

「2015 南島族群婚禮-情牽大武山」系列活動

滿意度調查暨效益評估

委託單位：茂林國家風景區管理處

執行單位：國立屏東大學

計畫主持人：葉晉嘉副教授

中華民國 104 年 4 月

目錄

壹、緒論.....	1
一、 研究背景與主旨.....	1
二、 研究目的.....	2
三、 研究方法.....	2
貳、遊客問卷(開幕式)分析	3
一、 基本資料.....	3
(一) 性別.....	3
(二) 婚姻狀況.....	4
(三) 年齡.....	5
(四) 學歷.....	6
(五) 職業.....	7
(六) 是否為原住民族.....	8
(七) 去年是否參加過「南島族群婚禮活動」	9
(八) 本次是第幾次參加本活動.....	10
(九) 專程參加本活動或是順道經過.....	11
(十) 以何種交通工具到達本活動活動場地.....	12
(十一) 參與本活動的動機.....	13
(十二) 花費(或預計)參加本活動多久的時間	14
(十三) 如何得知本活動資訊.....	15
二、 滿意程度與效益評估.....	16
(一) 滿意度分析.....	16
(二) 效益分析.....	17
(三) 差異比較.....	18
三、 小結.....	21
參、遊客問卷(婚禮儀式)分析	23
一、 基本資料.....	23
(一) 性別.....	23
(二) 婚姻狀況.....	24
(三) 年齡.....	25
(四) 學歷.....	26
(五) 職業.....	27
(六) 是否為原住民族.....	28
(七) 去年是否參加過「南島族群婚禮活動」	29
(八) 本次是第幾次參加本活動.....	30
(九) 專程參加本活動或是順道經過.....	31
(十) 以何種交通工具到達本活動活動場地.....	32

(十一) 參與本活動的動機.....	33
(十二) 花費(或預計)參加本活動多久的時間.....	34
(十三) 如何得知本活動資訊.....	35
二、 滿意程度與效益評估.....	36
(一) 滿意度分析.....	36
(二) 效益分析.....	37
(三) 差異比較.....	39
三、 小結.....	41
肆、 新人問卷分析.....	43
一、 基本資料.....	43
(一) 性別.....	43
(二) 參加活動身分.....	44
(三) 是否為原住民族.....	45
二、 滿意程度與效益評估.....	46
(一) 滿意度分析.....	46
(二) 效益分析.....	47
(三) 差異分析.....	48
伍、 店家問卷分析.....	49
一、 基本資料.....	49
(一) 所在鄉鎮.....	49
(二) 是否為觀光護照店家.....	50
(三) 經營類型.....	51
二、 滿意程度與效益評估.....	52
三、 店家對活動的看法.....	53
(一) 活動帶給店家的影響.....	53
(二) 活動帶給地方的影響.....	56
(三) 未來可以加強改善的工作項目.....	58
四、 小結.....	59
附錄.....	60
附錄一、遊客問卷(用於開幕式與婚禮儀式當天).....	60
附錄二、新人問卷.....	64
附錄三、店家問卷.....	67
附錄四、活動紀錄.....	69

圖目錄

圖 2-1	性別比例圖(遊客問卷-開幕式).....	3
圖 2-2	婚姻狀況比例圖(遊客問卷-開幕式).....	4
圖 2-3	年齡比例圖(遊客問卷-開幕式).....	5
圖 2-4	學歷比例圖(遊客問卷-開幕式).....	6
圖 2-5	職業比例圖(遊客問卷-開幕式).....	7
圖 2-6	是否為原住民族比例圖(遊客問卷-開幕式).....	8
圖 2-7	去年是否參加過「南島族群婚禮活動」比例圖(遊客問卷-開幕式).....	9
圖 2-8	本次是第幾次參加本活動比例圖(遊客問卷-開幕式).....	10
圖 2-9	專程參加本活動或是順道經過比例圖(遊客問卷-開幕式).....	11
圖 2-10	以何種交通工具到達本活動活動場地比例圖(遊客問卷-開幕式).....	12
圖 2-11	參與本活動的動機(遊客問卷-開幕式).....	13
圖 2-12	花費(或預計)參加本活動多久的時間(遊客問卷-開幕式).....	14
圖 2-13	如何得知本活動資訊(遊客問卷-開幕式).....	15
圖 2-14	不同年齡層與活動滿意度之關係折線圖(遊客問卷-開幕式).....	19
圖 3-1	性別比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	23
圖 3-2	婚姻狀況比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	24
圖 3-3	年齡比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	25
圖 3-4	學歷比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	26
圖 3-5	職業比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	27
圖 3-6	是否為原住民族比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	28
圖 3-7	去年是否參加過「南島族群婚禮活動」比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	29
圖 3-8	本次是第幾次參加本活動比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	30
圖 3-9	專程參加本活動或是順道經過比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	31
圖 3-10	以何種交通工具到達本活動活動場地比例圖(遊客問卷-婚禮儀式).....	32
圖 3-11	參與本活動的動機(遊客問卷-婚禮儀式).....	33
圖 2-12	花費(或預計)參加本活動多久的時間(遊客問卷-婚禮儀式).....	34
圖 2-13	如何得知本活動資訊(遊客問卷-婚禮儀式).....	35
圖 4-1	性別比例圖(新人問卷).....	43
圖 4-2	參加活動身分比例圖(新人問卷).....	44
圖 4-3	是否為原住民族比例圖(新人問卷).....	45
圖 5-1	所在鄉鎮比例圖(店家問卷).....	49
圖 5-2	是否為觀光護照店家比例圖(店家問卷).....	50
圖 5-3	經營類型比例圖(店家問卷).....	51
圖 5-4	覺得遊客人數比往年增加比例圖(店家問卷).....	53
圖 5-5	覺得活動期間到店內消費人數有增加比例圖(店家問卷).....	54
圖 5-6	覺得活動期間到店內消費金額有增加比例圖(店家問卷).....	55

圖 5-7	認為活動帶來哪些正面影響(店家問卷).....	56
圖 5-8	認為活動帶來哪些負面影響(店家問卷).....	57
圖 5-9	未來可以加強改善的工作項目(店家問卷).....	58

表目錄

表 1-1	各問卷回收數量表	2
表 2-1	遊客對活動滿意程度構面描述統計表(遊客問卷-開幕式).....	16
表 2-2	遊客對活動效益構面描述統計表(遊客問卷-開幕式).....	17
表 2-3	遊客消費額描述統計表(遊客問卷-開幕式).....	18
表 2-4	遊客不同年齡層在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-開幕式)....	19
表 2-5	遊客不同學歷在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-開幕式).....	20
表 2-6	遊客是否為原住民族在活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-開幕式)	21
表 3-1	遊客對活動滿意程度構面描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式).....	36
表 3-2	遊客對活動效益構面描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式).....	37
表 3-3	遊客消費額描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式).....	38
表 3-4	遊客不同婚姻狀況在活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)	39
表 3-5	遊客不同年齡層在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)	40
表 3-6	遊客不同學歷在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)....	40
表 3-7	遊客是否為原住民族活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)	41
表 4-1	新人對活動滿意程度構面描述統計表(新人問卷).....	46
表 4-2	新人對活動效益構面描述統計表(新人問卷).....	47
表 4-3	新人不同參加身分在活動滿意程度差異 T 檢定表(新人問卷).....	48
表 5-1	店家對活動滿意程度描述統計表(店家問卷).....	52
表 5-2	其他－未來可以加強改善的工作項目(店家問卷).....	58

壹、緒論

一、研究背景與主旨

發展觀光已是我國重要政策，在「觀光拔尖領航方案」中，特色台灣旨在發展主題產品，包裝具有競爭力的觀光產品，行銷台灣。其中原住民文化是台灣發展觀光不可缺的一部份。原住民觀光是指原住民族表現異族文化風情的觀光形式（Kiwasaki,2000），而所謂文化風情包含著日常生活中的食、衣、住、行、育、樂等層面，因此如何將原住民特有文化與觀光結合，形塑創造溫馨的觀光產業，長期以來是茂林國家風景區管理處努力的目標。

茂林國家風景區位於高屏山麓，轄管 6 個區鄉中，5 個鄉區為原住民鄉，族群包含魯凱、排灣、布農及鄒族等，呈現多元的原住民文化特色。「南島族群婚禮活動」今年已邁入第八個年頭，每年雖有不同活動主題，基本上係以原住民傳統婚禮為主軸，透過婚禮活動之舉辦，運用觀光行銷手法，將婚禮活動包裝成為具有南島文化特色之觀光活動，在活動中結合轄區特色民宿、工藝、美食、伴手禮等資源及遊程安排，使參與活動的新人、家屬與遊客能深度體驗原住民文化及婚禮特色，藉以帶動觀光發展及地方產業。

為繼續宣傳茂管處轄內的觀光旅遊據點及原住民文化，並使婚禮活動更具吸引力及提升活動之知名度，本年度特將婚禮活動更名為「情牽大武山」，做為未來活動對外統一用語。「2012 南島族群婚禮-情牽大武山」系列活動將於本（101）年 4 月至 5 月份辦理，活動並配合交通部觀光局 101-102 年「Time for Taiwan 旅行台灣 就是現在」計畫，以行銷推廣茂林國家風景區旅遊線，讓更多遊客參與活動。本年系列活動結合旅遊業者規劃並執行套裝遊程、免費定點接駁遊客、農特產品展售、原住民工藝 DIY 及風味餐品嚐等活動，使參與活動之遊客及新人可充分體驗原住民族文化的多元與親和性，增進其對原住民文化的理解與尊重，以完成行銷轄內原住民族族群文化和觀光遊憩景點之目標。

以「2011 年南島族群婚禮-情定排灣·紅藜下的誓約」活動為例，遊客普遍高度對活動滿意，但仍存在一些問題有待改進，如交通規劃動線、活動攤販展示內容與位置、活動流程與時間掌握、活動週邊商品設計與體驗等，作為未來活動辦理改進參考，因此，2012 年南島族群婚禮活動之內容及辦理效益，其評估持續檢討是必要的。

二、 研究目的

本計畫主要目的在瞭解『南島族群婚禮』四大經典主題活動所帶來之效益評估及參與活動之遊客滿意度調查，希冀藉由調查研究瞭解『南島族群婚禮』活動所帶動屏北三鄉的經濟產業，塑造地方特色，了解遊客對本項活動的認知，藉以推動原住民觀光之長程發展及促進當地居民對本活動辦理的共識。

三、 研究方法

本調查計畫以利害關係人的角度設計三份問卷，包括遊客，新人與店家，並從三份問卷之結果，了解計畫執行的效益與未來改善的方法。經回收後統計有效問卷之為 486 份。

表 1-1 各問卷回收數量表

遊客	開幕式	142
	婚禮儀式	243
新人	2015 新人	11
	回娘家新人	7
店家	觀光護照的店家	22
	非觀光護照的店家	61
	總計	486

備註：遊客之開幕式與婚禮儀式當天的問卷分開分析。

貳、遊客問卷(開幕式)分析

一、基本資料

(一)性別

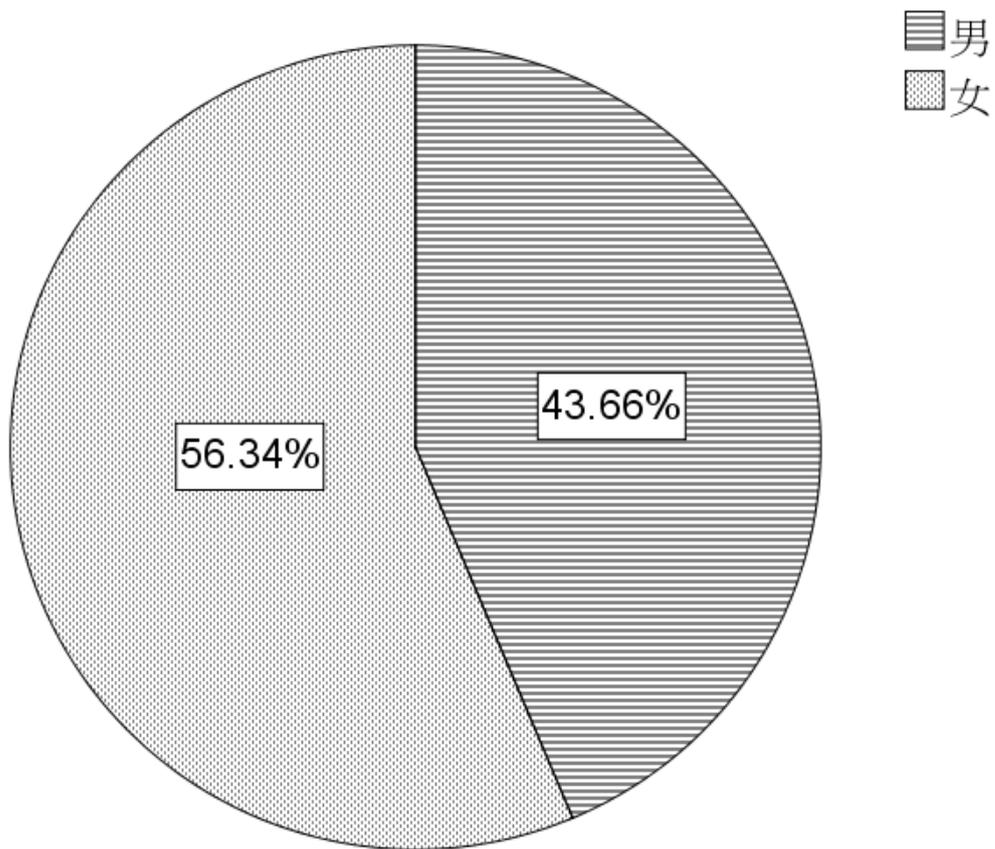


圖 2-1 性別比例圖(遊客問卷-開幕式)

此次填寫問卷者，女性多於男性。男性占 43.66%，女性占 56.34%。顯示參與開幕式民眾在性別比例上以女性略多，但差異不大。

(二) 婚姻狀況

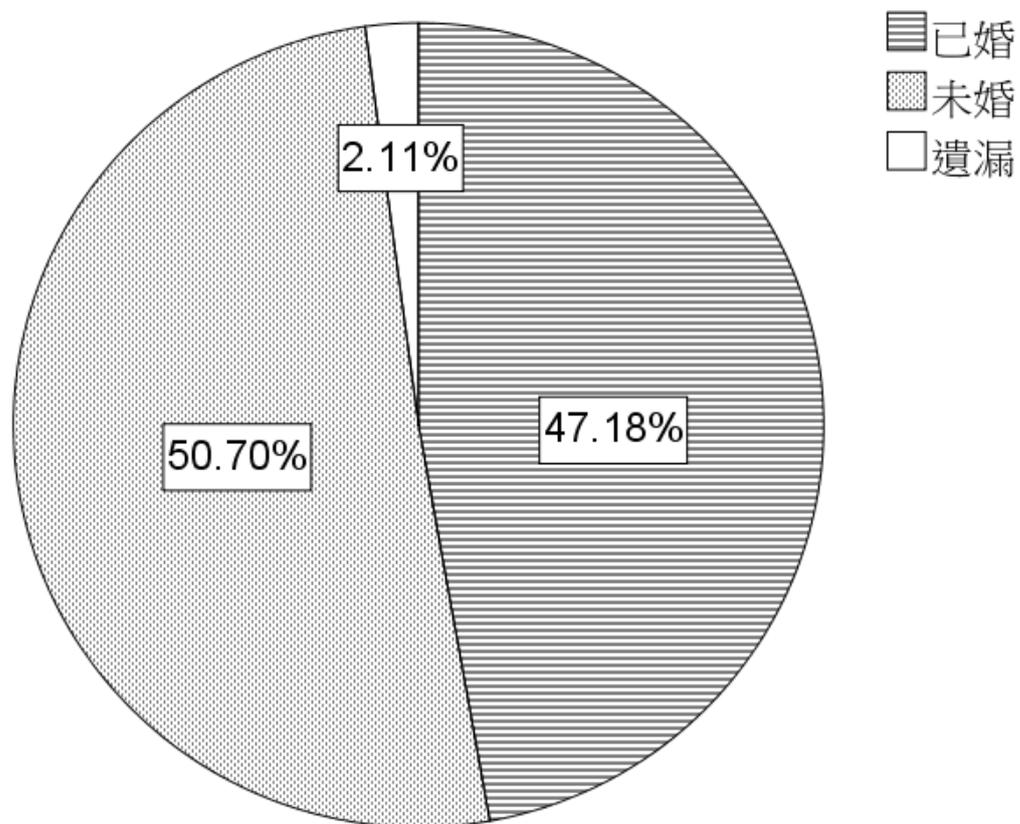


圖 2-2 婚姻狀況比例圖(遊客問卷-開幕式)

填問卷者已婚未婚各將近一半。未婚占 50.7%，已婚占 47.18%。

(三)年齡

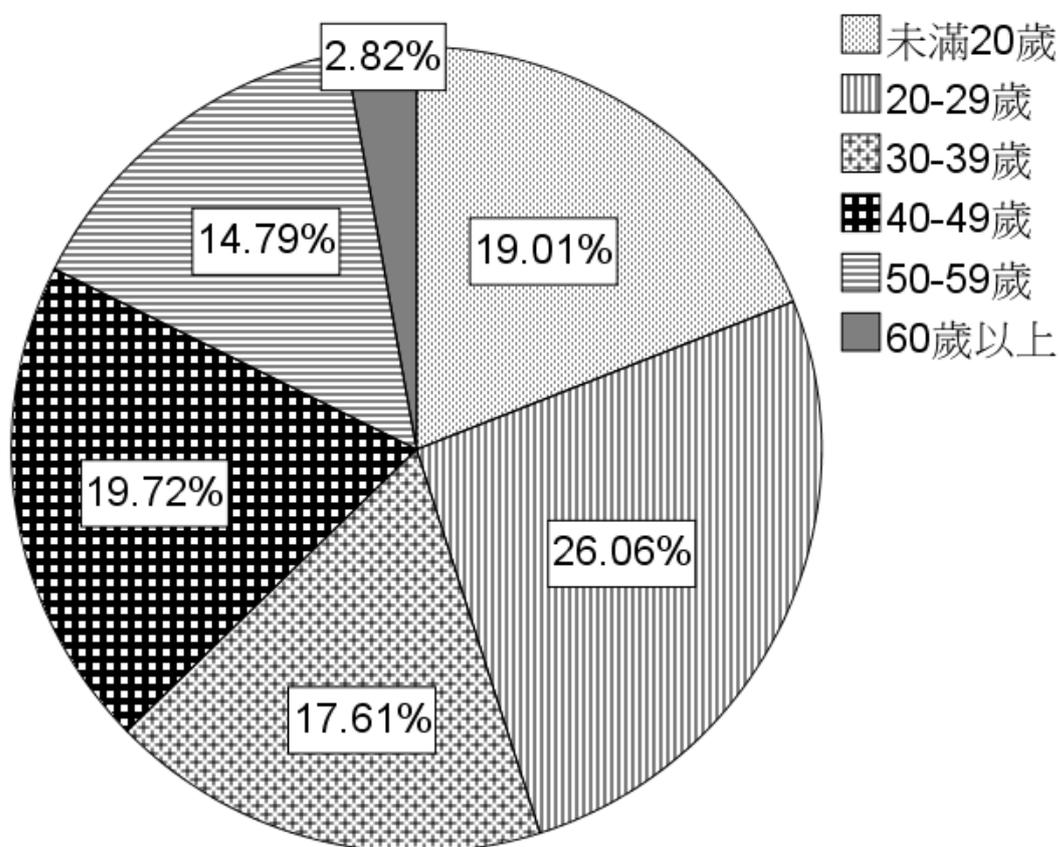


圖 2-3 年齡比例圖(遊客問卷-開幕式)

在年齡的分佈狀況上，未滿 20 歲占 19.01%，20 至 29 歲占 26.06%，30 至 39 歲占 17.61%，40 至 49 歲占 19.72%，50 至 59 歲占 14.78%，60 歲以上占 2.82%。除了 60 歲以上這組的數量較少外，其餘的年齡分組的比例差異不大，分佈平均。

