

南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION GRADUATE
INSTITUTE OF PUBLISHING & CULTURAL ENTERPRISE MANAGEMENT STUDIES,
NAN HUA UNIVERSITY

文化節慶居民認同及滿意度研究-以錫口文化節為例

Resident Recognition and Satisfaction towards Cultural Festivals –An Case Study on Xikou Cultural
Festival



指導教授：趙家民 博士

ADVISOR : Ph. D. CHAO, CHIA-MIN

研究生：周欣德

GRADUATE STUDENT : CHOU, HSIN-TE

中 華 民 國 101 年 6 月

南 華 大 學

出版與文化事業管理研究所

碩士學位論文

文化節慶居民認同及滿意度研究—以錫口文化節為例

研究生：周以禮

經考試合格特此證明

口試委員：范鈺燦
黃昱凱
胡宗元

指導教授：胡宗元

所 長：蔡聰

口試日期：中華民國 101 年 5 月 20 日

準碩士推薦函

本校出版與文化事業管理研究所(碩士專班)研究生 周欣德 君在本所修業 2 年，已經完成本所碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：周欣德 君已修滿 36 學分，其中必修科目：論文導讀與討論、研究方法、專題研討與論文計畫、出版與文化事業管理、資訊需求與消費行為研究 等科目，成績及格（請查閱碩士班歷年成績）。

2、在論文研究方面：周欣德 君在學期間已完成下列論文：

(1) 碩士論文：文化節慶居民認同及滿意度研究-以錫口文化節為例

本人認為 周欣德 君已完成南華大學出版與文化事業管理研究所之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：文化節慶居民認同及滿意度研究-以錫口文化節為例，以參加碩士論文口試。

指導教授：王明 簽章

中華民國 101 年 4 月 30 日

南華大學出版與文化事業管理研究所一〇〇學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：文化節慶居民認同及滿意度研究-以錫口文化節為例

研究生：周欣德

指導教授：趙家民 博士

論文摘要內容：

本研究主要在探討松山區居民對於舉辦錫口文化節慶活動的認同感、重要度、滿意度之現況及差異分析。並以台北市松山區之居民為研究對象，運用問卷調查。問卷共發出 500 份，回收有效問卷為 457 份，有效問卷回收率為 91.4%。統計分析則採用信度分析、描述性統計、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析等方法來進行分析；其統計分析結果概述如下：

一、認同度、滿意度及重要度現況：

在認同度現況方面其統計分析顯示，符合錫口文化節舉辦的宗旨是以加強凝聚居民情感及帶動地方觀光發展的內涵，在實質意涵上，亦是認同持續性的舉辦錫口文化節慶活動。在滿意度現況方面其結果顯示，整體平均值是介於滿意與普通之間，且分項「活動之整體表現」平均數亦是排序最高的；顯示居民對於舉辦節慶活動項目內容具有相當良好的滿意度。在重要度現況方面其分析結果顯示，得知「有」參加活動的受測居民與「沒有」參加活動的受測居民，對於節慶活動內容項目重要程度在認知上是有顯著差異。

二、認同度、滿意度及重要度差異分析：

在認同度其居民屬性方面僅有「性別」不顯著，與研究假設不成立以外、其餘的與研究假設部份相符。在滿意度其居民屬性方面均為部份顯著，與研究假設部份相符。在重要度其居民屬性方面僅有「性別」不顯著，與研究假設不成立以外、其餘的與研究假設部份相符。

三、重要-表現程度分析：

其統計分析顯示參加活動的問卷居民在不同屬性(性別)上，對於節慶活動內容項目的滿意度重要程度，是有明顯差異與研究假設相符。

關鍵詞：認同度、滿意度、錫口文化節

Title of Thesis : Resident Recognition and Satisfaction towards Cultural
Festivals – An Case Study on Xikou Cultural Festivae

Name of Institute : Graduate Institute of Publishing & Cultural Enterprise
Management Studies Nan Hua University

Graduate date : June 2012 Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : CHOU, HSIN-TE Advisor : Ph. D. CHAO,CHIA-MIN

Abstract:

This study mainly examines the sense of recognition, importance, and satisfactory perceived by residents in Songshan District toward Xikou Cultural Festival. Questionnaire survey was conducted on the subjects of residents in Songshan District. In total, 500 copies of questionnaire were distributed with 457 effective one collected and 91.4% response rate. Statistics analysis methods include reliability analysis, descriptive statistics, one sample t test, and one factor analysis of variance and the results are described as bellow:

A. Current status of sense of recognition, satisfaction, and importance:

In terms of sense of recognition, the statistics analysis indicates that the purpose of Xikou Cultural Festival is to improve cohesion of the community as well as to promote local tourism development and in concrete contents, the continuous organization of Xikou Cultural Festival has been recognized by the community. The results of current satisfaction lie between the satisfied and fair levels where the subitem of “overall performance of activities” has the highest scores that show high satisfaction of the residents toward festival activates. For importance, subjects that participated in the festival activities perceived significantly different from those that did not participate in the festival activities.

B. Variance analysis of sense of recognition, satisfaction, and importance:

In terms of sense of recognition, the residents only show significant difference of “gender” in demographic attributes that is in conflict with research hypothesis and the rest attributes match with research hypotheses. For importance, only “gender” shows significant difference of “gender” that is in demographic attributes in conflict with research hypothesis and the rest attributes match with research hypotheses.

C. Importance- performance analysis:

Statistical analysis shows the results correspond to research hypothesis: different attributes (gender) of subjects participating in activities perceive significantly different from those who did not participated in.

Keyword: Sense of recognition, satisfaction, Xikou Cultural Festival

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	viii
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究範圍、對象	3
1.3.1 研究範圍	3
1.3.2 研究對象	4
1.4 研究流程	5
第二章 文獻回顧	6
2.1 錫口由來	6
2.1.1 錫口(松山)歷史演變	6
2.1.2 人文及環境	7
2.2 節慶活動	8
2.2.1 節慶活動的源起	8
2.2.2 節慶活動的意義	9
2.2.3 節慶月份活動	10
2.2.4 節慶活動內容主題分類	11
2.2.5 節慶活動功能及效益	13
2.2.6 節慶相關研究	15
2.3 文化觀光	16
2.3.1 文化定義	16

2.3.2 地方文化節慶	16
2.3.2 文化觀光	17
2.3.3 文化觀光重要性	17
2.4 滿意度	18
2.4.1 滿意度的定義	18
2.4.2 影響滿意度的因素	19
2.4.3 滿意度構面	20
2.4.4 節慶活動與滿意度及認同度相關研究	22
2.5 認同度	24
2.5.1 認同定義	24
2.5.2 認同感構面	25
2.5.3 錫口文化節與認同度	27
第三章 研究方法	28
3.1 研究架構與假設	28
3.1.1 研究架構	28
3.1.2 研究假設	29
3.2 問卷設計	30
3.2.1 問卷設計	30
3.3 研究對象及抽樣	33
3.3.1 研究對象及範圍	33
3.3.2 抽樣方式	33
3.3.3 問卷施測	34
3.4 資料處理	34
3.5 研究限制	35
第四章 結果分析與討論	36
4.1 居民基本屬性分析	36
4.2、 認同度、滿意度、重要度分析	40

4.2.1 認同度	40
4.2.2 滿意度	45
4.2.3 重要度	50
4.3 差異分析	52
4.3.1 基本卡方分析	52
4.3.2 居民屬性與認同度	61
4.3.3 居民屬性與滿意度	67
4.3.4 居民屬性與重要度	74
4.3.5 差異分析小結	80
4.4 重要-表現程度分析法	82
4.4.1 重要-表現程度分析法	82
4.4.2 活動內容滿意度與重要度	83
4.3.3 居民屬性與滿意度與重要度	90
4.5 SWOT分析法.....	92
第五章 結論與建議	94
5.1 結論	94
5.2 研究建議	97
參考文獻	98
附錄-1	105
附錄-2	107
附錄-3	111
附錄-4	112
附錄-5	113
附錄-6	114
附錄-7	119
附錄-8	123
附錄-9	124

附錄-10	125
附錄-11	126
附錄-12	128
附錄-13	129
附錄-14	133
附錄-15	139
附錄-16	140
附錄-17	141
附錄-18	144

