

東海大學

景觀學系

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

Department of Landscape Architecture

Tunghai University

指導教授：吳佩玲博士

Advisor : Pei-Ling Wu, Ph.D.

閒置空間再利用與遊客懷舊意象、旅遊體驗、  
知覺價值和重返意願關係之研究  
-以台中市審計新村為例

A Research on Relationships among Nostalgia Images,  
Tourism Experience, Perceived Value and Intention of  
Revisit of the Adaptive Reusing of Unused Space -A Case  
Study of Shen Ji New Village in Taichung

研究生：許淑惠

Graduate Student : Dora Hsu

中華民國一百零六年三月

Mar,2017

# 閒置空間再利用與遊客懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值 和重返意願關係之研究-以台中市審計新村為例

## 摘 要

近年來，「閒置空間再利用」已經多有案例，公部門為活絡閒置公有土地，常見方法即為規劃為文創園區或藝術園區；如台北華山文創園區、松山文創園區等。閒置空間再利用時經常面臨拆除重建或保存利用二種不同的發展，而舊建築的特色就是具有懷舊意象；從遊客旅遊體驗的角度來看，一處再利用空間遊客能得到心理情感的認同，進而願意重返體驗或消費，懷舊意象是否是主要原因就顯得相當重要。

座落在臺中市西區的審計新村於1969年建造完成共33戶之透天宿舍，建物已有40餘年歷史。本研究即以審計新村為研究個案，以遊客的角度提出問卷的題目探討閒置空間再利用作為文化創意發展使用時，場所的懷舊意象是否與遊客旅遊體驗、知覺價值有相關聯性，並進而致使遊客願意重返，提出相關問卷調查及研究。

經由專家訪談、問卷調查及文獻資料分析等研究方法，歸納結論及建議如下：具懷舊意象的閒置空間如作文化創意產業的經營，對於遊客旅遊體驗與知覺價值有相關性，懷舊意象的舊建築是促使遊客有重返旅遊及消費的重要因素，由其是對時間懷舊因素影響最深，喜歡到審計新村遊玩的族群以18~25歲女性學生族群為主要。建議未來審計新村應保留原有建築風貌不宜拆除或改建、舉辦強調懷舊價值的文創藝術活動、善用體驗與口碑行銷進行推廣活動、增加公共設施的建置、利用創業平台強化在地連結。

關鍵詞：閒置空間再利用、懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值、重返意願

# **A Research on Relationships among Nostalgia Images, Tourism Experience, Perceived Value and Intention of Revisit of the Adaptive Reusing of Unused Space -A Case Study of Shen Ji New Village in Taichung**

## **Abstract**

In recent years, there have been many cases of " Adaptive Reusing of Unused Space ". The public sector is a recreational public land. The common method is planning a cultural park or art park. For example, Taipei Huashan 1914 Creative Park and Songshan Cultural and Creative Park. When the reuse of idle space is often faced with the demolition of the reconstruction or preservation of the use of two different development, and the characteristics of the old building is a nostalgic image; from the tourist experience of tourism, a re-use of space visitors can get psychological emotional identity, And then willing to return to experience or consumption, nostalgic image is the main reason is very important.

Is located in Taichung City West District Shen Ji New Village in 1969 to complete the construction of a total of 33 of the heavenly quarters, the building has more than 40 years of history. This study is based on the Shen Ji new village as a case study, the theme of the questionnaire from the perspective of visitors to explore the use of idle space as a cultural and creative development, the nostalgia of the site with the tourist experience, perceived value of relevance, and thus Visitors are willing to return to the relevant questionnaires and research.

Through expert interviews, questionnaires and literature analysis and other research methods, inductive conclusions and recommendations are as follows: nostalgic images of unused space such as cultural and creative industries, for tourists travel experience and perceived value of relevance, nostalgic image of the old building Is to promote the tourists have to return to tourism and consumption of important factors, which is the most influential factors of nostalgia for time nostalgia, like to Shen Ji new village to play the ethnic groups to 18 to 25-year-old female students as the main group. It is recommended that the future Shen Ji new village should retain the original architectural style should not be removed or converted, organized by the nostalgic value of cultural and cultural activities, the use of experience and word of mouth marketing to promote activities to increase the construction of public facilities, the use of entrepreneurial platform to strengthen the link.

Keywords: Adaptive Reusing of Unused Space , Nostalgia Image, Tourism Experience, Perceived Value, Intention of Revisit

## 謝 誌

在職場上工作多年，一直深感景觀專業的不足，五年前考上了東海大學景觀系放下公事包，提起書包上學去！在學期間上了許多精彩的設計課程，也認識了好多值得效法借鏡的老師，在此感謝主任及系上所有的老師及助教們對淑惠有耐性的指導及協助，讓學生獲益良多。

論文研究的方向是有關於遊客對於閒置空間裏懷舊意象的知覺價值和重返意願之關係，有感於台灣全省有許多的公共建設因政治或政務機關的理念，讓許多的建設淪為閒置，也讓許多的閒置空間不當的被使用或破壞，希望透過此論文的貢獻讓許多的閒置空間可被正視它的存在價值，而可以充分被創造及使用。

感謝論文口試老師—李元榮老師 陳上元老師 廖明誠老師 給予學生最寶貴的建議，讓論文得以順利完成，我要特別感謝我的指導老師吳佩玲老師，因為對於論文的完成要花許多的時間及它的嚴謹架構要建立。對於拙於唸書的我放棄是我唯一的途徑，感謝我的指導老師他沒有放棄我，鼓勵我，謝謝您老師。

論文研究與撰寫期間最要感謝我的老公，他從沒有放棄我，一直陪伴著我，協助我讓自己在放棄的路途上看見自己需要學習及克服的盲點，將壓力轉變為動力，把人生的這一本論文完成，謝謝你，我愛你。

感謝感恩平安

許淑惠 謹誌於  
東海大學景觀學系碩士班  
中華民國一〇六年三月

## 目 錄

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	4
<b>第二章 文獻回顧</b> .....	<b>7</b>
第一節 閒置空間再利用.....	7
第二節 懷舊意象.....	13
第三節 旅遊體驗.....	19
第四節 知覺價值.....	25
第五節 重返意願.....	28
第六節 台中市審計新村介紹.....	29
<b>第三章 研究設計</b> .....	<b>39</b>
第一節 研究方法.....	39
第二節 研究流程.....	40
第三節 研究架構與假設建立.....	42
第四節 問卷量表設計與前測.....	44
第五節 研究對象與蒐集資料方法.....	54
第六節 資料分析方法與工具.....	56
<b>第四章 研究結果</b> .....	<b>59</b>
第一節 受訪者背景分析.....	59
第二節 驗證性因素分析.....	66
第三節 受訪者背景對於研究變數之差異分析.....	72
第四節 結構方程模式分析.....	80
第五節 小結.....	85
<b>第五章 結論與建議</b> .....	<b>87</b>
第一節 結論.....	87
第二節 研究貢獻.....	88
第三節 未來研究建議.....	90
參考文獻.....	91
附錄一 前測問卷.....	96
附錄二 專家訪談逐字稿.....	98

## 圖目錄

圖 1-1 閒置空間再利用針對公部門、業者、遊客三方關係圖.....	2
圖 1-2 台中市審計新村位置圖.....	4
圖 2-1 台中市審計新村鄰近商圈圖.....	30
圖 2-2 審計新村平面配置圖.....	30
圖 2-3 審計新村現況模型照.....	31
圖 2-4 審計新村現況照.....	32
圖 2-5 審計新村二樓編號 1-16 青年旅舍分布圖.....	33
圖 3-1 研究流程圖.....	40
圖 3-2 研究架構.....	42
圖 3-3 問卷設計流程圖.....	44
圖 3-4 抽樣步驟流程圖.....	54
圖 4-1 受訪者性別分配圓盤圖.....	59
圖 4-2 受訪者年齡分配圓盤圖.....	59
圖 4-3 受訪者教育程度分配圓盤圖.....	60
圖 4-4 受訪者年收入分配圓盤圖.....	60
圖 4-5 受訪者職業分配圓盤圖.....	61
圖 4-6 受訪者有無設計及美學背景分配圓盤圖.....	61

## 表目錄

表 2-1 審計新村創業青年公司資料彙整表.....	32
表 2-2 審計新村廠商自主營運區及租金上限一覽表.....	34
表 2-3 摘星計畫區坪數及租金上限(含公共區域水電及清潔管理維護費用)...	35
表 2-4 審計新村媒體報導整理.....	36
表 3-1 深入訪談對象基本資料表.....	41
表 3-2：懷舊意象量表.....	45
表 3-3：旅遊體驗量表.....	46
表 3-4：知覺價值量表.....	47
表 3-5：重返意願量表.....	47
表 3-6 檢視問卷之專家名單.....	48
表 3-7 懷舊意象量表之項目分析表.....	50
表 3-8 旅遊體驗量表之項目分析表.....	51
表 3-9 知覺價值量表之項目分析表.....	52
表 3-10 重返意願量表之項目分析表.....	53
表 3-11 樣本大小與抽樣誤差對照表.....	55
表 3-12 結構方程模式(SEM)各項參考指標.....	57
表 4-1 樣本次數分佈情形.....	62
表 4-2 研究變數之敘述性統計.....	63
表 4-3 懷舊意象量表敘述統計分析.....	63
表 4-4 旅遊體驗量表敘述統計分析.....	64
表 4-5 知覺價值量表敘述統計分析.....	65
表 4-6 重返意願量表敘述統計分析.....	65
表 4-7 信度分析表.....	66
表 4-8 懷舊意象量表驗證性因素分析.....	68
表 4-9 旅遊體驗量表驗證性因素分析.....	69
表 4-10 知覺價值量表驗證性因素分析.....	69
表 4-11 重返意願量表驗證性因素分析.....	70
表 4-12 區別效度分析暨變數相關係數表.....	71
表 4-13 性別對各研究變數上之平均數差異性檢定表.....	72

表 4-14 學歷對各研究變數上的平均數比較差異分析表.....	73
表 4-15 年齡對各研究變數上的平均數比較差異分析表.....	75
表 4-16 年收對各研究變數上的平均數比較差異分析表.....	76
表 4-17 職業對各研究變數上的平均數比較差異分析表.....	78
表 4-18 設計背景對各研究變數上之平均數差異性檢定表.....	79
表 4-19 整體理論模式配適度表(Bagozzi & Yi, 1988).....	83
表 4-20 理論結構模式之路徑係數與假說驗證.....	84



# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機

國外對於舊建築物再利用的觀念從 1960 年開始，對於舊建築物與環境關係的認知從忽視到關注，從閒置 (Roger Trancik, 1986, 7; *Finding Lost Space*) 到再利用，且將經營管理概念帶入開啟了新的機能以活化原有的空間(陳嘉萍, 2002)。而國內則是於 1997 年引入再利用的觀念，首次出現「閒置空間再利用」一詞，乃是 2000 年文建會(現已改制為文化部)主委陳郁秀在台中「二十號倉庫-鐵道藝術網絡台中站」啟用儀式致詞時提及，並宣示台灣文化環境將採取舊建築再利用以及「保育」的新觀念。2001 年文建會試辦「閒置空間再利用實施要點」，政策的宣示加速了台灣文化界、學術界對再利用議題的討論及發展，也開始引發尋找城市中被遺忘的閒置空間。使閒置空間重新被討論規劃與經營，而賦予棄置空間新的詮釋以及使用意義。

舊建築再利用的情形一直存在於人類建築物發展史中，「閒置空間再利用」名詞在近幾年來已經在各地公部門引起廣大討論，尤其各縣市因為時空背景改變或政策改變，遺留下之建築物或空間，礙於法律規範尚未屆齡拆除年限，往往造成地區景觀破舊、髒亂甚或犯罪溫床，因此各部門莫不想盡方法加以提出再利用計畫，希望造成新生契機。

舊建築之所以引發關注，其價值多在懷舊 (nostalgic) 部分。懷舊意象的存在對於再利用時的評估，就有很重要的價值意義。曾光華等人 (2004) 所提出，懷舊的旅遊空間除了視覺消費之外，同時也結合了美學鑑賞與文學、歷史、傳說與個體的知覺想像，並認為在懷舊旅遊中，休閒娛樂不是唯一目的，能否得到知識或學習新事物也是重要的目的之一，Herbert (1995) 也主張，懷舊空間旅遊應是一個融合休閒、娛樂及教育功能的場域；Hewison (1991) 也提出，旅客造訪遺跡重點在於追求一種回到過去的情感，亦即舊建築裡充滿懷舊情緒的價值。Urry (1990) 也指

出許多觀念影響了當代觀光旅遊市場再結構化，其中包括了歷史遺跡將發展成為另一種觀光重點，透過想像與片段的記憶，鄉愁、懷舊(nostalgia)被建構並消費，並與商業與文化交融在一起密不可分。

近幾年各地方政府盤點「閒置空間」如鐵道倉庫、廢棄酒廠、糖廠、菸廠、公部門辦公廳舍、宿舍等，提出再利用計畫；眼見近來台北華山1941藝文特區、台北松山菸廠文創園區、高雄駁二特區等文創園區因為經營成功成為亮點，讓各縣市政府，再次燃起將閒置空間執行成為文創場域之風潮，似乎「文創基地」就是解決閒置空間的萬靈藥單。

舊建築能否再生或活化，對於空間具有保留價值還是拆除重建，往往有二端不同的論戰。若以時間或存在歷史意義討論，「閒置空間再利用」場域，尤其在歷史年代更迭的環境下，更能創造獨特的城市記憶，這種場域不是透過大規模再造可以比擬的城市深度。但在公部門政府、經營業者、遊客三方面所交集出對於閒置空間再利用作為文創產業的經營時(參照:圖 1-1)，對於原本具有懷舊意象的歷史建築、歷史場域是保留？是重建？是拆除？卻有著不同思維的方向。

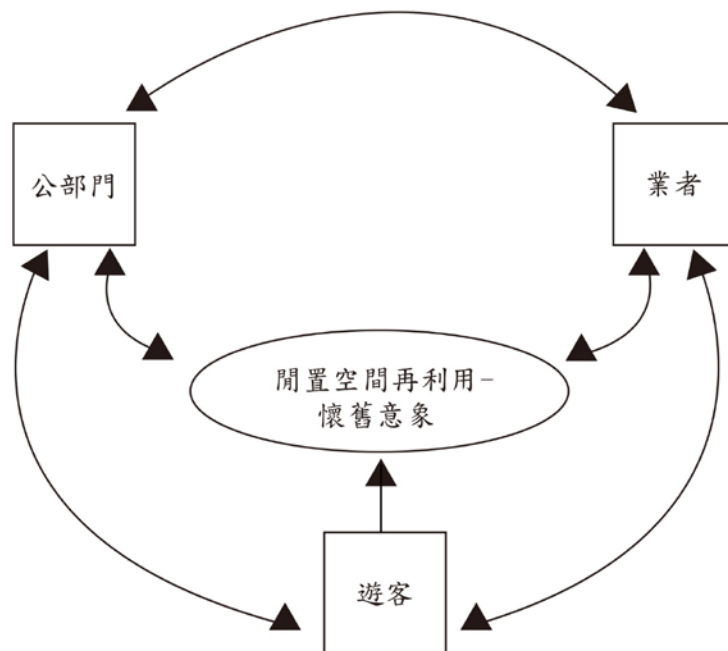


圖 1-1 閒置空間再利用針對公部門、業者、遊客三方關係圖

資料來源:本研究整理

公部門希望留下具懷舊意象的建築物以減少開發成本，或以懷舊意象型塑”活化”的優良政績，將閒置空間保留供公眾使用，可以得到更高的施政滿意度及周遭土地增值效益:透過公開招租或民間機構參與公共建設等方法承租給業者，亦可增加公部門收益。

業者期望透過較低成本經營再利用空間，完全以營運利益為導向，也許是因租期長合乎成本投資的拆除興建，也許是租期短不力成本開發的保留，也許是透過歷史建物之故事性深度，便於行銷或企劃園區經營。業者需要的，不外乎期待創造未來更多人流，使場域熱絡促進更多人前來消費。

而遊客的到來是真正衡量閒置空間再利用是否成功的重要指標。遊客來到一個再利用的閒置空間，初期吸引來的是對歷史的懷舊感或教育性，但是對於裡頭文創產品的豐富呈現、多樣富設計感的產品、具人文意義的農特市集也許才是他們喜歡的另一個因素。

本研究認為現階段閒置空間再利用作為文創基地使用時，遊客的旅遊體驗中對於具有懷舊意象的場域，是否有重返意願的可能性，有其研究的必要性與重要性。

因為對於公部門來說，如果能知道懷舊意象確實為遊客選擇重遊的因素，他們就會希望將這閒置空間編列預算整理以及保留下來；對於文創經營的業者來說，瞭解這些懷舊意象是否為遊客願意前來消費的原因，他們就會在經營方向上對於舊建築有更多的故事聯結與商品的開發。面對這樣情況，這樣的研究就會顯得有意義，也是我們希望想知道的。

## 第二節 研究目的

臺中市民生路為見證日據時期、國民政府遷臺時期及臺灣經濟蓬勃時期的一條重要人文軸線，台中市審計新村位於民生路與中興街口(參閱：圖 1-2)，處於新舊商圈交匯核心，區間有許多都會發展中具歷史意義的獨特風格空間，加上近年發展成熟的美術園道商圈，如漣漪般向外擴展，成為臺中最具人文氣息的區位。座落在臺中市西區民生路上的審計新村是臺中市第三批臺灣省政府宿舍群之一，共 33 戶之透天宿舍，原使用管理機關主要為臺灣省審計處，建物已有 40 餘年歷史，鄰近國立美術館、綠園道，周邊文教設施林立、生活機能完備，區位條件優異，社區內以人性尺度規劃、綠意盎然，加上白牆紅瓦的建築特色，整體社區環境宜人、別具風情。然而該社區長期間置，不但已經對地方治安帶來負面影響，也嚴重影響周邊社區大樓的房地產價值。



圖 1-2 台中市審計新村位置圖

資料來源：國立中興大學辦理「審計新村文創園區」出租經營管理邀標書，(2015.12)

為促進城市經濟，以文創商業模式為主軸，臺中市政府研議「摘星計畫，築夢臺中」政策，提供青年創業獎勵方案，鼓勵青年進駐創業，加上展演機能，希望創造更多不同形式的新空間經濟，以群聚激盪出有獨特個性的空間和帶著創新性格的經濟活動，讓審計新村成為創造臺中都會文創觀光事業的新亮點。

在眾多城市發展中，文化觀光已成為一種時尚，富有歷史、古老、有內涵文化的藝文活動，深受現代人喜愛，舊建築或者閒置空間再造也已逐漸被當地政府所重視。

本次研究的個案基地，就將以目前正在開發中的台中文創基地審計新村作為例子，從遊客的角度，探討遊客在具有懷舊意向的文創基地中，它所產生的旅遊體驗、知覺價值，是否支持他願意重返消費或推薦給其他朋友知道的因素。

遊客重遊意願是重要的，因為遊客願意回來表示有某種程度的價值，而這價值是公部門、園區經營業者想知道的，以作為後續行銷或推廣方向的設計基礎。

至此，本研究的目的是在於：

- 一、探討參觀遊客對閒置空間再利用場所之懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值與重返意願之關聯性。
- 二、探討遊客知覺價值是否為旅遊體驗、時間懷舊、空間懷舊、情緒懷舊以及重返意願之間的中介變項。
- 三、探討遊客人口統計變項在臺中市審計新村懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值與重返意願的差異。



## 第二章 文獻探討

### 第一節 閒置空間再利用(Adaptive reusing of unused space)

#### 一、閒置空間再利用概念

舊建築再利用的名稱很多，其中包括「古屋再利用」、「古蹟活化」或「歷史建築再利用」等。台灣首次出現「閒置空間再利用」一詞，乃是 2000 年文建會（現已改制為文化部）主委陳郁秀在台中「二十號倉庫-鐵道藝術網絡台中站」啟用儀式致詞時提及，並宣示台灣文化環境將採取舊建築再利用以及「保育」的新觀念，此政策的宣示加速了台灣文化界、學術界對再利用議題的討論及發展。「閒置空間再利用」為台灣近年來文化空間發展的主流，舊建築再利用的情形一直存在於人類建築物發展史中，然而西方國家則是較早發展出「再利用」的思想風潮，成為國際上保存及活化文化資產重要觀念，進而建立「古蹟再發展再利用」的理念及制度。

#### 二、閒置空間 (Unused Spaces) 的定義

「閒置空間」一詞是個粗略，不嚴謹的概念，常與古蹟、歷史建築、廢棄空間有部分重疊。國內外學者專家對「閒置空間」的見解及切入點各有不同，從城市轉化的觀點來看，造成空間的閒置是城市空間調適(Adaptation)、修補(Repair)、探索(Exploration)的過程，而空間的異化或轉化(Transformation)也各有其不同的社會及歷史發展之過程。

羅傑·特蘭西克 (Roger Trancik, 1986) 在於美國都市發展問題中提出「失落空間 (Lost space)」之觀點。肇因於對小汽車的依賴，30 到 60 年代現代主義運動忽略開放空間的態度，50 到 60 年代都市更新的分區及土地使用政策否定古老城鎮沿街公共空間網絡的實質結構元素之價值體系，公共空間的私有化，與土地使用變遷。失落空間係

指高層建築底層被棄置無結構性的地景或與都市步行活動路徑分離無人聞問的地下化廣場（Sunken Plaza）、都市核心地區周圍破壞中心商業區與住宅區聯繫的地面停車場、公路兩側無人管理維護人煙罕至的無主土地、閒置的河岸、鐵路調車廠、廢置的軍事基地、都市內的工廠廢址、以往推行都市更新期間所清除的衰頹地區、未進行再開發利用之土地、各區域之間的殘餘土地、規劃草率的商業帶分割剩餘的三不管地帶、以及破敗的公園等。總而言之，失落空間是對於週遭環境或使用者而言，沒有任何正面價值與貢獻。

傅朝卿(2001)指出空間閒置即沒有使用或沒有機能，然而造成這種情況的因素卻不只一項。有些是原使用者已不存在或者是所有權人已經放棄之真正的閒置空間，然而有些卻是管理不當的空間。使得空間的原有階段性功能消失，目前使用性功能不彰。而閒置空間的產生大多由於都市發展與空間結構的變化，不斷向外擴張，使都市規模越來越龐大，然而都市空間的利用情形卻未臻完備，導致空間低度使用甚而閒置，閒置空間的型態可分為：1. 具有歷史文化意義而廢棄不用之空間；2. 與當地居民或產業文化有密切關係之空間；3. 原空間目前使用功能不彰，但可以有更積極之使用方式者；4. 具有實體建築物或構造物之閒置空間。

劉舜仁(2001)認為「閒置空間」是被廢棄的空間、是多餘的空間，是壞掉的空間，是被遺忘的空間，是過渡的空間或是懸盪的空間。

從法令的角度來看，依據文化部「九十年試辦閒置空間再利用實施要點」第二點，閒置空間被定義為：「係依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定之舊有閒置之建物或空間，在結構安全無虞，仍具有可再利用以推展文化藝術價值者。」本研究所定義的閒置空間範圍，為台中市西區隸屬審計部的老舊宿舍群，屬於文化部實施要點所定義之「未經指定之舊有閒置之建物或空間」。



### 三、再利用的意涵

#### (一)、再利用 (Adaptive Reusing) 的定義

在《建築、設計、工程與施工百科全書》(Encyclopedia of architecture, Design, Engineering & Construction) 中，將「再利用」定義為：「在建築領域中，藉由創造一種新的機能，或是藉由重新組構(Reconfiguration) 一棟建築，以便其原有機能得以一種滿足新需求之新形式，從延續一棟建築物或構造物之舉。某些情況也有人稱其為建築之調適或改修。建築再利用使得人們可以捕捉建築過去之價值，藉由實際之使用，並將之轉化為未來之新活力，建築再利用是否能成功之關鍵乃取決於建築師觀察發覺一棟現存建築物之潛力，並將開發出新生命之能力。」

