

2008 高雄內門宋江陣活動遊客滿意度與重遊意願之研究

蕭秋祺 實踐大學
宋明律 實踐大學
潘慧雯 實踐大學
王采蕎 玄奘大學

摘要

本研究旨在探討 2008 年高雄內門宋江陣活動之遊客滿意度與重遊意願。研究採問卷調查方式進行，並以隨機抽樣方式，抽取 640 位參與本項活動之遊客為研究對象。所得資料經統計分析與處理後，得到以下結論：(一) 因素方面，遊客活動滿意度可區分為「服務設計」、「交通導引」和「活動資訊」等三構面；(二) 遊客之整體活動滿意度介於「尚可－滿意」之間，其中又以「活動表演精采度」的滿意程度最高，而遊客之重遊意願介於「願意－非常願意」之間；(三) 不同背景遊客在活動滿意度與重遊意願上部分有顯著差異情形；(四) 遊客活動滿意度與重遊意願有顯著正相關，其中重遊意願與活動項目及內容安排之相關程度又高於整體活動滿意度與重遊意願。進一步以逐步迴歸分析發現，活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等為影響遊客重遊意願的五大主因。

關鍵詞：宋江陣、活動滿意度、重遊意願

壹、緒論

一、研究背景與動機

近年來，隨著物質生活品質的提升，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。隨著觀光產業的快速發展，在經濟及降低傳統型觀光的負面衝擊下，培養當地居民與遊客的良性互動，並維護自然與社會環境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¹（Cunningham, 1995）。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、藝能活動的觀光旅遊活動。准此，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升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²。遂此，2005 年交通部觀光局特將內門之民俗藝陣活動列為全國十二大節慶活動之一，並允諾將補助經費每年舉辦。

宋江陣是相當具有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。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，³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。從 2005 年開始，高雄縣政府觀光交通處舉辦「全國大專院校創意宋江陣頭大賽」，迄今舉辦四屆，目前已是國內重要地方節慶活動之一。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賦予的效益與價值，進而肯

¹ Cunningham. H., "Event Marketing: State of the industry and research agenda", *Festiva Management & Event Tourism*, 2. 3 (USA, 1995): 123-127.

² 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論文集》（高雄，2002）：435-444。

³ 許義雄、蕭秋祺、方信淵、林玫英、李淑芝，〈宋江陣文化觀光產業之建構：以宋江陣效益評估為中心探討〉（台北：交通部觀光局，2006）。

定與支持此活動。是以，本研究於 2008 年內門宋江陣活動期間，透過問卷調查方式，探討地方居民與遊客之活動滿意度及重遊意願。

二、研究目的與課題

基於上述研究背景考量，旨在探討 2008 年高雄內門宋江陣活動之遊客活動滿意度與重遊意願。具體研究課題包括：

- (一) 分析內門宋江陣活動遊客活動滿意度之因素構面。
- (二) 了解內門宋江陣活動遊客活動滿意度與重遊意願之現況。
- (三) 檢視不同背景變項之遊客在活動滿意度與重遊意願之差異情形。
- (四) 探討內門宋江陣活動遊客活動滿意度與重遊意願之影響關係。

貳、研究方法

一、研究範圍與對象

本研究依照研究目的與課題，以參與 2008 年高雄內門宋江陣活動之當地居民、遊客及表演者為研究對象。問卷施測對象則由本研究團隊於研究期間派員前往活動場地範圍內，以隨機抽樣方式，選取符合樣本標準者進行之，共計選取 640 位。

二、問卷設計與調查

(一) 問卷設計

本研究問卷之編製過程，以文獻探討所得有關旅遊特性、遊客滿意度及重遊意願相關理論作為設題之基礎，另參酌許義雄等編之「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，為使本問卷設題更臻周全，進一步委由實踐大學觀光管理學系許義雄講座教授、本研究主持人實踐大學觀光管理學系蕭秋祺助理教授及共同主持休閒產業管理學系林保源老師等，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「2008 高雄內門宋江陣之遊客活動滿意度與重遊意願之研究」預試問卷。

