

2007 高雄內門宋江陣活動遊客旅遊特性與 活動滿意度之研究

蕭秋祺 實踐大學
宋明律 實踐大學
潘慧雯 實踐大學
王采喬 玄奘大學

摘要

本研究旨在調查 2007 年高雄內門宋江陣活動之遊客旅遊特性，並探討遊客對此活動之滿意程度，具體研究課題包括：（一）遊客旅遊特性分析；（二）遊客活動滿意度之因素構面；（三）遊客之活動滿意度；（四）不同背景變項遊客在活動滿意度上之差異情形。研究採問卷調查方式進行，並以隨機抽樣方式，抽取 650 位參與本活動之遊客為研究對象。所得資料經統計分析與處理後，得到幾個結論：（一）遊客多數傾向不留宿，但多選擇在當地用餐，消費項目以餐飲為主，整體消費金額偏低，大專創意陣頭大賽是最受歡迎的活動；（二）因素分析結果，遊客活動滿意度可區分為「交通規劃與服務」和「活動規劃與服務」兩個構面；（三）遊客之整體活動滿意度介於「尚可－滿意」之間 ($M=3.81$)，其中又以「活動表演精采度」的滿意程度最高 ($M=4.23$)；（四）不同背景變項遊客在活動滿意度上均達不同程度的顯著差異，進一步分析發現，男性、已婚及本地遊客分別高於女性、未婚和外地遊客，40~60 歲遊客高於 30 歲以下遊客，中上教育程度（國、高中）遊客高於大專以上教育程度遊客。

關鍵詞：宋江陣、旅遊特性、活動滿意度



壹、緒論

一、研究動機

近年來，隨著物質生活品質的提昇，國人利用假日從事觀光休閒活動的頻率也相對增加，尤其是政府週休二日政策實施後，國人對於觀光旅遊的需求也日益增加。根據交通部觀光局 2003 年的資料顯示，2003 年國人國內旅遊次數達 1 億 200 萬旅次以上，全年平均每人國內旅遊的次數為 5.39 次。行政院在挑戰 2008 的 6 年國建計畫中，提出觀光客倍增計畫，加上政府開放大陸人士來台觀光，國內旅遊市場顯然還有很大的發展空間。¹隨著觀光產業的快速發展，在經濟考量比重過高情形下，形成觀光開發與環境保育的矛盾對立。²於是一種標榜可以降低傳統型觀光的負面衝擊，培養當地居民與遊客的良性互動，維護自然與社會環境，並可以成為吸引焦點、新形象塑造者，或帶動其他建設與發展之催化劑的特殊節慶活動，已成為當前世界各地最受矚目與歡迎的觀光潮流。³

目前台灣以民俗地方節慶活動為觀光主題的休閒旅遊形式，正逐漸風行。配合政府推動的挑戰 2008 國建計畫，訂出全國十二大節慶活動，規劃出許多結合當地特殊民俗、節慶、藝能活動而發展出的觀光旅遊活動。節慶活動乃是期望透過各式慶典活動的舉辦，進而能到提供休閒娛樂的機會、保育理念之宣導、增進地方產業之經濟效益、社區形象開發的塑造、各類產品之促銷以及淡季時市場行銷等目的。⁴由此觀之，地方民俗的節慶活動，對於觀光旅遊的發展，的確具有其獨特的吸引力。而本土性的民俗節慶活動不但可以提昇當地民眾對於民俗文化的重視，亦可宣揚當地文化及塑造國家的整體形象。⁵爰此，2005 年交通部觀光局特將內門之民俗藝陣活動列為全國 12 大

¹ 方信淵、鄭雙慧、林裕恩，〈民眾對內門宋江陣活動知覺程度研究〉，《身體文化學報》，1（臺北，2005）：73-89。

² 李素馨，〈觀光新紀元－永續發展的選擇〉，《戶外遊憩研究》，9.4（臺北，1996）：1-17。

³ Cunningham. H., “Event Marketing: State of the industry and research agenda”, *Festivals Management & Event Tourism*, 2.3 (USA, 1995): 123-127.

⁴ 吳宗瓊，〈節慶活動與地區行銷〉，《台灣農業旅遊學術研討會論文成果報告書》（臺北，2000）：90-97。

⁵ 簡惠貞、王志勇，〈外籍旅客對台灣民俗慶典活動參與意願之研究－端午節龍舟賽為例〉，《第二屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營管理學術研討會論文集》（高雄，2002）：

