年 5 月 27 日

南華大學文化創意事業管理學系 105 學年度第 2 學期

碩士論文中文摘要

論文題目：以計畫行為理論探討遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖

研究生：許淑紅

指導教授：黃昱凱 博士

論文摘要內容：

觀光產業為全球蓬勃發展的產業之一，其中「文化觀光」更是近 20 年來世界各國旅遊趨勢。隨著這股潮流興起，藝術村、博物館和美術館等文化場館，實是發展文化觀光的重要資源，如何使之成為旅遊吸引力的核心，則為相關管理單位的重要議題。

本研究以計畫行為理論為研究架構，探討影響遊客參訪鹿港藝術村行為意圖之相關因素，冀望提升遊客參訪藝術村之意願。研究對象為彰化縣國小教師，採用問卷調查法，共回收有效問卷 374 份，以 SPSS 和 LISREL 統計軟體進行資料分析與假設驗證。研究結果顯示：

1. 受訪者主要由親友推薦、網際網路和電視廣播媒體這三個管道取得鹿港藝術村相關訊息，參訪藝術村的同伴以家人、朋友居多，不同年齡層在參訪鹿港藝術村的次數上有顯著差異，「21~30 歲」受訪者的參訪經驗以「1-2 次」比率最高；然而「50 歲以上」受訪者的參訪經驗則以「5 次以上」比率最高。
2. 「態度」、「知覺行為控制」對參訪鹿港藝術村「行為意圖」具有正向影響的假設與研究結果並無二致，然而「主觀規範」對參訪鹿港藝術村「行為意圖」有正向影響之假設並未獲得支持。
3. 以「重要度—績效分析法」探討鹿港藝術村活動，街頭藝人表演、鹿港古蹟導覽、文創市集以及鹿港老照片解說四項活動屬於競爭優勢活動，其他活動則屬於次要改善活動。

關鍵詞：計畫行為理論、行為意圖、鹿港藝術村

**Title of Thesis: A Study of Behavior Intention for Lukang Artist Village
Visitors**

**Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise
Management, Nanhua University**

Graduate date: June 2017

Degree Conferred: M.B.A.

Name of student: Shu-Hong Hsu

Advisor: Yu-Kai Huang, Ph. D.

Abstract

Tourism industry is one of the booming industries around the world. “Cultural tourism” is the global trend in the last two decades. Following this trend, artist communities, museums, art galleries and the like become the essential resources of cultural tourism development. The topic of making these facilities attractive becomes more and more important to the corresponding management departments.

This study employed the theory of planned behavior to investigate the factors that affected people’s intention to visit Lukang Artist Village, and we attempted to promote such intention eventually. Participants of this study were primary school teachers in Changhua County of Taiwan. We used the survey research method and retrieved 374 valid survey questionnaires. The results were analyzed and hypotheses were examined with the assistance of SPSS and LISREL. The results showed that:

1. Most of the participants received the information about Lukang Artist Village from their relatives, friends, the internet and TV broadcast. Most of the participants visited there with their relatives and friends. Participants of different age groups had different frequency of visiting Lukang Artist Village: Participants of 21-30 years old mostly visited it for 1-2 times; whereas participants of 50 or above mostly visited it for more than five times.
2. The results consisted with the hypotheses that attitude and perceived behavioral control would positively predict the intention to visit Lukang Artist Village. However, the results did not support the hypothesis that subjective norm would positively predict such intention.

3. According to the “Importance – Performance Analysis”, street artist performance, Lukang historic building guided tour, cultural and creative market and Lukang old photo guide were the four activities with most competitive advantages. Other activities had less priority to improve.

Keywords: Theory of Planned Behavior, Behavior Intention, Lukang Artist Village



目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	viii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究流程	4
1.4 研究範圍與限制	5
第二章 文獻探討	7
2.1 藝術村	7
2.2 計畫行為理論	19
第三章 研究方法	31
3.1 研究架構	31
3.2 研究假設	31
3.3 研究對象	32
3.4 研究工具	32
3.5 資料處理與分析	34
第四章 研究結果與討論	38
4.1 個案說明—鹿港藝術村	38

4.2	樣本結構描述.....	44
4.3	構面描述性分析.....	47
4.4	量表信、效度分析.....	50
4.5	結構方程模型分析.....	55
4.6	基本統計檢定分析.....	60
4.7	重要度—績效分析.....	64
第五章	結論與建議.....	68
5.1	研究結論.....	68
5.2	研究建議.....	71
參考文獻	74
一、中文部分	74
二、英文部分	79
附錄	正式問卷.....	81

表目錄

表 2.1 臺灣藝術村	10
表 2.2 近年藝術村相關研究彙整表	16
表 2.3 近年鹿港藝術村相關研究彙整表	18
表 2.4 態度之定義	22
表 2.5 主觀規範之定義	23
表 2.6 知覺行為控制之定義	24
表 2.7 行為意圖之定義	25
表 2.8 計畫行為理論應用於休閒活動之研究	28
表 3.1 計畫行為理論各構面量表編製	33
表 3.2 適配度指標參考	36
表 4.1 第十二屆藝術家駐村狀況	43
表 4.2 樣本人口統計變項分配統計表	44
表 4.3 如何得知鹿港藝術村資訊統計表 (複選)	45
表 4.4 參訪鹿港藝術村的次數統計表	46
表 4.5 參訪臺灣其他藝術村的次數統計表	46
表 4.6 通常與誰同遊藝術村統計表 (複選)	47
表 4.7 態度構面之敘述性統計分析	48
表 4.8 主觀規範構面之敘述性統計分析	48
表 4.9 知覺行為控制構面之敘述性統計分析	49
表 4.10 行為意圖構面之敘述性統計分析	49
表 4.11 態度量表之信、效度分析結果	51
表 4.12 主觀規範量表之信、效度分析結果	52
表 4.13 知覺行為控制量表之信、效度分析結果	53
表 4.14 行為意圖量表之信、效度分析結果	54
表 4.15 適配度指標分析結果	56
表 4.16 研究模型適配度檢定表	57

表 4.17 假設檢定分析	59
表 4.18 人口統計變項與參訪藝術村經驗之卡方檢定.....	60
表 4.19 年齡與參訪鹿港藝術村次數的交叉分析表.....	61
表 4.20 性別與四個構面的交叉分析表.....	62
表 4.21 年齡與四個構面的交叉分析表.....	63
表 4.22 婚姻狀況與四個構面的交叉分析表.....	64
表 4.23 鹿港藝術村活動 IPA 分析.....	65



圖目錄

圖 1.1 研究流程.....	5
圖 2.1 國內藝術村分布統計圖.....	12
圖 2.2 藝術村經營單位統計圖.....	12
圖 2.3 藝術村村鄉所在統計圖.....	13
圖 2.4 理性行為理論架構圖.....	20
圖 2.5 計畫行為理論架構圖.....	21
圖 3.1 研究架構圖.....	31
圖 3.2 IPA 分析模式.....	37
圖 4.1 鹿港藝術村位置圖.....	39
圖 4.2 鹿港藝術村.....	40
圖 4.3 鹿港藝術村日式建築.....	40
圖 4.4 幸福巴士彩繪.....	41
圖 4.5 貓眼貓語書法牆.....	41
圖 4.6 幸福拼圖裝置藝術.....	41
圖 4.7 吳肇勳書法館.....	42
圖 4.8 鹿港藝術村工作室配置圖.....	43
圖 4.9 態度之測量模型分析結果.....	51
圖 4.10 主觀規範之測量模型分析結果.....	52
圖 4.11 知覺行為控制之測量模型分析結果.....	53
圖 4.12 行為意圖之測量模型分析結果.....	54
圖 4.13 研究模式路徑分析圖.....	58
圖 4.14 IPA 分析結果.....	66
圖 4.15 IPA 分析結果（男性）.....	67
圖 4.16 IPA 分析結果（女性）.....	67

第一章 緒論

本研究主要目的在於應用計畫行為理論探討遊客態度、主觀規範和知覺行為控制對於參訪鹿港藝術村行為意圖的影響情況為何。本章共有四小節，分別為研究背景與動機、研究目的、研究流程以及研究範圍與限制。

1.1 研究背景與動機

依據聯合國世界觀光組織（United Nations World Tourism Organization; UNWTO）的統計，2015年國際旅遊人數增加4.4%，達到創紀錄的11.8億人，這是自從2009年經濟危機以來，全球旅遊人數成長率連續第6年高於平均值¹，觀光產業已被全球視為提升經濟發展的重要因素，自九十年代以後，文化觀光更是逐漸成為旅遊的新趨勢。黃英哲（2014）提及，以文化作為觀光底蘊已成為世界潮流，全球觀光型態以「文化觀光」為核心發展；經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Co-operation and Development; OECD）也指出，文化觀光是全球規模最大，增長最快的全球旅遊市場之一²。世界旅遊組織告訴我們，文化旅遊佔全球旅遊業的37%，並進一步證實，文化旅遊每年將繼續增長15%³。

聯合國教科文組織將文化觀光做了狹義和廣義的定義：狹義，文化觀光是指個人為特定的文化動機，像是遊學團、表演藝術或文化旅遊、嘉年華會或古蹟遺址等而從事觀光的行為。廣義，文化觀光包含所有人們的活動，它是為了去滿足人類對多樣性的需求，並藉由新知識、經驗與體驗深化個人的文化素養。

Stebbins（1996）提到，文化觀光是一種基於尋求和參與新穎且深刻的文化體驗的特殊主題旅遊，無論是在美感、智力、情感或是心理方面。他並指出幾個文化型式，像是博物館、藝廊、節慶、建築、歷史遺跡、文化遺址和藝術表演，經常吸引遊客。

由以上文化觀光的定義發現，藝術村、博物館、美術館以及畫廊各類型的文

¹ <http://media.unwto.org/news>（2017.03.31）

² <http://www.oecd.org/cfe/tourism/theimpactofcultureontourism.htm>（2017.03.31）

³

<http://www.solimarinternational.com/resources-page/blog/item/224-cultural-tourism-four-examples-of-how-it-works-for-destinations>（2017.04.08）

化展場皆屬於文化觀光範疇。當國家經濟發展到一定程度，人民生活水平提升，這一類的文化展場除了原本的功能，亦延伸出休閒功能，不僅滿足了人們某種文化動機，同時具有休閒觀光潛力。自1990年代中期即有學者提出觀光與博物館結合的概念（黃英哲，2014），1995年國際觀光總人口中，有13%欲參觀博物館和美術館，10%喜歡從事音樂或表演藝術相關課程（高鵬翔，2010）。

董維琇（2009）認為藝術村的開放性及其與觀眾的互動性，有別於過去大眾對藝術場所的嚴肅形象，它將藝術帶入普羅大眾的日常生活現場，使藝術家進駐的場域與藝術村成為迷人且具有特色的空間場域。藝術村或是藝術家進駐計畫在歐美的發展起始於1950、1960年代，而亞洲各國在1990年代開始逐漸普遍，蕭麗虹指出，現在藝術駐村或是藝術進駐（Artist-in-Residence），更適合來支持創意工作者實踐理想、回饋社會的視野和行動⁴。藝術村具備多元價值，如：培育藝術創作者，促進社區藝術發展，提升國民生活水平，改善社會環境品質，對於以文化創意為底蘊的下一波經濟發展亦具有刺激作用，其重要性為全球所重視。在國際間，以藝術村或藝術家進駐計畫作為交流、對話之途徑，已蔚為風潮；在國內，近十餘年來在國家政策推動，民間團體努力下，文化部登記有案之藝術村、藝術家進駐計畫約有27個。本研究以藝術村為研究場域，欲瞭解目前國人以藝術村做為休閒活動之現況、喜好及影響因素。

夏學理（2011）依據其研究結果指出，少年及青少年若能在藝術的學習上受到鼓勵，或使觀賞表演藝術成為興趣之一，則會影響其在未來參與文化藝術相關活動，他們也較易成為表演藝術的核心觀眾。由於教師個人言行、學養對於學童有潛移默化之影響，假如教師有意願多從事藝術村的活動，除了讓疲憊的身心靈獲得紓解外，也可習得藝術村的相關藝文知識，返回工作崗位後，更可將參與藝術村的所見所聞，融入相關課程，無形中薰染學童的藝術涵養。因此，本研究以國小教師為研究對象，欲瞭解國小教師參訪藝術村的經驗，以及對於參訪藝術村的態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖之現況，希望提供藝術村相關管理者思考能否藉由教師輔助，將藝術村相關活動推廣給學童，讓藝術根植於學童。

⁴ <http://www.taiwanngo.tw/files/15-1000-24212,c104-1.php?Lang=zh-tw>（2017.04.18）

過去和藝術村相關的研究偏重質性方法，量化研究則以消費者的角度出發，進行遊客滿意度、體驗、觀光意象之研究，但對於遊客參訪藝術村行為意圖之影響因素的探討，著墨較少。因此，本研究利用Ajzen所提出的計畫行為理論以驗證影響參訪藝術村行為意圖之決定因素。計畫行為理論是目前學者們最常用來解釋或預測人類行為的理論，國內外許多學者並且證實，行為意圖可以測預行為。另外，本研究進一步運用「重要度—績效分析法」瞭解目前鹿港藝術村節慶活動的競爭優勢與優先改善的項目，期望能從不同研究面向提供相關經營者或管理單位參考，以提升國人參訪藝術村之意願。

1.2 研究目的

根據前述的研究動機，本研究擬以彰化縣國小教師為研究對象，應用 Ajzen 提出的計畫行為理論為基礎，探討遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖，本文之研究目的包含三項：

1. 瞭解遊客參訪藝術村之經驗。
2. 探討影響遊客參訪鹿港藝術村行為意圖之因素。
3. 以重要度—績效分析法瞭解鹿港藝術村節慶活動之競爭優勢、優先改善或是過度投資的項目。

首先，受訪者參訪藝術村之經驗方面，本研究欲瞭解受訪者如何取得鹿港藝術村的資訊，參訪鹿港藝術村及其他藝術村的次數，通常與誰同遊藝術村以及不同人口統計變項在參訪藝術村相關經驗之差異情況；其次，影響受訪者參訪鹿港藝術村行為意圖之因素方面，探討受訪者在參訪鹿港藝術村態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖之現況，不同人口統計變項在態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖之差異，態度、主觀規範與知覺行為控制對行為意圖的影響；最後，以重要度—績效分析法瞭解鹿港藝術村節慶活動之競爭優勢、優先改善或是過度投資的項目。

1.3 研究流程

本研究的流程說明如下，詳細流程如圖 1.1 所示：

1. 確認研究動機與目的：
透過文獻蒐集、生活觀察和個人興趣，與指導教授討論後，首先確認研究主題，再依據研究背景和動機確定研究目的。
2. 資料蒐集與文獻探討：
根據研究主題，蒐集藝術村、計畫行為理論等相關資料及文獻進行整理，做為本研究的理論基礎。
3. 建立研究架構、提出研究假設：
根據研究目的及文獻回顧，建構本研究架構並提出研究假設。
4. 問卷設計與修正：
根據本研究架構及目的，並參考相關學者之量表，針對本研究之變項設計並修正問卷題項。
5. 問卷調查與回收：
針對研究對象發放問卷，回收後加以編碼及整理。
6. 資料分析與驗證假設：
利用統計軟體進行資料分析並檢驗本研究之假設。
7. 結論與建議：
根據資料分析結果提出本研究之結論與建議，以供藝術村經營者或管理單位及後續研究參考。

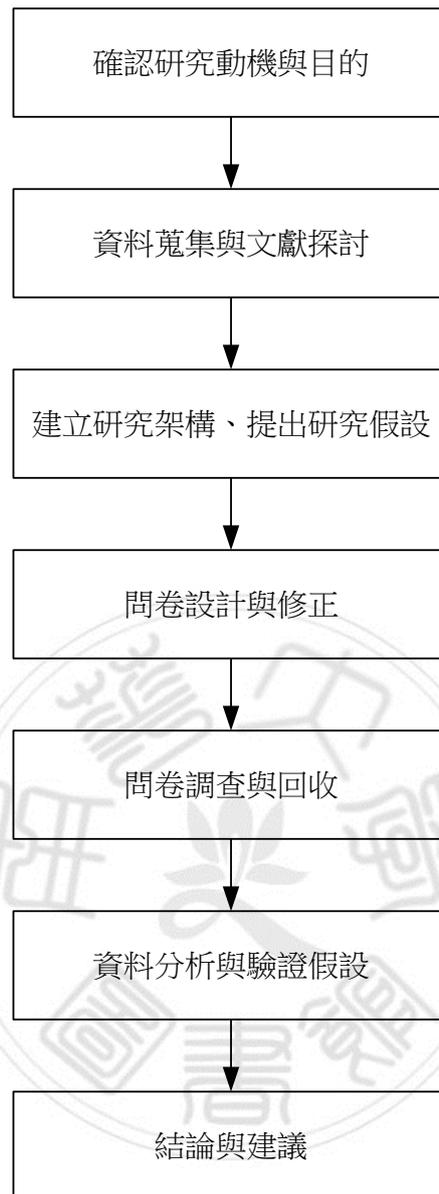


圖1.1 研究流程

1.4 研究範圍與限制

本研究以鹿港藝術村為研究範圍，彰化縣國小教師為研究對象，可能的限制如下：

1. 本研究對象主要為彰化縣國小教師，受測樣本的結構過於偏向某一族群，代表性有限，無法將研究結果推論至其他族群。
2. 本研究採用量化方法研究，以問卷收集資料，因屬於自陳量表，受試者填答

時可能受心理因素或社會期待之影響，故虛實程度很難掌握，僅能假設所有受訪者皆能據實回答。



第二章 文獻探討

本章依據研究目的，蒐集整理相關文獻，探討與藝術村相關議題和研究，以及計畫行為理論意涵和應用，以充實本研究之理論架構。本章共分二節，分別為藝術村和計畫行為理論。

2.1 藝術村

藝術村源起於歐洲，是貴族邀請文人雅士、藝文創作者在其莊園裡進行休閒、聚會，或讓藝術家進行委託創作之地點。演變至 21 世紀，多元型態的藝術村不再只是單純提供藝術家創作與交流的地方，藝術村的開放性以及藝術家與觀眾的互動性，將藝術帶入大眾的生活現場，成為國人休閒新選擇，提升國人生活品味及環境品質。

2.1.1 藝術村的定義及功能

1. 藝術村的定義

國內我們泛稱的「藝術村」(Artist Village)，是個廣義、多元，卻模糊的概念，易使人認為藝術村一定得有村落的形式¹，事實上藝術村包含不同的規模、類型與形式，藝術家進駐 (Artist-in-Residence)、藝術社群 (Artist Community)、藝術墾殖 (Art Colony)、藝術農場 (Art Farm) 等皆在這個廣義的範疇內。國際上對藝術村的定義越來越廣，歐洲藝術村組織 Res Artis 對藝術村的定義為：「一個特別為提供藝術家創作所成立的組織，而且必須是獨立運作的單位體。」美國藝術村聯盟 (Alliance of Artists Communities; AAC) 將藝術村定義為：「專門運作的組織，為藝術家的創作研究提供時間、空間和支持，讓藝術家進入一個滿佈鼓勵和友誼的環境。²」美國藝術村聯盟認為，藝術村的核心價值在於為藝術創作提供專門的時間和空間，除此之外，這是個多元化的團體，為不同領域的藝術家提供不同風格

¹

<http://arttaia2008.blogspot.tw/search/label/%E4%BD%95%E8%AC%82%E8%97%9D%E8%A1%93%E6%9D%91> (2017.04.20)

² <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%97%9D%E8%A1%93%E6%9D%91> (2017.04.20)

和模式的支持。³我國「文化部補助藝術村營運扶植計畫作業要點」中所稱藝術村，係指規劃、提供藝文場域或閒置空間，作為各類型文化相關人才定期進駐、創作、交流之場域。張珥君（2005）在其研究中指出，「藝術村」一詞的起源，其實是源自於「Artist-in-Residence」（藝術家進駐計畫），一個沒有藝術家進駐行為的藝術村不能稱之為藝術村。綜觀上述，本研究對藝術村之定義作出以下整理：