(四)學歷

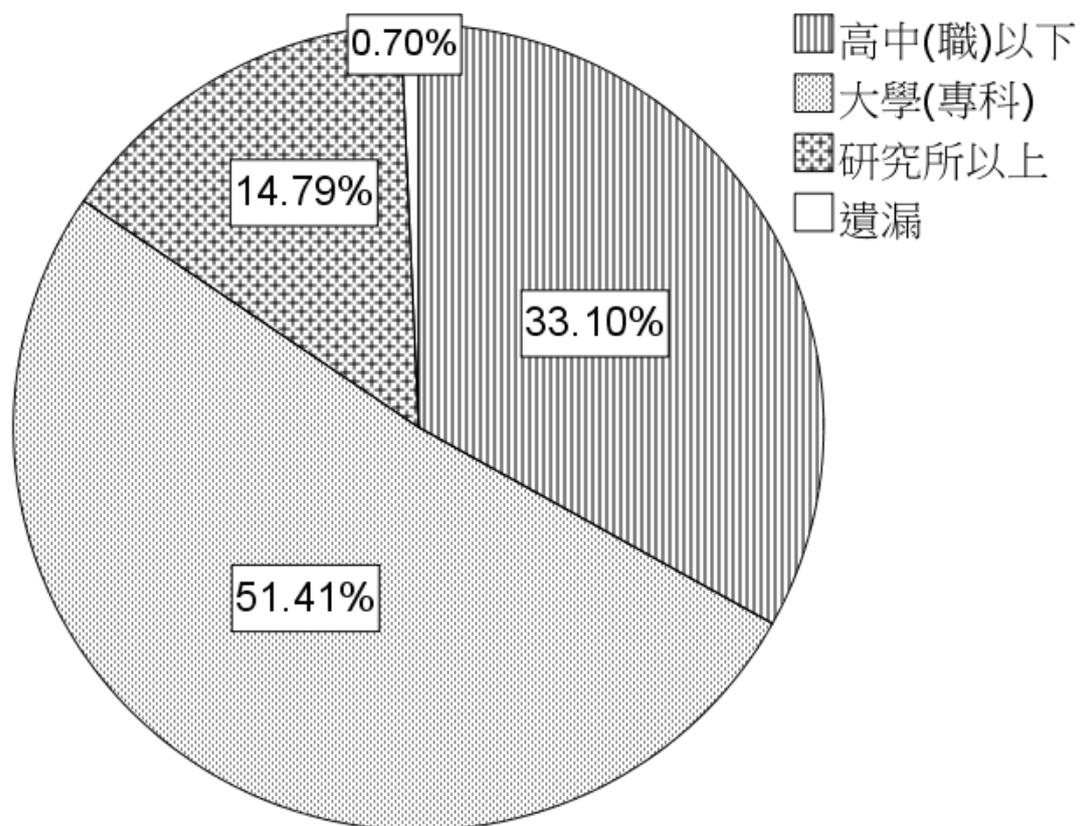


圖 2-4 學歷比例圖(遊客問卷-開幕式)

高中(職)以下占 33.1%，大學(專科)占 51.41%，研究所以上占 14.79%。學歷以大學(專科)居多。

(五)職業

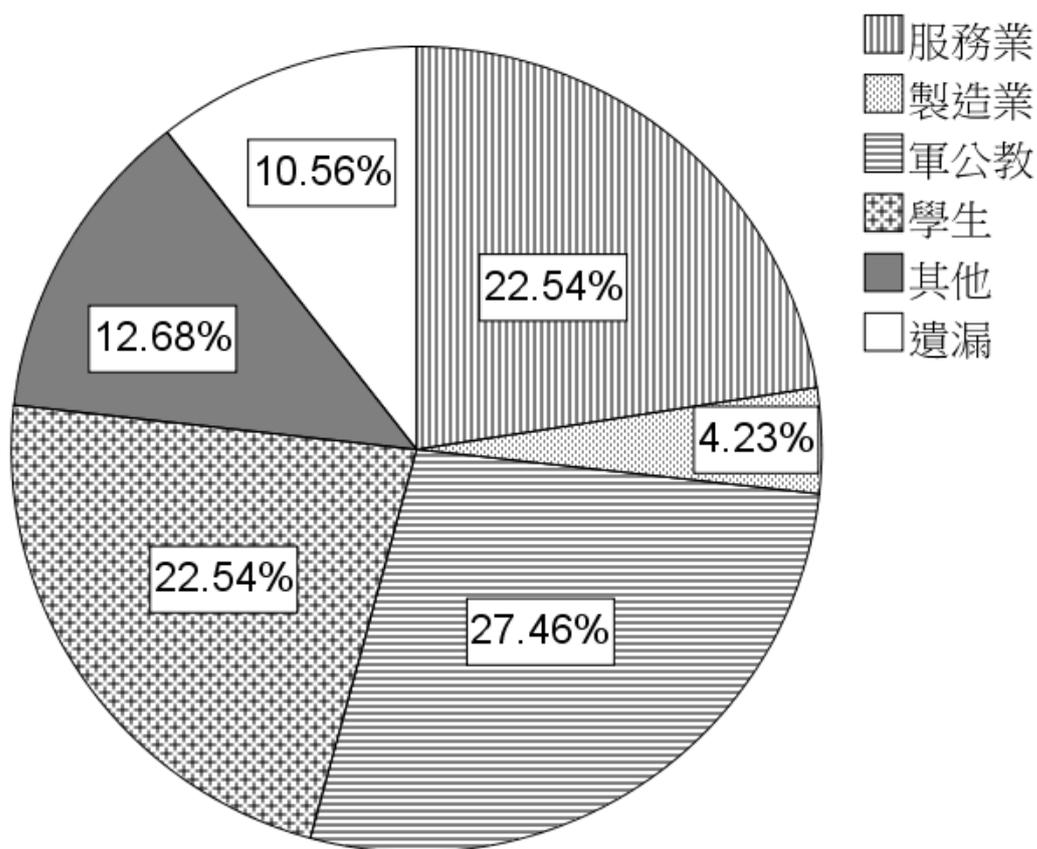


圖 2-5 職業比例圖(遊客問卷-開幕式)

從職業的區分上分析，服務業占 22.54%，製造業佔 4.23%，軍公教占 27.46%，學生占 22.54%，其他占 12.68%，未填答者占了 10.56%。以軍公教為最多、學生與服務業次之。

(六)是否為原住民族

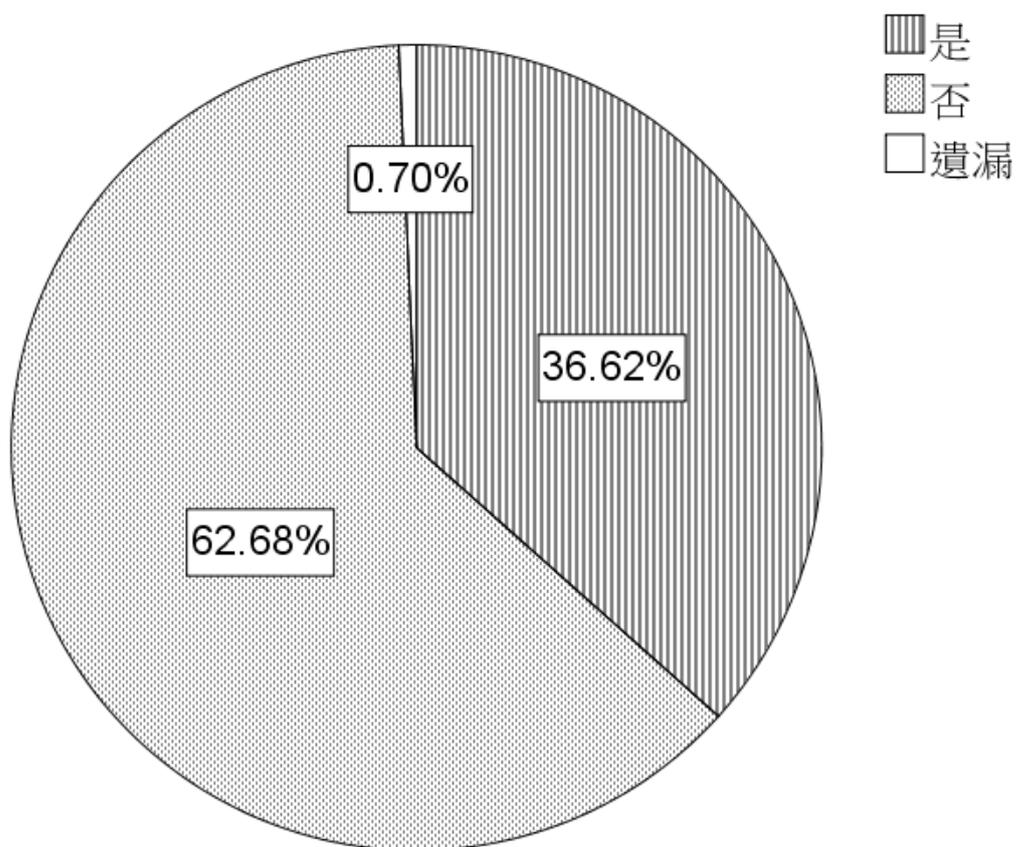


圖 2-6 是否為原住民族比例圖(遊客問卷-開幕式)

參加開幕式的民眾中，原住民的比例占 36.62%，非原住民者居多，有 62.68%。

(七)去年是否參加過「南島族群婚禮活動」

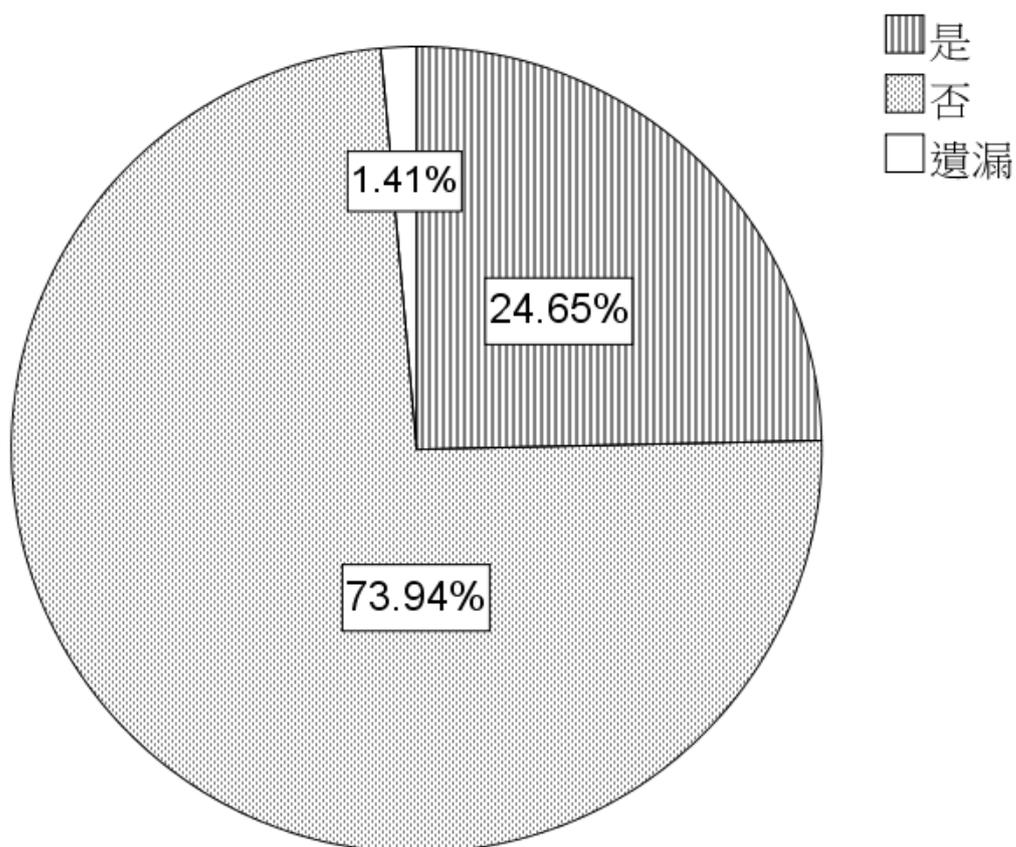


圖 2-7 去年是否參加過「南島族群婚禮活動」比例圖(遊客問卷-開幕式)

大部分的人去年沒有參加過「南島族群婚禮活動」，有 73.94%，而去年參加過的占 24.65%。此現象顯示參加者多半為首次的經驗。重複參加的民眾並不多。

(八)本次是第幾次參加本活動

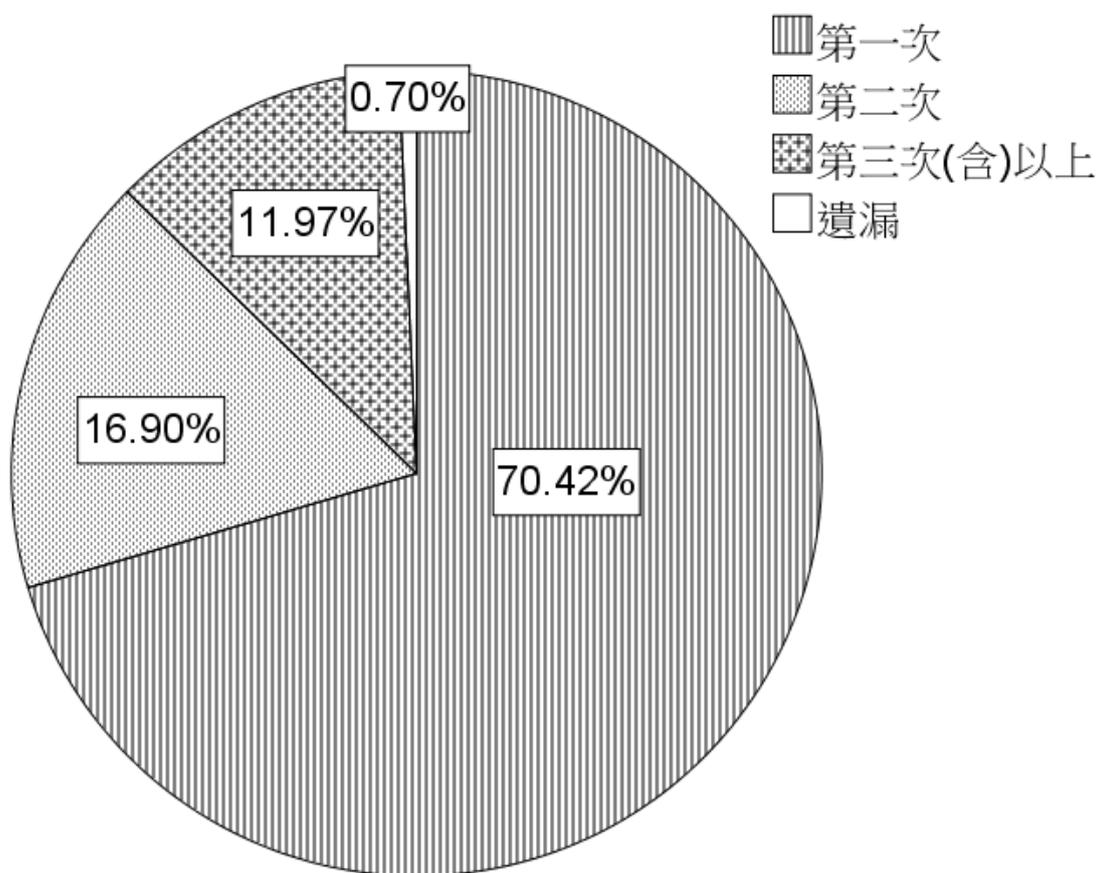


圖 2-8 本次是第幾次參加本活動比例圖(遊客問卷-開幕式)

大部分都是第一次參加，有 70.42%，對照前一題的比例，重複參加的人有 16.9%是第二次參加，11.97%的比例是第三次(含)以上。

(九)專程參加本活動或是順道經過

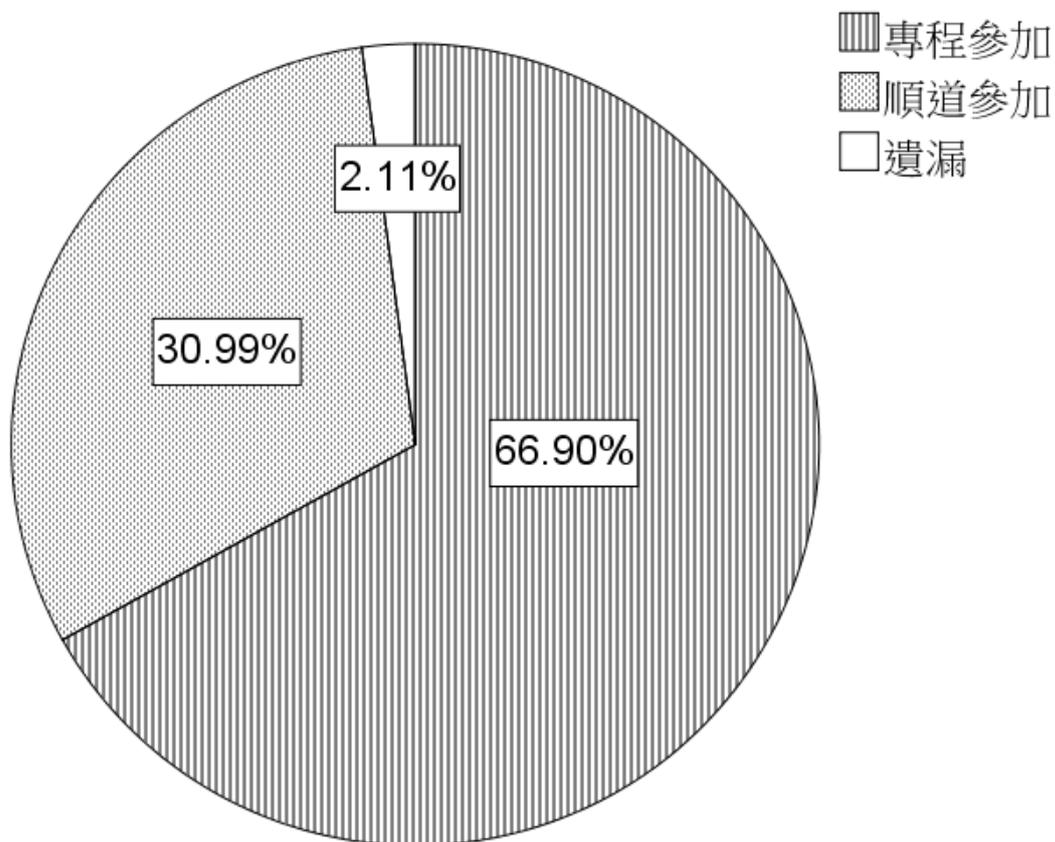


圖 2-9 專程參加本活動或是順道經過比例圖(遊客問卷-開幕式)

大部分是專程參加，有 66.9%，順道參加占 30.99%。此題顯示目的旅遊的比例佔了六成六，而非目的性旅遊的則為三成，目的性旅遊為非目的性旅遊的兩倍。

(十)以何種交通工具到達本活動活動場地

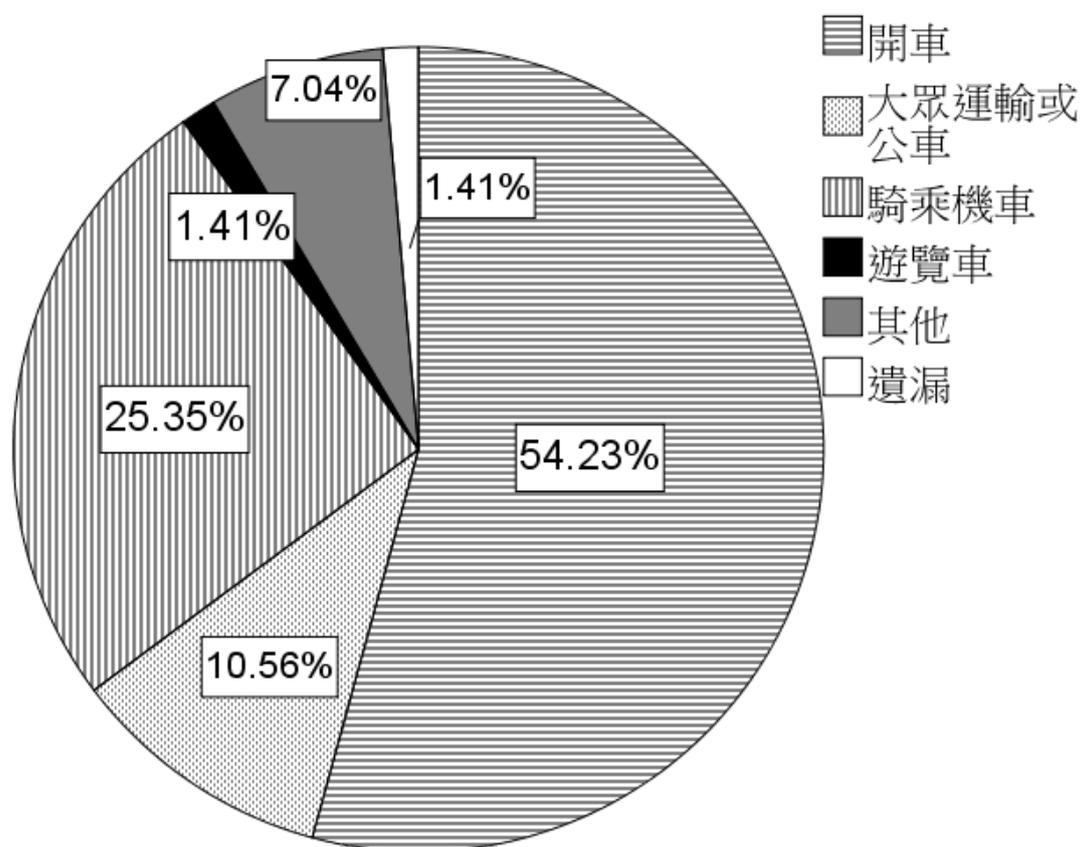


圖 2-10 以何種交通工具到達本活動活動場地比例圖(遊客問卷-開幕式)