本問卷包含個人基本資料、活動滿意度與重遊意願等三部分。基本資料包括性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、現居地及平均月收入等；活動滿意度共計 15 題項，而重遊意願計 2 題項，此兩部分均採李克特 (Likert) 五點量表設計。

（二）問卷預試

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抽取當地居民及遊客 50 名，進行問卷預試。共計發出預試問卷 50 份，回收 50 份，回收率 100%；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 49 份，有效率 98%。預試所得資料，除作為問卷設題修訂之參考外，另外提供作為項目分析及信效度檢測之用。

（三）項目分析

預試回收之問卷，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×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。根據邱皓政（2005）的說法，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。本研究項目分析結果，活動滿意度及重遊意願各題項，其臨界值均高於 1.96，且高低分組間均達 $p < .05$ 的顯著差異水準，故均予保留。

（四）信效度分析

效度部分，本研究將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 .898，Bartlett 球形檢定達 $p < .001$ 顯著水準；重遊意願分量表之 KMO 為 .925，Bartlett 球形檢定亦達 $p < .001$ 顯著水準；由此可知，兩分量表之各題項間共線性低，均適合進行因素分析。

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，首先，在活動滿意度量表部分，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；在重遊意願量表部分，累積解釋變異量為 62%，且各題項因素負荷量均超

過 .45，亦均予以保留。

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，其中活動滿意度量表 cronbach's α 為 .914，而重遊意願量表 cronbach's α 為 .878，均達可接受之信度水準。

(五) 正式施測

本研究正式問卷施測於民國九十七年三月二十九，以及三月三十一至四月六日，對象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主，以簡單隨機抽樣方式對現場觀眾、遊客、參賽人員進行調查。本研究每天皆安排研究人員至現場進行問卷施測，合計發出 640 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，有效回收 640 份，回收率 100%。惟遊客在某些問題上的認知不同，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 21 份，合計得有效問卷 619 份，有效率為 96.7%。

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 .914，而重遊意願分量表 cronbach's α 為 .878，均達可接受之信度水準。

三、資料處理

本研究依照研究目的與課題，透過不同統計方法加以處理。首先，以因素分析探究活動滿意度之構面；其次，經由敘述性統計探討活動遊客活動滿意度與重遊意願的現況；再者，以獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析了解不同背景變項之遊客在活動滿意度與重遊意願的差異情形，若達顯著水準 ($p < .05$)，則進一步以薛費法 (Scheffe) 事後多重比較，深入了解各變項間之異同；最後，以皮爾森積差相關與多元迴歸分析檢視內門宋江陣活動遊客活動滿意度與重遊意願之影響關係。

參、結果分析

一、基本資料分析

本研究透過問卷調查方式，共計回收 619 份問卷，遊客在各人口變項上的分布情形，如表 1 所示。在性別部分，男女遊客比例近各半(男性占 48.3%，女性占 51.7%)；年齡則以 30 歲以下族群居多，占 66.1%；在教育程度部分，

大學（專）以上者占近七成（68%），高中（職）以上者逾八成（85%）。

在婚姻狀況部分，未婚明顯較已婚多；在居住地部分，大部分遊客多來自外地，本地居民僅占 27.5%；在職業部分，以學生族群者最多，其次為軍公教、商、公、自由業、服務業、家庭主婦，餘均不及 5%；在平均月收入部分，月收入六萬以下的遊客超過七成（73.2%），月收入 10 萬元以上的遊客亦占 10.2%。

綜上所述，近年來大專院校創意宋江陣大賽的舉辦，引領傳統的宋江陣活動掀起了一波風潮，且來自北、中、南的參賽隊伍眾多，實力接近，各隊間的競爭也愈加激烈，因而吸引了相當多年輕學子前來觀賞與加油，也逐漸改變遊客的年齡層，且此活動老少咸宜、貧富皆宜，已成為社會各階層民眾之所愛。

