

## 南投仁愛鄉居民對節慶觀光活動態度之研究

陳志成<sup>a</sup> 李永棠<sup>b</sup> 陳逸政<sup>c</sup> 張倩玉<sup>d</sup>

吳培協<sup>e</sup> 洪敦賓<sup>f</sup> 張英如<sup>g</sup>

DOI: 10.6438/TOJT.201712\_(14).0002

(收稿日期：106年8月10日，接受刊登日期：106年11月15日)

### 摘要

節慶活動是種結合地方自然與人文特色的觀光方式，不僅是中央政府欲藉此機會將台灣的觀光產業推向國際舞台，各級地方政府也將此種節慶活動的舉辦視為吸引觀光客的利器。本研究旨在瞭解南投縣仁愛鄉民對觀光節慶活動之態度，以自編的「居民對節慶觀光活動態度調查問卷」為研究工具，利用描述性統計量、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及雪費法事後比較等統計方法來進行資料分析。本研究結果如下：一、當地居民男女比例接近，以超過 30 歲、高中（職）畢業、居住超過 20 年、務農、平均月收入低於 5 萬者為主。二、在「觀光節慶活動態度」各向度的得分高低依序為「知名度及商業效益」、「人際互動效益」、「生活品質及機會效益」、「整體活動支持」。三、不同性別、年齡、教育程度、居住時間、職業與平均月收入的南投縣仁愛鄉居民對於觀光節慶活動態度皆有顯著差異存在。

**關鍵字：**節慶觀光、南投縣、居民態度

<sup>a</sup> 副教授，真理大學運動管理學系。

<sup>b</sup> 教授，真理大學觀光事業學系。

<sup>c</sup> 教授，淡江大學體育事務處。

<sup>d</sup> 碩士，真理大學企業管理學系。南投縣仁愛國小教師。通訊作者（南投縣大同村山農巷 5 號）

<sup>e</sup> 助理教授，真理大學體育教育中心。

<sup>f</sup> 副教授，淡江大學體育事務處。

<sup>g</sup> 助理教授，國立臺灣海洋大學地球科學研究所。

## 壹、緒論

### 一、研究背景

根據聯合國世界觀光旅遊委員會 (World Tourism and Travel Council, WTTC) 的報告, 2011 年全球觀光產業規模約 6 兆美元, 占全世界 GDP 的 9.1%, 並預估至 2021 年止, 將增至約 9.2 兆美元, 占全世界 GDP 的 9.6%。由此可知, 「觀光」已成為許多國家賺取外匯及創造就業機會的首要來源 (張秦瑞、孫同文、郭瑞坤、沈逸晴, 2013)。再來台灣政府將觀光列為國家發展重點計畫, 期望透過觀光發展達到全民「人人心中有觀光, 世人眼中有台灣」, 並打造台灣成為「人人安居樂業的新桃花源」; 更以追求國際觀光客倍增為目標, 集中資源整備觀光旅遊環境臻於國際水準, 除吸引外國人來台觀光外, 並讓國人樂於留在國內旅遊度假 (交通部觀光局, 2008; 張秦瑞等, 2013)。但是台灣地狹人稠, 土地利用度過高, 使得原本豐富多元的天然觀光資源遭到嚴重的破壞, 影響觀光客前來的意願。所以節慶觀光就成為台灣要發展觀光產業的最佳選擇 (鄭錫欽、姜竹音, 2009)。

節慶活動是種結合地方自然與人文特色的觀光方式, 不僅是中央政府欲藉此機會將台灣的觀光產業推向國際舞台, 各級地方政府也將此種節慶活動的舉辦視為吸引觀光客的利器 (楊小玲, 2005)。因此節慶活動本身所帶來的吸引力不限於自然景觀或是農業活動的第一級產業, 還包含人文活動與服務的第三級產業, 因為節慶活動能加強當地形象、帶來大量的觀光人潮、更能創造相當多的商機, 同時也帶動當地的經濟發展。因此在台灣, 各地方政府藉由節慶活動扮演著文化延續的角色, 藉此結合當地特色, 利用其具代表該地民族性、地方特色的慶典活動來吸引遊客的造訪, 強化當地形象、創造地方發展商機 (朱盈蓓、汪文政, 2010; 高崇倫, 2008; 羅旭壯, 2014)。

根據上述, 台灣政府近年來相當重視節慶活動對於觀光事業發展的助益, 因此各式民間團體及政府單位紛紛推出各類的觀光節慶活動, 期望藉節慶活動帶動地方觀光發展, 帶來觀光客、增加商業活動及行銷當地特色文化、產品等, 最後達到創造就業機會的目的 (王思文、張弘遠, 2010; 朱盈蓓、汪文政, 2010; 高崇倫, 2008; 顏淑真, 2011)。