民眾使用的交通工具中，以開車為最多，占 54.23%。大眾運輸或公車占 10.56%，騎乘機車占 25.35%，遊覽車占 1.41%，其他占 7.04%。

(十一) 參與本活動的動機

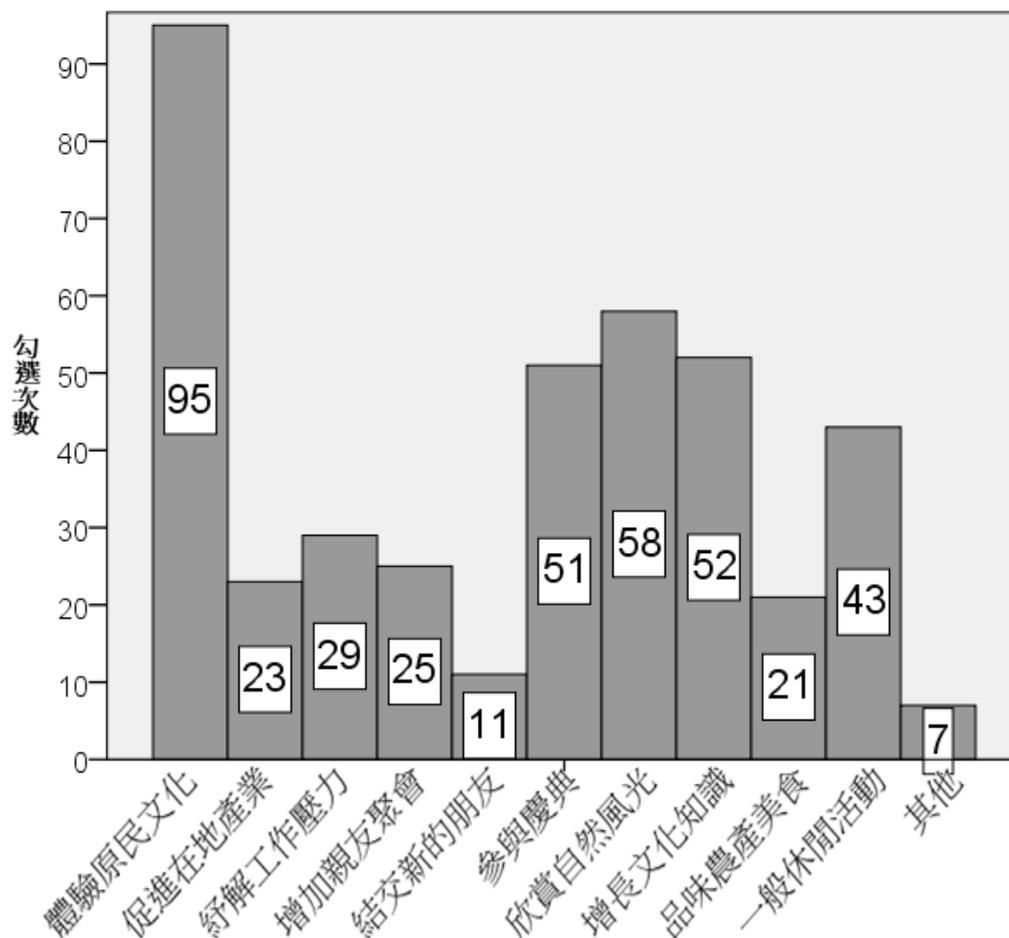


圖 2-11 參與本活動的動機(遊客問卷-開幕式)

參與本活動的動機以體驗原民文化最多，其次依序為欣賞自然風光，增長文化知識與參加慶典。因此在動機上，還是以體驗原民文化為重點，至於與產業有關的選項，如品味農產美食，促進在地產業的選項，次數上都偏低。民眾雖有意願體驗文化與增進對於文化的了解，然而在動機上，並沒有反應到參與活動能直接與間接的為部落帶來產業與發展。

(十二) 花費(或預計)參加本活動多久的時間

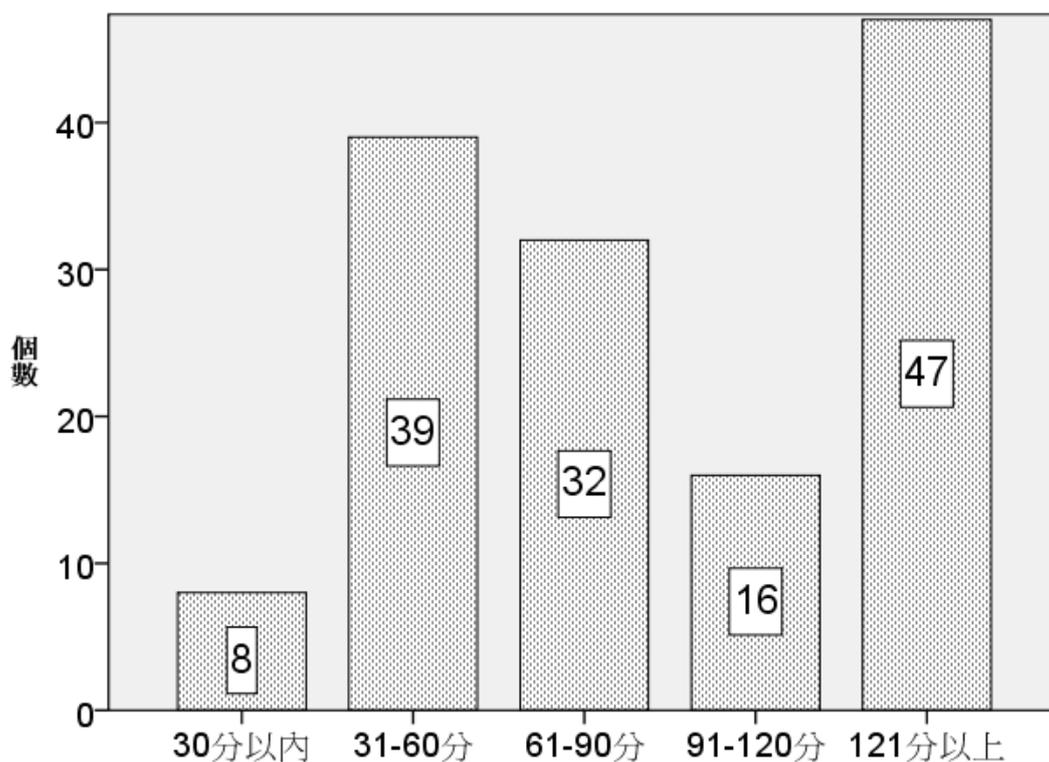


圖 2-12 花費(或預計)參加本活動多久的時間(遊客問卷-開幕式)

花費(或預計)參加本活動多久的時間以 121 分鐘以上最多。遊客均能停留兩個小時以上，顯示活動節目設計良好，能留住參加者，並且由於多數以此為目的旅遊的原因。

(十三) 如何得知本活動資訊

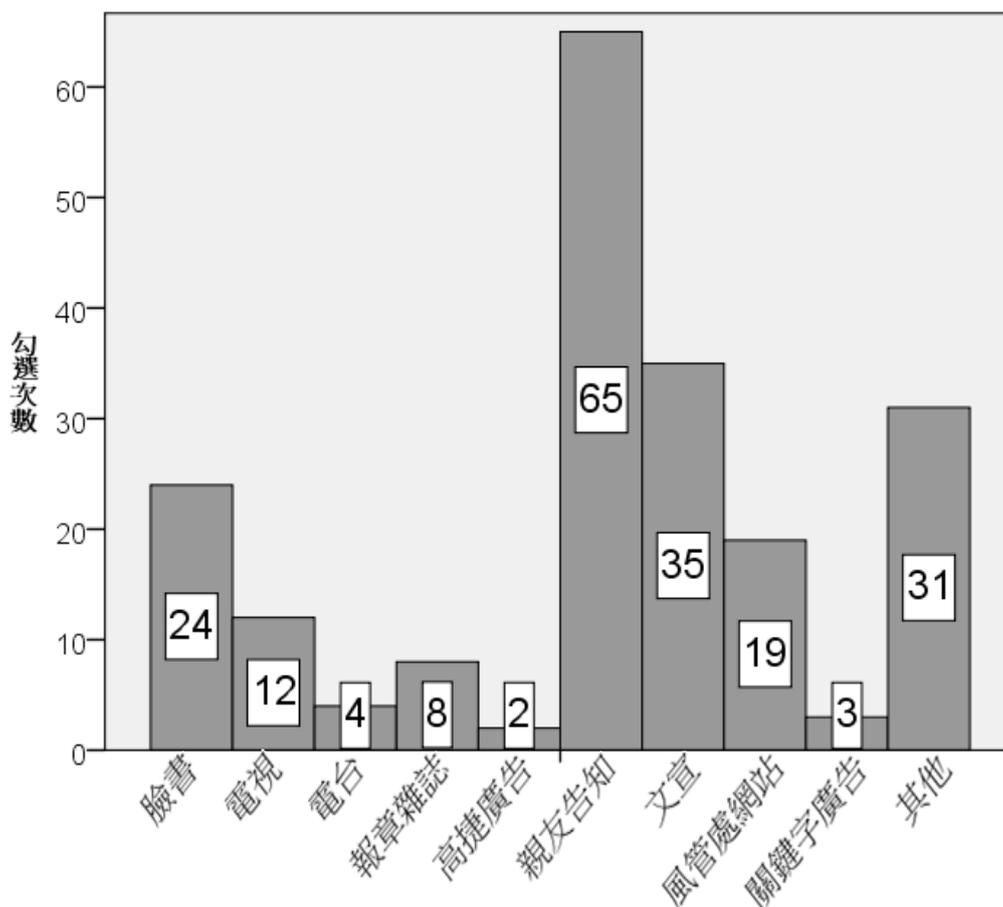


圖 2-13 如何得知本活動資訊(遊客問卷-開幕式)

訊息的來源以親友告知居多，其餘的方式次數相對較少，包括花費在高捷廣告、關鍵字廣告，電台等需要費用的行銷花費，幾乎無法顯現效益，少部分利用臉書或者文宣品獲知相關訊息，建議應該重新檢討行銷的花費與方式。

二、 滿意程度與效益評估

(一)滿意度分析

表 2-1 的滿意度表現上，大部分落於滿意與非常滿意之間，平均數在 4.02-4.22 之間，以服務人員的服務滿意度最高，達到 4.22，顯示現場的服務人員服務品質良好。所有項目中以接駁，停車空間，導覽解說三個項目的滿意度相對較低，介於普通與滿意之間。但大致上都接近滿意的程度。

表 2-1 遊客對活動滿意程度構面描述統計表(遊客問卷-開幕式)

滿意程度構面	活動滿意程度題項	平均數	標準差
滿意度	1. 您認為活動主題內容豐富度是否滿意？	4.02	0.871
	2. 您對活動空間規劃感到滿意嗎？	4.05	0.902
	3. 您對環境衛生是否感到滿意？	4.04	0.869
	4. 您對參觀本次活動之接駁服務是否滿意？	3.69	0.944
	5. 您對本次活動在停車空間上是否滿意？	3.85	0.878
	6. 您對本次活動在文化體驗上是否滿意？	4.06	0.849
	7. 您認為本次活動是否具有教育性？	4.15	0.883
	8. 您對本次活動在導覽解說上是否滿意？	3.87	0.885
	9. 您對本次活動在空間氣氛的營造上是否滿意？	4.04	0.849
	10. 您認為本次活動對於提升原住民文化的了解有幫助？	4.15	0.875
	11. 您對本次活動的服務人員服務品質感到滿意？	4.22	0.860
	12. 將來考慮再次回來參加南島婚禮活動嗎	4.02	0.794
	13. 您將來會向親友推薦南島婚禮活動？	4.14	0.742

(二)效益分析

計畫效益區分為有形效益,地方認同感,品牌效益,媒體行銷效益四個面向,其中的構面平均顯示,其中以品牌效益較高,為 4.32,相對較低的同樣為媒體行銷效益,僅 3.78。此結果顯示行銷的成效相對之下需要改善。有形效益的構面中,以改善部落環境品質相對比較較不明顯,而以帶動觀光人潮的效益為最高。

表 2-2 遊客對活動效益構面描述統計表(遊客問卷-開幕式)

活動效益構面	效益程度題項	平均數	標準差
有形效益	1. 帶動當地發展公共建設	4.19	0.694
	2. 促進地方組織參與活動	4.27	0.651
	3. 提升社區經濟產值	4.25	0.632
	4. 改善部落環境品質	4.07	0.711
	5. 提升在地就業機會	4.11	0.716
	6. 增加居民實質收入	4.15	0.727
	7. 帶動周邊觀光人潮	4.40	0.631
	8. 增加遊客再遊意願	4.37	0.626
	構面平均	4.23	0.556
地方認同感	1. 居民對社區產生認同感	4.18	0.740
	2. 凝聚當地居民的向心力	4.25	0.699
	3. 增加居民參與活動之機會	4.25	0.738
	4. 讓居民覺得很光榮	4.16	0.787
	構面平均	4.21	0.687
品牌效益	1. 建立地方文化特色	4.32	0.679
	2. 吸引特定旅遊客群	4.25	0.678
	3. 提升在地形象	4.35	0.644
	4. 打開本地的知名度	4.37	0.679
	構面平均	4.32	0.607
媒體行銷效益	1. 我事先獲得活動的消息才安排這次遊程	3.81	1.065
	2. 我很容易查知活動相關訊息	3.83	0.945
	3. 活動相關訊息十分完整	3.82	0.896
	4. 廣告非常吸引人	3.80	0.888
	5. 我經常在不同的媒體接受到活動相關訊息	3.63	0.971
	構面平均	3.78	0.833

至於產值的分析中，遊客的消費以交通費用與餐飲費用較高，平均花費交通費用為 258.38 元，平均餐飲費用為 226.87 元。加上其他的費用，每個人的花費總計為 756.49 元。

表 2-3 遊客消費額描述統計表(遊客問卷-開幕式)

消費額構面	消費額題項	平均數	標準差
消費金額	1. 交通費用(含車票，油資及停車費)	258.38	421.33
	2. 住宿費用	137.58	509.768
	3. 餐飲費用	226.87	465.745
	4. 購賣紀念品	111.48	308.016
	5. 其他費用	22.18	113.382
	花費總金額	756.49	1238.758

(三) 差異比較

以下用獨立樣本 t 檢定及單因子變異分析，比較不同背景(包含性別、婚姻狀況等)與以下滿意度及效益之間的關係。滿意度及效益分析項目分別有：活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益

1. 性別

男性與女性對於活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法沒有差異。性別不同不具有態度上的差異。

2. 婚姻狀況

已婚及未婚對於活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法沒有差異。婚姻狀況不具有態度上的差異。

3. 年齡

不同年齡對於活動滿意度的看法有差異，但對於其餘項目則沒有差異。其中，未滿 20 歲對活動滿意度的看法分別與 30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲具顯著差異；20-29 歲與 40-49 歲對於活動滿意度的看法也有顯著差異。

表 2-4 遊客不同年齡層在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-開幕式)

滿意度程度構面	年齡層	個數	平均數	標準差	F 值	LSD 事後檢定
活動滿意度	1. 未滿 20 歲	26	4.3916	.50764	2.774	1>3；1>4；1>5 2>4
	2. 20-29 歲	36	4.0581	.58115		
	3. 30-39 歲	25	3.9891	.81705		
	4. 40-49 歲	28	3.6883	.89053		
	5. 50-59 歲	20	3.8818	.79751		
	6. 60 歲以上	4	4.1136	.50548		

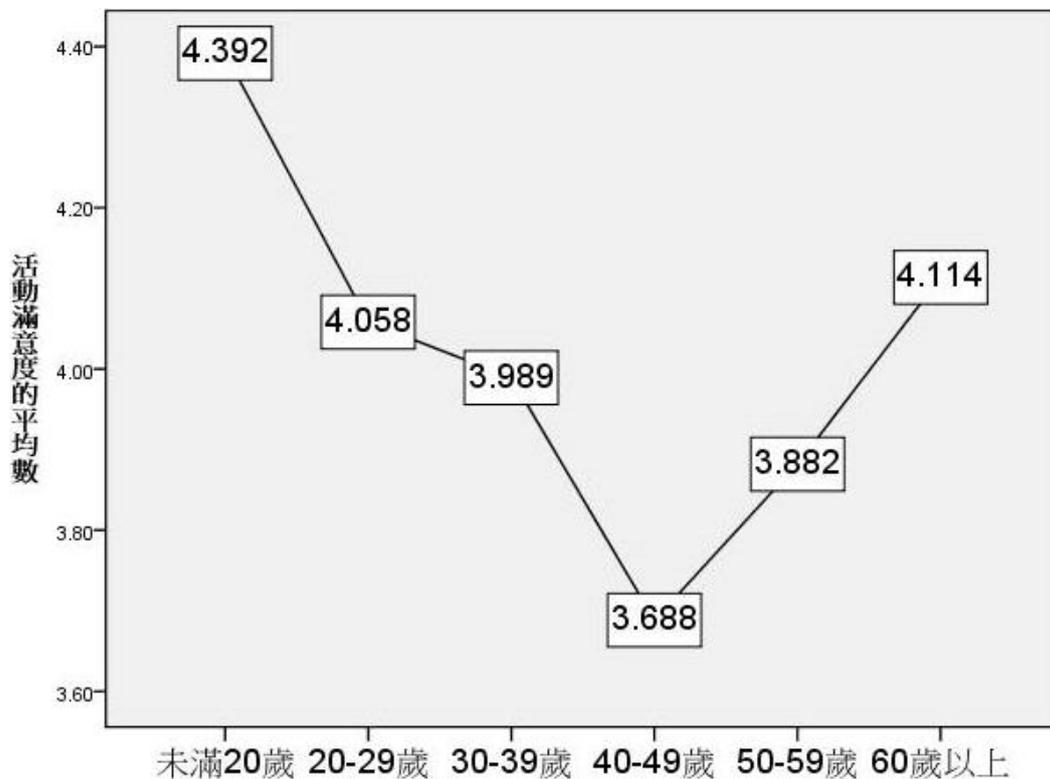


圖 2-14 不同年齡層與活動滿意度之關係折線圖(遊客問卷-開幕式)

這個結果顯示，以 40-49 歲的年齡滿意度較低，而較為年輕與年長的族群，滿意度較高，年輕族群可能因為主題的新鮮感，而具有較高的滿意度，年長者可能因為知識文化而具有較高之滿意度。偏低的族群應再進一步了解其原因，

4. 學歷

不同學歷對於活動滿意度、是否會向親友推薦南島婚禮活動、媒體行銷效益的看法有差異，但對於其餘項目則沒有差異。其中高中(職)以下與大學(專科)對於活動滿意度、是否會向親友推薦南島婚禮活動、媒體行銷效益的看法都有顯著差異；高中(職)以下與研究所以上對於是否會向親友推薦南島婚禮活動則有顯著差異。

高中職的活動滿意度較高，也較願意推薦活動，對於媒體行銷效益也較為認同，可能因為高學歷對於活動的要求較高，因此給予較低的評價。

表 2-5 遊客不同學歷在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-開幕式)

滿意度程度構面	學歷	個數	平均數	標準差	F 值	LSD 事後檢定
活動滿意度	1.高中(職)以下	46	4.2569	.70478	4.342	1>2
	2.大學(專科)	71	3.8579	.76720		2<1
	3.研究所以上	21	3.9437	.58949		
您將來會向親友推薦南島婚禮活動？	1.高中(職)以下	46	4.39	.537	4.569	1>2；1>3
	2.大學(專科)	73	4.04	.772		2<1
	3.研究所以上	21	3.90	.889		3<1
媒體行銷效益	1.高中(職)以下	47	4.0809	.77646	5.893	1>2
	2.大學(專科)	73	3.5644	.78694		2<1
	3.研究所以上	21	3.8286	.94294		

5. 職業

不同職業對於活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法皆沒有顯著差異。職業別不同不具有態度上的差異。

6. 是否為原住民族

是否為原住民族對於是否會向親友推薦南島婚禮活動、媒體行銷效益的看法具顯著差異。在此題中原住民族比非原住民族推薦的意願較高，表示身分的差異對於推薦的意向強度有差別。

至於媒體行銷的效益，非原住民族認為行銷效益的看法較低，整體媒體行銷的效益分數，是由於非原住民的感受所拉低導致的結果。

表 2-6 遊客是否為原住民族在活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-開幕式)

滿意程度構面	是否為原住民族	個數	平均數	標準差	t 值
您將來會向親友推薦	1.是	52	4.33	.760	2.281
南島婚禮活動?	2.否	88	4.03	.718	
媒體行銷效益	1.是	52	4.0231	.78080	2.785
	2.否	89	3.6270	.83404	

三、 小結

本調查歸納開幕式問卷分析有幾項結論如下:

一、在基本資料的分析上，呈現來訪的遊客結構型態，以女性，未婚者略多，大學學歷為主，年齡分布平均，職業別也分布十分多樣化。並且以首次參加，自行開車，專程來訪，非原住民為主要，多半能停留兩個小時以上。

二、在參與的動機中，以體驗原民文化最多，其次依序為欣賞自然風光，增長文化知識與參加慶典。至於與產業有關的選項，如品味農產美食，促進在地產業的選項，次數上都偏低。民眾雖有意願體驗文化與增進對於文化的了解，然而並沒有反應到參與活動能直接與間接的為部落帶來產業與發展的動機。