表 1 遊客基本資料一欄表

變項	組別	人數	百分比	變項	組別	人數	百分比	
性別	男	299	48.3	職業	學生	298	48.1	
	女	320	51.7		軍公教	72	11.6	
年齡	20 歲以下	178	28.8	商	56	9.0		
	21-30 歲	231	37.3	工	51	8.2		
	31-40 歲	99	16.0	農林漁牧	17	2.7		
	41-50 歲	72	11.6	自由業	44	7.1		
	51-60 歲	28	4.5	家庭主婦	33	5.3		
	60 歲以上	11	1.8	退休人員	6	1.0		
教育程度	小學以下	26	4.2	服務業	42	6.8		
	國中	67	10.8	2 萬元以下	158	25.5		
	高中職	105	17.0	2 萬元以上 ~4 萬元	169	27.3		
婚姻狀況	大專以上	421	68.0	平均 月收 入	4 萬元以上 ~6 萬元	126	20.4	
	已婚	192	31.0		6 萬元以上 ~8 萬元	68	11.0	
	未婚	427	69.0		8 萬元以上 ~10 萬元	35	5.7	
	居住 地	本地	170		27.5	10 萬元以上	63	10.2
		外地	449		72.5			

二、遊客滿意度之因素分析

本研究遊客活動滿意度量表共計 15 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 的因素共可縮減為三個因素構面，其總解釋變異量為 61.06%；經 Bartlett 球形檢定達顯著水準，抽樣妥適度檢定之 KMO 係數值為 .904，顯示遊客對此 15 項活動滿意項目具有良好縮減構面之適宜性，其結果亦可信賴，各因素所含之因子依其負荷量高低排序如表 2。

從表 2 中得知，遊客活動滿意度經因素分析結果，計得三個因素構面，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 7 項因子，解釋變異量 25.05%， α 值為 .873，且內容多與所提供之服務作為問項內容，如解說與服務人員態度及其他相關服務等有關，故命名為「服務設計」因素。

第二因素：包含 5 項因子，解釋變異量 21.87%， α 值為 .863，其內容均涉及交通規劃與指引有關，因此命名為「交通導引」因素。

第三因素：包含 3 項因子，解釋變異量 13.91%， α 值為 .686，其內容均涉及活動流程與資訊，因此命名為「活動資訊」因素。

表 2 遊客活動滿意度之因素分析表

題號及題項	因素負荷量	解釋變異量	α 值	因素名稱
14. 解說人員的專業度	.752			
13. 解說人員的態度	.746			
12. 環境清潔衛生	.716			
15. 安全措施的安排	.645	25.05	.873	服務設計
11. 餐飲服務	.645			
8. 周邊攤販的管制	.590			
7. 活動空間的設計與配置	.574			
3. 交通管制措施	.830	21.87	.863	交通導引
2. 交通動線規劃	.822			
1. 聯外交通便利性	.769			

4. 沿路路標指引	.646			
5. 停車場設置便利性	.631			
9. 活動表演精采度	.851			
10. 活動資訊提供	.647	13.91	.686	活動資訊
6. 活動項目及內容安排	.602			

三、遊客活動滿意度與重遊意願之現況

此部分係採李克特五點量表，5 分爲非常滿意，4 分爲滿意，3 分爲尚可，2 分爲不滿意，1 分爲非常不滿意。遊客活動滿意度與重遊意願經平均數及標準差等描述性統計方法處理，結果如表 3 所示。