- （1）藝術村提供藝術家時間和空間進行創作、交流，以激發新的創作能量。
- （2）藝術村必須有藝術家進駐計畫和進駐事實，進駐時間有長期和短期。
- （3）藝術村適時對地方開放，鼓勵藝術家與當地社區互動，認識當地文化，促進社區藝術與發展。
- （4）藝術村具有教育推廣之作用，為藝術與社會其他成員之交流平台。

2. 藝術村的功能

綜觀這些型態多元、大小不一的藝術村或藝術社群，依照其設立的定位和宗旨具有各自的特色和個性，但是，它們的功能並不是單一的，它們同時具有多個功能，甚至有些功能是一樣的。臺灣藝術進駐交流協會將藝術村功能歸納為以下六個⁴：

- （1）提供美麗的世外桃源
設立於遠離塵囂的郊區或鄉村，讓藝術家能離開原居住地，短暫的在異地生活，於美好的自然中沉澱心靈，於寧靜的環境中專心創作。
- （2）提供專業設備及技術
以提供專業設備及技術支援做號召，過去由廢置廠房改建，利用廠內原有的設備，現在為需要特殊設備或技術之藝術創作而設立，如陶藝或雕塑等。
- （3）提供展演舞台
通常設立於都市，利用城市提供的各種資源，提供創作者一個展演的舞台和亮相的機會。

³ <http://www.artistcommunities.org/residencies>（2017.04.20）

⁴ http://arttaia2008.blogspot.tw/2008/04/blog-post_23.html（2017.04.16）

(4) 實踐生活理念

共同生活理念之實踐場域，如以生態、自然為議題的藝術村。

(5) 藝術教育推廣

透過藝術家與民眾的互動，達到教育之目的。有些藝術村以駐村藝術家和社區居民積極互動為宗旨，有些藝術村則設立藝術課程，從事成人及兒童藝術教育的推廣工作。

(6) 國際交流

透過藝術和文化與全球藝術家進行交流，不僅宣揚了本土文化的獨特，有助於本土文化之保留與精緻化，不同文化的碰撞更激發出新的創作能量，許多藝術村以國際交流為宗旨，以培養當地藝術人才。

2.1.2 臺灣藝術村的發展

1. 發展背景

藝術進駐 (Artists-in-Residence) 計畫與藝術村 (Artist Village) 在歐美的發展起始於 1950、1960 年代，而亞洲各國在 1990 年代開始逐漸普遍 (董維琇, 2009)。相較於其他國家，藝術村在臺灣起步略顯較晚，1991 年臺灣推動「國家建設六年計劃」，將藝術村納入發展之一，並組織「行政院文化建設委員會藝術村籌備處」開始籌備國家藝術村的工作，但因 1997 年九二一地震造成的毀損，原設址於南投埔里九九峰的國家藝術村的興建，遂告中斷。直至 2001 年文建會主導「閒置空間再利用」，釋出一批閒置空間供藝文使用，方成立了國內第一個公辦藝術村—台北國際藝術村，自此，臺灣藝術村的發展，轉型以「閒置空間活化再利用為文化空間」及「藝術家進駐計畫」取而代之。2008 年文建會頒佈「補助藝術村營運扶植計畫要點」辦理各類型文化相關人才駐村國際交流計畫及改善藝術村創作設備及設施。2013 年，「補助藝術村營運扶植計畫要點」轉由文化部接手，並逐年增加補助額度及申請單位數量。

2. 國內藝術村現況

政府致力於藝術村的政策推廣與扶植，至今已十餘年，各地藝術村、藝文特區蓬勃發展，目前（2017年4月）文化部藝術進駐網彙整了27個國內藝術村及藝術進駐計畫。為了瞭解國內藝術村概況，本研究針對文化部藝術進駐網其中24個藝術村（不包括目前停止進駐計畫或營運的三個藝術村）進行以下分析。

表 2.1 臺灣藝術村

名稱	縣市	城鄉所在	經營單位
1.黃金博物館	新北市瑞芳區	鄉村	附屬於政府組織
2.寶藏巖國際藝術村	台北市	城市	附屬於政府組織
3.台北當代藝術中心	台北市	城市	獨立經營
4.竹圍工作室	新北市淡水區	郊區	獨立經營
5.台北國際藝術村	台北市	城市	附屬於政府組織
6.國立臺北藝術大學關渡美術館	台北市北投區	郊區	附屬於政府組織
7.關渡國際自然裝置藝術季	台北市北投區	郊區	獨立經營
8.新北市國際藝術村	新北市淡水區	鄉村	附屬於政府組織
9.鶯歌陶瓷博物館	新北市鶯歌區	鄉村	附屬於政府組織
10.大溪藝文之家	桃園縣大溪鎮	鄉村	附屬於政府組織
11.新竹鐵道藝術村	新竹市	城市	附屬於政府組織
12.好客好品希望工場	新竹縣橫山鄉	郊區	非營利組織
13.華陶窯	苗栗縣苑裡鎮	鄉村	獨立經營
14.自由人藝術公寓	台中市	城市	藝術家自營

表 2.1 臺灣藝術村（續）

名稱	縣市	城鄉所在	經營單位
15.鹿港桂花巷藝術村	彰化縣鹿港鎮	城市	附屬於政府組織
16.成龍溼地國際環境藝術計畫	雲林縣口湖鄉	鄉村	獨立經營
17.總爺藝文中心	臺南市麻豆區	鄉村	附屬於政府組織
18.能盛興工廠國際藝術村	臺南市中南區	城市	非營利組織
19.蕭壩國際藝術村	臺南市佳里區	鄉村	附屬於政府組織
20.橋仔頭糖廠藝術村	高雄市橋頭區	鄉村	獨立經營
21.駁二藝術特區	高雄市鹽埕區	城市	附屬於政府組織
22.HO 覓藝文實驗研究所	屏東縣屏東市	城市	獨立經營
23.枋寮 F3 藝文特區	屏東縣枋寮鄉	鄉村	附屬於政府組織
24.台東曙光藝術村	台東縣東河鄉	鄉村	藝術家自營

資料來源：整理自文化部藝術進駐網（2017.4.18）

（1）分布區域：24 個藝術村或進駐計畫在行政區域分布上，分別在北部 12 個、中部 4 個、南部 7 個、東部 1 個。其中北部擁有最多藝術村，尤其集中於台北市及新北市，其次是南部，主要集中於台南市和高雄市。統計結果和情況如圖 2.1。

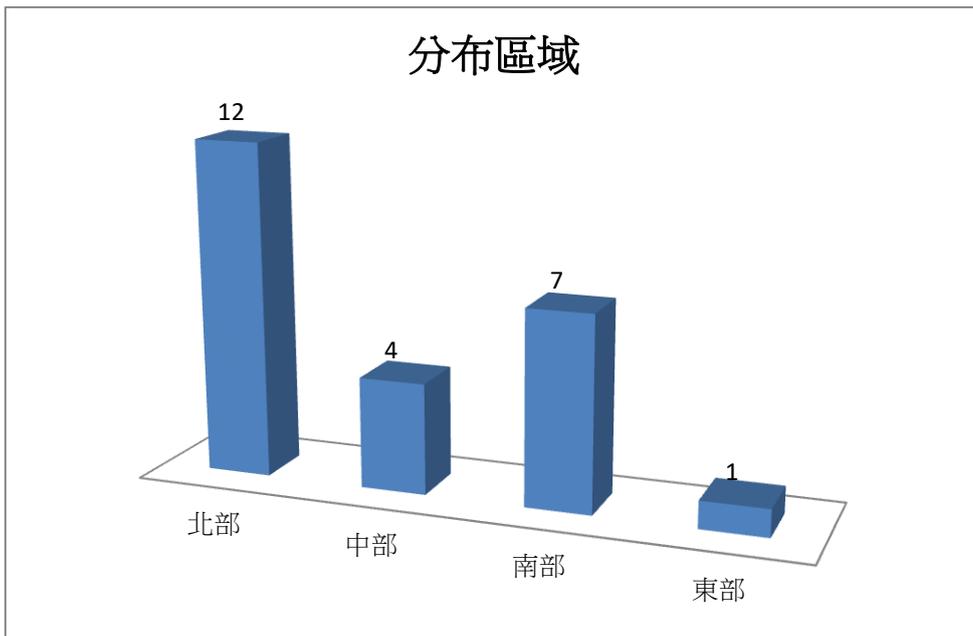


圖 2.1 國內藝術村分布統計圖

(2) 經營單位：主要分成附屬於政府和私人單位，其中私人單位又細分為非營利組織、藝術家自營和獨立經營。在這 24 個藝術村當中，附屬於政府占 58%，私人單位占 42%，私人單位又分三類，當中以獨立經營為多數，占全體 21%。

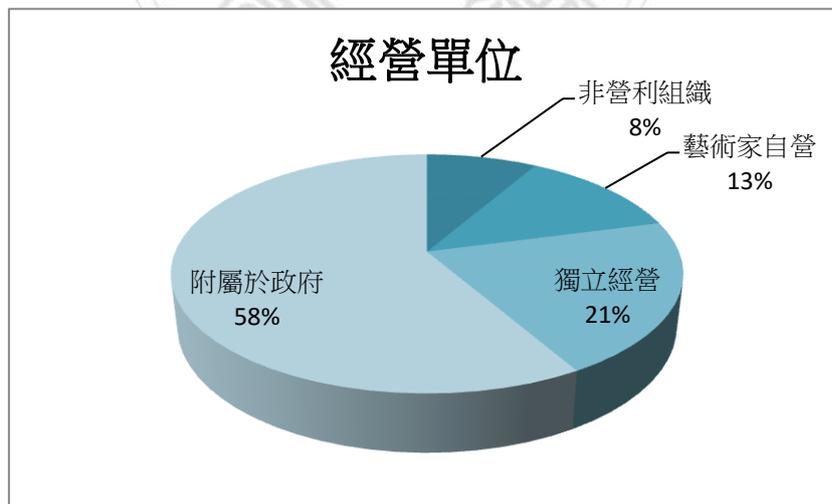


圖 2.2 藝術村經營單位統計圖

(3) 城鄉所在：藝術村設於都市，具有交通便利、資訊交流迅速，又能提供藝術創作者較多的展現機會等優點；藝術村如設於鄉村，則能讓藝術家於優美寧靜的環境中，尋思靈感，提升創作品質；而位於郊區之藝術村則可能擁有兩者之優點。在這 24 個藝術村當中，以位於鄉村 46% 最多，其次為城市 37%，郊區最少占 17%。

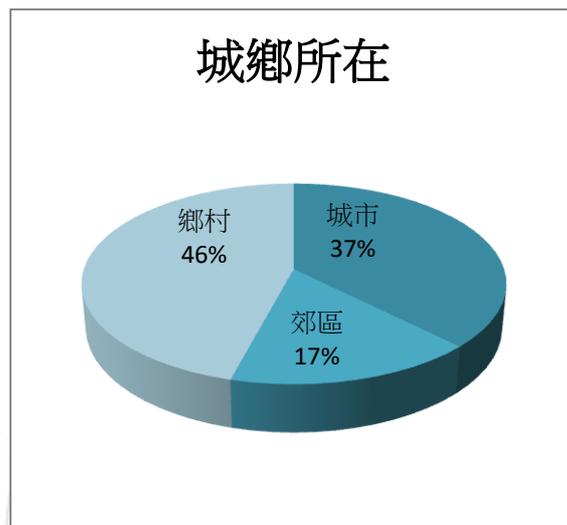


圖 2.3 藝術村村鄉所在統計圖

2.1.3 藝術村相關研究

1. 相關研究

1995 年獨立經營的「竹圍工作室」成立，開放國內外藝術工作者及團體短期進駐，開啟國內藝術村之先河，當時國內與藝術村相關之研究並不多，「藝術村之定位」、「閒置空間再利用」、「鐵道藝術村」等為早期研究之主題。

因應國內藝術村之發展起步較晚，李俊賢（2002）、張珮君（2005）一方面藉由美、英、法、日等先趨國家在藝術村之典範經驗，釐清藝術村之內涵、類型、趨勢，並探討其營運規畫、經營策略等，試圖做為國內藝術村之參考；另一方面，針對國內之藝術村現況做分析與建議，希望為相關單位提供有用之經營策略。

2001 年文建會主導「閒置空間再利用」政策，釋出一批古蹟、閒置空間供藝文使用，如同國際藝術村發展之趨勢，利用閒置空間設置藝術村在國內也成為一

股風潮（張珥君，2005），因此「閒置空間」議題在藝術村相關研究佔有一重要份量，如黃水潭（2003）以台中二十號倉庫為個案，進行閒置空間再利用評估。

另一自早期即受重視之議題為「鐵道藝術村」。文建會於 1997 開始發展「鐵道藝術網絡計畫」，自 2000 年陸續加入台中車站的 20 號倉庫、嘉義鐵道藝術村、枋寮 F3 藝文特區、台東鐵道藝術村和新竹鐵道藝術村等五位成員，閻淑慧(2005)、陳怡伶（2003）皆以台中車站的 20 號倉庫、嘉義鐵道藝術村為研究對象。

爾後關於藝術村之研究方向大致與早期差異不太，但隨著各地藝術村的成立，在研究場域上更加多元和在地化，本研究再就 2010 年以後藝術村相關研究摘述如下：

陳昱成（2010）從台東鐵道藝術村的經營來探討閒置空間再利用，透過對「閒置空間再利用」政策之瞭解，進而探討台東鐵道藝術村之形塑。針對地方政府、地方經營者、民眾對於「台東鐵道藝術村」的看法以及營運所遭遇的問題進行討論。

王儷芬（2011）以枋寮 F3 藝文特區遊客為主要調查對象，研究結果顯示，遊客的目的地意象以「具有悠久的鐵道文化背景」、「交通便利」及「花費合宜」三項認同度最佳；休閒效益以「可以欣賞美的事物」、「可以使心情愉快」及「紓解壓力放鬆心情」三項所獲得效益最高；部分背景變項在目的地意象、休閒效益各構面達到顯著差異；目的地意象與休閒效益呈現顯著正相關。

杞佩珊（2011）研究社區觀光之吸引力、遊憩體驗、滿意度與重遊意願關係之研究，以板頭文化藝術村為個案進行問卷調查。經驗證發現：吸引力與遊憩體驗對滿意度皆有顯著正向影響；滿意度、吸引力與遊憩體驗對重遊意願皆有顯著的正向影響。

應淑如（2012）從公私協力治理觀點探討文化資產委外管理機制，從委外管理的機制、代理人與委託人、利害關係人間的互動關係、經營之策略及績效等三個主要構面進行分析。研究發現，政府和委外單位在合約基礎下訂定基本營運方向，在互信、互動模式下合作融洽，但接洽員工沒有實質決定權，可能在公私協力執行方面衍生出窒礙問題。

張祐瑄（2012）以鳳山鐵道藝術村為案例，分別從藝術家與參觀者的角度，以深度訪談及「重要—表現度分析法」進行鐵道藝術村的藝文展演空間研究。研究結果顯示，藝術家與參觀者皆認為閒置空間在作為藝文展演時，應該保持原有的特殊性；藝術家認為能讓展出空間與自己的展演作品達到最適當的配合，而展演的適當與否，主要取決於觀眾看待展演的觀點；大部分觀眾能接受鐵道藝術村的空間在展演方式的某些缺陷，但仍需具備基本環境需求；在地的閒置空間應與社區意識結合成為在地性的文教中心。

張亦君（2013）以社群活化角度探討寶藏巖國際藝術村，研究結果顯示，92%的受訪者同意市府將寶藏巖保存為生態藝術社區，並有 62%受訪者認同這是一個成功的生態藝術社區；「教育型」為最受喜愛的互動方式，如導覽、參與藝術活動和參觀工作室；在 11 項常設藝術創作中，以街頭塗鴉最受喜歡且被認為最具互動性；23.9%的受訪者認為，一個好的藝術社區的活動應該讓民眾跟藝術家有互動；曾經體驗寶藏巖活動更能瞭解寶藏巖；曾經體驗寶藏巖活動則參觀寶藏巖的意願也將提高。

林克玢（2014）研究藝術社區之生成及其影響，以藝術介入社區作為主軸，針對寶藏巖現況與經營做一探討。研究發現：（1）藝術成為社區總體營造與文化保存的媒介。（2）藝術村作為寶藏巖之發展策略，符合政府的文化觀光期待。（3）聚落文化之保留與特殊空間紋理成為寶藏巖重要的資產。（4）決策的執行必須大量溝通並提供居民參與的機會。（5）非為藝術而藝術，具倫理的生活實踐。

周瀛瀛（2014）的研究聚焦於政府主導的藝術村與都市發展的關係。研究發現，由政府主導的藝術村的確可以促進全球與在地藝術網絡的交流，將臺灣在地文化帶出國際；但相對的，在自由度、廣度受到限制，而且隱含過度行銷，使藝術村淪為展演的背景與舞台。

黃淑美（2014）研究閒置空間轉型文化創意產業之個案，以蕭壠文化園區為研究對象。經由文獻探討與地方產、官、學人士的深度訪談，瞭解園區之歷史、營運發展和連結地區發展層面的現況與問題。研究提出三點經營策略：（1）運用地方特色多角化經營。（2）善用行銷促使民眾參與。（3）結合學校推廣藝文活動。

洪崇文（2016）研究鐵道藝術村用後評估—以新竹鐵道藝術村為例，研究中篩選出藝術家工作室的成立、藝術村經營經費來源、建立具獨特性與在地性的形象並與國際藝術交流、結合在地文化等四個影響鐵道藝術村用後評估的關鍵因素，再將關鍵因素與可行發展策略做進一步分析比較，最後研擬出「整合資源，創造獨有特色，與國際交流」之最適合新竹鐵道藝術村的發展策略。茲將以上研究之主題，做一彙整表2.2。

表2.2 近年藝術村相關研究彙整表

作者（年代）	研究主題
陳昱成（2010）	從台東鐵道藝術村的經營來探討閒置空間再利用
王儷芬（2011）	枋寮F3特區遊客之目的地意象與休閒效益之研究
杞佩珊（2011）	社區觀光之吸引力、遊憩體驗、滿意度與重遊意願關係之研究—以板頭文化藝術村為例
應淑如（2012）	從公私協力治理觀點探討文化資產委外管理機制—以台東鐵道藝術村為例
張祐瑄（2012）	提昇閒置空間藝文展演效果之研究—以鳳山鐵道藝術村為例
張亦君（2013）	以社群活化角度探討寶藏巖國際藝術村
林克玢（2014）	藝術社區之生成及其影響—以寶藏巖聚落為例
周瀛瀛（2014）	政府主導的藝術村與都市發展—臺北市案例研究
黃淑美（2014）	閒置空間轉型文化創意產業之個案研究—以台南蕭壠文化園區為例
洪崇文（2016）	鐵道藝術村用後評估—以新竹鐵道藝術村為例

歸納近年之研究可以發現，除了延續早期「閒置空間」、「鐵道藝術村」等兩個議題，部分藝術村強調和社區互動之功能，因而衍生出「社區活化」、「藝居共生」等議題；在研究目的方面，個案發展、經營管理一直是研究的重點，管理單位的不同，又衍生出「公私協力」、「政府主導」等不同面向；如果從消費者觀點出發，遊客的「目的意象」、「休閒體驗」、「吸引力」、「休閒效益」、

「滿意度」、「重遊意願」，則是探討重點。藝術村相關研究如此多元，但關於遊客行為意圖方面之研究著墨較少，此為本研究之方向。

2. 鹿港藝術村相關研究

因應各個藝術村擁有各自的歷史背景、地方人文以及發展特色，藝術村相關研究通常採個案研究。本研究以鹿港藝術村為研究場域，目前現有的藝術村相關研究中，和本論文研究場域相同的有五篇，茲將相關研究整理如下：

吳婉玲（2013）閒置空間再利用為文化觀光之策略建議—以鹿港桂花巷藝術村為例。經由蒐集相關資料、文獻和參與觀察法，瞭解桂花巷藝術村（鹿港藝術村）成立及經營概況，再以 SWOT 分析模式提出經營策略，並進一步針對核心問題，操作概念風扇（Concept Fan）提出 18 個點子，形成具體方案，藉此達到此研究的目的：改善桂花巷藝術村面臨的問題，吸引遊客到藝術村參觀，推廣傳統工藝，發掘培養潛在市場。