三、資訊的來源方式顯示是以親友告知為主，然而其他方式次數上偏低，其中包括花費行銷費用在高捷廣告、關鍵字廣告，電台等宣傳，幾乎無法顯現效益，少部分利用臉書或者文宣品獲知相關訊息，建議應該重新檢討行銷策略。

四、滿意度分析上呈顯平穩的趨勢，多半介於滿意到非常滿意之間。至於接駁，停車空間，導覽解說三個項目的滿意度相對較低，是未來需要加強注意的項目。在人員服務的項目中表現最佳。

五、計畫效益區分為有形效益，地方認同感，品牌效益，媒體行銷效益四個面向，其中以品牌效益較高，媒體行銷效益較低。此結果顯示媒體行銷的策略需要改善。產值的分析中，平均每位遊客的消費為 756.49 元。

六、在差異分析中，僅有年齡與學歷有差異，不同年齡的滿意度，以年輕者與年長者滿意度較高，40-49 歲為最低。而學歷的差異，反應在滿意度，媒體行銷效益與推薦行為三項，均以高中職的學歷為最高，推測可能因為學歷較高，對於活動的要求可能也較多所形成。

參、遊客問卷(婚禮儀式)分析

一、 基本資料

(一)性別

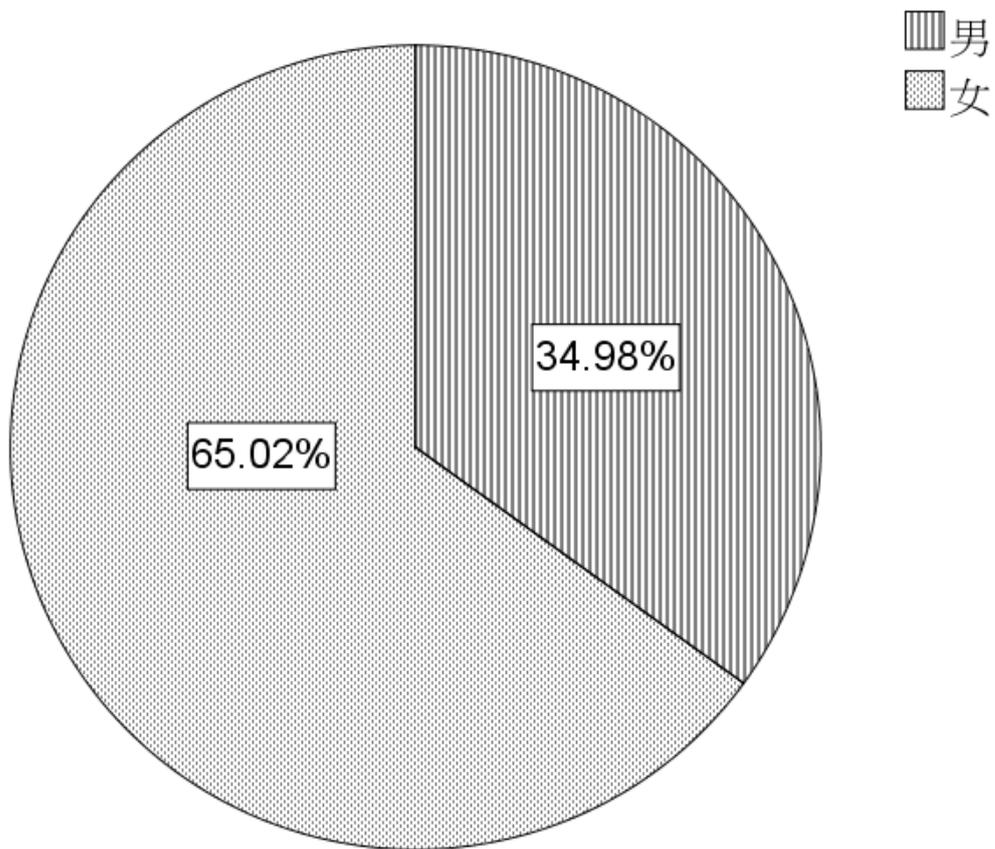


圖 3-1 性別比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

填寫此次問卷者，女性多於男性。男性占 34.98%，女性占 65.02%。

(二) 婚姻狀況

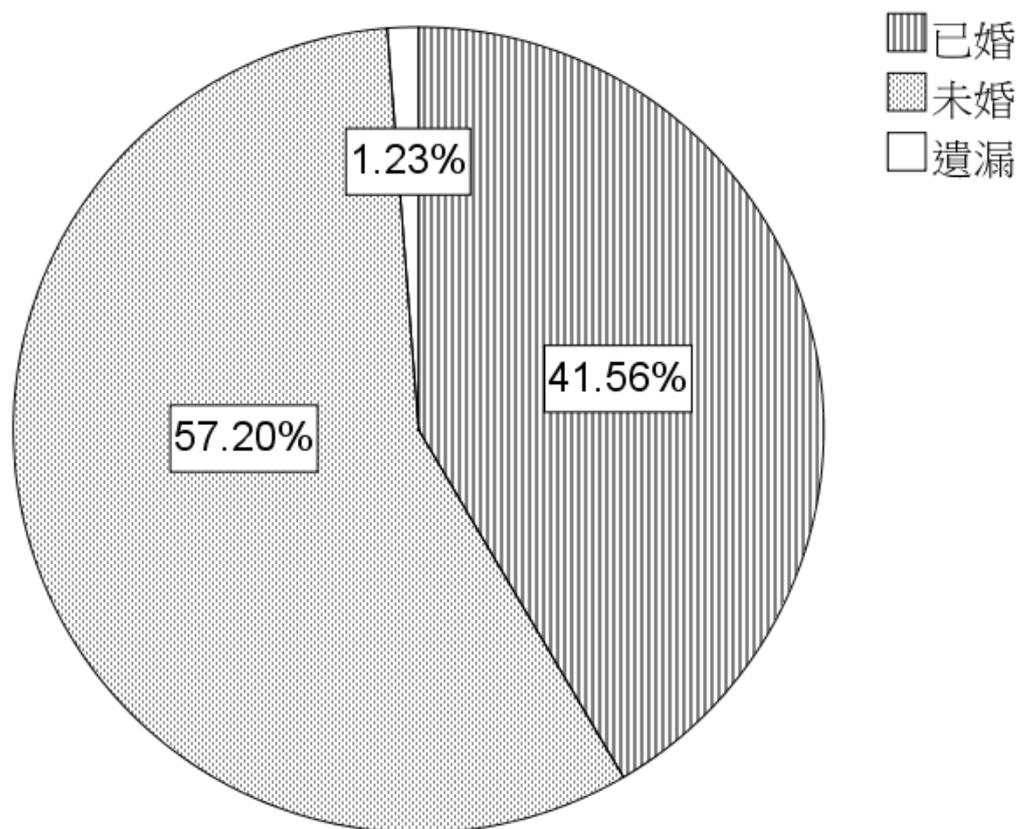


圖 3-2 婚姻狀況比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

填問卷者未婚者多過已婚者。未婚占 57.2%，已婚占 41.56%。

(三)年齡

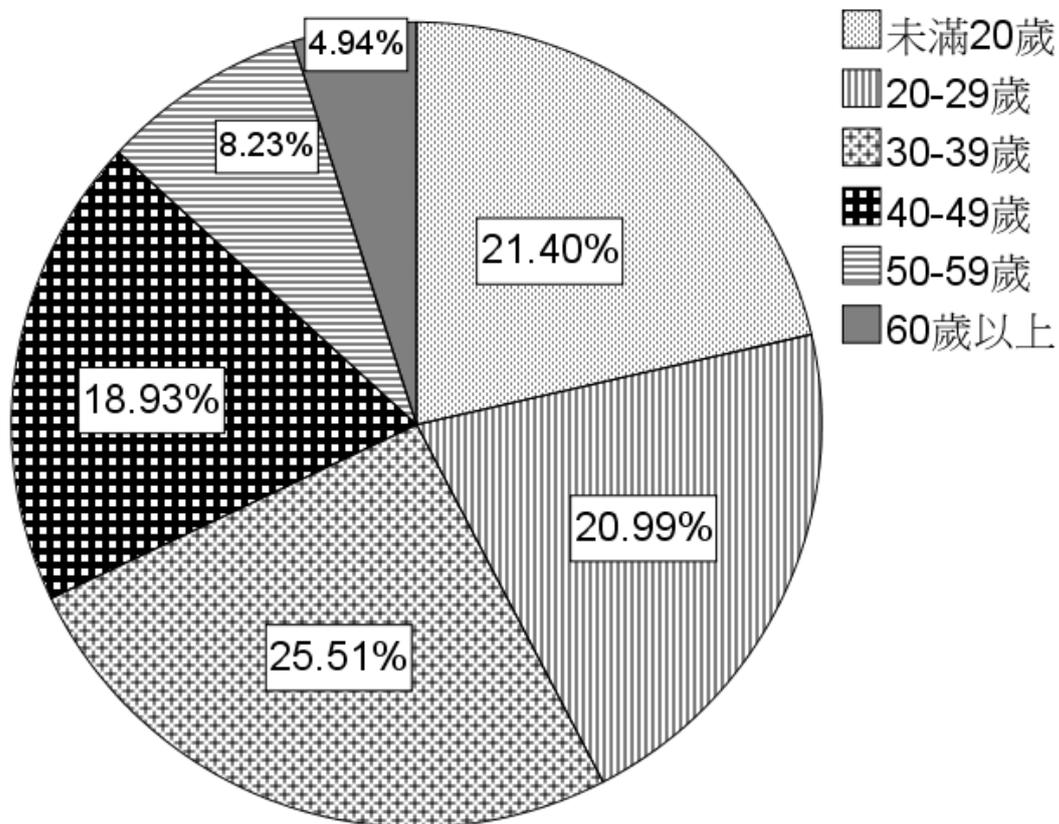


圖 3-3 年齡比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

在年齡的分布上，未滿 20 歲占 21.4%，20 至 29 歲占 20.99%，30 至 39 歲占 25.51%，40 至 49 歲占 18.93%，50 至 59 歲占 8.23%，60 歲以上占 4.94%。

(四)學歷

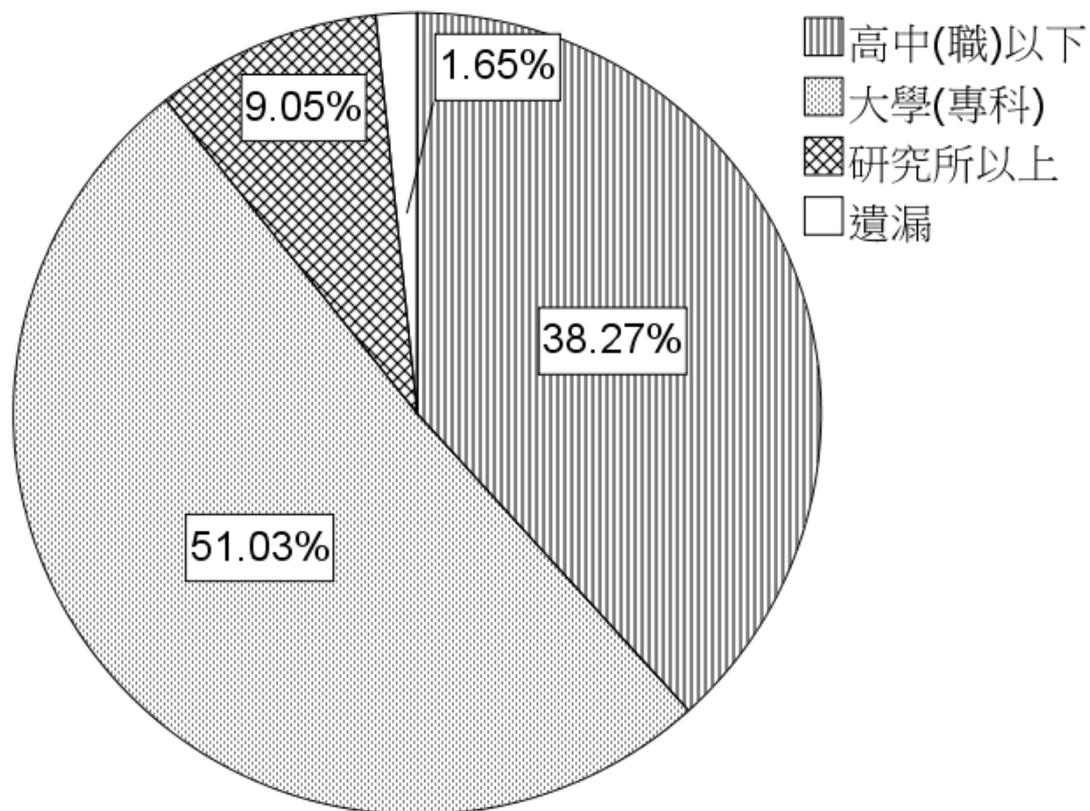


圖 3-4 學歷比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

高中(職)以下占 38.27%，大學(專科)占 51.03%，研究所以上占 9.05%。學歷以大學(專科)居多。

(五)職業

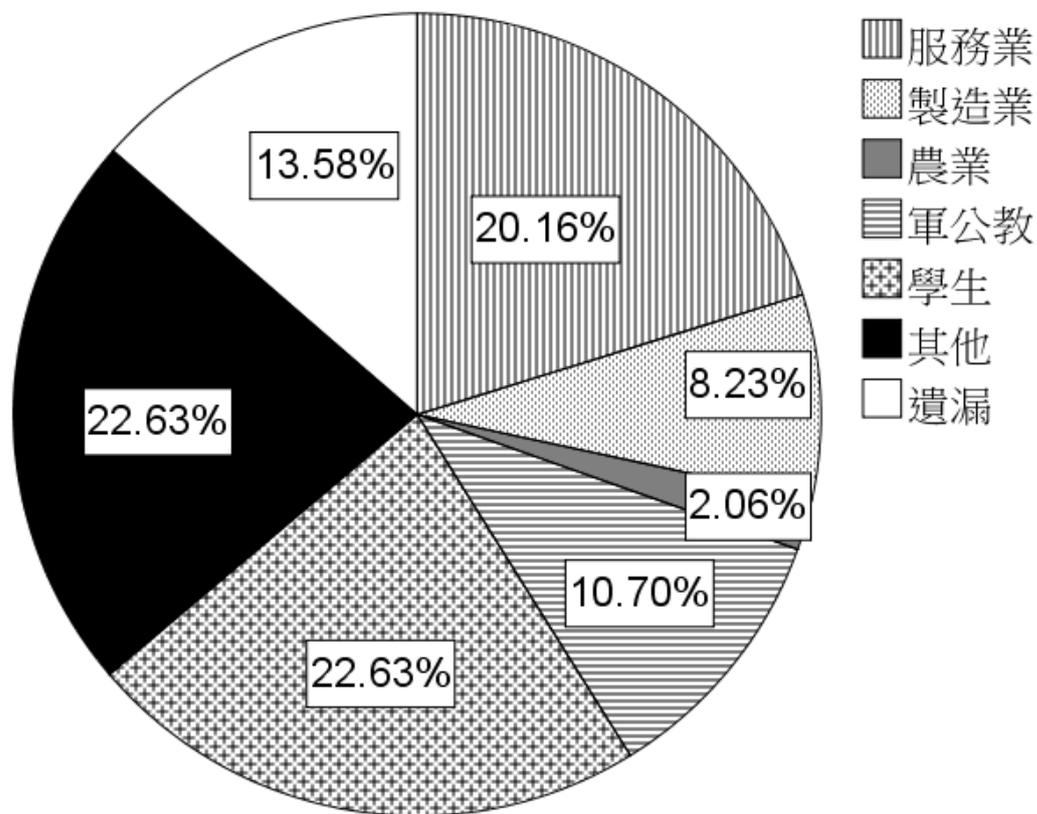


圖 3-5 職業比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

在職業的類別上，服務業占 20.16%，製造業佔 8.23%，軍公教占 10.7%，學生占 22.63%，其他占 22.63%，未填答者占了 13.58%。以服務業、學生、其他居多。

(六)是否為原住民族

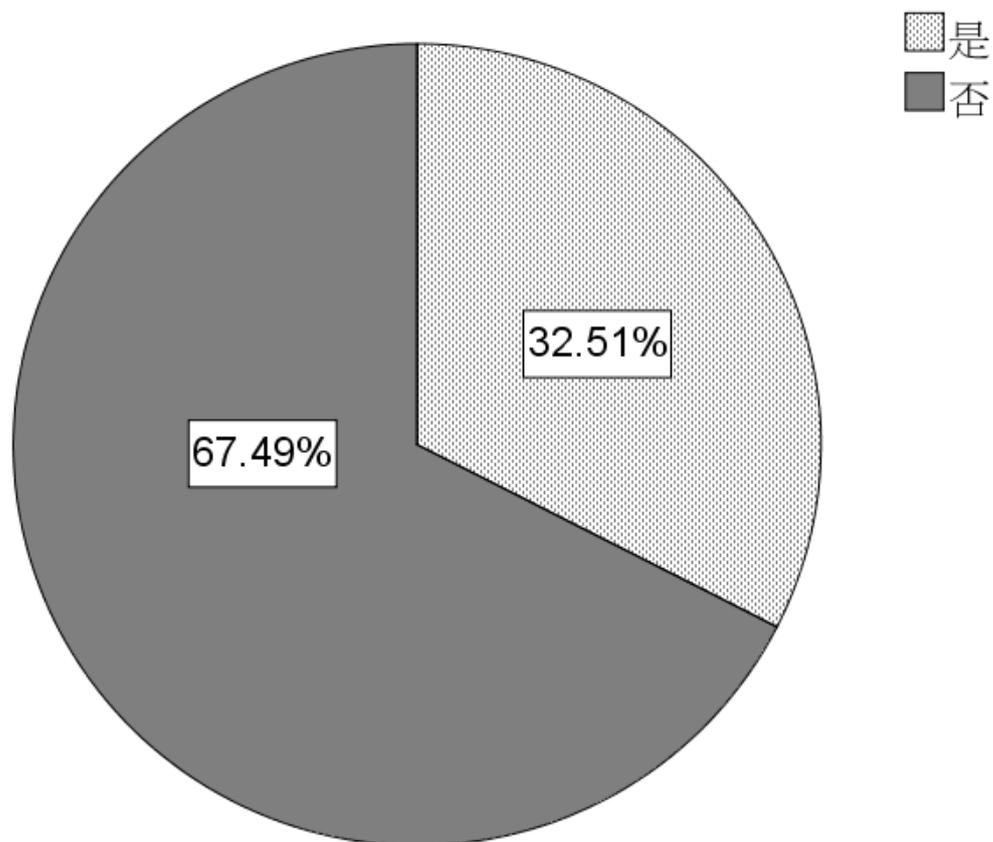


圖 3-6 是否為原住民族比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

填寫問卷的對象中，原住民占 32.51%，以非原住民者居多，有 67.49%。

(七)去年是否參加過「南島族群婚禮活動」

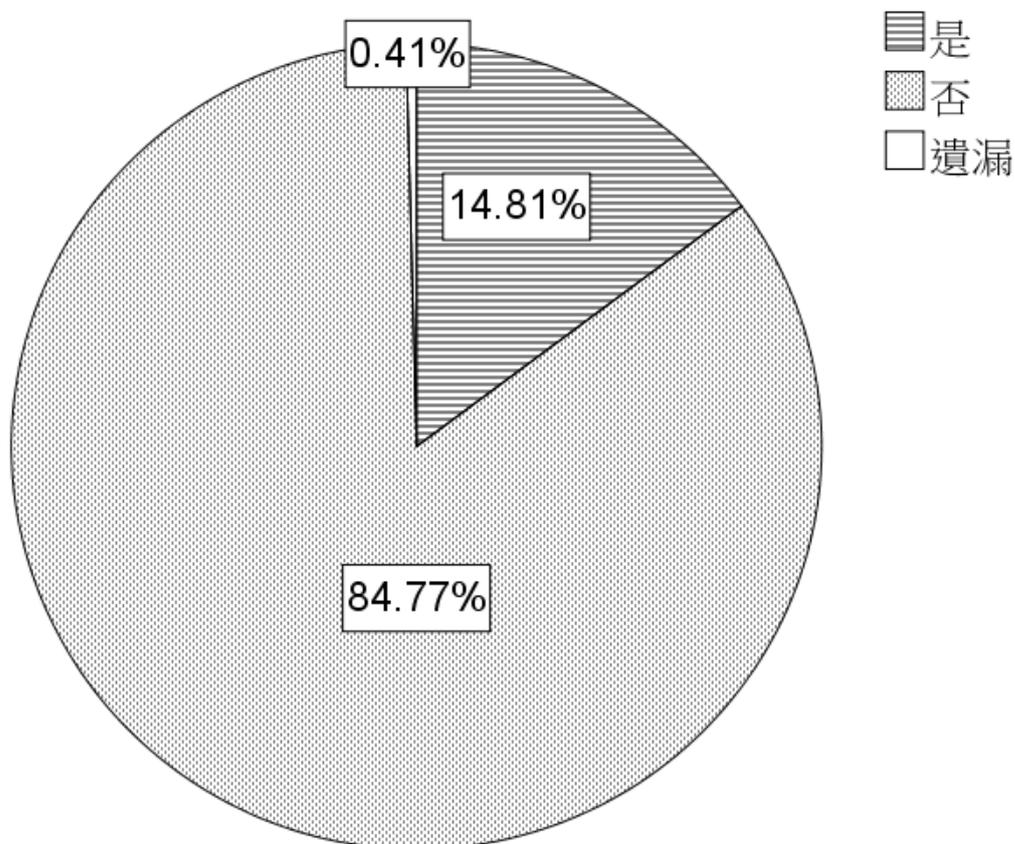


圖 3-7 去年是否參加過「南島族群婚禮活動」比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

大部分的人去年沒有參加過「南島族群婚禮活動」，有 84.77%，而去年參加過的占 14.81%。顯示此活動的回流率偏低，加上部分可能為部落的民眾，因此建議未來應該擬定對於活動回流的策略。