發展觀光產業可增加外匯收入及創造就業機會, 台灣各縣市無不致力於此。尤以觀光資源較為豐富的南投縣。根據南投縣觀光處官方網頁介紹, 縣內族群繁多, 人文活動相當多元, 加上自然資源豐富 (<http://www.nantou.gov.tw/>), 至今都是台灣國民旅遊熱門路線, 加上近年來開放大陸民眾觀光, 南投縣多處景點更是必遊之處。南投縣的自然及人文觀光資源豐富, 再搭配節慶活動, 應可以開創極佳的觀光產業。雖然觀光資源與節慶活動可為地方帶來人潮, 帶動商機, 亦會造成當地交通擁擠、環境汙染、生活品質下降...等困擾 (許順旺、黃韶顏, 2007)。南投縣十三個鄉鎮市, 觀光資源各有特色, 其中仁愛鄉擁有合歡山、惠蓀農場、清靜農場、馬赫波古戰場、莫那魯道紀念碑...等多項天然與人文觀光資源, 夏季是觀光客避暑勝地, 冬季更是追雪觀光客的勝地。仁愛鄉已擁有令人羨慕的觀光資源, 如再搭配節慶活動, 理應如虎添翼。但是觀光活動需要當地居民的支持, 節慶活動的成功關鍵亦是在於當地居民是否支持 (侯俐瑄, 2014; 舞瑪夫·達給魯頓, 2010; 顏淑真, 2011)。根據上述, 辦理節慶活動主要目的是發展觀光產業, 促進地方經濟, 創造更多就業機會, 最受惠的理應是當地居民。南投縣仁愛鄉先天已擁有豐富的自然與人文觀光資源, 其鄉民對南投縣政府辦理的節慶活動

了解多少？又認同多少？故本研究欲調查上述問題，盼能了解仁愛鄉民對節慶活動的感覺，其待研究成果對相關單位在南投縣推動此類活動時有所助益。

## 二、研究目的

基於上述背景，本研究目的如下：

- (一) 了解南投縣仁愛鄉民眾背景變項之現況。
- (二) 了解南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理節慶活動態度之現況。
- (三) 分析不同背景變項之南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理節慶活動態度之差異情形。

## 三、研究範圍

本研究之範圍為南投縣仁愛鄉，其地理位置於南投縣之東北方，東接花蓮縣能高山，南臨信義鄉水社大山，西與埔里鎮蜈蚣里相銜，北與素有台灣白雪之鄉的合歡山相接並與台中市和平區接壤，面積達 1273.54 平方公里。

## 四、研究限制

因時間、人力、經費及資源等因素，本研究無法採取普查方式進行研究，僅能以抽樣調查方式獲取樣本。另外，本研究量表為自陳量表，儘管填答問卷前已說明此調查採不記名方式進行，且研究者亦無法得知填答者個人之結果，然所得資料之確實性仍取決於受測對象的誠實程度，此為研究者無法完全掌握之情況。

## 五、名詞解釋

### (一) 節慶活動觀光

觀光 (Tourism) 指的是離開日常生活居住地，前往其他地方從事休閒、商業、社交或其他目的相關活動的總稱 (徐茂洲, 2010)。節慶活動是具有某種特質，並可成為主要或附屬於觀光活動的吸引力活動，又塑造地方特色成為節慶吸引力，影響觀光客至現地消費之行銷手段。(侯俐瑄, 2014; 葉碧華, 1999; 阮亞純, 2004)。本研究之觀光節慶活動係定義為會吸引觀光客「離開日常居住地區，其目的是以參與節慶活動為主或為輔的觀光旅行」之南投縣政府辦理的節慶活動。

### (二) 態度

態度是個人經由學習所表現出來，在認知、情意和行為傾向這三項成分上，對人、事、物或觀念等的認識、喜惡與反應的一種持久一致的傾向反應 (顏淑真, 2011)。本研究所定義之態度為個人經由學習所表現出來支持及認同程度，其反應來自於個人的認知，且會是持久一致的傾向反應。也就是南投縣仁愛鄉居民對於南投縣政府辦理之節慶活動所展現之支持與認同程度。

## 貳、研究方法

### 一、研究架構

本研究旨在調查南投縣仁愛鄉地區居民對南投縣辦理節慶活動之態度，研究架構以南投縣仁愛鄉地區居民的背景變項為自變項，南投縣仁愛鄉地區居民知覺的南投縣辦理節慶活動態度為依變項，探討其間的差異，依據研究目的，本研究之研究架構如圖 1 所示：

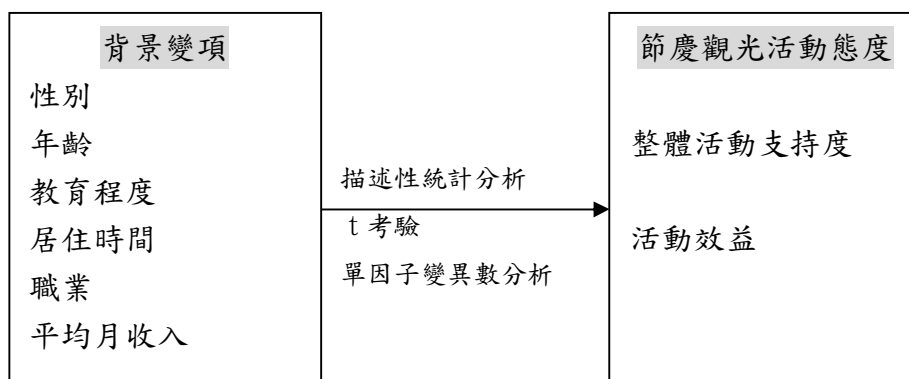


圖1 研究架構圖

### 二、研究對象

研究者選擇以目前居住在南投縣仁愛鄉之居民為研究對象，希望能藉由研究結果，瞭解南投縣仁愛鄉居民對南投縣辦理節慶活動態度之現況，並期望能進一步作為相關單位做為參考，以做為南投縣政府辦理觀光節慶活動相關政策之參考。