李曉菁（2014）以活化閒置空間之利用探討鹿港桂花巷藝術村之經營。利用文獻探討、實地觀察及深度訪談三種方式，瞭解鹿港桂花巷藝術村的發展過程，藉由探討藝術村經營、藝術家進駐及藝術村觀光的發展三個面向，提出建議與結論。

蔡筱薇（2015）鹿港桂花巷藝術村觀光行銷策略之研究。首先以半結構式深度訪談法進行鹿港桂花巷藝術村現況調查，再應用 4P 行銷組合理論進行實地問卷調查。研究發現，再訪意願、推薦意願在表現程度上對 4P 構面（產品、價格、通路、推廣）均有顯著差異；重要程度由高至低依序是推廣、產品、通路、價格，表現程度由高至低依序是產品、推廣、價格、通路。

詹蕙速（2016）由文化創意角度探討傳統閒置空間之運用—以鹿港藝術村為例。透過個案研究法，探討本基地之傳統技藝傳承，並現地瞭解其發展始末、文化傳承、空間文化及解說措施，藉之瞭解未來閒置空間利用之可行方案，並知悉鹿港歷史、文化景點串聯與歷史傳承之意義。

陳仟旻（2016）遊客之觀光意象、休閒體驗與旅遊滿意度之研究—以鹿港桂花巷藝術村為例。研究目的主要在探討目前桂花巷藝術村的經營現況；探討不同

人口統計變項的遊客其觀光意象、休閒體驗與旅遊滿意度之差異情形以及觀光意象、旅遊體驗對遊客的旅遊滿意度之預測情形。研究發現，除了性別以外，年齡、教育程度、職業、旅遊同伴在觀光意象、休閒體驗及旅遊滿意度的差異比較，能部分支持研究假設；觀光意象及休閒體驗的部分構面可以有效預測旅遊滿意度。茲將以上研究之主題，做一彙整表 2.3。

表2.3 近年鹿港藝術村相關研究彙整表

作者（年代）	研究主題
吳婉玲（2012）	閒置空間再利用為文化觀光之策略建議—以鹿港桂花巷藝術村為例
李曉菁（2014）	以活化閒置空間之利用探討鹿港桂花巷藝術村之經營
蔡筱薇（2014）	鹿港桂花巷藝術村觀光行銷策略之研究
詹蕙速（2015）	由文化創意角度探討傳統閒置空間之運用-以鹿港藝術村為例
陳仟旻（2015）	遊客之觀光意象、休閒體驗與旅遊滿意度之研究—以鹿港桂花巷藝術村為例

以上五篇研究當中，吳婉玲（2013）、李曉菁（2014）詹蕙速（2016）皆以閒置空間為題，進一步探究經營、行銷策略；蔡筱薇（2015）、陳仟旻（2016）則以量化研究方法，針對遊客發放問卷，藉以理解遊客對於鹿港藝術村之相關態度、意見及反應，問卷分析之結果可以提供給管理者參考。本研究主要以計畫行為理論為研究基礎，利用問卷收集資料，探究影響遊客參觀藝術村意圖的因素，期望藉此找出提升遊客參訪之方法。

2.2 計畫行為理論

計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior, TPB) 是一個解釋人類行為決策過程、預測人類行為的社會心理學理論，被廣泛的應用於醫療健康、社會行為、學習、休閒等各領域之研究。Ajzen 提出的計畫行為理論 (1985, 1991, 1992) 是根據理性行為理論 (Theory of Reasoned Action; TRA) 的基礎，加上知覺行為控制 (Perceived Behavioral Control; PBC) 變項，延伸發展出計畫行為理論。本研究即以計畫行為理論為研究架構，探討影響民眾參訪鹿港藝術村之行為意圖因素為何。

2.2.1 理性行為理論

理性行為理論 (TRA) 為 Fishbein 與 Ajzen (1975, 1980) 所提出，對人類行為具有解釋與預測能力，曾為很多學者應用於探討個人之所以會採取某一特定行為的原因。Fishbein 與 Ajzen (1980) 認為，人類是理性的個體，人在採取某行為之前，會思考該行為本身的價值、意義及其所帶來的結果。此理論有兩項基本假設：一、人類大部分的行為表現是在自我的意志控制 (Volitional Control) 之下，而且是合乎理性的，也就是行為是可以由個人的意志所完全控制的；二、人類對於某特定行為的行為意圖 (Behavior Intention; BI) 是該行為發生與否的立即決定因子 (Immediate Determinant)。

Fishbein 與 Ajzen (1980) 認為，個人是否採取某特定行為，取決於行為意圖，而行為意圖則由個人對此行為的態度 (Attitude Toward the Behavior; AT) 與主觀規範 (Subjective Norm; SN) 所決定，此理論的架構如圖 2.4。

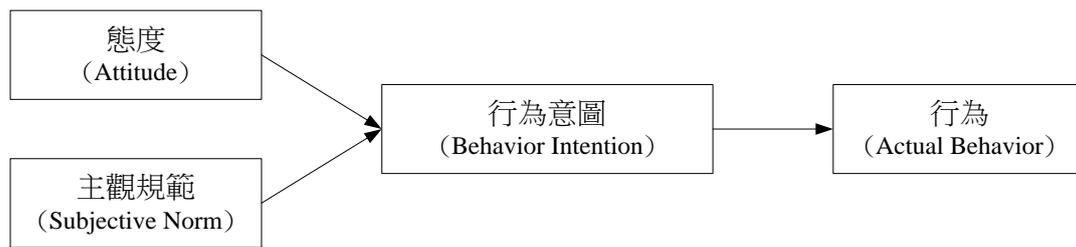


圖 2.4 理性行為理論架構圖（資料來源：Fishbein & Ajzen, 1975）

雖然理性行為理論過去也成功的應用於健康、社會與學習行為上；然而，在實際情況下，有很多行為是超乎人們的意志控制，也就是人們並不能完全透過意志來掌控所有的行為，有些行為牽涉到更廣泛的主客觀環境等因素的影響（林金枝，2015）。因此，當理性行為理論應用於某些並非全然可以由個人意志所控制的行為上時，理性行為理論對個人行為的解釋及預測力就會降低，其適用性也就受到質疑。

2.2.2 計畫行為理論

Ajzen(1985, 1991)為了增加理性行為理論對人類特定行為的預測與解釋能力，於是在理性行為理論的基礎上，增加了「知覺行為控制」變項，而延伸發展出計畫行為理論。Ajzen（1985）認為，實際上人類是否進行某特定行為，會受到「非自我意志控制」的因素影響，導致行為意圖的改變。這些因素包括：

- 一、內在因素：例如個體本身控制行為的個別性差異、完成行為所需的資訊、技術、能力及意志力、強烈的情緒及強迫作用、遺忘等。
- 二、外在因素：例如完成行為所需的時間和機會、行為的完成需要他人協助等。

當某些非意志因素對行為有較強烈的影響時，理性行為理論對行為的預測和解釋力就可能降低。因此，計畫行為理論在理性行為理論既有的態度、主觀規範外，增加了知覺行為控制，其定義為：個人對於完成某行為時所知覺到容易或困難程度的信念。當個人認為他們所擁有的資源與機會愈多，所預期的阻礙愈小，對行為的知覺控制就愈強；反之，當個人認為他們所擁有的資源與機會愈少，所

預期的阻礙愈大，對行為的知覺控制就愈低。

計畫行為理論認為，個體的特定行為係由行為意圖與知覺行為控制所決定，而行為意圖則由三個因素所決定：對該特定行為所持態度、主觀規範與知覺行為控制，而知覺行為控制不但可以預測行為意圖，更可以直接影響到行為本身，在 TPB 的結構模式中，知覺行為控制與行為之間的直接關係常以虛線表示，計畫行為理論的架構詳如圖 2.5。

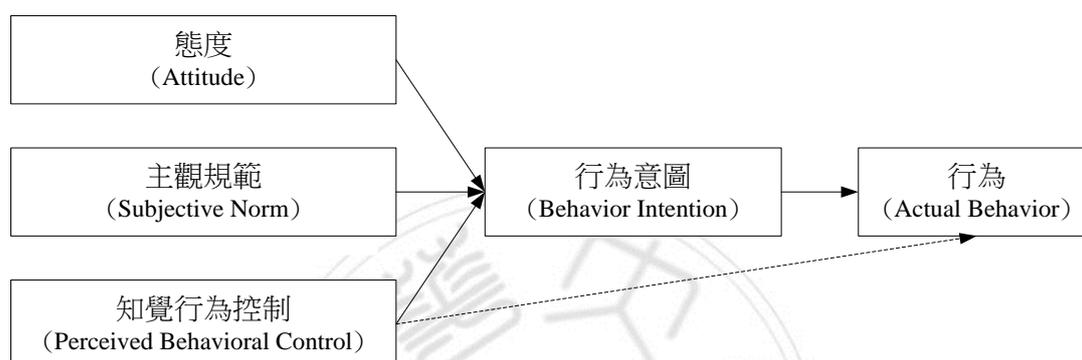


圖 2.5 計畫行為理論架構圖（資料來源：Ajzen, 1991）

以下分別就態度、主觀規範、知覺行為控制及行為意圖說明：

1. 態度

Ajzen (1991) 態度是指個人對特定行為所持正面或負面的評價。計畫行為理論認為行為意圖的第一個決定因素就是對此行為的態度，也就是個人對此行為的總體評價（王國川，1998）。林金枝（2015）根據計畫行為理論的觀點，態度是由行為信念（Behavior or Outcome Beliefs）與結果評價（Outcome Evaluation）兩者乘積函數的總和所構成。林愷茵（2012）行為信念指的是個體對於從事某特定行為之後可能導致的好壞結果之判斷；結果評價指的是個體對於從事某特定行為之結果所產生的正面或負面的評價。一般來說，個人表現出正面或是喜愛的態度時，則個人會有強烈的意願且會採取行動(Ajzen, 1991)。本研究將相關研究對態度的定義整理如表 2.4 所示。

表 2.4 態度之定義

作者（年代）	定義
楊芝青（2012）	個人對於參與生態旅遊行為所預期獲得正向或負向結果的評價。
黃仁華（2013）	個人喜歡流行音樂、認同流行音樂並參與流行音樂活動。
林愷茵（2012）	個人對於參與生態旅遊所預期獲得正向或負向結果的知覺。
鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015）	遊客喜愛或不喜愛休閒漁業活動的程度。
顏財發、洪堅仁（2014）	遊客對民宿喜歡、愉快與覺得好的程度。

2. 主觀規範

Fishbein & Ajzen（1975）指出，主觀規範是指個人知覺到參考團體期望他如何執行行為的整體性認知。計畫行為理論認為行為意圖的第二個決定因素就是主觀規範，也就是個人對於重要的他人認為他（或她）應不應該採取此行為的看法（王國川，1998）。Davis（1989）主觀規範係指個人透過感受外界環境的行為標準、期望與規範及個人順從此期望的行為動機，而形成的行為準則。

主觀規範由規範信念（Normative Beliefs）及依從動機（Motivation to Comply）所組成，可以量化成兩者乘積函數的總和（王國川，1998；楊芝青，2012；林金枝，2015）。規範信念指個體感受到特定對象或團體認為其是否該從事某特定行為之壓力；依從動機是指個體從事某特定行為時，遵從特定對象或團體之意見的程度。本研究將相關研究對主觀規範的定義整理如表 2.5 所示。

表 2.5 主觀規範之定義

作者（年代）	定義
洪詩雅（2011）	個人感受重要參考群體對其從事生態旅遊活動支持或反對的程度。
楊芝青（2012）	個人自覺重要參考群體對其參與生態旅遊行為的認同程度，重要參考群體是指家人、朋友、同事及一般人。
林愷茵（2012）	個體是否從事某特定行為時所認知的社會壓力，其壓力是源自於個體周遭的特定對象或團體，例如：朋友、雙親、男女朋友、兄弟姊妹以及其他家中成員等。
鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015）	遊客所知覺到社會壓力而選擇採取或不採取進行休閒漁業的活動。
謝蕙后（2016）	個人知覺到重要參考群體認為其是否應選擇單品咖啡的壓力。

3. 知覺行為控制

Ajzen（1991）知覺行為控制乃是個人完成特定行為時所知覺到的難易程度，受到自身能力、資源、機會三個因素影響。計畫行為理論認為行為意圖的第三個決定因素就是知覺行為控制，也就是個人在採取行為時自己所感受到控制的程度（王國川，1998）。同時，知覺行為控制也反映了過去經驗和預期的阻礙，當個人覺得自己所掌握的資源和機會愈多，所預期的阻礙愈少，則知覺行為控制就愈強。知覺行為控制不僅能間接透過行為意圖對行為產生影響，也可以直接影響個人實際行為之發生（Ajzen, 1991; Jalilv & Samiei, 2012）。

Taylor and Todd（1995）之研究指出影響知覺行為控制的信念應被分解為自我效能與便利條件二部份。自我效能是指個人對自己所擁有資源、機會或阻礙多寡程度並可以採取某項行為的認知；便利條件是指個人利用資源的易得性及阻礙程度。本研究將相關研究對知覺行為控制的定義整理如表 2.6 所示。

表 2.6 知覺行為控制之定義

作者（年代）	定義
李偉伶（2009）	當個體欲表現某一特定行為時，分別受到內外在此所需的資源與機會，或所知覺到的難易程度之影響，而對行為意圖的動機上有不同想法。
黃建怡（2011）	個人覺得自己有足夠資源去購買有機食品的一種信念。
楊芝青（2012）	個人對於參與生態旅遊所知覺到的容易或困難程度。
黃仁華（2013）	個人選擇流行音樂的難易程度。
謝蕙后（2016）	個人對選擇單品咖啡這項行為難易程度的認知。

4. 行為意圖

行為意圖是個人欲採取某種行為之行動傾向和程度 (Fishbein & Ajzen, 1975)，也就是個人有意願或無意願去進行某特定行為的程度 (Ajzen, 1991)。Fishbein 和 Ajzen (1975) 指出行為意圖是任何行為表現的必須過程，為行為顯現前的決定，Ajzen (1991) 並提出「預測人們行為最好的方法就是觀察其意圖」的觀點。行為意圖是個人主觀意識判斷其未來採取的行動傾向，而且是可以被預測的 (賴思伊, 2013)。過去的研究顯示，在 TPB 模型中，行為意圖扮演重要的中介角色，聯結態度、主觀規範與知覺行為控制對於實際行為的關聯性，因此個人的行為意願表現越強烈，則越會表現強烈的實際行為 (Ajzen, 1991；Ajzen & Fishbein, 1980)。本研究將相關研究對行為意圖的定義整理如表 2.7 所示。

表 2.7 行為意圖之定義

作者（年代）	定義
楊芝青（2012）	個人從事生態旅遊的主觀機率或可能性，並可預測未來實際行為的發生。
顏財發、洪堅仁（2014）	民宿遊客口碑、推薦與重遊意願的機率。
鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015）	遊客有或無意願進行休閒漁業活動的程度。
謝蕙后（2016）	是一種動機，而此動機能促使個人採取行動，意即在選擇咖啡的過程中，個人是否會選擇單品咖啡的心理強度。
郭欣宗（2016）	個人在透過使用MOOCs課程所進行學習的過程中，受到態度、主觀規範、知覺行為控制等因素而產生是否要採取此行動之某種程度敘述。

2.2.3 計畫行為理論相關研究

無論國內外，計畫行為理論廣泛的被應用於各種社會心理學相關領域，以理解人類社會行為或驗證此模型對於不同議題的適用性。

1. 健康和醫療相關領域

計畫行為理論經常被應用於健康和醫療相關領域，例如：體重控制、飲食行為、吸菸、保險套使用等。Higgins 與 Conner（2005）使用擴展的計畫行為理論來了解學童吸煙的行為，結果發現 TPB 對行為意圖和吸煙行為皆提供了良好的預測。李苑雯（2016）探討影響中高齡者參與定期健康檢查意向之因素，以計畫行為理論為基礎，並增加「之前健檢經驗」構面，研究發現，行為態度、主觀規範、知覺行為控制以及之前健檢經驗皆會正向影響中高齡者參與定期健康檢查的行為意向，其中以「知覺行為控制」的影響效果最高，「之前健檢經驗」的影響效果次之。林金枝（2015）以台北市 420 位大學生為研究對象，探討受訪者簽署「預立安寧緩和醫療暨維生醫療抉擇意願書」意圖及其相關因素，結果顯示，態度、主觀規範和知覺行為控制三變項與簽署意願書意圖均呈顯著正相關；有無簽署意

願書意圖者在行為信念、結果評價、規範信念、依從動機、控制信念、知覺強度上有整體性的差異存在。

2. 社會學習行為

計畫行為理論自早期即被應用於社會學習行為，如投票行為、違規行為等。1985 年陳錫琦為國內第一位探討態度及主觀規範對國中生吸菸的意圖之學者，1997 年王國川以青少年搭機車戴安全帽為案例，進行計畫行為理論各成份量表之評估。方雅青（2016）以參加臺南市監理站酒駕道安講習的違規駕駛人及一般汽機車駕駛人為研究對象，發現駕駛人的態度、主觀規範及知覺行為控制對行為意圖具有正向且顯著的影響，其中又以知覺行為控制與行為意圖具有強烈的關聯性。Chang（1998）以預測大學生不道德行為（非法複製軟體）進行理性行為理論和計畫行為理論的有效性之比較，研究發現計畫行為理論比理性行為理論的預測性更好，其中知覺行為控制對行為意圖的預測性最好，態度次之，而主觀規範對行為意圖的直接影響不顯著，但可透過態度間接影響行為意圖。

3. 消費行為

隨著新型態消費商品的不斷出現，計畫行為理論大量的被應用於各式的消費行為的研究，例如：綠色消費行為、單品咖啡、有機產品、環保旅館、科技商品等。高祺凱（2015）探討消費者購買遠距健康照護意圖之研究，結果顯示，影響消費者購買遠距健康照護的因素有態度及知覺財務控制等變項，而態度會受到知覺有用性、知覺易用性以及健康意識所影響，進而再影響到購買意圖。高靖（2013）應用計畫行為理論探討體驗品質對有機消費之影響，研究發現，體驗品質對態度影響最大，其次是對知覺行為控制，對主觀規範影響則最小；而對消費意向影響因素依序為知覺行為控制最大，態度次之，而主觀規範亦是最小。謝蕙后（2016）研究消費者選擇單品咖啡行為意圖之因素與因素間的結構關係，結果顯示，消費者的態度、主觀規範對選擇單品咖啡之行為意圖有正向顯著影響，知覺行為控制對行為意圖則無顯著差異，進而提出提升影響因子之建議。Hsu 與 Chiu（2004）使用解構的計畫行為理論來預測消費者繼續使用電子服務的意圖，此研究將 TPB

的知覺行為控制構面分解為互聯網自我效能和知覺可控性，將主觀規範構面分解為社會影響和人際影響，將態度構面分解為感知有用性，感知娛樂性和感知風險。分析結果，用戶的持續意圖是由互聯網的自我效能和滿意度決定的，滿意度又由人際影響、感知有用性和感知娛樂性共同決定。

4. 接受新技術或應用新技術

另外，隨著網際網路的普及，社群網絡與電子商務崛起，計畫行為理論被應用於探討人們是否接受新技術或應用新技術。郭欣宗（2016）以計畫行為理論探討學生對 MOOCs 課程的使用意向，結果顯示，不管是態度，主觀規範和知覺行為控制皆顯著的影響學生對於 MOOCs 的使用意向。吳宛芸（2016）整合任務—科技配適理論與計畫行為理論，進行醫師對於電子病歷交換之使用與績效之研究，結果發現，醫師使用電子病歷交換系統之意願會受到態度、主觀規範影響；醫師使用電子病歷交換系統之績效則是會受到任務—科技配適、使用意願所影響。