而所謂的再利用 (Adaptive Reusing)，是介於保存歷史古蹟和拆除歷史古蹟的一種妥協。再利用的時候，原始的建築物被保留下來，但藉著再利用可以使該建築物有其他的用途。綜合而言，「再利用」乃是在建築的生命週期間，改變其原有用途為別種目的之使用；或是重新組構建築物使其原有機能得以延續下來，並在機能與建築物間做出適當調適的一種過程。目前國內外指稱再利用的對象，其範疇有逐漸擴大的趨勢，並不侷限於歷史建築的再利用，包括文化、產業的遺跡、閒置的廠房、廢棄的倉庫、甚至有些新的建築物因為使用功能不彰而遭到閒置，也在此廣義的範圍內。換言之，不管是「古蹟」、「歷史建築」、「老建築」或是「閒置空間」，再利用之理論乃是結構安全的老建築可以用史實性與現代性兼顧再循環其生命週期，並且讓其以本身之條件得到經濟上存活的能力。(傅朝欽, 2007)

#### (二)、再利用的內涵

如傅朝卿教授所言再利用之意義乃是除了保存部分或整體之史實性外，還替老建築注入新生命，使建築本身和周圍之環境與人們共享老建築之第二春。凍結一棟老建築使其不再繼續破壞是一種消極的辦

法，替老建築尋求新的生命則是更積極的舉動。再利用的經營發展應避免過度的窄化或預設立場，應朝多元化及在地特色化，避免同質性過高，導致再利用失敗而再開置。

#### 四、再利用的經營方式

擬定再利用的經營方向時，會影響空間傳遞出來的訊息，更會直接牽動日後經營發展的狀況，所以事前的規劃，不能不審慎評估，若無特色或與其他地區沒有區隔性的再利用案例，往往造成日後經營不佳，面臨乏人問津，或草草結束的下場，例如台東鐵道藝術村之再開置等。

近年來因各縣市大力推行文化觀光，引發了閒置空間再利用的風潮，全國各地有不少再利用案例，洪慷璜(2002)經歸納出下面四個經營方式：

##### (一)、以展示為主之再利用經營

以陳列展示的方式，使空間維持原來的狀況，在原來空間中做規劃及動線的安排，來達到教育推廣的目的，並保存歷史空間的記憶價值，延續歷史空間的壽命，通常再利用成為博物館、文物館和紀念館的形式。此類如：北投溫泉博物館、新竹影像博物館，鹿港民俗文物館、三峽鎮歷史文物館。

##### (二)、藝文活動使用之再利用經營

因周休二日的實施，國民所得增加，對生活品質的要求提高，以展示形態的閒置空間再利用方式，不能滿足消費者對休閒活動的內容和深度的需求。再利用經營方式漸漸朝多元發展，藉由藝文活動使用空間的規劃，提供民眾旅遊地點，滿足國人觀光休閒需求，並能增加民眾對旅遊地的認識。

藝文活動使用之再利用經營方式可歸類為第一類：「劇場空間使用」，將內部空間轉換為實驗劇場、排練室與視聽室等，提供小劇團演出或排練使用，如牯嶺街小劇場、紅樓劇場。第二類「表演活動空間使用」，如台北華山藝文特區、台中 20 號倉庫，高雄駁二藝術特區，此類型的再利用經營模式最多，這些閒置空間大都是產業發展後遺留下來，具有寬廣的內部空間，適合各類型的表演活動使用。第三類「演講、會議空間使用」，此類經營方式較少，如台北市的市長官邸藝文沙龍，以租借的方式，提供使用者做為記者會、發表會、演講及會議的場地。第四類「工作室使用」，將空間規劃為工作坊、藝術村，發展具特色的藝術村及工作室，吸引創作者前往駐村，如台東鐵道藝術村、高雄第七小組煙樓錄音室。

### (三)、休閒遊憩結合之再利用經營

再利用發展為休閒遊憩空間，須有廣大的腹地，才能提供遊客自由自在活動的環境，可分為全區開放，如屏東竹田車站現今規劃為屏東驛園，區內結合日式木造車站、鐵道倉庫整建後成立的竹田文化館、及周圍相關產業，全區為開放空間供民眾自由參觀；苗栗三義勝興火車站及其周邊廣大腹地也是近年國人喜愛的休閒遊憩空間。另一類型為部分限制開放，如台北市官邸藝文中心官邸主體之官舍與招待所不對外開放，又如新竹東門城遺址及其周邊環境結合成的東門城廣場，其東門城主體也是不對外開放。

### (四)、餐飲消費之再利用經營

以餐飲消費之再利用經營方式，可增加財源收入，但再利用過程需保留原有建材與環境歷史痕跡，傳達當時建材紋理及建築工法技術，避免造成歷史建築永久的傷害。餐飲消費之再利用經營應尋求更具創意及獨特性的規劃，始能吸引及滿足遊客需求。此類經營案例如：台北之家內的光點咖啡時光、光點紅氣球，此原為美國駐台北大使館，後因中美斷交，大使離台而使館閒置，經

再利用後改名為台北之家；苗栗三義勝興火車站旁的鐵路餐廳、台中市長官邸藝文餐廳等，而且此類經營方式有逐漸增加的趨勢。綜合上述的分類發現，愈來愈多的建築再利用屬於複合式的多元經營方式，而非單一性質經營，尤其在一些保護等級較不高且腹地廣大的產業或機關閒置空間，因為場地範圍大，區內舊辦公廳舍、宿舍、倉庫、廠房等等，建築型態多，可提供不同用途的規劃，再者國內已有許多次規劃再利用案例的經驗，以及參考國外成功再利用案例，更能設計出完整且定位清楚的經營規劃；將表演空間、藝術家工作室、藝文中心、博物館、展覽館、餐飲、國際會議廳等，同時結合多項用途經營，藉此活化閒置空間，減少資源浪費，並可提供國人優質的休閒去處，提昇國人文化素質。

## 第二節 懷舊意象

近年來，「懷舊」風潮的逐漸興起是因為人們追尋象徵傳統的真實體驗 (Waite, 2000)，遊客透過各式不同的方式體驗復古懷舊風味，而襲產觀光成為遊客體驗「懷舊」的捷徑。根據程柏舒(2006)，「懷舊」包含對過去時光的思念，藉由象徵過去的物件來回味、懷念過往的美好時光，而往往被喚起的是遊客的正面情緒。Kolar and Zabkar (2010)提到，文化襲產觀光的內涵除了包含過去具有歷史意義的事件外，通常伴隨著懷舊情感。因此，對參與文化襲產觀光的遊客來說，「懷舊」是由空間、時間及情緒所組成。

「懷舊」的概念，源自於 2800 年前古希臘詩人荷馬的作品「奧德賽」(Odyssey)，其字首「Nostos」有返回家園之意，而字尾「Algos」則有不能忍受的痛苦之意涵。因此，「懷舊」概念在古希臘時期代表的意義是指對故鄉的思念所造成心理上的痛苦。而「懷舊」一詞是由 18 世紀瑞士醫師 Hofer 所提出 (Sedikides, Wildschut, & Baden, 2004)，最先「懷舊」被當成是負面的疾病，直到二十世紀末，「懷舊」一詞才轉變為正面的、愉悅的情緒反應。

### 一、懷舊的定義

「懷舊」一詞在十八世紀被 Hoffer 提出後，由一開始的腦部疾病演變成心理疾病，到現今的正面看法。從過去懷舊的相關文獻發現，懷舊的定義多以心理層面 (Belk, 1990；Davis, 1979)、行銷 (Holbrook, 1993；Holak & Havlen, 1998) 及觀光 (Zeppal & Hall, 1991；曾光華等，2004；王維靖，2008；劉子菁，2008；林宗賢等，2009) 等三個領域來探討。近年來「懷舊」的議題在觀光產業興起一陣風潮，多數學者認為遊客是為了獲得懷舊的體驗而前往襲產地進行觀光 (Alderson & Low, 1985；陳貞吟，2005；楊曜宇、趙芝良，2009)，因此，呼應了 Vessy and Dimanche (2003) 所提出，認為懷舊是「襲產觀光」的重要要素之一 (引自林宗賢等，2009)。

為了釐清「懷舊」在觀光領域之意涵，以下整理過去學者之定義。

「懷舊」的定義起源於對「家(Home)」的思念。Davis (1979)認為人們對於家的極度渴望帶來懷舊情緒。在新牛津美語辭典裡將「懷舊」定義為對於過去多愁善感的渴望或留戀，特別是針對愉快的時光或是地點，透過過去的生活經驗所喚起。除了對「家(Home)」的渴望情緒外，人們透過過去的事件等亦能喚起懷舊的情緒與感受，而這樣的感受是複雜的心理狀態。Holbrook and Schindler (1991)認為人們對於年輕時期的人、地方或物件的偏愛會引發懷舊的情緒，而這些偏愛可以是一般的喜好、是一種正面的態度及有利的影響；他們也提到這些偏好通常是指在青年期、青春期、孩童時期，甚至是出生前常見的、流行的事物。Holbrook (1993)更指出懷舊是對過去的渴望、昨日的思念、或對年輕時所流行過的人、事、物或地方所產生的正面態度及喜好。Holak and Havlena (1998)亦提到懷舊是指人們透過過去的物件、人、經驗或信念等所引發的正面複雜情緒及感覺。

「懷舊」除了可透過情境的刺激來引發，如物件、場景、味道或音樂旋律等(Belk, 1990; Baker & Kennedy, 1994)。而「懷舊」也是一種情感的體驗(杜宜芳, 2003; 曾光華等, 2004; 戴有德等, 2010)，是對過去真實生活的記憶及重新體驗過去的渴望(陳貞吟, 2005)。

## 二、懷舊的類型

由於學者對懷舊的分類看法不同，因此，以下將常見的類型簡要論述：

(一) Davis (1979)將懷舊分為三個型態懷舊是對家的渴望、對過去生活的嚮往，可分為簡單懷舊(Simple nostalgia)、反思懷舊(Reflexive nostalgia)及詮釋懷舊(Interpreted nostalgia)三種類型：

- 1、簡單懷舊：認為過去的生活比現在更好，單純的想回到過去美好的時光。
- 2、反思懷舊：對單純懷舊的內容加入批判的想法，不再只沉溺於過去，將現代與過去做對照，是透過舊的刺激所引發的一種省思。
- 3、詮釋懷舊：進一步從懷舊的本質、來源、重要性、心理目的等懷舊經驗來探討。

(二) Stern (1992)將懷舊分為二種類型：

Stern (1992)在探討懷舊的類型與影響之研究中將懷舊分為個人懷舊(Personal nostalgia)與歷史懷舊(Historical nostalgia)兩類：

- 1、個人懷舊：是透過個人過去的親身經歷所引發的懷舊情緒。由個人過去生活中覺得珍貴難忘的物件而引發，並非只透過過去的真實記憶，而是重建個人內心的想像情節而引發的感受。
- 2、歷史懷舊：將「過去」定義為人們出生前的年代(The way it was)。是人們為了逃避目前的現實生活，且認為過去的時光比現今更美好；因此，透過回憶或想像力的表現來逃離現實。Whissen (1989)也指出歷史懷舊的目的是為了逃避現狀(引自 Stern, 1992)。

(三) Baker and Kennedy (1994)

Baker and Kennedy (1994)將懷舊分為真實懷舊(Real nostalgia)、模擬懷舊(Simulated nostalgia) 及集體懷舊(Collective nostalgia)三種類型。

- 1、真實懷舊：真實懷舊是指對於過去時光感到多愁善感、苦樂參半的渴望(Baker & Kennedy, 1994)。Belk (1990)提到，一般來說，人們經由真實性的刺激來象徵其神聖的經驗與回憶，例如，透過結婚戒指象徵婚姻的神聖。Baumgartner (1992)亦指出真實懷舊是原始經驗與情感之間的關係，和 Davis (1979)所提出的簡單懷舊概念相同，認為喚起真實懷舊必須透過過去生活上的真實經驗。因此，引發真實懷舊重要的是其真實性，必須透過清晰的記憶、過去真實的經驗及物件，例如，透過歌曲或照片的刺激回憶大學時代的美好時光，而歌曲與照片都是過去生活上的真實經驗與物件。也就是真實懷舊是透過一個真實的範例來象徵對於過去所經歷過的回憶所擁有的懷念之情。
- 2、模擬懷舊：Baker and Kennedy (1994)認為已不存在的真實物件亦可能喚起懷舊，及模擬懷舊。而擬懷舊所強調的是對於過去間接的經驗感到多

愁善感、苦樂參半的渴望，且是透過眼睛及他人的故事引發出的懷舊情感。模擬懷舊也可能先透過他人所描述的故事，再親身體驗後被喚起。就如同，Stern (1992)所提出的非直接之過去經驗所引發的歷史懷舊。他認為引發懷舊情感的事件及回憶通常是發生在出生之前，而這些回憶是理想化的，是過去時光的美好記憶。因此，人們透過古老的文物或收藏品喚起懷舊的情感，而人們未必存在於這些文物的年代。例如，參觀博物館，即使未曾親身經歷與存在這些古老文物的年代，但透過博物館陳列的物品依舊可以感受到過去的美好時光，因此，即使沒有透過真實的經歷，也能感受到懷舊的情緒及其象徵意義。換言之，模擬懷舊乃是透過物件的原始式樣、抽象的印象來象徵對於過去間接經歷的經驗之懷念。

- 3、集體懷舊：Belk, Wallendorf and Sherry (1989)提出透過文化表述可觸發懷舊情感(轉引自 Bark & Kennedy, 1994)。集體懷舊是由過去的一種文化、一個世代、一個國家的回憶所喚起其多愁善感、苦樂參半的渴望。Belk (1990)認為集體記憶是一個世代的象徵。杜宜芳(2003)也認為每一個世代擁有各自象徵其懷舊的事物。但集體懷舊不僅僅只限於世代之間，人們可透過共同文化或共同國家背景等相似的生活經驗引發集體懷舊情感。例如，在美國，棒球運動、遊樂園、美國國旗、熱狗、炸雞等都是象徵美國國家的事物，擁有美國共同文化及國家背景的人們透過這些事物可引發集體懷舊情感。因此，當一群人因共同的生活經驗對於擁有相同的文化、相同的世代或相同的國家背景所產生的回憶與渴望，即是集體懷舊。

#### (四) Holak and Havlena (1998)

不同於以往的學者，Holak and Havlena (1998)透過社會經驗及經驗的本質來探討懷舊。社會經驗包含個人(Personal)或群體(Collective)的社會經驗，個人(Personal)對於過去生活的回憶；或是具有相同背景、文化、生活經驗的群體(Collective)，因為擁有相似的回憶與經驗所產



生的懷舊情感。經驗的本質則指透過與生活有直接(Direct)或間接(Indirect)相關的經驗所產生的感覺。因此，Holak and Havlena (1998) 根據這兩個特點，發展出以下四種懷舊類型(Holak, Havlena & Matveev, 2006；朱美蓮，2008)。

- 1、個人的懷舊(Personal nostalgia)：指個人對於過去的回憶，且是直接的生活經驗等所引發的懷舊感受。此類型也就是 Davis (1979)所提的真實懷舊(True nostalgia)及 Barker and Kennedy (1994)的真實懷舊(Real nostalgia)。
- 2、人際的懷舊(Interpersonal nostalgia)：則是透過他人的記憶所喚起的懷舊情感。如同 Davis (1979)提到的，可以是世代間的懷舊，不僅只限於父母或祖父母，也可以透過人際的溝通、論述、他人的直接經驗來喚起懷舊情緒。
- 3、文化的懷舊(Cultural nostalgia)：是可以透過擁有相同經驗、背景、文化的群體回憶與經驗來喚起懷舊的情緒。
- 4、虛擬的懷舊(Virtual nostalgia)：意指懷舊情感是可以透過書籍、電影或專家學者的論述而產生。並不是透過與物件的直接經驗而來。

綜合上述分類，發現懷舊的喚起是因為對過去的渴望，是透過個人或擁有共同文化的過去親身經歷之直接經驗或透過他人的經驗及古老文物的想像等間接經驗來引發懷舊情感(陳妘芯，2013:40)。

### 三、懷舊意象的構面

Holbrook (1993)探索消費者對於老電影的喜好，發展出了含有20個問項的懷舊量表(Holbrook Nostalgia Scale, 簡稱HNS)。而Holak and Havlena (1998)使用了HNS 量表之外，另外再結合了 Russell and Mehrabian (1974)的情緒量表(Pleasure-arousal-dominance, 簡稱PAD)來探討懷舊情感。

程柏舒(2006)在探討遊客在遺跡觀光中之懷舊情感，將懷舊情感分為時間懷舊、情緒懷舊和空間懷舊三種：(1)時間懷舊是指遊客對於過往時光上的回憶；(2)情緒懷舊則是遊客回想到過往而所抒發的情緒；而(3)空間懷舊則是遊客渴望從當地空間獲得某些過去失去的東西。

Sierra and McQuitty (2007)在探討懷舊情緒和懷舊態度影響消費者對懷舊產品之購買行為時，將懷舊分為情感與認知兩個面向：(1)情感是對過往所引發的思念情緒；而(2)認知則是對於過往的態度。

戴有德、林濶榕與陳冠仰(2010)在探討製產觀光中之懷舊情感是否需要真實性中，將懷舊情感分成個人懷舊與歷史懷舊兩個面向：(1)個人懷舊主要是從個人本身之經驗出發，重點是在於個人對於過往的生活經驗以及經歷所引發的懷舊情感，例如回憶過去與家人一同出遊，是一種個人對物件的情感與感受；而(2)歷史懷舊則是指未經歷過此種生活型態，而是透過想像來緬懷這裡曾經發生過的歷史。

綜合上述文獻探討，本研究採用Holak and Havlena (1998)、程柏舒(2006)等人所提出之懷舊情感之問項，以時間懷舊、情緒懷舊、空間懷舊，來作為本研究之懷舊情感量表。

### 第三節 旅遊體驗

體驗(experience)一詞導源於拉丁文"eperientia"，意指探查、試驗。依照亞里斯多德的解釋：由感覺記憶，許多次同樣的記憶在一起形成的經驗，即為體驗(項退結，1989)。林有得(1993)從心理學廣義的觀點來看，體驗乃指意識主體發覺自己某種心理情況時的任何意識過程。由於資訊科技普及，加上品牌觀點的提倡以及溝通方式與娛樂作結合的趨勢，使得新時代的消費者需求改變。消費者需要的不再只是功能導向的產品，而是想要在產品中得到除了功能性以外，娛樂、刺激、情感的誘發、與富創意的體驗。

#### 一、旅遊體驗定義

##### (一)、體驗定義

Pine and Gilmore(1998)在「體驗經濟時代」一書中曾提到，體驗事實上是當一個人達到情緒、體力、智力甚至精神的某一水平時，意識中所產生的美好感覺。兩個人不可能得到完全相同的體驗，因為任何一種體驗，都是某個人本身心智動態與感知活動之間互動的結果。

Schmitt (1999)認為體驗是個體對某些刺激回應的個別事件，包括整體的生活本質，通常是由事件的直接觀察或是參與所造成，不論事件是真實的、想像的，或是虛擬的。體驗源自於發生的事件與當時心理狀態互動而形成，因此沒有兩個體驗是完全一樣的。

Kelly(1987)認為體驗乃指經歷一段時間或活動後的感知，體驗並非單純、簡單的感覺，而是對一種行為解釋性的意識，是一種與當時之時間、空間相聯繫的精神過程。

Joy and Sherry(2003)認為體驗是指來自於個人親身參與的經歷，對某一標的領悟及感官或心理所產生的情緒。

Caru and Cova( 2003 )指出，體驗是個人的嘗試，且可以改變一個人的行為或思想，它是一種經驗而不是一種文字的知識。換句話說，體驗

是指個人親身參與所產生感官或心理的情緒領悟。

Carbone(2004)認為體驗意指人們面對產品、服務和企業時所形成「會留在顧客心中」的印象，是人們將所有感官資訊組織在一起形成的感受。

林有得(1993)認為體驗乃為個體受外在刺激後，經由感情、知覺過程所產生之生理、心理反應，可分為內在及外在刺激。而體驗要營造的是一整體感覺，帶給消費者一種感受，不純粹是理性或感性之某一訴求。

吳竹湏(2005)將體驗定義為個體主動去感受，對某事、某物、某活動(例如遊憩活動)的親身參與及經歷的過程所獲得的知識、情意或技能，因此產生及創造對自我的價值與認同。

## (二)、旅遊體驗

MacCannell(1973)定義「旅遊體驗」(tourism experience)是觀光客為了追求「真實性」(authenticity)，到別的國家旅行，是為了接觸異國文化與他人的「真實生活」。

Feifer(1985)指出「人們開始到各式各樣的地方旅行，找尋不同的娛樂與消遣。因為他們是如此善變，如此厭倦平淡無味的生活，並且總是想要追求他們所無法捉摸的事物。」旅遊體驗往往包含了與日常生活相較之下，更能令人感到愉悅、甚至非比尋常的經驗。

Cohen(1979)認為旅遊體驗對個人與社會間具有特殊的意義，旅遊者會經由探索旅遊體驗過程中表現個人需求，每個人會因為旅遊的動機的不一，而獲得不同的體驗。

Hass and Brown(1980)認為人們參與遊憩活動，是為了滿足某些心理需要或達成某些目標，而遊憩活動僅是達成目標之手段，遊憩體驗才是問題之核心，以旅遊角度來討論，旅遊體驗才是旅遊活動中的重要精神所在。

Otto and Ritchie(1996)指出，休閒及觀光的體驗可視為參與者主觀的

心理狀態。若以企業的立場而言，所謂體驗，就是以企業為舞台，以商品為道具，環繞著消費者，創造出值得消費者回憶的活動。這其中商品是有形的，服務是無形的，而創造出的體驗是令人難忘的，所以體驗可說是重要的消費現象，包含各種遊憩活動、愉快的感覺、幻想、美學享受及情緒的反應，過程包括新奇、感受及樂趣等體驗觀點。

Pine and Gilmore(1998)認為體驗是以供給者的角度，也就是企業者或是公司，供給者是以服務為主，產品為輔的特性(例如：休閒產業)。供給者所提供的不只是產品或服務，而是這些所帶來的經驗。這些經驗充滿情感，是創造於購買者心中，具有難忘的價值，當產生體驗的活動結束之後，這些活動所創造的價值會一直留在曾參與其中之個體記憶裡，因為購買者珍惜的是參與其中而獲得的感覺，這也是體驗的經濟價值高於商品、產品及服務的緣故。

Milman(1998)認為實際旅遊體驗是同時包含了身體活動和心智活動的，這些旅遊活動將對於旅遊者的知覺(perception)，意識(awareness)，想像(imagination)，與推理思考上(reasoning)造成影響。

國內李佳珮(2010)認為觀光旅遊業方面，對於體驗的解釋很多，體驗顧名思義為對某事物或地方的從心理或感官上的情緒，會受個人親身參與所經驗的影響，因此遊客重視的是在旅遊過程中得到讓心理滿足、讓自己滿意的體驗。

陳水源(1989)依據社會及心理環境對遊客的影響，提出其影響所產生之主要體驗項目有：與大自然接觸、逃避實質壓力、適宜健身運動、一般性研習、逃避個人與社會壓力、學習自立、學習與他人相處、自我成就之實現、家庭團聚、安全感、冒險犯難、磨練領導能力及結交新朋友。在遊客遊憩需求與遊憩體驗之歷程研究中，針對遊憩體驗之意義、遊憩者與經營管理者可達成之目的，提出其觀點：