首先，在「服務設計」方面，各題項與整體之平均數均超過 3 分，顯然遊客對於各項主辦單位所提供之服務尙屬滿意；其次，在「交通指引」方面，多數題項介於 3~4 分，且整體交通指引滿意度得分亦爲 3.498，即顯示遊客對於交通規劃與指引尙屬滿意；在「活動資訊」方面，每題項更均高於 3.5 分，特別是遊客對於「活動表演精采度」滿意度平均得分達 4.174，足見遊客肯定表演者的賣力演出；此外，活動資訊滿意度不僅高於其他兩項之活動滿意度，亦高於整體活動滿意度，顯示相較於服務設計與交通指引方面，遊客對於活動資訊方面的滿意程度最高。總體來看，遊客對本項活動尙稱滿意 (M=3.574)。此外，在「重遊意願」方面，各題項平均得分均超過 4 分，顯示遊客之重遊意願程度非常高 (M=4.142)。准此，本研究受訪之遊客對於 2008 宋江陣各項活動均抱持著高度的滿意度，並表現出極高的重遊意願。

表 3 遊客活動滿意度與重遊意願之平均數、標準差摘要表

因素名稱	題項	平均數	標準差
活動滿意度	7. 活動空間的設計與配置	3.483	.878
	8. 周邊攤販的管制	3.491	.838
	11. 餐飲服務	3.483	.765
	12. 環境清潔衛生	3.342	.799
	13. 解說人員的態度	3.646	.747
	14. 解說人員的專業度	3.675	.719
	15. 安全措施的安排	3.573	.679
	整體服務設計	3.528	.575

	1. 聯外交通便利性	3.568	.760
	2. 交通動線規劃	3.510	.768
交通導引	3. 通管制措施	3.516	.815
	4. 沿路路標指引	3.621	.760
	5. 停車場設置便利性	3.269	.881
	整體交通指引	3.498	.642
	6. 活動項目及內容安排	3.775	.694
活動資訊	9. 活動表演精采度	4.174	.645
	10. 活動資訊提供	3.851	.646
	整體活動資訊	3.933	.519
整體活動滿意度		3.574	.679
重遊意願	您是否願意『再次』參與宋江陣嘉年華活動	4.108	.689
	您是否願意介紹宋江陣嘉年華活動給親朋好友	4.176	.677
	整體重遊意願	4.142	.645

四、不同背景變項遊客在活動滿意度與重遊意願之差異情形

經由獨立樣本 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、現居地，以及平均月收入等人口統計變項，在遊客滿意度與重遊意願上的差異情形，結果如表 4 所述。

在性別、婚姻狀況及平均月收入等變項的差異情形方面，研究發現，各組在活動滿意度各層面與重遊意願上均未達顯著差異水準。顯示不同性別、婚姻狀況及平均月收入之遊客對於活動滿意度與重遊意願並無顯著差異。餘項在活動滿意度與重遊意願上均有顯著差異情形，分述如后。

在年齡方面，僅遊客重遊意願有顯著差異情形 ($F(5,613)=4.21, p<.05$)，事後比較得知，20 歲以下的遊客重遊意願高於 31~40 歲的遊客。在教育程度方面，惟遊客滿意度存有顯著差異 ($F(3,615)=4.28, p<.05$)，由事後比較發現，教育程度為小學或以下者的活動滿意度明顯高於教育程度為大學（專）以上者。在職業方面，獨遊客重遊意願有顯著差異情形 ($F(8,610)=3.50, p<.05$)，事後比較得知，學生族群的重遊意願高於從事農林漁牧業之遊客。在居住地方面，遊客活動滿意度與重遊意願均有顯著差異 ($t=2.93, p<.05$ ；

$t=4.15, p<.05$), 進一步透過平均數發現, 本地居民對於活動的滿意度與重遊意願均高於外來遊客。

表 4 人口統計變項與遊客滿意度與重遊意願之差異情形摘要表

人口變項	滿意度		重遊意願	
	t 值/F 值	事後比較	t 值/F 值	事後比較
性別	.738	n.s.	-1.31	n.s.
年齡	.524	n.s.	4.21*	20 歲以下 > 31~40 歲
教育程度	4.28*	小學或以下 > 大學 (專) 含以上	.06	n.s.
職業	1.22	n.s.	3.50*	學生 > 農林漁牧
婚姻狀況	1.42	n.s.	-1.79	n.s.
現居地	2.45*	本地 > 外地	4.15*	本地 > 外地
平均月收入	1.73	n.s.	.77	n.s.