5. 休閒行為領域

計畫行為理論也普遍應用於休閒行為領域，包含休閒活動的選擇、規律運動行為、球賽的觀賞行為、旅遊活動的參與、遊憩意圖等。Ajzen 與 Driver（1992）應用計畫行為理論探討大學生的休閒選擇，測量參與、心情、態度、主觀規範、知覺行為控制等變項與受試者從事五個特定休閒活動的行為意圖、行為之間的關係。結果發現，態度、主觀規範和知覺行為控制能夠預測休閒意圖；休閒意圖和知覺行為控制能夠預測休閒行為；參與則不影響預測的準確性；而心情和態度當中的「情感」構面有相關，和「工具性」構面則無相關。本研究針對運用計畫行為理論來探討休閒活動之相關研究，整理如表 2.8 所示。

表 2.8 計畫行為理論應用於休閒活動之研究

研究者（年代）	研究主題	研究結果
林愷茵（2011）	以計畫行為理論探討遊客對生態旅遊之行為意圖—以台江國家公園黑面琵鷺保護區為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遊客之行為信念、規範信念以及控制信念分別對其態度、主觀規範、知覺行為控制有正向影響。 2. 態度、主觀規範、知覺行為控制對行為意圖有正向影響。 3. 生態意識與利他主義對行為意圖有正向影響。 4. 生態意識對利他主義有正向影響。 5. 其中以生態意識對行為意圖的影響最大。
林俐嬪（2012）	以計畫行為理論探討基隆市國民小學教師休閒參與之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教師休閒參與的態度及知覺行為控制對行為意圖有顯著正向影響。 2. 教師休閒參與的行為意圖對休閒行為有顯著正向影響。 3. 計畫行為理論能預測國小教師休閒參與行為，但最終是否從事休閒參與還是要看個人對休閒參與所持之態度而定。
徐茂洲、葉明如、林益弘（2012）	大鵬灣國家風景區遊客觀光行為意圖模式之建構—計畫行為理論之驗證	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遊客之態度與知覺行為控制對行為意圖有顯著之影響力，主觀規範對行為意圖不具顯著影響力。 2. 行為意圖能顯著影響實際行為之發生。 3. 經交叉效度考驗，模式具實質上的等同性，驗證本研究模式具有測量恆等性。

表 2.8 計畫行為理論應用於休閒活動之研究（續）

研究者（年代）	研究主題	研究結果
賴思伊（2013）	以 TPB 計畫行為理論探討博物館遊客參訪行為意圖—以高雄市立美術館為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行為態度及遊客涉入程度對參訪博物館行為意圖有正向的影響。 2. 主觀規範及對參訪博物館行為意圖效果不顯著。 3. 知覺行為控制對參訪博物館行為意圖無直接效果。
柯智升（2014）	以計畫行為理論驗證消防人員參與休閒活動意圖之研究—以台東消防人員為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 計畫行為理論能有效應用在消防人員參與休閒活動意圖上。 2. 消防人員參與休閒活動行為態度、主觀規範、知覺行為控制均能有效預測及解釋參與休閒活動意圖。
張世弘（2015）	以計畫行為理論探討遊客對節慶活動行為意圖之研究—以 2014 年臺東熱氣球嘉年華為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 高於 90%的受訪者在態度構面上非常正向的，在主觀規範信念以「部落格和網站」比例最高，在知覺行為以「活動知名度」的正向得分最高。 2. 態度、主觀規範與知覺行為控制會影響行為意圖，其中以「知覺行為控制」影響最大。
陳榮敏（2016）	以計畫行為理論探討民眾參加跨年休閒活動之環境行為意向	最能影響行為意向的是知覺行為控制，主觀規範次之，環境認知態度則影響不大。

綜觀以上文獻可以發現，Ajzen 所提出的計畫行為理論被廣泛應用於健康和醫療、社會學習行為、消費行為、新科技之應用以及休閒活動等各領域，國內外有許多學者驗證了此模型在不同領域的適用性，也證實了行為意圖能準確的預測行為。依據計畫行為理論，「態度」、「主觀規範」和「知覺行為控制」三個變項為「行為意圖」的決定因素，上述文獻中，「態度」、「主觀規範」、「知覺行

為控制」三個因素對「行為意圖」具有不同程度的影響，大部份研究呈現正向相關，但也有少部分研究在「主觀規範」或「知覺行為控制」顯示對「行為意圖」之影響不顯著。

本研究以計畫行為理論為理論基礎，探討遊客參觀藝術村之意圖。「參觀藝術村」屬於文化觀光，亦是休閒活動之範疇，故將參酌休閒相關文獻以進行探討，希望能找出讓遊客願意走入藝術村之因素，提升國人參訪藝術村行為意圖及實際行為，使參訪藝術村成為一般大眾之休閒活動。



第三章 研究方法

本研究依據第二章文獻探討之理論基礎建立研究架構，本章共分為五小節，第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為研究對象，第四節為研究工具，第五節為資料處理與分析，分別說明如下。

3.1 研究架構

本研究主要目的在探討影響遊客參訪鹿港藝術村之相關因素，以 Ajzen(1991) 提出的計畫行為理論為本研究架構之基礎，擬瞭解「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」對「行為意圖」的影響程度，本研究之架構如圖 3.1 所示。

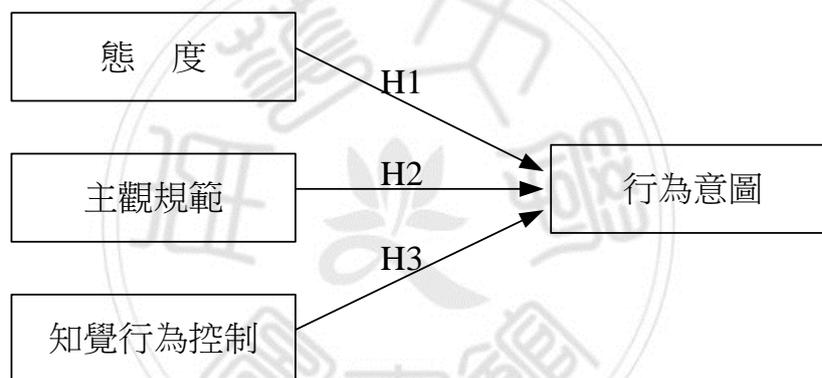


圖 3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

本研究根據研究目的、文獻回顧與研究架構，以 Ajzen 計畫行為理論模型中的態度、主觀規範、知覺行為控制及行為意圖等變項間的因果關係，提出研究假設如下：

- H1：態度對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響。
- H2：主觀規範對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響。
- H3：知覺行為控制對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響。

3.3 研究對象

本研究對象為國小教師，因人力、時間以及經費之限制，故以彰化縣國小教師為主要研究對象，採立意抽樣進行資料蒐集，由於本研究主要探討參訪鹿港藝術村是否會納入受訪者的旅遊決策行為中，因此無論受訪者是否參訪過鹿港藝術村，均可進行問卷填答。問卷發放期間為 2016 年 10 月 31 號至 11 月 14 號，共發出 400 份問卷，最後回收 390 份樣本，其中有 16 份無效問卷，有效問卷數為 374 份，有效回收率為 93.5%。

3.4 研究工具

本研究問卷之設計，參考計畫行為理論之相關文獻，並配合研究目的，經由專家建議、修正後編製而成。問卷分為三個部分：個人基本資料、計畫行為理論相關量表、鹿港藝術村活動之重要度—績效量表。

第一部分（個人基本資料）：包括人口統計變項與參訪藝術村之經驗。人口統計變項包含「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」；參訪藝術村之經驗包含「如何得知鹿港藝術村的資訊」、「曾到過鹿港藝術村的次數」、「曾到過其他藝術村的次數」、「通常與誰同遊」。

第二部分（計畫行為理論之量表）：包括「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」及「行為意圖」等四個構面的衡量指標，「態度」構面共有 6 個題項，「主觀規範」構面共有 4 個題項，「知覺行為控制」構面共有 3 個題項，「行為意圖」構面共有 3 個題項。此部分之題項皆以李克特五點量表（Likert Scale）來進行衡量，從 1~5 分，分別代表非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意，得分越高代表受訪者於該題項的認同度也越高。表 3.1 說明這四個構面的操作型定義與其量表內容，以及所參考的相關文獻。

第三部分（重要度—績效量表）：此部分為 2016 年鹿港藝術村於「鹿港冬遊季」所舉辦的七個活動之重要度—績效量表，活動有「幸福手作體驗 DIY」、「時尚書法揮毫表演」、「街頭藝人表演」、「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」、「音式下午茶—野餐音樂會」、「小鹿市集—文創市集」以及「鹿港老照片解說」。

此部分之題項皆以李克特七點量表來進行衡量，從 1~7 分，分別代表非常不重要、很不重要、不重要、普通，重要、很重要、非常重要（滿意度亦然），得分越高代表受訪者於該題項的認同度也越高。

表 3.1 計畫行為理論各構面量表編製

構面	代號	題項內容	參考文獻
態度 (AT) 個人對於參訪鹿港藝術村所預期獲得正向或負向結果的評價。	AT1	我覺得參訪鹿港藝術村是受人歡迎的休閒活動。	林愷茵 (2012)
	AT2	我覺得參訪鹿港藝術村是有意義的休閒活動。	楊芝菁 (2012)、黃怡禎 (2013)
	AT3	我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法。	林愷茵 (2012)
	AT4	我覺得參訪鹿港藝術村可以增進生活的樂趣。	李偉伶 (2009)、黃麗津 (2014)
	AT5	我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間。	李偉伶 (2009)
	AT6	我覺得參訪鹿港藝術村可以增廣見聞。	黃怡禎 (2013)
主觀規範 (SN) 個人參考具影響力之個人或群體而決定參訪或不參訪鹿港藝術村。	SN1	我會因家人的鼓勵或邀請，而參訪鹿港藝術村。	黃麗津 (2014)
	SN2	我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術村。	黃麗津 (2014)
	SN3	我會因報章雜誌、媒體的報導，而參訪鹿港藝術村。	鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒 (2015)
	SN4	我會因網路部落客、旅遊專家的推薦，而參訪鹿港藝術村。	鍾政偉等 (2015)

表 3.1 計畫行為理論各構面量表編製 (續)

構面	代號	題項內容	參考文獻
知覺行為控制 (BC) 個人對於參訪鹿港藝術村所知覺到的容易或困難程度。	BC1	我有足夠的時間參訪鹿港藝術村。	林愷茵 (2012)
	BC2	我能獲取足夠的旅遊資訊(環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期)來參訪鹿港藝術村。	黃麗津 (2014)
	BC3	對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的。	黃麗津 (2014)
行為意圖 (BI) 個人參訪鹿港藝術村的可能性。	BI1	未來我願意再度 (或嘗試) 參訪鹿港藝術村。	林愷茵 (2012)
	BI2	我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村。	楊芝菁 (2012)
	BI3	到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村。	本研究

3.5 資料處理與分析

在問卷回收後，本研究使用 SPSS 與 LISREL 統計分析軟體，依據研究目的與假設進行資料之分析與實證。在描述性統計、卡方檢定、信度分析方面，將會使用 SPSS 軟體，而在效度分析以及結構方程模式方面，則會使用 LISREL 軟體，採取的分析與統計方法說明如下：

1. 描述性統計

以 SPSS 之描述性統計分析樣本之人口統計變項、參訪藝術村之經驗與計畫行為理論各構面，計算各題項之平均數、標準差、次數分配，以瞭解研究樣本之特性及各信念結構分布情況。

2. 量表信度分析

信度是指量表所測得結果的穩定性及一致性，本研究以 Cronbach's α 係數來檢定各因素之衡量變項的內部一致性，這也是目前社會科學研究最常使用的信度分析 (林震岩, 2007)。DeVellis (1991) 認為 α 值界於 0.65 至 0.70 是可接受值； α 值界於 0.70 至 0.80 表示信度相當好； α 值界於 0.80 至 0.90 表示信度非常好。Nunnally

(1978)認為 α 值大於 0.7 代表具有良好信度。本研究取構面信度值大於 0.7 為原則。

3. 量表效度分析

效度是指量表的正確性或有效性，也就是一份量表能真正測量到所要測量特質的程度。本研究之效度分析除了內容效度與專家效度外，也以驗證性因素分析進行資料建構效度的檢驗。

本研究之量表的構面設計、題項內容均參考相關文獻之量表，且經過學術專家檢視及修正，故具有內容效度；因問卷設計後，經過學術專家進行內容的審核與語句適切性的增刪，故亦具有專家效度（吳明隆&涂金堂，2014）；建構效度之驗證方面，本研究運用驗證性因素分析法（Confirmatory Factor Analysis; CFA）計算出各觀察變項之因素負荷量，構面之組合信度（Composite Reliability; CR）及平均變異萃取量（Average Variance Extracted; AVE）來說明量表的效度。本研究採 Fornell and Larcker（1981）建議，組合信度值應在 0.60 以上，平均變異萃取量指標則應大於 0.50。

4. 驗證性因素分析

因素分析分成探索性因素分析（Exploratory Factor Analysis; EFA）與驗證性因素分析。前者（EFA）是從一組雜亂無章的變項中找出共同因素，以建立新的假設或發展新的理論架構；後者（CFA）的目的在於驗證研究已有的因素結構，透過資料的蒐集來檢驗其與理論模式間的適合度，經由適當的模式修正，最後說明理論模式能否被樣本資料所支持。本研究利用 LISREL 軟體進行驗證性因素分析，判斷測量變項的因素負荷量、組合信度、平均變異萃取量等指標是否達到標準，以檢驗各題項能否確實衡量各項信念構面，並修正不顯著測量變項。

5. 卡方檢定

卡方檢定用以計量兩個類別變項或順序變項的差異分析，當卡方檢定之 p 值小於 0.05，則檢定結果為顯著水準。本研究利用卡方檢定不同人口變項在參訪藝術村是否有差異情形，以及不同人口變項在計畫行為理論四個構面是否達到顯著

差異。

6. 結構方程模式

結構方程模式 (Structural Equation Modeling; SEM) 是一種融合了因素分析和路徑分析的多元統計技術，用以處理複雜的多變量研究數據的探究與分析。一個完整的 SEM 模型包括了測量模型 (Measurement Model) 與結構模型 (Structure Model) 兩部分，前者在於建立測量指標 (觀察變項) 與潛在變項間的關係，後者則在考驗潛在變項之間的因果關係。

本研究以結構方程模式之測量模型檢驗量表之信效度，驗證性因素分析法中所應用的模式即為測量模型；以結構模型進行路徑分析，驗證「態度」、「主觀規範」及「知覺行為控制」等變項與「行為意圖」的因果關係，以檢定本研究之假設，並瞭解整體模式之適配性，也就是假設模型與實際觀察資料的契合情形。本研究參考蕭文龍 (2009) 之建議，使用表 3.2 各項適配度指標驗證本研究整體模式之適配性。

表 3.2 適配度指標參考

適配度指標	建議指標值	建議的學者
$X^2 / d.f.$	< 3	Hayduk (1987)
GFI	> 0.9	Scott (1994)
AGFI	> 0.8	Scott (1994)
SRMR	< 0.1	Hu & Bentler (1999)
CFI	> 0.9	Bentler & Bonett (1980)
NNFI	> 0.9	Bentler & Bonett (1980)
RMSEA	< 0.08	Browne & Cudek (1993) Jarvenpaa et al. (2000)

資料來源：多變量分析最佳入門實用書 SPSS+LISREL，蕭文龍 (2009)，臺北市：基峰資訊，頁 16-75。

7. 重要度—績效分析法

重要度—績效分析法(Importance-Performance Analysis; IPA)是由 Martilla 與 James (1977) 所提出，是一種藉由「重要程度」(對消費者的重要性)對於「表現程度」(消費者認為表現情形)的測度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術，以提供管理者進一步分析公司的競爭優勢、過度投資以及優先改善的項目。本研究採用 IPA 分析鹿港藝術村於 2016 年「冬遊季」所舉辦的七個活動，以提供給相關單位做為參考。圖 3.2 為 IPA 分析模式圖，以滿意度和重視程度的平均數為 X 軸和 Y 軸的中心線，繪製一個二維矩陣，區分出四個區塊，不同區域代表不同的管理意涵，據此提出管理策略和建議。

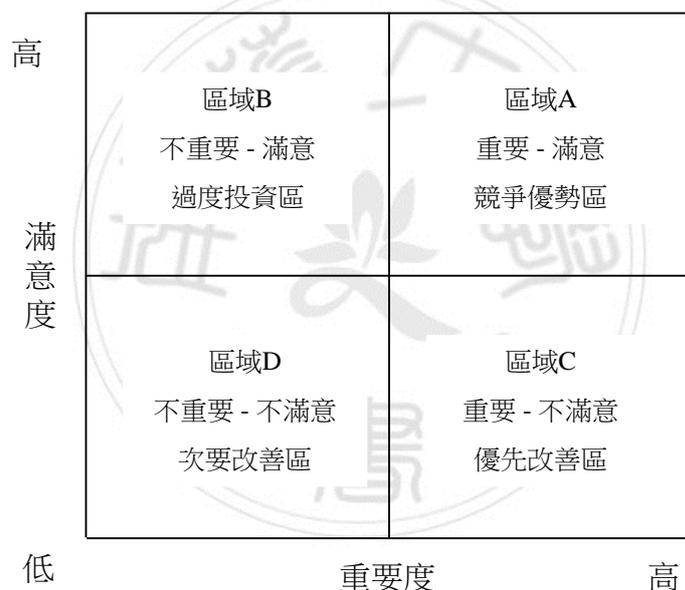


圖 3.2 IPA 分析模式

第四章 研究結果與討論

本研究採用問卷調查法，以彰化縣國小教師為研究對象，問卷發放期間為 2016 年 10 月 31 號至 11 月 14 號，共發出 400 份問卷，最後回收 390 份樣本，其中無效問卷 16 份，有效問卷數為 374 份，有效回收率為 93.5%。蒐集之資料經由 SPSS 以及 LISREL 等統計軟體，進行描述性統計、信效度分析、結構方程模型分析、卡方檢定以及重要度－績效分析。

4.1 個案說明—鹿港藝術村

1. 背景及緣由

鹿港藝術村所在位置在清治時期為鹿港主要河道，早年俗稱「烏魚寮」，是當時冬天烏魚季節，居民搭寮捕捉烏魚之地，後來河道淤塞，漸漸淤積成沙丘地。日據時期昭和年間，日本人建設日式宿舍，供官員、警員及學校老師使用（吳婉玲，2013）。1945 年光復後，這批日式宿舍從原來的街役場官員宿舍轉手為鎮公所公產，歸鹿港鎮公所管理，住戶也由日人或台籍官員轉換為國小教師或公務員，後來因公務員房舍不再採配給制，26 棟宿舍自此乏人管理（中國時報，2006）。

經過 80 幾年歷史，宿舍群年久失修、荒廢殘破，成為閒置之地，環境髒亂引發民眾及遊客怨言¹。2006 年鹿港鎮公所委託淡江大學學者會勘與規畫，計畫將桂花巷內 26 棟年久失修日式宿舍規畫為藝術文化村。2008 年獲得交通部觀光局「加強地方擴大內需方案」補助，得以「彰化縣鹿港日式宿舍聚落群改善與活化計劃」進行整修工程。工程於 2009 年 1 月動工，拆除殘破的房舍和違章建築，保留狀況良好的房舍，並還原日式宿舍樣貌，同年 8 月完工，11 月正式啟用，成為彰化縣內第一個藝術村，並以所在地的地名「桂花巷」，命名為「桂花巷藝術村」，2016 年更名為鹿港藝術村（本研究以此稱之）。

¹ <http://lilmei.tw/news1.php?id=245> (2017.03.15)

2. 地理位置

鹿港藝術村座落於彰化縣鹿港鎮洛津里桂花巷，附近有洛津國小、文開國小、郵局、鹿港鎮立圖書館，還有以小吃聞名的鹿港公有市場，可謂位於鹿港市區重要的心臟地帶。藝術村廣大的群區向北延伸，連結鹿港老街上的鹿港公會堂、新祖宮、南靖宮、日茂行等鹿港文化資產，形成蘊含歷史脈絡，人文藝術的休閒觀光動線。