### 三、研究工具

#### (一) 初稿編制

本研究採問卷調查法進行，並依據侯俐瑄（2014）、楊小玲（2005）及顏淑芬（2004）等人研究中所編製之量表加以修正整理編製。本研究之量表以李克特五分量表予以計分，從「非常不同意」、「不同意」、「無意見」、「同意」、「非常同意」，分別給予 1、2、3、4、5 分。其得分愈高，表示知覺同意程度愈強，反之愈弱。

#### (二) 問卷預試

本研究以南投縣仁愛鄉轄區居民為預試對象，於各里活動時選擇符合調查資格之居民實施調查，本階段主要目的為研究工具信度與效度之建立（問卷預試）。現場總共發放 120 份問卷進行調查，回收問卷 98 份，回收率為 81.7%，作為本研究編訂正式量表之依據。預試問卷回收後，剔除無效問卷後，以項目分析法及因素分析法，來進行建構效度的確立，在問卷信度的考驗方面，本研究以 Cronbach'  $\alpha$  考驗其內部一致性 (Internal consistency) 或穩定性 (stability)，並檢查各構面所測量的特質是否具有同質性，以及每個題項與各分量表之相關程度。經過項目分析結果，「整體活動支持度量表」之 3 個題目，經項目分析結果，3 個題目之決斷值與相

關係數皆達顯著水準，因此保留此部份之所有題目。另「活動效益量表」之 20 個題目，經項目分析結果，其中有 2 題決斷值未達顯著水準，另有 1 題相關係數未達顯著水準，因此將此 3 題予以刪除，保留其餘的 17 題。

本研究問卷在剔除不具有鑑別力的題目後，進行因素分析，以考驗量表的建構效度 (Construct Validity)。首先根據 Kaiser 的觀點，可從取樣適切性數量 (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy; KMO) 值小於 0.5 不適合進行因素分析 (王俊明, 1999)。經檢定結果「整體活動支持度量表」、「活動效益量表」之 KMO 值分別為 .603、.872，Bartlett 球型檢定的卡方值分別為 30.597、987.456，此代表每群體的相關矩陣有共同因素存在，其題目均適合進行因素分析。本研究之因素分析法採用「主成份分析法」(principal component analysis) 分析共同因素，採用「最大變異法」(varimax) 抽取特徵值大於 1.0 之共同因素。經由分析結果顯示，「整體活動支持度量表」抽取出 1 個因素，積解釋變異量為 54.99%，本量表僅抽取一個因素主要與整體活動支持有關，故命名為「整體活動支持」。另外「活動效益量表」抽取出 3 個因素，各因素解釋變異量為分別為 27.418、24.539、13.673，累積解釋變異量為 65.630，第一因素內容包含有辦理觀光節慶活動帶來的知名度提升或商業機會，故命名為「知名度及商業效益」；第二因素包含辦理觀光節慶活動可獲得的品質改善或提升以及收入或工作機會增加，故命名為「生活品質及機會效益」；第三因素包含有團隊以及個人的相處與互動等，故命名為「人際互動效益」。

經由上述步驟之項目分析與因素分析後，再針對保留的題目進行信度分析，以 Cronbach's  $\alpha$  係數測量量表的一致性。在「整體活動支持量表」之 Cronbach's  $\alpha$  係數為 .712。另外，在「活動效益量表」中各分量表之 Cronbach's  $\alpha$  係數分別為：「知名度及商業效益」.882、「生活品質及機會效益」.876、「人際互動效益」.799，總量表的為 Cronbach's  $\alpha$  係數為 .920，由此可知本量表具有良好的信度。問卷預試後，經項目分析、因素分析結果，完成本研究之正式問卷，在「整體活動支持量表」部份共 3 題；在「活動效益量表」部份共 16 題。

#### 四、實施程序

根據南投縣仁愛鄉戶政事務所之統計資料，目前仁愛鄉設籍人數共 15,725 人，在 95% 信心水準下，5% 抽樣誤差下，施測對象應為 375 位。

- (一) 正式施測時間於民國 104 年 3 月 14 日至 4 月 10 日止。
- (二) 問卷正式施測，在施測前，均先和當地學校取得聯絡，並徵求家長的同意，再進行施測。
- (三) 樣本回收依據 Babbie 的觀點，基於研究分析與撰寫報告的需要，問卷回收率至少要 50% 才算「適當」，回收率至少達 60% 才算「好」，回收率達 70% 以上則算「很好」(王文科, 1997)，本研究以此為目標。本研究正式調查，所發出的 375 份，共計回收 281 份，回收率為 74.9%，本問卷之量表回收率已屬「很好」，應可進行分析討論。