五、遊客滿意度與重遊意願分析

(一) 遊客滿意度與重遊意願之關係

以皮爾森積差相關分析了解遊客活動滿意度與重遊意願間的關係, 其結果如表 5 所示。

整體滿意度與重遊意願呈顯著正相關 ($r=.417$), 進一步分析探討各項滿意度與重遊意願間之關係得知, 遊客滿意度與重遊意願均為顯著正相關。

再者, 探討遊客滿意度與重遊意願相關係數的強度大小。發現, 整體滿意度與重遊意願具中度相關, 而在 16 項活動滿意度中僅活動項目及內容安排與重遊意願 ($r=.436$)、活動表演精采度與重遊意願 ($r=.405$) 呈中度相關, 並發現活動項目及內容安排與重遊意願間之相關程度更高於整體滿意度與重遊意願的關係。除此之外, 各項滿意度與重遊意願均為低度相關 ($r=.234\sim.343$) 顯示, 遊客對於活動項目及內容安排的好壞, 與其是否再次參與本活動有很大的關係。

表 5 遊客活動滿意度與重遊意願相關分析表

D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
D	1																
1	.258	1															
2	.256	.682	1														
3	.234	.608	.702	1													
4	.322	.484	.505	.603	1												
5	.251	.473	.518	.533	.505	1											
6	.436	.374	.349	.326	.449	.390	1										
7	.288	.356	.389	.412	.373	.434	.438	1									
8	.318	.388	.434	.485	.444	.477	.398	.554	1								
9	.405	.226	.251	.228	.300	.213	.456	.165	.227	1							
10	.343	.300	.293	.254	.359	.289	.391	.320	.269	.419	1						
11	.299	.347	.364	.335	.422	.382	.408	.377	.497	.242	.449	1					
12	.302	.299	.336	.388	.375	.413	.351	.430	.470	.257	.333	.559	1				
13	.265	.391	.388	.378	.370	.408	.370	.418	.445	.289	.390	.440	.503	1			
14	.279	.362	.359	.356	.382	.394	.405	.397	.385	.314	.418	.453	.489	.800	1		
15	.314	.376	.353	.375	.389	.379	.380	.389	.445	.266	.364	.477	.451	.464	.554	1	
T	.417	.307	.354	.368	.359	.326	.444	.420	.427	.358	.383	.420	.411	.454	.475	.475	1

註：D 重遊意願；1.聯外交通便利性；2.交通動線規劃；3.交通管制措施；4.沿路路標指引；5.停車場設置便利性；6.活動項目及內容安排；7.活動空間的設計與配置；8.周邊攤販的管制；9.活動表演精采度；10.活動資訊提供；11.餐飲服務；12.環境清潔衛生；13.解說人員的態度；解說人員的專業度；15.安全措施的安排；T 整體滿意度。

綜上所述，整體及各項遊客滿意度均達顯著相關，顯示遊客是否再次參與此活動與其自身對於活動滿意度程度有直接的關係，其中重遊意願與活動項目及內容安排之滿意程度高於整體活動滿意度，表示遊客再次參與本活動的主要關鍵在於「活動項目及內容安排」。此結果亦可提供主辦單位往後在規劃活動時，須以顧客為導向，並縝密規劃活動之安排，以提升遊客滿意度，亦可間接提高遊客們的重遊意願。

(一) 遊客滿意度對重遊意願之影響

本研究以多元逐步迴歸的方式檢視遊客滿意度對重遊意願的影響，並建立一預測方程式，結果如表 6 所示。

首先，15 項滿意度中僅 5 項滿意度達顯著，分別為：活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等，其累積多元相關係數為 .530，經調整過後的整體解釋變異量為 0.281，亦即此 5 項滿意度能整體預測重遊意願變異量達 28.1%。

