

2008 南島族群婚禮活動效益評估

成果報告書



交通部觀光局茂林國家風景區管理處
中華民國九十七年十二月

2008 南島族群婚禮活動效益評估

計劃主持人：蔡長清 副教授
研究助理：研究生 李 中

委託單位：交通部觀光局茂林國家風景區管理處
受託單位：國立高雄應用科技大學觀光管理學系
2008 年 12 月

目 錄

目 錄	ii
表目錄	iii
圖目錄	iv
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究範圍	2
第四節 研究方法與流程	2
第二章 文獻探討	4
第一節 瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉觀光發展	4
第二節 南島族群婚禮	6
第三節 節慶活動之定義	11
第四節 節慶活動的類型	13
第五節 節慶活動的效益	15
第六節 遊憩動機之相關理論	16
第七節 遊憩體驗之相關理論	16
第八節 滿意度之相關理論	17
第三章 研究方法	19
第一節 研究對象	19
第二節 研究工具	19
第三節 質性訪談	21
第四章 研究結果與分析	22
第一節 遊客特性	22
第二節 遊客旅遊行為	24
第三節 遊客遊憩體驗	31
第四節 遊客消費行為	33
第五節 遊憩滿意度	39
第六節 遊客活動後看法	46
第七節 不同遊客特性對遊憩滿意度之差異分析	49
第八節 個別訪談	57
第九節 三鄉活動內容設計優勢及弱勢分析	60
第五章 結論與建議	61
第一節 結論	61
第二節 建議	63
第六章 參考文獻	67
附錄一 問卷	-1-
附錄二 活動剪影	-4-

表目錄

表 2-1	臺閩地區主要觀光遊憩區遊客人次年別統計表	6
表 2-2-1	「愛在涼山」歌謠祭活動程序表	8
表 2-2-2	「情定排灣」婚禮活動程序表	9
表 2-2-3	「魯凱誓約」婚禮活動程序表	10
表 2-3-1	節慶活動定義匯整表	12
表 2-4-1	節慶活動相關名詞匯整表	13
表 2-4-2	節慶規模分類表	14
表 3-2-1	問卷之旅遊特性問項說明表	19
表 3-2-2	問卷之滿意度問項說明表	20
表 3-2-3	問卷之參與活動後的看法問項說明表	20
表 3-2-4	問卷之個人背景問項說明表	21
表 4-1	受訪者的遊客特性分析表	23
表 4-2	受訪者過去參加南島族群婚禮活動次數分析表	24
表 4-3	受訪者前往參加活動主要交通工具分析表	25
表 4-4	受訪者活動停留時間分析表	26
表 4-5	受訪者留宿情況分析表	26
表 4-6	受訪者主要活動資訊來源分析表	27
表 4-7	受訪者參加活動主要成員分析表	28
表 4-8	受訪者旅遊動機分析表	29
表 4-9	南島族群婚禮活動吸引力分析表	30
表 4-10	受訪者參加活動分析表	31
表 4-11	受訪者已經去過或預計前往的地點分析表	32
表 4-12	交通費用分析表	33
表 4-13	購物費用分析表	34
表 4-14	餐飲費用分析表	34
表 4-15	住宿費用分析表	35
表 4-16	娛樂費用分析表	36
表 4-17	其他費用分析表	37
表 4-18	總費用分析表	37
表 4-19	遊客遊憩滿意度分析表	39
表 4-20	參與活動滿意度分析表	44
表 4-21	活動後意願分析表	46
表 4-22	遊客參與活動後意願分析表	46
表 4-23	不同年齡的遊客遊憩滿意度之差異分析表	51
表 4-24	不同年齡的遊客事後看法之差異分析表	52
表 4-25	不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析表	54
表 4-26	不同參加活動次數的遊客遊憩滿意度之差異分析表	55
表 4-27	參加不同週次活動的遊客遊憩滿意度之差異分析表	56
表 4-28	三鄉活動內容設計優劣勢分析比較表	60

圖目錄

圖 1	研究流程圖	3
圖 4-1	受訪者過去參加南島族群婚禮活動次數統計圖	24
圖 4-2	受訪者前往參加活動主要交通工具統計圖	25
圖 4-3	受訪者活動停留時間統計圖	26
圖 4-4	受訪者留宿情況統計圖	27
圖 4-5	受訪者主要活動資訊來源統計圖	28
圖 4-6	受訪者參加活動主要成員統計圖	28
圖 4-7	受訪者旅遊動機統計圖	29
圖 4-8	南島族群婚禮活動吸引力統計圖	30
圖 4-9	受訪者參加活動統計圖	31
圖 4-10	受訪者已經去過或預計前往的地點統計圖	32
圖 4-11	交通費用統計圖	33
圖 4-12	交通費用統計圖	34
圖 4-13	餐飲費用統計圖	35
圖 4-14	住宿費用統計圖	35
圖 4-15	娛樂費用統計圖	36
圖 4-16	其他費用統計圖	37
圖 4-17	總費用統計圖	38
圖 4-18	活動區內服務人員之服務態度滿意度統計圖	40
圖 4-19	活動區內服務設施滿意度統計圖	40
圖 4-20	表演會場及展示區動線安排滿意度統計圖	41
圖 4-21	活動區內引導指標滿意度統計圖	41
圖 4-22	活動區內停車位數量滿意度統計圖	42
圖 4-23	交通便利性滿意度統計圖	42
圖 4-24	活動地點之環境整潔滿意度統計圖	42
圖 4-25	特產及紀念品之販售滿意度統計圖	43
圖 4-26	原住民特色文化的塑造及呈現滿意度統計圖	43
圖 4-27	餐飲的滿意度統計圖	44
圖 4-28	再次參與南島族群婚禮之意願統計圖	47
圖 4-29	介紹南島族群婚禮給別人之意願統計圖	47
圖 4-30	參加主辦單位建議活動行程之意願統計圖	48
圖 4-31	遊客參與活動後看法統計圖	52
圖 4-32	不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析圖-交通便利性	53
圖 4-33	不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析圖-環境整潔	53

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

隨著國民生活水準的提升及對生活品質與休閒活動的重視，使得觀光休閒產業快速蓬勃發展。近年來，國內推動觀光節慶活動已蔚為風潮，除了典型的宗教慶典外，各縣市政府利用其地區特色，積極舉辦各式各樣的節慶活動，藉由活動的舉辦以行銷地方並活絡當地觀光產業的發展並創造經濟機會。

交通部觀光局國民旅遊組 2001 年針對高雄燈會效益評估所做的調查，該活動吸引 500 萬人次前往觀賞，並使當地產業交通及餐飲業績成長 10%，約 4 億元的經濟效益（引自駱焜祺，2002）；屏東縣 2001 年黑鮪魚文化觀光季的舉辦，也為屏東縣創造數億元以上的經濟效益。另外，像英國愛丁堡人口不過 50 萬人，但因成為「節慶之都」，每年透過節慶活動有計畫吸引 200 萬名遊客，創造 920 萬英鎊地方收入及 1,319 人全職就業機會（王育群，1999）。

此外，根據交通部觀光局統計 2001 年首次舉辦的 12 項大型地方節慶活動，總參與人次達 1,095 萬人次，觀光收益約 32 億元（交通部觀光局，2001），成效顯著。因此，節慶活動的舉辦若能成功，不僅可帶來遊客人潮，對於住宿、購物、餐飲，也可帶來極為可觀的收益以繁榮地方經濟。

茂林國家風景區範圍內深具豐富原住民文化資產，為能推展原住民文化並促進地方觀光產業的發展，茂林國家風景區管理處今年已是連續多年贊助地方辦理『2008南島族群婚禮』活動。藉由原住民傳統婚禮活動，行銷高屏山麓旅遊觀光資源特色，帶動地方繁榮發展,宣傳國家風景區內的觀光旅遊據點，提供旅遊業者設計套裝遊程的素材，並配合政府的觀光政策目標與策略，極具價值。

第二節 研究目的

本計畫主要目的在瞭解『2008南島族群婚禮』活動所帶來之效益評估，希冀藉由調查研究瞭解『2008南島族群婚禮』活動所帶動的經濟產業文化，提升地方知名度，創造地方就業機會，活絡地方經濟，塑造地方特色，進一步了解遊客對本項活動的認知，藉以振興觀光產業，推動觀光業務之長程發展，促進當地居民對本活動辦理的共識。

- 一、瞭解舉辦本此活動所帶來之效益為何。
- 二、瞭解參加本次活動遊客之遊憩滿意度與活動後看法。
- 三、瞭解地方人士對於『2008 南島族群婚禮』活動之看法。

第三節 研究範圍

由於『2008南島族群婚禮』活動期間橫跨11月份的三個週末（11月1日：「愛在涼山」歌謠祭；11月7、8日：「情定排灣」婚禮；11月14、15日：「魯凱誓約」婚禮），分別在瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉舉辦，因此本研究之研究範圍是以三次活動之舉辦地區：瑪家遊客中心、文化館、地摩兒藝術公園、霧台部落、神山部落廣場以及霧台部落文化廣場依次進行調查。

第四節 研究方法與流程

一、研究方法

本研究將採用文獻回顧、訪談法及問卷調查法來衡量『2008南島族群婚禮』活動之效益評估。回收遊客之有效問卷數324份，資料分析將採用描述性統計及單因子變異分析等方法，探討分析遊客的一般意見及不同個人背景是否影響遊客看法，並綜合質性訪談之內容重點做出整體結論與建議。

二、研究流程

本研究流程如圖 1 所示：

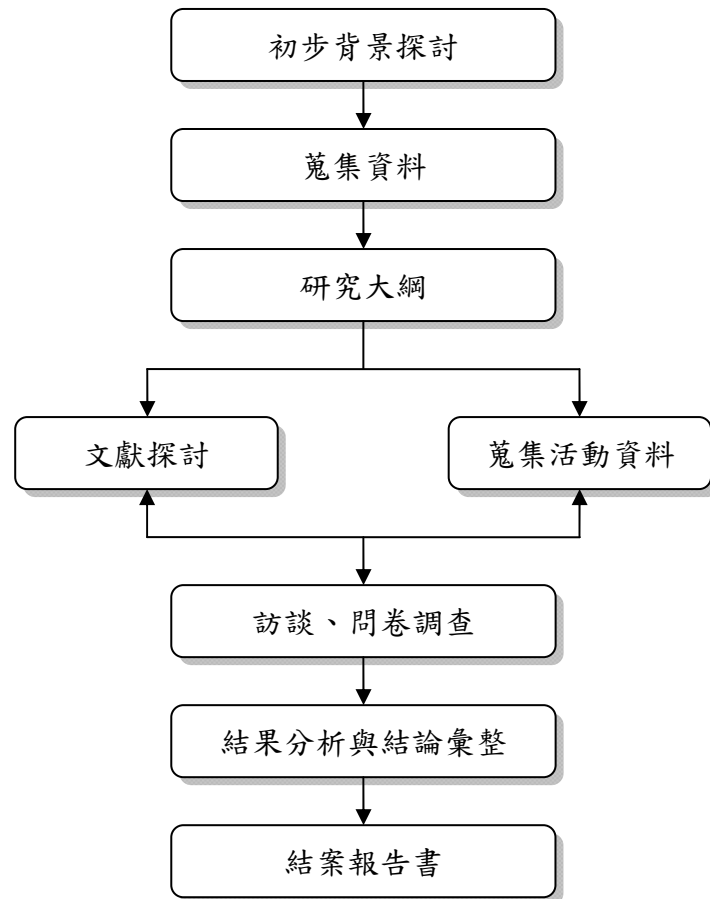


圖 1 研究流程圖

第二章 文獻探討

第一節 瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉觀光發展

本研究之活動舉辦地點為瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉，皆位於屏東縣境內。屏東縣位於台灣本島之南端，東有大武山脈，接連台東縣界，南瀕巴士海峽，西沿下淡水溪，北自高樹鄉與高雄縣分治。其自然方位，極東是霧台鄉雄峰山頂，極西是琉球嶼西端，極南是恆春鎮七星岩南端，極北是高樹鄉舊寮村北端。南北長 112 公里，東西寬 47 公里，全縣土地總面積為 2775.6003 平方公里。

在中央社 2008 年 8 月 23 日的新聞稿中，以「曖曖內含光」形容屏東的觀光資源豐厚，其實，屏東縣政府將屏東的觀光規劃成四個區塊，分別是：親山線（以原住民鄉為主）、親海線（東港到枋寮的沿海鄉鎮，以大鵬灣國家風景區為主）、平原線（以六堆客家文化為主）及恆春半島線（以墾丁、四重溪溫泉）為主。四個區塊的風景線，都各有國家級的觀光推展單位，親山線有茂林國家風景區管理處、平原線有六堆客家文化園區管理處、親海線有大鵬灣國家風景區管理處、恆春半島有墾丁國家公園管理處。其中，親山線的原住民觀光和平原線的六堆客家觀光，是近幾年才推展的文化觀光。

而在屏東縣政府的總體發展計畫中提到，在經濟發展的配合上，確立綜合性的觀光計畫，是屏東縣未來的重要經濟活動。屏東縣政府原住民行政處處長曾智勇說，「文化觀光原本就是小眾觀光，屏東的原住民觀光永遠變不了墾丁」，但是，當節能減碳成為新時代潮流後，生態、文化旅遊已成為屏東縣八個山地鄉發展的雄厚本錢。

一、瑪家鄉

瑪家鄉是西排灣族「瑪家雜牙雜牙」社居住地，排灣語「瑪家雜牙雜牙」是指傾斜的山坡地。民國 34 年台灣光復，將各部落成立一個村，瑪卡札亞札亞改稱瑪家、瑪須利德改稱北葉、娃卡巴改稱涼山、卡札給蘭改稱佳義。瑪家鄉現轄有北葉村、涼山村、佳義村、排灣村、瑪家村、三和村等六村。舊筏灣部落是瑪

家鄉排灣族的發源地，除優美的自然景觀外，更具有原住民遺址之歷史意義。

瑪家鄉自然風光優美，瀑布資源相當豐富，區內以原住民文化園區、涼山瀑布等遊點最具特色。境內以排灣族為主，原住民文化園區佔地 83 公頃，以原住民九族的建築藝術及衣飾工藝、生活型態為展示主題，完整呈現聚落的風貌，並有提供手工藝教學和原住民民俗活動，提供遊客一趟原住民文化豐盛之旅。

二、三地門鄉

三地門鄉擁有得天獨厚的美景，青翠山巒、蜿蜒溪流，更有豐富的排灣及魯凱族特殊文化資產，也是最大的山地鄉。原地名排灣語為音斯笛摩兒，清朝時期漢人北移開墾時稱之為山豬毛，日治時期稱為三地門，光復後才改稱三地鄉，1992 年 8 月更名為三地門鄉。在三地門鄉，您可以暢遊陸海空之旅；德文風景區、大津瀑布、海神宮的美等，或到賽嘉露營活動，或到部落遺址尋幽訪古，還有充滿原味的餐飲。

三地門鄉的藝術工作者，平時除了致力於傳統藝術的推廣外，在藝術品的創作更是有獨到之處。無論琉璃製作、傳統服飾上的印染刺繡、陶壺、木雕、石雕...等，結合了現代藝術與原始圖騰的傳承。

三、霧台鄉

霧台鄉是屏東縣地勢最高的一鄉，是魯凱族群部落之一，有著豐富的魯凱文化和藝術，如石板屋、編織工藝、石雕藝品等等，在霧台山坡石板路旁設有藝術街供遊客參觀。霧台的瀑布、幽谷、田園風光、賞花區也是相當著名的，野生動物跟生態觀賞體驗區可讓遊客們盡興體驗大自然的生態。舊好茶遺址保存有完整的傳統屋舍、祖靈屋、石柱等，為全國唯一的原住民二級古蹟，是國內唯一以原住民聚落而被指定的古蹟。本鄉具有多處極具特色的民宿，供遊客體驗原住民早年的山居生活。在隘寮溪畔的伊拉村谷川部落，闢建完成長達 1,200 公尺的溪岸賞景步道，延途可賞溪魚、觀賞溪中溪石雕塑，還有鄰近的伊拉瀑布，大自然原味風貌。

比較近三年來交通部觀光局所發布的「臺閩地區主要觀光遊憩區遊客人次月別統計」後發現，在台灣原住民文化園區、賽嘉遊憩區以及霧台遊憩區這三個遊憩區的遊客造訪次數是呈現逐年成長的趨勢，其中又以台灣原住民文化園區的遊客成長數量增加最多。由此可見，當地之觀光產業發展在屏東縣政府與茂林風景管理處的積極推動之下，已經有了相當顯著的成果。

表 2-1 臺閩地區主要觀光遊憩區遊客人次年別統計表

	台灣原住民文化園區	賽嘉遊憩區	霧台遊憩區
2005 年遊客總數	258,721	1,352	95,337
2006 年遊客總數	296,288	0	33,380
2007 年遊客總數	318,605	23,377	46,319

資料來源：交通部觀光局

第二節 南島族群婚禮

一、沿革

交通部觀光局茂林國家風景區管理處連續 2005、2006、2007 年舉辦『南島族群婚禮』系列活動，由於活動具有特色，不僅有許多國內非原住民的新人熱烈參與外，更吸引來自國外新人參加，營造浪漫而具有異國風味的婚禮，獲得參與者與外界一致好評與認同。

鑑於 3 年活動受到各界肯定，並成功的將原住民婚禮活動包裝成為觀光魅力活動，帶動本風景區觀光旅遊發展，今（2008）年度與瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉攜手合作，並邀請屏東縣政府等單位共襄盛舉，再度於 2008 年 11 月份連續三週週末（11 月 1 日、7—8 日、14—15 日）舉辦『2008 年南島族群婚禮—「愛在涼山」歌謠祭、「情定排灣」婚禮、「魯凱誓約」婚禮』活動。

二、2008 南島族群婚禮

由交通部觀光局茂林國家風景區管理處與屏東縣政府共同主辦的『2008 南島族群婚禮』系列活動，今年結合屏東縣政府集團婚禮擴大辦理，茂林國家風景區管理處為推動旅行台灣年，創造觀光經濟效益，行銷觀光產業與文化，特別與