## 五、資料處理

### (一) 描述性統計量

以次數分配分析南投縣仁愛鄉居民之「背景變項」之現況。另外，利用平均數與標準差了解南投縣仁愛鄉居民對南投縣辦理觀光節慶活動態度的各向度得分情形。

### (二) 獨立樣本 t 考驗

在本研究個人背景變項之「性別」部份，採獨立樣本 t 考驗，以分析南投縣仁愛鄉居民對南投縣辦理觀光節慶活動態度的差異情形。

### (三) 單因子變異數分析

在個人背景變項中的「年齡」、「教育程度」、「居住時間」、「職業」與「平均月收入」等方面，採單因子變異數分析，以瞭解南投縣仁愛鄉居民對南投縣辦理觀光節慶活動態度的差異情形。如達顯著水準，則採雪費法 (Scheffe's method) 進行事後比較，本研究顯著水準定為  $\alpha=.05$ 。

## 參、結果與討論

### 一、樣本特性

本節主要針對本研究問卷調查之人口背景，包含性別、年齡、教育程度、居住時間、職業與平均月收入等六項（如表 1），以次數分配及百分比來呈現有效樣本的特性。根據上述，在 281 位有效樣本中，性別以男性稍多，共 146 人，佔 52%，與南投縣仁愛鄉戶政事務所 (<http://jenaihr.nantou.gov.tw/>) 公告之人口比例相似。在年齡方面，以 31 歲以上，共有 216 位，約佔 76.9%，此部分雖與與南投縣仁愛鄉戶政事務所 (<http://jenaihr.nantou.gov.tw/>) 公告調查結果有段差距（佔 60.8%），此結果可能因為問卷調查是委請學校學生帶回家請家長或長輩填答，故產生此差異。在學歷方面，以高中（職）居多，共有 141 位，佔 50.2%，研究所最少，共有 17 位，僅佔 6.0%，這個結果與一般地區調查結果以大專以上學歷居多相異。顯示偏鄉教育資源確實較為缺乏。居住時間方面，以超過 20 年者最多，共有 140 位，佔 49.8%，可能因為仁愛鄉地處山區，資源相對缺乏，外地移入人口較少，居民多數皆世居於此。在職業方面，以務農者最多，共有 108 位，佔 38.4%，其次是職業軍公教者，共有 57 位，佔 20.3%，可能因為仁愛鄉地處山區，就業機會較少，且該地區以生產農產品著稱，故當地居民以務農為主；另外，因為就業機會較少，軍公教人員編制是固定的，故軍公教人員也會佔較高的比例。在平均月收入方面，3 萬以內的居民，共有 170 位，佔 60.5%，5 萬以內的居民，共 230 位，佔 81.9%，由此可知當地居民收入普遍偏低，這也應該跟仁愛鄉資源缺乏又地處偏僻有相當大的關係。

表 1 南投縣仁愛鄉受訪居民基本資料分佈統計表

變項	組別	人數	百分比
性別	1.男	146	52.0%
	2.女	135	48.0%
年齡	1.20 歲以下	9	3.2%
	2.21-30 歲	56	19.9%
	3.31-40 歲	92	32.7%
	4.41-50 歲	46	16.4%
	5.51-60 歲	46	16.4%
	6.60 歲以上	32	11.4%
教育程度	1.國中以下	54	19.2%
	2.高中(職)	141	50.2%
	3.大專	69	24.6%
	4.研究所	17	6.0%
居住時間	1.5 年以內	45	16.0%
	2.5.1-10 年	37	13.2%
	3.10.1-15 年	29	10.3%
	4.15.20 年	30	10.7%
	5.20 年以上	140	49.8%
職業	1.務農	108	38.4%
	2.軍公教	57	20.3%
	3.工	6	2.1%
	4.服務業	44	15.7%
	5.學生	21	7.5%
	6.自行經商	9	3.2%
	7.自由業	36	12.8%
平均月收入	1.3 萬以內	170	60.5%
	2.3.1-5 萬	60	21.4%
	3.5.1-7 萬	40	14.2%
	4.7 萬以上	11	3.9%

## 二、南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之現況

南投縣仁愛鄉民眾知覺的觀光節慶活動態度量表共分為「整體活動支持」、「知名度及商業效益」、「生活品質及機會效益」及「人際互動效益」等五個向度，整體而言，每題平均得分 3.68 分；知覺的觀光節慶活動態度各項度平均得分介於 4.09~3.12 分之間，得分高低依序為「知名度及商業效益」、「人際互動效益」、「生活品質及機會效益」、「整體活動支持」。各向度之得分情形詳見表 2。

表 2 南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理節慶活動態度之現況分析

編號	向度名稱	題數	人數	平均數/題數	標準差	排序
1	整體活動支持	3	281	3.12	.687	4
2	知名度及商業效益	7	281	4.09	.558	1
3	生活品質及機會效益	6	281	3.48	.731	3
4	人際互動效益	3	281	3.65	.656	2
	總量表		281	3.68	.520	

四個向度之中以「知名度及商業效益」得分最高，顯示南投縣仁愛鄉居民對縣政府辦理節慶活動時可提升當地知名度及創造商機感受程度最深。而在各向度之中以「整體活動支持」得分最低，顯示出南投縣仁愛鄉居民在平常生活中，必須位生活所需而努力，並無多餘資金或能力協助縣政府辦理節慶活動。

### 三、不同背景變項之南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異情形

此節將依背景變項順序分別陳述南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理節慶活動態度之差異情形結果並進行討論。