圖 4.1 鹿港藝術村位置圖

資料來源：彰化縣鹿港鎮公所全球資訊網

3. 營運方式

鹿港藝術村為公辦公營之藝術村，隸屬於鹿港鎮公所文化部，自 2009 年 11 月正式啟用。鹿港藝術村佔地約 4417.5 平方公尺，目前園區內包括日式建築 8 棟（圖 4.2，圖 4.3），內有工作室 10 間及研習教室 1 間，戶外則有展演廣場 3 處及休憩涼亭 1 處。

藝術村主要的營運方向為：視覺藝術展覽、藝術文化活動、駐村藝術家傳承及藝術教育推廣等。藝術村內活動除了定期遴選藝術家進駐，配合當地「鹿港慶端午」、「鹿港冬遊季」兩大節慶舉辦藝文體驗活動，並定期於研習教室辦理傳統工藝研習。



圖 4.2 鹿港藝術村（圖片來源：彰化縣政府旅遊資訊網）



圖 4.3 鹿港藝術村日式建築（攝影：許淑紅）

4. 現況分析

鹿港藝術村內除了八棟優雅的日式建築，藝術村內每個角落別具特色的裝置藝術或彩繪牆亦深深吸引遊客的目光，例如：磚雕藝術家房耀忠先生繪製的「幸福巴士」彩繪牆（圖 4.4）；書法牆「貓眼貓語」（圖 4.5）；書法大師吳肇勳先生聯合多位藝術家創作的「幸福拼圖」裝置藝術（圖 4.6）等。本研究於鹿港藝術村臉書的評論發現，典雅的日式建築、優美的環境以及彩繪牆頗受遊客好評，遊客對於整體環境的滿意度不錯。遊客來此參訪，不僅能在處處充滿藝術氛圍的環境中放鬆身心，也能至開放的工作室欣賞藝術家的作品，或者參觀藝術家創作的過程，甚至和藝術家來場對談。



圖 4.4 幸福巴士彩繪（圖片來源：彰化縣政府旅遊資訊網）



圖 4.5 貓眼貓語書法牆
（攝影：許淑紅）



圖 4.6 幸福拼圖裝置藝術
（攝影：許淑紅）



圖 4.7 吳肇勳書法館（攝影：許淑紅）

「藝術家進駐」是藝術村的核心精神，鹿港藝術村自 2010 年 5 月開辦第一屆藝術家進駐計畫，執行至今（2016 年 3 月）即將進入第 12 屆。進駐計畫依據「鹿港桂花巷藝術村駐村藝術家遴選辦法」由鹿港鎮公所召開審查委員會進行審查，每屆遴選藝術家 10 組，由鹿港鎮公所免費提供工作室，藝術家自付水電費、生活費、交通費，藝術家每週至少開放工作室四天供民眾參觀，配合鹿港鎮公所「鹿港慶端陽」及「鹿港冬遊季」活動，並參與展覽、工作坊、演講、表演或藝術家座談作為回饋。目前駐村計畫將邁入第十二屆，進駐期限為半年（3 月 23 日至 9 月 24 日），駐村藝術家包括傳統工藝家、現代藝術家等各類型的藝術工作者，駐村狀況及工作室配置如表 4.1 及圖 4.8。

本研究認為藝術村不應只重視外在環境的舒適，透過藝術家和參訪者的互動，將藝術家的創作理念和作品用親和的方式介紹給參訪者，才是藝術村別具意義的特色，也是相關管理者以及駐村藝術家應該正視和尋思的，否則藝術村將淪為一般的休閒場地，而遊客也只是走馬看花，在藝術的推廣和教育層面上意義不大。然而，駐村藝術家的創作時間是否因開放工作室而受剝奪，藝術家的創作如何和遊客參訪達到平衡，亦是管理者單位應該重視的。



圖 4.8 鹿港藝術村工作室配置圖（圖片來源：鹿港國中，大放藝彩網頁）

表 4.1 第十二屆藝術家駐村狀況

戶名	藝術家	創作內容
桂花巷 7 號	鹿港文化創意協會	木雕、春仔花、線作手工藝、彩繪、粧佛、設計彩繪
桂花巷 9 號	吳肇勳書法館	書法
桂花巷 10 號	鹿港映像	鹿港老照片、講座、輕旅行
桂花巷 12 號	禾真傢飾美學工作坊	傢飾彩繪、拼貼、兒童美術
桂花巷 13 號	兩忘坊	油畫、水彩、素描
桂花巷 15 號	尸公館工坊	獅頭創作
桂花巷 17 號	施敦仁藝術皮雕工坊	皮雕藝術創作
桂花巷 18 號	惠心巧絲拼布坊	手工拼布
桂花巷 27 號	鹿藝會	傳統細木家具、木雕、茶道
桂花巷 33 號	黑白書屋	書法、茶道

資料來源：彰化縣鹿港鎮公所全球資訊網

4.2 樣本結構描述

本小節針對整體樣本進行樣本結構分析，以瞭解受訪者之特性，人口統計變項分為性別、年齡、婚姻狀況；而參觀藝術村相關經驗則包括如何得知鹿港藝術村的資訊、到過鹿港藝術村的次數、到過其他藝術村的次數、與誰同遊藝術村。

1. 人口統計變項

本研究回收的374份調查樣本的人口統計分析中，受訪者在性別比例上男生為27.8%，女生為72.2%。在年齡方面，主要介於41~50歲之間，共占45.5%；其次為31~40歲，共占33.4%；21~30歲之間最少，共占9.9%。在婚姻的部分，主要為已婚（有小孩），占整體樣本的62.3%；其次是未婚，共占27.3%；再其次是已婚（無小孩），共占10.4%，相關分析詳如4.2所示。

表 4.2 樣本人口統計變項分配統計表

變項名稱	類別	人數	百分比%
性別	男性	104	27.8
	女性	270	72.2
年齡	21-30 歲	37	9.9
	31-40 歲	125	33.4
	41-50 歲	170	45.5
	51 歲以上	42	11.2
婚姻狀況	未婚	102	27.3
	已婚（無小孩）	39	10.4
	已婚（有小孩）	233	62.3

2. 參訪藝術村之經驗

在參訪藝術村經驗方面，首先調查受訪者如何得知鹿港藝術村的資訊，共分為七個選項，可以複選，故次數的合計與本研究的樣本數374不同。其中以「親友推薦」、「網際網路」和「電視廣播媒體」為排序前三名，分別占35.0%、27.9%和16.3%，再其次為「報章雜誌」14.7%，而排名最低為「鹿港藝術村宣傳單」，僅46個樣本數透過宣傳單認識鹿港藝術村，占12.3%；此外，「沒聽過這個地方」有54個樣本數，占14.4%；「其他」這一選項，排序第四，占15.2%，主要是來鹿港時，自己路過或看到指示牌發現的，相關分析詳如表4.3所示。

此部份的調查結果和交通部「中華民國104年國人旅遊狀況調查報告」相似，104年國人旅遊資訊來源以「親友、同事、同學」得知的比率最多，有52.1%，其次是「電腦網路」(39.7%)、「手機上網」(18.1%)、電視廣播(9.8%)、報章雜誌(5.8%)。由上所述發現，重要他人的口耳相傳、網際網路的運用和電視廣播媒體的曝光是行銷推廣重要的關鍵因素。

表 4.3 如何得知鹿港藝術村資訊統計表（複選）

變項名稱	類別	次數	百分比%	排序
如何得知鹿港藝術村的資訊	親友介紹	131	35.0	1
	網際網路	111	27.9	2
	電視廣播媒體	61	16.3	3
	報章雜誌	55	14.7	5
	鹿港藝術村宣傳單	46	12.3	7
	其他	57	15.2	4
	沒有聽過這地方	54	14.4	6
	合計	515	137.7	

參訪鹿港藝術村的次數方面，以去過「1-2次」最多，有127人，占整體樣本數34.0%；其次是沒有到過鹿港藝術村，有110人，占29.4%；「5次以上」者有85人，占22.8%；「3-5次」者最少，有52人，占13.9%。其中，未到過鹿港藝術村的人數占29.4%，在五個類別選項排序第二，可見在行銷鹿港藝術村方面，需再多著力，尚有許多潛在消費者等待開發；參觀過「5次以上」和「3-5次」者，共占36.7%，顯示研究樣本重遊鹿港藝術村的比例頗高，相關分析詳如表4.4所示。

表 4.4 參訪鹿港藝術村的次數統計表

變項名稱	類別	人數	百分比%	排序
參訪鹿港藝術村的次數	無	110	29.4	2
	1-2 次	127	34.0	1
	3-5 次	52	13.9	4
	5 次以上	85	22.8	3

參訪臺灣其他藝術村的次數方面，以去過「1-2次」最多，有196人，占整體樣本數52.4%，已超過一半比例；其次是「3-5次」，有104人，占27.8%；不曾到過到過臺灣其他藝術村者有46人，占12.3%；「5次以上」者有28人，占7.5%。由此可知，曾去過臺灣其他藝術村至少一次者占整體樣本數88.7%，「藝術村」此類型休閒場域，已廣為國民所知，相關分析詳如表4.5所示。

表 4.5 參訪臺灣其他藝術村的次數統計表

變項名稱	類別	人數	百分比%	排序
參訪臺灣其他藝術村的次數	無	46	12.3	3
	1-2 次	196	52.4	1
	3-5 次	104	27.8	2
	5 次以上	28	7.5	4

通常與誰同遊藝術村方面，共分為六個選項，可以複選，總共填答次數為 509 次，如尚未去過藝術村（不限於鹿港藝術村），可勾選最後一個選項「沒有去過」。其中，與「家人」同遊最多，占 76.9%；其次為與「朋友同遊」，占 39.7%；再來依序為「沒有去過」、「獨自一人」、「其他」，分別占 7.0%、6.4%、4.0%，最少的是與「旅行團」同遊，占 2.4%。同遊的對象主要集中在家人和朋友，可見藝術村受到家庭出遊決策者的青睞，是個適合家庭出遊的地方，也是朋友結伴同行的好去處，相關分析詳如表 4.6 所示。

表 4.6 通常與誰同遊藝術村統計表（複選）

變項名稱	類別	次數	百分比%	排序
參觀藝術村的同伴	獨自一人	24	6.4	4
	家人	287	76.9	1
	朋友（含同學、同事）	148	39.7	2
	旅行團	9	2.4	6
	其他	15	4.0	5
	沒有去過	26	7.0	3
	合計	509	136.5	

4.3 構面描述性分析

在計畫行為理論的四個構面中，以態度之平均得分最高（ $M=4.24$ ），其他依序為主觀規範（ $M=4.13$ ）、行為意圖（ $M=4.09$ ）、知覺行為控制（ $M=3.9$ ）。

1. 態度構面

態度構面的整體平均數為 4.24，六個題項中以「我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法」分數最高（ $M=4.33$ ），其次為「我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間」（ $M=4.30$ ），第三為「我覺得參訪鹿港藝術村可以增廣見聞」（ $M=4.28$ ），最低為「我覺得參訪鹿港藝術村是受人歡迎的休閒活動」（ $M=4.03$ ）。此構面之整體平均數及各題項分數皆在 4 分以上，以李克特五點量表之衡量標準，

表示達到「同意」程度，可見受訪者對參訪鹿港藝術村的活動持正面、肯定的態度，相關資料如表 4.7 所示。

表 4.7 態度構面之敘述性統計分析

題項	平均數	標準差
我覺得參訪鹿港藝術村是受人歡迎的休閒活動。	4.03	0.791
我覺得參訪鹿港藝術村是有意義的休閒活動。	4.24	0.753
我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法。	4.33	0.693
我覺得參訪鹿港藝術村可以增進生活的樂趣。	4.24	0.703
我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間。	4.30	0.729
我覺得參訪鹿港藝術村可以增廣見聞。	4.28	0.712

2. 主觀規範構面

主觀規範構面的整體平均分數為 4.13，分數略低於態度構面。四個題項中以「我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術村」分數最高(M=4.22)，其次為「我會因家人的鼓勵或邀請，而參訪鹿港藝術村」(M=4.19)，最低為「我會因報章雜誌、媒體的報導，而參訪鹿港藝術村」(M=4.03)。由此可知，家人和朋友是主要影響受訪者的重要他人，而傳統的報章雜誌、媒體報導的影響程度略低於網路部落客、旅遊專家的推薦，相關資料如表 4.8 所示。

表 4.8 主觀規範構面之敘述性統計分析

題項	平均數	標準差
我會因家人的鼓勵或邀請，而參訪鹿港藝術村。	4.19	0.771
我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術村。	4.22	0.716
我會因報章雜誌、媒體的報導，而參訪鹿港藝術村。	4.03	0.823
我會因網路部落客、旅遊專家的推薦，而參訪鹿港藝術村。	4.07	0.794

3. 知覺行為控制構面

知覺行為控制構面的整體平均分數為 3.9，接近 4 分。三個題項中以「對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的」分數最高（M=4.06），其次為「我有足夠的時間參訪鹿港藝術村」（M=3.84），最低為「我能獲取足夠的旅遊資訊（環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期）來參訪鹿港藝術村」（M=3.80）。三個題項中唯有「交通是便利的」達到 4 分滿意程度，而受訪者所感知到的「我能獲取足夠的旅遊資訊」分數則是最低者，建議相關管理單位可利用電腦、手機網路軟體，讓民眾更容易取得鹿港藝術村相關訊息，相關資料如表 4.9 所示。

表 4.9 知覺行為控制構面之敘述性統計分析

題項	平均數	標準差
我有足夠的時間參訪鹿港藝術村。	3.84	0.860
我能獲取足夠的旅遊資訊（環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期）來參訪鹿港藝術村。	3.80	0.824
對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的。	4.06	0.902

4. 行為意圖構面

行為意圖構面的整體平均分數為 4.09，三個題項皆達到 4 分以上。三個題項中以「未來我願意再度（或嘗試）參訪鹿港藝術村」分數最高，平均分數為 4.12，而「我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村」和「有到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村」平均分數皆為 4.07。結果顯示，受訪對象對於參訪鹿港藝術村之未來行為意圖是正向且意願頗高，相關資料如表 4.10 所示。

表 4.10 行為意圖構面之敘述性統計分析

題項	平均數	標準差
未來我願意再度（或嘗試）參訪鹿港藝術村。	4.12	0.808
我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村。	4.07	0.825
有到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村。	4.07	0.814

4.4 量表信、效度分析

本節針對計畫行為理論 (TPB) 「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」和「行為意圖」四個構面，十六個題項，進行量表信、效度分析。各構面的衡量指標均根據相關文獻的參考建議而得，且經過專家檢驗，因此符合內容效度及專家效度，本研究再以驗證性因素分析技術進行其他信度與效度的分析。

在信度分析方面，以 Cronbach's α 做為分析信度的工作，Nunnally 認為 α 值在 0.70 以上，具有良好的信度；在效度分析方面，本研究計算潛在變項的組合信度與平均變異萃取量，分別用來反映構面內的指標是否具有內部一致性以及總變異被潛在構面解釋的部分，Fornell and Larcker (1981) 建議組合信度值應在 0.60 以上，平均變異萃取量指標則應大於 0.50。

4.4.1 態度量表

本研究所建構之「態度」量表共有六個指標，分別是「我覺得參訪鹿港藝術村是受人歡迎的休閒活動 (AT1)」、「我覺得參訪鹿港藝術村是有意義的休閒活動 (AT2)」、「我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法 (AT3)」、「我覺得參訪鹿港藝術村可以增進生活的樂趣 (AT4)」、「我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間 (AT5)」以及「我覺得參訪鹿港藝術村可以增廣見聞 (AT6)」。

這些量表是參考林愷茵 (2012)、楊芝菁 (2012)、黃怡禎 (2013)、李偉伶 (2009)、黃麗津 (2014) 等人的研究並經與指導教授確認後而得，因此量表內容符合內容效度與專家效度的要求。

表 4.11 態度量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	R ²	組合信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
AT1	0.74	0.45	16.36	0.548	0.914	0.640	0.913
AT2	0.85	0.27	20.16	0.723			
AT3	0.84	0.29	19.63	0.706			
AT4	0.83	0.30	19.43	0.689			
AT5	0.78	0.39	17.64	0.608			
AT6	0.74	0.45	16.38	0.548			

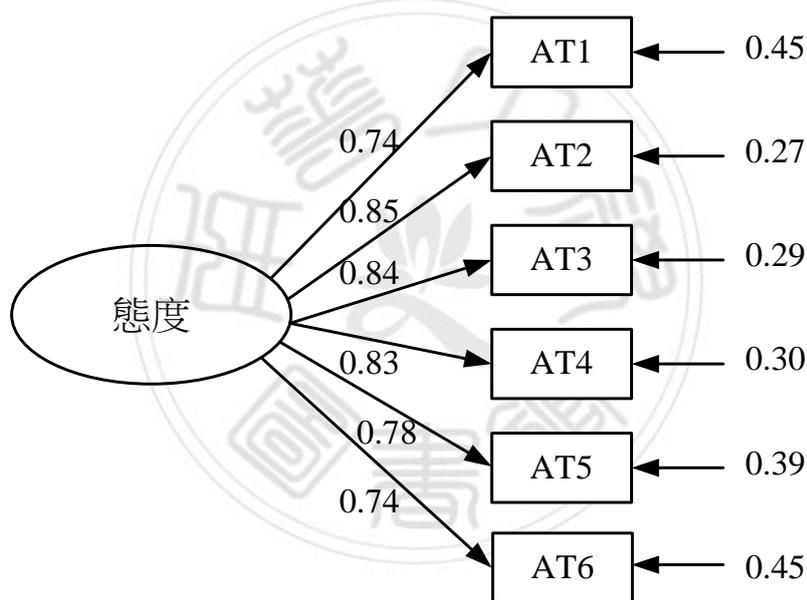


圖 4.9 態度之測量模型分析結果

表 4.11 與圖 4.9 說明本研究「態度」量表之信、效度分析結果。經由分析結果可以知道，這六個指標的因素負荷量在 0.74 到 0.85 之間，皆達到文獻建議的理想程度 0.7，t-value 分別是 16.36、20.16、19.63、19.43、17.64 與 16.38，達到大於 1.96 的建議標準，表示構面各衡量指標均達到統計水準，各觀察變項與潛在變項間具有顯著之相關性。其 Cronbach's α 值 0.913，組合信度 0.914、平均變異萃取量 0.640，均達到文獻上建議的標準，說明本研究之「態度」量表具有信度與效度。

4.4.2 主觀規範量表

本研究所建構之「態度」量表共有四個指標，分別是「我會因家人的鼓勵或邀請，而參訪鹿港藝術村（SN1）」、「我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術村（SN2）」、「我會因報章雜誌、媒體的報導，而參訪鹿港藝術村（SN3）」、「我會因網路部落客、旅遊專家的推薦，而參訪鹿港藝術村（SN4）」。這些量表是參考黃麗津（2014）及鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015）等人的研究並經與指導教授確認後而得，因此量表內容符合內容效度與專家效度的要求。

表 4.12 主觀規範量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	R ²	組合信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
SN1	0.85	0.28	19.56	0.723	0.869	0.627	0.873
SN2	0.91	0.17	21.68	0.828			
SN3	0.69	0.52	14.76	0.476			
SN4	0.69	0.52	14.70	0.476			

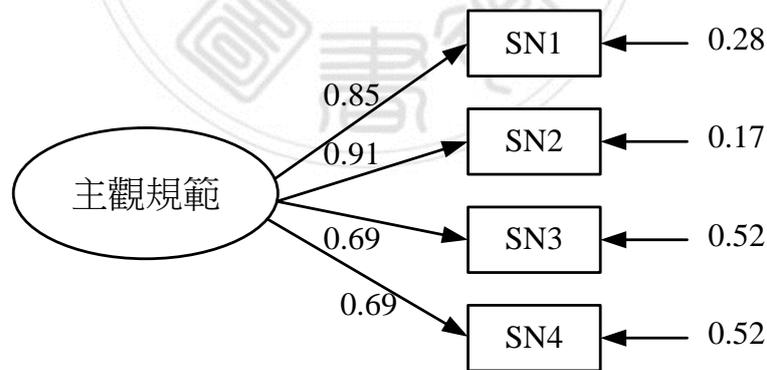


圖 4.10 主觀規範之測量模型分析結果

表 4.12 與圖 4.10 說明本研究「主觀規範」量表之信、效度分析結果。經由分析結果可以知道，這四個指標的因素負荷量分別是 0.85、0.91、0.69、0.69，皆達到文獻建議的範圍 0.5~0.95，t-value 分別是 19.56、21.68、14.76 與 14.70，均達到大於 1.96，表示各構面衡量指標均達到統計水準，各觀察變項與潛在變項間具有