(八)本次是第幾次參加本活動

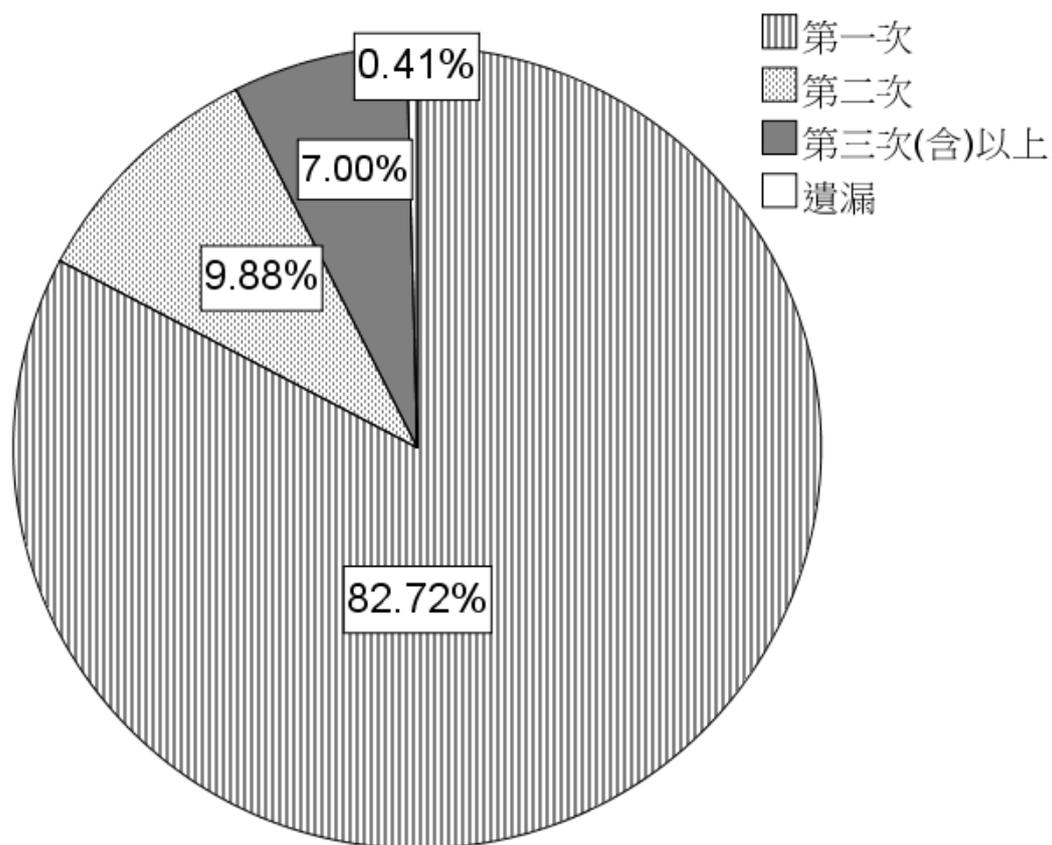


圖 3-8 本次是第幾次參加本活動比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

大部分為第一次參加，有 82.72%，第二次參加者占 9.88%，第三次(含)以上參加占 7%。此題之結果同上題，多半為初次參加之遊客。

(九)專程參加本活動或是順道經過

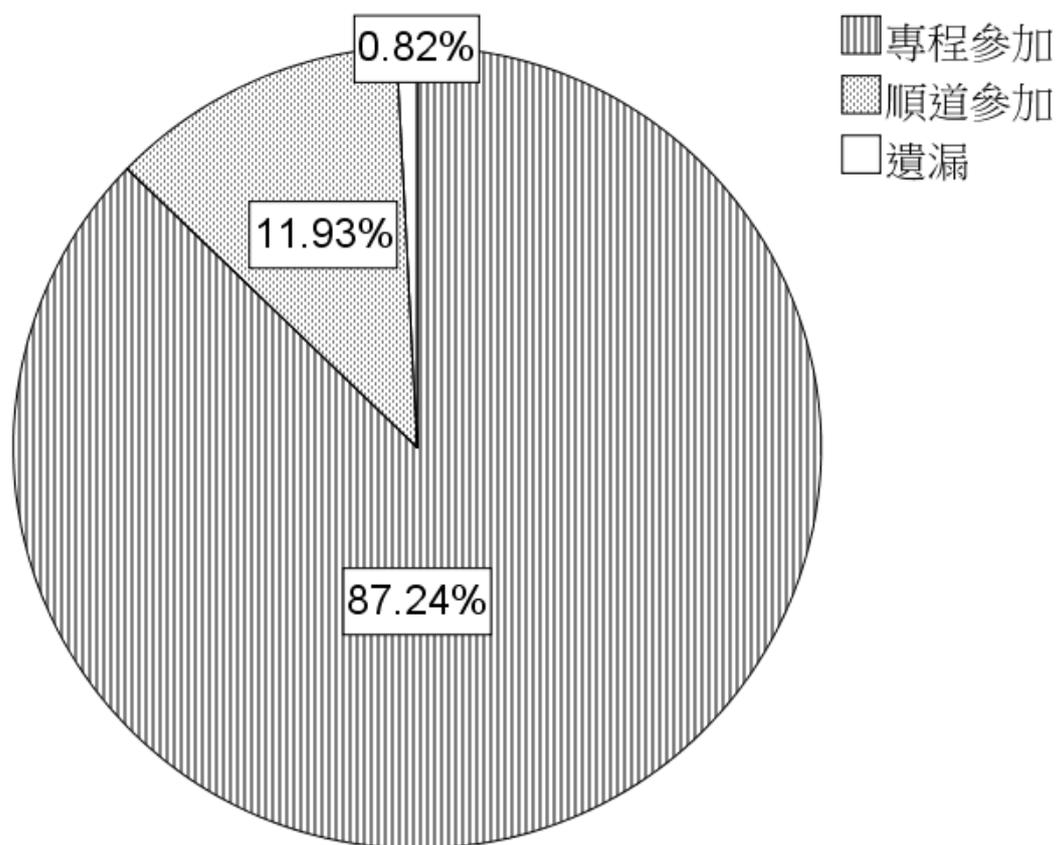


圖 3-9 專程參加本活動或是順道經過比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

大部分是專程參加，有 87.24%，順道參加占 11.93%。顯示此活動是目的性旅遊的類型，但核對民眾的住宿金額，應可以發現屬於不住宿的民眾較多，因此如何吸引外地遊客過夜也是未來重要的課題。

(十)以何種交通工具到達本活動活動場地

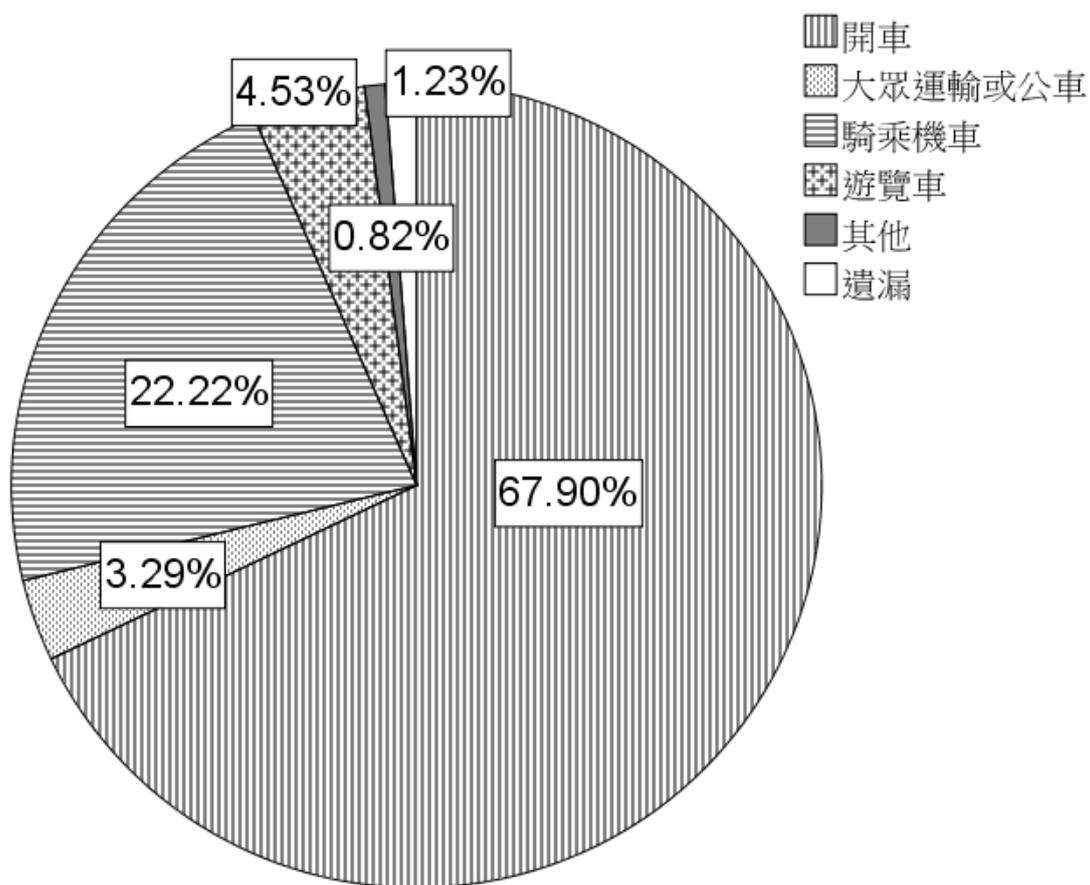


圖 3-10 以何種交通工具到達本活動活動場地比例圖(遊客問卷-婚禮儀式)

在交通工具的使用上，遊客以開車最多，占 67.9%。大眾運輸或公車占 3.29%，騎乘機車占 22.22%，遊覽車占 4.53%，其他占 0.82%。

(十一) 參與本活動的動機

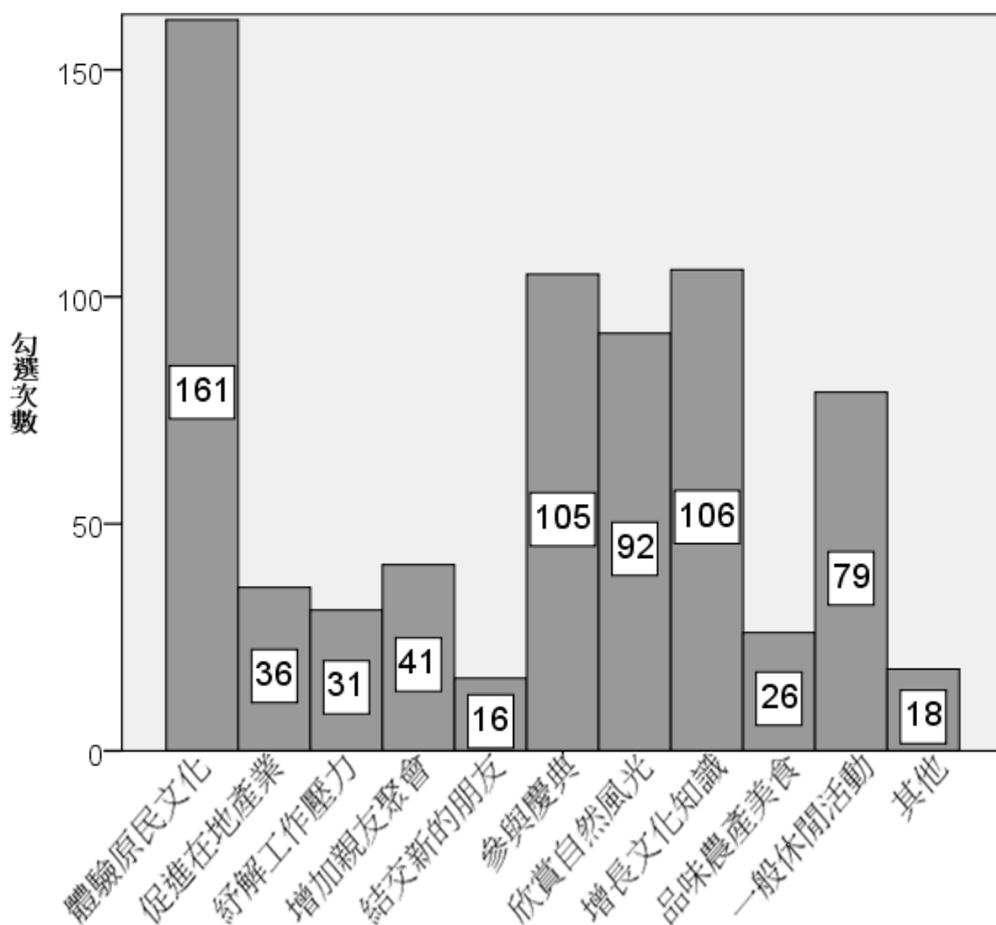


圖 3-11 參與本活動的動機(遊客問卷-婚禮儀式)

從動機進行分析的結果顯示，參與本活動的動機以體驗原民文化最多。其次為參加慶典，增長文化知識與欣賞自然風光這幾項較多，與產業有關的促進在地產業、品味農產美食這部分偏低。

(十二) 花費(或預計)參加本活動多久的時間

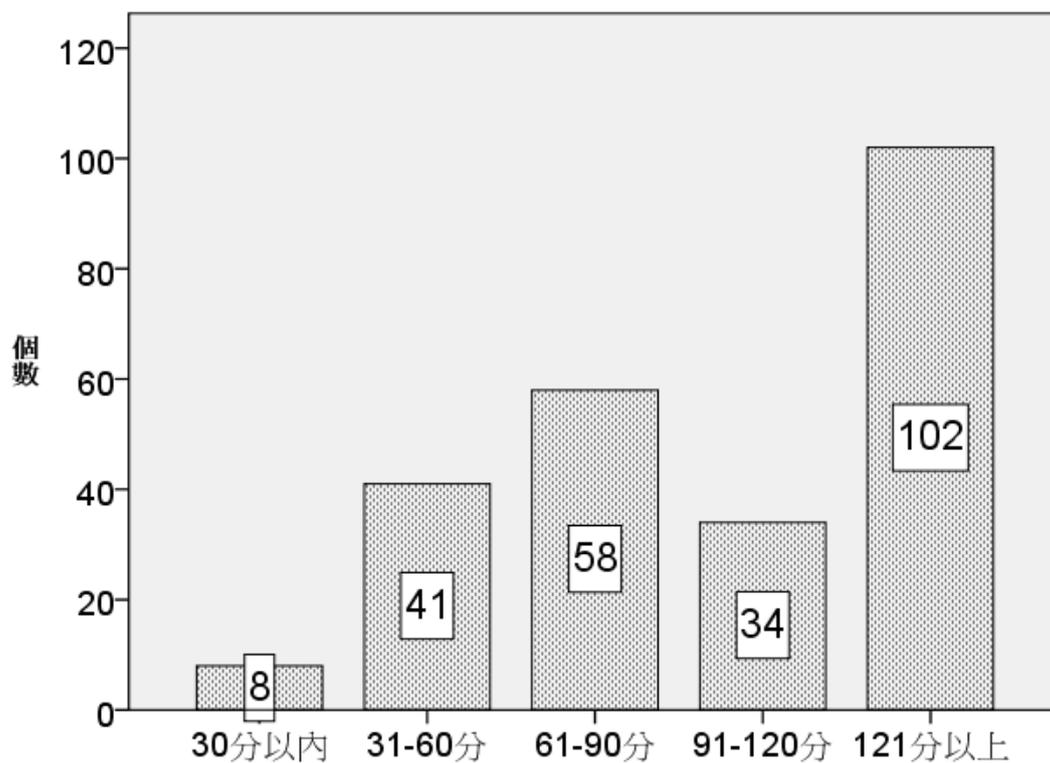


圖 2-12 花費(或預計)參加本活動多久的時間(遊客問卷-婚禮儀式)

在活動的時間花費上以 121 分鐘以上最多，顯示遊客多能停留相當長的時間。

(十三) 如何得知本活動資訊

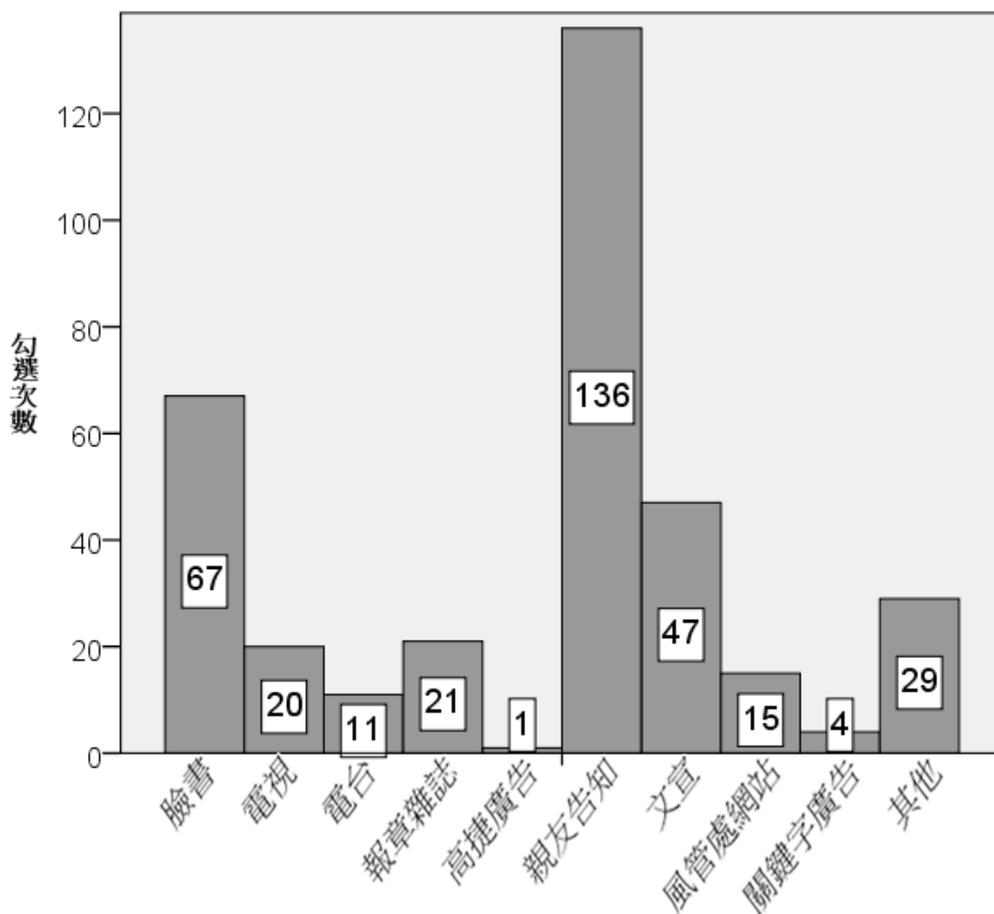


圖 2-13 如何得知本活動資訊(遊客問卷-婚禮儀式)

本活動之訊息傳遞，主要以親友告知居多，其次為臉書，需要付費的關鍵字廣告，高捷廣告，電視與電台這類行銷的效益都偏低，顯示本活動在宣傳方面的策略應該調整。

二、 滿意程度與效益評估

(一) 滿意度分析

滿意度項目中，整體來說介於滿意與非常滿意之間，各項目中以認識原民文化最為滿意，分數為 4.39，其次為活動具有教育性，為 4.34，第三為文化體驗以及氣氛的營造，平均數為 4.26。未來會向親友推薦的程度，平均數也達到 4.26。以上均為滿意度較高之選項。

相對較低的項目為接駁服務，停車空間與導覽解說三項，與開幕式較低的項目相同。應可列為後續解決的重點項目。

表 3-1 遊客對活動滿意程度構面描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式)

滿意程度構面	活動滿意程度題項	平均數	標準差
滿意度	1. 您認為活動主題內容豐富度是否滿意？	4.30	.735
	2. 您對活動空間規劃感到滿意嗎？	4.09	.833
	3. 您對環境衛生是否感到滿意？	4.01	.719
	4. 您對參觀本次活動之接駁服務是否滿意？	3.76	.874
	5. 您對本次活動在停車空間上是否滿意？	3.35	1.011
	6. 您對本次活動在文化體驗上是否滿意？	4.26	.713
	7. 您認為本次活動是否具有教育性？	4.34	.706
	8. 您對本次活動在導覽解說上是否滿意？	3.82	.876
	9. 您對本次活動在空間氣氛的營造上是否滿意？	4.26	.799
	10. 您認為本次活動對於提升原住民文化的了解有幫助？	4.39	.715
	11. 您對本次活動的服務人員服務品質感到滿意？	4.17	.784
	12. 將來考慮再次回來參加南島婚禮活動嗎	4.14	.710
	13. 您將來會向親友推薦南島婚禮活動？	4.26	.685