- 1.遊憩體驗是指遊憩者在其周遭環境中，藉由選擇並參與比較喜好之遊憩活動，以獲得其生理、心理上滿意之體驗歷程。
- 2.遊憩者參與遊憩活動之目的，在於獲得生理及心理上滿足的體驗，並依此體驗衡量本身的滿意程度，而訂出遊憩品質好壞。
- 3.經營管理者的目的，在於提供遊憩活動與服務，使遊憩者獲得遊憩體驗。

林淑晴(1988)認為遊憩體驗是由於個人生理、心理需求，以及經驗的記憶累積所形成的動機與期望，而「動機與期望」與所獲得的「遊憩體驗」之差距即「滿意」的程度，而任何的遊憩體驗研究目的就是要尋找出如何能夠達到最大的滿意程度。

黃振富(1996)的研究中發現自助旅行者有智識化(intellectualize)旅遊體驗傾向，透過這些體驗，旅行者本身領略了相當豐富的生命意涵，將有自我證明的能力改變生活情境，得到自我試煉的肯定，增進了自我處理事務的信心。

林政菽(2004)則認為在遊憩活動的參與中，參與者經由感官、行為上接收到各種環境間之生理的感覺和心理的知覺，而從中獲得、產生的感受與經驗，稱之為遊憩體驗。

曹勝雄(2001)指出因為旅遊產品具不可分割性，導致旅遊產品的生產和消費過程是同時發生的，也就是旅遊者必須親身經歷才能獲得感受與體驗，所以必須讓旅遊者在各方面都得到滿意。

高俊雄(2002)指出在休閒參與中，體驗是個人感官、知覺、心智和行為與周遭環境產生交互關係後，所獲得的感受與經驗。

吳竹湏(2005)認為遊客將以往的經驗、知識、技能和其他資源，藉

由旅遊活動產生新的真實感受，且旅遊是個人在休閒時間內的活動參與，以目的而言則強調活動參與的報償或收獲，這些來自於個體在旅遊活動參與中，透過知覺將環境中的訊息加以轉換詮釋成為一種內心的體會，即為旅遊體驗。就體驗觀點而言，消費體驗不再只侷限於一些購物前的活動(如需求的刺激、搜集資訊、估價等)，也不只是一些購物後的活動(如滿意度的評估等)，而是包含一連串會影響消費者決策和未來行為的其他活動(Vezina,1999)。地方文化產業的消費趨勢是走向「體驗式」的感性消費，以文化、消費與情緒體驗等非實體性的經濟價值為主(郭品好，2004)。例如，懷舊體驗是遺跡觀光(heritage tourism)興起的主要因素(陳貞吟，2005)。Schiffman and Kanuk(2000)則認為經驗主義者對消費行為所產生的享樂、愉悅經驗有興趣，想要了解消費者在各種獨特的環境中所表現的行為。體驗在觀光產業中之重要性不容忽視，觀光旅遊業可說是發展體驗經濟的先驅(Quan & Wang, 2004)。旅遊業發展至今，體驗始終是觀光旅遊活動的核心產品與價值所在，觀光旅遊業者必須不斷組合實體環境與人員服務使遊客獲得特殊體驗，並強化企業本身在競爭激烈的市場中須維持的優勢。

Gunn(1997)指出觀光旅遊業者進行活動規劃與發展的重要關鍵，在於掌握整個旅遊體驗過程中遊客的心理感受及情感，因為在觀光旅遊業中，消費者購買和所需要的是體驗(Prentice, Witt & Hamer, 1998；Ryan, 1995)，消費者期待透過旅遊活動的參與獲得有別於日常生活中不同的經驗與感受(Frochot & Hughes, 2000；Ritchie & Crouch, 2000；Peters& Weiermair, 2000)。Otto and Ritchie(1996)認為觀光活動與事件傳達給遊客的意義，形成遊客心中主觀的情感狀態，即為旅遊體驗。

根據 Ryan (1995)對旅遊體驗(tourism experience)之定義為：遊客在進行旅遊活動的過程之中，對於所接觸之人、事、物產生的難忘回憶與感受。Lashley(2008)認為旅遊體驗是創造回憶的要素，當服務的提供者(如飯店、旅行社、或旅遊目的地等)與顧客互動的過程中能夠使其感到備受

款待，並建立良好的賓主關係時，會引發消費者不同於日常生活中的情緒反應，而這種主觀的心理反應即旅遊體驗。

Zouni and Kouremenos(2008)指出，遊客與各式各樣的旅遊要素互動或經由服務接觸(service encounter)所產生的深刻印象與情感，會形成特殊的旅遊體驗。Rustichini and Siconolfi(2004)認為旅遊體驗無法經由購買行為取得，而是遊客本身在心中形成的產物。

總結上述，若將旅遊體驗形成的過程視為一條生產鏈，業者提供旅遊要素，這些資源為體驗產生的原料，遊客則在整條生產鏈中扮演最重要的角色，在特定的時間與空間透過購買或參與將旅遊資源連結起來，亦即完成消費的行為後，旅遊體驗才因應而生。

綜合以上文獻可知旅遊體驗會受到不同的環境背景、心情、身體狀況等因素所影響，當遊客在經歷各種遊憩項目後，會結合自身的過去經驗進行生理和心理綜合分析，以獲得其生理、心理上滿意之體驗歷程(蔡幸娟,2015:20)。



## 第四節 知覺價值

在觀光旅遊產業中，對於知覺價值的研究，有利於觀光產業業者瞭解消費者的消費行為(Petrick,2004)。今天知覺價值的概念已逐漸成為企業提供消費者服務，及提昇企業競爭條件的關鍵之一。

學者們對知覺價值所下的定義，為消費者基於自身所知覺獲得的部分與所付出部分之間的權衡結果，並對服務或產品做出整體性的評估價值(Zeithaml,1988；Dodds, Monroe & Grewal, 1991；Cronin, Brady & Hult, 2000)。

Woodruff and Gardial(1996)提出，知覺價值就是顧客在使用產品或服務後，根據顧客對「得」(get)與「給」(give)、「犧牲」(sacrifice)與「利益」(benefit)二者之間權衡下的價值認知。

Thaler(1985)認為：「知覺價值是由交易效用與獲得效用所組合而成」。交易效用是由消費者心中概念性的貨幣犧牲與實際知覺的貨幣犧牲相互比較而來；獲得效用則是由消費者知覺利益與實際知覺的貨幣犧牲相互比較而來。

Zeithaml(1988)定義知覺價值為「消費者依據其所獲得的與所付出的，對產品效用所做的整體性評估價值」。並且認為消費者在購買產品或服務時，不一定會堅持選擇品質好的產品或服務，消費者有可能因為不願意花費過高的代價或金錢，使得消費者寧願購買品質較差，但尚可接受價格的產品或服務。因此發現消費者對價值的認知概念，除了產品或服務的品質水準要求外，消費者對購買此一產品或服務所需花費的金錢或代價，也是消費者自己考量的重要因素。因此，Zeithaml(1988)將價值分為下列四種定義：

- 一、價值是低的價格：企業可藉由不同的促銷方案降低價格，增加顧客的知覺價值，也就是顧客心中的價值。
- 二、價值是個人從產品中所想要獲得的：產品是否能夠讓顧客在消費時得到主觀需求上的滿足。

三、價值是個人付出的價格與所得到的品質之間的比較：強調顧客以金錢取得產品的品質，能夠符合一分錢一分貨的公平原則。

四、價值是個人所付出與獲得的比較：則是評估整體的付出與收穫後而獲得的結論。

Monroe(1990)定義知覺價值為：消費者自產品所獲得的知覺品質或利益，相對於價格支出所知覺的犧牲，二者間的權衡結果。認為知覺價值會影響消費者購買商品之決策，並進而影響到消費者的購買意圖。Bolton and Drew(1991)認為消費者在評估價值時，會針對個人偏好與個性為基礎，因此不同的消費者對於相同的服務與產品不會產生完全相同的知覺價值。Dodds, Monroe and Grewal(1991)認為消費者在以金錢購買產品時，會設定其所能接受的價格，而知覺價值是消費者認為購買產品價格比消費者所能接受其設定的價格還低時產生的知覺，並且當知覺價值增加時，其消費意願也會隨之提高。Ravald and Grönroos(1996)認為消費者知覺價值已成為一種差異化與維持競爭優勢的重要關鍵因素之一，企業必須提供比其他競爭者更具價值的產品或服務給消費者。Woodruff(1997)提出消費者知覺價值是消費者為了達成期望，對於產品屬性、屬性的表現與結果加以評估以及消費者本身認知上的偏好。Woodruff (1997) 認為知覺價值產生於消費者購買流程的每一階段，其中也包含購買前的階段。Cronin, Brady and Hult(2000)提出消費者知覺為獲得與付出的衡量結果，並對產品與服務做出整體評估的價值。通常消費者的再消費意願會受知覺價值的影(Cronin,Brady and Hult, 2000)。

林明鋒(2004)指出消費者透過知覺品質與知覺犧牲，兩者間的取捨作整體性的效用評估，而這整體性的效用評估即是知覺價值。

蔡文凱(2005)定義知覺價值為消費者知覺產品或服務的形成過程，進而產生一個整體性的效用評估，由消費者在主觀上認定並衡量付出與獲得過程上對產品或服務的價值，並進而將其知覺價值作為消費者滿意度及購買意願的

根據。

何雍慶與林美珠(2007)主張消費者知覺價值乃消費者為獲得期望利得，以消費者能夠付出的成本來交換該利得的一種實際知覺。Monroe and Krishnan(1985)認為知覺價值會影響消費者購買商品之決策，知覺價值的高低程度是受到消費者的知覺品質與知覺犧牲所影響，進而影響消費者的購買意圖(王文祥，2016:54-63)。

湯宗泰與劉文良(2005)提出消費者為取得產品與服務的價值，所花費的成本有金錢成本、時間成本、精神成本及心理成本等，合稱為知覺成本，在把知覺利益(如產品、服務、個人與形象等利益)與知覺成本相互加減，即是消費者真正獲得的價值，知覺價值也就是知覺利益與知覺成本相互比較後的結果。

本研究個案審計新村來看，由於參觀審計新村的民眾並不需要花費門票、或付出費用等與之交換，對於知覺價值的衡量，比較符合湯宗泰與劉文良所提出之觀點。參觀者之知覺價值來自於知覺利益與知覺成本比較後之差異；參觀者付出時間成本、精神成本、心理成本等知覺成本，得到的知覺利益則是在產品、服務、個人與形象等利益上。當知覺利益大於知覺成本時，遊客就會對此次的行為感到滿意與正面。

## 第五節 重返意願

重返意願(Intention of Revisit)是指遊客或顧客再次旅遊之意願，當消費者對於產品或是服務感到滿意時，將會產生重覆的旅遊行為(Francken, 1993)。重返意願是指旅客對於旅遊目的地感到滿意驅使行為之動作，而再一次遊玩到某一個目的地或是同一個國家的其他景點，並且出現優先考慮的旅遊可能，及推薦他人的可能性(Kozak, 2001)。

Parasuraman (1985)將重返意願定義為：消費者本身願意再次消費或遊玩，也願意向他人推薦並給予正面肯定的行為。Ajzen & Driver (1992)以個人感覺意願並推薦他人意願做為測量遊客重返意願的高低。Kozak (2001)則認為重返意願指遊客願意再次旅遊某一目的地或同一國家內的其他景點。周秀蓉(2008)針對主題樂園的遊客，認為重返意願是指主題樂園遊客是否願意再次前來同一主題樂園遊玩。

Baker 與 Crompton(2000)認為重遊意願是指遊客重回目的地的意願，是衡量人們實際上的行為方式。張耿輔(2000)研究指出，觀光景點與設施服務需求對於遊客的吸引力並沒有明顯關係，不管遊客是否重視遊憩區的知名度、衛生情況、環境安全，其對各遊憩資源的吸引力強度幾乎相同，雖然設施對遊客所受吸引力並沒有直接影響力，但是卻會直接影響遊客遊憩品質與感受，也因此影響了重返意願。國內學者林鴻偉(2003)對於大陸客來台之旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係研究，結果發現影響大陸遊客來台重遊意願的因素第一是環境滿意度，其次是整體滿意度(戴雅蓉, 2015:32-35)。

綜合國內外相關研究，重返意願為遊客再次遊玩的意願，且遊客對特定旅遊地點的滿意並且再度參訪相同的目的地，也願意將該目的地推薦給朋友和家人。本研究定義為針對台中市審計新村遊客，是否願意再次前來審計新村旅遊，並且願意推薦給其他親友之行為意願。

## 第六節 台中市審計新村介紹

### 一、台中市審計新村歷史

台中市西區的「審計新村」，其歷史可追溯到 1950 年代，當時退守台灣的中華民國政府，為防止戰爭時一次就將政府機關摧毀，因此推動「疏遷計畫」，把臺灣省政府遷到臺灣中部。疏遷計畫除政府機關外，還包括公務員及家屬，為安頓大量遷居公務人員及其眷屬，政府陸續完成全台五個重要宿舍區，除 1957 年完成位於南投式的中興新村外，其餘四處均在台中市轄內，包括有 1956 年率先於霧峰區完成的光復新村，其次是台中市北屯區三光巷的長安新村，接下來是 1969 年於台中市西區完成的民生路審計新村，最後則是 1975 年完工位於台中市南屯區的黎明新村。

臺灣省政府五大宿舍群的建築風格獨特，區內鄰里單元充滿綠意與人性尺度，不但是臺灣戰後重要的公共建設，也是見證臺灣省政府在中臺灣發展五十多年的重要地標。

本研究個案－台中市審計新村位於台中市西區民生路向上國中學校北側，(圖 2-1)該宿舍區同時也是台中市第三批臺灣省政府宿舍群，興建年代為 1969 年及 1972 年兩階段。整個宿舍區共有 26 棟建築，包括民生路 356 號至 372 號共 14 戶門牌，民生路 368 巷 9 號、1 弄、2 弄及 4 弄共 27 戶門牌，總計有 41 戶門牌，土地面積約 0.68 公頃(圖 2-2)。原使用管理機關主要為臺灣省政府審計處，臺灣省政府及臺灣省新聞處分別擁有 11 個門牌及 2 個門牌，精省後移交審計部農林教育審計處、行政院新聞局及臺灣省政府，住戶已全數遷離，於 2006 年奉行政院核定辦理騰空標售後，移交國有財產署管理，因大面積國有房地無法標售政策影響，該區域已閒置多時，隨著時空變異，該眷舍解除昔日的任務，靜默地佇立在城市中淡出人們的記憶，然而在這些失落的空間原先社區良好的景觀美質已不復在，卻成附近社區治安的死角、髒亂的溫床，給週邊的環境帶來負面的影響。



圖 2-1 台中市審計新村鄰近商圈圖

資料來源:本研究繪製



圖 2-2 審計新村平面配置圖

資料來源:國立中興大學辦理「審計新村文創園區」出租經營管理邀標書,(2015.12)

## 二、審計新村現況

臺中市民生路為見證日據時期、國民政府遷臺時期及臺灣經濟蓬勃時期的一條重要人文軸線，審計新村位於台中市民生路與中興街口，處於新舊商圈交匯核心，區間有許多都會發展中具歷史意義的獨特風格空間，加上近年發展成

熟的美術園道商圈，如漣漪般向外擴展，成為臺中最具人文氣息的區位。

審計新村鄰近國立美術館、綠園道，週邊綠意盎然，加上白牆紅瓦的建築特色，整體社區環境宜人、別具風情(圖 2-3)。為活化閒置國有房地，提供產業發展需求之空間，並帶動地方整體發展，國產署中區分署分別與台中市政府及中興大學以委託改良利用方式合作，台中市政府擬以文創商業模式為主軸，並配合台中市政府之「摘星計畫築夢臺中」政策，提供青年創業獎勵方案，鼓勵青年進駐創業，加上展演機能，創造更多不同形式的新空間經濟，以群聚激盪出有獨特個性的空間和帶著創新性格的經濟活動，讓審計新村創造成臺中都會文創觀光事業的新亮點。台中市政府為提昇臺中成為國際觀光城市，擬於審計新村規劃國際青年旅店(Young Hotel)，以本區位的文創活力與熱絡的都會生活圈為基礎，吸引國外的青年到此觀光旅遊，探訪城市的人文祕境。除提供一個國際青年來臺中時的落腳處，住宿之外還能在這裡和各國的青年人交流，此外本區之青年文創小鋪、不定期的跨業展演...都能與國際青年旅店相輔相成，更加強化本區的獨特個性，讓臺中都會的魅力更具多元性。台中市政府為活絡閒置公有建物，提供產業發展需求之空間，並帶動地方整體發展，往外延伸連結鄰近區域發展，創造出新的經濟活動，以「新空間經濟」吸引新的商業模式，為有志創業的青年創造更有利的創業舞臺與契機。(圖 2-4)



圖 2-3 審計新村現況模型照

資料來源：臺中市政府都市發展局，臺中都心計畫，文化城中城之審計新村





圖 2-4 審計新村現況照

資料來源:本研究整理

### 三、青年創業基地概況

台中市政府將審計新村內一部分場域劃分為青年創業基地，以較優惠的場地租金提供給青年創業創業家，並提供每月新台幣三萬三千元的補助，期待青年創業有成(市府:摘星計畫)。其中共 26 位青年創業家，經訪談及整理後資訊如下:

表 2-1 審計新村創業青年公司資料彙整表

序號	公司類型	公司名稱	經營特色
1	工作室	臺中創意公仔工作室創業計畫	公仔創作與販售
2	賣店	布菘瑟-鐵花窗文創精品	鐵花窗文創商品展售
3	賣店	就愛兩個人皮件	手作包販售
4	賣店	拾光旅行影像故事營運與故事推廣平臺建置	咖啡廳+故事推廣平臺+文創品販售
5	賣店	「Plate Movement/板塊位移」時裝品牌	設計師時裝品牌
6	賣店	大目農田-都市裡的農村	農產品銷售+文創品販售
7	餐飲	小樹森林親子食趣工作室	親子料理教室
8	餐飲	café Teatro	表演+藝術+咖啡廳
9	賣店	我材藝術設計有限公司	木作商品販售+diy 教室
10	工作室	創客。行動聚落-見學中心平臺創業計畫	工藝資源整合平臺



11	工作室	Chaiwood-柴屋	皮革木材複合媒材家飾創作
12	工作室	「暖星空」藝術聚落	藝術教學教室
13	工作室	野餐廳獨立出版計劃	傳統餅舖+紙本出版
14	賣店	艾瑪的理想創意包	手工皮件、皮包販售
15	賣店	禧門工舍	客製化家具販售
16	賣店	Anathapindika Books 給孤讀者書店	二手書籍書店
17	工作室	初學者手製	手作娟印文創品
18	工作室	實務裝修所 x 微鐵加工廠	鐵製家具製作
19	工作室	樂田英雄公司創業計畫	農產品行銷販售
20	工作室	One Shoe 只賣一隻鞋	手工鞋客製販售
21	賣店	花芽兒，綠色永續新文創	文創商品販售+展覽空間
22	賣店	COBUTA 文創商品開發計畫	文創、雜貨商品販售
23	賣店	遊遊臺灣：在地客 X 旅行人的交流平臺	在地與旅行者交流平臺+文創品店舖
24	賣店	單速車零售(批發)	咖啡店+單速車零件販售
25	工作室	SHINER 數位服務整合計畫	app 開發
26	工作室	鐵牛戶外文創空間計畫-營運籌備處	文創品販售+藝文展覽+飲食+課程體驗

資料來源：本研究整理

#### 四、國際青年旅社

為促進國際背包客交流，台中市政府於審計新村文創園區內希望能規劃國際青年背包客旅社，將其中編號 1~16 棟的二樓空間作為共 16 個房間的背包客，盼能透過國際青年的入住，帶來藝術與設計的國際交流經驗。(如圖 2-5)



圖 2-5 審計新村二樓編號 1-16 青年旅舍分佈圖

資料來源：國立中興大學辦理「審計新村文創園區」出租經營管理邀標書，(2015.12)

## 五、現況公告招租營運

由於審計新村由國產署分別承租給台中市政府、國立中興大學，未使將來運用開發得宜，雙方同意由中興大學辦理招商營運。招商營運商目前已於2016年一月，由地表最潮股份有限公司得標，營運使用年限為十年。公告招商資料中為免使土地開發過份哄抬租金，有訂立各單位租金上限如下：

表 2-2 審計新村廠商自主營運區及租金上限一覽表

區位		編號	樓層	出租金額上限/月
國際青年旅店		3、4、5、6、9、10、11、12、13、14、15、16(註1)	2F	無
國際青年旅店公共設施	臨中興街	12	1F	
		11	1F	
文創商店區	臨民生路側	1	1F	7,869
		2	1F	7,869
		3	1F	7,625
		4	1F	7,625
		5	1F	8,363
		6	1F	8,363
	臨中興街側	14	1F	6,528
		16	1F	6,324
	內店	7	1F	5,916
		8	1F	6,324
		9	1F	5,916
		10	1F	5,916
		13	1F	6,528
B 區域	15	1F	6,324	
	27	1F	20,802	
	28-1	1,2F	5,595	
	28-2	1,2F	5,595	
	29-1	1F	4,310	
	29-2	1F	4,310	
	29-3	2F	4,310	
29-4	2F	4,310		

資料來源：國立中興大學辦理審計新村文創園區出租經營管理邀標書，(2015.12)

表2-3：摘星計畫區坪數及租金上限(含公共區域水電及清潔管理維護費用)

樓層	單元編號	面積/坪	公共空間/坪	使用坪數	租金上限 (含清潔管理維護費用)
1F	#01	4.40	8.6	13.00	5900
	#02	3.13		11.73	5200
	#03	4.40	8.6	13.00	5900
	#04	3.13		11.73	5200
	#05	4.40	8.6	13.00	5900
	#06	3.13		11.73	5200
2F	#11	4.84	8.09	12.94	5600
	#12	3.21		11.31	4700
	#13	4.84	8.09	12.94	5600
	#14	3.21		11.31	4700
	#15	4.84	8.09	12.94	5600
	#16	3.21		11.31	4700
1F	#07	10.76	0	10.76	10100
	#08	10.76	0	10.76	10100
	#09	10.76	0	10.76	10100
	#10	10.76	0	10.76	10100
2F	#17	3.21	3.17	6.38	4000
	#18	2.46		5.63	3600
	#19	2.51		5.67	3600
	#20	3.21	3.17	6.38	4200
	#21	4.97		8.13	5200
	#22	3.21	3.17	6.38	4200
	#23	2.46		5.63	3600
	#24	2.51		5.67	3600
	#25	3.21	3.17	6.38	4200
	#26	4.97		8.13	5200

資料來源：國立中興大學辦理審計新村文創園區出租經營管理邀標書，(2015.12)