屏東縣政府共同精心策劃今年的婚禮活動，以區內排灣族及魯凱族原住民的特色婚禮為主題，藉由活動呈現族群多元文化，將傳統婚禮儀式、歌舞、特色產業、民宿及美食由活動導入呈現國人面前，以及國際舞台上。

『2008 南島族群婚禮』系列活動—「情定排灣」婚禮，於 11 月 8 日下午 2 點舉行，參加的新人本身為原住民之新人有 4 對，非原住民之新人有 12 對，就本次參與之新人族群而言，足見本活動已被非原住民的年輕男女接受與認同。

緊接著「魯凱誓約」婚禮於 11 月 15 日上午舉行，本次參加的新人共計 13 對，其中屬於原住民之新人有 1 對，非原住民之新人為 12 對，活動選在霧台鄉神山部落廣場舉行，結婚儀式遵照魯凱族傳統頭目古婚禮儀式進行，主要儀式分為下聘儀式、頭目為新娘佩帶額飾、點聘儀式及婚禮儀式等過程。

今年活動與去年相較之下，今年的活動較去年更有豐富的活動內容規劃，首先是婚禮活動的設計部份，主辦單位為營造婚禮活動氣氛，特別選在活動前一週，於屏東縣瑪家鄉瑪家遊客中心舉辦「愛在涼山」歌謠祭活動，邀請遊客及新人一起觀看原住民傳統婚禮演繹、原住民音樂饗宴，並搭配周邊產業行銷活動，為南島族群婚禮活動揭開序幕，另外還特別安排「新人-愛苗滋長」活動，讓每一對新人種樹，留下愛苗，使今年的婚禮活動更具意義。

表 2-2-1 第一週（11 月 1 日）：「愛在涼山」歌謠祭活動程序表

活動時間	活動名稱	活動地點	活動內容
09:00-17:00	好吃、好玩、好看	瑪家遊客中心	1.文化體驗闖關 2.手工藝、農特產展售 3.婚禮服飾、聘禮文物展 4.新人傳統婚禮服飾照
09:30-11:00	1.樂團演唱 2.酷炫爆炸褲 3.Elastic 4.百合戀	瑪家遊客中心	1.樂團演唱 2.街舞表演
14:00-14:30	開幕儀式	瑪家遊客中心	1.開場白 2.頒獎-2008 瑪家鄉部落豐年祭傳統婚禮評選、模範父親、導覽解說人員結業證書
14:30-17:00	1.情歌對唱 2.瑪家鄉大頭目 3.傳統婚禮演繹	瑪家遊客中心	1.男女對唱 2.豐年祭系列活動傳統婚禮演繹評選冠軍社區表演
活動時間	活動名稱	活動地點	活動內容
17:30-22:00	1.排灣風情 2.森林笛響 3.蛇君之戀 4.勇士出征 5.卑南歡樂舞 6.第二屆勇士選拔 7.舞動叢林 8.第二屆公主選拔 9.芒果恰恰 10.頒獎	瑪家遊客中心	1.撒咪靈文化藝術團表演 2.第二屆公主勇士頒獎典禮

資料來源：茂林國家風景管理處

表 2-2-2 第二週（11 月 7、8 日）：「情定排灣」婚禮活動程序表

活動時間	活動名稱	活動地點	活動內容
<u>11 月 7 日</u> 13:00-17:00	1.新人報到 2.排灣浪漫之旅	山湖觀	1.連絡及協助新人報到 2.安置行李 3.下午茶享用及 SPA 4.新人彩排 5.新人聯誼
17:30-21:00	1.餐敘 2.新人住宿 3.歡迎新人晚會~ 排灣情歌之夜	1.餐廳 2.山湖觀 3.文化館	1.享用排灣風味餐 2.協助新人住宿安排房間 3.各村情歌演出及傳統服飾走秀
<u>11 月 8 日</u> 08:00-11:30	1.部落觀光 2.情人體驗炒咖啡 3.新人種樹 4.工藝街參訪	地摩兒藝術公園	
11:30-12:30	餐敘	文化館	享用排灣風味餐
12:30-14:00	新人化妝、著裝	文化館二樓	
14:00-18:00	「情定排灣」-排灣族婚禮進行式活動	地摩兒藝術公園-生命舞台	1.豎鞦韆架儀式 2.下聘禮儀式 3.成婚儀式
16:00-18:00	咖啡王子、紅藜公主選拔頒獎	地摩兒藝術公園-生命舞台	票選出本屆咖啡王子、紅藜公主進行頒獎活動

資料來源：茂林國家風景管理處

表 2-2-3 第三週（11 月 14、15 日）：「魯凱誓約」婚禮活動程序表

活動時間	活動名稱	活動地點	活動內容
11 月 14 日 15:00-16:00	岩板部落喜事： 部落族人認養新人 活動	霧台部落 神山部落	由各民宿或有意願參加的族人認養一對。負責服務項目包含新人傳統服裝、住宿、製作花轎及抬轎、協助親友團的接待及住宿
18:30-21:00	1.晚宴 2.「山林傳情」 -魯凱情歌之夜	神山部落廣場	活動設計包括 (1)歡迎新人餐晚會 (2)以表演方式或耆老口述介紹魯凱族傳統婚禮前、中、後的細緻過程
11 月 15 日 10:30-12:00	「魯凱誓約」- 魯凱族傳統婚禮	神山部落廣場	新人穿著魯凱族傳統服飾盛裝，由各自認養服務家戶乘花轎往文化廣場行進。 新人乘坐花橋、下聘禮儀式、盪鞦韆、勇士禮讚、婚禮儀式、聯歡舞、魯凱婚禮美食饗宴、迎娶儀式
13:30-14:00	新人種樹活動	神山部落廣場	新人植樹
14:00-17:00	「發現霧台」- 霧台文化生態之旅	霧台部落文化 廣場、霧台各部 落景點	部落產業解說及體驗、伴手禮展售、傳統及創意手工藝品展售、設計套裝遊程供遊客及新人體驗

資料來源：茂林國家風景管理處

第三節 節慶活動之定義

由於觀光發展能夠帶動地方產業、創造就業機會、提升生活品質，使其成為近年來各國政府用以作為發展「地方經濟」之主要策略（江彩禎，2001）。而節慶活動的舉辦更是政府以及民間團體推動觀光發展的重要策略之一，因此，近年來各國學者對於節慶活動之相關研究也漸感興趣，而節慶活動之定義更是產生了廣泛的討論。

Getz（1991）認為節慶活動是在一個例行的活動之外，於組織運作及經營贊助配合下所構成的一種一次性的或經常與非經常性發生的特殊活動。其所具有的重要特徵為：

- （一）對外向大眾公開。
- （二）目的為針對某一個特定主題或展覽活動。
- （三）具有週期性，每一年或數年舉行一次至多次。
- （四）節慶活動須具有特定之主題。
- （五）需有事前定妥之舉行與結束日期。
- （六）節慶活動之設計可能包括多項不同的活動內容。
- （七）所有的活動都在固定地點舉行。

Robert Jackson（1997）認為，節慶活動是一個特別的、非自發的，而且經過周詳籌畫設計所帶給人們快樂與共享；也可是產品、服務、思想、資訊、群體等特殊事務特色主張的活動。

同一時期，Willim（1997）則認為，慶典活動是一個具有主題、大眾共同慶祝的一項活動，此論點強調了節慶活動之主題性以及公開性；且大多數的節慶活動都具有創造節慶舉辦當地社區本身的獨特性，並提升當地居民榮譽感等目的之活動內容。

Jago & Shaw（1998）更進一步將特殊活動名詞以及其內涵加以彙整統合。活動事件（Event）將包含經常性舉辦（Ordinary）及特別性（Special）的活動，節慶活動則屬於特別性活動的範疇，其內涵也包括特定主題及公開性的活動兩項

特點，呼應了 Getz（1991）所提出的節慶活動所具有的七項重要特徵之論點。

綜合上述學者對於節慶活動之見解，本研究認為節慶活動是一種公開並具有主題性的慶典，活動舉辦之週期性，需視活動之特性而定。現代的節慶活動形式舉凡推廣傳統民俗、舉辦宗教祭典或是促銷當地特產品等，皆可提供民眾特殊的節慶活動體驗，而規模從社區、地方、全國、甚至擴大到全球。

表 2-3-1 節慶活動定義匯整表

學者	節慶活動之定義
Ritchie & Beliveau (1974)	節慶活動是藉由特定時間內，完善規劃的活動舉辦，向遊客展示該地區完整文化保存方式之一。
Getz (1991)	節慶是在一個例行的活動之外，於組織運作及經營贊助配合下所行成的一種一次性的或非經常性發生的特殊活動。
Willim (1997)	節慶活動是一個有主題的、大眾共同慶祝的一項活動，且大多數的節慶活動是具有創造社區本身的獨特性、提升當地居民榮譽等目的的活動。
Jackson (1997)	節慶活動是一個特別的、非自發的，而且經過周詳籌畫設計所帶給人們快樂與共享；也可是產品、服務、思想、資訊、群體等特殊事務特色主張的活動。它蘊涵豐富與多樣性、且需要志工的支援與服務，同時也需仰賴贊助者的奧援。
Watt (1998)	節慶是只在特定時間經由設計、企劃的活動以達成特殊的目的。在特殊時間所舉辦的特定活動，該活動通常具有特定的儀式、典禮以滿足特殊的需求。
McDonnel, Allen & O'toole. (1999)	將節慶觀光的意涵界定為特定的儀式、表演、演出或是那些經過仔細計劃的慶祝活動目的，彰顯特殊的場合或是達到特殊的社會、文化或是團體所訂定的目標。
Shone (2001)	特殊節慶在休閒、文化、個人，或組織等目標上產生於不同日常生活的活動，它具有教化、慶祝、娛樂，或挑戰日常經驗的目的。
吳淑女 (1995)	節慶本身，可以包裝、也可以淨化、可以創新、也可以復古，它可以專為觀光客而舉行，也可以只是社區自己的慶典。
游瑛妙 (1999)	必須同時具備產品展銷售、民俗活動參與、文化學習、休閒遊樂及社區發展等多項功能。

資料來源：蔡長清、林雨陵（2007）

第四節 節慶活動的類型

McDonnell et al (1999) 將節慶活動以其舉辦目的 (Purpose)、活動內容所屬的領域 (Particular sector) 與舉辦規模 (Size and scale) 來加以分類。

表 2-4-1 節慶活動相關名詞匯整表

名詞	定義	實例
Festival (節慶或慶典)	具有一慶祝的主題，常被用來泛指一般具有公開主題慶祝活動。	嘉義媽祖文化節、宜蘭搶孤、泰國潑水節。
Fair (市集)	展售會、交易會、市集或廟會。比較不含慶祝意味，具有商業交易本質。	美國各州每年皆會舉辦的博覽會。
Event (事件)	經過特別安排，單一質類、目標且時間較短的活動。	兵馬俑展、世貿電腦展、車展。
Mega Event (大型事件)	大型節慶。一個世界級節慶活動，活動要投入很多經費，也會帶來可觀收入。	雪梨奧運會。
Hallmark Event (特殊事件)	每年於一定時間內固定舉辦一次活動，提高觀光地區知名度、吸引力及增加收入。	宜蘭國際童玩節、屏東縣黑鮪魚文化觀光季、白河蓮花節、日本雪季。

資料來源：游瑛妙 (1999)、駱焜祺 (2002)

而王宗吉、陳比晴 (2003) 在「民眾參與節慶活動需求之研究-以 2003 陽明山花季為例」之研究中，依據各節慶內容主題的不同，將台灣的節慶活動大致分類如下：

- (一) 傳統民俗類：中華燈會、客家義民節、祭孔大典、鹽水蜂炮等。
- (二) 宗教信仰類：基隆中元祭、大甲媽祖文化節、東港王船祭等。
- (三) 原住民慶典類：賽夏族矮靈祭、布農族打耳祭、排灣族竹竿祭等。
- (四) 文化藝術類：宜蘭國際童玩節、台北電影節、鶯歌陶瓷嘉年華、貢寮海洋音樂祭、石門國際風箏節、竹塹玻璃藝術節、三義木雕節、高雄國際鋼雕藝術節、南島文化節、墾丁風鈴季、花蓮石雕藝術節等。
- (五) 地方特產類：深坑豆腐節、石碇美人茶節、南投梅子節、玉井芒果節、黑鮪魚文化觀光季等。

(六) 特殊景觀類：北投國際溫泉嘉年華、陽明山花季、土城油桐花節、白河蓮花節、美濃黃蝶祭等。

表 2-4-2 節慶規模分類表

節慶分類	參觀者旅行距離	實例
國際性的活動	活動的舉辦應是具世界性的，所吸引的觀眾來自於世界各地。	奧林匹克運動會
全國性的活動	活動的舉行吸引來自於全國各地民眾，但也吸引部份國際人士的參加。	台北燈會 宜蘭國際童玩節 德國十月的啤酒節 蘇格蘭的國際藝術節
區域性的活動	活動的舉行以國內某個行政區域（如省、州）的居民為主要對象，同時也包含鄰近區域的居民等的參加。	美國各州的博覽會 台灣省中華民藝華會 屏東黑鮪魚文化觀光季
地區性的活動	活動的舉辦以吸引整區民眾的參與為主。	台灣省慶祝五十週年活動
地方性的活動	活動的舉辦以地方縣市為主要吸引對象，同時也吸引少數其他外縣市居民參觀。	新竹義民節 明尼蘇達州的文化復興節 墨爾本的時裝節
社區性的活動	活動的舉辦以鄉鎮或社區居民為服務及參加對象。	新竹、苗栗的賽夏族矮人祭
都會性的活動	活動的舉辦以吸引一個都市的居民為對象。	台北市文藝季
促銷性的活動	主要以某個特定的產品為對象的活動。通常分有促銷性的活動與贊助性的活動為主。	宜蘭蔥蒜節 嘉義中埔香菇節 雲林蒜頭嘉年華

資料來源：Jackson (1997)、林怡君 (2004)

本研究『2008 南島族群婚禮』之活動內容相當豐富，不但包含了南島族群的原住民婚禮慶典，也於許多展覽中心內提供了南島族群的文化藝術介紹，同時藉由咖啡王子、紅藜公主的選拔與攤位的設置成功的推銷了南島族群的地方特產品，並透過霧台文化生態之旅，讓遊客們體驗了霧台鄉的特殊景觀，因此『2008

南島族群婚禮』在分類上融合了原住民慶典、文化藝術、地方特產以及特殊景觀，是為豐富且多元化之節慶活動。

第五節 節慶活動的效益

Hall（1989）提出之效益層面區分為文化與社會、實質環境、政治以及觀光旅遊四大層面，詳述如下：

- （一）文化與社會層面：營造全民共同記憶、恢復優良傳統、凝聚社區意識、活化地方文史工作團體、增進地方參與、引進創新點子及擴大文化版圖。
- （二）實體環境層面：呈現環境之美、提倡最佳環保模式、增進環保意識、基礎建設造福後代、改善交通與通訊及都會轉型及更新。
- （三）政治層面：國際聲望提升、形象提升、引進外資、社會凝聚力及促政府施政技巧成熟。
- （四）觀光旅遊層面：觀光客倍增、人潮客停留時間拉長、收入增加、稅收增加及工作機會增加。

而吳怡寬（2004）的研究中，將節慶效益切割為四大層面，分別為經濟、文化、宗教與觀光層面。

- （一）經濟層面：增進各種地方特產及農產的促銷、開發地方產業，為地方帶來經濟效益、凝聚人潮達到商品銷售的目的以及帶動週邊產品的促銷。
- （二）文化層面：傳統藝術之保存及發揚、教育宣導以及社區營造。
- （三）宗教層面：信仰與心靈寄託
- （四）觀光層面：觀光開發以及形象塑造。

本研究主要之探討對象為主辦單位，因此，在探討節慶活動之效益時，將以整體面進行評估，綜合上述兩位學者的見解，本研究將以經濟、文化與社會以及觀光旅遊三大構面作為訪談時的主要分析依據。

第六節 遊憩動機之相關理論

「動機」(motive) 是決定行為的主要因素之一。而動機的主要生成因素分為兩大類：一為內在的心理需求，係指因某種內在狀態，促使個體產生外顯行為，並維持已產生的活動朝向某一目標之內在歷程（張春興，2003）；另一為外在的環境刺激。

而在休閒遊憩領域當中，Carroll and Alexandris (1997) 則認為，於休閒遊憩中的內在動機可能會比外在刺激來得更重要，因為內在需求能為個體的休閒遊憩帶來更大的滿足感。

第七節 遊憩體驗之相關理論

一、遊憩體驗的意義與內容

Driver & Tocher (1970) 認為遊憩是一種心理與生理的體驗 (Psychophysiological experience)。Clark & Stankey (1979) 提出了遊憩機會序列理論 (Recreation opportunity spectrum, R.O.S)，其概念係以「提供多樣性的遊憩機會能獲得高品質的遊憩體驗」提供許多種類的遊憩機會，以滿足每位遊客不同的遊憩需求。其提出之遊憩機會包含：

- 1.環境的機會：包括實質環境、社會規範及經營管理環境等不同環境機會。
- 2.活動的機會：依消極至積極，將活動分類為一序列。
- 3.體驗的機會：由環境、活動機會，達到遊客需求的心理體驗，可依靜態至動態分類成一序列。

陳水源 (1987) 也提出了，遊憩體驗係指遊客在從事遊憩活動中，從環境中獲得訊息，經過處理後，對個別事項或整體得到之判斷和呈現之生理、心理狀態。

在參與遊憩活動中，參與者經由感官、行為上所接收到的各種環境間訊息，例如：生理的感受、心理的知覺等，參與者從中所獲得而產生的感受和經驗，稱之為「遊憩體驗」(陳桓敦、李賢昇，2001)。

二、遊憩體驗的歷程與階段

Clawson and Knetschy (1966) 提出了遊憩體驗階段的觀念，遊憩體驗包含五個階段：前置階段 (Anticipate phase)、去程階段 (Travel to the site)、現場活動階段 (On-site activities)、回程階段 (Return travel) 及回憶階段 (Recollection phase)。