(二)效益分析

在四個效益的面向上，以品牌效益為最高，媒體行銷效益為最低，此結果與開幕式結果相同。在有形的效益面向內，以帶動觀光人潮為最高，提升就業機會為最低，此結果亦與開幕式結果相同。因此整體說來，南島婚禮的品牌效益已經呈現，然而媒體行銷的效益似乎有些落差。

表 3-2 遊客對活動效益構面描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式)

活動效益構面	效益程度題項	平均數	標準差
有形效益	1. 帶動當地發展公共建設	4.18	0.759
	2. 促進地方組織參與活動	4.37	0.612
	3. 提升社區經濟產值	4.33	0.704
	4. 改善部落環境品質	4.17	0.820
	5. 提升在地就業機會	4.08	0.814
	6. 增加居民實質收入	4.15	0.771
	7. 帶動周邊觀光人潮	4.45	0.617
	8. 增加遊客再遊意願	4.42	0.654
	構面平均	4.27	0.580
地方認同感	1. 居民對社區產生認同感	4.29	0.638
	2. 凝聚當地居民的向心力	4.35	0.646
	3. 增加居民參與活動之機會	4.39	0.649
	4. 讓居民覺得很光榮	4.38	0.720
	構面平均	4.35	0.591
品牌效益	1. 建立地方文化特色	4.44	0.643
	2. 吸引特定旅遊客群	4.36	0.704
	3. 提升在地形象	4.43	0.660
	4. 打開本地的知名度	4.48	0.664
	構面平均	4.43	0.613
媒體行銷效益	1. 我事先獲得活動的消息才安排這次遊程	4.05	0.861
	2. 我很容易查知活動相關訊息	3.86	0.921
	3. 活動相關訊息十分完整	3.86	0.931
	4. 廣告非常吸引人	3.87	0.850
	5. 我經常在不同的媒體接受到活動相關訊息	3.66	0.963
	構面平均	3.86	0.776

至於消費的金額上，平均每位遊客會花費 1023.64 元，較開幕式之消費金額為高。其中以交通費用為最高，其次為餐飲費用，此比例與開幕式相同，由於遊客多半不住宿，所以住宿之費用明顯偏低，這與一般目的旅遊較為不同，未來應該發展良好的住宿環境，增進住宿的比例。

表 3-3 遊客消費額描述統計表(遊客問卷-婚禮儀式)

消費額構面	消費額題項	平均數
消費金額	1. 交通費用(含車票，油資及停車費)	435.56
	2. 住宿費用	69.55
	3. 餐飲費用	308.70
	4. 購賣紀念品	149.38
	5. 其他費用	58.64
	花費總金額	1023.64

(三) 差異比較

以下用獨立樣本 t 檢定及單因子變異分析，比較不同背景(包含性別、婚姻狀況等)與以下滿意度及效益之間的關係。滿意度及效益分析項目分別有：活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益

1. 性別

男性與女性對於活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法無顯著之差異。因此性別不影響上述之變項。

2. 婚姻狀況

已婚及未婚對於活動滿意度的看法有顯著差異；婚姻狀況對於是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法沒有顯著差異。

表 3-4 遊客不同婚姻狀況在活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)

滿意程度構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t 值
活動滿意度	已婚	98	3.9508	.64086	-2.806
	未婚	138	4.1673	.54004	

不同的婚姻狀況，具有不同的活動滿意度，其中未婚者較已婚者為高，主要原因是受到年齡變項的影響。

3. 年齡

不同年齡對於活動滿意度的看法有差異，但對於其餘項目則沒有差異。其中，未滿 20 歲對活動滿意度的看法分別與 40-49 歲、50-59 歲具顯著差異；20-29 歲與 50-59 歲對於活動滿意度的看法有顯著差異；60 歲以上與 50-59 歲對於活動滿意度的看法也有顯著差異。

表 3-5 遊客不同年齡層在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)

滿意程度構面	年齡層	個數	平均數	標準差	F 值	LSD 事後檢定
活動滿意度	1. 未滿 20 歲	51	4.2371	.56366	2.631	1>4 ; 1>5
	2. 20-29 歲	51	4.1355	.52895		2>5
	3. 30-39 歲	62	4.0220	.66696		
	4. 40-49 歲	45	3.9556	.57484		
	5. 50-59 歲	19	3.7990	.55594		
	6. 60 歲以上	11	4.3140	.33860		6>5

此題中，未滿 20 歲滿意度最高，其次為 60 歲以上，因此，隨著年齡的增加，滿意度在年齡層中越來越低，一直到 60 歲的組距才突然跳高。

4. 學歷

不同學歷對於媒體行銷效益的看法有差異，但對於其餘項目則沒有差異。其中，研究所以上對於媒體行銷效益的看法分別與高中(職)以下、大學(專科)有顯著差異。

表 3-6 遊客不同學歷在活動滿意程度差異 F 值檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)

滿意程度構面	學歷	個數	平均數	標準差	F 值	LSD 事後檢定
媒體行銷效益	1.高中(職)以下	93	3.9634	.76155	4.789	1>3
	2.大學(專科)	124	3.8565	.74334		2>3
	3.研究所以上	22	3.4000	.92170		

不同的學歷對於媒體行銷效益看法不同，學歷越高對於媒體行銷的效益感受越低，這與開幕式的趨勢相同，而且高中職最高，研究所為最低。

5. 職業

不同職業對於活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法皆沒有顯著差異。

6. 是否為原住民族

是否為原住民族對於媒體行銷效益的看法具顯著差異。

表 3-7 遊客是否為原住民族活動滿意程度差異 T 檢定表(遊客問卷-婚禮儀式)

滿意程度構面	是否為原住民族	個數	平均數	標準差	t 值
媒體行銷效益	1. 是	79	4.0633	.70931	2.874
	2. 否	164	3.7622	.79030	

此題顯示原住民的身分對於行銷效益的感受性比較高，非原住民的認為行銷效益偏低。此題與開幕式的結果相同。

三、 小結

本調查歸納上述之研究成果，主婚禮儀式問卷分析有幾項結果

一、在基本資料的分析上，呈現來訪的遊客結構型態，以女性，未婚者略多，大學學歷為主，年齡分布平均，職業別也分布十分多樣化。並且以首次參加，自行開車，專程來訪，非原住民為主要，多半能停留兩個小時以上。此部分除了首次參加的比例比開幕式更高，達到八成以上之外，其餘結構比例與開幕式相近。

二、在參與的動機中，參與本活動的動機以體驗原民文化最多。其次為參加慶典，增長文化知識與欣賞自然風光這幾項較多，與產業有關的促進在地產業、品味農產美食這部分偏低，這項結果與開幕式大致相同。

三、資訊的來源方式仍舊以親友告知為主，然而其他方式次數上偏低，其中包括花費行銷費用在高捷廣告、關鍵字廣告，電台等宣傳，幾乎無法顯現效益，少部分利用臉書或者文宣品獲知相關訊息，建議應該重新檢討行銷策略。此結果

與開幕式相同。

四、滿意度分析上呈顯平穩的趨勢，多半介於滿意到非常滿意之間。就平均數而言，比開幕式的滿意度更高。但同樣在接駁，停車空間，導覽解說三個項目的滿意度相對較低，是未來需要加強注意的項目。其中以人員服務的項目中表現最佳。

五、計畫效益區分為有形效益，地方認同感，品牌效益，媒體行銷效益四個面向，其中以品牌效益較高，媒體行銷效益較低，此趨勢與開幕式相同。因此應該檢視媒體行銷的策略並進行改善。產值的分析中，平均每位遊客的消費為1023.64元，比開幕式為高，然住宿之金額仍舊偏低。

六、在差異分析中，婚姻狀況、年齡與學歷與變項之間具有差異，不同年齡的滿意度，以年輕者滿意度較高，隨著年齡增加而滿意度降低，一直到60歲突然增加。而未婚者較已婚者滿意度高，顯然是受到年齡便向的影響。至於在學歷的差異，反應在媒體行銷效益上，均以高中職的學歷為最高，推測可能因為學歷較高，對於活動的要求可能也較多所形成。差異分析中，大部分與開幕式的情形都相同。

肆、新人問卷分析

一、基本資料

(一)性別

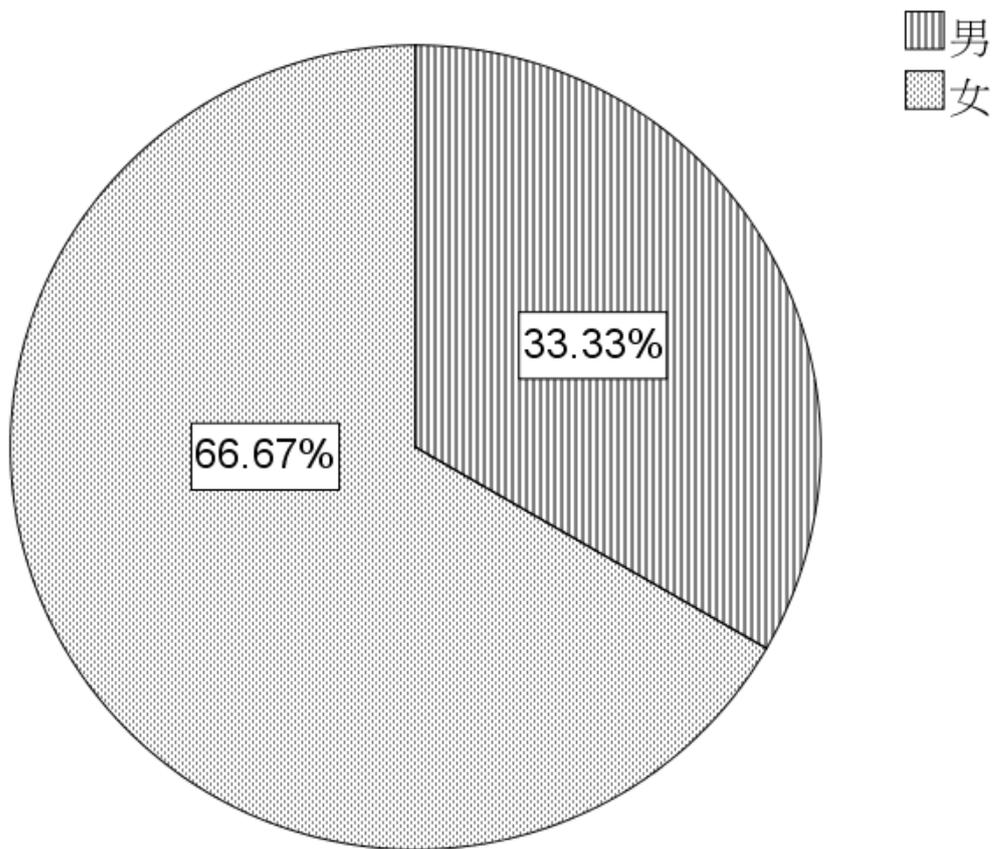


圖 4-1 性別比例圖(新人問卷)

此次填問卷者，女性比男性多上一倍，男性占 33.33%，女性占 66.67%。主要原因是女性受訪者較願意回覆信件的原因所產生的差別。

(二)參加活動身分

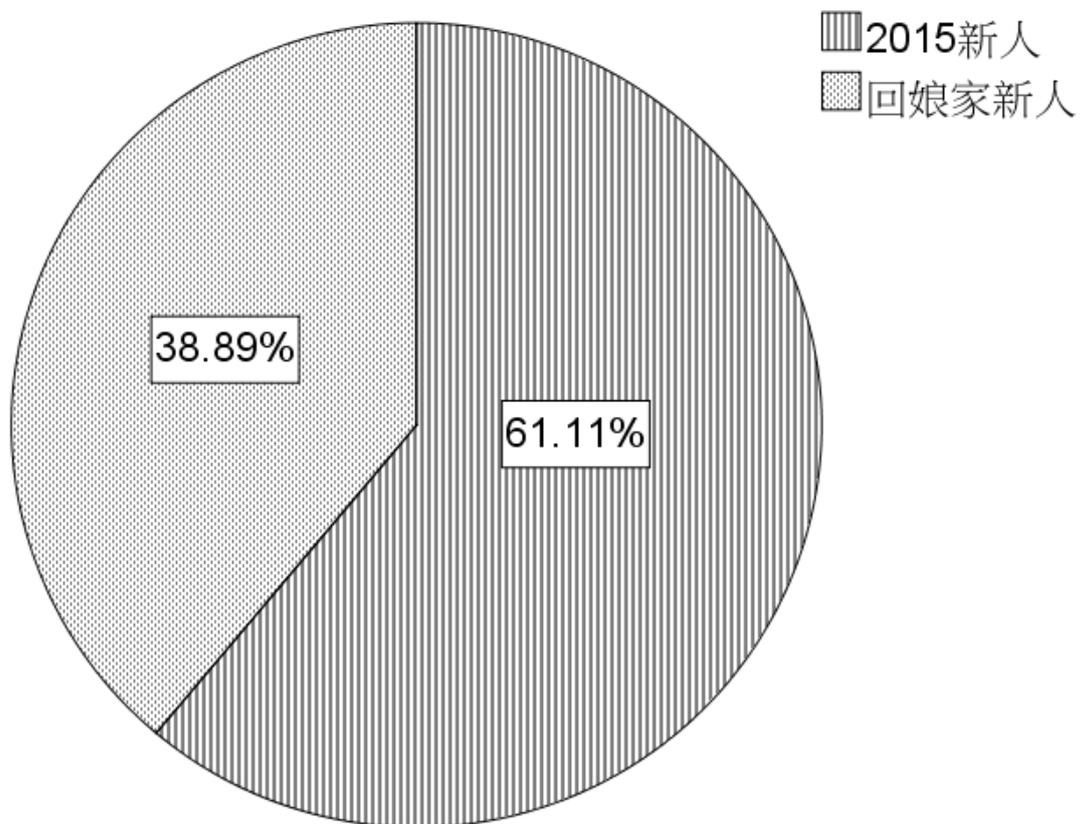


圖 4-2 參加活動身分比例圖(新人問卷)

2015 年新人為 61.11%，回娘家新人為 38.89%。以今年活動的新人填寫意願較高。

(三)是否為原住民族

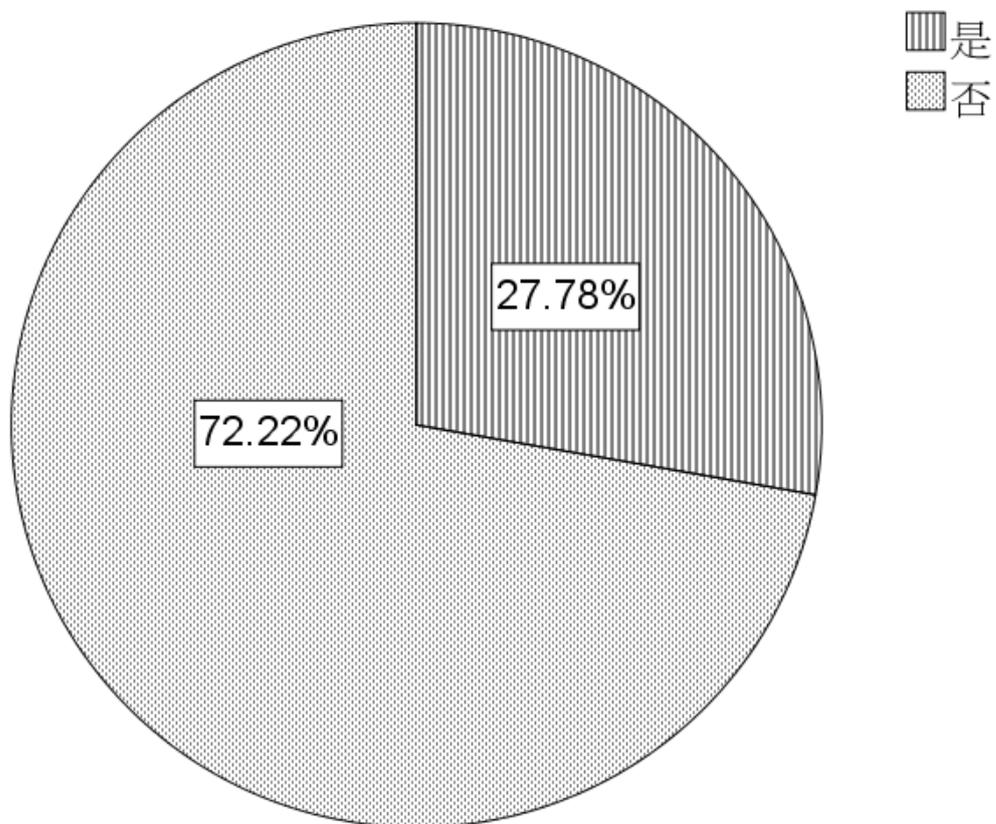


圖 4-3 是否為原住民族比例圖(新人問卷)

新人的比例中，屬於原住民族占 27.78%，非原住民族有 72.22%。

二、 滿意程度與效益評估

(一) 滿意度分析

在滿意度的題項上，本研究設計八題，本問卷是以 1 代表非常不滿意，2 代表不滿意，3 代表普通，4 代表滿意，5 代表非常滿意。由於平均數落在 4.83-4.22 之間，顯示新人的滿意度介於滿意與非常滿意之間。

表 4-1 新人對活動滿意程度構面描述統計表(新人問卷)

滿意程度構面	活動滿意程度題項	平均數	標準差
滿意度	1. 您認為活動主題內容度是否滿意？	4.22	1.06
	2. 您對活動空間規劃感到滿意？	4.22	0.943
	3. 您對本次活動在文化體驗上是否滿意？	4.44	0.856
	4. 您認為本次活動是否具有教育性？	4.22	0.943
	5. 您對本次活動在空間氛圍的營造上是否滿意？	4.28	0.826
	6. 您認為本次活動對於提升原住民文化的了解有幫助？	4.44	0.784
	7. 您認為本次活動的服務人員服務品質感到滿意？	4.61	0.502
	8. 您將來會向親友推薦南島婚禮活動？	4.83	0.383

最滿意的項目為未來會推薦親友，達到 4.83。其次為人員服務品質，平均數為 4.61，至於文化體驗和認識原民文化這兩個項目則為 4.44。

(二) 效益分析

在效益的評估上，共分為有形的效益，地方認同感，品牌效益，媒體行銷效益四項。分數最低的為媒體行銷效益，平均數為 3.368，媒體行銷效益最低的一題為 2.67，顯示媒體宣傳的多元性不足。表現最好的面向在品牌效益上，平均數為 4.655，地方認同感的滿意度為 4.61，此兩項平均數相對較高。至於在有形的效益面向上，平均分數雖然為 4.21，但部分題目，如改善部落環境品質，增加在地就業機會這兩項的平均數低於 4，表示效益較不明顯。然而，新人認為對於提升經濟產值滿意度相當高，此處出現與店家不一致之現象，表示新人對於活動辦理能促進產業活絡的看法較為樂觀。

表 4-2 新人對活動效益構面描述統計表(新人問卷)

活動效益構面	效益程度題項	平均數	標準差
有形效益	1. 帶動當地發展公共建設	4.22	0.732
	2. 促進地方組織參與活動	4.28	0.752
	3. 提升社區經濟產值	4.50	0.514
	4. 改善部落環境品質	3.94	0.639
	5. 提升在地就業機會	3.94	0.873
	6. 增加居民實質收入	4.22	0.808
	7. 帶動周邊觀光人潮	4.39	0.979
	8. 增加遊客再遊意願	4.22	1.11
	構面平均	4.22	0.558
地方認同感	1. 居民對社區產生認同感	4.61	0.608
	2. 凝聚當地居民的向心力	4.61	0.608
	3. 增加居民參與活動之機會	4.67	0.485
	4. 讓居民覺得很光榮	4.56	0.616
	構面平均	4.61	0.564
品牌效益	1. 建立地方文化特色	4.72	0.461
	2. 吸引特定旅遊客群	4.67	0.485
	3. 提升在地形象	4.67	0.485
	4. 打開本地的知名度	4.56	0.616
	構面平均	4.65	0.438
媒體行銷效益	1. 我事先獲得活動的消息才安排這次遊程	4.00	1.029
	2. 我很容易查知活動相關訊息	3.11	1.132
	3. 活動相關訊息十分完整	3.39	1.145
	4. 廣告非常吸引人	3.67	1.188
	5. 我經常在不同的媒體接受到活動相關訊息	2.67	1.237
	構面平均	3.37	.93620

(三) 差異分析

以下用獨立樣本 t 檢定及單因子變異分析，比較不同背景(包含性別、婚姻狀況等)與以下滿意度及效益之間的關係。滿意度及效益分析項目分別有：活動滿意度、是否考慮再次參加南島婚禮活動、是否會向親友推薦南島婚禮活動、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益。