整理近期審計新村新聞媒體報導摘要如下：

表 2-4 審計新村媒體報導整理

日期	媒體/記者	摘要
2016/4/30	中央社	<b>審計新村打造青年文創園區 市政府簽約</b> 臺中市政府林市長與中興大學校長薛富盛、地表最潮公司執行長吳宗穎等人簽約，將審計新村文創園區經營權委由地表最潮公司經營管理。
2016/4/11	TVBS/ 江俊彥	<b>審計新村成蚊子窩 遊客不上門</b> 青年創業基地成了蚊子窩，向勞工局反映，勞工局要他們等到 2016 年 5 月份，新的民間經營單位進駐由他們解決。
2015/8/15	中國時報/ 黃繡鳳	<b>審計新村揭幕 林佳龍掛保證</b> 台中市長林佳龍表示，審計新村串聯草悟道及美術館的文創商機，可望成為最新的觀光熱點。
2014/11/16	聯合報/ 喻文玟	<b>審計新村翻修 打造小農文創聚落</b> 興大、國有財產署攜手活化「審計新村」，要打造文創、小農新聚落。
2014/11/15	中央日報/ 陳惠玲	<b>興大與國產署共同開發審計新村國有地</b> 興大與國產署合作活化審計新村，合力打造文創與小農新聚落。
2014/10/22	臺灣新生報/ 張淑珠	<b>審計新村空間再造啟動 摘星青年創業夢想實現中</b> 台中市政府今(21)日舉行審計新村空間再造啟動典禮，宿舍群已有四十多年歷史，市府活化再造後，將作為台中市青年創業基地，讓臺中青年創業的夢想實現。
2014/10/22	聯合報/ 洪敬滋	<b>審計新村將變青年旅社、文創商店</b> 台中市西區審計新村是光復早期的省府宿舍建築群，迄今有 40 年歷史，但已閒置多年，臺中市政府與國有財產署合作，把 26 棟閒置建築重新活化，已經開始整修，未來將委外經營，打造青年旅社與文創商店。
2014/10/21	國立教育廣播電台	<b>摘星青年創業基地審計新村空間再造啟動</b> 臺中市政府今天(21日)舉行審計新村空間再造啟動典禮，除審計新村外，霧峰光復新村、潭子摘星山莊，將作為台中市青年創業基地，讓臺中青年創業的夢想實現。
2014/10/21	中廣新聞網	<b>蚊子走了文青來了 中市審計新村空間再造啟動</b> 幫助年輕人一圓創業夢，臺中市長胡志強提出摘星青年創業計畫。其中，都發局和國產署合作，簽訂開發契約，以三千五百萬，再造西區審計新

		村，成為摘星青年創業基地，共規劃二十六個單位，明年起，開放青年申請，每月三萬三創業獎勵金，都發局長沐桂新說，蚊子走了，文青來了，青年人創業夢想，正在台中實現中。
2014/10/21	大紀元/ 謝平平	<b>審計新村大改造 旅館兼青創 11月招商</b> 處在勤美誠品、國美館中間的審計新村荒廢多年，經過台中市政府與國有財產署協商後，目前定案為台中市第三處文創園區，以背包客旅舍加上「摘星計畫」青年創業基地為主。勞工局長賴淑惠表示，摘星計畫有市政府的房租補助、創業設施補助、每人每月 33K 創業獎勵金等，僅有 26 個名額，北中南說明會場場爆滿，可見大家對「審計新村」抱有極高度的興趣。
2014/9/15	中央社/ 韋樞	<b>國產署中市府活化資產 助青年創業</b> 財政部國產署和台中市政府合作，活化台中市西區民生路原審計新村舊房舍，提供文創產業發展需求空間，輔導青年微型創業，為有志創業的青年創造更有利的舞台與契機。

資料來源：黃隆榮，2015，協力治理應用於活用國有不動產之研究。本研究整理。



## 第三章 研究設計

### 第一節 研究方法

#### 一、研究方法

本研究依據研究目的提出研究假設，運用文獻評析成果，發展問卷題項，並執行深度訪談調查、分析，回饋驗證研究目的及研究假設。採用之研究方法概述如下：

##### (一)、文獻評析：

本案回顧閒置空間再利用的演進與發展相關文獻，以了解閒置空間作為文化創意園區的發展歷程，並探討當前文創園區經營之方式，歸納出文創園區經營之可能關鍵成功因素。

##### (二)、問卷調查法

本研究透過過去相關實證研究結果整理，歸納研究變數後並予以操作化及發展量表，透過隨機抽樣方式進行樣本調查，回收後予以統計分析加以驗證研究假設。

##### (三)、深度訪談法：

本研究之研究母體為台灣地區公有閒置空間作為文創園區經營之場域，限於時間、人力難以全面普查，為了更了解個案場域之經營策略，本研究選擇以深度訪談方法進行研究。依據個案場址內二家不同成熟度之創業廠商、一家輔導青年創業多年的顧問公司、一家具青年旅社經營經驗之文創公司，最後透過訪談結果整理得出本研究之結論與建議。

#### 二、研究限制

本論文除研究者本身能力與時間的研究限制外，尚有以下之限制

- 1.專家訪談：本研究採用專家訪談法，受訪者背景、對問題主觀認知及看法都將影響本研究結論。再則因人力、經費之不足，無法全面訪談所有相關廠家，僅從受訪者口中得到資料，可能會有一些偏差。
- 2.研究對象：個案研究對象只針對台中地區文創產業園區經營廠商，對於其他較小或不同地區之沒有列入探討，將可能影響研究結果。

## 第二節 研究流程

### 一、研究流程

本研究的主要目的在於了解當前閒置空間再利用與遊客懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值和重返意願關係之研究，在操作流程上，第一步驟為確認研究動機與目的，再確定研究範圍與研究對象。第二步驟為搜集回顧國內外相關文獻，及相關產業環境的現況，以做為後續研究架構建立之基礎。第三步驟為建立評估準則、擬定研究操作架構，據以設計深度訪談問卷題項，並經問卷前測修正後，正式執行問卷調查。第四步驟即針對深入訪談成果做整理與分析，最後總結研究成果，提出結論與建議，擬定研究流程，如圖 3-1 所示：

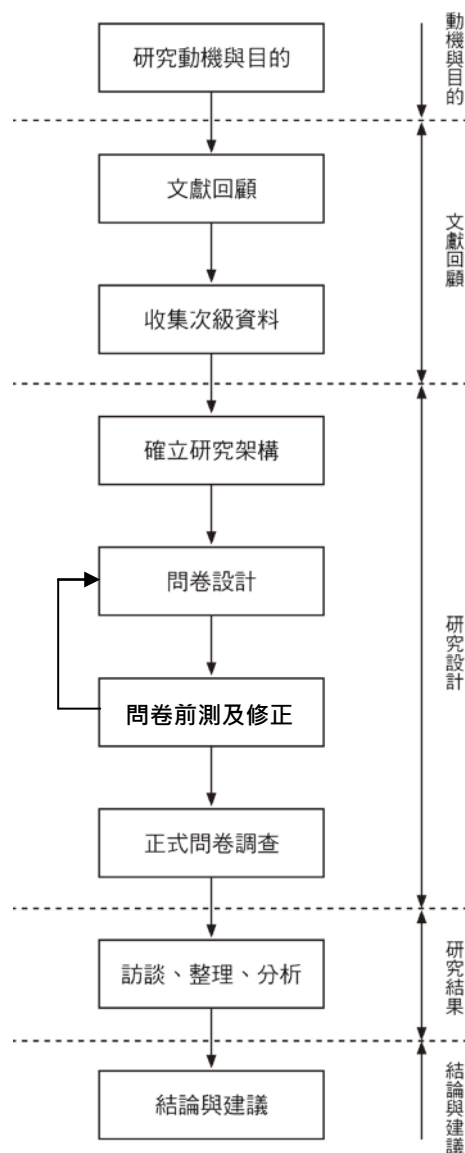


圖 3-1 研究流程圖



## 二、訪談對象與大綱

本研究以標準化開放式訪談方式，藉由相同的問題順序，在訪談時受訪者均被詢問相同次序的基本問題，透過此方式將受訪者的變異性降到最低。訪談對象包括二家已進駐之創業青年、一家原本審計新村執行輔導專案公司及一家具有經營連鎖飯店之文創公司，及文創場域建置學者等共五位產官學專家，其基本資料如下：

表 3-1 深入訪談對象基本資料表

序號	專家名稱	內容
A	保羅市集	見學活動、農業策展、解決中高年齡勞動力的問題。
B	大目農田	自耕農產、文創商品展售。
C	傳動數位策略有限公司	審計新村摘星青年計劃執行團隊、產業輔導規劃、社區營造、行銷宣導活動。
D	對了出發文化創意公司	建築景觀設計、飯店旅店規劃館管理。
E	大學景觀所教授	景觀規劃、文創產域建置及建議

資料來源:本研究整理

### 訪談大綱內容

- 1、審計新村是 1969 年完工的臺灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有什看法？
- 2、您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？
- 3、您的觀察，來這邊消費的遊客，大多數的年紀及客層是？
- 4、您覺得他們喜歡這裡的懷舊空間嗎？
- 5、您的觀察遊客他們會因為喜歡這裡的懷舊感而來旅遊或消費嗎？
- 6、遊客喜歡來這裡的主要原因是？他們最希望改善的是？
- 7、如果讓你自由選擇文創場域，你會考慮審計新村嗎？為什麼？
- 8、對於審計新村的未來，您的建議是？
- 9、對於閒置空間再利用的場域，您建議適合發展的產業是？

### 第三節 研究架構與假設建立

#### 一、研究架構

本研究為探究「懷舊意象」、「旅遊體驗」及「知覺價值」對於「重返意願」之影響，因此，根據相關理論與架構為基礎(請參照：圖 3-2 研究架構)，發展出本研究架構，並以「懷舊意象」、「旅遊體驗」及「知覺價值」作為本研究架構的內生變項，而「重返意願」作為本研究的內生變項。此外，根據近年來應用「旅遊體驗」及「知覺價值」相關變數來探討「旅遊滿意度」及「重返意願」的經驗研究證據顯示，「旅遊滿意度」及「重返意願」深受「旅遊體驗」及「知覺價值」影響；但相對少數研究探討「懷舊意象」對於「旅遊滿意度」及「重返意願」的影響。

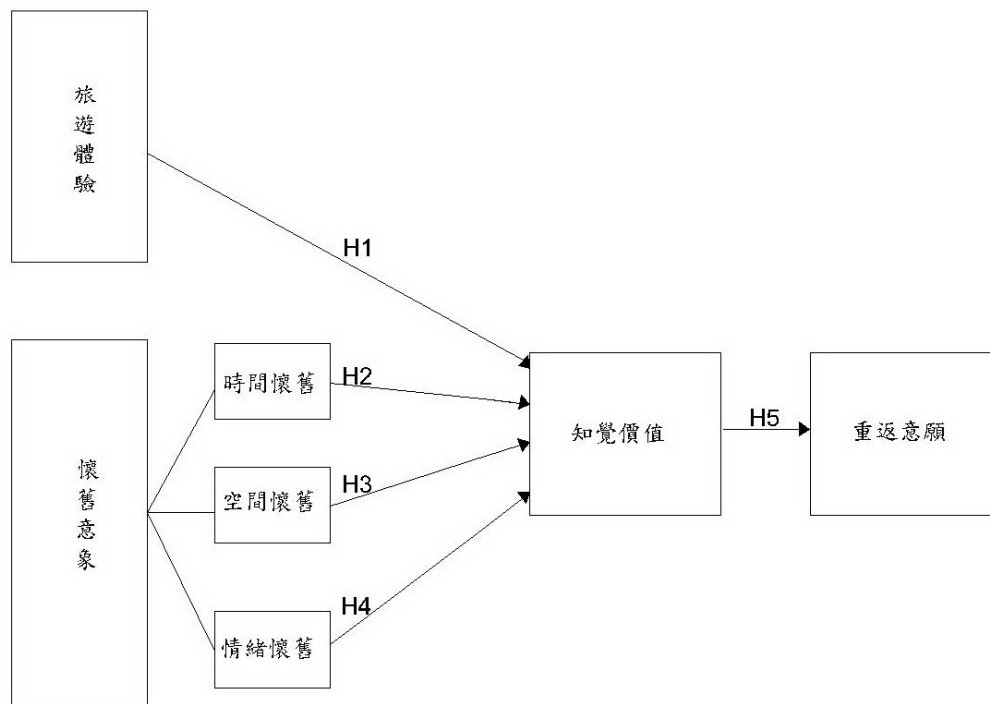


圖 3-2 研究架構

## 二、研究假設

根據第二章文獻探討的論證與闡述，於推演與歸納出本研究架構，在此利用此研究架構所提出的研究假說如下所述：

假設 1：旅遊體驗對於知覺價值具有顯著正向影響關係。

假設 2：時間懷舊對於知覺價值具有顯著正向影響關係。

假設 3：空間懷舊對於知覺價值具有顯著正向影響關係。

假設 4：情緒懷舊對於知覺價值具有顯著正向影響關係。

假設 5：知覺價值對於重返意願具有顯著正向影響關係。

## 第四節 問卷量表設計與前測

問卷設計要注意的事項在於如何提高量表的信度與效度，但是增加樣本數目並非是最佳的方式，而是提高「量表設計過程的嚴謹程度」與「量表內容的精確性」(林震岩,2006：200)。根據圖 3-3 所示，蒐集相關文獻與確立研究模型，並釐清變數的內容與操作型定義，而在文獻探討過程中發現過去相關研究已有提出相關的量表可以使用，因此我們選擇過去相關研究之量表並決定問卷問題的類型，綜合分析以歸結成本研究之初步問卷。

隨後透過國內對於文創觀光產業有相關研究和鑽研的學者專家進行審視，請其評估量表內容是否適當，以符合內容效度的要求。隨即進行前測，以瞭解填答問卷之題項內容是否清楚，並利用分析以檢查每一個問題是否與研究架構有關來進行問卷題項的選擇，透過刪除不佳的預試題目以及選取內部一致性的題目後，最後完成本研究正式衡量的問卷。

此外在正式實施問卷調查前，再將整個問卷的排版、標題字體、填答說明及感謝詞作適當的編排，以求問卷格式的一致性和避免漏答情況的發生。

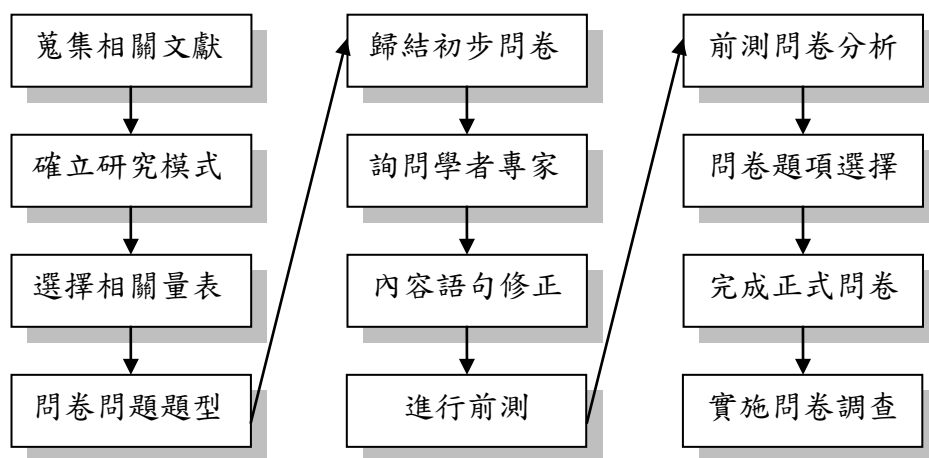


圖 3-3 問卷設計流程圖

### 一、測量工具的發展與內容效度的補強

#### (一)、測量量表的選擇與修正

##### 1. 懷舊意象

遊客的懷舊意象衡量，是將懷舊意象分為三個層次，包括：(1)時間懷舊：一種對過去所經歷時光重現的渴望。(2)空間懷舊：當真實物件已不復存在或無法取得時，個體借用過去的歷史、故事、人物等，透

過看故事般的眼睛去體會過去。(3)情感懷舊：一種對於文化、世代或國家的懷念或感情。

本研究採取程柏舒(2006)、劉子菁(2008)、林宗賢(2009)、戴有德(2009)、李明汝(2014)等人所提出的衡量量表，其「時間懷舊」衡量的內容，例如：這裡讓我感覺到融入了以前的生活、這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好、我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活、我感覺到時代的興衰變遷。其「空間懷舊」衡量的內容，例如：我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物、我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺、我能在這裡找尋到一些已經不存在的心情、這個地方可以讓我重溫舊夢。其「情緒懷舊」衡量的內容，例如：現在我在這裡的情緒狀態是平靜的、現在我在這裡的情緒狀態是輕鬆的、現在我在這裡的情緒狀態是美感的、現在我在這裡的情緒狀態是舒適的。

其衡量尺度採取 Likert 五點尺度，而受測者根據這些問題的選項來回答其同意與不同意的程度(5 表示非常同意；1 表示非常不同意)。

表 3-2 懷舊意象量表

構面	NO	問卷題目	相關研究
時間懷舊	1	這裡讓我感覺到融入了以前的生活	
	2	這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好	
	3	我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活	
	4	我感覺到時代的興衰變遷	
空間懷舊	5	我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物	程柏舒(2006) 劉子菁(2008)
	6	我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺	林宗賢(2009)
	7	我能在這裡找尋到一些已經不存在的心情	戴有德(2009)
	8	這個地方可以讓我重溫舊夢	李明汝(2014)
情緒懷舊	9	現在在這裡的情緒狀態為平靜的	
	10	現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的	
	11	現在在這裡的情緒狀態為美感的	
	12	現在在這裡的情緒狀態為舒適的	

資料來源：本研究整理。

## 2. 旅遊體驗

遊客到訪某觀光目的地後，將會對該目的地產生一種新的感覺，這樣的感覺會對該觀光目的地產生新的意象，此為旅遊體驗。

本研究採取謝素卿(2011)、周稚苓(2011)、劉書雯(2016)等人所提出的衡量量表，其「旅遊體驗」衡量的內容，例如：台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化、台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍、參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機、看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念、參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感。

其衡量尺度採取 Likert 五點尺度，而受測者根據這些問題的選項來回答其同意與不同意的程度(5 表示非常同意；1 表示非常不同意)。

表 3-3 旅遊體驗量表

NO	問卷題目	相關研究
1	台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化	
2	台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍	
3	參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機	謝素卿(2011) 周稚苓(2011)
4	看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念	劉書雯(2016)
5	參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感	

資料來源：本研究整理。

## 3. 知覺價值

本研究採取蔡幸娟(2015)、周曼蓉(2015)、王詩涵(2016)等人所提出的衡量量表，其「知覺價值」衡量的內容，例如：造訪台中審計新村的經驗是值得的、造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我、台中審計新村聯外交通便利，方便前往、台中審計新村周遭環境整潔、台中審計新村享有好的聲譽。

其衡量尺度採取 Likert 五點尺度，而受測者根據這些問題的選項來回答其同意與不同意的程度(5 表示非常同意；1 表示非常不同意)。

表 3-4 知覺價值量表

NO	問卷題目	相關研究
知覺價值	1 造訪台中審計新村的經驗是值得的	蔡幸娟(2015) 周曼蓉(2015) 王詩涵(2016)
	2 造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我	
	3 台中審計新村聯外交通便利，方便前往	
	4 台中審計新村周遭環境整潔	
	5 台中審計新村享有好的聲譽	

資料來源：本研究整理。

#### 4.重返意願

最終的滿意度是觀察遊客行為的重要指標，而大部分的研究發現正面情緒可能使遊客滿意度較高，且較可能影響遊客的重返意願。

本研究採取吳承穎(2014)、周曼蓉(2015)、劉書雯(2016)等人所提出的衡量量表，其「重返意願」衡量的內容，例如：您會帶朋友到台中審計新村旅遊、您會再來台中審計新村旅遊、台中審計新村是您未來休閒、藝文活動規劃的優先選擇。

其衡量尺度採取 Likert 五點尺度，而受測者根據這些問題的選項來回答其同意與不同意的程度(5 表示非常同意；1 表示非常不同意)。

表 3-5 重返意願量表

NO	問卷題目	相關研究
重遊意願	1 您會帶朋友到台中審計新村旅遊	吳承穎(2014) 周曼蓉(2015) 劉書雯(2016)
	2 您會再來台中審計新村旅遊	
	3 台中審計新村是您未來休閒、藝文活動規劃的優先選擇	

資料來源：本研究整理。

## (二)、內容效度的補強

經過選擇與修改後的初步問卷，為以求問卷內容(表面)之效度。因此我們邀請國內文創觀光產業有相關研究甚有鑽研的學者專家(如表 3-6)，來對本研究之初步問卷進行語句和內容的修正，使問卷選項之內容意涵更貼近所要測量的研究變數，以確保問卷內容的效度。

表 3-6 檢視問卷之專家名單

姓名	任職	職稱	專長或興趣領域
簡正強	保羅市集	負責人	青銀建學、農產品直售
簡莉臻	大目農田	店長	青農產品販售、文創商品開發
羅傑聯	刻刻	負責人	木製品及廢物料再利用手工
李雲山	傳動數位有限公司	副總經理	活動策畫、商圈規劃及節慶企劃
魏彰志	果子文創	負責人	文創平台、特色小農產品行銷
葉欣芝	對了出發文創公司	營運長	文創商品設計、文創平台建製

資料來源:本研究整理

經學者專家修訂後，初步完稿之問卷內容包括四大部分(參考附錄一：前測問卷題項內容)，分別為「懷舊意象」、「旅遊體驗」、「知覺價值」及「重返意願」等四部分。問卷之選項乃採李克特 (Likert)五等量表法之設計，選項皆為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」；此外，並於問卷最後列出：性別、學歷、年齡等基本資料題項，以供瞭解樣本結構。

## 二、前測

問卷之前測的主要目的是在進行正式研究之前，先行檢驗問卷內容有無矛盾或不妥當之處，於前測過程中，事先察覺並予以修正，使問卷更臻於完善。但更重要的目的在於要測量工具是否具有信度與效度，Punck(1998：100)曾言「當一個問卷或量表測量信度很低時，受訪者之間的差異並非是真正的



差異，而是虛假的差異」。因此，當一個蒐集資料的工具不是很穩定、可靠或精確時，而研究者所蒐集的資料將大大受到質疑。

#### (一)、效度分析

效度即測量工具的精確性或正確性，也就是指一份量表或問卷能真正衡量到該量表所要衡量的特質或功能之程度。而效度若以內容來看，效度的評估方式有三種，從測量的內容與範圍來看的「內容效度」，從外在標準契合度來看的「效標關聯效度」，以及強調概念意涵釐清的「建構效度」。由於前測之樣本數只有 30 份，因此在前測階段無法透過統計分析的方式求得建構效度，但本研究在前測時的量表設計係經過文獻理論之歸結以及學者專家之修正所設計而成，所以在測量工具上仍有一定的內容效度。雖然無法透過因素分析來建構問卷整體之效度，然可透過下段所述之項目分析與信度分析，來篩選出較適當的問卷題項。

#### (二)、信度與項目分析

問卷項目之異質性檢定，本研究預計就預試問卷量表所得到的資料進行項目分析，以做為選擇題目之依據，將調查所得到的資料輸入電腦分析，採用決斷值 (Critical Ratio, CR)。在決斷值方面：計算題目的總分，依高低分加以排序，取得分前 27% 者為高分組，得分後 27% 者為低分組，進行獨立樣本 t 檢定，如果 t 值愈大且達到統計顯著水準表示量表題項的鑑別度愈好。進行 t 檢定時，為了避免過度拒絕的問題發生，約略的標準可以設定 CR 值  $\geq 3$  (邱皓政, 2010: 14-9)。問卷項目之同質性檢定，根據「一致性考驗法」之 Cronbach's Alpha if Item Deleted 的值，若為該構面之各題項若出現最高值者，則為建議剔除之題項，以及根據「校正式題項與總分之相關係數」的結果，若相關係數低於 0.3 以下則建議剔除之。本研究利用主成份分析法(principal components)抽取共同的因素，依據限定因素個數為 1 而非特徵值(eigenvalue)大於 1 的情況下，所擷取之因素負荷量與共同性，作為題項同質情況的判斷依據。當因素負荷量低於 0.3 以下的題目建議剔除之。