再者，以單一自變項來看，在第一模式即被選入的是「活動項目及內容安排」滿意度，可解釋遊客在重遊意願的 19.0% 的變異量 ($F(1,617)=144.907$, $p < .05$)，以調整後的 R^2 來表示，仍有 18.9% 的解釋力；在第二模式被選入的是「活動表演精采度」滿意度，可解釋遊客在重遊意願的 5.3% 的變異量 ($F(2,616)=99.223$, $p < .05$)， F 改變量為 43.546；在第三模式被選入的是「周邊攤販的管制」滿意度，可解釋遊客在重遊意願的 2.1% 的變異量 ($F(3,615)=73.718$, $p < .05$)， F 改變量為 17.419；在第四模式被選入的是「活動資訊提供」滿意度，可解釋遊客在重遊意願的 1.2% 的變異量 ($F(4,614)=58.596$, $p < .05$)， F 改變量為 9.994；在第五模式被選入的是「安全措施的安排」滿意度，可解釋遊客在重遊意願的 0.5% 的變異量 ($F(5,613)=47.968$, $p < .05$)， F 改變量為 4.225。

檢視標準化係數發現，活動項目及內容安排 ($\beta = .220$)、活動表演精采度 ($\beta = .211$)、周邊攤販的管制 ($\beta = .116$)、活動資訊提供 ($\beta = .108$) 與安全措施的安排 ($\beta = .083$) 等 5 項滿意度 β 係數均為正，表示 5 項滿意度對重遊意願的影響均為正向，故遊客滿意度與重遊意願間具正向關連性。^{4,5} 即遊客對於活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等滿意度程度愈高，其重遊意願就愈高。最後得到的迴歸方程式將含括三個認知，即重遊意願 = $.205$ (活動項目及內容安排) + $.211$ (活動表演精采度) + $.089$ (周邊攤販的管制) + $.107$ (活動資訊提供) + $.079$ (安全措施的安排) + 1.481 。

⁴ 曹勝雄《觀光行銷學》台北：揚智文化，2001。

⁵ Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Brown, T., "Thailand's International Travel Image," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42.2 (USA, 2001): 82-95.

揆諸上述研究得知，活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等為影響遊客重遊意願的五大主因，其中又以前兩大因素尤甚。主辦單位未來舉辦類似活動時，可由活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等五大因素開始著手設計、加強相關週邊措施，並藉由重遊意願方程式之估算，即可實值的增加遊客的重遊意願。

表 6 各遊客活動滿意度與其重遊意願之逐步迴歸分析表

變數	R	R ²	調整後 R ²	F 值	β 之估計值	標準化係數 (Beta)	T 值
常數					1.481		8.263*
活動項目及內容安排	.436	.190	.189	144.907*	.205	.220	5.215*
活動表演精采度	.494	.244	.241	99.223*	.211	.211	5.228*
周邊攤販的管制	.514	.264	.261	73.718*	.089	.116	2.917*
活動資訊提供	.526	.276	.272	58.596*	.107	.108	2.687*
安全措施的安排	.530	.281	.275	47.968*	.079	.083	2.055*

肆、結論與建議

一、結論

本研究經問卷調查，得到諸多結論，以下即針對結論，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) 遊客基本資料分析

在性別部分，去年及今年均為女性遊客多於男性，雖然兩者比例相去不遠，不過在這類較剛性的活動中，女性參與人數多於男性，實屬難得，這也凸顯此活動已受到廣泛的歡迎與喜愛。在年齡部分，30 歲以下的遊客占超過六成，顯示參與此活動的遊客年齡層有逐漸下降的趨勢，此應與大專創意宋江陣比賽和表演有密切關係。在教育程度部分，大學（專）以上者占近七成，高中（職）以上者更超過八成，顯然遊客的教育程度均非常高。在職業類別部分，以學生身分者最多，顯然除本身為大專創意陣頭比賽的表演者外，有相當多是前來觀賞及加油的遊客。在婚姻狀況部分，未婚明顯較已婚多，但已婚的部分較去年成長 4.6%，顯示愈來愈多遊客以家庭旅遊的方式參與本活