節慶活動之一，並允諾將補助經費年年辦理。

宋江陣是具有相當歷史的全國性體育民俗事項，每逢年節重大喜慶日子，宋江陣都是表演節目之一。在我國民間遊藝活動中，宋江陣往往是整個活動的焦點，不只是在廟宇的各種祭祀儀式及民俗節慶中有精彩的表演，而且每逢喜慶，多了宋江陣的表演，不僅顯得氣宇軒昂，氣勢猶如排山倒海，各種變化的隊形也多采多姿，總是贏得全場觀眾如雷的掌聲，可見台灣人對宋江陣活動的喜愛。⁶此外，高雄內門宋江陣是台灣現存保留最完整的陣頭，藝陣文化發展蓬勃，陣頭隊伍全台最密集，近年來在高雄縣政府與地方各界的推動下，已是藝陣文化發展的重要指標，這種深具草根味及律動感的地方文化，參與的年齡層與性別，也漸漸在擴大。

高雄縣內門鄉素有藝陣之鄉的美譽，本身即非常注重宋江陣之推廣，鄉內大小陣頭眾多，支派紛雜，鄉內自發性之推廣無庸置疑。而政府的力量在近年來積極介入，逐漸成為內門宋江陣文化力量的主要推手，主要目的為經由創意產業發展與建構，為內門宋江陣形塑新的文化力量，發揚宋江陣俠義之美、俠義之勇，營造全台藝陣重鎮之形象，吸引更多觀光客前來參與活動，期許文化活動能積極轉化為文化產值。

從 2005 年開始，由交通部觀光局與高雄縣觀光交通局共同輔導及補助下，將內門宋江陣活動擴大成全國性的民俗節慶活動，目前已是國內重要節慶活動之一。惟舉辦本項活動除提振傳統民俗藝陣，發揚本土在地文化外，另一個重要的目的，即希望藉此活動能帶動地方經濟及觀光產業的發展，同時讓地方居民了解此活動所附加的效益與價值，進而肯定與支持此活動。是以，本研究於 2007 年內門宋江陣活動期間，透過問卷調查方式，探討參與此活動遊客之旅遊特性，以及遊客對此活動之滿度度。

二、研究目的與課題

基於上述動機，本研究旨在探討 2007 年高雄內門宋江陣活動之遊客旅遊特性，以及遊客對此活動的滿意度。具體研究課題包括：

(一) 分析內門宋江陣活動之遊客旅遊特性。

435-444。

⁶ 李榮家，〈高雄縣內門鄉內埔宋江陣之考察〉，《身體文化學報》，1，（臺北，2005）：55-72。

- (二) 探討內門宋江陣活動遊客活動滿意度之因素構面。
- (三) 探討內門宋江陣活動遊客活動滿意度之現況。
- (四) 探討不同背景變項遊客在整體活動滿意度上之差異情形。

貳、研究方法與步驟

一、研究對象及來源

本研究依照研究目的與課題，以參與 2007 年高雄內門宋江陣活動之遊客為研究對象。並以隨機抽樣方式，由研究者於活動範圍內，隨機選取 650 位符合樣本標準者進行問卷調查。

二、問卷編製及實施

(一) 問卷編製

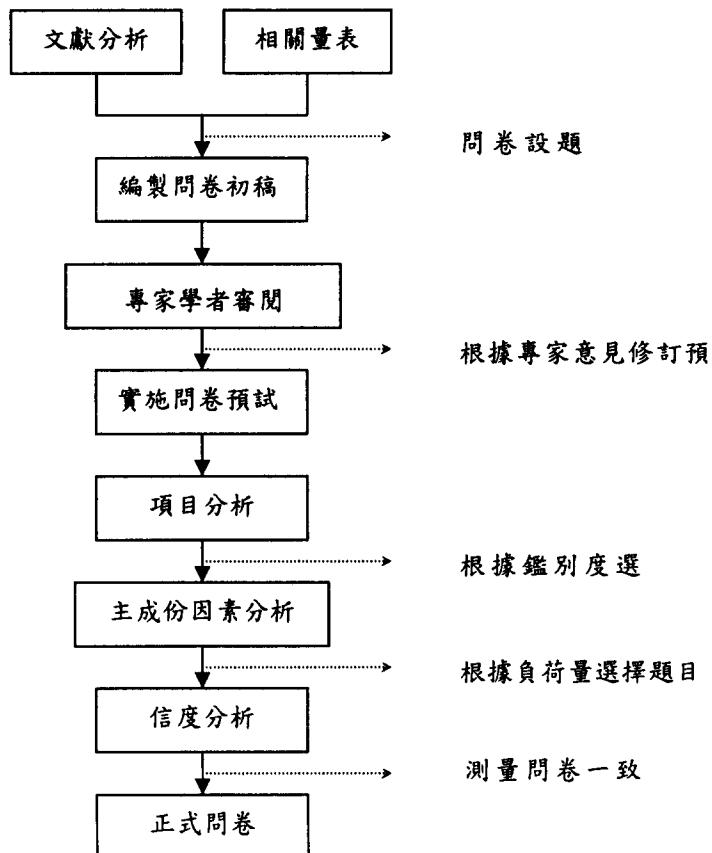


圖 1 問卷編製流程圖

本研究問卷之編製過程，首先以文獻探討所得有關遊客旅遊特性及活動滿意度有關理論作為設題之基礎，另外參酌許義雄等編之「2006 內門宋江陣嘉年華活動效益評估之研究量表」，綜合比較研判後，完成問卷初稿。其後，為使問卷之設題更臻周全，乃進一步委請實踐大學觀光管理學系許義雄教授、實踐大學體育室方信淵教授及休閒產業管理學系林保源教授等，分別就問卷初稿各問項內容加以審視，並提供修正意見，據以編製「2007 高雄內門宋江陣活動遊客旅遊特性及活動滿意度之研究」預試問卷。問卷編製流程如圖 1。