1. 性別

性別對於滿意度、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法並無差異。

2. 參加活動身分

對於滿意度、有形效益、地方認同感、品牌效益之顯著性，小於 0.05，即參加活動的身分對於滿意度、有形效益、地方認同感、品牌效益是有差異的(2015 新人之各項滿意度平均高於回娘家新人)。但參加活動的身分對於媒體行銷效益的看法並無不同。此題顯示當年度的新人，由於剛接觸活動，感受性強烈，對於滿意度與效益之選項都獲得較高的分數。

表 4-3 新人不同參加身分在活動滿意程度差異 T 檢定表(新人問卷)

滿意程度構面	參加身分	個數	平均數	標準差	t 值
活動滿意度	1. 2015 新人	11	4.8182	.14102	3.853
	2. 回娘家新人	7	3.7679	.71235	
有形效益	1. 2015 新人	11	4.4318	.33710	2.309
	2. 回娘家新人	7	3.8750	.68845	
地方認同感	1. 2015 新人	11	4.8864	.30339	3.243
	2. 回娘家新人	7	4.1786	.62440	
品牌效益	1. 2015 新人	11	4.8409	.32157	2.659
	2. 回娘家新人	7	4.3571	.45316	

3. 是否為原住民族

是否為原住民族對於滿意度、有形效益、地方認同感、品牌效益、媒體行銷效益的看法並無差異。顯示此身分的差別對於態度並無影響。

伍、店家問卷分析

一、 基本資料

(一)所在鄉鎮

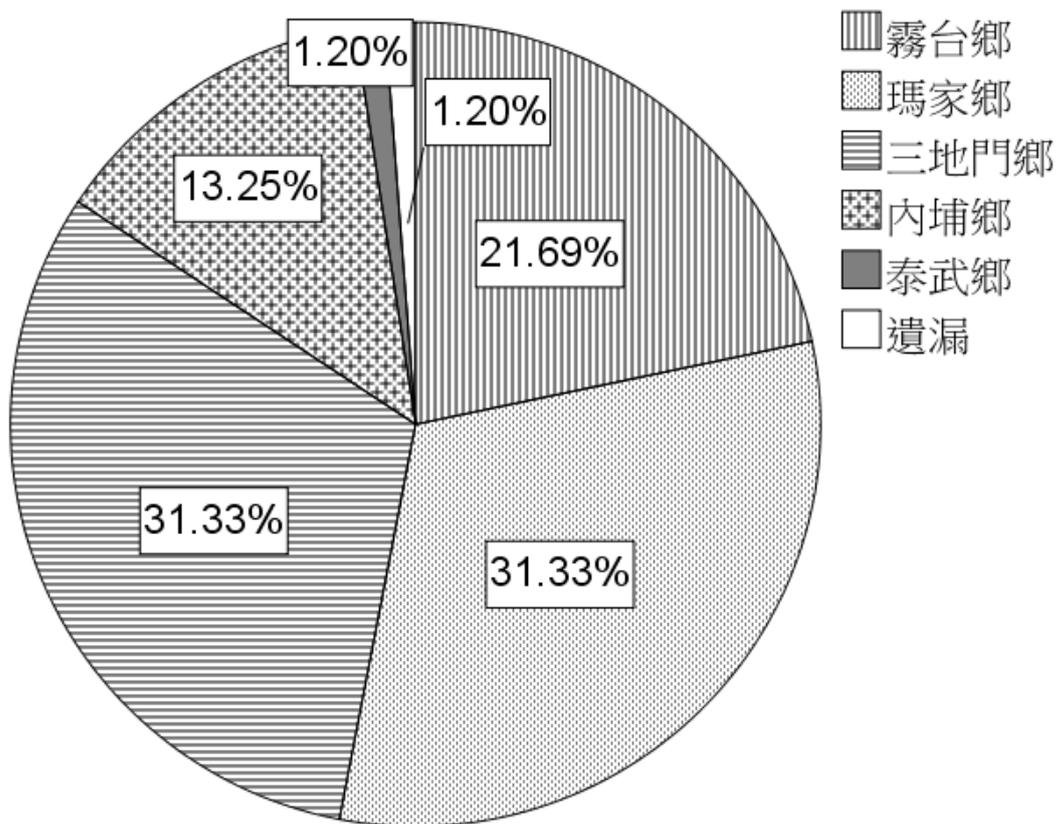


圖 5-1 所在鄉鎮比例圖(店家問卷)

填問卷的店家所在地，其中以三地門鄉占 31.33%，瑪家鄉占 31.33%，霧台鄉占 21.69%，內埔鄉占 13.25%，泰武鄉占 1.20%。以三地門鄉和瑪家鄉為最多。

(二)是否為觀光護照店家

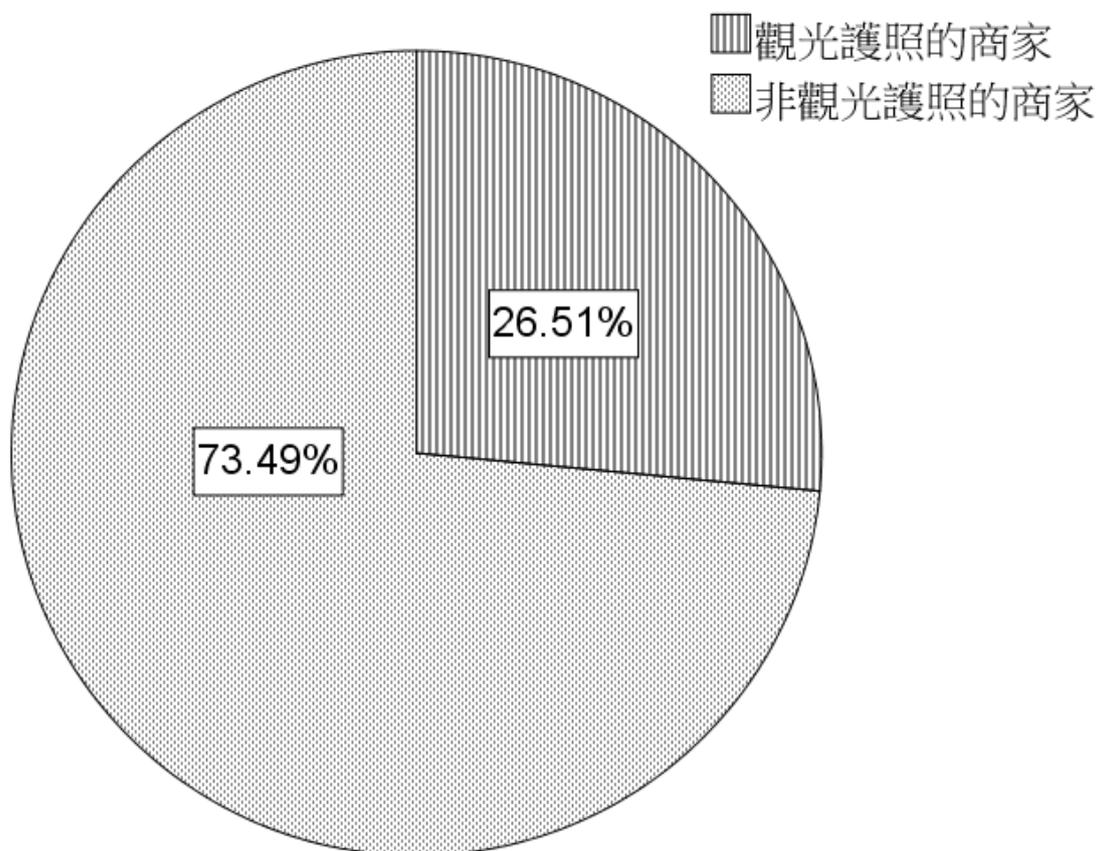


圖 5-2 是否為觀光護照店家比例圖(店家問卷)

由於護照之店家數量有限，因此本調查對象中，亦包括非觀光護照之店家，問卷中以非觀光護照的店家較多，占 73.49%。觀光護照店家占 26.51%。

(三)經營類型

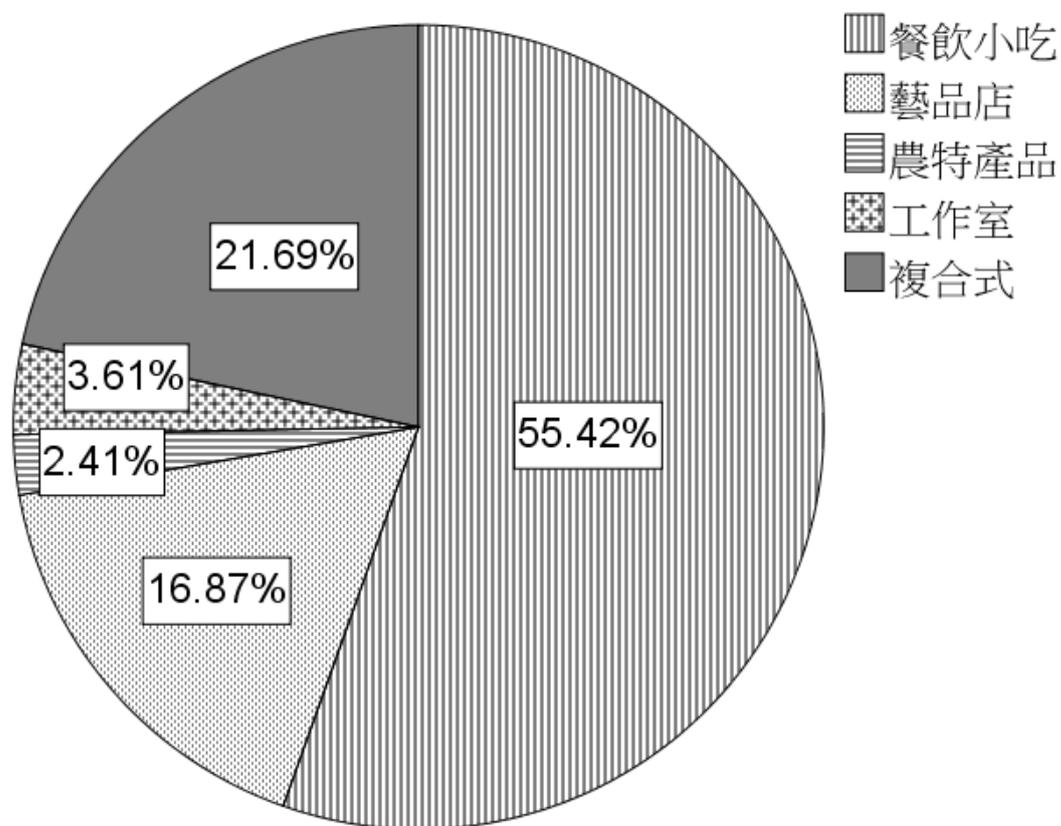


圖 5-3 經營類型比例圖(店家問卷)

店家之類型當中，餐飲小吃有 55.42%，藝品店 16.87%，農特產品 2.41%，工作室 3.61%，複合式 21.69%。以經營餐飲小吃的店家居多，其次為複合式。

二、 滿意程度與效益評估

本問卷是以 1 代表非常不同意，2 代表不同意，3 代表普通，4 代表同意，5 代表非常同意。由上述的平均數看來，同意觀光護照是否有成效的意見落在不同意到普通之間。對於行銷的成效意見也落在不同意與普通之間。至於對地方產業是否有幫助，在意見的認同上介於普通與滿意之間，對於地方形象的意見也是介於普通與滿意之間，四個題目中以對地方形象的提升有幫助最高。

表 5-1 店家對活動滿意程度描述統計表(店家問卷)

滿意程度構面	活動滿意程度題項	平均數	標準差
滿意度	1. 參與南島婚禮活動的觀光護照的遊客很多	2.85	0.828
	2. 南島婚禮活動的行銷傳播很成功	2.98	1.037
	3. 辦理南島婚禮對於地方產業有幫助	3.35	0.961
	4. 辦理南島婚禮對於地方形象有幫助	3.63	0.872
構面平均		3.21	0.718

接下來以觀光護照之店家與非觀光護照之店家的意見是否有差異進行獨立樣本 t 檢定分析，結果顯示發現是否為觀光護照店家，對以上滿意度與效益的看法並無差異，顯示觀光護照與非護照店家看法相同。至於此四題的的意見顯示，店家對於觀光護照的成效與行銷的成效較傾向不認同。此部分應該是店家感受上較為缺乏的。

三、 店家對活動的看法

(一)活動帶給店家的影響

1. 是否覺得遊客人數與往年相比有增加

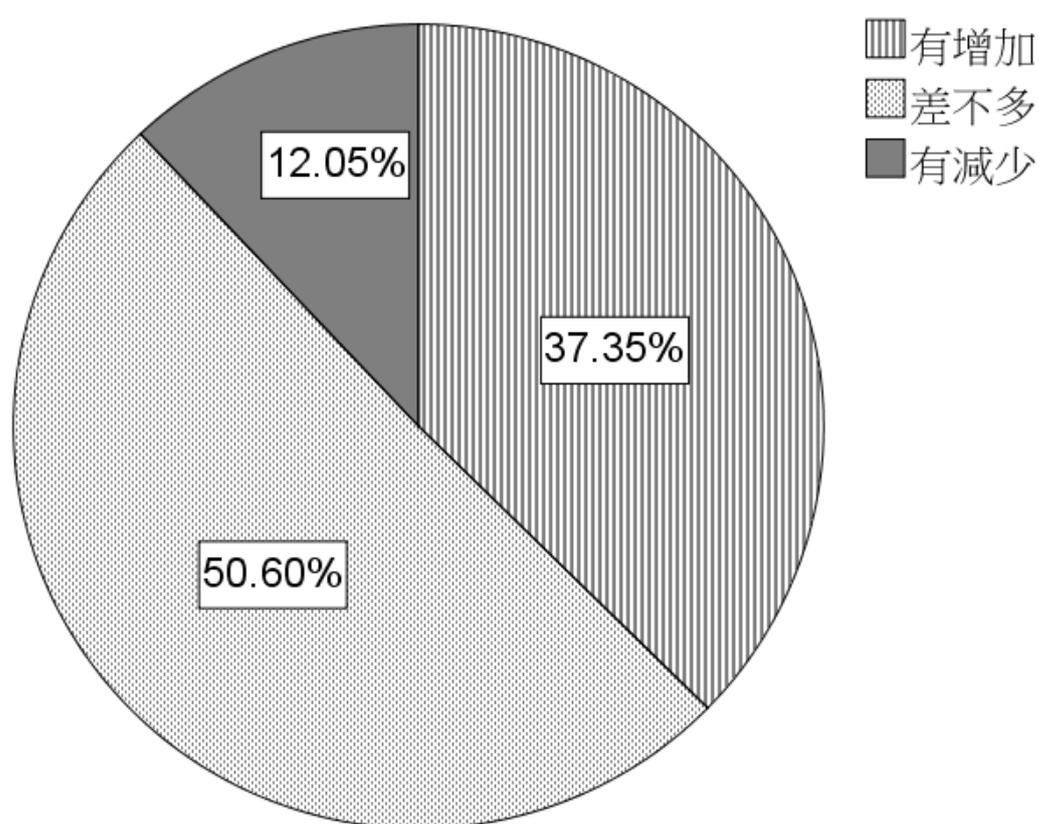


圖 5-4 覺得遊客人數比往年增加比例圖(店家問卷)

店家對於遊客的數量增減幅度認為差不多的為 50.6%，部分認為有增加，占了 37.35%，亦有少部分認為遊客減少，占了 12.05%，部分店家反映，遊客可能都到了其他鄉鎮去消費，所以填寫了遊客減少的項目。整體而言在店家的感受上，是有微幅增加的趨勢。

2. 是否覺得活動期間到店內消費人數有增加

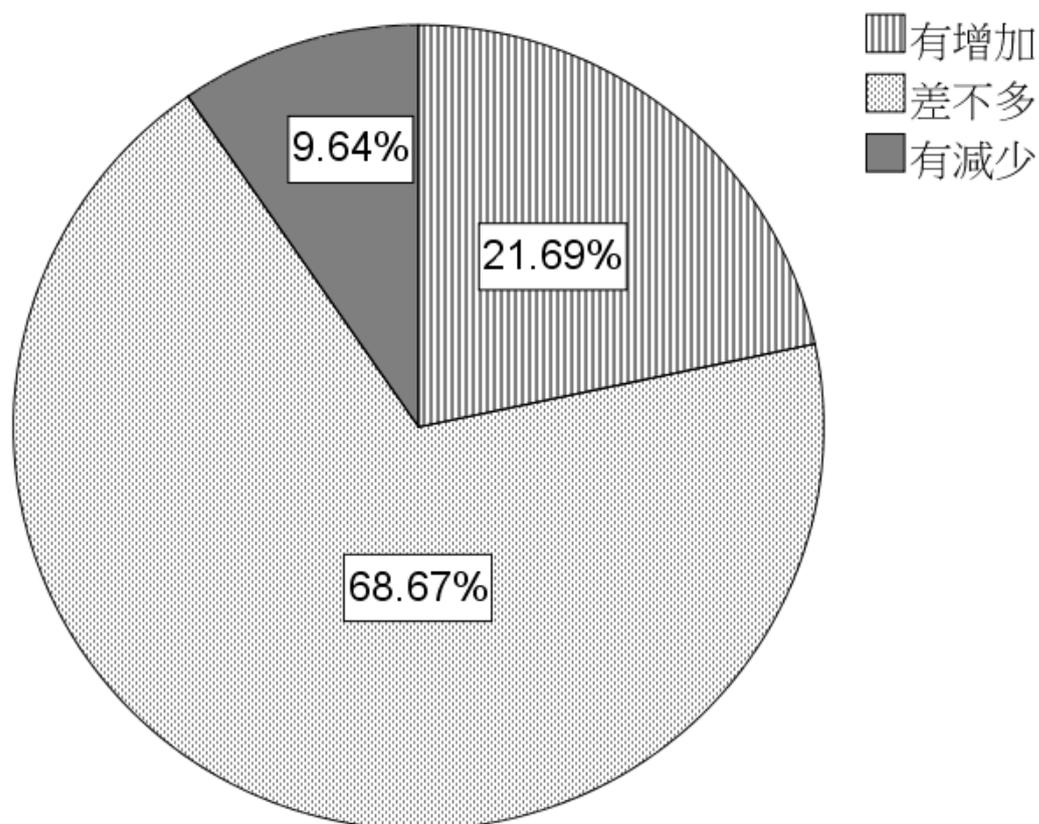


圖 5-5 覺得活動期間到店內消費人數有增加比例圖(店家問卷)

此題與前提對照，活動期間至店內消費的遊客是否有增加，結果發現回答差不多的店家增加為 68.67%，有增加的減為 21.69%，認為有減少的也降低至 9.64%。

3. 是否覺得活動期間到店內消費金額有增加？

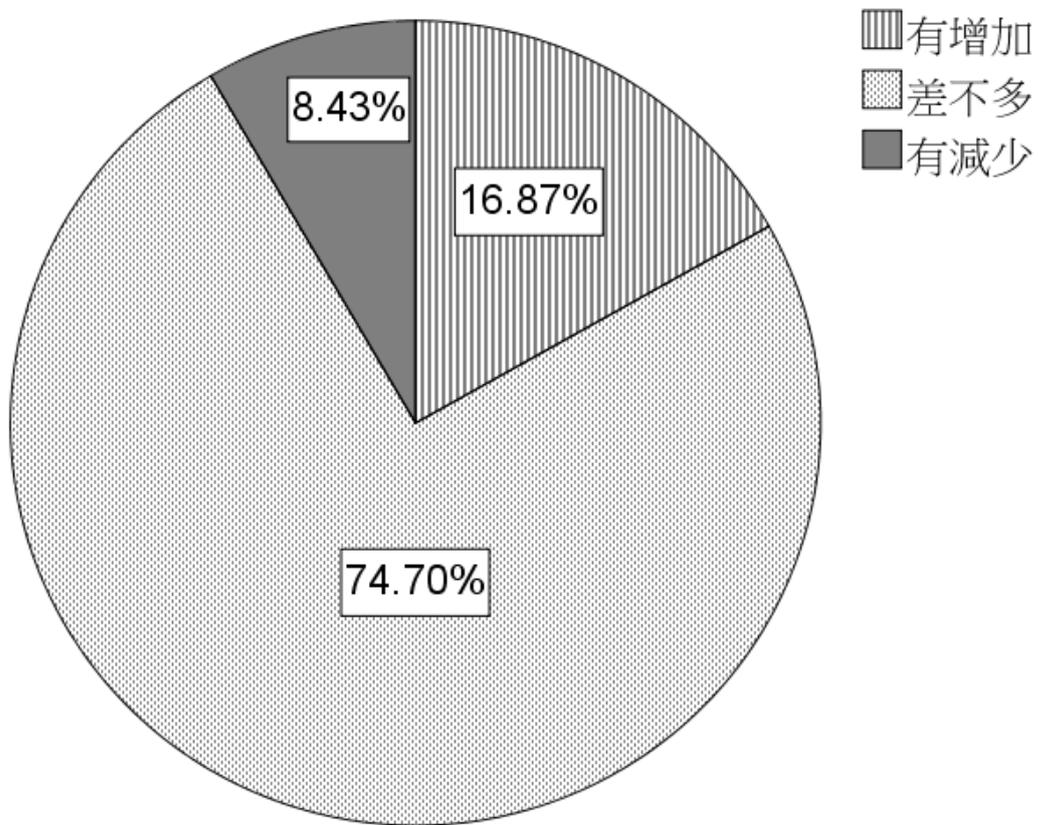


圖 5-6 覺得活動期間到店內消費金額有增加比例圖(店家問卷)