#### (一) 不同性別南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 3 之 t 考驗分析結果可知，不同性別居民知覺的觀光節慶活動態度，在「知名度及商業效益」向度上有差異存在，其餘各向度上並沒有顯著差異。這個結果與楊小玲（2005）與顏淑真（2011）研究指出不同性別在知覺的觀光節慶活動態度有顯著差異的結果相符。

表 3 不同性別南投縣仁愛鄉居民知覺觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	性別	個數	平均數	標準差	t 值
整體活動支持	男	146	3.07	.701	-1.489
	女	135	3.19	.668	
知名度及商業效益	男	146	4.01	.644	-2.617*
	女	135	4.18	.433	
生活品質及機會效益	男	146	3.50	.764	.492
	女	135	3.46	.696	
人際互動效益	男	146	3.61	.749	-.922
	女	135	3.69	.538	

\* $p < .05$



雖然整體來說居民對於辦理觀光節慶活動對地方知名度與商業上會有正面效益皆表認同，但是女性居民覺得效益比男性居民來得多，其可能原因是女性通常心思較細膩，因此女性居民對於縣府辦理觀光節慶活動感受較強烈，故會有此結果產生。

(二) 不同年齡南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 4 之單因子變異數分析結果可知，不同年齡之南投縣仁愛鄉居民知覺的南投縣辦理觀光節慶活動態度在整體活動支持、生活品質及機會效益以及人際互動效益上有差異性存在。

經雪費法之事後比較發現，生活品質及機會效益沒有顯著性的差異存在；但是在整體活動支持及人際互動效益向度中，61 歲以上的居民較 31-40 歲與 51-60 歲的居民表現出較高的「整體活動支持」與「人際互動效益」認同程度，此研究結果與楊小玲(2005)、侯俐瑄(2014)與顏淑真(2011)研究指出不同年齡在知覺的觀光節慶活動態度有顯著差異的結果相符。

表 4 不同性別南投縣仁愛鄉居民知覺觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	組別	個數	平均數	標準差	F 檢定	事後比較
整體活動支持	1.20 歲以下	9	3.52	.852	4.712*	6>4、5
	2.20-30 歲	56	3.20	.653		
	3.31-40 歲	92	3.00	.745		
	4.41-50 歲	46	3.07	.481		
	5.51-60 歲	46	2.97	.600		
	6.61 歲以上	32	3.56	.700		
知名度及商業效益	1.20 歲以下	9	4.14	.350	1.716	
	2.20-30 歲	56	4.08	.457		
	3.31-40 歲	92	3.97	.701		
	4.41-50 歲	46	4.12	.489		
	5.51-60 歲	46	4.23	.453		
	6.61 歲以上	32	4.20	.487		
生活品質及機會效益	1.20 歲以下	9	2.93	1.064	2.999*	無顯著差異
	2.20-30 歲	56	3.32	.588		
	3.31-40 歲	92	3.53	.841		
	4.41-50 歲	46	3.50	.625		
	5.51-60 歲	46	3.45	.573		
	6.61 歲以上	32	3.80	.743		
人際互動效益	1.20 歲以下	9	3.74	.521	4.872*	6>4、5
	2.20-30 歲	56	3.40	.549		
	3.31-40 歲	92	3.64	.800		
	4.41-50 歲	46	3.66	.556		
	5.51-60 歲	46	3.62	.378		
	6.61 歲以上	32	4.09	.657		

\*<.05

其可能的原因為年長的居民，因為長居在當地，對於當地因為舉辦觀光節慶活動，與在地感情較為深厚，也較願意支持活動的辦理，因此感受到較多居民願意支持活動的效益，因此感受較為強烈。

### (三) 不同教育程度南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 5 之單因子變異數分析結果可知，不同教育程度之南投縣仁愛鄉居民知覺的南投縣辦理觀光節慶活動態度在人際互動效益上有差異性存在。

表 5 不同教育程度南投縣仁愛鄉居民知覺觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	組別	個數	平均數	標準差	F 檢定	事後比較
整體活動支持	1.國中以下	54	3.10	.614	0.444	
	2.高中(職)	141	3.14	.676		
	3.大專	69	3.09	.692		
	4.研究所	17	3.29	.964		
知名度及商業效益	1.國中以下	54	4.12	.414	1.149	
	2.高中(職)	141	4.11	.411		
	3.大專	69	3.99	.848		
	4.研究所	17	4.23	.527		
生活品質及機會效益	1.國中以下	54	3.66	.683	1.713	
	2.高中(職)	141	3.43	.662		
	3.大專	69	3.41	.838		
	4.研究所	17	3.63	.902		
人際互動效益	1.國中以下	54	3.96	.500	8.969*	1>2、3、4
	2.高中(職)	141	3.68	.501		
	3.大專	69	3.41	.856		
	4.研究所	17	3.37	.849		

\*<.05

經雪費法之事後比較發現，教育程度在國中以下的居民相較於其他教育程度的居民表現出較高的「人際互動效益」認同程度，此研究結果與顏淑真(2011)研究指出不同教育程度在知覺的觀光節慶活動態度有顯著差異的結果相符。其可能的原因為教育程度國中以下的居民，因為生活圈子較小，對於當地因為舉辦觀光節慶活動時，有較多的機會與其他居民互動，感受到較強烈的人際互動方面的效益，因此感受較為強烈。