動。在居住地部分，大部分遊客多來自外地，本地居民僅占二成多，顯示本活動已成為吸引外來觀光客的民俗藝陣活動。在平均月收入部份，多數遊客平均月收入在 6 萬元以下，有 52.8% 的遊客更在 4 萬元以下，顯示本活動吸引中下收入之民眾觀賞，此結果可能與年輕學生族群有關，主辦單位應加強此周邊活動，如藝文或文化活動，以吸引較高社經水準之民眾參與。

(二) 內門宋江陣活動遊客活動滿意度之因素構面

本研究遊客活動滿意度量表共計 15 題，得三個「遊客活動滿意度」因素，第一因素內容多與所提供之服務有關，故命名為「服務設計」因素。第二因素內容均涉及交通規劃與指引有關，因此命名為「交通導引」因素。第三因素內容均涉及活動流程與資訊，因此命名為「活動資訊」因素。

(三) 遊客活動滿意度與重遊意願之現況

在活動滿意度部份，據前述結果可見遊客對於此次服務設計、交通導引與活動資訊等方面尚屬滿意，且遊客對於活動表演精采度平均數達 4.174，可見在表演者賣力演出下，倍受遊客肯定。此外，遊客在重遊意願各題項之平均數均高於 4.0，可見遊客相當認同宋江陣活動的舉辦，近年的宋江陣活動也打響地方知名度，亦廣受國人的喜愛，為數不少的國人願意將宋江陣嘉年華活動介紹給親朋好友，冀望與其共同再次參與。

(四) 遊客在活動滿意度與重遊意願之差異情形

僅不同年齡、教育程度、職業與居住地部分達顯著差異，其餘變項與遊客滿意度及重遊意願間均未達顯著差異情形。在年齡方面，僅 20 歲以下的遊客重遊意願高於 31~40 歲的遊客；在教育程度方面，惟教育程度為小學或以下的活動滿意度明顯高於教育程度為大學（專）以上者；在職業方面，獨學生族群的重遊意願高於從事農林漁牧業的遊客。值得一提的是，居住地與遊客活動滿意度及重遊意願均有顯著差異，且本地居民對於活動的滿意度與重遊意願均高於外來遊客。

顯示，大專創意宋江陣比賽深獲學子們的喜愛與各級學校之重視，爰此，每年均有莘莘學子的加入，為宋江陣活動注入年輕且具活力的新血。而國小以下教育程度的受訪者可能因較早進入社會，投入職場，生活較為枯燥乏味，對於嘉年華活動較易產生滿足感。在現居地方面，「本地」居民的滿意度與重遊意願均大於「外地」遊客，表示本活動不僅深植在內門當地居民之心中，

且居民對其有高度的認同感，且不分男女老少均積極的參與此次活動。

(五) 內門宋江陣活動遊客活動滿意度與重遊意願之影響關係

以皮爾森積差相關分析結果，整體及各項遊客滿意度均達顯著相關，顯示遊客是否再次參與此活動與其自身對於活動滿意度有直接的關係，其中重遊意願與活動項目及內容安排之相關性高於整體活動滿意度與重遊意願，表示遊客再次參與本活動的主要關鍵在於「活動項目及內容安排」。此結果亦可提供主辦單位往後在規劃活動時，以顧客為導向，藉此提升遊客滿意度，也間接提高遊客們的重遊意願。

再以逐步迴歸模式檢驗，結果發現，活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等為影響遊客重遊意願的五大主因。主辦單位未來舉辦類似活動時，可由活動項目及內容安排、活動表演精采度、周邊攤販的管制、活動資訊提供與安全措施的安排等五大因素開始著手設計，並藉由重遊意願方程式之估算，即可實值的增加遊客的重遊意願。方程式如后：即重遊意願= .205（活動項目及內容安排）+ .211（活動表演精采度）+ .089（周邊攤販的管制）+ .107（活動資訊提供）+ .079（安全措施的安排）+1.481。