本研究為了解受試者在填答、閱讀等方面是否有困難或疑惑，乃於目標地區內隨機遴選 100 名遊客，進行問卷預試。共計發出預試問卷 100 份，回收 100 份；剔除填答模糊、漏（誤）答或填答規律之無效問卷 1 份，得有效問卷 99 份。預試所得資料，除作為問卷設題修訂之參考外，另提供作為項目分析及信效度檢測之用。

（二）問卷內容與作答方式

本問卷區分個人基本資料、旅遊特性、活動滿意度等三部分。基本資料部分的問項，包括性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、現居地及居住本地時間等；旅遊特性部分的問項，則包括參加次數、留宿比例、用餐地點選擇、消費金額、消費項目、同行同伴的性質、交通工具的選擇、參加活動之理由、以及參加活動項目等，計 9 題，其中包含 3 題複選題；活動滿意度部分的問項，題項內容涉及活動的規劃與安排、餐飲服務與衛生清潔、解說人員的專業與態度、安全措施的安排等，計 14 題。各分量表經專家檢視後，除修改部分問項之陳述內容外，均予保留，待後續進一步檢測後再決定刪除否。

問卷作答方式，除第一、二部分外，活動滿意度部分係採李克特（Liker）五點量表評量，依序為「非常滿意」、「滿意」、「尚可」、「不滿意」、「非常不滿意」，所代表分數分別為 5、4、3、2、1；其作答方式是請受試者依個人主觀認知及實際情況，評估問卷上每一問項的陳述句，比較其符合程度。

（三）問卷題目之分析

1. **項目分析**：預試回收之間卷，首先進行項目分析。依據 Thomas and Nelson (1990) 的建議，按總分高低排序後，分別選取分數最高和最低

的 27%（回收總份數 \times 27%），並將之區分為高分組和低分組，再透過獨立樣本 t 檢定進行各題項之鑑別度 (item discrimination indices) 檢測，即計算此兩組在每一題項上之平均數差異，以獲取每一題項的臨界值 (critical ratio) 及檢驗兩組間是否達到顯著差異。凡臨界值 (t 值) 高於 1.96 或高低分組間達 $p < .05$ 的顯著差異水準時，該題項始具較佳鑑別度，否則應予以刪除。⁷ 本研究項目分析結果，在活動滿意度分量表各題項之臨界值均高於 1.96，且高低分組間均達 $p < .05$ 的顯著差異水準，均予保留。

2. 信效度分析：效度部分，本研究以探索性因素分析來進行。在因素分析之前，先求得各分量表之取樣適切性量數 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 及 Bartlett 球形檢定，以確定本研究所編製之量表適合進行因素分析。結果顯示，活動滿意度分量表之 KMO 為 .90，Bartlett 球形檢定達 $p < .001$ 顯著水準，顯示各題項間共線性低，適合進行因素分析。本研究所採因素分析是以主成份分析法 (principal component analysis) 抽取共同因素，保留特徵值大於 1 的共同因素，再以最大變異法 (varimax rotation) 進行直交轉軸。最後就因素分析的結果，舉凡因素負荷量低於 .40 的題目，均予以剔除，而負荷量介於 .40 至 .45 之間者，則針對題目內容或文字陳述方式，予以再修正。因素分析結果，累積解釋變異量達 55%，且各題項因素負荷量均超過 .45，故均予以保留。信度檢測部分，本研究回收之預試問卷所獲信度是以 cronbach's α 求其內部一致性，活動滿意度分量表 cronbach's α 為 .85，達可接受之信度水準。

(四) 正式施測

本研究正式問卷施測於民國九十六年三月二十四、二十五、三十一日，以及四月一至五日進行，以活動期間參與內門宋江陣嘉年華之遊客與部分比賽隊伍成員為調查對象，合計發出 650 份問卷，因採一對一面談方式施測，故擁有非常良好的問卷回收率（回收 650 份，回收率 100%）。惟遊客在某些

⁷ 邱皓政，《量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析》，(臺北：五南書局出版公司，2002)。