### (四) 不同居住時間南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 6 之單因子變異數分析結果可知，不同居住時間之南投縣仁愛鄉居民知覺的南投縣辦理觀光節慶活動態度在所有向度上皆有差異性存在。

經雪費法之事後比較發現，在知名度及商業效益向度方面，各組間並無顯著差異存在。但是在整體活動支持向度方面，居住超過 15 年者未滿 20 年者，在整體活動支持態度顯著高於超過 10 年未滿 15 年以內者；另外，生活品質及機會效益方面，居住時間 5 年以內者之態度顯著低於超過 20 年者；居住時間高於超過 10 年未滿 15 年以內者也顯著低於居住超過 15

年以上者；最後，人際互動效益方面，居住時間超過 20 年者知覺的態度顯著高於居住時間低於 15 年者。此研究結果與楊小玲（2005）的研究指出不同居住時間在知覺的觀光節慶活動態度有顯著差異的結果相符。其可能的原因為居住時間較短的居民，因為居住時間較短，對於當地情感及認識的居民，相對於居住時間長者比較少，因此在舉辦觀光節慶活動時，對於產生效益的感受較不明顯。

表 6 不同居住時間南投縣仁愛鄉居民知覺觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	組別	個數	平均數	標準差	F 檢定	事後比較
整體活動支持	1.5 年以內	45	2.92	.679	4.289*	4>3
	2.10 年以內	37	3.05	.731		
	3.15 年以內	29	2.85	.898		
	4.20 年以內	30	3.40	.770		
	5.超過 20 年	140	3.22	.570		
知名度及商業效益	1.5 年以內	45	4.03	.614	2.782*	無顯著差異
	2.10 年以內	37	3.97	.280		
	3.15 年以內	29	3.86	.987		
	4.20 年以內	30	4.19	.368		
	5.超過 20 年	140	4.17	.489		
生活品質及機會效益	1.5 年以內	45	3.17	.624	7.791*	3<4、5 5>1
	2.10 年以內	37	3.38	.737		
	3.15 年以內	29	3.06	1.033		
	4.20 年以內	30	3.67	.621		
	5.超過 20 年	140	3.66	.639		
人際互動效益	1.5 年以內	45	3.21	.513	10.298*	1<4、5 5>3
	2.10 年以內	37	3.59	.547		
	3.15 年以內	29	3.39	1.088		
	4.20 年以內	30	3.80	.610		
	5.超過 20 年	140	3.83	.527		

\*<.05

#### (五) 不同職業南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 7 之單因子變異數分析結果可知，不同職業之南投縣仁愛鄉居民知覺的南投縣辦理觀光節慶活動態度在整體活動支持向度與知名度及商業效益向度上有差異性存在。經雪費法之事後比較發現，在整體活動支持度向度方面，職業是學生的居民在對於觀光節慶活動的態度上顯著高於職業是務農、軍公教、服務業及經商的居民。在知名度及商業效益向度方面，亦是職業是學生的居民顯著高於職業是軍公教的居民。此研究結果與楊小玲（2005）研究指出不同職業在知覺的觀光節慶活動態度有顯著差異的結果相符。

其可能的原因是當地學校對於縣政府辦理觀光節慶活動時對學生做相關的宣傳，因此造成職業是學生的居民對於知名度及商業效益有較強烈的感受。另外，學生也因為教育單位推動服務或志工的概念，致使學生在辦理活動期間，也較願意擔任志工或盡心力幫助地方辦理相關活動。

表 7 不同職業南投縣仁愛鄉居民知覺觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	組別	個數	平均數	標準差	F 檢定	事後比較
整體活動支持	1.務農	108	2.96	.578	8.825*	5>1、2、4、7
	2.軍公教	57	2.95	.663		
	3.工	6	3.00	.365		
	4.服務業	44	3.33	.752		
	5.學生	21	3.94	.735		
	6.自行經商	9	3.44	.601		
	7.自由業	36	3.16	.577		
知名度及商業效益	1.務農	108	4.05	.370	3.397*	5>2
	2.軍公教	57	3.97	.885		
	3.工	6	4.00	.156		
	4.服務業	44	4.05	.548		
	5.學生	21	4.47	.389		
	6.自行經商	9	4.52	.398		
	7.自由業	36	4.16	.389		
生活品質及機會效益	1.務農	108	3.54	.653	1.261	
	2.軍公教	57	3.41	.854		
	3.工	6	3.75	.274		
	4.服務業	44	3.31	.709		
	5.學生	21	3.33	.982		
	6.自行經商	9	3.56	.441		
	7.自由業	36	3.65	.683		
人際互動效益	1.務農	108	3.76	.545	2.060	
	2.軍公教	57	3.43	.979		
	3.工	6	3.33	.365		
	4.服務業	44	3.66	.526		
	5.學生	21	3.75	.674		
	6.自行經商	9	3.78	.167		
	7.自由業	36	3.61	.475		

\* &lt; .05

(六) 不同平均月收入南投縣仁愛鄉民眾對南投縣辦理觀光節慶活動態度之差異比較

由表 8 之單因子變異數分析結果可知，不同平均月收入之南投縣仁愛鄉居民知覺的南投縣辦理觀光節慶活動態度在人際互動效益上有差異性存在。經雪費法之事後比較發現，平均月收入在 3 萬以內的居民相較於平均月收入 5.1-7 萬的居民表現出較高的「人際互動效益」認同程度，此研究結果與顏淑真 (2011) 研究指出不同平均月收入在知覺的觀光節慶活動態度無顯著差異的結果不相符。其可能的原因為收入較高者需花較多時間忙於工作，較無時間關心社區所發生的事情，故產生此現象。