顯著之相關性。其 Cronbach's α 值為 0.873，組合信度 0.869、平均變異萃取量 0.627，均達到文獻上建議的標準，說明本研究之「主觀規範」量表具有信度與效度。

4.4.3 知覺行為控制量表

本研究所建構之「知覺行為控制」量表共有三個指標，分別是「我有足夠的時間參訪鹿港藝術村 (BC1)」、「我能獲取足夠的旅遊資訊 (環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期) 來參訪鹿港藝術村 (BC2)」、「對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的 (BC3)」。

這些量表是參考林愷茵 (2012) 及黃麗津 (2014) 的研究並經與指導教授確認後而得，因此量表內容符合內容效度與專家效度的要求。

表 4.13 知覺行為控制量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	R ²	組合信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
BC1	0.71	0.49	12.26	0.504	0.727	0.472	0.720
BC2	0.74	0.45	12.68	0.548			
BC3	0.60	0.64	10.61	0.360			

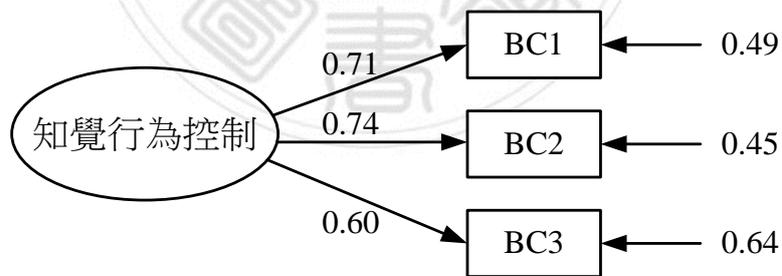


圖 4.11 知覺行為控制之測量模型分析結果

表 4.13 與圖 4.11 分別說明本研究「知覺行為控制」量表之信、效度分析結果。經由分析結果可以知道，這三個指標的因素負荷量分別是 0.71、0.74 與 0.60，皆達到文獻建議的範圍 0.5~0.95，t-value 分別是 12.26、12.68 與 10.61，達到大於 1.96 的建議標準，表示各觀察變項與潛在變項間具有顯著之相關性。其 Cronbach's α 值 0.720，組合信度 0.727，均達到文獻上建議的標準，平均變異萃取量 0.472 接

近文獻上建議的標準 0.50，說明本研究之「知覺行為控制」量表具有信度與效度。

4.4.4 行為意圖量表

本研究所建構之「行為意圖」量表共有三個指標，分別是「未來我願意再度（或嘗試）參訪鹿港藝術村(BI1)」、「我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村(BI2)」、「到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村(BI3)」。

這些量表是參考林愷茵（2012）、楊芝菁（2012）的研究及本研究之設計，並經與指導教授確認後而得，因此量表內容符合內容效度與專家效度的要求。

表 4.14 行為意圖量表之信、效度分析結果

變項	因素負荷量	測量誤差	t-value	R ²	組合信度	平均變異萃取量	Cronbach's α
BI1	0.86	0.26	19.87	0.740	0.898	0.746	0.896
BI2	0.89	0.21	20.90	0.792			
BI3	0.84	0.29	19.27	0.706			

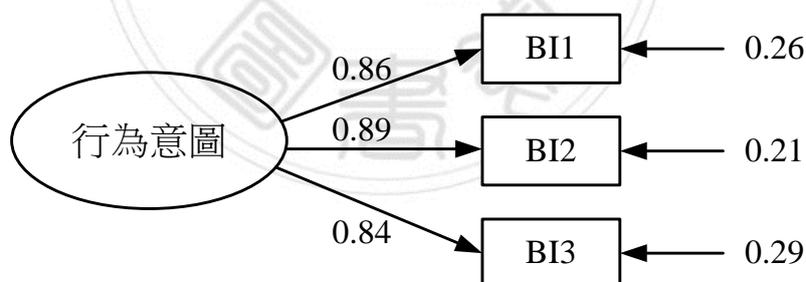


圖 4.12 行為意圖之測量模型分析結果

表 4.14 與圖 4.12 分別說明本研究「行為意圖」量表之信、效度分析結果。經由分析結果可以知道，這三個指標的因素負荷量分別是 0.86、0.89 與 0.84，皆達到文獻建議的理想程度 0.7，t-value 分別是 19.87、20.90 與 19.27，達到大於 1.96 的建議標準，表示各構面衡量指標均達到統計水準，各觀察變項與潛在變項間具有顯著之相關性。其 Cronbach's α 值 0.896，組合信度 0.898、平均變異萃取量 0.746，均達到文獻上建議的標準，說明本研究之「行為意圖」量表具有信度與效度。

4.5 結構方程模型分析

經由驗證性因素分析確定了各測量模式具有足夠的信效度後，本小節將進一步探討整體模型之適配度，再進行路徑分析（Path Analysis）以瞭解潛在變項間的因果關係，並驗證本研究所提出之假設。

1. 模型適配度檢定

整體模型適配度用來評量整體模式與觀察資料的適配程度，可說是模式的外在品質。SEM 適配度指標值可分為三類，絕對適配度、增值適配度和簡約適配度，由於沒有一個或一組指標是完美的，所以文獻建議可以針對這三種類型各選一個或兩個作為指標。

本研究參考蕭文龍（2009）所整理的 SEM 適配度指標和建議指標值，文中建議 X^2/df 值應 ≤ 3 ，但文中亦提到，當 X^2/df 小於 5 時，表示模型適配度在可接受範圍內（Kettinger & Lee, 1994）。根據表 4.15 適配度指標分析結果，本研究之整個結構模式的 X^2/df 為 4.74，雖未達到小於 3 的標準，但在可接受範圍內，其他適配度指標包括 CFI（0.915）達到 0.9 的標準，GFI（0.865）、NNFI（0.896）接近 0.9 的標準，在可接受範圍內，AGFI（0.813）達到大於 0.8 的標準，SRMR（0.048）小於 0.1 的標準，RMSEA（0.098）雖未小於 0.08，但符合過去文獻建議，至少小於 0.1 的標準，這些適配度指標大致符合文獻上的一般要求標準，表示整體結構模型適配度良好。茲將本研究分析結果與建議指標做一比對，以檢驗本研究整體模型適配度，彙整如表 4.16。

表 4.15 適配度指標分析結果

Goodness-of-Fit Statistics

Degrees of Freedom for (C1) - (C2) = 98
Maximum Likelihood Ratio Chi-Square (C1) = 449.845 (P = 0.0000)
Browne's (1984) ADF Chi-Square (C2_NT) = 466.462 (P = 0.0000)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 351.845
90 Percent Confidence Interval for NCP = (289.708 ; 421.520)
Minimum Fit Function Value = 1.203
Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.941
90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.775 ; 1.127)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.0980
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0889 ; 0.107)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.000
Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.406
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.240 ; 1.592)
ECVI for Saturated Model = 0.727
ECVI for Independence Model = 11.491
Chi-Square for Independence Model (120 df) = 4265.522
Normed Fit Index (NFI) = 0.895
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.896
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.731
Comparative Fit Index (CFI) = 0.915
Incremental Fit Index (IFI) = 0.916
Relative Fit Index (RFI) = 0.871
Critical N (CN) = 111.678
Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0306
Standardized RMR = 0.0483
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.865
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.813
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.623

表 4.16 研究模型適配度檢定表

適配度指標	建議指標值	建議的學者	本研究結果
$X^2 / d.f.$	<3	Hayduk (1987)	4.74
GFI	>0.9	Scott (1994)	0.865
AGFI	>0.8	Scott (1994)	0.813
SRMR	<0.1	Hu & Bentler (1999)	0.048
CFI	>0.9	Bentler & Bonett (1980)	0.915
NNFI	>0.9	Bentler & Bonett (1980)	0.896
RMSEA	<0.08	Browne & Cudek (1993) Jarvenpaa et al. (2000)	0.098

2. 結構方程模型分析

本研究使用結構方程模型進行因素分析及路徑分析，由圖 4.13 研究模式路徑分析可知，四個潛在變項與其對應的觀察變項的關係皆達到顯著，亦即衡量模型皆成立。

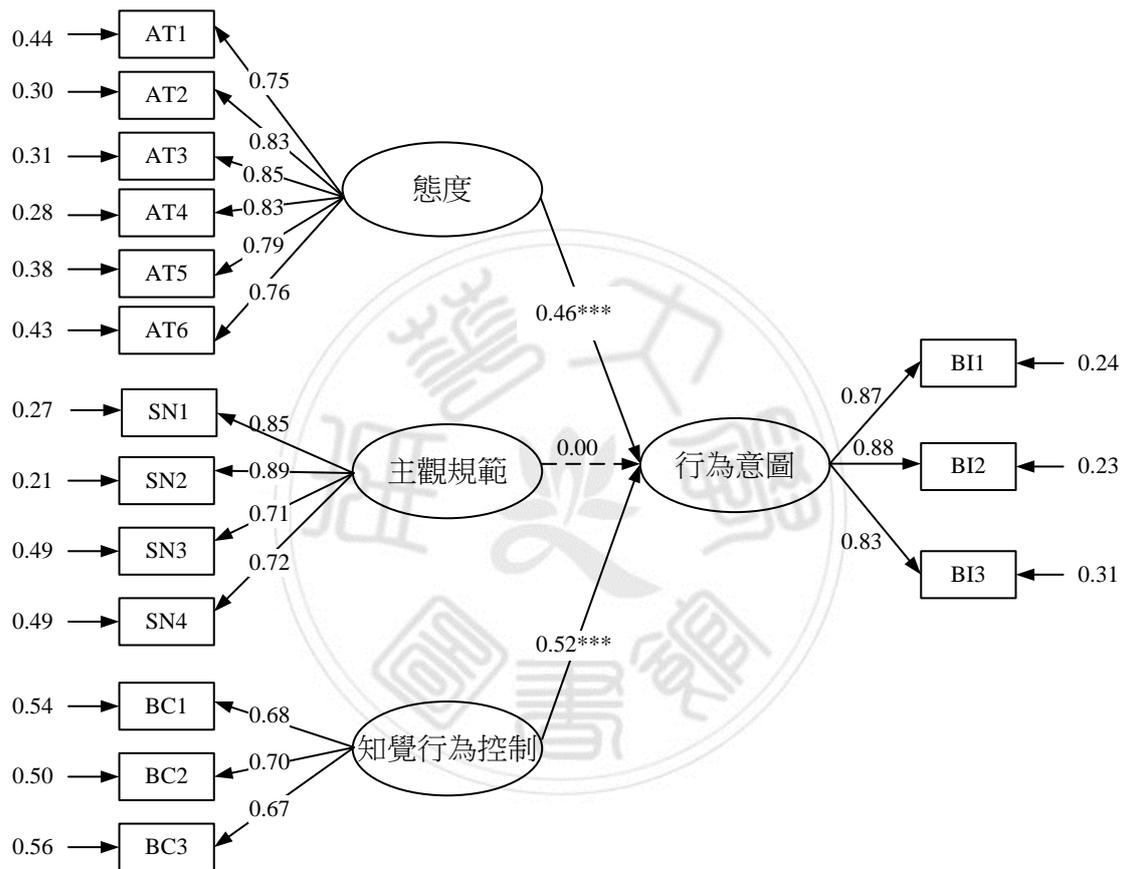
在態度構面中，以「我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法 (AT3)」之解釋力最高，其次為「我覺得參訪鹿港藝術村可以增進生活的樂趣 (AT4)」、「我覺得參訪鹿港藝術村是有意義的休閒活動 (AT2)」，第三為「我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間 (AT5)」。

在主觀規範構面中，以「我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術 (SN2)」之解釋力最高，其次為「我會因家人的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術 (SN1)」，第三為「我會因網路部落客、旅遊專家的推薦，而參訪鹿港藝術 (SN4)」。

在知覺行為控制構面中，以「我能獲取足夠的旅遊資訊 (環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期) 來參訪鹿港藝術村 (BC2)」之解釋力最高，「我有足夠的時間參訪鹿港藝術村 (BC1)」次之，最後為「對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的 (BC3)」。

在行為意圖構面中，以「我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村（BI2）」之解釋力最高，「未來我願意再度（或嘗試）參訪鹿港藝術村（BI1）」次之，最後為「到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村（BI3）」。

而在潛在變項與潛在變項的關係，「態度」與「知覺行為控制」對「行為意圖」達到正向顯著影響，而「主觀規範」對「行為意圖」之影響則未達到顯著水準。



註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

圖 4.13 研究模式路徑分析圖

3. 假設檢定

潛在變項之間的因果關係可以經由結構模型得到檢定，根據研究模式路徑分析圖 4.13，驗證本研究所提出假設，三個假設有兩個達到顯著水準，一個未達顯著，詳細說明如下：

H1：態度對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響

「態度」對「行為意圖」的路徑係數為 0.46，t 值為 5.98，大於 1.96，達到顯著水準，顯示「態度」對「行為意圖」具有正向顯著的影響，受訪者的「態度」愈高，則參訪鹿港藝術村的「行為意圖」愈高，因此 H1 成立。

H2：主觀規範對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響

「主觀規範」對「行為意圖」的路徑係數為 0.00，t 值為 0.06，小於 1.96，未達到顯著水準，顯示「主觀規範」對「行為意圖」不具有顯著的影響，受訪者的「主觀規範」愈高，參訪鹿港藝術村的「行為意圖」並不一定會因此愈高或愈低，因此 H2 未成立。

H3：知覺行為控制對參訪鹿港藝術村之行為意圖有正向影響

「知覺行為控制」對「行為意圖」的路徑係數為 0.52，t 值為 8.37，大於 1.96，達到顯著水準，顯示「知覺行為控制」對「行為意圖」具有正向顯著影響，「知覺行為控制」愈高，則參訪鹿港藝術村的「行為意圖」愈高，因此 H3 成立。

綜合以上所述，對於受訪者參訪鹿港藝術村的「行為意圖」有正向影響且達到顯著水準的變項有二個，分別是「態度」與「知覺行為控制」，因素負荷量分別為 0.46 和 0.52，其中「知覺行為控制」為影響「行為意圖」的主要因素，「態度」則為次要因素；然而，「主觀規範」對「行為意圖」之影響則未達到顯著水準，茲將以上假設檢定結果彙整如表 4.17。在解釋變異量的部分，「態度」、「主觀規範」和「知覺行為控制」三個潛在變項對於「行為意圖」潛在變項的整體解釋能力為 77%，顯示模式解釋潛在變項程度不錯。

表 4.17 假設檢定分析

研究假設	路徑係數	t 值	結果
H1 態度→行為意圖	0.46	5.98***	成立
H2 主觀規範→行為意圖	0.00	0.06	未成立
H3 知覺行為控制→行為意圖	0.52	8.37***	成立

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

4.6 基本統計檢定分析

本節分成兩部份，第一部份針對人口統計變項（包含「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」）與參訪藝術村經驗（包含「參訪鹿港藝術村的次數」、「參訪其他藝術村的次數」）變項進行統計檢定分析，第二部份則以人口統計變項（包含「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」），與計畫行為理論四個構面（「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」、「行為意圖」）等變項分別進行卡方統計檢定分析。

1. 人口統計變項與參訪藝術村經驗之卡方檢定

在人口統計變項與參訪藝術村經驗之卡方檢定，只有「年齡」與「參訪鹿港藝術村的次數」卡方檢定的結果達到統計顯著水準， P 值為 0.004 (<0.05)，顯示「年齡」在「參訪鹿港藝術村的次數」有差異；而其他的卡方分析並沒有達到統計顯著水準，也就是「性別」和「婚姻狀況」並不會影響遊客「參訪鹿港藝術村的次數」。相關資料如表 4.18 所示。

表 4.18 人口統計變項與參訪藝術村經驗之卡方檢定

	參訪鹿港藝術村次數	參觀其他藝術村次數
性別	0.995	0.246
年齡	0.004**	0.922
婚姻狀況	0.583	0.716

註：以上數值為 p 值，註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

「年齡」對「參訪鹿港藝術村次數」有顯著差異，表示年齡層的不同會影響遊客參訪鹿港藝術村的次數。根據表 4.19 可以知道，在全部樣本中，參訪過 1-2 次的比率最高（34.0%），參訪過 3-5 次的比率最低（13.9%），同時年齡層越低，參訪「1-2 次」的比率越高。其中，「21~30 歲」受訪者的參訪經驗以「1-2 次」的比率最高（51.4%），高於平均值（34.0%）許多，而「5 次以上」的參訪經驗卻只有 2.7%，遠低於平均值（22.7%）達 20%；然而，「50 歲以上」的受訪者則有

相反的情形，參訪經驗「1-2次」比率（26.2%）低於平均值，但參訪「5次以上」的比率卻最高（33.3%），且高於平均值約11%。可見，「50歲以上」和「21~30歲」這兩個年齡層的情況有相當大的差異，受訪的年輕教師對於參訪鹿港藝術村可能基於好奇、新鮮等動機，而50歲以上受訪教師則對鹿港藝術村的重遊度較高。

表 4.19 年齡與參訪鹿港藝術村次數的交叉分析表

		參訪鹿港藝術村次數			
		無	1-2次	3-5次	5次以上
年齡	21-30	21.6%	51.4%	24.3%	2.7%
	31-40	26.4%	36.8%	8.8%	28.0%
	41-50	34.7%	30.0%	14.7%	20.6%
	50以上	23.8%	26.2%	16.7%	33.3%
總和		29.4%	34.0%	13.9%	22.7%

註：卡方值 29.139， p 值 0.004。

2. 人口統計變項與計畫行為理論構面之卡方檢定

本研究根據因素分析法計算出「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」及「行為意圖」等四個構面各題項之因素分數，因素分數小於 0 的樣本，表示該類族群在該構面的分數低於其它樣本，歸類於該構面之低分組；因素分數大於 0 的樣本，則歸類於該構面之高分組，以此將區間尺度轉化成順序尺度，再進行人口統計變項對計畫行為理論四個構面之卡方檢定，藉此檢查不同人口變項與計畫行為理論四個構面之差異是否達到顯著。

(1) 性別與四個構面之卡方檢定

根據表 4.20 性別與四個構面的交叉分析表可以知道，在「性別」與四個構面的卡方檢定方面， P 值在 0.081 到 0.535 之間，並沒有達到統計顯著水準($P < 0.05$)，顯示「性別」不會影響受訪者在「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」及「行為意圖」等題項之表現。

表 4.20 性別與四個構面的交叉分析表

		性別			
		男	女	總和	P 值
態度	低分組	51.9%	50.7%	51.1%	0.464
	高分組	48.1%	49.3%	48.9%	
主觀規範	低分組	63.5%	54.8%	57.2%	0.081
	高分組	36.5%	45.2%	42.8%	
知覺行為控制	低分組	44.2%	44.1%	44.1%	0.535
	高分組	55.8%	55.9%	55.9%	
行為意圖	低分組	56.7%	60.7%	59.6%	0.277
	高分組	43.3%	39.3%	40.4%	

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

(2) 年齡與四個構面之卡方檢定

根據表 4.22 年齡與四個構面的交叉分析表可以知道，在「年齡」與四個構面卡方檢定方面，「年齡」與「知覺行為控制」 P 值為 0.01，達到 $P < 0.05$ 之顯著水準，表示不同年齡層對知覺行為控制構面有顯著差異，其中只有「21-30 歲」這個年齡層的高分組 < 低分組，而其他年齡層則是高分組 > 低分組，「50 歲以上」的高分組比例高達 76.2%，顯示 50 歲以上年齡族群在「知覺行為控制」有最高的認知。

「年齡」與「行為意圖」卡方檢定的結果也達到 $P < 0.05$ 之顯著水準， P 值為 0.046，表示不同「年齡」在「行為意圖」上有顯著差異，由表 4.21 發現年齡層越高，其行為意圖大致也越高。