從遊憩體驗階段的觀念看來，遊憩體驗在各階段中都會造成不同的體驗，而遊憩活動體驗階段具有先後順序，但對於遊客來說，遊憩體驗的主要感受階段集中在現場活動階段。由於遊憩體驗的現場活動階段的變化性相當高，因此遊憩體驗整體來說，是具有多重構面以及複雜性的 (Ittelson, 1978)。

第八節 滿意度之相關理論

Cardozo (1965) 首次將顧客滿意的概念引用於行銷學範疇中。研究中指出，因每個人具不同的個人特質、不同社會背景、文化影響及各種產業的特性差異下，可能會對同一事物產生多樣的態度、動機及偏好，並且認為顧客滿意於一產品就可能會重複購買，也會認同同一產品線的其他產品以及正面的口碑宣傳。

Howard (1969) 率先將滿意度的概念應用於消費者理論，他認為滿意是付出與實際獲得是否合理的一種感受。

Dorfman (1979) 提出滿意度的體驗因個人的偏好、動機、期望、知覺等不同而有差異，即各因子對該滿意體驗不同而使得影響需求滿意的因素更為複雜。

Oliver (1981) 提出滿意係來自於獲得產品時或於消費過程中，所帶來之驚喜及其評價，驚喜所帶來之滿意易消逝。而滿意水準則是一種暫時性的情緒反應而已。服務品質較具有延續性之評價。

Manning (1986) 滿意度是一「多重向度的概念」，受到多種參數的影響，有些經營者可控制，有些則否；並認為滿意度受到基地之實質與生物特性、經營管理的型態與水準、遊客的社會與文化特質三項基本元素所形成的遊憩機會影

響。

在休閒遊憩領域的滿意度來說，滿意度是遊客個人的經驗，源自於人與目的地之互動後所產生之心理感覺（Baker & Crompton，2000）。依據滿意度的定義，遊客的滿意程度是為預期獲得體驗與實際體驗之間的差距。

第三章 研究方法

第一節 研究對象

本研究於活動期間(2008 年 11 月 1 日、11 月 7-8 日以及 2008 年 11 月 14-15 日)分別於活動地點(瑪家遊客中心、文化館、地摩兒藝術公園、霧台部落、神山部落廣場以及霧台部落文化廣場)內,針對遊客及當地居民進行問卷調查,並對業者、新人以及遊客進行訪談。抽樣方式採用便利抽樣法。本研究共計發放 350 份問卷,在回收並剔除無效問卷後,實得 324 份有效問卷。

第二節 研究工具

本研究問卷包括「旅遊特性」、「遊憩滿意度」以及「個人背景資料」等三個部分,詳細內容茲分述如下:

一、旅遊特性:包括參與次數、交通工具、參與時間、住宿情況、資訊來源、同行者、旅遊動機、旅遊體驗、吸引力、參與涉入程度以及消費行為等,共計 11 題。

表3-2-1 問卷之旅遊特性問項說明表

調查項目	變項名稱	問卷內容
旅遊特性	參與次數	1.您之前是否有參加過南島族群婚禮活動?
	交通工具	2.您主要搭乘那種交通工具?
	參與時間	3.在此次活動中,您預計停留多久時間?
	住宿情況	4.您在此次活動中是否有在茂林國家風景區內留宿?
	資訊來源	5.您主要是從哪裡獲得南島族群婚禮活動資訊?
	同行者	6.您這次來參加南島族群婚禮活動的主要成員?
	旅遊動機	7.您此次前來茂林國家風景區旅遊的動機(複選)?
	旅遊體驗	8.請問您在本次活動中,已參加的活動有(複選)?
	吸引力	9.您所參加之活動中,最吸引您的項目是(複選)?
	參與涉入程度	10.在本次活動中已經去過或預計前往的地點(複選)?
	消費行為	11.請問您參加這次活動,大約花費多少錢?

二、遊憩滿意度：共有活動區內服務人員之服務態度、活動區內服務設施、表演會場及展示區動線安排、活動區內引導指標、停車位數量、交通便利性、活動地點之環境整潔、特產及紀念品之販售、原住民特色文化的塑造及呈現、餐飲的滿意度以及整體滿意度等 11 題，並加入再次參與南島族群婚禮活動意願、介紹南島族群婚禮活動給他人意願以及參加主辦單位建議活動行程意願等 3 題，以研究遊客參與此次活動之後的看法。以下兩構面皆採用李柯特五點式量表加以評量。

表3-2-2 問卷之滿意度問項說明表

調查項目	變項名稱	問卷內容
滿意度	服務態度	1.活動區內服務人員之服務態度
	硬體設施	2.活動區內服務設施
	硬體設施	3.表演會場及展示區動線安排
	硬體設施	4.活動區內引導指標
	交通	5.停車位數量
	交通	6.交通便利性
	衛生	7.活動地點之環境整潔
	紀念性	8.特產及紀念品之販售
	文化	9.原住民特色文化的塑造及呈現
	餐飲	10.餐飲的滿意度
	整體	11.整體上

表3-2-3 問卷之參與活動後的看法問項說明表

調查項目	變項名稱	問卷內容
意願	重遊意願	1.請問您願意再次參與南島族群婚禮活動嗎？
	推薦意願	2.您會將南島族群婚禮活動介紹給別人嗎？
	行程規劃	3.您願意參加主辦單位建議的活動行程嗎？

三、個人背景資料：包括性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、個人平均月收入以及居住地等 7 個項目。

表3-2-4 問卷之個人背景問項說明表

調查項目	問卷內容
個人背景	1.性別
	2.年齡
	3.教育程度
	4.工作別
	5.婚姻狀況
	6.個人每月平均所得
	7.居住地

第三節 質性訪談

本研究於活動期間針對參加活動之遊客、新人以及原住民工藝特產品展售會場、活動週邊餐飲業者進行深度訪談，共計訪談3位遊客以及2間商家的業者。訪談內容如下：

一、訪談對象：遊客

Q1、這次的活動是否成功的展現出原住民的特色與文化？

Q2、請問您對這次活動是否滿意，有哪些地方需要再改進的？

Q3、這次活動有哪些地方您認為相當成功，日後舉辦類似活動可以維持下去？

二、訪談對象：業者（手工藝品、特產品等）

Q1、這次南島族群婚禮活動是否有為你們帶來較多的遊客？

Q2、這次的活動是否有增加你們的收入？

Q3、這次的活動是否成功的展現出原住民的特色與文化？

Q4、請問您對這次活動是否滿意，有哪些地方需要再改進的？

Q5、這次活動有哪些地方您認為相當成功，日後舉辦類似活動可以維持下去？

第四章 研究結果與分析

第一節 遊客特性

受訪者之人口統計變數包括性別、年齡、工作別、婚姻狀況、平均家庭月收入、婚姻、居住地等七項，詳如表 4-1 所示。

一、性別

在 324 份有效樣本中，男性占總樣本的 46.6%；女性占整體受訪者的 53.4%，顯示出此次參加活動的女性比例略高於男性。

二、年齡

受訪者的年齡分佈狀況，其中年齡層以 20～29 歲最多，占整體受訪者的 43.2%，而 30～39 歲受訪者居次，占 18.5%。

三、教育程度

受訪者教育程度大學最多，占 58.6%，其次是高中、職，占整體受訪者的 25.9%。此調查結果顯示出接受調查的受訪者平均擁有較高的教育程度及知識水平。

四、工作別

受訪者職業以服務業最多，占整體受訪者之 38.3%，其次為學生，各占整體受訪者 28.1%。此次調查結果符合現今台灣地區以服務業為主之產業型態，同時也顯示出學生族群喜愛參加節慶活動的情形。

五、婚姻狀況

在婚姻狀況方面，受訪者婚姻狀況以未婚居多，占整體受訪者之 64.2%，顯示出參加此次活動的遊客多半為未婚，有興趣了解南島族群的婚禮儀式。

六、平均個人月收入

受訪者平均所得以 \$20,000 以下居多，占總樣本數 43.2%，其次為 \$20,001～\$40,000，各占整體受訪者之 35.5%，顯示出此次參加活動的受訪者多半為中低收入族群，此情況與受訪者中有 20% 左右為當地原住民居民有關。

七、居住地

而受訪者居住地點以南部縣市為最多，占整體受訪者之 30.2%，其次為屏東縣市境內(瑪家鄉、三地門鄉、霧台鄉除外)，占整體受訪者之 10.4%。顯示此次的受訪者多半為居住於南部縣市以及屏東縣市等鄰近縣市為大多數。

表4-1 受訪者的遊客特性分析表

人口變項		人數(人)	百分比(%)
性別	男性	151	46.6
	女性	173	53.4
年齡	20歲以下	51	15.7
	20-29 歲	140	43.2
	30-39 歲	60	18.5
	40-49 歲	39	12.0
	50-59 歲	27	8.3
	60 歲以上	7	2.2
教育程度	國(初)中以下	24	7.4
	高中、職	84	25.9
	大專、學	190	58.6
	研究所以上	26	8.0
工作別	軍公教人員	41	12.7
	製造業	37	11.4
	學生	91	28.1
	自營業者	3	0.9
	服務業	124	38.3
	家庭管理	20	6.2
	退休人員	5	1.5
	其他	3	0.9
婚姻狀況	未婚	208	64.2
	已婚	116	35.8
個人平均月收入	\$20,000以下	140	43.2
	\$20,001~\$40,000	115	35.5
	\$40,001~\$60,000	43	13.3
	\$60,001~\$80,000	16	4.9
	\$80,001~\$100,000	5	1.5
	\$100,000以上	5	1.5
居住地	瑪家鄉	32	9.9
	三地門鄉	16	4.9
	霧台鄉	21	6.5
	屏東縣市境內 (瑪家鄉、三地門鄉、霧台鄉除外)	70	21.6
	北部縣市	51	15.7
	中部縣市	32	9.9
	南部縣市	98	30.2
	東部縣市	3	0.9
	離島縣市	1	0.3

第二節 遊客旅遊行為

一、受訪者過去參加南島族群婚禮活動次數

在324份有效樣本中，有75.6%的受訪者是第一次參加南島族群婚禮活動，此一分析結果顯示出每年的南島族群婚禮活動都會吸引許多慕名前來的遊客，由於每年的活動內容都會推陳出新，因此也有二成五的遊客是第二次或是第二次以上再次參加今年度的2008南島族群婚禮活動。詳見表4-2。

表4-2 受訪者過去參加南島族群婚禮活動次數分析表

過去參加南島族群婚禮活動次數	人數(人)	百分比(%)
0次	245	75.6
一次	47	14.5
二次	26	8.0
三次	6	1.8

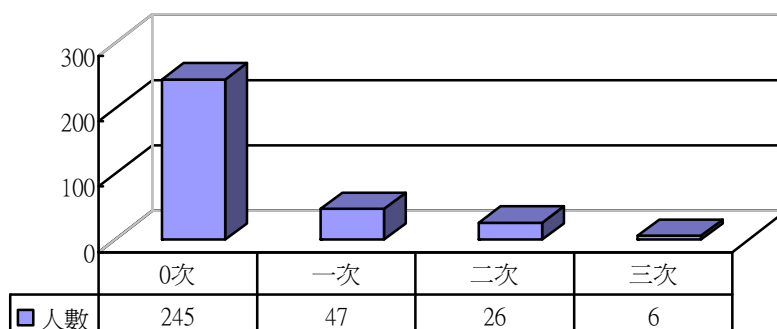


圖4-1 受訪者過去參加南島族群婚禮活動次數統計圖

二、受訪遊客前往參加活動之主要交通工具

在324份有效樣本中，有58.6%的受訪者是搭乘自小客車前來參加南島族群婚禮活動，而機車是第二多的交通工具選項，占總受訪者的24.7%。此分析結果的成因主要取決於受訪遊客的居住地距離活動地區的距離。經由受訪者基本資料分析結果發現，受訪遊客大多居住在南部縣市，若包含屏東縣市境內、瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉，則所佔比例共計為73.1%，因此在交通工具的選擇上以自小

客車與機車最為便利。同時分析結果也指出選擇搭乘客運（0.9%）之遊客比例為最少，這與可到達活動地區客運之班次與便利性都不足有密切的關係。

表4-3 受訪者前往參加活動主要交通工具分析表

主要搭乘交通工具	人數(人)	百分比(%)
自小客車	190	58.6
機車	80	24.7
計程車	6	1.9
客運	3	0.9
遊覽車	36	11.1
腳踏車	5	1.5
步行	4	1.2
其他	0	0.0

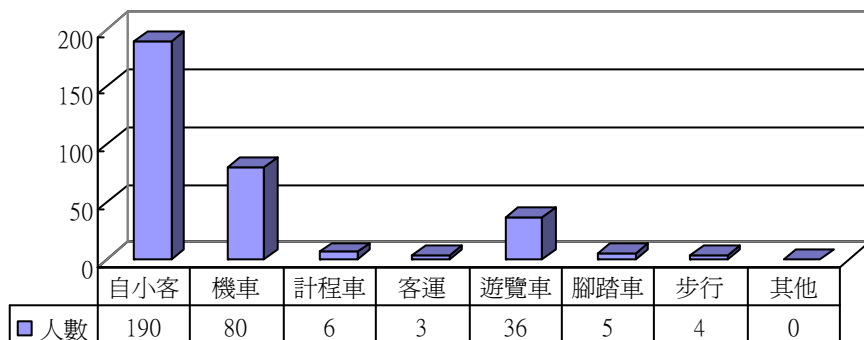


圖4-2 受訪者前往參加活動主要交通工具統計圖

三、受訪遊客活動停留時間

在活動停留時間方面，活動停留時間以一天（30.6%）為最多，其次為半天（27.8%）。此一分析結果與活動之安排有關，第一週在瑪家鄉的活動時間安排為一天（詳見表2-2-1），而第二週（詳見表2-2-2）與第三週（詳見表2-2-3）的主要活動也是以第二天為主，前一天多半是為接待新人之親友及家屬的接待活動，因此大部分的受訪者活動停留時間為半天至一天。詳見表4-4。

表4-4 受訪者活動停留時間分析表

停留時間	人數(人)	百分比(%)
半天以下	55	17.0
半天	90	27.8
一天	99	30.6
二天一夜	71	21.9
三天及三天以上	9	2.8

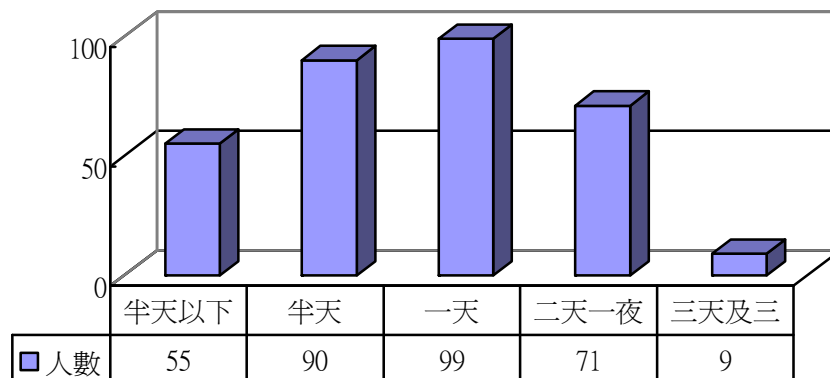


圖4-3 受訪者活動停留時間統計圖

四、受訪遊客留宿情況

關於受訪遊客留宿情況，有67.9%的受訪者並未在活動地區留宿，這與大部分受訪者活動停留時間有關，而有留宿的受訪者選擇住宿的情況以民宿（14.2%）為最多，其次為親友家（11.1%），而其他的部份有選擇住宿在學校以及車上的情況。由於活動地區的地理位置關係，少有飯店及旅館以提供過夜民眾住宿，因此在住宿的選擇上多半為民宿或是親友家。詳見表4-5。

表4-5 受訪者留宿情況分析表

留宿情況	人數(人)	百分比(%)
沒有留宿	220	67.9
民宿	46	14.2
飯店、旅館	8	2.5
親友家	36	11.1
其他	14	4.3

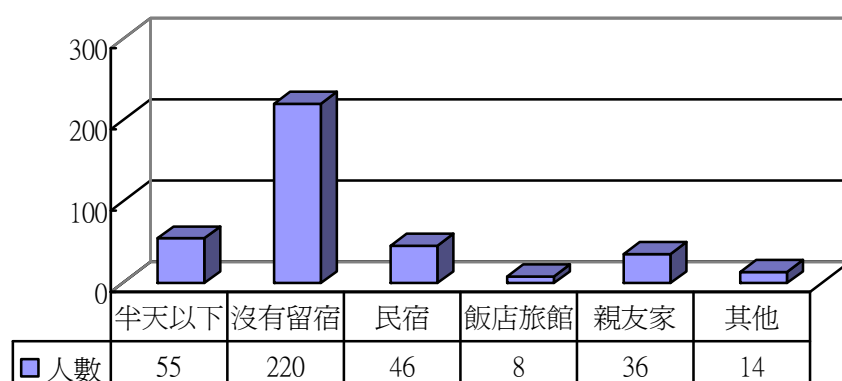


圖4-4 受訪者留宿情況統計圖

五、受訪遊客主要活動資訊來源

在受訪遊客主要活動資訊來源的部份，有近半數的受訪者是透過親朋好友的推薦（47.5%）得知活動訊息的，而經由活動舉辦地區的宣傳得知活動訊息的受訪者有35.2%。由於網路的發達，在資訊的傳遞上也日益快速便利，但經由分析結果卻發現到，經由電腦網路得知活動訊息的受訪者只有9.3%，而絕大部分的受訪者活動訊息來源為親朋好友推薦，由此可知口碑之於行銷的重要性。同時，由活動地區的宣傳得知活動訊息的受訪者占第二大部分，這也顯示出活動主辦單位在活動舉辦地區的宣傳效果相當理想。詳見表4-6。

表4-6 受訪者主要活動資訊來源分析表

活動資訊	人數(人)	百分比(%)
親朋好友推薦	154	47.5
電腦網路	30	9.3
報章雜誌	13	4.0
電視廣播	5	1.5
活動舉辦地區	114	35.2
其他	8	2.5