表 8 不同平均月收入南投縣仁愛鄉居民知覺  
觀光節慶活動態度各向度差異比較

向度	組別	個數	平均數	標準差	F 檢定	事後比較
整體活動支持	1.3 萬以內	170	3.14	.688	1.103	
	2.3-5 萬	60	3.06	.571		
	3.5.1-7 萬	40	3.08	.805		
	4.7 萬以上	11	3.45	.778		
知名度及 商業效益	1.3 萬以內	170	4.13	.408	1.792	
	2.3-5 萬	60	4.11	.493		
	3.5.1-7 萬	40	3.93	1.031		
	4.7 萬以上	11	3.92	.406		
生活品質及 機會效益	1.3 萬以內	170	3.56	.686	1.976	
	2.3-5 萬	60	3.40	.606		
	3.5.1-7 萬	40	3.28	.971		
	4.7 萬以上	11	3.52	.920		
人際互動效益	1.3 萬以內	170	3.74	.553	3.498*	1>3
	2.3-5 萬	60	3.58	.392		
	3.5.1-7 萬	40	3.38	1.069		
	4.7 萬以上	11	3.67	1.033		

\*<.05

#### 肆、結論與建議

本研究旨在瞭解南投縣仁愛鄉居民對觀光節慶活動之態度現況，並比較分析不同背景變項的南投縣仁愛鄉居民對於觀光節慶活動態度之差異情形。根據研究目的，研究者以南投縣仁愛鄉居民為研究對象，以「居民對節慶觀光活動態度調查問卷」為研究工具，利用描述性

統計量、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及雪費法事後比較等統計方法來進行資料分析。盼能了解仁愛鄉民對節慶活動的感覺，其待研究成果對相關單位在南投縣推動此類活動時有所助益。

## 一、結論

綜合本研究對各項研究問題的研究結果之分析和討論之後，茲將本研究之主要發現敘述如下。

- (一) 南投縣仁愛鄉居民男女比例接近，年齡多超過 30 歲，學歷以高中（職）為多數，居住時間多數超過 20 年，以務農及軍公教為主，平均月收入超過八成低於 5 萬。
- (二) 南投縣仁愛鄉居民在「觀光節慶活動態度」各向度的得分高低依序為「知名度及商業效益」、「人際互動效益」、「生活品質及機會效益」、「整體活動支持」。四個向度之中以「知名度及商業效益」得分最高，顯示南投縣仁愛鄉居民對於當地辦理觀光節慶活動對於地方可以提升當地知名度並為地方帶來商業機會認知最高。而在各向度之中以「整體活動支持」得分最低，顯示出南投縣仁愛鄉居民平常需面臨生活所需，而耗費時間於工作或家庭，且因為偏鄉薪資較差，故對於付出時間或是給予經費支持方面皆有難處存在。
- (三) 不同背景變項的南投縣仁愛鄉居民對於觀光節慶活動態度，在性別、年齡、教育程度、居住時間、職業與平均月收入上皆有顯著差異存在。

## 二、建議

根據研究結果與發現，研究者提出以下幾項建議，以作為今後南投縣辦理觀光節慶活動時及未來相關研究之參考。

### (一) 南投縣政府辦理觀光節慶活動的建議

辦理活動會帶動地方發展、促進就業機會或是提升地方知名度，當地居民皆有此共識，但對於投入時間或金錢於活動中，卻有相當的難度，地方政府可透過宣傳、獎勵或提升榮譽感的方式，鼓勵當地居民參與。

另外，居住時間較短或是非學生族群的居民對於辦理觀光節慶活動態度皆與居住時間較長或是學生族群的居民來得低。由此可知培養居民在地情感及透過學校以外的管道宣傳觀光節慶活動非常重要，有助於提昇觀光節慶活動的態度。

### (二) 對未來相關研究的建議

本次研究對象僅針對南投縣仁愛鄉居民做相關的調查，建議未來研究者可以將研究對象擴展至整個南投縣居民加以研究驗證，使研究更具參考價值。

研究變項方面，本次研究僅提供六種背景變項，建議後續研究可增加是否具有原住民身份，居住地為山區或平地等變項，以使研究層面更廣泛，研究結果更豐碩。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