## 1.懷舊意象量表之項目分析

將懷舊意象量表中每一題進行項目分析，其結果如表 3-7

- (1)題項與總分相關:是每一個題目與其他題目加總後的總分的相關係數，若題目與總分相關係數低於 0.3，表示該題與全量表不同質，可以考慮刪除之。結果顯示，全部題數與總分的相關係數皆大於 0.3，表示其他各題項與總量表內部一致性佳故保留。
- (2)決斷值:經計算量表總平均，運用次數分配表找出前後 27%受試者的切割點，建立高低兩組後，再進行 t 檢定。結果顯示，各題項均有鑑別度，因此各題保留。
- (3)Cronbach's Alpha if Item Deleted 值: 整體量表整體信度值為 0.917 且同質性高，所有題項皆低於 0.917 以下，因此各題保留。
- (4)因素負荷量: 分析結果顯示，各題項皆大於標準 0.3，與整體量表同質性高，因此各題保留。

表 3-7 懷舊意象量表之項目分析表

NO	問卷題目	極端組比較		同質性檢驗		是否 刪題
		決斷值	刪題後 信度	與總分 相關	因素負 荷量	
1	這裡讓我感覺到融入了以前的生活	-11.156***	.895	.797	.855	保留
2	這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好	-14.732***	.888	.873	.914	保留
3	我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活	-6.426***	.917	.504	.588	保留
4	我感覺到時代的興衰變遷	-10.400***	.897	.769	.836	保留
5	我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物	-9.584***	.897	.772	.837	保留
6	我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺	-9.125***	.913	.616	.700	保留
7	我能在這裡諄尋到一些已經不存在的心情	-11.124***	.902	.724	.795	保留
8	這個地方可以讓我重溫舊夢	-13.426***	.903	.712	.789	保留
9	現在在這裡的情緒狀態為平靜的	-4.910***	.731	.553	.747	保留
10	現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的	-5.141***	.733	.623	.792	保留
11	現在在這裡的情緒狀態為美感的	-9.620***	.745	.486	.622	保留
12	現在在這裡的情緒狀態為舒適的	-4.910***	.731	.553	.747	保留
保留標準		≥ 3	< 0.917	≥ 0.3	≥ 0.3	
判斷結果		全通過	全通過	全通過	全通過	

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

## 2. 旅遊體驗量表之項目分析

將旅遊體驗量表中每一題進行項目分析，其結果如表 3-8

- (1)題項與總分相關:是每一個題目與其他題目加總後的總分的相關係數，若題目與總分相關係數低於 0.3，表示該題與全量表不同質，可以考慮刪除之。結果顯示，全部題數與總分的相關係數皆大於 0.3，表示其他各題項與總量表內部一致性佳故保留。
- (2)決斷值:經計算量表總平均，運用次數分配表找出前後 27%受試者的切割點，建立高低兩組後，再進行 t 檢定。結果顯示，各題項均有鑑別度，因此各題保留。
- (3) Cronbach's Alpha if Item Deleted 值: 整體量表整體信度值為 0.881 且同質性高，所有題項皆低於 0.881 以下，因此各題保留。
- (4)因素負荷量: 分析結果顯示，各題項皆大於標準 0.3，與整體量表同質性高，因此各題保留。

表 3-8 旅遊體驗量表之項目分析表

NO	問卷題目	極端組比較		同質性檢驗		是否刪題
		決斷值	刪題後信度	與總分相關	因素負荷量	
1	台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化	-5.779***	.868	.493	.598	保留
2	台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍	-9.013***	.858	.618	.739	保留
3	參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機	-10.397***	.852	.678	.756	保留
4	看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念	-7.826***	.881	.432	.512	保留
5	參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感	-12.127***	.853	.671	.766	保留
保留標準		≥ 3	<0.881	≥ 0.3	≥ 0.3	
判斷結果		全通過	全通過	全通過	全通過	

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

### 3.知覺價值量表之項目分析

將知覺價值量表中每一題進行項目分析，其結果如表 3-9

- (1)題項與總分相關:是每一個題目與其他題目加總後的總分的相關係數，若題目與總分相關係數低於 0.3，表示該題與全量表不同質，可以考慮刪除之。結果顯示，全部題數與總分的相關係數皆大於 0.3，表示其他各題項與總量表內部一致性佳故保留。
- (2)決斷值:經計算量表總平均，運用次數分配表找出前後 27%受試者的切割點，建立高低兩組後，再進行 t 檢定。結果顯示，各題項均有鑑別度，因此各題保留。
- (3) Cronbach's Alpha if Item Deleted 值: 整體量表整體信度值為 0.874 且同質性高，所有題項皆低於 0.874 以下，因此各題保留。
- (4)因素負荷量: 分析結果顯示，各題項皆大於標準 0.3，與整體量表同質性高，因此各題保留。

表 3-9 知覺價值量表之項目分析表

NO	問卷題目	極端組比較	同質性檢驗			是否刪題
		決斷值	刪題後信度	與總分相關	因素負荷量	
1	造訪台中審計新村的經驗是值得的	-6.086***	.874	.420	.515	保留
2	造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我	-8.764***	.840	.587	.687	保留
3	台中審計新村聯外交通便利，方便前往	-7.103***	.837	.636	.754	保留
4	台中審計新村周遭環境整潔	-9.872***	.832	.657	.749	保留
5	台中審計新村享有好的聲譽	-11.932***	.817	.771	.833	保留
保留標準		≥ 3	<0.874	≥ 0.3	≥ 0.3	
判斷結果		全通過	全通過	全通過	全通過	

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

#### 4.重遊意願量表之項目分析

將重遊意願量表中每一題進行項目分析，其結果如表 3-10

- (1)題項與總分相關:是每一個題目與其他題目加總後的總分的相關係數，若題目與總分相關係數低於 0.3，表示該題與全量表不同質，可以考慮刪除之。結果顯示，全部題數與總分的相關係數皆大於 0.3，表示其他各題項與總量表內部一致性佳故保留。
- (2)決斷值:經計算量表總平均，運用次數分配表找出前後 27%受試者的切割點，建立高低兩組後，再進行 t 檢定。結果顯示，各題項均有鑑別度，因此各題保留。
- (3) Cronbach's Alpha if Item Deleted 值: 整體量表整體信度值為 0.868 且同質性高，所有題項皆低於 0.868 以下，因此各題保留。
- (4)因素負荷量: 分析結果顯示，各題項皆大於標準 0.3，與整體量表同質性高，因此各題保留。

表 3-10 重遊意願量表之項目分析表

NO	問卷題目	極端組比較		同質性檢驗		是否 刪題
		決斷值	刪題後信 度	與總分 相關	因素負 荷量	
1	您會帶朋友到台中審計新村 旅遊	-12.450***	.855	.768	.849	保留
2	您會再來台中審計新村旅遊	-11.136***	.858	.752	.837	保留
3	台中審計新村是您未來休 閒、藝文活動規劃的優先選擇	-6.313***	.868	.673	.768	保留
	保留標準	$\geq 3$	$< 0.868$	$\geq 0.3$	$\geq 0.3$	
	判斷結果	全通過	全通過	全通過	全通過	

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

## 第五節 研究對象與蒐集資料方法

### 一、研究對象

問券調查於 105 年 11 月至 12 月間選定假日與非假日實施，非假日時段共 5 日，假日時段共 6 日，抽樣對象為問券調查期間台中審計新村文創園區的現地參觀遊客作為研究對象。

### 二、樣本的選取與研究實施過程

至於要決定運用何種抽樣技術來選取樣本，端視於研究問題的本質、良好抽樣架構的可行性、經費以及要求樣本正確的程度和方法(Devaus,1996:61)。

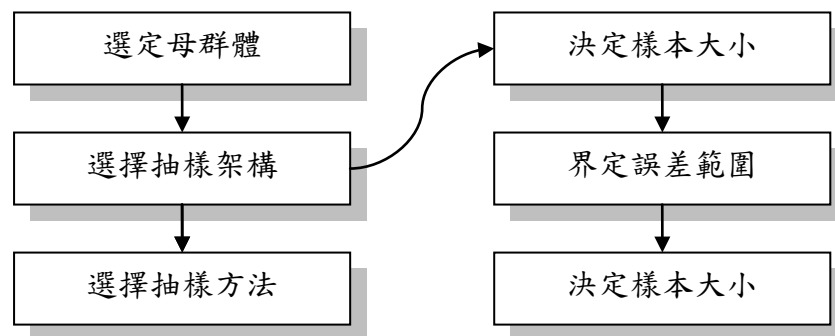


圖 3-4 抽樣步驟流程圖

資料來源：張紹勳(2004)《研究方法》，台北：滄海，第 114 頁。

而樣本數的決定並非「數大就是美」的回答，雖然樣本的數目是越多越好，然而當樣本的數目大至某一個數目之後，如果再繼續抽樣來增加數目時，則抽樣的費用會增加的很多，而其預測的準確性卻增加的有限，所以就必須在所花的「費用」與「預測的準確性」之間作一個抉擇。因此在隨機抽樣當中，決定樣本數大小的因素有母體的大小、信賴水準、準確性以及母體中每個個體的差異性。而信賴水準以及準確性可以掌握也可以用統計的方法來補救，至於母體的大小和其中的每一個個體的差異性實屬於偏差，無法掌握也無法用統計方法補救。故用二項式分配來計算應抽樣本數，其運算公式如下所示：

$$n = t^2 \times PQ / d^2 \dots\dots\dots(\text{二項式分配})$$

P 表示母群體中某類人(或某類意見)所估的比率，而 Q 等於 1 減去 P。故 95%的信賴水準則表示  $\alpha$  值=.05，其 t(面積)=1.96；d 則表示差距(母體減去樣本)或是抽樣誤差；n 則表示樣本數目。在正常情況下，樣本愈大其代表性也愈高。換言之，樣本的大小是與抽樣誤差成反比的。但樣本愈大，所需的研究成本（包括經費、人力與時間）也愈高。因此，在實際執行抽樣設計時，必須同時考量研究成本和抽樣誤差兩個因素(李沛良,1992：125)。

表 3-11 樣本大小與抽樣誤差對照表

信賴水準		95%			99%		
二項式分配比例		30/70	40/60	50/50	30/70	40/60	50/50
可 容 忍 誤 差	+/-1.0%	8067	9220	9604	13933	15924	16587
	+/-2.0%	2017	2305	2401	3483	3981	4417
	+/-3.0%	896	1024	1067	1548	1769	1843
	+/-4.0%	504	567	600	871	995	1037
	+/-5.0%	323	369	<b>384</b>	557	637	663

資料來源：賴世培等，1996，《民意調查》，台北：空大，第 115 頁。

本研究利用假日及非假日實施問卷調查，為顧及問卷有效性及可能作廢問券，擬發放至少 500 份問卷以保持樣本研究之代表性。

## 第六節 資料分析方法與工具

本研究利用 SPSS 15.0 與 Amos 7.0 兩套統計軟體作為分析的工具。而 SPSS 處理多變量統計模式中的函數關係及相互依存關係為佳，而系統關係模式則以 Amos 統計軟體處理。

### 一、人口基本變項與各構面下的變項之敘述統計

利用次數分配、百分比、平均數以及標準差等敘述統計方法來瞭解回收樣本的基本特性。

### 二、信度與效度的分析

本研究針對問卷內容進行信度與效度分析，信度分析則使用內部一致性法，衡量內部一致性則以Cronbach's  $\alpha$ 值來評估。效度分析方面則使用驗證性因素分析(confirmatory factor analysis)與相關分析等方法來評估收斂效度(convergent validity)與區別效度(discriminant validity)

### 三、人口基本變項對於各構面的影響

本研究利用獨立樣本 T 檢定(T-test)和單因子變異數分析(One-Way ANOVA)來檢測人口基本變項(性別、教育程度、年齡等)對於本研究各構面是否有在統計上存有顯著的影響(差異)。

### 四、研究模式與研究假設的檢證

本研究利用結構方程模式分析方法(Structural Equation Model，簡稱SEM)來進行研究假說的檢證，而使用的統計軟體為AMOS 7.0。而結構方程模式最大的特點是進行模組化的檢驗與分析，一個典型SEM模型包含了測量模式(measurement model)與結構模式(structure model)兩部份，前者係指實際觀察值與其背後的潛在特質(或因素)的相互關係，後者則討論潛在特質(或因素)之間的關係。而在進行檢定研究模式中各構面間的實質關係之前，必須確定獲得可接受的測量模式，所以要進行信度與效度分析的檢驗，通過檢驗後方可進行下一部的結構模式分析，這一部份的分析亦是驗證模式與假設的檢定，而評估結構模式是否可以參考，則必須遵循如下表3-12各學者所提出之各項指標的接受值(Fornell and Larcker,1981；Bagozzi and Yi,1998；Hair et al.,1998；Chin,1998；邱皓政,2004；吳明隆,2006:886；周子敬,2006:141)。



表 3-12 結構方程模式(SEM)各項參考指標

指標名稱	配適的標準或臨界值
<b>絕對配適度指數</b>	
卡方值( $\chi^2$ 值)	愈小愈好，至少大於.05 顯著水準
( $\chi^2 / df$ )	$\leq 2$ ； $\leq 3$ 或 $\leq 5$
模式配適度指數(Goodness of Fit Index, GFI)	大於或等於.90，大於或等於.80
殘差均方和平方根(Root Mean Square Residual, RMR)	此值最好低於.05，或是.025 以下，愈低愈好
標準化殘差均方和平方根(Standardized Root Mean Square Residual, SRMR)	此值最好低於.05，或是.025 以下，愈低愈好
漸進殘差均方和平方根(Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA)	.05 以下優良，.05~.08 為良好，.08~.10 為中度
<b>增值配適度指數</b>	
調整後模式配適度指數(Adjusted Goodness of Fit Index, AGFI)	大於或等於.90，大於或等於.80
規準配適度指數(Normed Fit Index, NFI 又稱 Delta1)	大於或等於.90
相對配適指數(Relative Fit Index, RFI 又稱 rho1)	大於或等於.90
增值配適指數(Incremental Fit Index, IFI 又稱 Delta2)	大於或等於.90
非規準配適指數(Non-normed Fit Index, NNFI 又稱 TLI 或 rho2)	大於或等於.90
比較配適度指數(Comparative Fit Index, CFI)	大於或等於.90
<b>簡約配適度指數</b>	
簡約配適度指數(Parsimony Goodness-of-fit Index, PGFI)	大於或等於.50
簡約調整後之規準配適度指數(Parsimony-Adjusted Normed Fit Index, PNFI)	大於或等於.50
簡約比較配適度指數(Parsimony Comparative Fit Index, PCFI)	大於或等於.50
臨界樣本數(Critical N, CN)	大於 200
Akalike 訊息效標(Akalike Information Criteria, AIC)	愈小愈好，愈接近 0 愈佳
<b>模式內在品質</b>	
潛伏變數組成信度(Composite Reliability, CR)	大於 0.7
潛伏變數平均變異數粹取量(Average Variance Extracted, AVE)	大於 0.5
所有估計參數達顯著水準	P 值小於.05，t 絕對值大於 1.96
個別項目信度(即為R平方值，亦為因素負荷量或標準化 $\lambda$ 的平方)	大於 0.5
標準化殘差(Standardized Residual, SR)	小於 1.96( $\alpha=0.05$ )
修正指標(Modification Index, MI)	小於 3.84( $\alpha=0.05$ )
<b>模式基本配適</b>	
是否有出現負的誤差變異	沒有
誤差變異是否有達顯著水準	有達顯著
因素負荷量	介於 0.5~0.95 之間
是否有很大的標準誤	沒有
參數間相關的絕對值有沒有過於接近1	沒有



## 第四章 研究結果

### 第一節 受訪者背景分析

#### 一、次數分配

(一)「性別」：本研究對象的樣本中，「男性」的受訪者人數有「195」人，占全體的「37.21」%；「女性」的受訪者人數有「329」人，占全體的「62.79」%。

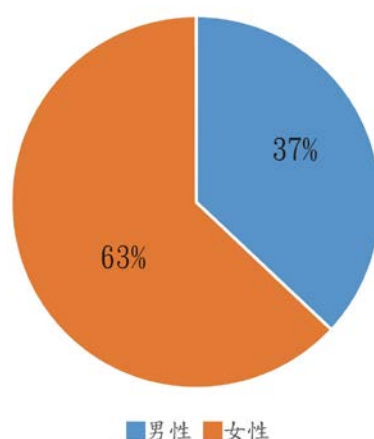


圖 4-1 受訪者性別分配圓盤圖

(二)「年齡」：本研究對象的樣本中，「18~25 歲」受訪者人數有「270」人，占全體的「51.53」%；「26~35 歲」受訪者人數有「117」人，占全體的「22.33」%；「36~45 歲」受訪者人數有「97」人，占全體的「18.51」%；「46~55 歲」受訪者人數有「40」人，占全體的「7.63」%。

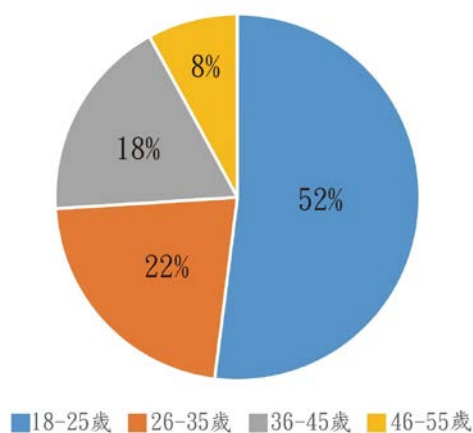


圖 4-2 受訪者年齡分配圓盤圖

(三)「教育程度」：本研究對象的樣本中，「國中」受訪者人數有「10」人，占全體的「1.91」%；「高中」受訪者人數有「32」人，占全體的「6.11」%；「專科」受訪者人數有「30」人，占全體的「5.73」%；「大學」受訪者人數有「356」人，占全體的「67.94」%；「碩博士」受訪者人數有「96」人，占全體的「18.32」%。

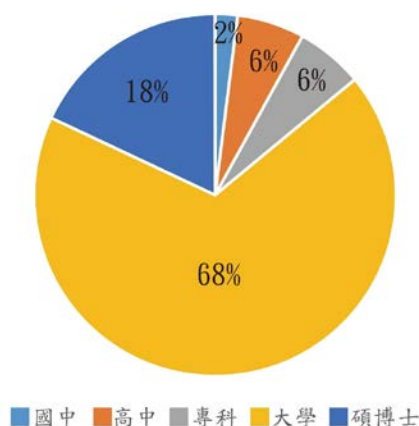


圖 4-3 受訪者教育程度分配圓盤圖

(四)「年收」：本研究對象的樣本中，「30 萬(含)以下」受訪者人數有「254」人，占全體的「48.47」%；「30 萬~60 萬(含)」受訪者人數有「126」人，占全體的「24.05」%；「60 萬~90 萬(含)」受訪者人數有「63」人，占全體的「12.02」%；「90 萬~120 萬(含)」受訪者人數有「42」人，占全體的「8.02」%；「120 萬以上」受訪者人數有「39」人，占全體的「7.44」%。

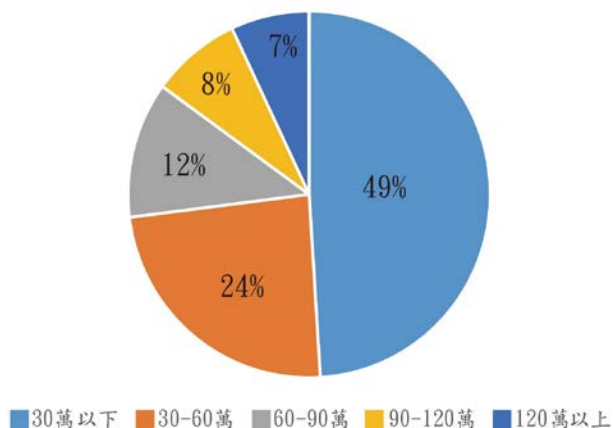


圖 4-4 受訪者年收入分配圓盤圖

(五)「職業」：本研究對象的樣本中，「軍公教人員」受訪者人數有「14」人，占全體的「2.67」%；「農林漁業」受訪者人數有「8」人，占全體的「1.53」%；「私人企業僱員」受訪者人數有「100」人，占全體的「19.08」%；「學生」受訪者人數有「172」人，占全體的「32.82」%；「其他」受訪者人數有「230」人，占全體的「43.89」%。

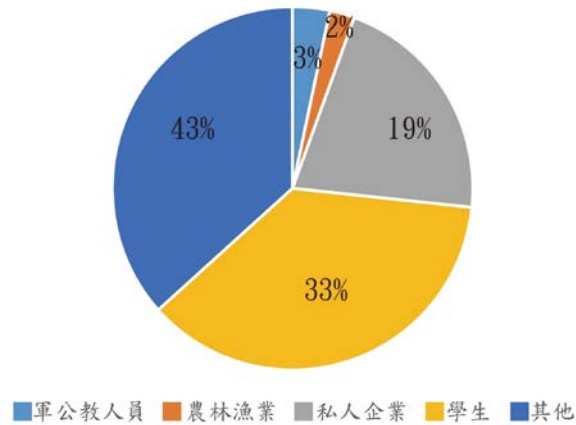


圖 4-5 受訪者職業分配圓盤圖

(六)「設計及美學相關背景」：本研究對象的樣本中，「否」的受訪者人數有「368」人，占全體的「70.23」%；「是」的受訪者人數有「156」人，占全體的「29.77」%。

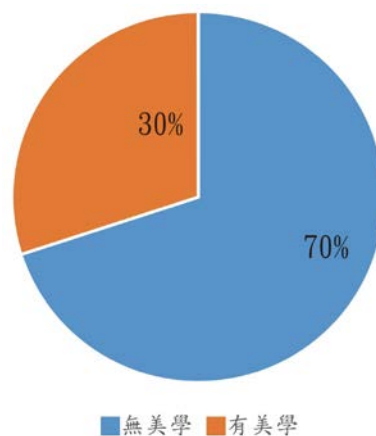


圖 4-6 受訪者有無設計及美學背景分配圓盤圖

表 4-1 樣本次數分佈情形

	次數	百分比	累積百分比
<b>性別</b>			
男性	195	37.21	37.21
女性	329	62.79	100.00
<b>年齡</b>			
18~25 歲	270	51.53	51.53
26~35 歲	117	22.33	73.85
36~45 歲	97	18.51	92.37
46~55 歲	40	7.63	100.00
56 歲以上	0	0.00	100.00
<b>教育程度</b>			
國中	10	1.91	1.91
高中	32	6.11	8.02
專科	30	5.73	13.74
大學	356	67.94	81.68
碩博士	96	18.32	100.00
<b>年收</b>			
30 萬(含)以下	254	48.47	48.47
30 萬~60 萬(含)	126	24.05	72.52
60 萬~90 萬(含)	63	12.02	84.54
90 萬~120 萬(含)	42	8.02	92.56
120 萬以上	39	7.44	100.00
<b>職業</b>			
軍公教人員	14	2.67	2.67
農林漁業	8	1.53	4.20
私人企業僱員	100	19.08	23.28
學生	172	32.82	56.11
其他	230	43.89	100.00
<b>設計及美學相關背景</b>			
否	368	70.23	70.23
是	156	29.77	100.00
<b>樣本總數</b>	<b>524</b>		

資料來源：本研究整理

## 二、整體構面敘述統計分析

在各衡量變數之平均分數介於「3.471」至「4.018」之間，其中以「時間懷舊」分數最高，而其中以「旅遊體驗」分數最低，茲將上述資料整理於表 4-2。

表 4-2 研究變數之敘述性統計

變數	樣本數	平均數	標準差	排名
時間懷舊	524	4.018	.593	1
空間懷舊	524	3.801	.628	3
情緒懷舊	524	4.009	.596	2
旅遊體驗	524	3.471	.590	6
知覺價值	524	3.657	.552	5
重遊意願	524	3.683	.700	4