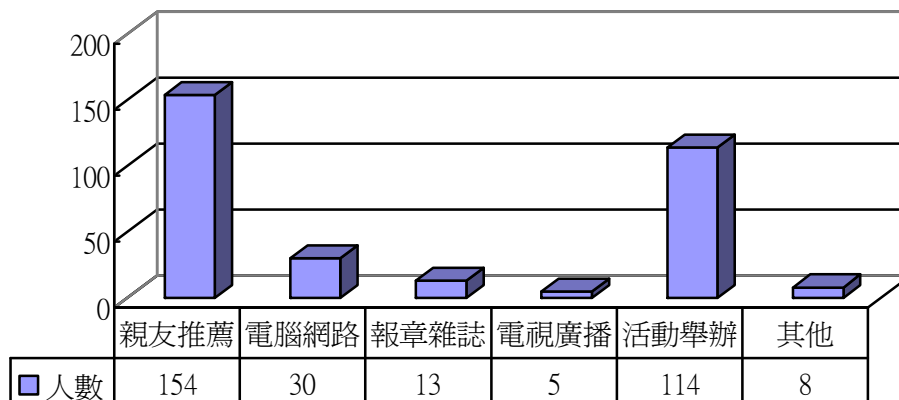


圖4-5 受訪者主要活動資訊來源統計圖

六、受訪遊客參加活動主要成員

在受訪者中，與家人親戚一同前來參加活動的有131位，占總樣本數的40.4%，而第二多的同行對象為同事、朋友，占總樣本數的37.3%。此研究結果指出南島族群婚禮活動適合家庭以及同事、朋友一同前來。此分析結果也與新人的親朋友好有踴躍前來參加活動的情況有關。詳見表4-7。

表4-7 受訪者參加活動主要成員分析表

成員	人數(人)	百分比(%)
獨自前來	14	4.3
同學、師長	38	11.7
家人親戚	131	40.4
同事、朋友	121	37.3
旅行團成員	11	3.4
其他	9	2.8

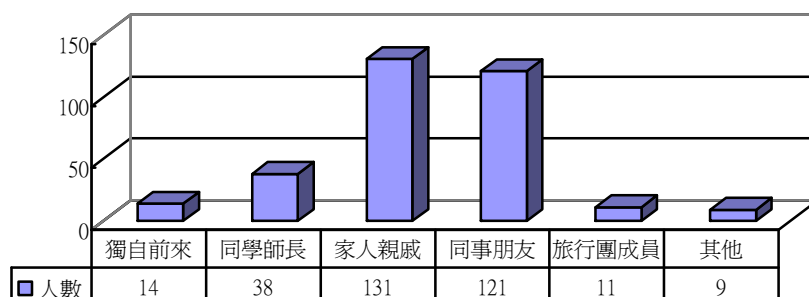


圖4-6 受訪者參加活動主要成員統計圖

七、受訪遊客之遊憩動機

在受訪遊客之遊憩動機分析中，有過半數的受訪者是特別來參加本次活動的，占總樣本之51.8%，其次為學習、體驗原民文化，占總樣本之36.7%。此分析結果顯示出大多數的受訪者都是特地來參加南島族群婚禮活動，同時藉由這次的活動來學習、體驗原民文化。詳見表4-8。

表4-8 受訪者旅遊動機分析表（複選題）

旅遊動機	人數(人)	百分比(%)
特別來參加本次活動	168	51.8
休閒旅遊	99	30.6
學習、體驗原民文化	119	36.7
洗溫泉	5	1.5
欣賞風景	82	25.3
親近大自然	94	29.0
購買、品嚐當地特產	20	6.2
其他	16	4.9

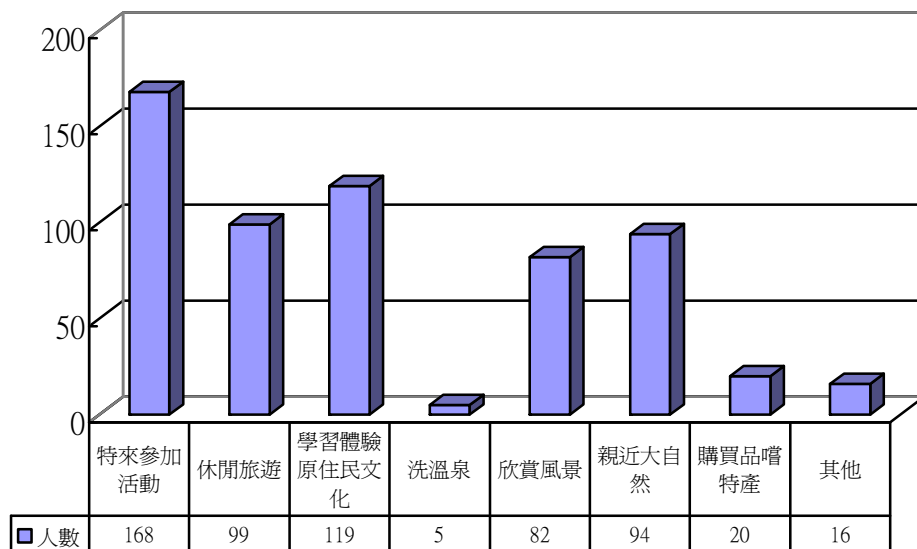


圖4-7 受訪者旅遊動機統計圖（複選題）

八、南島族群婚禮活動吸引力

在南島族群婚禮活動吸引力分析中，豐富的原住民文化以及慶典氣氛是南島婚禮嘉年華活動中最具吸引力的兩大要素，各占總樣本數的70.7%以及59.6%。而活動地區的美麗風景（50.3%）也是吸引遊客前來的重要吸引力之一，此分析結果顯示，人們對於原住民文化的體驗與了解有著相當的需求，透過傳統的原住民婚禮儀式活動，將帶給遊客們豐富精采的體驗。詳見表4-9。

表4-9 南島族群婚禮活動吸引力分析表（複選題）

吸引力	人數(人)	百分比(%)
慶典氣氛	193	59.6
豐富的原住民文化	229	70.7
美麗的風景	163	50.3
當地特產品	37	11.4
交通便利	13	4.0
原住民的熱情親切	127	39.2
其他	3	0.9

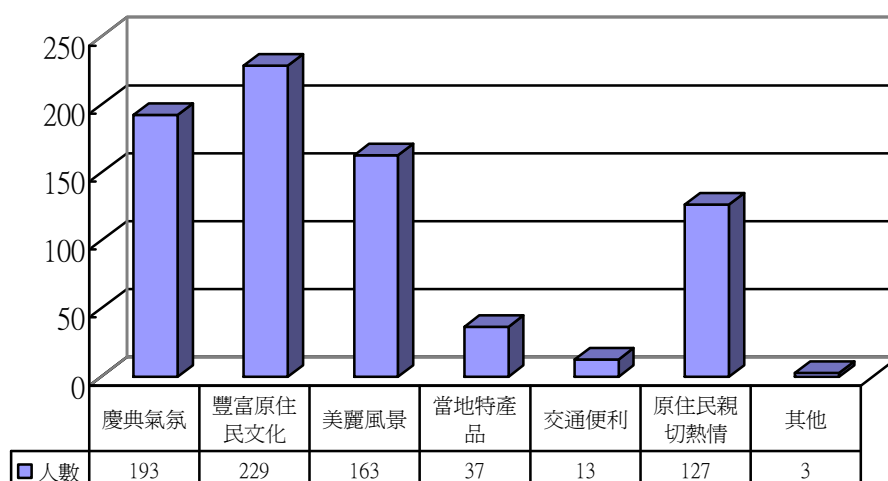


圖4-8 南島族群婚禮活動吸引力統計圖（複選題）

第三節 遊客遊憩體驗

一、受訪者參加活動

在324位受訪者中，絕大部分的受訪者都有參與南島族群婚禮的主要婚禮儀式活動（76.5%），其次是南島族群歌謠祭（25.6%）與南島手工藝特產展售會（22.5%），而魯凱情歌之夜（12.7%）以及霧台文化生態之旅（12.3%）的參與情況則相對較差。顯示出在主要婚禮儀式活動之外的其他活動規劃稍嫌不足，由於有些活動的舉行時間是在週五的晚上，除了預計留宿的遊客之外，其他遊客在時間上不便於前往參加。詳見表4-10。

表4-10 受訪者參加活動分析表（複選題）

參加活動	人數(人)	百分比(%)
南島族群婚禮(婚禮儀式)	248	76.5
南島族群歌謠祭	83	25.6
南島手工藝特產展售會	73	22.5
魯凱情歌之夜	41	12.7
霧台文化生態之旅	40	12.3
其他	16	4.9

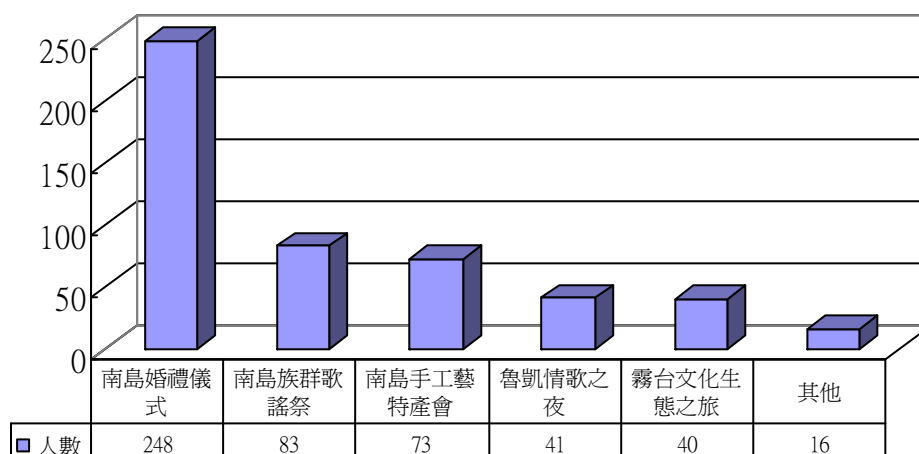


圖4-9 受訪者參加活動統計圖（複選題）

二、受訪者已經去過或預計前往的景點

在受訪遊客預計或已經前往過的景點分析結果中，以涼山瀑布（50.9%）和霧台風景區（49.4%）為最多遊客預計或已前往之景點，這樣的情況與景點本身的知名度以及距離活動地點的距離有關，特別是在最後一週的活動中有安排「發現霧台」-霧台文化生態之旅的行程，使得霧台風景區的造訪比例提高許多。

表4-11 受訪者已經去過或預計前往的地點分析表（複選題）

景點	人數(人)	百分比(%)
沙拉灣瀑布群	29	9.0
涼山瀑布	165	50.9
神山瀑布	63	19.4
大津瀑布	48	14.8
海神宮	44	13.6
德文風景區	46	14.2
舊伐灣部落	30	9.3
賽嘉樂園	73	22.5
好茶村	51	15.7
岩板巷	48	14.8
霧台風景區	160	49.4
其他	13	4.0

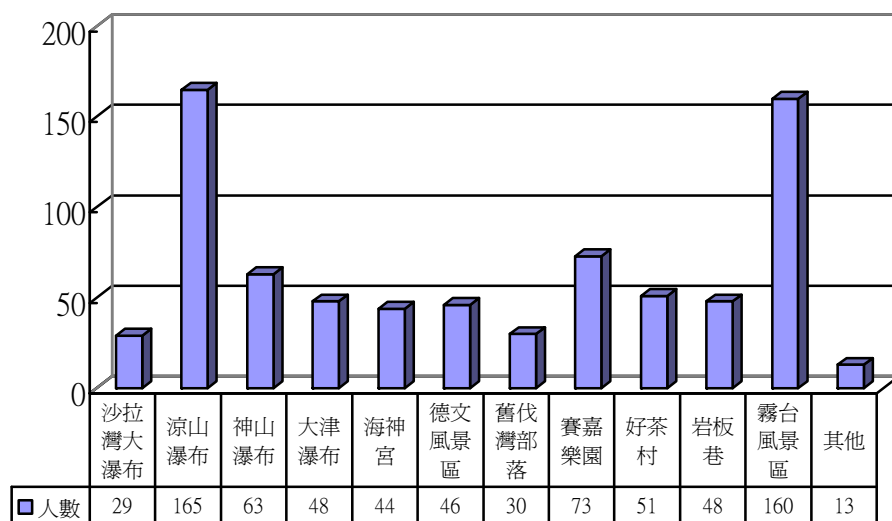


圖4-10 受訪者已經去過或預計前往的地點統計圖（複選題）

第四節 遊客消費行為

一、交通費用

有半數的受訪者表示其在交通費用的支出方面為1,000元以下，其次為0元的27.5%，綜合分析結果顯示絕大部份的受訪者在交通方面支出為2,000元以下。

表4-12 交通費用分析表

交通費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	89	27.5
1,000 以下	165	50.9
1,000-1,999 元	45	13.9
2,000-2,999 元	17	5.2
3,000-3,999 元	7	2.2
4,000-4,999 元	1	0.3
5,000 以上	0	0.0

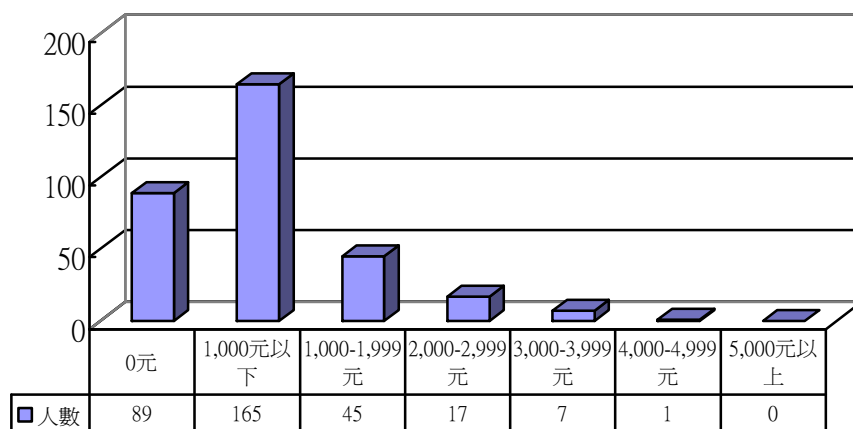


圖4-11 交通費用統計圖

二、購物費用

有超過半數的受訪者表示其在購物費用的支出方面為0元，而購物費用1,000元以下的受訪者占21.6%，綜合分析結果顯示絕大部份的受訪者在購物方面支出為1,000元以下。

表4-13 購物費用分析表

購物費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	217	67.0
1,000 以下	70	21.6
1,000-1,999 元	24	7.4
2,000-2,999 元	10	3.1
3,000-3,999 元	2	0.6
4,000-4,999 元	0	0.0
5,000 以上	1	0.3

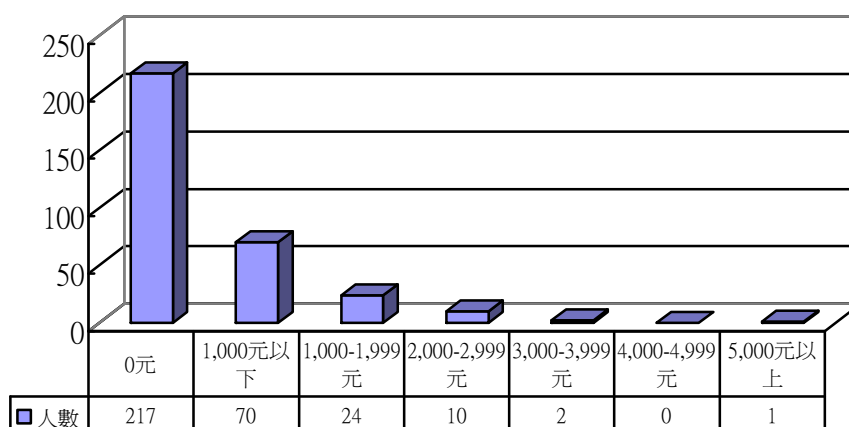


圖4-12交通費用統計圖

三、餐飲費用

有超過半數的受訪者表示其在餐飲費用的支出方面為1,000元以下，而沒有任何餐飲費用的受訪者占37%，綜合分析結果顯示絕大部份的受訪者在餐飲方面支出為1,000元以下。

表4-14 餐飲費用分析表

餐飲費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	120	37.0
1,000 以下	169	52.2
1,000-1,999 元	21	6.5
2,000-2,999 元	5	1.5
3,000-3,999 元	7	2.2
4,000-4,999 元	1	0.3
5,000 以上	1	0.3

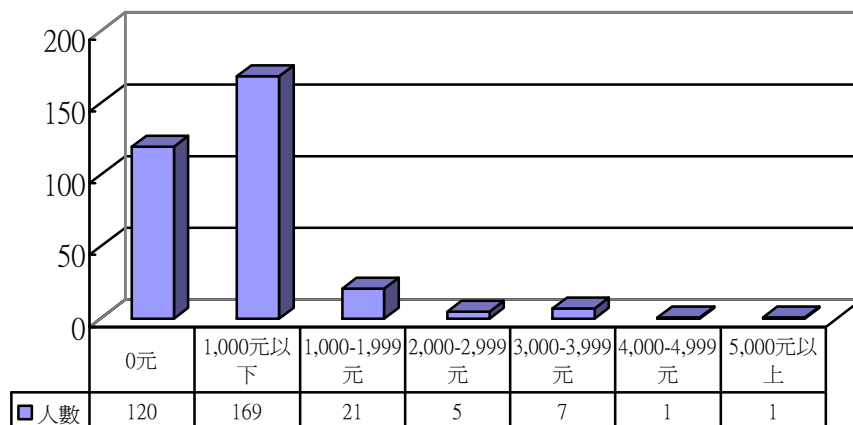


圖4-13 餐飲費用統計圖

四、住宿費用

有82.1%的受訪者表示其在住宿費用的支出方面為0元，綜合分析結果顯示絕大部份的受訪者在住宿方面支出為3,000元以下。

表4-15 住宿費用分析表

住宿費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	263	81.2
1,000 以下	6	1.9
1,000-1,999 元	31	9.6
2,000-2,999 元	18	5.6
3,000-3,999 元	2	0.6
4,000-4,999 元	3	0.9
5,000 以上	1	0.3