- 王文科 (1997)。教育研究法 (四版)。台北：五南圖書出版公司。
- 王俊明 (1997)。問卷與量表的編製及分析方法。桃園：國立體育學院。
- 王思文、張弘遠 (2010)。地方新興節慶活動對於地方觀光發展效益探討-以參觀遊客滿意度進行分析。島嶼觀光研究, 3 (3), 1-21。
- 交通部觀光局 (2008)。「挑戰 2008：國家發展重點計畫」觀光客倍增計畫重要成果摘要報告。2016年1月13日，取自[http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/doublep/flight\\_2008\\_report.pdf](http://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/doublep/flight_2008_report.pdf)。
- 朱盈蓓、汪文政 (2010)。社區意識與節慶文化認同之研究-以澎湖乞龜活動為例。島嶼觀光研究, 3 (1), 125-144。
- 李俊鴻 (2008)。節慶活動由客參與動機及經濟效益探討—以綠色博覽會為例。農業經濟半年刊, 83, 60-61。
- 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。國立屏東科技大學企業管理系碩士論文，未出版，屏東市。
- 林宏恩、古志銘、李岳修 (2009)。國內自行車道運動觀光吸引力量表編制之研究。休閒產業管理學刊, 2 (3), 16-30。
- 邱文靖、林賢才 (2014)。部落人看部落事-部落觀光節慶續辦因素之研討。慈惠學報, 10, 35-46。
- 侯俐瑄 (2014)。宗教節慶活動效益與文化衝擊之研究—以2013年鯤鯓王平安鹽祭為例。國立臺灣師範大學社會教育學系碩士論文，未出版，台北市。
- 徐茂洲 (2010)。高雄市運動觀光吸引力之研究。嘉大體育休閒建康期刊, 9 (3), 87-93。
- 高崇倫 (2008)。雲林縣古坑鄉咖啡節慶活動對地方觀光產業影響之研究。華岡地理學報, 22, 44-64。
- 張春興 (1992)。張式心理學辭典。台北市：台灣東華書局。
- 張秦瑞、孫同文、郭瑞坤、沈逸晴 (2013)。地方觀光發展協力治理機制之探究：以南投縣觀光發展為例。觀光休閒學報, 19 (2), 105-128。
- 許順旺、黃韶顏 (2007)。節慶活動行銷策略探討-以烏來溫泉櫻花季為例。稻江學報, 2 (2), 31-45。
- 黃桂珠 (2003)。居民對環境衝擊認知與發展生態旅遊態度之研究：以玉山國家公園梅山地區為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台中市。
- 楊小玲 (2005)。當地居民對節慶活動衝擊之知覺與態度研究-平溪鄉與鹽水鎮之比較。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文，未出版，彰化。
- 楊國樞、文崇一 (1989)。社會及社會科學研究法 (上)(下)。台灣東華書局：台北市。
- 葉碧華 (1999)。當地居民對節慶活動衝擊之知覺與態度研究：平溪鄉與鹽水鎮之比較。中國文化大學觀光研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 舞瑪夫·達給魯頓 (2010)。從永續經營的觀點檢視社區居民在地區型文化資產發展為觀光資源的角色—羅娜部落聖誕節慶之探討。美學與視覺藝術學刊, 2, 54-71。
- 鄧宏如 (2001)。觀光客對性觀光態度與行為傾向之研究。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 鄭錫欽、姜竹音 (2009)。發展節慶觀光對居民及遊客的認知與衝擊之研究-以澎湖花火節為例。休閒事業研究, 7 (2), 42-54。
- 謝淑芬 (2004)。觀光心理學。台北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 顏淑真 (2011)。花蓮地區居民對觀光節慶活動態度之研究：以花蓮國際石雕藝術季為例。國立東華大學社會暨公共行政學系碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 羅旭壯 (2014)。論地方政府辦理民俗節慶活動效益。2016年1月14日，取自<http://www.npf.org.tw/2/13218>。

### 二、英文文獻

- Ajzen, I. (1988). Attitudes, Personality, and Behavior. Buckingham, UK: Open University Press.

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2010). Festival and Special Event Management. NY, New York, Wiley.



## Local Residents' Attitude of Tourism Festival in Renai Township, Nantou

Chih-Cheng Chen<sup>a</sup> Yung-Tan Lee<sup>b</sup> I-Cheng Chen<sup>c</sup> Cian-Yu Jhang<sup>d</sup>  
Pei-Hsieh Wu<sup>e</sup> Tun-Pin Hung<sup>f</sup> Ying-Ju Chang<sup>g</sup>

### ABSTRACT

Festival tourism has become a method to promote leisure tourism industry, many local and national governments use festival events to attract travelers, extend tourist season and enlarge economic benefits. This study attempts to analyze local residents' attitude in the festival events. In empirical analysis, the study used questionnaires, and analyze datum by describe statistic, independent sample t-test and one-way ANOVA. The result as follow: 1. Residents has the same proportion in male and female, all of the residents are living over 20 years and ages over 30, senior high school graduate, and most of them are farmer, earning less than 50,000 NTD per month. 2. The ranking order of festival event attitude are "Reputation and Commercial efficiency", "Interaction Benefits", "Quality of life and career opportunities benefits" and "Support of overall activities". 3. There is statistically significant difference in the variables, gender, age, education, residence time, occupation and income.

**Keywords:** Festival tourism, Nantou, Residents' attitude

---

<sup>a</sup> Associate Professor, Department of Sport Management, Aletheia University.

<sup>b</sup> Professor, Department of Tourism, Aletheia University.

<sup>c</sup> Professor, Office of Physical Education, Tamkang University.

<sup>d</sup> Master, Department of Business Management, Aletheia University. Teacher, Nantou Country Ren-Ai Elementary School, Corresponding Author.

<sup>e</sup> Assistant Professor, Center for Physical Education, Aletheia University.

<sup>f</sup> Associate Professor, Office of Physical Education, Tamkang University.

<sup>g</sup> Assistant Professor, Institute of Earth Science, National Taiwan Ocean University.