## 三、各構面題項敘述統計分析

在「懷舊意象」方面，各衡量題項之平均分數介於「3.735」至「4.061」之間，其中以「這裡讓我感覺到融入了以前的生活」分數最高，以「現在在這裡的情緒狀態為美感的、現在在這裡的情緒狀態為舒適的」次之，再者為「我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活」，而其中以「我能在這裡諄尋到一些已經不存在的心情」分數最低，茲將上述資料整理於表 4-3。

表4-3 懷舊意象量表敘述統計分析

變項	平均數	排序
時間懷舊		
1.這裡讓我感覺到融入了以前的生活	4.061	1
2.這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好	4.010	4
3.我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活	4.040	3
4.我感覺到時代的興衰變遷	3.962	7

變項	平均數	排序
<b>空間懷舊</b>		
5.我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物	3.836	9
6.我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺	3.876	8
7.我能在這裡尋到一些已經不存在的心情	3.735	11
8.這個地方可以讓我重溫舊夢	3.756	10
<b>情緒懷舊</b>		
9.現在在這裡的情緒狀態為平靜的	3.966	6
10.現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的	3.983	5
11.現在在這裡的情緒狀態為美感的	4.044	2
12.現在在這裡的情緒狀態為舒適的	4.044	2

在「旅遊體驗」方面，各衡量題項之平均分數介於「3.294」至「3.594」之間，其中以「台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化」分數最高，以「台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍」次之，而其中以「看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念」分數最低，茲將上述資料整理於表 4-4。

表 4-4 旅遊體驗量表敘述統計分析

變項	平均數	排序
<b>旅遊體驗</b>		
1.台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化	3.594	1
2.台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍	3.557	2
3.參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機	3.399	4
4.看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念	3.294	5
5.參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感	3.511	3



在「知覺價值」方面，各衡量題項之平均分數介於「3.464」至「3.851」之間，其中以「台中審計新村周遭環境整潔」分數最高，以「造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我」次之，而其中以「造訪台中審計新村的經驗是值得的」分數最低，茲將上述資料整理於表 4-5。

表 4-5 知覺價值量表敘述統計分析

變項	平均數	排序
知覺價值		
1.造訪台中審計新村的經驗是值得的	3.464	5
2.造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我	3.695	2
3.台中審計新村聯外交通便利，方便前往	3.607	4
4.台中審計新村周遭環境整潔	3.851	1
5.台中審計新村享有好的聲譽	3.670	3

在「重返意願」方面，各衡量題項之平均分數介於「3.622」至「3.733」之間，其中以「您會再來台中審計新村旅遊」分數最高，而其中以「您會帶朋友到台中審計新村旅遊」分數最低，茲將上述資料整理於表 4-6。

表 4-6 重返意願量表敘述統計分析

變項	平均數	排序
重遊意願		
1.您會帶朋友到台中審計新村旅遊	3.622	3
2.您會再來台中審計新村旅遊	3.733	1
3.台中審計新村是您未來休閒、藝文活動規劃的優先選擇	3.693	2

## 第二節 驗證性因素分析

以下針對本研究問卷之效度與信度進行檢測，以驗證性因素分析及Cronbach's  $\alpha$  係數檢測問卷之效度與信度水準，本節共分為二部份，分別為效度分析及信度分析，以下分別進行說明。

### 一、信度分析

在社會及行為科學研究之中，信度評估一般而言可分為四種指標，即再測信度(test-retest reliability)、複本信度(alternative-form reliability)、折半信度(split-half reliability)以及內部一致性信度(internal consistency reliability)。而不論再測信度、複本信度以及折半信度，皆可稱為內部一致性信度，並且內部一致性信度中的Cronbach's  $\alpha$  可以說是目前採行最廣的信度指標(邱皓政,2005)。如表4-7所示，本研究在問卷中每個構面的Cronbach's  $\alpha$  值介於「0.835」至「0.931」之間。全部符合Nunnally(1978)所提出的標準門檻值( $\alpha$  值大於0.7)，並且皆高達0.80以上，所以本研究依據此門檻值判定本研究問卷具有一定程度的信度。

表4-7 信度分析表

構面	題目數	Cronbach's $\alpha$ 值
時間懷舊	4	0.905
空間懷舊	4	0.905
情緒懷舊	4	0.931
旅遊體驗	5	0.886
知覺價值	5	0.835
重遊意願	3	0.882

### 二、效度分析

在效度檢測部份，本研究以驗證性因素分析中的最大概似估計法(Maximum Likelihood Estimation; MLE)進行各構念衡量模式(Measurement

Model)之適合度檢定，以檢定各構念是否具足夠的之收斂效度(Convergent Validity)與區別效度(Discriminant Validity)；以下依序分析收斂效度與區別效度。

#### (一)、收斂效度分析

本研究依據 Anderson and Gerbing(1988)建議收斂效度分析準則、Bagozzi and Yi(1988)提出之驗證性因素分析評估標準及 Gefen, Straub and Boudreau(2000)之適配度指標建議數據進行評量，整理得四項評估準則為：(1)適配度指標(Goodness of Fit Index; GFI)、基準適配度指標(Normed Fit Index; NFI)及比較適配度指標(Comparative Fit Index; CFI)高於 0.9，殘差均方根(Root Mean Square Residual; RMSR)低於 0.05；(2)各指標之因素負荷量皆具顯著性；(3)各構面之組合信度 (Composite Reliability; CR)高於 0.7；(4)平均萃取變異量(Average Variance Extracted; AVE)高於 0.5。利用 AMOS 7.0 版進行各構面題項資料分析，以最大概估法(Maximum Likelihood Estimation; MLE)估計參數計算出各構面之組合信度及平均萃取變異量。

##### 1. 懷舊意象

在「懷舊意象」的衡量模型中，其 RMR=0.016，低於 0.05，而 GFI、NFI、CFI 分別均為 0.901、0.934、0.943，皆高於 0.9，各衡量指標因素負荷量皆為顯著且達 0.5 以上；組合信度與平均萃取變異量分別為 0.9077、0.904、0.9305 與 0.7113、0.7024、0.7701，組合信度與平均萃取變異量分別均高於 0.7 與 0.5，因此，根據資料分析顯示「懷舊意象」之收斂效度屬可接受範圍。茲將上述資料整理於表 4-8。

表 4-8 懷舊意象量表驗證性因素分析

變項	MLE 的估計參數		組合信度 (CR)	平均萃取變異量 (AVE)
	因素負荷量 ( $\lambda_x$ )	衡量誤差 ( $\delta$ )		
時間懷舊			0.9077	0.7113
1.這裡讓我感覺到融入了以前的生活	0.835	0.303		
2.這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好	0.891	0.206		
3.我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活	0.860	0.260		
4.我感覺到時代的興衰變遷	0.784	0.385		
空間懷舊			0.904	0.7024
5.我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物	0.870	0.243		
6.我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺	0.879	0.227		
7.我能在這裡諄尋到一些已經不存在的心情	0.806	0.350		
8.這個地方可以讓我重溫舊夢	0.794	0.370		
情緒懷舊			0.9305	0.7701
9.現在在這裡的情緒狀態為平靜的	0.851	0.276		
10.現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的	0.861	0.259		
11.現在在這裡的情緒狀態為美感的	0.891	0.206		
12.現在在這裡的情緒狀態為舒適的	0.906	0.179		

因素負荷量為標準化之值；\*\*\*表  $p < 0.001$

## 2. 旅遊體驗

在「旅遊體驗」的衡量模型中，其 RMR= 0.019，低於 0.05，而 GFI、NFI、CFI 分別均為 0.947、0.952、0.955，皆高於 0.9，各衡量指標因素負荷量皆為顯著且達 0.5 以上；組合信度與平均萃取變異量分別為 0.8863 與 0.6098，組合信度與平均萃取變異量分別均高於 0.7 與 0.5，因此，根據資料分析顯示「旅遊體驗」之收斂效度有些不佳。茲將上述資料整理於表 4-9。

表 4-9 旅遊體驗量表驗證性因素分析

變項	MLE 的估計參數		組合信度 (CR)	平均萃取變 異量(AVE)
	因素負荷量 ( $\lambda_x$ )	衡量誤差 ( $\delta$ )		
旅遊體驗			0.8863	0.6098
1.台中審計新村可以體驗台灣早期的歷史文化	0.808	0.347		
2.台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日藝術文化的氛圍	0.836	0.301		
3.參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機	0.786	0.382		
4.看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念	0.747	0.442		
5.參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感	0.722	0.479		

因素負荷量為標準化之值；\*\*\*表  $p < 0.001$

### 3. 知覺價值

在「知覺價值」的衡量模型中，其 RMR=0.012，低於 0.05，而 GFI、NFI、CFI 分別均為 0.985、0.981、0.985，皆高於 0.9，各衡量指標因素負荷量皆為顯著且達 0.5 以上；組合信度與平均萃取變異量分別為 0.8455 與 0.5292，組合信度與平均萃取變異量分別均高於 0.7 與 0.5，因此，根據資料分析顯示「知覺價值」之收斂效度屬可接受範圍。茲將上述資料整理於表 4-10。

表 4-10 知覺價值量表驗證性因素分析

變項	MLE 的估計參數		組合信度 (CR)	平均萃取變 異量(AVE)
	因素負荷量 ( $\lambda_x$ )	衡量誤差 ( $\delta$ )		
知覺價值			0.8455	0.5292
1.造訪台中審計新村的經驗是值得的	0.511	0.739		
2.造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我	0.798	0.363		
3.台中審計新村聯外交通便利，方便前往	0.788	0.379		
4.台中審計新村周遭環境整潔	0.830	0.311		
5.台中審計新村享有好的聲譽	0.662	0.562		

因素負荷量為標準化之值；\*\*\*表  $p < 0.001$

#### 4.重返意願

在「重返意願」的衡量模型中，其 RMR=0.000，低於 0.05，而 GFI、NFI、CFI 分別均為 1.000，皆高於 0.8，各衡量指標因素負荷量皆為顯著；組合信度與平均萃取變異量分別為 0.883 與 0.7157，組合信度與平均萃取變異量分別均高於 0.7 與 0.5，因此，根據資料分析顯示「重遊意願」之收斂效度屬可接受範圍。茲將上述資料整理於表 4-11。

表 4-11 重返意願量表驗證性因素分析

變項	MLE 的估計參數		組合信度 (CR)	平均萃取變異量 (AVE)
	因素負荷量 ( $\lambda_x$ )	衡量誤差 ( $\delta$ )		
重遊意願			0.883	0.7157
1.您會帶朋友到台中審計新村旅遊	0.847	0.283		
2.您會再來台中審計新村旅遊	0.873	0.238		
3.台中審計新村是您未來休閒、藝文活動規劃的優先選擇	0.817	0.333		

因素負荷量為標準化之值；\*\*\*表  $p < 0.001$

#### (二)、區別效度分析

本研究依據 Gaski and Nevin(1985)提出檢定區別效度之二項準則進行：(1) 二構面間的相關係數小於 1；(2)二構面的相關係數小於個別 Cronbach's  $\alpha$  信度係數，表示此二構面具有區別效度。另依據 Fornell and Larcker(1981)作法，提出檢定區別效度第三項準則：(3)二構面的相關係數小於 AVE 之平方根，則表示此二構面具有區別效度。本研究使用 SPSS 15.0 及 AMOS 7.0 進行各衡量變項之相關係數矩陣分析，分析資料整理於表 4-12，均符合上述三項檢定區別效度準則，顯示各構面區別效度良好。

表 4-12 區別效度分析暨變數相關係數表

構面	時間懷舊	空間懷舊	情緒懷舊	旅遊體驗	知覺價值	重返意願	CR	AVE
							組合信度	平均萃取變異量
時間懷舊	0.843						0.9077	0.7113
空間懷舊	.463**	0.838					0.904	0.7024
情緒懷舊	.592**	.381**	0.878				0.9305	0.7701
旅遊體驗	.238**	.194**	.233**	0.781			0.8863	0.6098
知覺價值	.567**	.396**	.489**	.305**	0.727		0.8455	0.5292
重返意願	.474**	.353**	.448**	.225**	.613**	0.846	0.883	0.7157
Cornbach's $\alpha$	0.905	0.905	0.931	0.886	0.835	0.882		

對角線數值為 AVE 的平方根；CR 為組合信度；AVE 為平均萃取變異量；下三角為 Pearson 相關

### 第三節 受訪者背景對於研究變數之差異分析

#### 一、性別對各研究變數之差異分析

本研究係運用「獨立樣本 T 檢定(T-test)」，用以瞭解「性別」基本資料變項，對於各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。也就是說不同的「性別」是否在各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項有所差異。在分析中，變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，按各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項分別為 4.293、2.852、.536、.004、5.094、.825，唯「時間懷舊」和「知覺價值」達顯著差異，其他顯著性皆大於.05，再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，其研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 t 值分別為.034、1.679、.717、.269、.075、.804 皆未達顯著差異。

表 4-13 性別對各研究變數上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1)男生 (N=195)	(2)女生 (N=329)				
時間懷舊	4.019	4.017	4.293*	.039	.034	.973
空間懷舊	3.860	3.765	2.852	.092	1.679	.094
情緒懷舊	4.033	3.995	.536	.465	.717	.474
旅遊體驗	3.480	3.466	.004	.947	.269	.788
知覺價值	3.659	3.656	5.094*	.024	.075	.941
重返意願	3.715	3.664	.825	.364	.804	.421

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$



## 二、學歷對各研究變數之差異分析

利用單因子變異數分析法討論「學歷」下的五組對於研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。根據表 4-14 所示,不同「學歷」的受訪者在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 F 值分別為 .650 (P 值=.627)、.773 (P 值=.543)、1.998 (P 值=.094)、1.412 (P 值=.229)、.677 (P 值=.608)與 .731 (P 值=.571)且皆未達統計上的顯著水準。表示在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項上的看法與認知,不會因為「學歷」的差異而導致看法與認知上的不同。故無須經過 Scheffe 事後比較發現。

表 4-14 學歷對各研究變數上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
時間懷舊	(1)國中	10	3.925	.850	.650	.627	NA
	(2)高中	32	4.102	.663			
	(3)專科	30	4.133	.575			
	(4)大學	356	3.997	.584			
	(5)碩博士	96	4.042	.583			
空間懷舊	(1)國中	10	3.625	.793	.773	.543	NA
	(2)高中	32	3.781	.759			
	(3)專科	30	3.675	.558			
	(4)大學	356	3.800	.621			
	(5)碩博士	96	3.867	.609			
情緒懷舊	(1)國中	10	3.975	.870	1.998	.094	NA
	(2)高中	32	4.094	.595			
	(3)專科	30	4.208	.576			
	(4)大學	356	3.963	.598			
	(5)碩博士	96	4.091	.551			
旅遊體驗	(1)國中	10	3.080	.707	1.412	.229	NA

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
	(2)高中	32	3.450	.535			
	(3)專科	30	3.567	.561			
	(4)大學	356	3.484	.569			
	(5)碩博士	96	3.442	.670			
知覺價值	(1)國中	10	3.640	.956	.677	.608	NA
	(2)高中	32	3.675	.592			
	(3)專科	30	3.773	.489			
	(4)大學	356	3.634	.549			
	(5)碩博士	96	3.704	.514			
重返意願	(1)國中	10	3.467	.984	.731	.571	NA
	(2)高中	32	3.719	.688			
	(3)專科	30	3.722	.656			
	(4)大學	356	3.705	.705			
	(5)碩博士	96	3.597	.670			

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

### 三、年齡對各研究變數之差異分析

利用單因子變異數分析法討論「年齡」下的四組對於研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。根據表 4-15 所示，不同「年齡」的受訪者在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 F 值分別為 1.540 (P 值=.203)、.090 (P 值=.966)、1.413 (P 值=.238)、.233 (P 值=.874)、.459 (P 值=.711)與 1.521 (P 值=.208)且皆未達統計上的顯著水準。表示在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項上的看法與認知，不會因為「年齡」的差異而導致看法與認知上的不同。故無須經過 Scheffe 事後比較發現。

表 4-15 年齡對各研究變數上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
時間懷舊	(1)18~25 歲	270	4.069	.586	1.540	.203	NA
	(2)26~35 歲	117	3.942	.610			
	(3)36~45 歲	97	3.966	.579			
	(4)46~55 歲	40	4.025	.609			
空間懷舊	(1)18~25 歲	270	3.795	.634	.090	.966	NA
	(2)26~35 歲	117	3.812	.570			
	(3)36~45 歲	97	3.817	.687			
	(4)46~55 歲	40	3.763	.617			
情緒懷舊	(1)18~25 歲	270	4.036	.597	1.413	.238	NA
	(2)26~35 歲	117	3.959	.605			
	(3)36~45 歲	97	3.943	.587			
	(4)46~55 歲	40	4.131	.577			
旅遊體驗	(1)18~25 歲	270	3.480	.593	.233	.874	NA
	(2)26~35 歲	117	3.448	.595			
	(3)36~45 歲	97	3.495	.561			
	(4)46~55 歲	40	3.420	.632			
知覺價值	(1)18~25 歲	270	3.670	.566	.459	.711	NA
	(2)26~35 歲	117	3.663	.562			
	(3)36~45 歲	97	3.600	.522			
	(4)46~55 歲	40	3.695	.494			
重返意願	(1)18~25 歲	270	3.741	.714	1.521	.208	NA
	(2)26~35 歲	117	3.650	.682			
	(3)36~45 歲	97	3.574	.666			
	(4)46~55 歲	40	3.650	.724			

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

#### 四、年收對各研究變數之差異分析

利用單因子變異數分析法討論「年收」下的五組對於研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。根據表 4-16 所示，不同「年收」的受訪者在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、

「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 F 值分別為 2.627 (P 值=.034)、.377 (P 值=.825)、1.227 (P 值=.298)、.509 (P 值=.729)、.569 (P 值=.685)與 1.467 (P 值=.211)，唯「時間懷舊」達顯著，其它未達統計上的顯著水準。表示在研究變數下的「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項上的看法與認知，不會因為「年收」的差異而導致看法與認知上的不同。經過 Scheffe 事後比較發現，就「時間懷舊」而言，組間未達顯著差異。

表 4-16 年收對各研究變數上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後比較
時間懷舊	(1)30 萬(含)以下	254	4.037	.597	2.627	.034	n.s
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	4.056	.620			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	3.817	.579			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	3.964	.464			
	(5)120 萬以上	39	4.154	.570			
空間懷舊	(1)30 萬(含)以下	254	3.803	.643	.377	.825	NA
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	3.776	.665			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	3.817	.520			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	3.744	.638			
	(5)120 萬以上	39	3.897	.564			
情緒懷舊	(1)30 萬(含)以下	254	3.999	.604	1.227	.298	NA
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	3.968	.635			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	4.016	.571			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	4.000	.469			
	(5)120 萬以上	39	4.205	.567			
旅遊體驗	(1)30 萬(含)以下	254	3.468	.613	.509	.729	NA
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	3.470	.581			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	3.410	.592			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	3.576	.527			
	(5)120 萬以上	39	3.482	.535			

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後比較
知覺價值	(1)30 萬(含)以下	254	3.650	.581	.569	.685	NA
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	3.711	.559			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	3.587	.507			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	3.643	.363			
	(5)120 萬以上	39	3.656	.578			
重返意願	(1)30 萬(含)以下	254	3.690	.750	1.467	.211	NA
	(2)30 萬~60 萬(含)	126	3.757	.636			
	(3)60 萬~90 萬(含)	63	3.524	.655			
	(4)90 萬~120 萬(含)	42	3.587	.555			
	(5)120 萬以上	39	3.752	.748			

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

#### 五、職業對各研究變數之差異分析

利用單因子變異數分析法討論「職業」下的五組對於研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。根據表 4-17 所示，不同「職業」的受訪者在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 F 值分別為 .307 (P 值=.873)、.178 (P 值=.950)、1.708 (P 值=.147)、.722 (P 值=.577)、.311 (P 值=.871)與 .878 (P 值=.477)且皆未達統計上的顯著水準。表示在研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項上的看法與認知，不會因為「職業」的差異而導致看法與認知上的不同。故無須經過 Scheffe 事後比較發現。

表 4-17 職業對各研究變數上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
時間懷舊	(1)軍公教人員	14	4.143	.487	.307	.873	NA
	(2)農林漁業	8	4.000	.720			
	(3)私人企業僱員	100	3.978	.580			
	(4)學生	172	4.035	.611			
	(5)其他	230	4.016	.589			
空間懷舊	(1)軍公教人員	14	3.875	.507	.178	.950	NA
	(2)農林漁業	8	3.656	.681			
	(3)私人企業僱員	100	3.808	.655			
	(4)學生	172	3.810	.650			
	(5)其他	230	3.791	.607			
情緒懷舊	(1)軍公教人員	14	4.375	.626	1.708	.147	NA
	(2)農林漁業	8	4.125	.641			
	(3)私人企業僱員	100	3.988	.633			
	(4)學生	172	4.033	.574			
	(5)其他	230	3.974	.589			
旅遊體驗	(1)軍公教人員	14	3.514	.469	.722	.577	NA
	(2)農林漁業	8	3.150	.996			
	(3)私人企業僱員	100	3.500	.552			
	(4)學生	172	3.453	.612			
	(5)其他	230	3.480	.579			
知覺價值	(1)軍公教人員	14	3.814	.447	.311	.871	NA
	(2)農林漁業	8	3.650	1.046			
	(3)私人企業僱員	100	3.650	.527			
	(4)學生	172	3.663	.566			
	(5)其他	230	3.647	.538			
重返意願	(1)軍公教人員	14	3.881	.594	.878	.477	NA
	(2)農林漁業	8	3.417	1.377			
	(3)私人企業僱員	100	3.637	.658			
	(4)學生	172	3.727	.717			
	(5)其他	230	3.667	.680			

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

## 六、設計背景對各研究變數之差異分析

本研究係運用「獨立樣本 T 檢定(T-test)」，用以瞭解「設計背景」基本資料變項，對於各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知有無不同(差異)。也就是說不同的「設計背景」是否在各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項有所差異。在分析中，變異數相等的 Levene 檢定得到 F 值，按各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項分別為.720、.638、.656、.681、1.054、4.239，顯著性皆大於.05，再由其 t 值與顯著性判斷資料與分析結果，其研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的 t 值分別為-2.048、-.587、.306、.887、-.739、-.537，唯「時間懷舊」達顯著差異，根據平均數顯示得知，有設計背景的受訪者，其在「時間懷舊」的感受上是高於沒有設計背景者。

表 4-18 設計背景對各研究變數上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1)否 (N=368)	(2)是 (N=156)				
時間懷舊	3.984	4.099	.720	.397	-2.048*	.041
空間懷舊	3.790	3.825	.638	.425	-.587	.557
情緒懷舊	4.014	3.997	.656	.418	.306	.759
旅遊體驗	3.486	3.436	.681	.410	.887	.376
知覺價值	3.646	3.685	1.054	.305	-.739	.460
重遊意願	3.671	3.709	4.239	.040	-.537	.591

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

## 第四節 結構方程模式分析

為了進一步驗證本研究所提之觀念性架構的各構面間之關係，故進行結構方程模式分析以瞭解整體模式的關係。整體結構方程模式結合了傳統統計學中的因素分析(Factor Analysis) 與路徑分析(Path Analysis)，並納入了計量經濟學的聯立方程式，可同時處理一系列依變項間的關係，適於本研究所欲探討整體模式因果關係。因此為了進一步檢定理論架構所提構面間之關係，在此節中本研究以全體樣本進行結構方程模式分析，驗證本研究所提之觀念性架構，瞭解各構面間之關係。對於結構方程模式之分析程序，本研究依據 Anderson and Gerbing (1988)及 Williams and Hazer (1986)等學者的建議進行兩階段法的結構方程模式分析：(1)第一階段針對各研究構面及其題項進行驗證性因素分析及 Cronbach's  $\alpha$  係數分析，藉由收斂效度、區別效度與信度的分析，發展穩定之衡量模式；(2)第二階段則是將多個衡量題項縮減為少數衡量指標，以結構模式(Structure Model)驗證本研究各項假說檢定。而採用兩階段法的優點在於將測量模式與結構模式將以區隔，若無法確定檢定結果不顯著的原因時，可幫助研究者釐清係屬於測量模式問題或屬於構面間的問題。