問題上的認知不同，疏忽未答或作答結果顯屬不合理等，凡有此情形者均視為無效問卷。經詳細檢視所有回收問卷後，計剔除無效問卷 5 份，合計得有效問卷 645 份。

其後，就所得之有效問卷進行內部一致性檢驗，結果顯示，活動滿意度分量表 cronbach's α 為 .89，達可接受之信度水準。

三、資料處理

問卷調查所得資料，俟問卷回收後，隨即逐一檢視並登錄於電腦檔案中，再透過統計軟體（SPSS10.0 版本）加以統計處理。統計方法說明如下：

（一）次數分配、平均數及標準差

計算各題項之次數分配、平均數與標準差，以了解填答情形，並作為研究對象背景特質分布情形、遊客之旅遊特性，以及活動滿意度現況之評估分析。

（二）項目分析與信度分析

利用項目分析與 Cronbach's α 信度分析來進行問卷題目的分析，作為題目刪改的參考依據。

（三）因素分析

就各類受試對象的性質，先列出受試對象得分之相關係數矩陣，再根據相關係數矩陣抽取共同因素，然後由共同因素經主軸轉法，抽出因素負荷量較高之所需因素，並以所需因素負荷量之多寡，排列因素行列，藉以決定遊客活動滿意度之因素內容及名稱。

（四）獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析

目的在探討人口變項在整體活動滿意度上之差異情形，若達 $p < .05$ 的顯著水準，則以薛費法（sheffe）事後比較，進一步分析各組間之差異情形。

參、結果分析

一、遊客基礎資料分析

由表 1 可知，本研究 645 位受測對象中，男女遊客比例近各半（男性佔 48.2%，女性佔 51.8%）；年齡則以 30 歲以下族群居多，佔 71.4%；至於受訪遊客的教育程度，以大專以上程度者最多（53.8%），其次是高中職程度（28.6%），二者合計超過八成（82.4%），顯示遊客教育程度頗高。

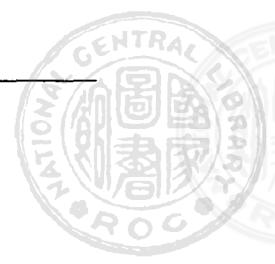


在職業方面，學生是最大宗的遊客群，佔 59.7%，其次依序是軍公教（9.0%）、商（7.6%）、工（7.0%）等，餘比例均不及 5%；在婚姻狀況方面，以未婚者最多，佔 73.6%，已婚遊客僅佔 26.4%；在遊客居住地方面，以旗山、內門以外地區的外來遊客居多，佔 74.4%，現居地為旗山、內門本地民眾則佔 25.6%。足見，宋江陣嘉年華活動已逐漸在國內打響名號。

綜合上述結果，本研究受訪遊客以外地來的年青學子最多，且主要是高中職以上的學生，此結果顯然與大專院校創意宋江陣比賽有關。本活動在媒體大力宣傳下，加上參賽隊伍實力較往年堅強，競爭益加激烈，可看性與精采度也越來越高，在這些因素的刺激下，即吸引相當多的青年學子前來參與此活動。值得注意的是，在性別上，男女性遊客的比例接近各半，顯示此活動普遍受到歡迎，男女皆宜。

表 1 問卷調查之遊客基礎資料一覽表

變項	組別	人數	百分比
性別	男	311	48.2
	女	334	51.8
年齡	20 歲以下	228	35.3
	21-30 歲	233	36.1
	31-40 歲	73	11.3
	41-50 歲	66	10.2
	51-60 歲	37	5.7
	60 歲以上	8	1.2
教育程度	小學以下	16	2.5
	國中	38	5.9
	高中職	110	17.1
	大專以上	481	74.6
職業	學生	385	59.7
	軍公教	64	9.9
	商	45	7.0
	工	49	7.6
	農林漁牧	6	0.9
	自由業	31	4.8
	家庭主婦	24	3.7



	退休人員	12	1.9
	服務業	29	4.5
婚姻狀況	已婚	170	26.4
	未婚	475	73.6
居住地	本地	165	25.6
	外地	480	74.4

二、遊客旅遊特性分析

本研究所調查之遊客旅遊特性，包括參加次數、留宿比例、用餐地點、消費金額、消費項目、同行同伴、交通工具、參與活動的理由和項目等，結果如表 2、3，分述如下：

在參加次數部分，以首次參加者居多，佔 61.7%，足見此活動在媒體大力宣傳下，吸引相當多遊客慕名前來一睹風采；又參加兩次以上的比例近四成(38.3%)，顯示遊客重遊意願頗高。在遊客是否留宿部分，留宿者佔 39.5%，不留宿者佔 60.5%，相較於許義雄等人研究，⁸留宿比例成長超過二成（約 20.7%），推測此結果與活動項目增加，內容也較往年精彩且多樣化等因素有關；另一主要原因，應係遠到而來的遊客增加所致。