此題再與前兩題對照後發現，在店內的消費與來店遊客的人數比例上差異不大，有 74.7%的比例認為，消費的金額與平常差不多。綜整以上三題之結果，認為遊客在人數上，在來店數量上，在消費金額上，都與平常的差異不大。

(二)活動帶給地方的影響

1. 正面影響

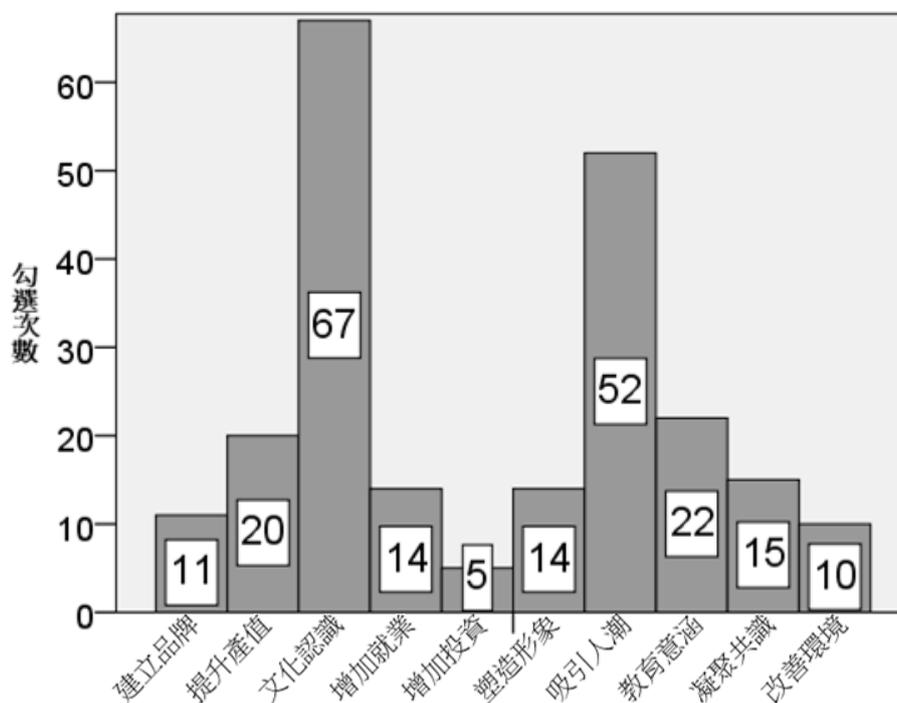


圖 5-7 認為活動帶來哪些正面影響(店家問卷)

多數店家認為本活動帶給地方的正面影響最大的項目是增進文化認識，其次為吸引人潮，至於與產值相關的正面影響，如增加投資，增加就業，增加產值這三項，比例都偏低。

2. 負面影響

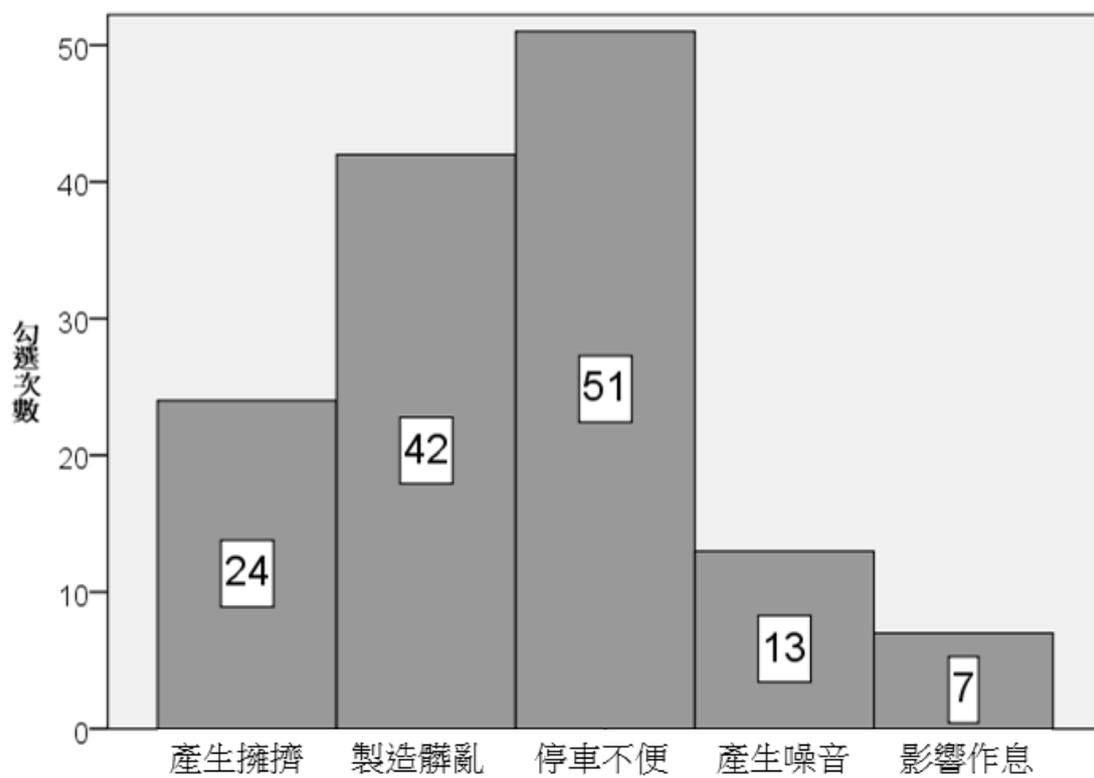


圖 5-8 認為活動帶來哪些負面影響(店家問卷)

多數店家認為本活動帶給地方的負面影響有停車不便、製造髒亂。

(三)未來可以加強改善的工作項目

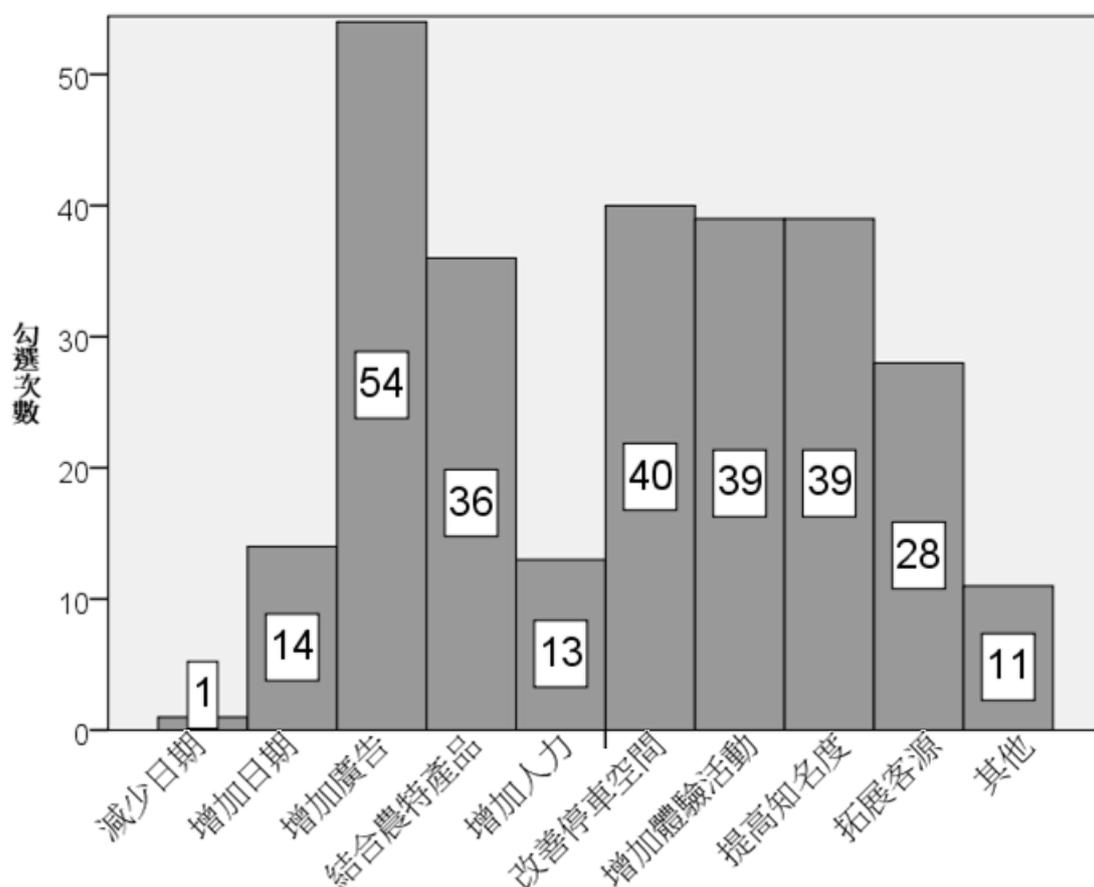


圖 5-9 未來可以加強改善的工作項目(店家問卷)

未來可以加強改善的工作項目中，最多店家勾選的就是增加廣告，其次改善停車空間，拓展客源與提高知名度屬於較多店家勾選的項目。在本題中的其他選項，開放給店家填寫可供改善的項目，整理如下表。

表 5-2 其他－未來可以加強改善的工作項目(店家問卷)

其他	
1. 攤位集中	2. 產業連結
3. 喜桌，慰勞工作人員	4. 增加範圍
5. 公廁	6. 提早宣傳時程
7. 對在地職業應多一點結合	8. 增加地方知名度
9. 海報宣傳	10. 增加補助
11. 多讓遊客可以在部落走，去看在地的商家及工作坊	
12. 可跟水門村村民商店共同合作觀光	

四、 小結

店家對於整體活動的效益上，所給予的評價尚可，並未凸顯出活動辦理能對地方產業發揮帶動的作用，從店家對於遊客數量增加的感受上不強烈之外，對於活動能帶給地方的正面效益，也僅偏重文化認識的選項，對於產值有關的選項比例偏低。而店家希望能改善的項目，首要就是廣告的增加，這亦顯示店家並未感受到積極的行銷策略，未來行銷計劃的擬定與執行，應該首重與民眾或店家的交流溝通。同時最重要的是讓遊客進行深度的旅遊，並提升在地消費的行銷策略為優先。讓南島婚禮活動不僅具有知名度，而且也能具有實質的產業效益。

附錄

附錄一、遊客問卷(用於開幕式與婚禮儀式當天)

2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益評估問卷

親愛的遊客：您好！

本團隊受委託執行「2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益」評估工作，透過填寫本問卷，能有效提供重要的資訊，並將研究成果交由交通部觀光局茂林國家風景區管理處，促進後續推動相關工作的參考依據。您所填資料僅作學術研究之用，不對外公開，亦無須提供個人資料，敬請您安心填答，謝謝您。尚此

敬祝 平安喜樂

國立屏東大學文化創意產業學系

計畫主持人：葉晉嘉副教授 敬啟

中華民國 104 年 4 月

第一部份：基本資料(本部分資料不涉及隱私，敬請放心填寫)

1. 性別：男 女
2. 婚姻狀況：已婚 未婚
3. 年齡：未滿 20 歲 20-29 歲 30-39 歲 40-49 歲 50-59 歲
60 歲以上
4. 學歷：高中（職）以下 大學（專科） 研究所以上
5. 職業：服務業 製造業 農業 軍公教 學生 其他
6. 居住地點：_____ (請填寫縣市)
7. 請問您是原住民族嗎？(父親或母親其中一人為原住民族) 是 否
8. 請問您去年是否參加過「南島族群婚禮活動」？ 是 否
9. 本次是第幾次參加本活動：第一次 第二次 第三次(含)以上
10. 您是專程參觀本活動或者是順道經過？ 專程參加 順道參加
11. 您參與本活動的動機為：(可複選)
體驗原民文化 促進在地產業 紓解工作壓力 增加親友聚會
結交新的朋友 參與慶典 欣賞自然風光 增長文化知識
品味農產美食 一般休閒活動 其他

12. 您花費(或預計)參加本活動多久的時間?

30 分以內 31-60 分 61-90 分 91-120 分 121 分以上

13. 請問您如何得知本活動資訊?(可複選)

臉書 電視 電台 報章雜誌 高捷廣告 親友告知
文宣 風管處網站 關鍵字廣告 其他

14. 請問您以何種交通工具到達本活動活動場地?

開車 大眾運輸或公車 騎乘機車 計程車 遊覽車 其他

15. 請問您本次活動花費金額?(請勿空白,可填寫預期花費,若無請填寫 0)

交通費用(含車票,油資及停車費): _____

住宿費用: _____ 餐飲費用: _____

購買紀念品 _____ 其他費用: _____

第二部份：活動滿意度

16. 您認為活動主題內容豐富度是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

17. 您對活動空間規劃感到滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

18. 您對環境衛生是否感到滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

19. 您對參觀本次活動之接駁服務是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

20. 您對本次活動在停車空間上是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

21. 您對本次活動在文化體驗上是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

22. 您認為本次活動是否具有教育性?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

23. 您對本次活動在導覽解說上是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

24. 您對本次活動在空間氛圍的營造上是否滿意?

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

25. 您認為本次活動對於提升原住民文化的了解有幫助?
- 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
26. 您對本次活動的服務人員服務品質感到滿意?
- 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
27. 本次活動您最喜歡[◎]的單元? (單選)
- 舞台表演 南島寶寶來點名 迎賓舞蹈 祈福儀式
- 風味料理 幸福洋溢禮納里(教堂合照) 沒有喜歡的主題
- 喜歡的原因是_____
28. 本次活動您最不[◎]喜歡的單元? (單選)
- 舞台表演 南島寶寶來點名 迎賓舞蹈 祈福儀式
- 風味料理 幸福洋溢禮納里(教堂合照) 沒有不喜歡的主題
- 不喜歡的原因是_____
29. 將來考慮再次回來參加南島婚禮的活動嗎
- 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
30. 您將來會向親友推薦南島婚禮活動?
- 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

第三部分 效益評估

您認為辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生下列效益?

有形效益	非				
	非常	不	普	同	非常
	同	同	通	同	同
	意	意	意	意	意
帶動當地發展公共建設.....	<input type="checkbox"/>				
促進地方組織參與活動.....	<input type="checkbox"/>				
提升社區經濟產值.....	<input type="checkbox"/>				
改善部落環境品質.....	<input type="checkbox"/>				
提升在地就業機會.....	<input type="checkbox"/>				
增加居民實質收入.....	<input type="checkbox"/>				
帶動周邊觀光人潮.....	<input type="checkbox"/>				
增加遊客再遊意願.....	<input type="checkbox"/>				

辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生地方認同感的效益？

		地方認同感				
		非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
居民對社區產生認同感.....		<input type="checkbox"/>				
凝聚當地居民的向心力.....		<input type="checkbox"/>				
增加居民參與活動之機會.....		<input type="checkbox"/>				
讓居民覺得很光榮.....		<input type="checkbox"/>				

辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生下列品牌效益？

		品牌效益				
		非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
建立地方文化特色.....		<input type="checkbox"/>				
吸引特定旅遊客群.....		<input type="checkbox"/>				
提升在地形象.....		<input type="checkbox"/>				
打開本地的知名度.....		<input type="checkbox"/>				

根據本次活動辦理的經驗，您認為媒體行銷的效益如何？

		媒體行銷效益				
		非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
我事先獲得活動的消息才安排這次遊程.....		<input type="checkbox"/>				
我很容易查知活動相關訊息.....		<input type="checkbox"/>				
活動相關訊息十分完整.....		<input type="checkbox"/>				
廣告非常吸引人.....		<input type="checkbox"/>				
我經常在不同的媒體接受到活動相關訊息.....		<input type="checkbox"/>				

問卷到此結束，請檢查是否有遺漏，並由衷感謝您的配合!

附錄二、新人問卷

2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益評估問卷

親愛的遊客：您好！

本團隊受委託執行「2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益」評估工作，透過填寫本問卷，能有效提供重要的資訊，並將研究成果交由交通部觀光局茂林國家風景區管理處，促進後續推動相關工作的參考依據。您所填資料僅作學術研究之用，不對外公開，亦無須提供個人資料，敬請您安心填答，謝謝您。此

敬祝 平安喜樂

國立屏東大學文化創意產業學系

計畫主持人：葉晉嘉副教授 敬啟

中華民國 104 年 4 月

第一部份：基本資料(本部分資料不涉及隱私，敬請放心填寫)

1. 性別： 男 女
2. 參加活動 2015 新人 回娘家新人
3. 請問您是原住民族嗎？ 是 否

第二部份：活動滿意度

4. 您認為活動主題內容豐富度是否滿意？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
5. 您對活動空間規劃感到滿意？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
6. 您對本次活動在文化體驗上是否滿意？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
7. 您認為本次活動是否具有教育性？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
8. 您對本次活動在空間氛圍的營造上是否滿意？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
9. 您認為本次活動對於提升原住民文化的了解有幫助？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
10. 您對本次活動的服務人員服務品質感到滿意？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
11. 您將來會向親友推薦南島婚禮活動？
 非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

第三部分 效益評估

您認為辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生下列效益？

有形效益	非 常 不 同 意					普 通 同 意					非 常 同 意				
	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
帶動當地發展公共建設.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
促進地方組織參與活動.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
提升社區經濟產值.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
改善部落環境品質.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
提升在地就業機會.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
增加居民實質收入.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
帶動周邊觀光人潮.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
增加遊客再遊意願.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生地方認同感的效益？

地方認同感	非 常 不 同 意					普 通 同 意					非 常 同 意				
	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
居民對社區產生認同感.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
凝聚當地居民的向心力.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
增加居民參與活動之機會.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
讓居民覺得很光榮.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

辦理南島族群婚禮系列活動，是否能產生下列品牌效益？

品牌效益	非 常 不 同 意					普 通 同 意					非 常 同 意				
	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
建立地方文化特色.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
吸引特定旅遊客群.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
提升在地形象.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
打開本地的知名度.....	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

根據本次活動辦理的經驗，您認為媒體行銷的效益如何？

媒體行銷效益	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
我事先獲得活動的消息才安排這次遊程.....	<input type="checkbox"/>				
我很容易查知活動相關訊息.....	<input type="checkbox"/>				
活動相關訊息十分完整.....	<input type="checkbox"/>				
廣告非常吸引人.....	<input type="checkbox"/>				
我經常在不同的媒體接受到活動相關訊息.....	<input type="checkbox"/>				

問卷到此結束，請檢查是否有遺漏，並由衷感謝您的配合!

附錄三、店家問卷

2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益評估問卷調查

您好！

本團隊受委託執行「2015 南島族群婚禮-情牽大武山系列活動效益」評估工作，透過填寫本問卷，能有效提供重要的資訊，並將研究成果交由交通部觀光局茂林國家風景區管理處，促進後續推動相關工作的參考依據。您所填資料僅作學術研究之用，不對外公開，亦無須提供個人資料，敬請您安心填答，謝謝您。此

敬祝 平安喜樂

國立屏東大學文化創意產業學系
計畫主持人：葉晉嘉副教授 敬啟
中華民國 104 年 4 月

1. 請選擇您所在的鄉鎮

霧台鄉 瑪家鄉 三地門鄉 內埔鄉 泰武鄉

2. 請選擇您的類別 觀光護照的商家 非觀光護照的商家

3. 請問您成立多久(年)? _____

4. 請問您屬於何種經營類型?

住宿業 餐飲小吃 藝品店 農特產品 工作室 複合式

5. 茂林風景管理處辦理南島婚禮的活動已經十年，您認為對於觀光的整體效益如何?

逐年增加 差不多 逐年減少

6. 您覺得遊客人數比往年是否有增加? 有增加 差不多 有減少

若有增加減少，請填寫增加的比例_____

7. 您覺得活動期間到您店內消費人數是否有增加? 有增加 差不多 有減少

若有增加減少，請填寫增加的比例_____

8. 您覺得活動期間到您店內消費金額是否有增加? 有增加 差不多 有減少

若有增加減少，請填寫增加的比例_____

9. 參與南島婚禮活動的觀光護照的遊客很多

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

10. 南島婚禮活動的行銷傳播很成功
非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
11. 辦理南島婚禮對於地方產業有幫助
非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
12. 辦理南島婚禮對於地方形象有幫助
非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意
13. 您認為活動帶來哪些正面影響？(可複選)
建立品牌 提升產值 文化認識 增加就業 增加投資
塑造形象 吸引人潮 教育意涵 凝聚共識 改善環境
14. 以上所帶來的好處，若換算成實際金額，你認為價值多少(萬元)?

15. 您認為活動帶來哪些負面影響？(可複選)
產生擁擠 製造髒亂 停車不便 產生噪音 影響作息
16. 若要消除以上所帶來的壞處，你認為要花多少金額達成(萬元)?

17. 對於「南島族群婚禮系列活動」未來可以加強改善的工作項目？(可複選)
減少日期 增加日期 增加廣告 結合農特產品 增加人力
改善停車空間 增加體驗活動 提高知名度 拓展客源
其他 _____

本問卷到此結束，感謝您的協助!

附錄四、活動紀錄