### 一、整體模式說明

第一階段分析已於本章驗證性因素分析中說明，不再贅述，本節將從第二階段進行分析。因此，本研究在「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項上，直接以各構面的衡量題項分數作為衡量指標，進行理論模式衡量。釐清各構面與問項之間的整體理論模式後，進行整體模式 AMOS 分析。一般而言，在進行結構模式分析時所需樣本大小標準至少在 100 份以上，200 份以上更佳(Mueller, 1997)。本研究可供分析樣本共 524 筆，使用 AMOS 7.0 套裝軟體進行分析。



## 二、分析結果

在分析結果方面，本研究將分成理論模式的評估與假說關係的驗證兩部份依序加以論述。

### (一)、理論模式評估

有關模式適配度的評估，本研究依據 Bagozzi and Yi (1988)的看法從三方面加以評量，分別為：(1)基本的適配標準(Preliminary Fit Criteria)；(2)整體模式適配度(Overall Model Fit)；與(3)模式內在結構適配度(Fit of Internal Structure of Model)，茲分述如下：

#### 1.基本適配標準

基本適配標準有三項標準必須檢驗：(1)誤差變異數不能為負值；(2)標準化因素負荷量不能低於 0.50 或超過 0.95，且須達顯著水準；(3)不能有太大的標準誤，整體理論模式的衡量模式結果如表 4-19 所示。結果為理論模式的誤差變異數未有負值、標準化因素負荷量未低於 0.50 或超過 0.95，且皆達顯著水準；亦未發現有較高的標準誤，因此整體而言，本研究模式的基本適配度應達可接受水準。

#### 2.整體模式適配度

整體模式適配度係用來評量整個模式與觀察資料的配適程度，本研究採用 Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham (2006)之建議，選擇三種指標進行評估整個模式與觀察資料的適配程度，分別為(1)絕對適合度衡量(Absolute Fit Measures)；(2)增量適合度衡量(Incremental Fit Measures)；(3)簡要適合度衡量(Parsimonious Fit Measures)等三種類型。

以下分別說明各類型之內涵：(1)絕對適合度衡量：係用來確定整體模式可以預測共變異數或相關矩陣的程度，衡量指標包含卡方

值、適合度指標(GFI)、平均殘差平方根(RMSR)、平均近似值誤差平方根(Root Mean Square Error of Approximation; RMSEA)、調整適合度指標(Adjusted Goodness of Fix Index; AGFI)等。如表 4-19 所示，本研究整體理論模式的絕對適合度衡量指標為： $\chi^2=989.74$ 、d.f.=264、 $\chi^2/\text{d.f.}= 3.749$ 、GFI=0.866、RMR=0.026、RMSEA=0.072、AGFI=0.835，除 GFI 與 AGFI 略低於 0.9 之標準外但仍有高達最低 0.8 之基本標準，而其他指標皆達到標準之內；(2)增量適合度衡量：係比較所發展的理论模式與虛無模式，衡量指標包含基準配合指標(NFI)、比較配合指標(CFI)等，如表 4-19 所示，本研究整體理論模式的增量適合度衡量指標為：NFI=0.896、CFI=0.921，兩者均達可接受範圍；(3)簡要適合度衡量：係要調整適合度衡量，俾能比較含有不同估計係數數目的模式，以決定每一估計係數所能獲致的適合程度，衡量指標如簡要的基準配合指標(Parsimony Normed Fit Index; PNFI)與簡要的適合度指標(Parsimony Goodness of Fit Index; PGFI)，如表 4-19 所示，本研究整體理論模式的簡要適合度衡量指標為：PNFI=0.788 及 PGFI=0.703，在 PNFI 及 PGFI 上均達可接受範圍(> 0.500)。整體而言，綜合各項指標的判斷，本研究理論模式的整體模式適配度尚可。

### 3. 模式內在結構適配度

模式內在結構適配度是在評量模式內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變項的信度等，這可從潛在變項的 CR 是否在 0.70 以上、潛在變項 AVE 是否在 0.5 以上的可接受水準來加以評估。各構面的組合信度係數，均超過 0.70 的可接受水準、各構面的平均萃取變異量係數，均超過 0.4~0.50 的可接受水準；「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意

願」六個變項均已超過最低可接受標準。整體而言，本研究理論模式的內在結構適配度良好。

表 4-19 整體理論模式配適度表(Bagozzi & Yi, 1988)

評鑑項目	標準值
<b>一、基本適配標準：</b> 檢測模式之細列誤差、辨認問題或輸入有誤等	
1.是否沒有負的誤差變異	是
2.因素負荷量是否介於 0.5~0.95 間	是
3.是否沒有很大的標準誤	是
<b>二、整體模式適配度：</b> 評量整個模式與觀察資料的適配程度	
1. Model Fit→CMIN： $\chi^2$ 值的顯著水準； $p > 0.05$	卡方值越小越好
2. Model Fit→CMIN→CMIN/DF： $\chi^2/d.f.$	< 5
3. Model Fit→RMR,GFI→RMR(<0.05)殘差均方根	< 0.05
4. Model Fit→RMR,GFI→GFI(>0.9)適配度指標	> 0.9 (0.8 可接受)
5. Model Fit→RMR,GFI→AGFI(>0.9)調整後適配度指標	> 0.9 (0.8 可接受)
6. Model Fit→Baseline Comparisons→NFI(>0.9)基準適配度指標	> 0.9
7. Model Fit→Baseline Comparisons→TLI(>0.90)非基準適配度指標	> 0.9
8. Model Fit→Baseline Comparisons→CFI(>0.9)比較適配度指標	> 0.9
9. Model Fit→RMSEA(<0.05)漸近誤差均方根	< 0.08
<b>三、模式內在品質：</b> 評量模式內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變項的信度	
1.潛在變數的組成信度 CR(測量模式)	> 0.7
2.潛在變數的平均變異抽取量 AVE(測量模式)	> 0.5

資料來源：本研究整理

## (二)、假說關係驗證

在確認各構面具有一定程度之效度與信度後，接下來即進一步就研究模式所建立的研究假說進行檢定，分析「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項彼此間影響關係。根據整體路徑分析的迴歸係數來進行假說

檢定，經分析結果得知本研究五項假說皆獲得支持，p 值皆達 0.05 的顯著水準，理論結構模式之路徑係數與假說驗證如表 4-20 所示。

表 4-20 理論結構模式之路徑係數與假說驗證

構念間關係			路徑係數	T 值	R 平方	對應假說	檢定結果
時間懷舊	→	知覺價值	0.425	6.627***	0.496	H <sub>2</sub>	獲得支持
空間懷舊	→	知覺價值	0.142	3.026**		H <sub>3</sub>	獲得支持
情緒懷舊	→	知覺價值	0.192	3.566***		H <sub>4</sub>	獲得支持
旅遊體驗	→	知覺價值	0.135	3.225**		H <sub>1</sub>	獲得支持
知覺價值	→	重返意願	0.684	10.755***	0.468	H <sub>5</sub>	獲得支持

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

## 第五節 小結

### 一、樣本背景描述

本次研究調查發現，在受訪者性別方面以女性為居多，竟高達 62.79% 半數之多，顯見女性受訪者對於文創比較感興趣。在年齡方面，受訪者年齡介於 18~25 歲之間居多，高達 51.53% 半數之多，顯見又以年輕族群為文創愛好者。在教育程度方面，多數受訪者為大專程度。在職業方面，學生族群占 32.82%。可以推判愛好文創並喜歡在審計新村遊玩的族群以年輕女性學生族群為主要。

### 二、樣本背景對於研究變數之認知差異

本次研究調查發現，「性別」、「年齡」、「學歷」、「年收入」、「職業」基本資料變項，對於各研究變數下的「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」、「知覺價值」以及「重返意願」六個變項的看法與認知無不同。比較有趣的發現，「是否有設計背景」基本資料變項，在「時間懷舊」變項的看法與認知有明顯不同，具有設計背景的受訪者，其在「時間懷舊」上的感受反而是高於沒有設計背景的受訪者。

### 三、影響重返意願之關鍵因素

舊建築之所以引發關注，其價值多在懷舊 (nostalgic) 部分，懷舊意象的存在對於再利用時的評估，就有很重要的價值意義。本次研究經文獻歸納探討出「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」對於「知覺價值」會有正面影響，而「知覺價值」對於「重遊意願」會有正面影響。故本研究利用結構方程模式分析發現，在整體模式配適程度表現非常良好，並且「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」對於「知覺價值」達顯著正向影響；「知覺價值」對於「重遊意願」

也達顯著正向影響。

在「時間懷舊」、「空間懷舊」、「情緒懷舊」、「旅遊體驗」等變數對於「知覺價值」的影響之中，其中以「時間懷舊」對「知覺價值」的影響最大，而其中以「旅遊體驗」對「知覺價值」的影響最小，顯見受訪者會願意來到審計新村的原因在於懷舊意象的驅動，而又以「時間懷舊」最為主要因素。

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

從研究結果得知，閒置空間如作再利用時，對於遊客旅遊體驗、懷舊意象、知覺價值與遊客重返意願皆有相關性，證實具有懷舊意象的舊建築是促使遊客有重返旅遊及消費的重要因素，尤其是對時間懷舊因素影響最深，當懷舊意象中場域讓人感到融入了以前的生活、讓人感到對過去事物的美好、讓人希望因此回到過去簡單而平靜的生活時，具有懷舊意象的閒置空間將讓人感到到此處造訪是值得的、歡樂的、有助提升自我的，未來遊客更將會希望重遊此處，並願意將此閒置空間作為未來休閒旅遊的優先選擇目標。因此於閒置空間中保留懷舊意象的建築或設施，是重要而有效的。

其次，喜歡到審計新村遊玩的族群以 18-25 歲女性族群為主要，顯見年輕女性對於文創比較感興趣，而教育程度在大學以上就佔了將近 85% 以上，且大多數來訪的遊客也以學生占大多數。這些數據表示，當閒置空間再利用作為文創基地使用時，主要的客層即為年輕的女大學生為主。

對於公部門來說，想要活化具有懷舊意象的閒置空間，最重要的就是保留原有的懷舊感並加以擴大應用，如此除不需要增加公共投資興建外，更可使閒置土地達到「活化」目標，增加周遭土地增值效益，增加公部門收益。對於再利用場域經營業者來說，除可透過較低成本營運外，更可透過歷史建物之故事深度，便於行銷及營造園區經營氛圍，達到遊客願意重返消費。而對於遊客來說，是喜好這樣懷舊環境的，也是樂於重遊的。

閒置空間再利用得以活化，達到遊客願意前來，並且願意下次再來、甚至推薦給朋友知道，最重要的因素就在於如何保有建築物及空間原有的懷舊意象。保留城市的記憶，將是這些閒置空間再利用時需要被認真討論的。閒置空間再利用若作為文創場域經營時，主要目標客群可以鎖定年輕女大學生的市場，開發屬於目標市場的文創商品，並結合時間懷舊要素，形塑場域時代故事與現今生活的連結，將使園區經營更臻容易成功。

蔣勳(天地有大美)曾說，為什麼許多外國人來臺灣對臺灣城市沒有印象？因為我們的城市是一個不斷消除記憶的城市。過多的人工建築添加物只是矯飾，我們需要做個有記憶的人，建築也是。透過保留懷舊意象的閒置空間，將使再利用開發時，得以得到公部門、遊客、經營業者三贏的成功要素。

## 第二節 研究貢獻

本研究在研究方法設使用質量並行，在質化部份利用焦點團體進行訪談，其訪談對象包含審計新村在地業者、台中文創平台經營商、弘光大學文創系教授、東海大學景觀系教授等相關對象。在量化部份，利用過去相關實證研究歸納出量表並利用結構方程模式加以驗證模式。未來在研究嚴謹與細膩度可以利用焦點團體進行政策德菲法和政策論證的技術與方式，蒐集焦點團體的意見與共識，使研究不僅蒐集焦點團體的意見，更重要透過政策辯證的方式讓議題背後之價值能夠彰顯，以利未來研究者深度探討文化創新等相關議題。

閒置空間再利用在審計新村的議題上，經過質化的訪談及量化的分析，提出以下幾點建議供審計新村未來營運時的具體建議：

### 一、舉辦強調懷舊價值的文創藝術活動

在本研究中發現復古情懷懷舊意象對於遊客知覺價值是有正面影響，而遊客知覺價值對於重遊意願也是正面影響，顯示審計新村所帶給遊客的懷舊感受是影響遊客願意再前往的關鍵因素，因此建議審計新村可以懷舊為元素辦理相關活動，提升遊客的重遊意願。例如：辦理眷村懷舊聚餐會、眷村裝扮聚會等活動，讓遊客彷彿回到過去歷史場景。

### 二、善用體驗與口碑行銷進行推廣活動



在本研究中發現，審計新村遊客有較高的意願向親友分享在審計新村旅遊的經驗，並願意推薦親友到審計新村旅遊。顯示遊客認為在審計新村中的體驗是值得分享的感受。因此，建議審計新村可以主動規劃打卡送小禮物的方式，鼓勵遊客打卡推薦審計新村，以吸引更多的遊客前來體驗。

### 三、空間利用與再開發，營造濃厚文創氣息

本研究透過訪談發現，把閒置空間再利用開發，是一個將文化氛圍保留的一種方式。許多消費者對於審計新村的認知僅觀光拍照，對於這邊的文創氣息感受不深刻時，將會影響審計新村本身所欲彰顯的建築價值。如果透過空間規畫與再利用，讓消費者會受到這裡環境的氛圍及獨特的文化性，並輔導當地每個店家，使其極具文創與懷舊特色，這樣的懷舊空間將會使遊客前往的一個誘因。

遊客會覺得這裡跟范特喜、國美館那邊的商業氣息是不一樣的，它更具有文化產業的味道，再結合這邊的特色店家，這將會是加成作用；目前大家都說這邊是廢墟，但這個廢墟未來在大家心中將是個都會區中獨特的場域。

### 四、與當地文創業者合作，找出差異策略並建立文創群聚效應

本研究透過訪談發現，「文創」、「藝術」在審計新村是都要有的，但要思考的是跟勤美與美術館的差異在哪？故政府相關單位、新接手經營團隊都應和當地文創業者共同研擬與規劃差異策略，善用文創群聚效益打造出一塊文創聚落。

### 五、審計新村公共設施的建置，創造更人性的休憩空間

本研究透過訪談發現，最希望改善的是公共的設施不足：包括ubike、停車空間、廁所、休息的地方、活動的公共區域等都是不夠的。顯示，若要讓遊客有更人性與舒適的休憩環境與空間，而最基本的公共區域設備設施更應充足。故政府及經營團隊等相關單位應規劃空間與區域，使更多遊客可以有更多公共設施的使用。以提升遊客與觀光

客的旅遊體驗和知覺價值，進而影響遊客的重遊意願。

#### 六、利用創業平台與機制，強化在地週遭空間連結

本研究透過訪談發現，可以將審計新村當作青年創業的平台，並結合當地旅店、特色店鋪來共同合作經營，並加強對周遭的空間做連結(例如：鄰近學校、美術館、文化中心)，和透過商業經營方式，讓審計新村更具有商業價值與觀光文化的發展。

### 第三節 未來研究建議

#### 一、不同區域具懷舊意象之閒置空間再利用的比較

本研究對象主要鎖定在審計新村之遊客與觀光客為主，故要以審計新村之樣本特性去推論所有文創建築地之遊客與觀光客的意向，仍有待多一些實證研究結果出現。文創建築的屬性不同，對於其所吸引之遊客與觀光客的屬性是否也有所差異？以及北部、中部與南部之文創建築是否所吸引之遊客與觀光客的屬性也有所不同？但因研究標的鎖定審計新村，以利未來相關研究者可以深度探討，故未來相關研究者可以進行多地區的比較與分析，並歸納出影響文創重遊意願之關鍵因素，以利研究結果的推論。

#### 二、公部門處理閒置空間方法

臺灣各地閒置空間的主管單位，有些是國有財產署，有些是教育部等等不同的政府公部門所有，而公部門為開發這些閒置空間，大多使用公開招租委託經營或委託民間機構參與公共建設開發。土地或建物大多承租多達 10 年或 20 年以上的使用權利；以時間來看，因為經營時間長，受委託機構對於閒置空間未來環境的長期規劃也就相對重要。建議後續研究可以將已經成功再利用之場域，歷經長時期經營後，是否對活化閒置空間仍有正面效益。

## 參考文獻

### 中文部分

1. 文芸、傅朝卿，(2011)，重思文化遺產的真實性概念-從過去到現在的理解。建築學報，76(S)，23~46。
2. 王詩涵，(2015)，文創產品品質及環境氛圍對知覺價值與購買意願之研究—以產品涉入為干擾變項，明道大學企業管理學系碩士論文，未出版。
3. 王文祥，(2015)，大鵬灣國家風景區觀光吸引力及遊客知覺價值與重遊意願之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究碩士論文，未出版。
4. 王保進，(2006)，英文視窗版 SPSS 與行為科學研究 (第三版)，台北：心理出版社。
5. 吳明隆，(2006)，結構方程模式-SIMPLIS 的應用，台北：五南圖書出版股份有限公司。
6. 吳明隆、涂金堂，(2006)，SPSS 與統計分析應用(第二版)，台北：五南圖書出版股份有限公司。
7. 吳佳穎，(2008)，遊客對桃園縣風景區步道的滿意度與重遊意願之調查研究-以虎頭山風景區與拉拉山風景區為例。國立新竹教育大學應用科學研究所碩士論文。
8. 吳明隆，(2009)，SPSS 操作與應用-問卷統計分析實務。台北市：五南圖書。
9. 吳明隆，(2014)，論文寫作與量化研究。台北市：五南圖書。
10. 吳承穎，(2015)，遊客真實性、懷舊情感與重遊意願之研究-以旗山老街為例，中華科技大學航空運輸研究所碩士論文，未出版。
11. 李沛良，(1992)，社會研究的統計分析，台北：巨流出版社。
12. 李美華譯，(Earl Babbie 原著)，(2004)，社會科學研究方法(第九版)，台北：時英出版社。
13. 李茂能，(2006)，結構方程模式軟體 Amos 之簡介及其在測驗編製上之應用：Graphics & Basic(初版)，台北：心理出版社股份有限公司。
14. 李宜穎，(2011)，遊憩動機、遊憩體驗對滿意度與重遊意願之關聯性研究-以「六堆嘉年華」為例，國立屏東教育大學文化創意產業研究所，屏東縣。
15. 李明汝，(2012)，閒置再利用空間的懷舊意象與場所依附關係之探討：以華山 1914 文化創意園區為例，東海大學景觀學系碩士論文，未出版。
16. 李佩芸，(2013)，遊客懷舊情緒、幸福感與地方依附之相關研究-以台南老屋為例。南台科技大學休閒事業管理研究所，台南市。
17. 李雅倩，(2013)，文化資產中真實性知覺對懷舊情感、場所依戀與重遊意圖之影響。國立澎湖科技大學服務業經營管理研究所，澎湖縣。
18. 周子敬，(2006)，結構方程模式(SEM)-精通 LISREL(初版)，台北：全華科技圖書股份有限公司。

19. 周文賢，(2004)，多變量分析：SAS/STAT 使用方法(初版)，台北：智勝文化事業有限公司出版社。
20. 周稚苓，(2011)，媒體觀光客的旅遊動機、媒體涉入與旅遊體驗-以林口霧社街【賽德克·巴萊】園區為例，東海大學管理學系碩士論文，未出版。
21. 周曼蓉，(2014)，遊客知覺價值與重遊意願之研究-以台南市新化老街區為例  
遊客知覺價值與重遊意願之研究-以台南市新化老街區為例，國立屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所碩士論文，未出版。
22. 周怡岑，(2007)，探索不同世代於懷舊空間中之情感詮釋-以台灣故事館為例，逢甲大學景觀與遊憩研究所，台中市。
23. 林東清，(2004)，知識管理(第二版)，台北：智勝文化事業有限公司文化事業有限公司。
24. 林宗賢，(2009)，即興創作與集體創作在陽光劇團與表演工作坊之實踐，淡江大學法國語文學系碩士論文，未出版。
25. 林震岩，(2006)，多變量分析：SPSS 的操作與應用(初版)，台北：智勝文化事業有限公司。
26. 林吉童，(2014)，糖業鐵道遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究-以烏樹林糖廠觀光五分車為例，嘉南藥理大學休閒保健管理研究所，台南市。
27. 林佳樺，(2012)，旅遊動機、真實性、懷舊情感與行為意圖之相關研究-以高雄市製產旅遊為例，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所，高雄市。
28. 邱皓政，(2004)，結構方程模式 LISREL 的理論、技術與應用(初版)，台北：雙葉書廊有限公司。
29. 邱皓政，(2005)，量化研究法(二)-統計原理與分析技術(初版)，台北：雙葉書廊有限公司。
30. 邱皓政，(2010)，量化研究法(二)-統計原理與分析技術(第五版)，台北：雙葉書廊有限公司。
31. 洪愷璜，(2002)，當前台灣「歷史空間」的再利用：從資源運作的觀點來看，碩士論文，淡江大學建築學系。
32. 張紹勳，(2004)，《研究方法》，台北：滄海出版社。
33. 陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子鍵，(2003)，多變量分析方法－統計軟體應用，臺北：五南圖書出版公司。
34. 陳貞吟，(2004)，懷舊體驗之情緒與價值－以遺跡觀光為例，國立中正大學企業管理所碩士論文，未出版。
35. 陳妘芯，(2012)，鹿港老街之真實性、懷舊情感與地方依附關係之探討－從居民與遊客觀點，南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版。
36. 陳嘉萍，(2002)，華山藝文特區營運管理之研究，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
37. 陳妘芯，(2013)，鹿港老街之真實性、懷舊情感與地方依附關係之探討-從居民與遊客觀點，南台科技大學休閒事業管理研究所，台南市。

38. 陳貞吟，(2004)，以方法目的鏈探討旅客懷舊體驗的內涵與價值，國立中正大學企業管理研究所，嘉義縣。
39. 黃芳銘，(2006)，結構方程模式:理論與應用(第四版)，台北：五南圖書出版股份有限公司。
40. 黃隆榮，(2015)，協力治理應用於活化國有不動產之研究:以台中市審計新村為例。彰師大公共事務暨地方治理碩士論文，未出版。
41. 曾光華、陳貞吟、張永富，(2004)，以方法目的鏈探討旅客懷舊情感的內涵與價值。戶外遊憩研究。
42. 程柏舒，(2005)，遺跡觀光遊客懷舊情感及其影響因素—以舊山線為例，亞洲大學休閒與遊憩學系碩士論文，未出版。
43. 黃俊英，(2000)，多變量分析(第七版)，台北:華泰文化事業股份有限公司。
44. 傅朝卿，(2005)，世界文化遺產保存的真實性與維護層級，台南市，台南社區大學。
45. 楊國樞等著，(2000)，社會及行為科學研究方法，台北：東華出版有限公司。
46. 楊敏芝，(2000)，地方文化產業與地域活化互動模式研究-以埔里酒文化產業為例，國立臺北大學都市計劃研究所博士論文，未出版。
47. 蔡幸娟，(2014)，觀光意象、旅遊體驗、知覺價值與遊客滿意度關聯性之研究—以高雄駁二藝術特區為例，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文，未出版。
48. 賴世培等，(1996)，民意調查，台北：空大。
49. 劉子菁，(2007)，遺跡觀光中懷舊情感是否需要真實性，國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文，未出版。
50. 劉書雯，(2015)，閒置空間再利用遊客滿意度之研究—以高雄駁二藝術特區為例，國立屏東大學不動產經營學系碩士論文，未出版。
51. 謝素卿，(2010)，老街旅遊體驗價值、滿意度與忠誠度之研究—以新北市老街為例，東海大學景觀學系碩士論文，未出版。
52. 戴雅蓉，(2014)，遊客對旅遊動機、目的地意象、知覺價值與重遊意願之相關研究—以彰化縣鹿港鎮為例，南華大學旅遊管理學系碩士論文，未出版。
53. 戴有德、林濰榕、陳冠仰，(2010)，製產觀光中的懷舊情感是否需要真實性？兼論解說之調節角色。戶外遊憩研究。