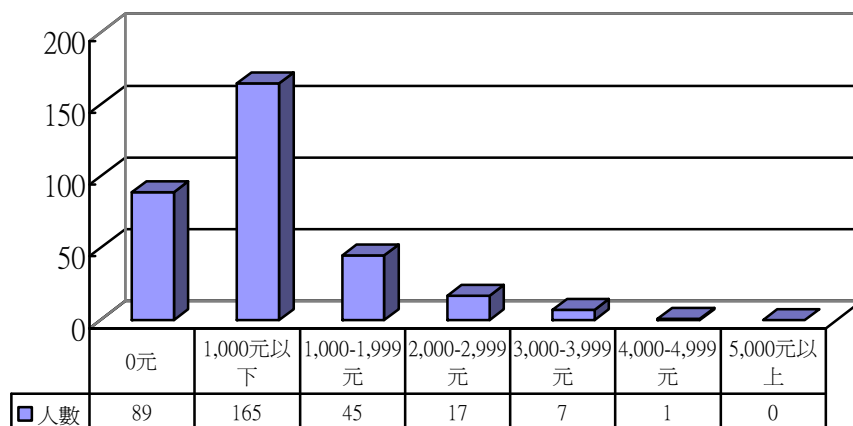


圖4-14 住宿費用統計圖

五、娛樂費用

有近90%的受訪者表示其在娛樂費用的支出方面為0元，而受訪者在娛樂費用方面的支全部都在2,000元以下。綜合分析結果顯示絕大部份的受訪者在娛樂方面支出都沒有超過2,000元。

表4-16 娛樂費用分析表

娛樂費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	291	89.8
1,000 以下	19	5.9
1,000-1,999 元	14	4.3
2,000-2,999 元	0	0.0
3,000-3,999 元	0	0.0
4,000-4,999 元	0	0.0
5,000 以上	0	0.0

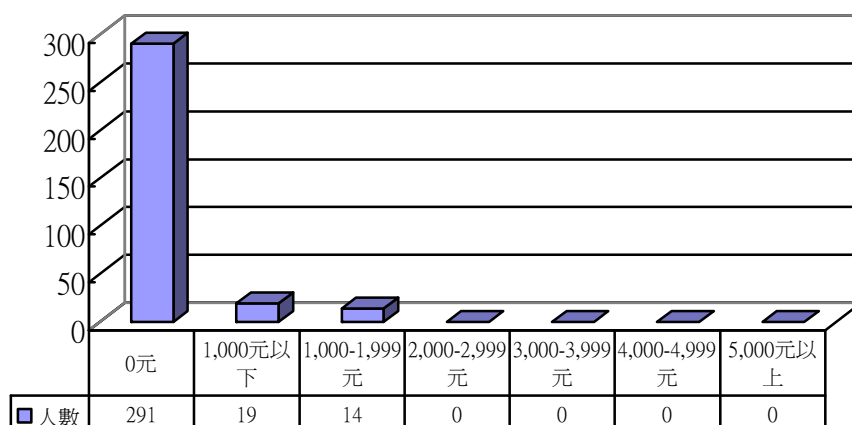


圖4-15 娛樂費用統計圖

六、其他費用

有83%的受訪者表示其在其他費用的支出方面為0元，而其他費用在1,000元以下的受訪者占12.3%，綜合分析結果顯示所有的受訪者在其他費用方面的支出為2,000元以下。

表4-17 其他費用分析表

其他費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	269	83.0
1,000 以下	40	12.3
1,000-1,999 元	10	3.1
2,000-2,999 元	5	1.5
3,000-3,999 元	0	0.0
4,000-4,999 元	0	0.0
5,000 以上	0	0.0

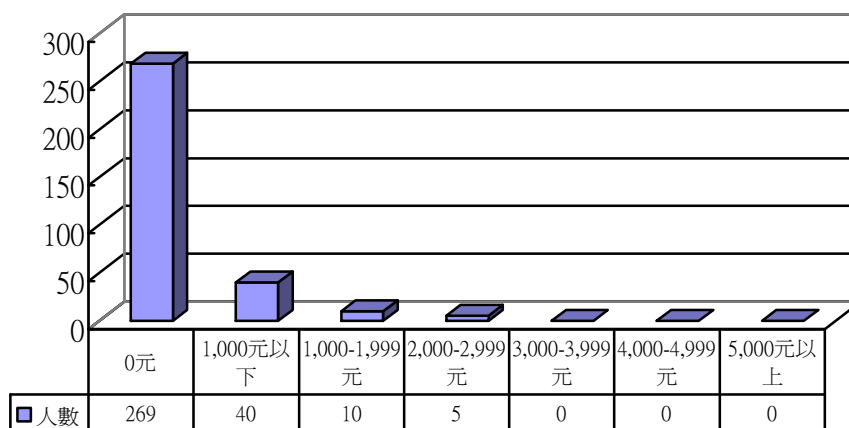


圖4-16 其他費用統計圖

七、總費用

在總費用的支出方面，超過50%的受訪者表示其總花費在0元或1,000元以下，綜合分析結果顯示絕大部份（78.7%）的受訪者在總費用支出方面為3,000元以下。

表4-18 總費用分析表

總費用	人數(人)	百分比(%)
0 元	47	14.5
1,000 以下	131	40.4
1,000-1,999 元	42	13.0
2,000-2,999 元	35	10.8
3,000-3,999 元	31	9.6
4,000-4,999 元	15	4.6
5,000 以上	23	7.1

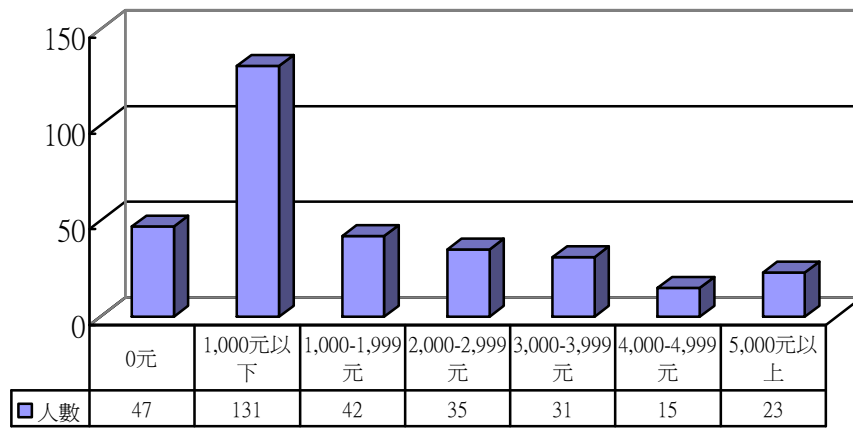


圖4-17 總費用統計圖

第五節 遊憩滿意度

一、遊客滿意度分析

在滿意度方面，各項滿意度之平均值分別為「活動區內服務人員之服務態度(3.94)」、「活動區內服務設施(3.78)」、「表演會場及展示區動線安排(3.77)」、「活動區內引導指標(3.77)」、「停車位數量(3.53)」、「交通便利性(3.59)」、「活動地點之環境整潔(3.84)」、「特產及紀念品之販售(3.76)」、「原住民特色文化的塑造及呈現(4.10)」、「餐飲的滿意度(3.70)」；其整體滿意度平均值為3.89。

在滿意度方面的分析結果顯示出，「原住民特色文化的塑造及呈現(4.10)」以及「活動區內服務人員之服務態度(3.94)」是在受訪遊客中給予評價最高的兩項，這表示主辦單位在塑造與呈現此次活動的原住民文化以及人員方面的服務提供受到相當大的肯定與高滿意度。此外依照調查結果也發現到，受訪遊客在面對交通方面的問題時，滿意度是普遍較低的，倒數兩名分別為「停車位數量(3.53)」以及「交通便利性(3.59)」，若主辦單位可以針對這些項目加以改善，相信對於提高遊客的遊憩滿意度將會有相當的幫助。詳見表4-12。

表4-19 遊客遊憩滿意度分析表

項目	最小值	最大值	平均數	標準差	變異數
活動區內服務人員之服務態度	1	5	3.94	0.842	0.709
活動區內服務設施	1	5	3.78	0.822	0.675
表演會場及展示區動線安排	1	5	3.77	0.872	0.760
活動區內引導指標	1	5	3.77	0.870	0.757
停車位數量	1	5	3.53	1.030	1.061
交通便利性	1	5	3.59	0.935	0.874
活動地點之環境整潔	1	5	3.84	0.817	0.668
特產及紀念品之販售	2	5	3.76	0.784	0.615
原住民特色文化的塑造及呈現	1	5	4.10	0.771	0.595
餐飲的滿意度	1	5	3.70	0.813	0.661
整體上	1	5	3.89	0.759	0.576

1.活動區內服務人員之服務態度

對於服務人員的服務態度有七成多的受訪者表示滿意（44.1%）及相當滿意（27.2%）。此數據顯示出活動區內的服務人員能夠提供遊客相當良好的服務。

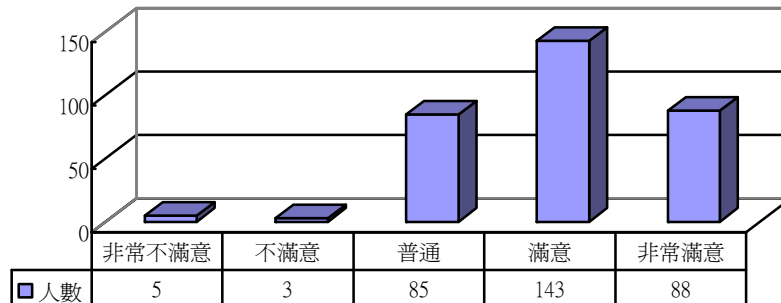


圖4-18 活動區內服務人員之服務態度滿意度統計圖

2.活動區內服務設施

受訪遊客對於活動區內的服務設施感到普通（33.3%）及滿意（42.9%）的人數占總受訪者的七成五，此分析結果顯示出，在活動區內的服務設施還存有改善的空間，例如導覽的資訊索取中心及休息區等。

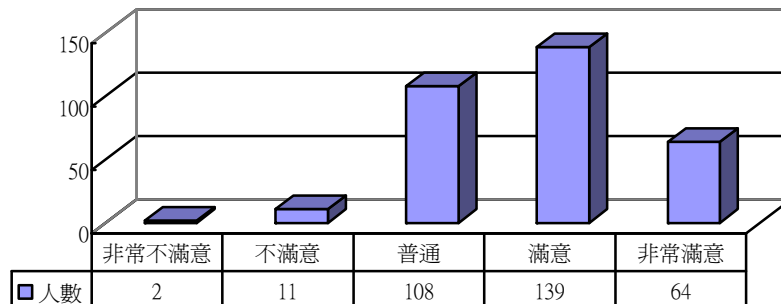


圖4-19 活動區內服務設施滿意度統計圖

3.表演會場及展示區動線安排

對於表演會場及展示區的動線安排，大部分的受訪者表示普通（31.8%）或滿意（40.4%），根據分析結果顯示，有些活動的表演地點周圍無法容納太多遊客，以至於在活動表演開始的時候稍嫌擁擠，導致許多遊客無法觀賞到節目的演出，降低了活動體驗的滿意度。

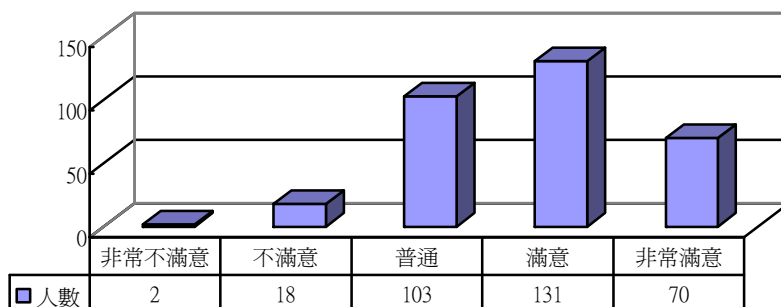


圖4-20 表演會場及展示區動線安排滿意度統計圖

4.活動區內引導指標

近七成五的受訪者對於活動區內的引導指標表示普通（32.1%）以及滿意（42.0%），由於活動場地會隨活動的進行而變更，因此在引導指示方面存在著困難性，但在主辦單位的用心規劃之下，還是有超過六成的受訪者給予滿意（42.0%）及相當滿意（21.6%）的肯定。

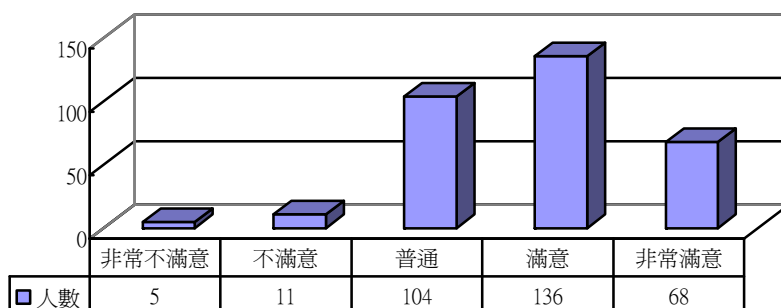


圖4-21 活動區內引導指標滿意度統計圖

5.停車位數量

根據分析結果顯示，有58.6%的受訪者來參加活動的主要交通工具為自小客車，而對於停車位數量的滿意度調查中，有六成五以上的受訪者表示普通（31.8%）以及滿意（35.8%），顯示出活動地點在舉辦大型活動時，關於停車位數量的問題還是有著需要改善的空間。

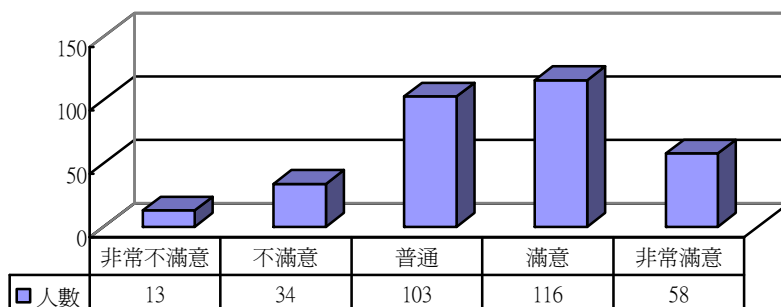


圖4-22 活動區內停車位數量滿意度統計圖

6.交通便利性

超過七成的受訪者對於交通的便利性表示普通(36.1%)以及滿意(34.9%)，由於本活動地點皆位於屏東縣山區，在抵達活動地點的便利性方面稍嫌不足。

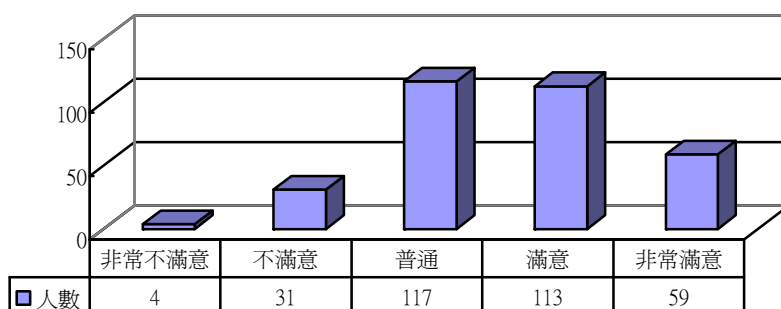


圖4-23 交通便利性滿意度統計圖

7.活動地點之環境整潔

在調查活動地點環境的清潔程度方面，有六成五的受訪者表示滿意(42.6%)或非常滿意(22.5%)，顯示出在活動地區的環境清潔是受到大家普遍肯定的。

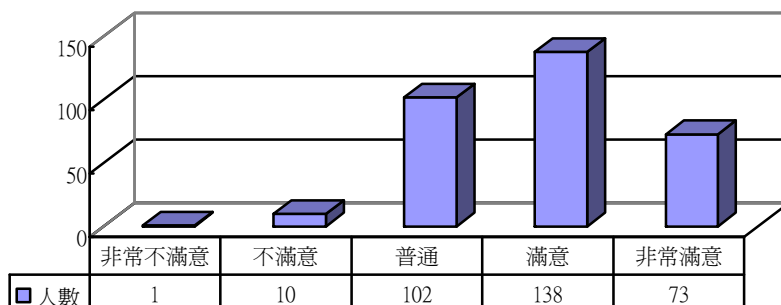


圖4-24 活動地點之環境整潔滿意度統計圖

8.特產及紀念品之販售

近六成的受訪者對於活動區內的特產及紀念品販售狀況表示滿意（38.6%）以及非常滿意（19.8%），由此可見於活動區內與周邊的特產品及紀念品販售的情況良好，可以就近提供遊客品嚐特產與購買紀念品的需求。

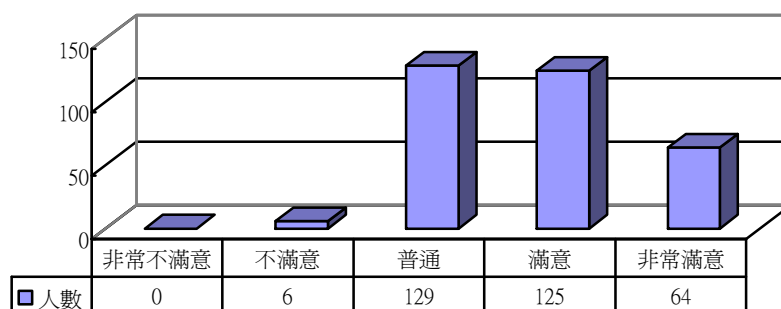


圖4-25 特產及紀念品之販售滿意度統計圖

9.原住民特色文化的塑造及呈現

有超過七成五的受訪者對於此次活動原住民特色文化的塑造及呈現表示滿意（43.2%）及非常滿意（33.6%），承襲過去三年的成功經驗，主辦單位今年第四年舉辦南島族群婚禮活動依然成功的塑造並呈現出了南島族群的文化特色，獲得了遊客的高度肯定。