在用餐地點的選擇部分，受訪遊客絕大多選擇在內門、旗山地區內用餐（佔 85.1%），此結果應與活動場所周邊聚集甚多攤販，且大部分的遊客基於方便考量，而選擇參加活動後直接在當地用餐有關。至於消費金額部分，超過八成以上的遊客在整個活動期間所花費的金額低於新台幣 1,000 元，其因應與遊客多數不留宿有關，相較於去年，⁹消費金額低於 1,000 元的比例高出 23%，顯然此活動所帶來的商機與效益相當有限，值得有關單位注意。

在消費項目部分，以餐飲支出為最大宗，佔 70.7%，餘包括購買紀念品、農產品、住宿等項的消費比例均不及一成。由此可知，主辦單位在農產品、紀念品方面的規劃與設計相當不足，導致遊客在消費上顯得非常保守，甚為可惜。

⁸ 許義雄等，《宋江陣文化觀光產業之建構—以宋江陣效益評估為中心之探討》，(台北市：交通部觀光局，2006)。

⁹ 許義雄等，《宋江陣文化觀光產業之建構—以宋江陣效益評估為中心之探討》。



表 2 遊客旅遊特性調查結果一覽表（單選題）

變項	組別	人數	百分比
遊客參加次數	第一次	398	61.7
	第二次	109	16.9
	第三次	138	21.4
遊客留宿比例	留宿	255	39.5
	未留宿	390	60.5
用餐地點選擇	內門、旗山地區	549	85.1
	內門、旗山以外地區	96	14.9
	1000 元以下	527	81.7
遊客消費金額	1001~2000 元	63	9.8
	2001~3000 元	23	3.6
	3001~4000 元	10	1.6
	4001 元以上	22	3.4
	餐飲	456	70.7
遊客消費項目	購買紀念品	58	9.0
	在地農產品	44	6.8
	住宿費用	18	2.8
	其他	69	10.7
	徒步	15	2.4
交通工具	腳踏車	14	2.1
	機車	180	28.1
	自用轎車	260	40.3
	接駁公車	34	5.3
	計程車	4	0.6
	遊覽車	132	20.4
	其他	6	0.9

在交通工具的選用上，以自用轎車為主（40.3%），機車居次（28.1%），兩者合計近七成（68.4%），較去年降低約二成（-19%），但仍偏高，此結果與內門地處偏遠且聯外交通網絡並不發達有關，自行開車或騎車前往，一則機動性高，二則便於搭載親友及同行同伴。至於主辦單位所提供之免費接駁



公車僅佔 5.3%，雖然較去年成長 3.7%，不過仍然偏低。主要原因可能是接駁車僅往返旗山、內門地區，對於其他周邊鄉鎮助益不大，相對減損遊客的搭乘意願，值得有關單位注意。

除上述外，包括同行同伴的性質、參與活動的理由及項目等題項為複選題，故以 SPSS 軟體之複選分析方式加以處理。首先，在同行同伴部分，645 位受訪者對於本題項計勾選 783 個答案，其中回答同學者計有 319 人，佔全體反應的 40.7%，佔總人數的 50.0%；回答親人者計有 214 人，佔全體反應的 27.3%，佔總人數的 33.5%；而回答朋友者計有 162 人，佔全體反應的 20.7%，佔總人數的 25.4%。此結果與去年相較，¹⁰變化較大者為「同學」一項，去年佔全體反應 12.8%，佔總人數 15.3%，今年明顯成長甚多。嚴判與大專院校創意宋江陣比賽越來越受到年輕學子關注及喜愛有關，由此，亦凸顯主辦單位透過此競賽活動吸引年輕族群的策略收到相當好的成效。不過，歷年在旅行團部分的比例均顯著偏低，未來主辦單位或可以此族群為目標，規劃合適活動，吸引更多旅遊團前來。

在參加活動的理由部分，計有 1109 個答案，回答喜歡宋江陣者計有 216 人，佔全體反應的 19.5%，佔總人數的 33.5%；其次是想瞭解內門文化、生態者計有 203 人，佔全體反應的 18.3%，佔總人數的 31.5%；本身為表演者計有 177 人，佔全體反應的 16.0%，佔總人數的 27.5%；慕名而來者計有 176 人，佔全體反應的 15.9%，佔總人數的 27.3%。此結果與去年相去不遠。唯一變化較大者為「本身是表演者」，成長逾一成（11%）。整體看來，遊客普遍反應喜愛宋江陣活動或仰慕其名，顯示近年高雄縣政府與民間團體積極努力規劃籌辦下，內門宋江陣活動已漸打響名號，藝鄉重鎮之盛名已然受到國人注意。

在參與活動的項目部分，今年主辦單位規劃一系列宋江陣嘉年華活動，可資遊客選擇或參加的項目均較去年增加，精彩度也增加不少。645 位受訪者計勾選 1,046 個答案，平均每位遊客約參與 1.62 個活動，其中以參與大專創意陣頭優勝隊伍表演者最多，計 519 人，佔全體反應 49.6%，佔總人數 80.6%，餘各項活動的參與率普遍不理想。