表 4.21 年齡與四個構面的交叉分析表

		年齡					P 值
		21-30	31-40	41-50	50 以上	總和	
態度	低分組	62.2%	44.8%	54.1%	47.6%	51.1%	0.202
	高分組	37.8%	55.2%	45.9%	52.4%	48.9%	
主觀規範	低分組	56.8%	52.8%	61.2%	54.8%	57.2%	0.534
	高分組	43.2%	47.2%	38.8%	45.2%	42.8%	
知覺行為控制	低分組	59.5%	42.4%	47.1%	23.8%	44.1%	0.01*
	高分組	40.5%	57.6%	52.9%	76.2%	55.9%	
行為意圖	低分組	75.7%	55.2%	62.4%	47.6%	59.6%	0.046*
	高分組	24.3%	44.8%	37.6%	52.4%	40.4%	

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

(3) 婚姻狀況與四個構面之卡方檢定

由表 4.22 婚姻狀況與四個構面的交叉分析表所示，在「婚姻狀況」與四個構面卡方檢定方面，只有「婚姻狀況」與「行為意圖」卡方檢定的結果達到統計顯著水準 ($P < 0.05$)， P 值為 0.002，表示不同的「婚姻狀況」對「行為意圖」有顯著差異。根據表 4.23 可以知道，「未婚」族群在低分組為 72.5%，高分組為 27.5%，相差懸殊，行為意圖大部分落於低分組；「已婚無小孩」的低分組 66.7% 和高分組 33.3%，行為意圖較「未婚」稍高；「已婚有小孩」的低分組和高分組則各接近 50%，顯示「已婚有小孩」族群在行為意圖上高於其他樣本。

表 4.22 婚姻狀況與四個構面的交叉分析表

		婚姻狀況				P 值
		未婚	已婚（無小孩）	已婚（有小孩）	總和	
態度	低分組	59.8%	53.8%	46.8%	51.1%	0.084
	高分組	40.2%	46.2%	53.2%	48.9%	
主觀規範	低分組	60.8%	59.0%	55.4%	57.2%	0.636
	高分組	39.2%	41.0%	44.6%	42.8%	
知覺行為控制	低分組	52.9%	48.7%	39.5%	44.1%	0.061
	高分組	47.1%	51.3%	60.5%	55.9%	
行為意圖	低分組	72.5%	66.7%	52.8%	59.6%	0.002**
	高分組	27.5%	33.3%	47.2%	40.4%	

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

4.7 重要度—績效分析

每年搭配「鹿港慶端陽」、「鹿港冬遊季」兩次節慶活動是鹿港藝術村主要的行銷手法之一，本研究第三部份以 2016 年「鹿港冬遊季」於藝術村內舉辦的七項活動為題項，使用「重要度—績效分析法」（IPA）來探討在受訪者心目中，哪些活動是具有競爭優勢，哪些活動屬於優先改善或是過度投資。

此量表採用李克特（Likert）七點量表來進行衡量，共有七個題項，「幸福手作體驗 DIY」、「時尚書法揮毫表演」、「街頭藝人表演」、「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」、「音式下午茶—野餐音樂會」、「小鹿市集—文創市集」和「鹿港老照片解說」，表 4.23 說明了受訪者對各種活動的重要度和滿意度分析結果。重要度方面，有效問卷 374 份皆有填寫，七項活動的整體重要度分數為 5.58，受訪者對七個活動所知覺的重要度都在 5 分以上，且大部份偏向 6 分，也就是已達到「重要」且偏向「很重要」的程度，其中「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」（ $M=6$ ）、「小鹿市集—文創市集」（ $M=5.88$ ）以及「鹿港老照片解說」（ $M=5.67$ ）最為受訪者所看重。若以滿意度而言，限曾參與該項活動者填寫，每項活動參與程度皆

達到 40%以上，尤其以「街頭藝人表演」、「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」及「小鹿市集—文創市集」參與次數最高，七項活動的整體滿意度分數為 5.49，達到「滿意」程度以上，受訪者較為滿意的活動為「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」(M=5.73)、「小鹿市集—文創市集」(M=5.66)以及「街頭藝人表演」(M=5.66)。

表 4.23 鹿港藝術村活動 IPA 分析

代號	活動名稱	重要度			滿意度			分類
		平均數	標準差	個數	平均數	標準差	個數	
AC1	幸福手作體驗 DIY	5.35	1.2	374	5.21	1.036	162	D
AC2	時尚書法揮毫表演	5.03	1.268	374	5.23	1.045	154	D
AC3	街頭藝人表演	5.60	1.091	374	5.66	1.019	188	A
AC4	鹿港文化小旅行—古蹟導覽	6.00	1.005	374	5.73	0.998	179	A
AC5	音式下午茶—野餐音樂會	5.52	1.155	374	5.41	0.984	150	D
AC6	小鹿市集—文創市集	5.88	0.977	374	5.66	0.986	175	A
AC7	鹿港老照片解說	5.67	1.122	374	5.52	1.061	161	A
平均		5.58	1.12	374	5.49	1.02	167	

下面將以上資料做 IPA 分析，首先以各活動滿意度和重要性平均值當作 X 軸與 Y 軸的衡量標準，分別是 5.49 以及 5.58，再以七項活動繪製散布圖，可以得到如圖 4.14 的 IPA 分析結果。

七項活動分別集中於區域 A（競爭優勢區）及區域 D（次要改善區），沒有任何活動落入區域 B（過度投資區）和區域 C（優先改善區）。區域 A 是受訪者所重視且感到滿意的，落入 A 區的活動可視為較具競爭優勢的，這些活動分別是「街頭藝人表演」、「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」、「小鹿市集—文創市集」以及「鹿港老照片解說」，相關管理者可參酌辦理、開發此類型活動。落入 D 區的活動有「音式下午茶—野餐音樂會」、「幸福手作體驗 DIY」以及「時尚書法

揮毫表演」，表 4.23 顯示這三項活動在重要度和滿意度皆已達到 5 分「滿意」的程度，落入區域 D 是相較於整體平均數，受訪者感到較不重視且不滿意的活動項目。

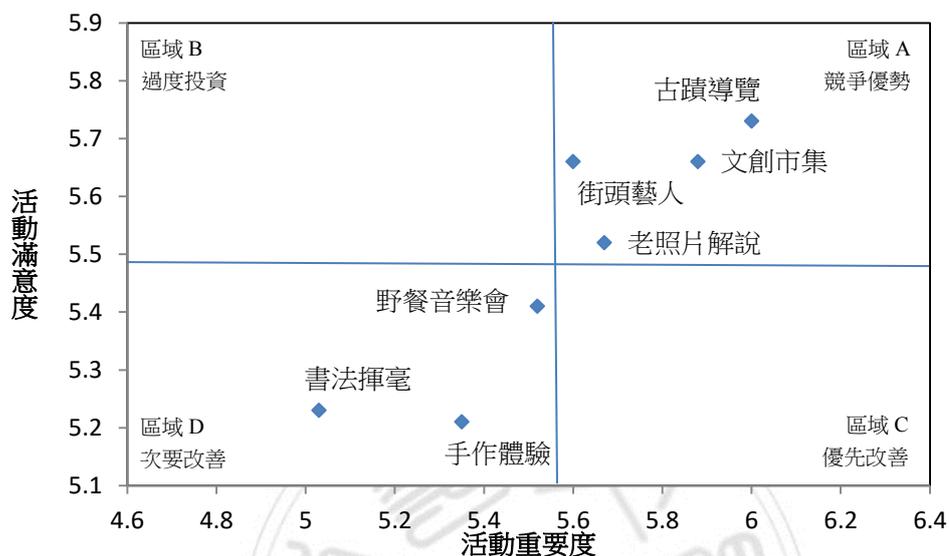


圖 4.14 IPA 分析結果

本研究再進一步將樣本分成男性和女性兩個族群做分析，發現差異並不大，唯「老照片解說」在男性族群是屬於 A 區（競爭優勢區），在女性族群則落入 C 區（優先改善區），女性族群認為「老照片解說」是重要的活動，但在滿意度上此項活動之得分低於所有活動平均數。另外「野餐音樂會」在男性族群是屬於 D 區（次要改善區），在女性族群則介於 B（過度投資區）、D 區（次要改善區）之間。兩個族群皆認為此活動之重要性較低，而在滿意度上，女性較男性感到滿意。以上可作為相關管理者瞭解消費者對於活動認知之參考，分析結果如圖 4.15 和圖 4.16 所示。

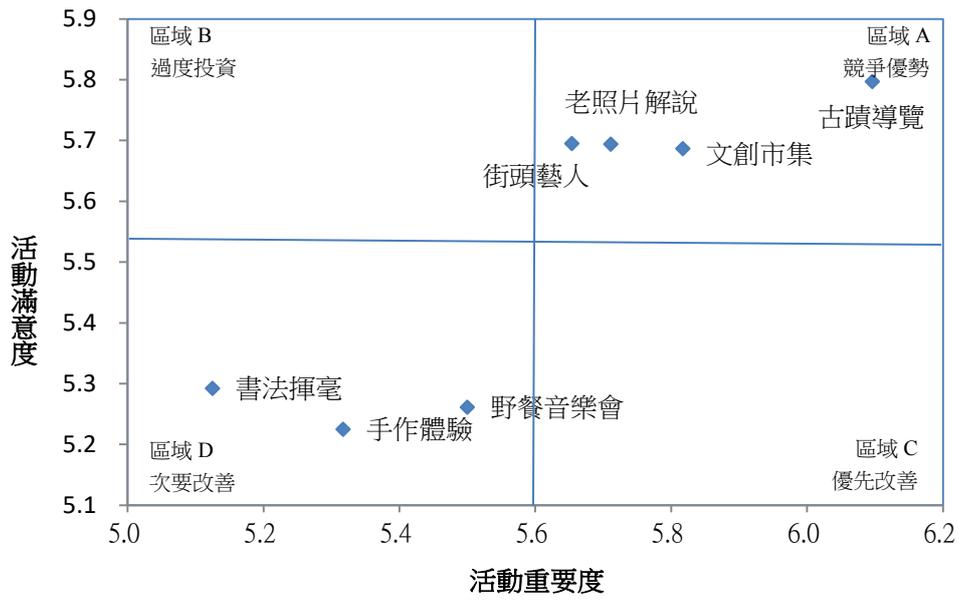


圖 4.15 IPA 分析結果（男性）

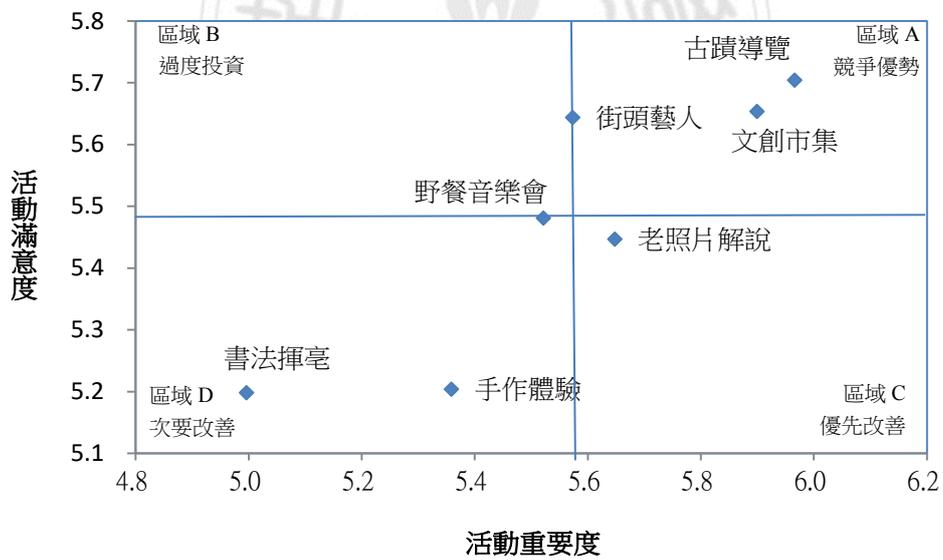


圖 4.16 IPA 分析結果（女性）

第五章 結論與建議

本章共分為二節，第一節為研究結論，根據第四章分析結果對本研究做出結論，第二節為研究建議，以結果及結論為基礎，提出實務面及未來研究之相關建議，提供給相關管理單位做為參考。

5.1 研究結論

本研究以「探討遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖研究」之正式問卷為研究工具，以彰化縣國小教師為研究對象，發出 400 份問卷，回收有效問卷 374 份。受訪者在性別比例上男生為 27.8%，女生為 72.2%；受訪者年齡主要介於 41~50 歲之間（45.5%），其次為 31~40 歲（33.4%）；在婚姻的部分，主要為已婚（有小孩），占整體樣本的 62.3%，其次是未婚，占整體樣本的 27.3%。

問卷設計包含三個部分，在個人基本資料部分：包括人口統計變項與參訪藝術村之經驗，共計 7 個衡量指標；在計畫行為理論量表部分，包括「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」及「行為意圖」等四個構面，16 個衡量指標；在重要度—績效量表部分，則採 2016 年鹿港藝術村於「鹿港冬遊季」所舉辦的七個活動進行 IPA 分析。茲將本研究結果歸納整理為以下結論。

5.1.1 遊客參訪藝術村之經驗

在取得鹿港藝術村的資訊方面，受訪者主要由「親友推薦」（35.0%）、「網際網路」（27.9%）和「電視廣播媒體」（16.3%）這三個管道取得鹿港藝術村相關訊息，此部分的調查結果和交通部「中華民國 104 年國人旅遊狀況調查報告」相符。由此可見，「親友推薦」為受訪者最主要的訊息來源，故鹿港藝術村應在形象上的經營建立優質的口碑，以提高遊客的推薦意願。其次，「網際網路」具有即時性、全球化、多元化的特色，普羅大眾透過部落格、臉書的架構及各種搜尋引擎，皆有機會快速傳遞訊息，透過訊息的交流形成一個龐大的資訊網絡，網際網路讓訊息的傳播真正達到無遠弗屆的效果。相較之下，「電視廣播媒體」的宣傳行銷手法則相形失色。

在參訪鹿港藝術村的次數方面，以去過「1-2次」最多，占整體樣本數 34.0%；其次是沒有到過鹿港藝術村，比重尚有 29.4%，顯示尚未到訪者眾，遊客數仍有成長的空間與潛力。建議在行銷鹿港藝術村可從兩方面著手：一方面，應設法發掘潛在消費者，吸引消費者願意將藝術村納入旅遊決策；另一方面，應提高遊客的重遊意願，若能把鹿港藝術村營造成在地民眾假日休閒去處，外地遊客至鹿港旅遊時想要參訪的景點，將可活絡藝術村，為藝術村注力源源不絕的生命力。

在參訪臺灣其他藝術村的次數方面，根據分析結果，曾去過臺灣其他藝術村至少一次者占整體樣本數 88.7%，顯示受訪者對於「藝術村」此類型休閒場域並不陌生，但參訪 3 次以上比率卻偏低，究其原因，應是受訪者以好奇為參訪動機，然而欠缺興趣的培養，故尚未把參訪藝術村當成一種常態性的休閒活動。

在與誰同遊藝術村方面，結伴同行的對象主要集中在家人（76.9%）和朋友（39.7%），可見在大部分受訪者的認知中，藝術村適合三五好友結伴出遊；更由於老少咸宜，成為家庭旅遊決策者納入考慮的休閒場域之一。

人口統計變項與參訪藝術村經驗之差異分析方面，只有「年齡」與「參訪鹿港藝術村的次數」卡方檢定結果達到統計顯著水準 ($p=0.004$)，其中，「21~30 歲」和「50 歲以上」這兩個年齡層的情況有顯著差異，「21~30 歲」受訪者的參訪經驗以「1-2 次」的比率最高（51.4%）；然而，「50 歲以上」的受訪者以「5 次以上」的比率最高（33.3%），不同年齡層在參訪行為上的次數差異，呈現出不同年齡層的受訪者參訪鹿港藝術村的行為偏好。

5.1.2 影響遊客參訪鹿港藝術村行為意圖之因素

1. 遊客在態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖之現況

在計畫行為理論的四個構面中，以態度之平均得分最高 ($M=4.24$)，其他依序為主觀規範 ($M=4.13$)、行為意圖 ($M=4.09$)、知覺行為控制 ($M=3.9$)。由此可知，受訪者對於參訪鹿港藝術村的態度、主觀規範、知覺行為控制和行為意圖認同度相當高，除知覺行為控制構面之外，其他三個構面皆已達到「同意」程度 ($M=4$)。

2. 不同背景變項在構面之差異分析

「年齡」在「知覺行為控制」及「行為意圖」二個構面呈現顯著差異($p<0.05$)， p 值為 0.01 及 0.046。知覺行為控制層面上，年輕族群所知覺到的行為控制能力較低，「21-30 歲」這個年齡層的高分組<低分組，而其他年齡層則是高分組>低分組，尤其「50 歲以上」的高分組比例高達 76.2%，顯示 50 歲以上的族群在「知覺行為控制」有最高的認知。在行為意圖層面上，發現年齡層越高，其行為意圖大致也越高。

「婚姻狀況」與「行為意圖」卡方檢定的結果達到統計顯著水準($p<0.05$)， p 值為 0.002，表示不同的「婚姻狀況」在「行為意圖」表現上有顯著差異，「已婚有小孩」族群在行為意圖上高於其他樣本。

3. 態度、主觀規範、知覺行為控制對行為意圖之影響

「態度」對「行為意圖」具有正向且顯著的影響(路徑係數=0.46)，影響力僅次於「知覺行為控制」，意即受訪者對參訪鹿港藝術村的態度愈正向，參訪鹿港藝術村的可能性愈高，構面中又以「對參訪鹿港藝術村抱持正向看法」的解釋力最高，其次是認為參訪鹿港藝術村這項行為「可以增進生活的樂趣」與「是有意義的休閒活動」。

「主觀規範」對「行為意圖」沒有影響(路徑係數=0.00)，這表示受訪者是否參訪鹿港藝術村的意圖不受周遭家人、朋友的建議或媒體報導的直接影響，研究樣本不支持「主觀規範」對「行為意圖」正向影響關係，因此本研究建議今後針對國小教師進行相關研究，需再評估、修改此構面的衡量內容。

「知覺行為控制」對「行為意圖」具有正向且顯著的影響，且是主要影響因素(路徑係數=0.52)。知覺行為控制指的是個人的內外在因素，如時間、金錢、資訊、能力和技術等因子，本研究的受訪者對參訪鹿港藝術村的知覺行為控制愈強，則參訪鹿港藝術村的行為意圖就愈強，如果能讓遊客知覺自己擁有足夠的時間、旅遊資訊和便利的交通，那麼即能提高遊客參訪鹿港藝術村的意圖，其中又以「獲得足夠的旅遊資訊」為關鍵。

5.1.3 重要度—績效分析

此部分以 2016 年「鹿港冬遊季」，鹿港藝術村所舉辦的七項活動為題項進行重要度—績效分析，藉以探討受訪者心目中，哪些活動是具有競爭優勢，哪些活動屬於優先改善或是過度投資。其中「街頭藝人表演」、「鹿港文化小旅行—古蹟導覽」、「小鹿市集—文創市集」以及「鹿港老照片解說」四項活動為受訪者所感到重要且滿意的，「幸福手作體驗 DIY」、「時尚書法揮毫表演」和「音式下午茶—野餐音樂會」則屬於次要改善區。後續研究可針對其他族群做調查，以瞭解並比較不同族群對於活動的偏好，結果可做為舉辦活動之參考，有助於將有限資源投入於多數遊客心中屬於競爭優勢的活動。

5.2 研究建議

1. 對相關單位之建議

(1) 設立鹿港藝術村官方網頁。

知覺行為控制是影響受訪者參訪鹿港藝術村行為意圖的主要因素，其中又以「獲得足夠的旅遊資訊」的解釋力最高。目前鹿港藝術村並沒有自己的官方網頁，雖有成立「臉書」不過提供的相關資訊有限，對鹿港藝術村有興趣的民眾需透過部落客的分享，才能對鹿港藝術村有較深刻的認識。因此本研究建議，鹿港藝術村應設立官方網站，委由專人經營，於網頁詳細介紹鹿港藝術村的歷史及特色，預告及宣傳藝術村所舉辦的活動，即時更新訊息，讓有興趣參訪的民眾能夠輕易搜尋到最新活動消息，提早做參訪計畫；於網頁介紹駐村藝術家和作品，以取代宣傳摺頁；同時還可以利用官網進行藝術的推廣及教育，提升民眾的藝術涵養及興趣，並且能夠藉此建立網路社群的口碑行銷。