## 英文部分

- 1、Anderson, J. C. and Gerbing, D.W. ,(1988), *Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach*, Psychological Bulletin, Vol. 103, No. 3, pp. 411-423.
- 2、Bagozzi, R. P., & Yi, Y. ,(1988), *On the Evaluation of Structural Equation Models* , Journal of the Academy of Marketing Science, 16(1):74-94
- 3、Chin, W.,(1998), *Issues and Opinion on Structural Equations Modeling* ,MIS Quarterly,22(1):vii-xvi.
- 4、Chin, W. W. ,(1998), *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*, In Modern Methods for Business Research(pp.295-336), G. A. Marcoulides (ed.) , Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- 5、Chin, W. W., and Todd. P. A.,(1995), *On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution*, MIS Quarterly ,19(2):237-246
- 6、Chin, W.W., Newsted, P.R.,(1999), *Structural Equation Modeling Analysis with Small*.
- 7、De Vells, R. F.,(1991), *Scale Development :Theory and Applications* . Newbury Park, CA :Sage
- 8、Fornell, C. and Larcker, D.F.,(1981), *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variable Variables and Measurement Error*, Journal of Marketing Research, 18(1):.39-50.
- 9、Gaski, J. F. and Nevin, J. R., (1985), *The differential effects of exercised and unexercised power sources in a marketing channel*, Journal of Marketing Research, Vol. 22, No. 2, pp. 130-142.
- 10、Gefen, D., D. Straub, and M. Boudreau, (2000), *Structural Equation Modeling Techniques and Regression: Guidelines for Research Practice*, Communications of the Association for Information Systems (7) August,pp. 1-78.
- 11、Hair, J. F. , Black, B. , Babin, B. , Anderson, R. E. and Tatham, R. L., (1998), *Multivariate data analysis* (5th), Prentice Hall.
- 12、Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L., (2006), *Multivariate Data Analysis (6th Ed.)*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- 13 ․ Kim, J. , and Mueller, C.W.,(1981),*Factor Analysis: Statistical Method and Practice Issue*, Sage Publications, Newbury Park ,CA .
- 14 ․ Mueller, Ralph O. ,(1997),. *Structural equation modeling: Back to basics*. Structural Equation Modeling, 4, 353–369.
- 15 ․ Nunnally, J. C. ,(1978), *Psychometric Theory*,2<sup>nd</sup> , New York: McGraw-Hill.
- 16 ․ Punck, K.(1998), *Introduction to Social Research :Quantitative and Qualitative Approaches* .London :Sage .
- 17 ․ Pedhazur, E.J.,(1997), *Multiple Regression in Behavior Reisenwitz*, Timothy H.; Iyer, Rajesh; Cutler, Bob. ,(2004), *Nostalgia advertising and the influence of Nostalgia proneness*. Marketing Management Journal, 14(2), 55-66  
Research :Explanation and Prediction(3<sup>rd</sup> ED.).New York: Holt, Rinehart and Winston.
- 18 ․ Roger Trancik,(1986), *Finding Lost Space:Theories of Urban Design*.
- 19 ․ Susan L. Holak & William J. Havlena, (1998), *Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of Nostalgia*, Journal of Business Research, 42(4), 217-226.
- 20 ․ Urry, J. ,(1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary*, London: Sage.
- 21 ․ Williams, L. J., & Hazer, J. T. ,(1986), *Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: A re-analysis using latent variable structural equation methods*. Journal of Applied Psychology, 71, 219-231.
- 22 ․ Zeppal, H., and C. Hall. ,(1991),. *Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism*. *Tourism Studies*, 2, 47–55.

## 附錄一：前測問卷及正式問卷

為瞭解「閒置空間再利用與遊客懷舊意象、旅遊體驗、知覺價值和重返意願關係之研究-以審計新村為例」，進行一項學術性的問卷調查研究，盼您能提供協助，您所提供的意見，將對本研究有相當大的貢獻，勞您費心作答，感激不盡。

東海大學景觀學系暨研究所  
指導教授 吳佩玲博士  
研究生 許淑惠敬上

※所有題項沒有正確答案，您僅須根據個人感受或經驗的程度填答選項即可。

第【1】部分：這部分的題目，是想瞭解您個人對於審計新村的懷舊意象。

請您依下列敘述的同意程度，並在□內打勾。

	極 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.這裡讓我感覺到融入了以前的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我感覺到時代的興衰變遷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我能在這裡瞻仰緬懷古物、舊建築與歷史文物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我能在這裡追尋到一些已經不存在的心情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.這個地方可以讓我重溫舊夢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.現在在這裡的情緒狀態為平靜的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.現在在這裡的情緒狀態為美感的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.現在在這裡的情緒狀態為舒適的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第【2】部分：這部分的題目，是想瞭解您個人對於審計新村的旅遊體驗。

請您依下列敘述的同意程度，並在□內打勾。

	極 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.台中審計新村可以體驗台灣早期的人文文化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台中審計新村的文化背景，能激發我回味往日文化生活氛圍	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.參與台中審計新村的相關活動後，能激發我的文創動機	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.看到台中審計新村的設計與景觀，我很想拍照錄影留念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.參與台中審計新村的相關活動，讓我產生文化保存的認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第【3】部分：這部分的題目，是想瞭解您個人對於審計新村的知覺價值。

請您依下列敘述的同意程度，並在□內打勾。

	極 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.造訪台中審計新村的經驗是值得的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.造訪台中審計新村帶給我歡樂的體驗，並有助於提升自我	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台中審計新村聯外交通便利，方便前往	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台中審計新村周遭環境整潔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台中審計新村享有好的聲譽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第【4】部分：這部分的題目，是想瞭解影響您個人對於審計新村的重遊意願。

請您依下列敘述的同意程度，並在□內打勾。

	極 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.您會帶朋友到台中審計新村旅遊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.您會再來台中審計新村旅遊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台中審計新村是您未來休閒、藝文活動規劃的優先選擇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

以下問題僅係作為本研究人口變項之資料分析用途，請逕自勾選即可。

【一】您的性別：男 女。

【二】您的學歷：國中 高中 專科 大學 碩博士。

【三】您的年齡：18~25歲 26~35歲 36~45歲 46~55歲 56歲以上

【四】您的年收：30萬(含)以下 30萬~60萬(含) 60萬~90萬(含)

90萬~120萬(含) 120萬以上。

【五】您的職業：軍公教人員 農林漁業 私人企業僱員 學生 其他

【六】您是否有設計及美學相關背景：否 是(如設計、建築、景觀、美術、電影、美學等)。

本問卷到此結束，感謝您的熱心填答，最後勞煩您檢查一下是否有漏答之題項，謝謝您！

若您對本研究感興趣，可留 E-Mail：\_\_\_\_\_，晚將分析結果寄予您

## 附錄二：訪談逐字稿整理

### 一、審計新村在地業者 保羅市集 簡正強營運長

問：審計新村是1969年完工的台灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有甚麼看法？

答：把閒置空間再利用開發，是一個將文化氛圍保留的一種方式，但現今對店家來說其實是個劣勢。許多消費者只知道這裡叫審計新村，來這也只是單純的打卡拍照，或是在國美館和綠園道消費完才來這散步的，當這裡還沒做一個強力宣傳時，消費者會受到這裡環境的氛圍及獨特的文化性，而願意來這邊；那假如未來我們整個園區改善完成了，加上每個店家都是極具特色，那懷舊的空間就會成為一個誘因，遊客會覺得這裡跟范特喜、國美館那邊的商業氣息是不一樣的，它更具有文化產業的味道，再結合這邊的特色店家，這將會是加成作用；目前大家都說這邊是廢墟，但這個廢墟未來在大家心中將是個都會區中獨特的場域。

問：您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？

答：如果以經營的角度來看，我們看到一個很特別的地方；我們經營各種品牌，品牌本身就在說故事，但這些東西是可商業複製的。可是當你到了一些有獨特性的場域，這場域又有獨特的歷史味道，你就不能只是單純講自己的品牌故事，你必須跟這邊的環境氛圍做結合，這將會更融洽且有加成的效果。而如果遊客來這消費也會覺得品牌與在地是有連結的，而這樣的消費行為將會有別於其它地方。另外這園區跟其他文創園區不同的是這裡是以「聚落」的概念在操作，不會是各店家單打獨鬥，這裡是要在地的店家串連起來一起去經營的。

問：您的觀察，來這邊消費的遊客，多數的年紀及客層是？

答：如果以平日假日來看，平日大部份為大學生，可能是下午沒課來這散散心，或考試壓力大而來的，之前還聽到遊客的對話內容說：「你看！我找到了一個寶藏！一個廢墟，真的很棒！可以來拍照，信不信？！」所以這邊就像是年輕人平日可以脫離現實生活的地方，而假日還有上午下午的區別，假日的上午多是家庭，下午的黃金時段除了家庭外還有許多年輕人，而多數有能力的家庭也願意在此消費購物。

問：您覺得他們會喜歡這裡的懷舊空間嗎？

答：我認為是喜歡的，因為當這邊不是這麼有名氣十大家就願意來這裡，而如果我們在網路社群打上關鍵字也大部分會出現審計新村，而年輕人喜愛拍照的點不外乎就是些紅磚牆和些破瓦，而我們這邊以前有個樓梯和鐵柵欄，那邊是超瘋狂的熱門點，另外像我們店的後門沒有甚麼佈置看似簡單，只擺放了些小學時期的課桌椅，而這懷舊的課桌椅對客人來說就是寶物，大家都搶

著拍照，也就是說從網路和觀察現場遊客的行為就可得知他們是喜歡這懷舊的空間。

問：您的觀察遊客會因為喜歡這裡的懷舊感而來旅遊或消費嗎？

答：就像剛提到的，目前多數人還是把這認定是個廢墟，大家會為了懷就感而來旅遊，而較少消費，其實大家也不太瞭解這邊的店家在做甚麼，多數遊客只有拍照而沒消費，因為大家的印象就是在勤美誠品、草悟道那邊是要把錢花光的地方，然後到這邊口袋空空，沒關係！還有相機可以拍照，這是目前消費者的心態，但這也可以看做是個潛力，原因在於說，如果我們把園區的整體環境做好，一起做聚落的經營及行銷其實是有機會的，甚至讓訪客覺得說我們在這逛完消費完再去草悟道那，說不定這時就是翻轉的時候了。

問：遊客喜歡來這裡的主要原因是？他們最希望改善的是？

答：大家來這邊就是喜歡拍照嘛！目前希望改善的是：第一、大家會有找廁所的問題，第二、在園區定期會有「小蝸牛市集」，但園區目前尚未提供大型的垃圾桶，導致遊客會往我們的廁所丟，品德較差的遊客甚至會讓園區變成垃圾場，所以對我們而言是比較想改善的是這個園區的公共設施的建制。

問：對於閒置空間再利用的場域，您建議適合發展的產業是？

答：就我看來「文創」、「藝術」是都要有的，但我們要思考的是我們跟勤美與美術館的差異在哪？例如我們可看看這園區有的資源，像中興大學就是個厲害的單位，而農業更是強項之一，所以我們在「小蝸牛市集」不只但談文創也談「小農」，我們不應只單純的講文創講藝術，更重要的是談在地的農產，今天如果在都會區中，有一塊文創聚落，有人在談在地食物，吃最好吃健康的食材，我們也應當把文創的一些力量放在這塊，那就和鄰近的草悟道做出區別了。

問：對於審計新村的未來，您的建議是？

答：這就要看我們對審計新村的定位，如果我們單純就商業來看，就是把行銷做好，建立起群聚效應，但如果回歸到「摘星計畫」的本質，在這樣的機制下讓在地青年可以互相合作，而創業成功退場後的青年還可以將在外的資源帶回來與園區做結合，那我相信這會是個正循環。

問：如果讓你自由選擇文創場域，你會考慮審計新村嗎？為什麼？

答：我還是會選擇審計新村，因為這裡有獨特的氛圍，加上將來二樓未來會經營國際青年旅館，這樣的搭配是其他場域較少的，那我們在這邊經營的就不單只有假日的遊客，也會有住客來消費，我非常看好審計新村的未來發展。

## 二、審計新村在地業者 大目農田 簡莉臻店長

問：審計新村是1969年完工的台灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有甚麼看法？

答：留下是好的，可以活化這空間讓大家多了解前人的居住環境及生活，很好。

對進駐的文創商店來說可以增加我們行銷的豐富度及深度，很容易有故事的包裝對文創是好的。

問：您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？

答：這是正面的，我們覺得保留這些懷舊意象對我們來說是很棒的一件事。

問：您的觀察，來這邊消費的遊客，多數的年紀及客層是？

答：大多數是與學生及大學生、研究生為主。消費的部分是以家庭、親子、還有上班族為主。

問：您覺得他們會喜歡這裡的懷舊空間嗎？

答：我覺得他們蠻喜歡這邊的懷舊空間，因為他們來都會不斷地拍照。

問：您的觀察遊客會因為喜歡這裡的懷舊感而來旅遊或消費嗎？

答：會的，他們會因為喜歡這邊的懷舊感而來旅遊。但是消費的話就要看店家的情況了，遊客消費是不一定的，至少目前看起來是這樣子。

問：遊客喜歡來這裡的主要原因是？他們最希望改善的是？

答：遊客喜歡這邊的原因大多是因為他們喜歡這邊的舊建築，當然他們也喜歡這些文創商品或者是市集。最希望改善的部分是公共設施的增加；例如公共垃圾桶、公共的廁所這些都很缺乏。

問：對於審計新村的未來，您的建議是？

答：希望未來能繼續保留這些富有懷舊感的建築物能繼續存在，然後不要太過商業化而失去了原本對於審計新村的經營。未來希望多有一些有特色的風格市集能夠在這個地方舉辦，這樣子可以再增加我們的多元性，也可以有更多不同的有客群來參觀這個地方。

問：對於閒置空間再利用的場域，您建議適合發展的產業是？

答：其實懷舊的空間還蠻適合做一些影視或電影拍攝的場所，這樣子可以讓更多人知道而變成一個旅遊景點。

### 三、台中文創平台經營商 對了出發文創公司 葉欣芝營運長

問：審計新村是1969年完工的臺灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有什看法？

答：台中市政府還有中興大學為了將審計新村這個閒置空間做再利用開發，他們花了很多的時間跟經費；最主要的原因他們是希望將這一個地區變成是銜接綠園道以及草悟道的旅遊動線。從政府及公部門的角度來看將，保留這樣子的一個具有歷史記憶的建築物，將開發降低，減少對市容的影響，並保留在地人對城市的記憶，我覺得是很棒的一件事情；我對公部門有這樣的想法與作法覺得非常的肯定。

問：您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？

答：文創業者希望有一些能夠吸引遊客來的焦點，這樣對他們來說要去經營是比較容易的一件事情。而這邊的懷舊意象建築物對他們來說，剛好有一個

能夠切入的點，讓他們不論在行銷的深度、廣度都能夠達到一定的程度，對業者是很有幫助的。

問：您的觀察，來這邊消費的遊客，大多數的年紀及客層是？

答：我觀察他們的年紀大概都是國中高中大學的學生，還有一些是來自於大概30歲左右的這個客層，屬於比較年輕的客層。比較特別的是還有一些國外的背包客與來自於新加坡香港的遊客，他們很喜歡這裡的氛圍。

問：您覺得他們喜歡這裡的懷舊空間嗎？

答：如果以一個旅遊景點來看，他們是喜歡這邊的懷舊空間的。

問：您的觀察遊客他們會因為喜歡這裡的懷舊感而來旅遊或消費嗎？

答：我想這是肯定的，因為有懷舊的意象他們來到這邊就會喜歡去拍照或者是宣傳，而久而久之他們來這邊旅遊的時候就會開始消費的行為。所以他們是喜歡來這邊旅遊跟消費的

問：遊客喜歡來這裡的主要原因是？他們最希望改善的是？

答：目前遊客來這邊除了欣賞體驗這一些懷舊的建築物以外，他們來這邊的主要原因是因為這裡有市集還有一些文創的商店跟青年創業的公司。而最希望改善的是公共的設施不足：包括 ubike、停車空間、廁所、休息的地方、活動的公共區域等都是不夠的

問：如果讓你自由選擇文創場域，你會考慮審計新村嗎？為什麼？

答：我會考慮審計新村，因為這邊的商業區位很好。台中的文創聚落大概就聚集在美術館的附近，選擇這裡容易被看見，所以選擇這裡是對的。

問：對於審計新村的未來，您的建議是？

答：希望未來的營運單位能夠不以營利為主；對於青年的創業、小農的市集、在地農業的支持、土地的正義……營運單位都能夠有所兼顧。因為閒置空間本來就是一個公部門的資源，如果可以被更多的年輕人拿來做創業的基地，土地成本以出租方式便宜租給青年，將是這裡最大的優勢。未來的營運單位、公部門的部分，都必須努力的讓審計新村裡面青年的創業成功故事能夠被看見。這才是審計未來的亮點而不是商圈的活絡與經營的利潤績效。

問：對於閒置空間再利用的場域，您建議適合發展的產業是？

答：其實要看所在的縣市、所在的商圈位置不同而會有不同的發展。其實閒置空間不見得只能拿來作文創或藝術基地，應該是因地制宜的有不同產業的發展。

#### 四、弘光大學文創系教授 魏彰志老師

問：審計新村是 1969 年完工的台灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有甚麼看法？

答：我認為將閒置空間開發再利用，對台中市的市容有加分的效果，至於做哪些類型則是有許多的可能性，那目前市府是把審計新村當作青年創業的平台，也把這「OT」委託出去結合旅店、特色店鋪，我認為這樣的方式是好的，在整體運作過程中，這些閒置空間它們在青年來之前利用市集的方式把這邊保留下來，除了活化空間外，有更重要的意義是讓空間有了生命力，如果再把草悟道的整體營運連結到審計新村，我認為這樣是不錯的。

問：您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？

答：我覺得保留這些懷舊意象建築對經營文創的人意義是非常大的，因為文化的底蘊其實是個元素，透過這個懷舊的意象對文創經營的業者是有加分的，而審計新村保留了這些懷舊意象，對些少數族群可能沒有共鳴，但至少保留住當年的建物風貌，而審計新村的空間尺度又很適合經營文創的人去發揮創造更多空間的可能。

問：您的觀察，來這邊消費的遊客，多數的年紀及客層是？

答：這裡畢竟臨近草悟道，所以這邊的客群多為大學生及約 35 歲以下的家庭客為主；審計新村一開始是以「小蝸牛市集」在運作，而市集的對象和喜歡這生活型態的人，多是會關心在地農業的人，和些青年創業家，所以大部分是在 35 歲以下，而這些年紀的人也都會帶自己的小孩來逛。

問：您覺得他們會喜歡這裡的懷舊空間嗎？它們會喜歡這的懷舊感而來旅遊消費嗎？

答：我覺得遊客喜歡這的懷舊空間。草悟道和中間「范特喜」的「綠光計畫」也是把自來水宿舍做整理，把草悟道、綠光計畫、審計新村這些東西做整個的串連後，大家就會喜歡了，而這空間也有許多業種業態，會讓人來這裡找尋些創意，在加上有濃濃的復古味，相對就有許多人來這裡旅遊、拍照和消費了。

問：遊客喜歡來這裡的主要原因是這些懷舊感還是其他？

答：如果純懷舊的話就只是純拍照，少了些創意性商品就不會創造其他價值，所以應當懷舊加上青年創業的內容做經營連結

問：對於現在的審計新村您的建議是？對於審計新村的未來您的想像是？

答：期待營運單位如果把審計新村這個單一地點能將草悟道的亮點延伸並串連，讓這更為活絡，而未來的想像是希望這能成為舊地改造的標竿、甚至好的案例；也成為一個新景點及青年創業的一個重要基地。

問：對於閒置產業再利用的場域，您建議適合發展的產業是？

答：我覺得空間其實要對應到它所在的商圈去做考量，而不是在自己的空間去思考。而閒置的空間大小也會影響到未來計畫內容，像高雄駁二，它就適合做培育基地和商業活動同時存在；因地制宜，都有不同的產業發展策略。

## 五、東海大學景觀系教授 吳佩玲老師

問：審計新村是1969年完工的台灣省政府第三宿舍群，請問您對於台中市政府保留這裡的一磚一瓦，並將這閒置空間做再利用開發，有甚麼看法？

答：我覺得非常有必要，因為審計新村是位在市區的核心位置，而現今的草悟道發展的太過商業化，且是全新的東西，較少都市紋理和歷史背景，剛好審計新村是草悟道和綠園道這一塊相較下具有較多的文化和歷史可述說的地方，所以除了有新的商業發展下又把新的觀光文化帶入，因此非常重要。

問：您覺得保留這些懷舊意象的建築對在此經營文創的業者的意義？

答：承上題所言，沿著整個綠園道的建築是較沒特色的，多為早期街屋，或商業大樓，但只有這審計新村這一區的建築是最特別的，所以如果可以在整理後並加以保留，對文創業者是大利多的，這會有很大的吸引力，也會讓在地居民與有榮焉，而遊客也會想到此，不論是拍照也好或是瞭解在地歷史故事，對文創業者都是一大的加分。

問：您的觀察，來這邊消費的遊客，多數的年紀及客層是？

答：我覺得滿廣的，表面上看可能都是學生族群，但其實也滿多中年人的，因為這邊大約民國50年代完工的，像我父母70多歲了，其實也滿常來的，也因戰後台灣經濟起飛，受教育人口提高，因而現今老年人口受的教育也提高，這些人退休後也需要有個空間可以聚會，所以這邊不單只有年輕人，也漸漸有許多老年人。

問：您覺得他們會喜歡這裡的懷舊空間嗎？

答：會的，因為這邊的知名度是高的，且建築群很特別，而我覺得這邊有趣的是，從街道一邊過來，像從水泥叢林內突然有片寧靜的空間，有樹有老房子非常的特別。

問：遊客喜歡來這裡的主要原因是這些懷舊感還是其他？

答：我認為都有，因為如果只有懷舊感，大家來個一次兩次就不會再來，但如果持續的有活動在發生，像草悟道那邊，會定期聚辦活動、場商進駐、或每年有不同的主題，其實遊客都會一再回來。

問：對於現在的審計新村您的建議是？對於審計新村的未來您的想像是？

答：現在的審計新村假日還滿熱絡的，但平日就顯的沒落，這可能跟經營者的策略行銷有關，所以會覺得說平日是否可加入些想法，不然平日還是會讓人誤以為這邊還沒發展，對形象其實是負面的。對未來的想法是能加強對周遭的空間做連結，如增進鄰近學校、美術館、文化中心做對應，讓整個大環境可以融合，不然滿可惜的。所謂的產業就是必須要自給自足，產生一定的利潤才能永續，審計新村的潛力足夠，又在台中的新市中心，想發展其他產業基本上不會有甚麼困難，另外也希望政府單位在招募業者可以多元化些，並多多聽取各方意見。