¹⁰ 許義雄等，《宋江陣文化觀光產業之建構—以宋江陣效益評估為中心之探討》。

表 3 遊客旅遊特性調查結果一覽表（複選題）

變項	組別	反應數	總人數(%)	全體反應(%)
同行同伴	親人	214	33.5	27.3
	同學	319	50.0	40.7
	旅行團成員	21	3.3	2.7
	同事	49	7.7	6.3
	朋友	162	25.4	20.7
	其他	18	2.8	2.3
參與活動理由	想了解內門文化與生態	203	31.5	18.3
	慕名而來	176	27.3	15.9
	喜歡宋江陣	216	33.5	19.5
	參與表演	177	27.5	16.0
	其他	337	52.3	30.3
參與活動項目	大專創意宋江陣比賽	519	80.6	49.6
	內門內埔宋江陣	57	8.9	5.4
	內門南海紫竹寺龍陣	61	9.5	5.8
	內門國小宋江陣	45	7.0	4.3
	其他	364	56.4	34.9

三、遊客活動滿意度之分析

(一) 遊客活動滿意度之因素分析

本研究遊客活動滿意度量表共計 14 題，為得出樣本之活動滿意度構面，採用主成份分析法來進行因素分析，再以最大變異法做直交轉軸擷取因子負荷量大於 0.5 的因子，結果顯示出特徵值大於 1 的因素共可縮減為二個因素構面，總解釋變異量為 53.32 %；經 Bartlett 球形檢定達顯著水準，抽樣妥適度檢定之 KMO 係數值為 0.90，顯示遊客對此 14 項活動滿意項目具有良好縮減構面之適宜性，其結果亦是可信賴，各因素所含之因子依其負荷量高低排序如表 4。

遊客活動滿意度經因素分析結果，計得兩個因素構面，以下就各因素之內容，分別賦予適當的名稱，茲分述如下：

第一因素：包含 9 項因子，解釋變異量 59.28%， α 值為 .87，且內容多與活動安排、規劃及其他活動服務有關，故命名為「活動規劃與服務」因素。



第二因素：包含 5 項因子，解釋變異量 59.03%， α 值為 .82，其內容均涉及交通規劃及服務有關，因此命名為「交通規劃與服務」因素。

表 4 遊客活動滿意度之因素分析摘要表

題號及題項	因素負荷量	解釋變異量	α 值	因素名稱
13.解說人員的專業度	.788	59.28	.87	活動規劃與服務
14.安全措施的安排	.754			
12.解說人員的態度	.740			
10.餐飲服務	.704			
11.環境清潔衛生	.652			
6.活動項目及內容安排	.627			
9.活動資訊提供	.583			
8.活動表演精采度	.550			
7.活動空間的設計與配置	.539			
2.交通動線規劃	.855			
1.聯外交通便利性	.848	59.03	.82	交通規劃與服務
3.交通管制措施	.766			
4.沿路路標指引	.680			
5.停車場設置便利性	.558			

(二) 遊客活動滿意度之現況分析

此部分係採李克特五點量表，5 分為非常滿意，4 分為滿意，3 分為尚可，2 分為不滿意，1 分為非常不滿意。所得資料經平均數及標準差等描述性統計方法處理，結果如表 5。

首先，在「交通規劃與服務」構面，各題項平均數均超過 3 分，顯然遊客對於各項交通方面的規劃與服務尚屬滿意；其次，在「活動規劃與服務」構面，多數題項介於 3~4 分，表示遊客對於活動方面的規劃與服務尚滿意，值得注意的，遊客對於「活動表演精采度」題項的平均得分達 4.23，可見在表演者賣力演出下，倍受遊客肯定。總體來看，遊客對此活動尚稱滿意（平均得分為 3.81 分）。



表 5 遊客活動滿意度之平均數、標準差摘要表

因素構面	題項	平均數	標準差
交通規劃與服務	1.聯外交通便利性	3.66	.86
	2.交通動線規劃	3.78	.79
	3.交通管制措施	3.78	.79
	4.沿路路標指引	3.92	.81
	5.停車場設置便利性	3.66	.97
	6.活動項目及內容安排	3.94	.73
整體交通規劃與服務		3.79	.76
活動規劃與服務	7.活動空間的設計與配置	3.79	.85
	8.活動表演精采度	4.23	.71
	9.活動資訊提供	3.97	.79
	10.餐飲服務	3.65	.90
	11.環境清潔衛生	3.64	.93
	12.解說人員的態度	3.86	.78
整體活動規劃與服務		3.84	.70
整體滿意度		3.81	.54

(三) 人口變項與遊客滿意度之分析

本研究透過獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析，逐一探討性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況，以及現居住地等人口變項在整體活動滿意度上的差異情形，結果如表 6。

表 6 人口變項與活動滿意度之差異性考驗摘要表

人口變項	t 值／F 值	事後比較
性別	2.87*	男 > 女
年齡	5.95*	41~50 歲, 51~60 歲 > 20 歲以下, 21~30 歲
教育程度	11.29*	國中, 高中職 > 大學(專)以上
職業	3.71*	工、退休人員 > 學生
婚姻狀況	.46	n.s.
現居地	2.45	n.s.