二、建議

(一) 鎖定目標市場，發展套裝旅遊行程

根據本研究調查發現，所有遊客當中，學生族群占近五成，其他族群的參與者不及二成，顯示宋江陣活動已深植年輕學子的心中。有鑒於此，主辦單位可配合青年學子的喜好，以宋江陣嘉年華活動為號召，結合內門、旗山與美濃等地旅館、運輸、餐飲等業者，針對其規劃一系列的套裝行程，不僅對當地具經濟效益，亦能增加其重遊意願，促進地方觀光產業之持續發展。

(二) 豐富周邊活動，吸引新興遊客族群

由研究調查中得知，宋江陣活動主要吸引年輕學生族群，且由滿意度與重遊意願之差異分析得知，年輕學生與教育普及度低者有較高之重遊意願。故主辦單位未來可針對不同身分的民眾規劃不同類型之周邊活動，如為親子同遊參與者設計適合親子同樂的活動、舉辦宋江服飾競賽或宋江學術研究活動，以吸引更多不同背景的人潮參與宋江陣嘉年華活動，並增加活動之整體效益。

（三）強化核心產品，提升周邊商品品質

由活動滿意度分析得知，遊客滿意度高，但仍有待改進之空間，尤其在環境衛生及停車便利性更待改進，建議主辦單位除了持續增加活動精采度，以保有觀賞之核心產品外，亦更須改進服務、交通及資訊等構面之周邊商品，以提升整體之活動滿意度。

（四）加強活動設施與服務，提升遊客的活動滿意度

本研究結果顯示，遊客對本活動的重遊意願與其對本活動的滿意度有密切的關係，活動滿意度愈高，重遊意願也愈高，特別是「活動項目及內容安排」、「活動表演精采度」、「周邊攤販的管制」、「活動資訊提供」與「安全措施的安排」等項。建議主辦單位未來在舉辦本活動時，應針對這五個項目更縝密、完善的規劃。此外，針對停車場設置的便利性、環境清潔衛生、活動空間的設計與配置、餐飲服務與周邊攤販的管制等滿意度較低的部分，加強或實行相關配套措施，如設置停車場與會場間之短程接駁車、優秀攤販表揚等，不僅能提升遊客滿意度，亦能增加其重遊意願。

引用文獻

- 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》，台北：五南，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：交通部觀光局，2006。
- 曹勝雄，《觀光行銷學》，台北：揚智文化，2001。
- 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.
- Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Brown, "T. Thailand's International Travel Image," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42.2 (USA, 2001): 82-95.

The Study of the Tourism Activity Satisfaction and Revisiting Willingness of 2008 Kaohsiung Neimen Song-Jiang Jhen Battle Array

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

Abstract

The purpose of this study is to explore the relations of travelling satisfaction and revisiting willingness of 2008 Kaohsiung Neimen Song-Jiang Battle Array. Questionnaires and random sampling 640 tourism that participated in this activity were used to collect data. According to the data analyses, the study has the following conclusions. 1) According to the result of the factor analysis, the tourism activity satisfaction may compartmentalize to “Service design”, “Traffic guiding” and “Activity information”. 2) The ensemble of the tourism activity satisfaction was between “Still permissible to satisfaction” and the “Brilliance of the performance”, while the method of tourism revisiting willingness was between “like to very like”. 3) There are partly significant differences among tourism of different backgrounds on the level of activity satisfaction and revisiting willingness. 4) Measures of tourism activity satisfaction are correlated with measures of revisiting willingness, between revisiting willingness and traveling event and content design that event and content design higher than mass activity satisfaction and revisiting willingness, this fact explains the activity satisfaction of tourism is highly related to the revisiting willingness of the tourism. By regression analysis, tourism revisiting willingness was impacted by the first five factors including traveling event and content design, activity performance exciting degree, peripheral Stall man control, activity information supply and safety installations plan.

Keywords: Song-Jiang Battle Array, activity satisfaction, revisiting willingness