(2) 增加遊客的愉悅感，同時將藝術介紹給普羅大眾。

態度是影響受訪者參訪鹿港藝術村行為意圖的次要因素，除了「對參訪鹿港藝術村抱持正向看法」之外，解釋力次高的是認為參訪鹿港藝術村這項行為「可以增進生活的樂趣」與「是有意義的休閒活動」。在「增進生活的樂趣」方面，如

何提升遊客的愉悅感，讓遊客覺得參訪藝術村是輕鬆、愉快的體驗，可以參考 Schouten 的建議，從環境的規畫、展示的設計、設施的完善（例如：廁所的清潔度、停車的難易度）、餐飲的服務品質等著手（劉修祥譯，2003），鹿港藝術村在環境規畫上已頗有口碑，其他方面則可再加強。除了享受輕鬆的休閒氣氛，有一部分參訪者是為了教育性目的而前往藝術村，可以經由藝術家現身說法、志工導覽或是辦理體驗活動或課程，引領遊客進入藝術的世界，打破藝術是難以跨越的門檻、消彌曲高和寡的藩籬，使參訪藝術村成為既有趣又有意義的休閒活動。

（3）與學校合作，提供藝術教育課程；定期更新活動內容，提高重遊意願。

藝術家除了駐地創作、展演外，更可主動出擊和學校合作，讓藝術家到校融入藝術與人文領域課程；或引領學童至藝術村進行校外教學活動，創造學童接觸藝術的機會，讓學童能自然接受藝術文化的薰陶，無形中培養生活即藝術、藝術即生活的美感體驗，涵養學童的審美觀及對藝術活動的正面評價。本研究建議針對不同年齡層提供不同的藝術教育課程，最後的成果或許可以設計成裝置藝術呈現於藝術村內的。另外，可以配合藝術進駐計畫的時程，定期更新體驗活動項目及節慶活動，保持遊客對鹿港藝術村的新鮮感，提高遊客重遊意願。

（4）受訪教師對參訪藝術村具有不錯的認同度，可以針對教師推出專案活動。

根據本研究分析，國小教師在參訪經驗方面有良好的表現，在計畫行為四個構面之平均數也大致達到同意的程度，反應國小教師對於參訪藝術村具有不錯的認同度，尤其 50 歲以上受訪者在參訪藝術村的次數、知覺行為控制及行為意圖之表現均高於其他年齡層，顯示 50 歲以上國小教師擁有較多的資源和意圖來參與這項休閒活動。本研究建議，相關管理單位和學校或全國教師總會合作，針對教師族群推出專案活動，提高教師族群參訪藝術村的意願，如此教師不僅能藉由藝術村的休閒獲得身心靈的紓解，並能藉此培養教師對藝術的喜好與背景知識的累積，進而返回工作崗位融入相關課程，從而有助益於學生的美感教育，藝術村與學校端形成魚幫水、水幫魚互惠共生的循環模式。

2. 對未來研究之建議

(1) 研究對象方面

本研究針對彰化縣國小教師為研究對象，故樣本受代表性的限制，建議未來可以擴大研究對象及區域範圍，針對不同族群進行分析，以瞭解不同族群參訪藝術村之行為意圖，或針對全國各級教師比較不同區域、不同層級教師之差異，以建構更完整的研究資料。

(2) 研究變項方面

本研究探討態度、主觀規範、知覺行為控制三個變項與行為意圖之關聯，建議後續研究者在研究模型可以加入其他可能影響行為意圖之變項進行探討，例如涉入程度、服務品質、服務滿意度、知覺價值等，以找出影響民眾參訪藝術村或其他文化場館的因素。

(3) 研究方向

藝術村是個複合性的議題，牽涉的相關議題十分廣泛，如何讓藝術村成為培育藝術家的基地，建立支援藝術家的網絡；如何串連起藝術家與社區民眾互動模式，帶動社區藝術的發展；甚或以藝術村、藝術進駐為主體，成為拓展國際溝通、文化交流的途徑，進而成為引領臺灣下一波經濟的動力，藝術村背負了許多期許。本研究僅以消費者觀點，探討影響遊客參訪鹿港藝術村的因素，後續研究可以從更多角度加以觀察與研究。

參考文獻

一、中文部分

1. 王國川（1998），計劃行為理論各成份量表之設計、發展與建立—以青少年無照騎車行為之研究為例，師大學報：教育類，43卷2期，67-91頁。
2. 王儷芬（2011），枋寮F3特區遊客之目的地意象與休閒效益之研究，國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士論文。
3. 方雅青（2016），應用計畫行為理論探討駕駛人酒後駕車行為意圖之研究—以臺南市為例，國立成功大學交通管理科學系碩士論文。
4. 李偉伶（2009），以計畫行為理論探討新竹十七公里海岸遊客之行為意圖，中華大學經營管理研究所碩士論文。
5. 吳宛芸（2016），影響醫師對於電子病歷交換之使用與績效：整合任務—科技配適理論與計畫行為理論，嘉南藥理大學醫務管理系碩士論文。
6. 吳忠宏、蘇珮玲（2005），職前教師參與生態旅遊活動之行為意圖研究，臺中教育大學學報：教育類，19卷2期，73-97頁。
7. 吳明隆 & 涂金堂（2014），SPSS與統計應用分析（二版），台北：五南。
8. 吳婉玲（2013），閒置空間再利用為文化觀光之策略建議—以鹿港桂花巷藝術村為例，大葉大學工業工程與科技管理學系碩士論文。
9. 李菀雯（2016），以計畫行為理論探討影響中高齡者參與定期健康檢查意向之研究，南開科技大學福祉科技與服務管理所碩士論文。
10. 李俊賢（2003），藝術村之定位與永續經營探討—以南瀛總爺藝文中心為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
11. 李曉菁（2014），以活化閒置空間之利用探討鹿港桂花巷藝術村之經營，大葉大學設計暨藝術學院碩士論文。
12. 杞佩珊（2011），社區觀光之吸引力、遊憩體、滿意度與重遊意願關係之研究—以板頭文化藝術村為例，南華大學旅遊事業管理學系碩士論文。
13. 林震岩（2007），多變量分析：SPSS的操作與應用（再版），台北市：智勝文

化。

14. 林金枝 (2015), 大學生簽署「預立安寧緩和醫療暨維生醫療抉擇意願書」意圖研究—計畫行為理論之應用, 國立臺北教育大學教育學院教育學系生命教育碩士班碩士論文。
15. 林愷茵 (2012), 計劃行為理論探討遊客對於生態旅遊之行為意圖—以台江國家公園黑面琵鷺保護區為例, 高雄應用科技大學觀光暨餐飲管理研究所碩士論文。
16. 林俐嬭 (2012), 以計畫行為理論探討基隆市國民小學教師休閒參與之研究, 經國管理暨健康學院健康產業管理研究所碩士論文。
17. 林克玢 (2014), 藝術社區之生成及其影響—以寶藏巖聚落為例, 國立臺灣師範大學表演藝術研究所行銷及產業組碩士論文。
18. 卓詩鎔 (2015), 以計畫行為理論分析影響消費者使用旅館環保服務之行為意向, 南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
19. 周瀛瀛 (2014), 政府主導的藝術村與都市發展—臺北市案例研究, 國立臺北大學都市計劃研究所碩士論文。
20. 洪詩雅 (2011), 遊客參與墾丁社頂部落生態旅遊之行為意向研究, 國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士論文。
21. 洪崇文 (2016), 鐵道藝術村用後評估—以新竹鐵道藝術村為例, 中華大學建築與都市計畫學系碩士論文。
22. 柯智升 (2014), 以計畫行為理論驗證消防人員參與休閒活動意圖之研究—以台東消防人員為例, 國立臺東大學休閒事業管理碩士論文。
23. 高靖 (2013), 體驗品質對有機消費之影響—計畫行為理論之應用, 國立宜蘭大學應用經濟與管理學系碩士論文。
24. 高祺凱 (2015), 以計畫行為理論探討消費者購買遠距健康照護意圖之研究, 國立中正大學資訊管理系醫療資訊管理研究所碩士論文。
25. 高鵬翔 (2010), 文化觀光 (一版), 鼎茂圖書出版有限公司。
26. 徐茂洲、葉明如、林益弘 (2012), 大鵬灣國家風景區遊客觀光行為意圖模

- 式之建構—計畫行為理論之驗證，休閒與社會研究，6期，1-25頁。
27. 夏學理（2011），文化藝術發展與創意人力探析，朝陽學報，6期，45-67頁。
 28. 郭欣宗（2016），以計畫行為理論探討學生對MOOCs課程的使用意向，國立雲林科技大學資訊管理學系碩士論文。
 29. 陳錫琦（1985），從態度與主觀規範的因素探討國中生之抽煙意向，國立臺灣師範大學衛生教育研究所碩士論文。
 30. 陳劉哲（2012），臺北市市民運動中心消費者行為意向之研究—計畫行為理論之應用，國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士論文。
 31. 陳榮敏（2016），以計畫行為理論探討民眾參加跨年休閒活動之環境行為意向之研究，南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士論文。
 32. 陳怡伶（2003），鐵道藝術網絡參觀者的參觀動機、藝文生活型態與休閒體驗之研究—以台中站、嘉義站為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
 33. 陳昱成（2010），從台東鐵道藝術村的經營來探討閒置空間再利用，國立臺東大學區域政策與發展研究所碩士論文。
 34. 張珮君（2005），臺灣地區藝術村經營管理之研究，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。
 35. 張祐瑄（2012），提昇閒置空間藝文展演效果之研究—以鳳山鐵道藝術村為例，樹德科技大學應用設計研究所碩士論文。
 36. 張亦君（2013），以社群活化角度探討寶藏巖國際藝術村，國立臺北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文。
 37. 張世弘（2015），以計畫行為理論探討遊客對節慶活動行為意圖之研究—以2014年臺東熱氣球嘉年華為例，國立臺東大學文化資源與休閒產業學系碩士論文。
 38. 黃麗津（2014），以計畫行為理論探討青少年參與藝文活動之行為意向—以雲林縣某高中為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
 39. 黃怡禎（2013），休閒健康行為態度、主觀規範、知覺行為控制對行為意圖之影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

40. 黃仁華 (2013), 應用TPB理論探討青少年選擇流行音樂的消費意向, 南華大學企業管理系管理科學碩士論文。
41. 黃建怡 (2011), 以計畫行為理論探討消費者購買有機食品之意圖, 國立東華大學企業管理學系碩士論文。
42. 黃英哲 (2014), 文化觀光脈絡下的博物館發展趨勢, 國立歷史博物館學報, 50期, 106-124頁。
43. 黃水潭 (2003), 臺灣閒置空間再利用文化政策評估：以台中二十號倉庫藝文空間為例, 東海大學公共事務碩士學程碩士論文。
44. 黃美淑 (2014), 閒置空間轉型文化創意產業之個案研究—以台南蕭壠文化園區為例, 大仁科技大學文化創意產業研究所碩士論文。
45. 楊芝青 (2012), 以計畫行為理論探討決策影響因素與旅遊意願對環境行為之相關研究—以高雄市國小教師之生態旅遊為例, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
46. 董維琇 (2009), 藝術進駐計畫—當代藝術家的美學漫遊, 美學藝術學, 4期, 181-193頁。
47. 詹蕙速 (2016), 由文化創意角度探討傳統閒置空間之運用—以鹿港藝術村為例, 建國科技大學創意生活應用設計研究所碩士論文。
48. 楊宣勤等策劃 (1999), 藝術創作與交流的磁場：全球藝術村實例, 台北市：文建會。
49. 蔡筱薇 (2015), 鹿港桂花巷藝術村觀光行銷策略之研究, 嶺東科技大學觀光休閒管理系碩士論文。
50. 劉修祥譯 (2003), The Psychology of Tourism/Glenn F. Ross著, 觀光心理學, 初版, 台北市：桂魯。
51. 閻淑慧 (2005), 鐵道藝術村遊客旅遊行為關係模式之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
52. 蕭文龍 (2009), 多變量分析最佳入門實用書：SPSS+LISREL (第2版), 台北市：碁峰資訊。

53. 鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015），以計畫行為理論模型探討遊客參與休閒漁業活動之決策行為，島嶼觀光研究，8卷2期，1-20頁。
54. 鍾政偉、曾宗德、劉嘉麒（2015），建構延伸計畫行為理論模型探討遊客參觀觀光工廠之決策行為，數據分析，10卷3期，1-22頁。
55. 應淑如（2012），從公私協力治理觀點探討文化資產委外管理機制—以台東鐵道藝術村為例，國立東華大學藝術創意產業學系視覺藝術教育碩士論文。
56. 賴思伊、錢士謙、蔡豐隆（2013），以TPB計畫行為理論探討博物館遊客參訪行為意圖—以高雄市立美術館為例，亞太經濟管理評論，16卷2期，39-60頁。
57. 賴思伊（2013），以TPB計畫行為理論探討博物館遊客參訪行為意圖—以高雄市立美術館為例，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。
58. 謝蕙后（2016），以計畫行為理論探討消費者選擇單品咖啡之行為意圖，南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士論文。
59. 顏財發、洪堅仁（2014），從自我印象一致理論與計畫行為理論評估遊客意圖：臺灣民宿產業實證，運動休閒餐旅研究，9卷1期，22-35頁。

二、英文部分

1. Ajzen, I. (1991), The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol.50, No.2, pp.179-211.
2. Ajzen, I. (1985), From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, In Kuhl J. & Beckmann J. (Eds.), New York: Springer-Verlag.
3. Ajzen, I. (1992), A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action, Personality and Social Psychology Bulletin, Vol.18, No.1, pp.3-9.
4. Ajzen, I. & Driver, B. L. (1992), Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice, Journal of Leisure Research, Vol.24, No.3, pp.207-224.
5. Fishbein, M & Ajzen, I. (1975), Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley.
6. Ajzen, I. & Fishbein, M (1980), Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
7. Chan, M. K. (1998), Predicting Unethical Behavior: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior, Journal of Business Ethics, Vol.17, NO.16, pp.1825–1834.
8. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, Vol.13, No.3, pp.319-339.
9. DeVellis, R. F. (1991), Scale development: Theory and Application, Newbury Park, CA: Sage.
10. Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, Mass : Addison-Wesley.
11. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, Journal of Marketing Research, Vol.18, No.1, pp.39-50.
12. Hsu, M. H. & Chiu, C. M. (2004), Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behavior, Behavior & Information Technology, Vol.23, No.5, pp.359-373.
13. Higgins, A. R. & Conner, M. (2005), Using an Extended Theory of Planned Behavior to Understand Smoking Amongst Schoolchildren, Addiction Research & Theory, Vol.13, No.3, pp.293-306.
14. Jalily, M. R. & Samiei, N. (2012), The Impact of Electronic Word of Mouth on a Tourism Destination Choice, Internet Research, Vol.22, No.5, pp.591-612.
15. Nunnally, J. C. (1978), Psychometric Theory, New York: McGraw Hill.
16. Sheppard, B.H., Hartwick, J. & Warshaw, P.R. (1988), The Theory of Reasoned

Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research. Journal of Consumer Research, Vol.15, No.3 , pp.325-343.

17. Stebbins, R. A. (1996), Cultural tourism as serious leisure. Annals of Tourism Research, Vol. 23 No.4, pp.948-950.
18. Taylor, S. and Todd, P. A. (1995), Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models, Information Systems Research, Vol.6, No.2, pp.144-176.



附錄 正式問卷

遊客參訪鹿港藝術村之行為意圖研究

親愛的受訪者您好：

這是一份有關國小教師參訪鹿港藝術村之行為意圖的問卷，您的寶貴意見對本研究有相當助益。本問卷採不記名方式填答，所得資料僅供學術研究之用，請安心填答，非常感謝您的協助。

敬祝 萬事如意

南華大學文化創意事業管理學系研究所

指導教授：黃昱凱 博士

研究生：許淑紅 敬上

鹿港藝術村簡介：

鹿港藝術村鄰近鹿港老街，村內景觀優美，有古色古香的日式建築、彩繪牆壁、裝置藝術，並有藝術家進駐，辦理各種藝文活動，如：視覺藝術展覽、傳統工藝研習、文化體驗等活動，節日還有街頭藝人表演、創意市集。遊客可和藝術家面對面接觸，欣賞藝術作品，也能選購喜愛的作品，或參加DIY活動。

鹿港藝術村是一處休閒的好去處，並能讓遊客體會到藝術風情與認識鹿港人文之美。



圖片來源：鹿港藝術村臉書

第一部份：基本資料(請在□內勾選答案)

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①21-30 歲 ②31-40 歲 ③41-50 歲 ④51 歲以上
3. 婚姻狀況：①未婚 ②已婚(無小孩) ③已婚(有小孩)
4. 您如何得知鹿港藝術村的資訊？
 - ①親友介紹 ②網際網路 ③電視廣播媒體 ④報章雜誌
 - ⑤鹿港藝術村宣傳單 ⑥其他_____ ⑦沒有聽過這地方
5. 您曾到過彰化縣鹿港鎮的鹿港藝術村的次數？
 - ①無 ②1-2 次 ③3-5 次 ④5 次以上
6. 您曾到過臺灣其他的藝術村的次數？
 - ①無 ②1-2 次 ③3-5 次 ④5 次以上
7. 請問您到藝術村時，通常與誰同遊？(可複選)
 - ①獨自一人 ②家人 ③朋友(含同學、同事) ④旅行團 ⑤其他_____ ⑥沒有去過

第二部份：此部份問項共有 16 題，是要了解您對鹿港藝術村有關的態度、主觀規範、知覺行為控制與行為意圖之間的關聯。請依據您的實際情況或感受，圈選您的同意程度。

題 項	非常不同意←→非常同意				
	1	2	3	4	5
1. 我覺得參訪鹿港藝術村是受人歡迎的休閒活動	1	2	3	4	5
2. 我覺得參訪鹿港藝術村是有意義的休閒活動	1	2	3	4	5
3. 我對參訪鹿港藝術村抱持正面看法	1	2	3	4	5
4. 我覺得參訪鹿港藝術村可以增進生活的樂趣	1	2	3	4	5
5. 我覺得參訪鹿港藝術村可以增加與家人或朋友的相處時間	1	2	3	4	5
6. 我覺得參訪鹿港藝術村可以增廣見聞	1	2	3	4	5

題 項	非常不同意←→非常同意				
	1	2	3	4	5
7. 我會因家人的鼓勵或邀請，而參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
8. 我會因朋友的推薦或邀請，而參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
9. 我會因報章雜誌、媒體的報導，而參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
10. 我會因網路部落客、旅遊專家的推薦，而參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
11. 我有足夠的時間參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
12. 我能獲取足夠的旅遊資訊(環境簡介、交通、活動訊息、內容、日期)來參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
13. 對我而言，去鹿港藝術村的交通是便利的	1	2	3	4	5
14. 未來我願意再度(或嘗試)參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
15. 我願意推薦親朋好友參訪鹿港藝術村	1	2	3	4	5
16. 有到鹿港旅遊時，我會到鹿港藝術村	1	2	3	4	5

第三部份：每年端午節、「冬遊季」鹿港藝術村會舉辦各項活動，請根據您的看法勾選。如您曾參加過相關活動，請您勾選左邊重要度及右邊滿意度；如您未參加過相關活動，請您僅勾選左邊重要度。

請勾選下列問項的重要度								問 項	請勾選下列問項的滿意度							
非常不重要<----->非常重要									非常不滿意<----->非常滿意							
1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		
<input type="checkbox"/>		幸福手作體驗 DIY	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		時尚書法揮毫表演	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		街頭藝人表演	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		鹿港文化小旅行--古蹟導覽	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		音式下午茶--野餐音樂會	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		小鹿市集--文創市集	<input type="checkbox"/>													
<input type="checkbox"/>		鹿港老照片解說	<input type="checkbox"/>													