* $p < .05$, n. s. : 無顯著差異

由表五可知，除婚姻狀況及現居地兩個人口變項在整體活動滿意度上沒有顯著差異外，餘均有顯著差異情形。進一步事後比較發現，男性遊客的活動滿意度高於女性遊客，年齡 41~60 歲遊客高於 30 歲以下，教育程度為國中及高中者的活動滿意度明顯高於教育程度為大專以上者，工人及退休人員對於活動的滿意度則明顯高於學生。

肆、結論與建議

承上結果分析，本研究得到諸多結論，以下並針對結論，提出具體建議，以為爾後主辦單位或其他相關單位舉辦此活動時之參考。

一、結論

(一) 遊客基礎資料分析

在性別部分，女性遊客比例略高於男性，雖然二者相去不遠，不過在這類較陽剛性的活動中，女性參與人數多於男性，實屬難得，這也凸顯此活動已普遍受到歡迎與喜愛。在年齡部分，以 30 歲以下的遊客居多，且較往年稍有成長，顯示參與此活動的遊客年齡層有逐漸下降的趨勢，研判與大專院校創意宋江陣比賽有密切關係。在教育程度部分，大專程度以上者佔最大宗，高中職以上者更達九成，顯示參與此活動的遊客教育程度頗高。在職業類別部分，以學生居多，較往年成長甚多，其中除本身為表演者外，有相當多是前來觀賞表演及為比賽加油的遊客。在婚姻狀況部分，由於多數遊客為學生，因此未婚者明顯較已婚多。至於居住地部分，大部分遊客多來自外地，本地居民僅佔少數，顯示此活動已發展成為全國性的大型活動。

(二) 遊客旅遊特性分析

在參加次數部分，首次參加者比例居首位，第二次以上參加的比例亦高，顯示旅客的重遊意願頗高。在留宿與否部分，留宿比例近四成，不留宿比例仍高，不過，留宿比例已較去年成長逾二成，研判與今年活動項目大幅增加有關。在用餐地點部分，選擇在內門、旗山地區內用餐的遊客比例逾八成，此結果應與主辦單位在活動場地周邊規劃非常多的臨時攤販有關，此亦凸顯遊客以便利性為用餐地點的主要考量。在消費金額部分，遊客在整個活動期間的消費金額普遍不高，主要原因是遊客不留宿，且其他可資消費的項目甚

少，是主辦單位未來努力的重點。在消費項目部分，以餐飲支出為最大宗，餘項目普遍偏低。在同行同伴方面，多數受訪遊客是與同學一同前來，與親友同行者居次，前者較去年成長近三成，顯示主辦單位以大專院校宋江陣頭比賽為宣傳主軸，已收到成效。在交通工具的選擇方面，以自行開車或騎乘機車者居多，其因係內門地處偏遠，聯外交通網絡不便，且開車與騎車方式機動較高，較不受時間限制，然而搭乘接駁公車的比例甚低，值得有關單位檢討與改進。在參與活動的理由與項目方面，喜愛宋江陣是最主要的理由，而大專院校創意宋江陣頭比賽是參與比例最高的活動。

（三）遊客活動滿意度分析

1. 遊客活動滿意度之因素構面：經因素分析結果，計得兩個因素，依各因素之內容分別命名為「活動規劃與服務」及「交通規劃與服務」。
2. 遊客活動滿意度之現況：遊客之整體活動滿意度介於「尚可—滿意」之間，而「交通規劃與服務」和「活動規劃與服務」兩構面的滿意度亦達中度以上水準。進一步分析發現，「活動表演精采度」一項的滿意程度最高，顯示表演者的賣力演出，倍受遊客肯定。
3. 人口變項與遊客活動滿意度分析：除不同婚姻狀況及現居住地未達顯著差異，其餘變項與遊客滿意度間均有顯著差異情形。其中，男性遊客的滿意度高於女性遊客，國、高中教育程度的遊客高於大專以上教育程度的遊客，41~60 歲遊客高於 30 歲以下遊客，工人和退休人員的滿意度則高於學生。

二、建議

（一）傳統與創意並重

本次內門宋江陣活動以大專院校創意宋江陣比賽作為宣傳的主軸，成功吸引更多的遊客前來觀賞，且遊客年齡層越來越年輕化，女性遊客甚至較男性遊客來得多，對此結果，可以說喜憂參半，喜者因大專創意陣頭的相關活動吸引更多遊客，憂者其僅帶來遊客數，但其他傳統活動項目非但未因而引起關注，反而淪為配角。未來若持續這樣發展下去，不禁令人憂心，傳統藝陣文化終將被創意所取代，進而沒落，甚至失傳。此發展現象，顯然與舉辦民俗文化活動的本意相悖離，值得有關單位注意。不可否認的，儘管創意宋江陣比賽成功吸引相當多年輕學子參與，但社會中仍存在為數眾多的傳統宋