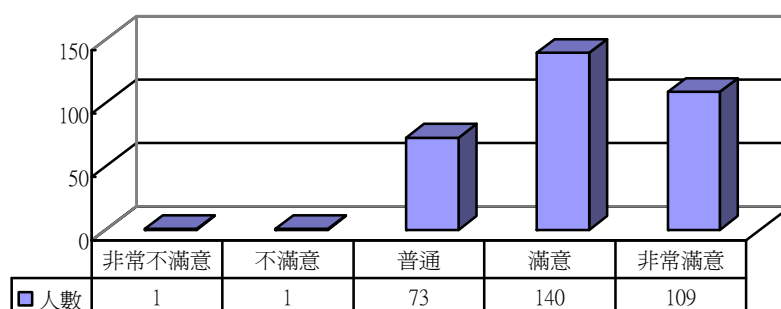


圖4-26 原住民特色文化的塑造及呈現滿意度統計圖

10.餐飲的滿意度

有八成的受訪者對於活動地區的餐飲滿意度表示普通（39.2%）以及滿意（38.9%），顯示出活動區內的餐飲提供存在需要改善的空間，以便提供遊客在餐飲方面有更多的選擇性與體驗。

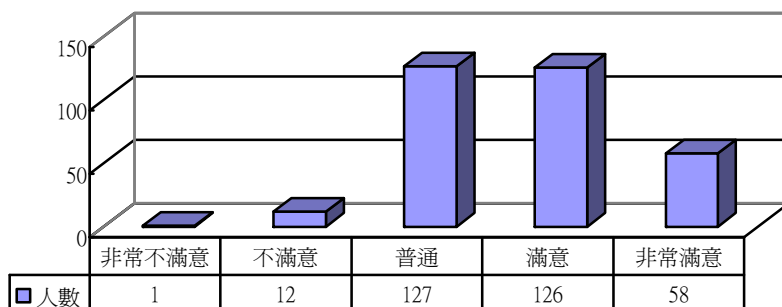


圖4-27 餐飲的滿意度統計圖

表4-20 參與活動滿意度分析表

項目	滿意程度	次數	百分比(%)
活動區內服務人員之服務態度	非常不滿意	5	1.5
	不滿意	3	0.9
	普通	85	26.2
	滿意	143	44.1
	非常滿意	88	27.2
活動區內服務設施	非常不滿意	2	0.6
	不滿意	11	3.4
	普通	108	33.3
	滿意	139	42.9
	非常滿意	64	19.8
表演會場及展示區動線安排	非常不滿意	2	0.6
	不滿意	18	5.6
	普通	103	31.8
	滿意	131	40.4
	非常滿意	70	21.6
活動區內引導指標	非常不滿意	5	1.5
	不滿意	11	3.4
	普通	104	32.1
	滿意	136	42.0
	非常滿意	68	21.0
停車位數量	非常不滿意	13	4.0
	不滿意	34	10.5
	普通	103	31.8
	滿意	116	35.8
	非常滿意	58	17.9
交通便利性	非常不滿意	4	1.2
	不滿意	31	9.6
	普通	117	36.1
	滿意	113	34.9
	非常滿意	59	18.2

活動地點之環境整潔	非常不滿意	1	0.3
	不滿意	10	3.1
	普通	102	31.5
	滿意	138	42.6
	非常滿意	73	22.5
特產及紀念品之販售	非常不滿意	0	0.0
	不滿意	6	1.9
	普通	129	39.8
	滿意	125	38.6
	非常滿意	64	19.8
原住民特色文化的塑造及呈現	非常不滿意	1	0.3
	不滿意	1	0.3
	普通	73	22.5
	滿意	140	43.2
	非常滿意	109	33.6
餐飲的滿意度	非常不滿意	1	0.3
	不滿意	12	3.7
	普通	127	39.2
	滿意	126	38.9
	非常滿意	58	17.9
整體上	非常不滿意	2	0.6
	不滿意	4	1.2
	普通	89	27.5
	滿意	162	50.0
	非常滿意	67	20.7

第六節 遊客活動後看法

在遊客活動後看法方面，各項意願之平均值分別為「再次參與南島族群婚禮之意願(3.92)」、「介紹南島族群婚禮給別人之意願(4.07)」以及「參加主辦單位建議活動行程之意願(3.83)」。詳細內容如下表：

表4-21 活動後意願分析表

項目	最小值	最大值	平均數	標準差	變異數
再次參與南島族群婚禮意願	1	5	3.92	0.785	0.616
介紹南島族群婚禮給別人意願	1	5	4.07	0.716	0.512
參加主辦單位建議活動行程意願	1	5	3.83	0.823	0.678

表4-22 遊客參與活動後意願分析表

項目	滿意程度	次數	百分比(%)
再次參與南島族群婚禮活動之意願	非常不願意	4	1.2
	不願意	6	1.9
	普通	71	21.9
	願意	173	53.4
	非常願意	70	21.6
將南島族群婚禮介紹給別人之意願	非常不願意	1	0.3
	不願意	4	1.2
	普通	54	16.7
	願意	177	54.6
	非常願意	88	27.2
參加主辦單位建議的活動行程之意願	非常不願意	3	0.9
	不願意	8	2.5
	普通	99	30.6
	願意	144	44.4
	非常願意	70	21.6

一、再次參與南島族群婚禮之意願

有七成五的受訪者表示願意（53.4%）及非常願意（21.6%）再次參加南島族群婚禮系列活動，由此可見大部分的遊客對於往後幾年的南島族群婚禮活動都有再次參加的意願，訪談後發現，豐富的傳統原住民文化對遊客來說，是種新奇的體驗，這也造成日後再次參加南島族群婚禮活動的動機。此一分析結果可做為主辦單位日後舉辦相關活動的參考依據。

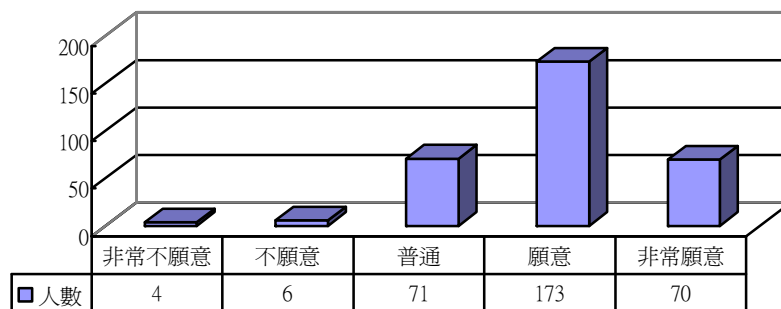


圖4-28 再次參與南島族群婚禮之意願統計圖

二、介紹南島族群婚禮給別人之意願

絕大部份的受訪者皆願意（54.6%）或非常願意（27.2%）將南島族群婚禮活動介紹給他人，超過總受訪人數的八成。可見此次活動為遊客帶來了相當深刻且成功的體驗，使得遊客們在參加過後都相當願意將此活動介紹給別人，好的口碑也會對日後的活動造成正面的宣傳效果。

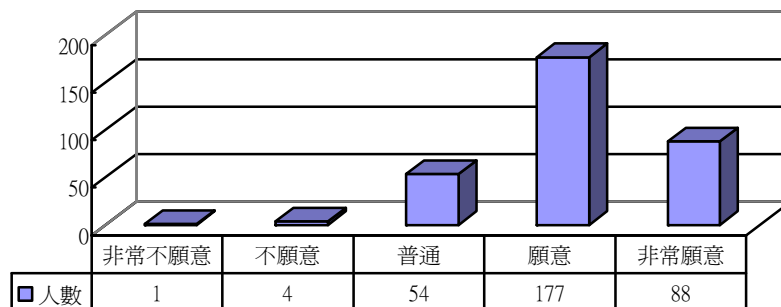


圖4-29 介紹南島族群婚禮給別人之意願統計圖

三、參加主辦單位建議活動行程之意願

有七成五的受訪者表示普通（30.6%）及願意（44.4%）參加主辦單位建議之活動行程。此分析結果顯示出在活動行程的規劃上仍有進步的空間。

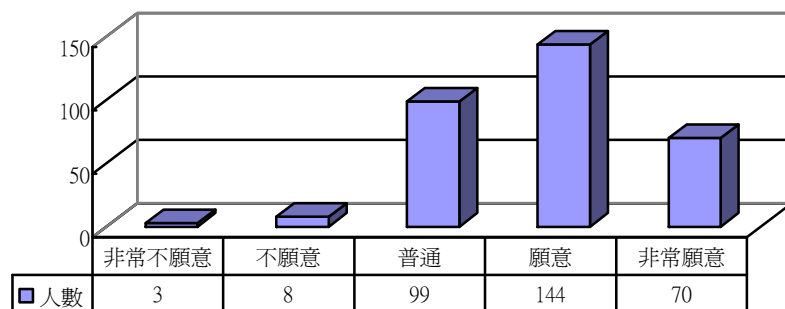


圖4-30 參加主辦單位建議活動行程之意願統計圖

第七節 不同遊客特性對遊憩滿意度之差異分析

本段旨在探討不同遊客特性與滿意度和事後看法之間的關係，依各遊客不同的遊客特性變項，將統計結果加以分析及討論，進而瞭解其間之差異情況。本段將調查所得資料，以t檢定(t-test)及獨立樣本單因子變異數分析(One-way ANOVA)進行檢定分析。若F值呈現低於0.05的顯著水準，為了瞭解各組間之實際差異情形，將使用Scheffe法、Tukey法以及LSD法進行事後檢定。分析結果詳述如下：

一、不同年齡層的遊客遊憩滿意度與事後看法之差異分析

由表4-16可知，不同年齡層的遊客，在「服務人員之服務態度」、「活動區內引導指標」、「停車位數量」、「交通便利性」、「活動地點之環境整潔」、「原住民特色文化塑造及呈現」及「整體滿意度」層面上皆具有顯著性差異，因此，由上述結果發現，不同年齡層之遊客對於南島族群婚禮活動遊憩體驗的滿意度具有相當不同的看法。

經LSD法檢定後發現，在「服務人員之服務態度」項目中，60歲以上的群體給予最高的滿意度，第二名是50歲至59歲的群體，然後依次為40至49歲、20歲以下、30至39歲，最後一名是20至29歲之群體。

在「活動區內引導指標」項目中，60歲以上的群體給予最高的滿意度，第二名是50歲至59歲的群體，然後依次為40至49歲、20歲以下、20至29歲，最後一名是30至39歲之群體。

在「停車位數量」項目中，50歲至59歲的群體給予最高的滿意度，第二名是40至49歲的群體，然後依次為60歲以上、20歲以下、30至39歲，最後一名是20至29歲之群體。

在「交通便利性」項目中，40至49歲的群體給予最高的滿意度，第二名是50歲至59歲的群體，然後依次為60歲以上、30至39歲、20至29歲，最後一名是20歲以下之群體。

在「活動地點之環境整潔」項目中，50歲至59歲的群體給予最高的滿意度，

第二名是40至49歲的群體，然後依次為60歲以上、20歲以下、20至29歲，最後一名是30至39歲之群體。

在「原住民特色文化塑造及呈現」項目中，50歲至59歲的群體給予最高的滿意度，第二名是40至49歲的群體，然後依次為60歲以上、20歲以下、20至29歲，最後一名是30至39歲之群體。

最後在「整體滿意度」項目中，60歲以上的群體給予最高的滿意度，第二名是40至49歲的群體，然後依次為50歲至59歲、20歲以下、20至29歲，最後一名是30至39歲之群體。

在研究遊客對於南島族群婚禮活動的事後看法後發現，不同年齡層的遊客，在「再次參與南島族群婚禮活動之意願」、「將南島族群婚禮活動介紹給別人之意願」及「參加主辦單位建議的活動行程之意願」這三項問題上皆具有顯著性差異，顯示出不同年齡層之遊客對於南島族群婚禮活動的事後看法相當不同，詳見表4-16。

在「再次參與南島族群婚禮活動之意願」項目中，50歲至59歲的群體給予最高的滿意度，第二名是60歲以上的群體，然後依次為40至49歲、30至39歲、20至29歲，最後一名是20歲以下之群體。

在「將南島族群婚禮活動介紹給別人之意願」項目中，60歲以上的群體給予最高的滿意度，第二名是50歲至59歲的群體，然後依次為40至49歲、20至29歲、30至39歲，最後一名是20歲以下之群體。

最後在「參加主辦單位建議的活動行程之意願」項目中，60歲以上的群體給予最高的滿意度，第二名是50歲至59歲以及40至49歲的群體，然後依次為20至29歲、30至39歲，最後一名是20歲以下之群體。

表4-23 不同年齡的遊客遊憩滿意度之差異分析表

		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	顯著性	LSD
服務人員 服務態度	組間	8.700	5	1.740	2.512	.030*	6>5>4>1 >3>2
	組內	220.300	318	.693			
	總和	229.000	323				
活動區內 服務設施	組間	6.384	5	1.277	1.919	.091	
	組內	211.616	318	.665			
	總和	218.000	323				
表演會場 及展示區 動線安排	組間	3.863	5	.773	1.016	.408	
	組內	241.776	318	.760			
	總和	245.639	323				
活動區內 引導指標	組間	8.869	5	1.774	2.393	.038*	6>5>4>1 >2>3
	組內	235.684	318	.741			
	總和	244.552	323				
停車位數 量	組間	11.930	5	2.386	2.294	.045*	5>4>6>1 >3>2
	組內	330.761	318	1.040			
	總和	342.691	323				
交通便利 性	組間	10.197	5	2.039	2.384	.038*	4>5>6>3 >2>1
	組內	272.025	318	.855			
	總和	282.222	323				
活動地點 之環境整 潔	組間	16.711	5	3.342	5.342	.000*	5>4>6>1 >2>3
	組內	198.943	318	.626			
	總和	215.654	323				
特產及紀 念品之販 售	組間	4.808	5	.962	1.577	.166	
	組內	193.893	318	.610			
	總和	198.701	323				
原住民特 色文化塑 造及呈現	組間	8.809	5	1.762	3.058	.010*	5>4>6>1 >2>3
	組內	183.225	318	.576			
	總和	192.034	323				
餐飲的滿 意度	組間	6.087	5	1.217	1.866	.100	
	組內	207.468	318	.652			
	總和	213.556	323				
整體上	組間	8.909	5	1.782	3.199	.008*	6>4>5>2 >1>3
	組內	177.091	318	.557			
	總和	186.000	323				

【註1】1：20歲以下； 2：20-29歲； 3：30-39歲； 4：40-49歲； 5：50-59歲； 6：60歲以上

表4-24 不同年齡的遊客事後看法之差異分析表

		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	顯著性	LSD
再次參與南島族群婚禮活動之意願	組間	13.130	5	2.626	4.491	.001*	5>6>4>3>2>1
	組內	185.941	318	.585			
	總和	199.071	323				
將南島族群婚禮活動介紹給別人之意願	組間	6.276	5	1.255	2.509	.030*	6>5>4>2>3>1
	組內	159.091	318	.500			
	總和	165.367	323				
參加主辦單位建議的活動行程之意願	組間	9.936	5	1.987	3.023	.011*	5>6=4>3>2>1
	組內	209.064	318	.657			
	總和	219.000	323				

【註1】 1：20歲以下； 2：20-29歲； 3：30-39歲； 4：40-49歲； 5：50-59歲； 6：60歲以上

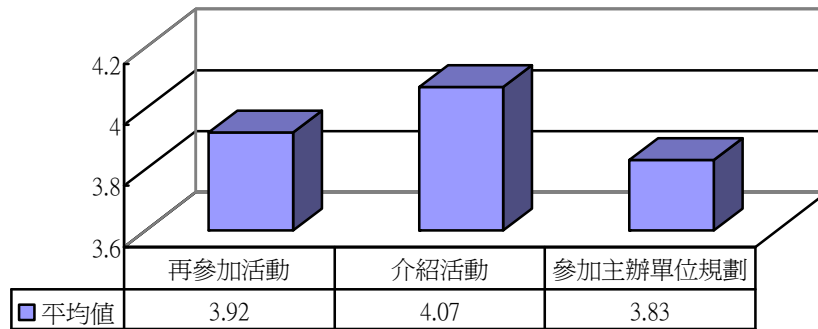


圖4-31 遊客參與活動後看法統計圖

二、不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析

由表4-18可知，不同職業別的遊客，在「交通便利性」及「活動地點之環境整潔」層面上具有顯著性差異，因此，由上述結果發現，不同年齡層之遊客對於交通與環境的滿意度具有相當不同的看法。

分析結果發現，在「交通便利性」項目之中，給予最高滿意度的為其他職業（藝術工作者、農業），第二名為退休人員，其他依序為家庭管理、服務業、製造業、軍公教人員、自營業者，最後是學生。

在「活動地點之環境整潔」項目之中，給予最高滿意度的為退休人員，第二名為其他職業（藝術工作者、農業），其他依序為家庭管理、軍公教人員、服務業、製造業、自營業者，最後是學生。

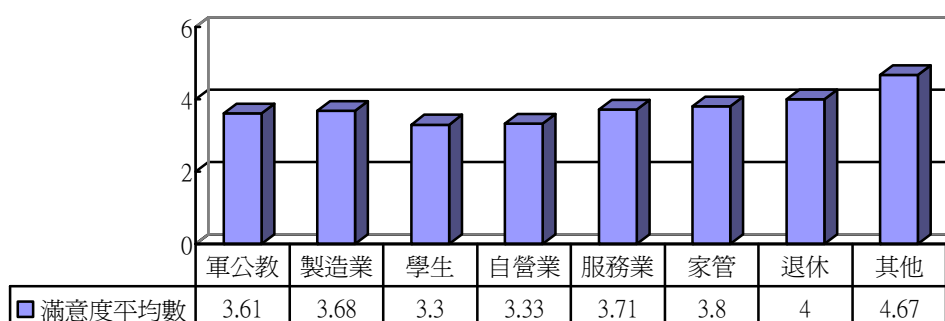


圖4-32 不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析圖-交通便利性

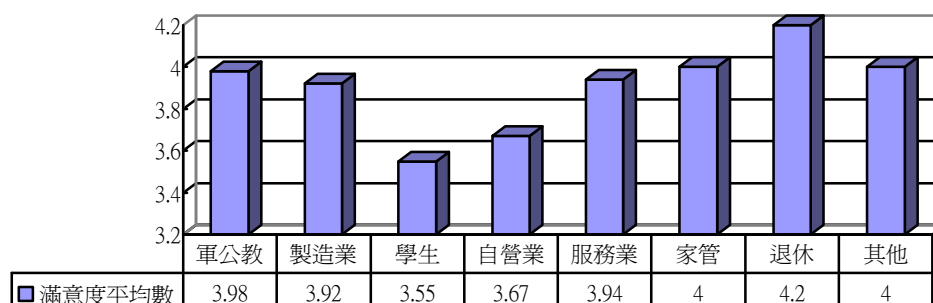


圖4-33 不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析圖-活動地點之環境整潔

表4-25 不同職業的遊客遊憩滿意度之差異分析表

		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	顯著性	LSD
服務人員 服務態度	組間	6.743	7	.963	1.370	.218	
	組內	222.257	316	.703			
	總和	229.000	323				
活動區內 服務設施	組間	8.960	7	1.280	1.935	.064	
	組內	209.040	316	.662			
	總和	218.000	323				
表演會場 及展示區 動線安排	組間	5.057	7	.722	.949	.469	
	組內	240.582	316	.761			
	總和	245.639	323				
活動區內 引導指標	組間	3.022	7	.432	.565	.784	
	組內	241.531	316	.764			
	總和	244.552	323				
停車位數 量	組間	12.940	7	1.849	1.772	.092	
	組內	329.751	316	1.044			
	總和	342.691	323				
交通便利 性	組間	15.287	7	2.184	2.585	.013*	8>7>6>5 >2>1>4 >3
	組內	266.935	316	.845			
	總和	282.222	323				
活動地點 之環境整 潔	組間	11.323	7	1.618	2.502	.016*	7>8>6>1 >5>2>4 >3
	組內	204.331	316	.647			
	總和	215.654	323				
特產及紀 念品之販 售	組間	4.379	7	.626	1.017	.419	
	組內	194.322	316	.615			
	總和	198.701	323				
原住民特 色文化塑 造及呈現	組間	1.875	7	.268	.445	.873	
	組內	190.159	316	.602			
	總和	192.034	323				
餐飲的滿 意度	組間	2.716	7	.388	.582	.771	
	組內	210.840	316	.667			
	總和	213.556	323				
整體上	組間	4.753	7	.679	1.184	.312	
	組內	181.247	316	.574			
	總和	186.000	323				

【註1】 1:軍公教人員 2:製造業 3:學生 4:自營業者 5:服務業 6:家庭管理 7:退休人員 8:其他

三、不同參加活動次數的遊客遊憩滿意度之差異分析

由表4-19可知，不同參加活動次數的遊客，在「原住民特色文化塑造及呈現」層面上具有顯著性差異。分析結果發現，在「原住民特色文化塑造及呈現」的滿

意度評價之中，給予最高滿意度的群體為第三次參加的遊客，第二名是第二次參加，依序為首次參加以及第四次參加之群體。

表4-26 不同參加活動次數的遊客遊憩滿意度之差異分析表

		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	顯著性	LSD
服務人員 服務態度	組間	2.374	4	.594	.835	.503	
	組內	226.626	319	.710			
	總和	229.000	323				
活動區內 服務設施	組間	5.705	4	1.426	2.143	.075	
	組內	212.295	319	.666			
	總和	218.000	323				
表演會場 及展示區 動線安排	組間	1.585	4	.396	.518	.723	
	組內	244.054	319	.765			
	總和	245.639	323				
活動區內 引導指標	組間	1.238	4	.310	.406	.804	
	組內	243.314	319	.763			
	總和	244.552	323				
停車位數 量	組間	.758	4	.189	.177	.950	
	組內	341.934	319	1.072			
	總和	342.691	323				
交通便利 性	組間	2.255	4	.564	.642	.633	
	組內	279.967	319	.878			
	總和	282.222	323				
活動地點 之環境整 潔	組間	4.357	4	1.089	1.645	.163	
	組內	211.297	319	.662			
	總和	215.654	323				
特產及紀 念品之販 售	組間	5.625	4	1.406	2.323	.057	
	組內	193.076	319	.605			
	總和	198.701	323				
原住民特 色文化塑 造及呈現	組間	7.518	4	1.879	3.249	.012*	3>2>1>4
	組內	184.516	319	.578			
	總和	192.034	323				
餐飲的滿 意度	組間	3.625	4	.906	1.377	.242	
	組內	209.931	319	.658			
	總和	213.556	323				
整體上	組間	4.657	4	1.164	2.048	.087	
	組內	181.343	319	.568			
	總和	186.000	323				

【註1】 1:0次 2:一次 3:兩次 4:三次

四、參加不同週次活動的遊客遊憩滿意度之差異分析

分析結果發現，參加不同週次活動的遊客在「活動區內服務設施」、「表演會場及展示區動線安排」以及「活動區內引導指標」的滿意度評價之中，存在顯著性差異。

表4-27 參加不同週次活動的遊客遊憩滿意度之差異分析表

		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	顯著性	LSD
服務人員 服務態度	組間	3.188	2	1.594	2.266	.105	
	組內	225.812	321	.703			
	總和	229.000	323				
活動區內 服務設施	組間	4.471	2	2.335	3.360	.036*	1>3>2
	組內	213.529	321	.751			
	總和	218.000	323				
表演會場 及展示區 動線安排	組間	4.669	2	2.235	3.110	.046*	1>2>3
	組內	240.970	321	.751			
	總和	245.639	323				
活動區內 引導指標	組間	5.291	2	2.645	3.549	.030*	1>2>3
	組內	239.262	321	.745			
	總和	244.552	323				
停車位數 量	組間	5.006	2	2.503	2.380	.094	
	組內	337.685	321	1.052			
	總和	342.691	323				
交通便利 性	組間	1.429	2	.715	.817	.443	
	組內	280.793	321	.875			
	總和	282.222	323				
活動地點 之環境整 潔	組間	3.725	2	1.863	2.821	.061	
	組內	211.929	321	.660			
	總和	215.654	323				
特產及紀 念品之販 售	組間	1.345	2	.673	1.094	.336	
	組內	197.335	321	.615			
	總和	198.701	323				
原住民特 色文化塑 造及呈現	組間	.286	2	.143	.239	.787	
	組內	191.748	321	.597			
	總和	192.034	323				
餐飲的滿 意度	組間	3.198	2	1.599	2.440	.089	
	組內	210.357	321	.655			
	總和	213.556	323				
整體上	組間	.681	2	.340	.590	.555	
	組內	185.319	321	.577			
	總和	186.000	323				

【註1】1:「愛在涼山」歌謠祭 2:「情定排灣」婚禮 3:「魯凱誓約」婚禮

第八節 個別訪談

本節將個別訪談之內容節錄並條列式述敘其分析結果，訪談對象共計有三位遊客與兩位業者，詳細內容如下：

訪談對象：遊客 A

訪談地點：瑪家鄉—瑪家遊客中心休息區

訪談日期：2008.11.1 訪談時間：15:00 至 15:15 天氣情況：晴天

訪談內容摘要：

1. 活動相當精采，可以感受到原住民的熱情與生命力。
2. 這次活動在宣傳上有些不足，尤其是在網路的資訊方面，關於活動的地點及介紹稍嫌不足，希望可以再加強。
3. 交通的指示還可以再加強，才不會造成停車上的不便。
4. 活動的動線安排不太好，整個婚禮儀式的進行都看不太清楚，或許是人潮太多，活動場地有點擁擠，加上活動表演的週遭視野並不是很清楚，所以有些片段無法觀賞到。
5. 活動的時間上有拖延到，希望下次舉辦可以改善。

訪談對象：遊客B

訪談地點：三地門鄉—地摩兒藝術公園休息區

訪談日期：2008.11.8 訪談時間：14:50 至 15:00 天氣情況：陰天

訪談內容摘要：

1. 這是一次很好的體驗，活動相當不錯且內容豐富。
2. 我們很希望可以深入了解原住民文化，但是這一次活動在介紹原住民文化方面有點讓我們失望。像是，我們知道排灣三寶是青銅刀、琉璃珠和陶器，但是關於為何這三樣東西會成為排灣族三寶的歷史緣由，在整個活動中卻沒有介紹到。我們上週也有去參加瑪家鄉的活動，感覺上今天的解說不如上一次，有點走馬看花。
3. 這附近的攤位很少，造成我們用餐時段的餐食選擇性較低。

訪談對象：遊客 C

訪談地點：霧台鄉—神山部落廣場

訪談日期：2008.11.14 訪談時間：20:25 至 20:30 天氣情況：晴天

訪談內容摘要：

1. 這次活動之動線安排的很不錯，觀賞表演都很順利。
2. 活動的進行上稍嫌不夠順暢。
3. 活動進行時，參與活動的人員和表演者在互動上不佳。
4. 政府單位舉辦這樣的活動相當不錯，可以給我們一個體驗原住民文化的機會，讓我們更加了解原住民的傳統，但是主辦單位在宣導上似乎不夠，像我們是由親友那邊得知這次活動的訊息，日後如果再舉辦類似的活動，希望可以在宣傳上加強一些。

訪談對象：業者 A

訪談地點：三地門鄉—地摩兒藝術公園

訪談日期：2008.11.8 訪談時間：16:00 至 16:20 天氣情況：雨天

訪談內容摘要：

1. 這次的活動為我們帶來很多的遊客量，和一般週休二日的時間相比，還要多出許多。
2. 大量的遊客的確有造成較多的消費情況，但是對於我們的營業額來說，增加的情況其實並不明顯。
3. 對於這次活動所塑造以及呈現的原住民特色文化，可說相當成功，因為我們三地門鄉本身就有在致力於推廣原住民文化及特產品，這次的活動更是大量將我們排灣族的文化以及婚禮的習俗推廣出去，告訴全世界。
4. 本次舉辦的咖啡王子、紅藜公主選拔活動很成功的推銷了我們的特產品，希望日後在舉辦相關活動時，也可以配合舉辦類似的活動。
5. 由於這次的活動很豐富，因此在時間安排上比較緊湊，造成遊客比較沒有時間好好的來我們特產中心觀賞及選購，希望日後的活動在時間安排上可以再做調整及規劃。

訪談對象：業者 B

訪談地點：三地門鄉—DA DRAM DRAM

訪談日期：2008.11.8 訪談時間：17:25 至 17:40 天氣情況：雨天

訪談內容摘要：

1. 與平時的週休二日相比，本次的活動有成功帶來較多的遊客，但是和去年的南島婚禮活動相比，似乎今年在宣傳上稍嫌不足，例如海報之類的宣傳品方面可以再加強。
2. 咖啡王子、紅藜公主選拔活動可以促銷我們當地產業，是很好的活動，但是在活動時間的安排上與南島婚禮放在一起，對於整個婚禮儀式的連貫性造成些許的影響。
3. 這次活動帶來許多遊客，對我們的經濟收入有造成幫助。
4. 我們排灣族對於自己的手工藝品是相當自豪的，尤其是我們的排灣三寶：青銅刀、琉璃珠和陶壺，同時我們也是在所有原住民族群中最有藝術文化的一族，在這方面可以更加積極的推廣出去。

第九節 三鄉活動內容設計優勢及弱勢分析

根據「參加不同週次活動的遊客遊憩滿意度之差異分析」之分析結果發現到，參加不同週次活動的遊客在「活動區內服務設施」、「表演會場及展示區動線安排」以及「活動區內引導指標」的滿意度評價之中，存在顯著性差異。

在「活動區內服務設施」項目中，滿意度由高而低排序依序為：「愛在涼山」歌謠祭活動、「魯凱誓約」婚禮活動以及「情定排灣」婚禮活動。

在「表演會場及展示區動線安排」項目中，滿意度由高而低排序依序為：「愛在涼山」歌謠祭活動、「情定排灣」婚禮活動以及「魯凱誓約」婚禮活動。

在「活動區內引導指標」項目中，滿意度由高而低排序依序為：「愛在涼山」歌謠祭活動、「情定排灣」婚禮活動以及「魯凱誓約」婚禮活動。

但在其餘8項滿意度差異分析中，三鄉之間並無顯著性差異。本研究根據分析結果以及訪談內容綜合分析後，編製出下列分析比較表：

表4-28 三鄉活動內容設計優弱勢分析比較表

	瑪家鄉	三地門鄉	霧台鄉
優勢	一、活動區內之硬體服務設施以及引導指標與其他二鄉相比之下，最為完善。 二、表演會場以及活動區之內之動線規劃設計最為優良。 三、活動之解說最為深入，讓遊客們充分了解了南島族群文化淵源。	一、咖啡王子、紅藜公主選拔活動成功的推廣了三地門鄉的當地特產。 二、活動區內之特產品展售中心建置相當完善。 三、活動主辦單位應變能力極佳，使得活動並未因為天候而中斷。	一、整體婚禮主軸活動規劃完整，活動之連貫性以及主題性為三鄉之冠。 二、發現霧台生態之旅活動帶給遊客難得的生態體驗。 三、接待家庭以及服務人員之服務態度受新人以及遊客高度肯定。
弱勢	一、活動時間稍有延誤，造成遊客之活動等待時間延長。 二、活動表演區稍嫌擁擠，影響遊客觀賞活動。	一、餐食攤位安排過少，造成遊客用餐之選擇性降低。 二、婚禮儀式之解說不足，使得遊客無法深入了解排灣族文化。	一、活動地點為三鄉中距離鄰近縣市最遠者，造成遊客交通上不便。 二、活動表演者與參與遊客間之互動性有待加強。

第五章 結論與建議

本研究依據研究動機與目的，探討遊客基本背景屬性資料，和參與2008南島族群婚禮活動之遊憩滿意度與參與後意願之相關性，並結合質性訪談，對於遊客以及活動地區業者進行深入了解，輔以實地勘查後之結果進行綜合性之結論與建議。所得之結論與後續之建議詳述如下：

第一節 結論

一、遊客基本資料

在 324 份有效樣本中，男性占總樣本的 46.6%；女性占整體受訪者的 53.4%，顯示出此次參加活動的女性比例略高於男性；年齡分佈狀況，其中年齡層以 20~29 歲最多，占整體受訪者的 43.2%；教育程度大學最多，占 58.6%，其次是高中、職，占整體受訪者的 25.9%；受訪者職業以服務業最多，占整體受訪者之 38.3%，其次為學生，各占整體受訪者 28.1%。此次調查結果符合現今台灣地區以服務業為主之產業型態，同時也顯示出學生族群喜愛參加節慶活動的情形；在婚姻狀況方面，受訪者婚姻狀況以未婚居多，占整體受訪者之 64.2%；平均所得以\$20,000 以下居多，占總樣本數 43.2%，其次為\$20,001~\$40,000，各占整體受訪者之 35.5%，顯示出此次參加活動的受訪者多半為中低收入族群，此情況與受訪者中有 20%為當地原住民居民有關；而受訪者居住地點以南部縣市為最多，占整體受訪者之 30.2%，其次為屏東縣市境內(瑪家鄉、三地門鄉、霧台鄉除外)，占整體受訪者之 10.4%。顯示此次的受訪者多半為居住於南部縣市以及屏東縣市等鄰近縣市為大多數。

二、旅遊行為

在 324 份有效樣本中，有 75.6%的受訪者是第一次參加南島族群婚禮活動，此一分析結果顯示出每年的南島族群婚禮活動都會吸引許多慕名前來的遊客；有 58.6%的受訪者是搭乘自小客車前來參加南島族群婚禮活動，而機車是第二多的交通工具選項，占總受訪者的 24.7%。此分析結果的成因主要取決於受訪遊客的居住地距離活動地區的距離。經由受訪者基本資料分析結果發現，受訪遊客大多

居住在南部縣市，若包含屏東縣市境內、瑪家鄉、三地門鄉以及霧台鄉，則所佔比例共計為 73.1%，因此在交通工具的選擇上以自小客車與機車最為便利；在活動停留時間方面，活動停留時間以一天（30.6%）為最多，其次為半天（27.8%）。此一分析結果與活動之安排有關，第一週在瑪家鄉的活動時間安排為一天（詳見表 2-2-1），而第二週（詳見表 2-2-2）與第三週（詳見表 2-2-3）的主要活動也是以第二天為主，因此大部分的受訪者活動停留時間為半天至一天。關於遊客留宿情況，有 67.9% 的受訪者並未在活動地區留宿，這與大部分受訪者活動停留時間有關，而有留宿的受訪者選擇住宿的情況以民宿（14.2%）為最多，其次為親友家（11.1%），由於活動地區的地理位置因素，少有飯店及旅館以提供過夜民眾住宿，因此在住宿的選擇上多半為民宿或是親友家；在主要活動資訊來源的部份，有近半數的受訪者是透過親朋好友的推薦（47.5%）得知活動訊息的，而經由活動舉辦地區的宣傳得知活動訊息的受訪者有 35.2%，經由電腦網路得知活動訊息的受訪者只有 9.3%，而絕大部分的受訪者活動訊息來源為親朋好友推薦，由此可知口碑之於行銷的重要性；與家人親戚一同前來參加活動的有 131 位，占總樣本數的 40.4%，而第二多的同行對象為同事、朋友，占總樣本數的 37.3%。此研究結果指出南島族群婚禮活動適合家庭以及同事、朋友一同前來；在受訪遊客之遊憩動機分析中，有過半數的受訪者是特別來參加本次活動的，占總樣本之 51.8%，其次為學習、體驗原民文化，此分析結果顯示出大多數的受訪者都是特地來參加南島族群婚禮活動，同時藉由這次的活動來學習、體驗原民文化；在吸引力分析中，豐富的原住民文化以及慶典氣氛是南島族群婚禮活動中最具吸引力的兩大要素，各占總樣本數的 70.7% 以及 59.6%。而活動地區的美麗風景（50.3%）也是吸引遊客前來的重要吸引力之一，此分析結果顯示，人們對於原住民文化的體驗與了解有著相當的需求；絕大部分的受訪者都有參與南島族群婚禮的主要婚禮儀式活動（76.5%），其次是南島族群歌謠祭（25.6%）與南島手工藝特產展售會（22.5%），而其他周邊活動的參與情況則相對較差，顯示出在主要婚禮儀式活動之外的其他活動規劃稍嫌不足；在受訪遊客預計或已經前往過的景點分析