江陣迷，因此，建議有關單位未來應以傳統為基礎，創意做發展，二者並重，以臻雙贏。

（二）妥善規劃及行銷當地農特產品

遊客在宋江陣活動期間的消費金額普遍偏低，且絕大多數的消費集中在餐飲方面，對於農特產品的消費不及一成，顯然主辦單位對於農特產品的推銷缺乏周全的規劃與設計，未能藉此活動有效行銷當地特產，甚為可惜。內門鄉雖地處偏遠，惟農業發展不可小噓，在地農特產品亦頗負盛名，理應配合此活動的舉辦，擴大推銷具當地特色的農產品。

（三）加強聯外交通建設

內門鄉地處偏遠，加上聯外交通網絡並不發達，且大眾運輸並不便利，使得宋江陣活動期間，遊客多數必須自行開車或騎車前來，因而造成活動場地周邊交通相當擁塞，旅遊品質大打折扣。此現象即反應在本研究中，遊客對於聯外交通的便利性，以及停車場設置的便利性之滿意度較低。因此，建議有關單位應重視並加速內門鄉聯外交通建設，俾利此活動之推展。

（四）提升服務品質

本研究結果發現，遊客對於活動規劃與服務的滿意度介於「尚可－滿意」程度，其中又以活動精彩度的滿意度最高，主辦單位的努力與用心已普遍受到多數遊客的肯定。惟仍有部分服務項目的滿意度較低，如餐飲服務及環境衛生等，盼有關單位共同努力改善，提升服務品質，讓整個活動更臻完美。



引用文獻

- 方信淵、鄭雙慧、林裕恩，〈民眾對內門宋江陣活動知覺程度研究〉，《身體文化學報》，1（臺北，2005）：73-89。
- 李素馨，〈觀光新紀元：永續發展的選擇〉，《戶外遊憩研究》，9.4（臺北，1996）：1-17。
- 李榮家，〈高雄縣內門鄉內埔宋江陣之考察〉，《身體文化學報》，1，（臺北，2005）：55-72。
- 吳宗瓊，〈節慶活動與地區行銷〉，《台灣農業旅遊學術研討會論文成果報告書》（臺北，2000）：90-97。
- 邱皓政，《量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析》，臺北：五南書局出版公司，2002。
- 許義雄等，《宋江陣文化觀光產業之建構：以宋江陣效益評估為中心之探討》，台北市：交通部觀光局，2006。
- 簡惠貞、王志勇，〈外籍旅客對台灣民俗慶典活動參與意願之研究－端午節龍舟賽為例〉，《第二屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營管理學術研討會論文集》（高雄，2002）：435-444。
- Cunningham. H., “Event Marketing: State of the industry and research agenda” , Festiva Management & Event Tourism, 2.3 (USA, 1995): 123-127.



The study of the Tourists Travel Characteristic and Activity
satisfaction of 2007 Kaohsiung Neimen Song-Jiang Jhen
Battle Array

Chiou-Chi Hsiau
Huei-Wen Pan
Ming-Lu Sung
Tsai-Chiao Wang
Shih Chien University
Shih Chien University
Shih Chien University
Hsuan Chuang University

Abstract

The object of this research was to inquire the travel characteristic of the tourists in 2007 Kaohsiung Neimen Song-Jiang Jhen Battle Array, and treat their (the tourists') satisfaction of this activity. The concrete studied topics included: (1) the analysis of the tourists' characteristic. (2) The factor composition of the tourists' satisfaction. (3) The state of play of the tourists' activities satisfaction. (4) The status of difference tourists' satisfaction in different background variables. The method of this research was using questionnaires and random sampling 650 tourists who participated in this activity as the subject of this study. According to the data analyses, the study had the following conclusions. (1) The tourists tended not to stay there overnight, but stayed there for meal. The main consumer goods were food, and the whole expense amount was slanted low. University creativity battle array were the most popular activity. (2) According to the result of the factor analysis, the tourists' activity satisfaction could be compartmentalized to "Transportation planning and service" and "Activity planning and service". (3) The ensemble of the tourists' activity satisfaction was between "Still permissible to satisfaction" ($M=3.81$) and the "brilliance of the performance" got the highest



satisfaction ($M=4.23$). (4) There were significant differences among residents of different backgrounds on the activity satisfactions. In further analysis, we found that male, tourists who have got married and local tourists were more than female, tourists who have not got married and the tourists who came from other places. Tourists' whose ages were at 40 to 60 were more than the tourists' whose ages were under 30 years old. Tourists' level of education, which was at junior high school and senior high school, were more than at university or above.

Keywords: Song-Jiang Jhen Battle Array, travel characteristic, activity satisfaction