結果中，以涼山瀑布（50.9%）和霧台風景區（49.4%）為最多遊客預計或已前往之景點，這樣的情況與景點本身的知名度以及距離活動地點的距離以及活動行程安排有關。

三、遊憩滿意度

在滿意度方面的分析結果顯示出，「原住民特色文化的塑造及呈現(4.10)」以及「活動區內服務人員之服務態度(3.94)」是在受訪遊客中給予評價最高的兩項，這表示主辦單位在塑造與呈現此次活動的原住民文化以及人員方面的服務提供受到相當大的肯定與高滿意度。此外依照調查結果也發現到，受訪遊客在面對交通方面的問題時，滿意度是普遍較低的，倒數兩名分別為「停車位數量(3.53)」以及「交通便利性(3.59)」，若主辦單位可以針對這些項目加以改善，相信對於提高遊客的遊憩滿意度將會有相當的幫助。

四、活動後看法

有七成五的受訪者表示願意（53.4%）及非常願意（21.6%）再次參加南島族群婚禮系列活動，由此可見大部分的遊客對於往後幾年的南島族群婚禮活動都有再次參加的意願；絕大部份的受訪者皆願意（54.6%）或非常願意（27.2%）將南島族群婚禮活動介紹給他人，超過總受訪人數的八成。可見此次活動為遊客帶來了相當深刻且成功的體驗，使得遊客們在參加過後都相當願意將此活動介紹給別人，好的口碑也會對日後的活動造成正面的宣傳效果；有七成五的受訪者表示普通（30.6%）及願意（44.4%）參加主辦單位建議之活動行程。此分析結果顯示出在活動行程的規劃上仍有進步的空間。

第二節 建議

一、活動宣傳面與行銷面

（一）活動宣傳部份需要持續加強

在受訪遊客主要活動資訊來源的部份，有近半數的受訪者是透過親朋好友的推薦（47.5%）得知活動訊息的，而經由活動舉辦地區的宣傳得知活動訊息的受訪者有35.2%，但經由電腦網路得知活動訊息的受訪者只有9.3%，部份遊客表

示，從茂林國家風景區管理處的官方活動網頁之中無法得知活動的詳細流程與內容介紹，僅能獲得活動時間以及報名方式等訊息，造成遊客的資訊取得受限。

而在活動地區的行銷宣傳方面，也有部分受訪者表示此次活動的宣傳相較於往年不足，以致連部分當地居民都有不知舉辦活動之消息。由分析資料顯示，經由報章雜誌（4.0%）與電視廣播（1.5%）獲得活動訊息之受訪者只有5%左右，因此建議主辦單位日後舉辦相關活動時，可以提高電子媒體宣傳的能見度，並於官方活動網頁中加入活動之流程與詳細內容解說，以提高遊客所能取得之活動資訊，進而增加遊客參與活動人數。

（二）加強地方產業之行銷

經調查結果發現，許多活動地區之特產品業者對於當地特產品之推廣與行銷認為有加強的必要。本次活動第二週的咖啡王子與紅藜公主選拔活動對於推廣地方特產有相當的助益，日後期望可以持續將類似的周邊活動與主活動做結合，以推廣原住民文化，同時振興地方產業，增加當地居民之經濟收益。

（三）行銷周邊景點之良機

整體而言，活動進行範圍周邊有許多值得遊客前往之著名景點，但是經分析結果發現，遊客實際前往之景點並不多，除了知名度較高或是活動行程中有規劃的景點以外，其他景點之造訪率並不高。若能在活動之中加以介紹，並提供前往的資訊與相關服務，充分展現當地景點的吸引力，想必可以增加遊客的停留時間與再次造訪之意願。

二、活動情況

（一）整體活動之流程順暢

共計三週於三處舉辦之活動過程中，進行都非常的流暢，少有延後與超時之情形發生，且活動進行中也無特殊情況發生。整體而言，活動之流暢度相當良好。

（二）活動時間安排過於緊湊

在訪談過遊客與業者，並配合實地勘查之後，發現本次活動的內容相當豐富且多樣化，獲得絕大多數受訪者的肯定，為一美中不足的地方就是活動的安排過

於密集，許多活動會與其他活動時間重疊，不但造成活動之完整性降低，同時也會造成遊客無法從容觀賞每一個活動節目，並對業者造成遊客停留時間不足的負面影響。因此根據研究結果建議主辦單位日後在活動的時間安排上可以做些許修正，以確保活動之完整性與增加活動銜接上的緩衝時間。

（三）表演者與活動參與者的互動性

婚禮儀式進行的過程中，缺少表演者與活動參與者之間的互動，造成許多遊客無法獲得參與感，而降低了體驗的完整性，並會在活動表演者與參與者間形成疏離感與陌生感。因此，主辦單位可以在活動正式表演之前，安排雙方接觸與溝通的活動，不但可以增加彼此間的互動性，更能提高遊客們及親屬的參與程度。

三、遊客意見

（一）停車問題有待解決

由於此次前來參加活動之遊客多半以自小客車（58.6%）或是機車（24.7%）為主要交通工具，因此在交通指揮以及停車位數量方面產生了不足的現象。由於動舉辦地區週遭車輛停放空間不足，因此在舉辦這類大型活動時會造成遊客在車輛停放上的不便，建議日後可以規劃較大型的區域以供遊客流量較大時停放車輛使用，並於附近設置停車指示的服務員及指標，指揮並引導遊客停放車輛。

（二）提高前往活動地區之交通便利性

少有客運行駛至活動區，這使得遊客們在交通工具的選擇上受到限制。如能增加行使活動區域的客運班次或是提供遊客中遠程的交通接駁工具，可以使得遊客前往活動地區的阻礙降低，進而提高活動的參與人數。

（三）活動區內的環境清潔滿意度高

絕大多數的遊客都表示活動區內的環境相當整潔，但少數遊客期望在服務設施方面可以增加，例如廁所的數量以及休息區的規劃，以提供遊客更完善且及時的服務。

（四）在活動區內的餐食供應不足

由於三週的活動時間都是從早上進行到下午，因此每到中午用餐時間遊客都

會面對餐食選擇性不足的情形。建議可以在周邊多設置提供餐飲的攤位，或是外包給某些具有原住民特色的餐飲業者，以便在用餐時間提供遊客更多樣化的餐飲選擇，並且促進當地產業的消費情況。

（五）提高活動內容的解說深度

在受訪遊客中有許多愛好原住民文化或是藝術工作者，他們普遍表示主辦單位在活動的解說深度不足，造成他們無法完整的了解某些原住民文化的意涵。若是能在活動過程中，加入解說員在旁提供更深度的介紹，則遊客對於原住民文化的了解就會更具完整性，如此一來，參加活動過後的遊客不但可以將許多知識與體驗帶回家，更能在日後與他人介紹，這是推廣原住民文化的最佳行銷方式。

第六章 參考文獻

中文部分：

1. 茂林國家風景區管理處資訊網，<http://www.maulin-nsa.gov.tw>。
2. 屏東觀光旅遊資訊網，<http://travel.pthg.gov.tw>。
3. 交通部觀光局行政資訊系統，觀光政策白皮書，<http://admin.taiwan.net.tw>。
4. 王育群（1999）活動節慶民俗，創造觀光新資源。揚智文化。
5. 張春興、楊國樞（1983）。心理學。台北：三民書局股份有限公司。
6. 陳水源（1986）。遊憩體驗理論基礎之研究。台大森林學研究所。
7. 陳水源（1988）。遊客遊憩需求與遊憩體驗之探討。戶外遊憩研究。
8. 陳水源（1997）。觀光事業專論選輯。台北：交通部觀光局。
9. 王育群（1999）。活動節慶民俗，創造觀光新資源，揚智文化，頁7-16。
10. 陳桓敦、李賢昇（2001）。基隆碧砂觀光漁港遊客滿意度調查之研究。九十學年度中國海事商業專科學校學報。
11. 李沛慶（1994）。金門觀光客旅遊動機及其滿意度之研究。商學學報。
12. 李銘輝、郭建興（2000）。觀光遊憩資源規劃。台北：揚智文化事業公司。
13. 曹勝雄（2001）。觀光行銷學。台北：揚智文化事業公司。
14. 吳淑女（1995）。淺談慶典觀光與推展觀光之道，觀光教育，6（45），頁2-6。
15. 吳淑女（1993）。淺談慶典觀光與推展觀光之道。交通建設，42（9），頁2-6。
16. 蔡長清、林雨陵（2007）。寶來泛舟活動效益評估成果報告書。
17. 林怡君（2004）。觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究－以三義木雕國際藝術節為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
18. 游瑛妙（1999）。節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析。靜宜大學觀光系碩士班碩士論文。
19. 駱焜祺（2002）。觀光節慶活動行銷策略之研究－以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
20. 謝雅惠、黃輝民（2005）。地方政府辦理節慶活動振興觀光文化產業策略之研究－以鹿港慶端陽為例。大葉大學事業經營所碩士論文。

21. 彭克仲、阮亞純 (2004)。以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例。國立屏東科技大學農企業管理系碩士學位論文。
22. 陳惠美、羅怡幀 (2006)。舉辦單位對於節慶活動效益與發展阻礙認知之研究—以台灣燈會為例。銘傳大學觀光研究所碩士學位論文。
23. 王宗吉、陳比晴 (2003)。民眾參與節慶活動需求之研究—以2003陽明山花季為例。碩士學位論文。
24. 徐茂練、林欣玫 (2005)。遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究。朝陽科技大學企業管理系碩士學位論文。
25. 鍾玉龍、賴福瑞 (2005)。遊客對休閒農業區之遊憩動機、體驗與滿意度之研究—以金針山休閒農業區為例。國立屏東科技大學森林系碩士論文。
26. 郭勝豐、黃祺惠 (2005)。水庫風景區遊客遊憩動機及滿意度之研究—以烏山頭水庫風景區為例。立德管理學院休閒管理研究所碩士論文。
27. 蔡進發、葉碧華、黃宗成、李雅玲 (2003)。雲嘉南濱海國家風景區遊客遊憩行為之研究：以嘉義布袋為例。國立嘉義大學休閒事業管理研究所研究。

英文部分：

1. Baker, D. A. & Crompton, J. L. (2000). *Quality, satisfaction and behavioral intentions*. Annals of Tourism Research, 27(3), 785-804.
2. Cardozo, R.N. (1965). *An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction*. Journal of Marketing Research, 2, 244-249.
3. Clawson, M. & Knetsch, J. (1966). *Economic of Outdoor Recreation*. Baltimore: John Hopkins Press.
4. Dorfman, P.W. (1979). *Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction : A case study of camping*. Environment and Behavior, 11(4), 483-510.
5. Driver, B. L., & Toucher, R. C. (1970). *Toward a behavioral interpretation of recreation of planning*. Element of Outdoor Recreation Planning, 9-31.
6. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975). *A socio-psychological definition of recreation demand, with implications for recreation resource planning*. Assessing Demand for Outdoor Recreation, 12(8), 62-88.
7. Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*, New York, NY, John Wiley and Sons Inc.
8. Ittelson, W. H. (1978). *Environmental perception and urban experience*. Environment and Behavior, 10(2), 193-213.
9. Manning, R. E. (1986). *Study in Outdoor Recreation : Search and Research for Satisfaction*. Oregon : Oregan State University.
10. Oliver, R. L. (1981). *Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings*. Journal of Retailing 57(3): 25-48.

附錄一

親愛的先生、女士：

您好！這是茂林國家風景處管理處所委託的調查，以下將請教您參與『2008南島族群婚禮』活動之相關問題，本問卷純提供學術研究之用，填表人不需具名。您的協助與合作，對我們十分重要，有了您的真實答覆可使我們的研究順利完成，更可提供茂林國家風景處管理處在日後舉辦相關活動時的參考資料。

謝謝您的協助，在此先至上萬分謝意！

國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所

指導教授 蔡長清 博士

研究生 李 中 謹上

A、旅遊特性

a1、您之前是否有參加過南島族群婚禮活動？

☐ (1) 無 ☐ (2) 有，_____次

a2、您主要搭乘那種交通工具？

☐ (1) 自小客車 ☐ (2) 機車 ☐ (3) 計程車 ☐ (4) 客運 ☐ (5) 遊覽車 ☐ (6) 腳踏車

☐ (7) 步行 ☐ (9) 其他：_____

a3、在此次南島族群婚禮活動中，您預計停留多久時間？

☐ (1) 半天以下 ☐ (2) 半天 ☐ (3) 一天 ☐ (4) 二天一夜 ☐ (5) 三天及三天以上

a4、您在此次南島族群婚禮活動中是否有在茂林國家風景區內留宿？

☐ (1) 沒有留宿 ☐ (2) 民宿 ☐ (3) 飯店、旅館 ☐ (4) 親友家 ☐ (5) 其他：_____

a5、您主要是從哪裡獲得南島族群婚禮活動資訊？

☐ (1) 親朋好友推薦 ☐ (2) 電腦網路 ☐ (3) 報章雜誌 ☐ (4) 電視廣播

☐ (5) 活動舉辦地區 ☐ (6) 其他：_____

a6、您這次來參加南島族群婚禮活動的主要成員？

☐ (1) 獨自前來 ☐ (2) 同學、師長 ☐ (3) 家人親戚 ☐ (4) 同事、朋友

☐ (5) 旅行團成員 ☐ (6) 其他：_____

a7、您此次前來茂林國家風景區旅遊的動機(可複選)？

☐ (1) 特別來參加本次活動 ☐ (2) 休閒旅遊 ☐ (3) 學習、體驗原民文化 ☐ (4) 洗溫泉

☐ (5) 欣賞風景 ☐ (6) 親近大自然 ☐ (7) 購買、品嚐當地特產 ☐ (8) 其他_____

a8、請問您在本次南島族群婚禮活動中，已參加的活動有(可複選)？

☐ (1) 南島族群婚禮(婚禮儀式) ☐ (2) 南島族群歌謠祭 ☐ (3) 南島手工藝特產展售會

☐ (4) 魯凱情歌之夜 ☐ (5) 霧台文化生態之旅 ☐ (6) 其他_____

a9、您所參加之南島族群婚禮活動中，最吸引您的項目是(可複選)？

☐ (1) 慶典氣氛 ☐ (2) 豐富的原住民文化 ☐ (3) 美麗的風景 ☐ (4) 當地特產品

☐ (5) 交通便利 ☐ (6) 原住民的熱情親切 ☐ (7) 其他：_____

a10、請問您在本次活動中，已經去過或預計前往的地點有那些(可複選)？

☐ (1) 沙拉灣瀑布群 ☐ (2) 涼山瀑布 ☐ (3) 神山瀑布 ☐ (4) 大津瀑布 ☐ (5) 海神宮
☐ (6) 德文風景區 ☐ (7) 舊伐灣部落 ☐ (8) 賽嘉樂園 ☐ (9) 好茶村 ☐ (10) 岩板巷
☐ (11) 霧台風景區 ☐ (12) 其他：_____

a11、請問您參加這次南島族群婚禮活動，大約花費多少錢：(請填寫金額)

(1) 交通費用_____元 (2) 購物費用_____元 (3) 餐飲費用_____元
 (4) 住宿費用_____元 (5) 娛樂費用(遊樂設施) _____元
 (6) 其他支出_____元 (7) 總共花費_____元

B、滿意度

b1、請問您參與此次南島族群婚禮活動中，對於下列各項目之滿意度為：

項 目	非常 不滿意	不 太滿意	普 通	還 算滿意	非常 滿意
1. 活動區內服務人員之服務態度	☐	☐	☐	☐	☐
2. 活動區內服務設施	☐	☐	☐	☐	☐
3. 表演會場及展示區動線安排	☐	☐	☐	☐	☐
4. 活動區內引導指標	☐	☐	☐	☐	☐
5. 停車位數量	☐	☐	☐	☐	☐
6. 交通便利性	☐	☐	☐	☐	☐
7. 活動地點之環境整潔	☐	☐	☐	☐	☐
8. 特產及紀念品之販售	☐	☐	☐	☐	☐
9. 原住民特色文化的塑造及呈現	☐	☐	☐	☐	☐
10. 餐飲的滿意度	☐	☐	☐	☐	☐
11. 整體上	☐	☐	☐	☐	☐

b2、您參與南島族群婚禮活動後的看法

項 目	非常 不願意	不 願意	普 通	願 意	非常 願意
1. 請問您願意再次參與南島族群婚禮活動嗎？	☐	☐	☐	☐	☐
2. 您會將南島族群婚禮活動介紹給別人嗎？	☐	☐	☐	☐	☐
3. 您願意參加主辦單位建議的活動行程嗎？	☐	☐	☐	☐	☐

C、個人基本資料

c1、性別：☐ (1) 男 ☐ (2) 女

c2、年齡：☐ (1) 20 歲以下 ☐ (2) 20~29 ☐ (3) 30~39 ☐ (4) 40~49 ☐ (5) 50~59 ☐ (6) 60 歲以上

c3、教育程度：☐ (1) 國(初)中以下 ☐ (2) 高中、職 ☐ (3) 大(專)學 ☐ (4) 研究所及以上

c4、工作別：☐ (1) 軍公教人員 ☐ (2) 製造業 ☐ (3) 學生 ☐ (4) 自營業者 ☐ (5) 服務業
☐ (6) 家庭管理 ☐ (7) 退休人員 ☐ (8) 其他_____

c5、婚姻狀況：☐ (1) 未婚 ☐ (2) 已婚

c6、您個人每月平均所得(零用錢)約多少？

☐ (1) \$20,000 以下 ☐ (2) \$20,001~\$40,000 ☐ (3) \$40,001~\$60,000

☐ (4) \$60,001~\$80,000 ☐ (5) \$80,001~\$100,000 ☐ (6) \$100,000 以上

c7、請問您的居住地是

☐ (1) 瑪家鄉 ☐ (2) 三地門鄉 ☐ (3) 霧台鄉

☐ (4) 屏東縣市境內(瑪家鄉、三地門鄉、霧台鄉除外)

☐ (5) 北部縣市 ☐ (6) 中部縣市 ☐ (7) 南部縣市 ☐ (8) 東部縣市 ☐ (9) 離島縣市

~~~~~訪問到此結束，感謝您的合作！敬祝您旅途愉快！！~~~~~