表目錄

表1-1	臺北市松山區人口數、戶數統計現況一覽表	4
表2-1	台灣節慶活動資訊	10
表2-2	依節慶活動內容內涵分類	11
表2-3	依節慶活動內容主題分類	12
表2-4	錫口文化節慶功能效益	14
表2-5	節慶相關論文整理	15
表2-6	顧客滿意度定義	18
表2-7	滿意度之問項與研究結果	20
表2-8	節慶活動滿意度主題及研究對象	23
表2-9	認同度之問項與研究結果	25
表3-1	認同度量表	30
表3-2	滿意度及重要度量表	31
表4-1	居民屬性統計表	39
表4-2	認同度統計分析表	41
表4-3	描述性統計分析-文化認知表	42
表4-4	描述性統計分析-地方發展表	43
表4-5	描述性統計分析-參與程度表	44
表4-6	滿意度統計分析表	46
表4-7	描述性統計分析-環境滿意度表	47
表4-8	描述性統計分析-體驗滿意度表	48
表4-9	描述性統計分析-管理滿意度表	49
表4-10	重要度統計分析表	51
表4-11	教育程度與活動訊息交叉表	52
表4-12	教育程度與資訊來源交叉表	53
表4-13	職業與錫口地標交叉表	54
表4-14	職業與資訊來源交叉表	55

表4-15 宗教與錫口地標交叉表	56
表4-16 宗教與活動訊息交叉表	57
表4-17 宗教與資訊來源交叉表	58
表4-18 居住時間與參加次數	59
表4-19 居住時間與活動訊息交叉表	60
表4-20 認同度-婚姻分析表	61
表4-21 認同度-年齡分析表	62
表4-22 認同度-職業分析表	63
表4-23 認同度-教育程度分析表	64
表4-24 認同度-宗教信仰分析表	65
表4-25 認同度-居住時間分析表	66
表4-26 滿意度-性別分析表	67
表4-27 滿意度-婚姻情形分析表	68
表4-28 滿意度-年齡分析表	69
表4-29 滿意度-教育程度分析表	70
表4-30 滿意度-職業分析表	71
表4-31 滿意度-宗教信仰分析表	72
表4-32 滿意度-居住時間分析表	73
表4-33 重要度-婚姻分析表	74
表4-34 重要度-年齡分析表	75
表4-35 重要度-教育程度分析表	76
表4-36 重要度-職業分析表	77
表4-37 重要度-宗教信仰分析表	78
表4-38 重要度-居住時間分析表	79
表4-39 居民屬性與認同度-差異檢定統計表	80
表4-40 居民屬性與滿意度-差異檢定統計表	81
表4-41 居民屬性與重要度-差異檢定統計表	81

表4-42	IPA分析統計表（全體）.....	85
表4-43	IPA分析統計表（男性）.....	87
表4-44	IPA分析統計表（女性）.....	89
表4-45	IPA統計匯整表.....	91

圖目錄

圖1-1 台北市松山區圖	3
圖1-2 研究流程	5
圖3-1 研究架構	28
圖4-1 IPA象限表示圖	82
圖4-2 全體居民-IPA分析圖	85
圖4-3 男性居民-IPA分析圖	87
圖4-4 女性居民-IPA分析圖	89
圖4-5 SWOT座標圖	92

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

原來台灣傳統的節慶有其紀念性及世代文化承傳的意涵，但是隨著時代演進而快速的變遷，使得許多的傳統節慶漸不受人們重視，有些節慶活動甚至已消失不見。然而陳柏州等人（2004）認為節慶是一個民族因應所處的環境、地理；為特定的風俗或紀念意義所舉行的活動儀式，並隨著季節而開展且代代相傳，因而蘊涵著生活情趣，及累積長久的生活智慧。為使節慶活動能世代相傳，累積長久生活情趣及智慧能予傳衍；因此節慶活動的承傳及引領的方向，是每個人應關注的事情，更是政府重要的文化政策。

綜觀政府的文化政策方面，在文建會為文化發展及提升國民文化素養及進行政策計劃之研擬及推動(99 至 102 年度)之中程施政計畫政策，即已訂下「扎根」、「平衡」、「創新」、「開拓」，四個核心概念。是為帶動社會的整體文化及經濟發展並增加人民生活的豐富度，因此加強鼓勵及推動發展文化與產業及觀光的結合，以創造出具市場性的產業的政策導向。另於觀光局在 92 年之觀光政策，即以本土、文化、生態之特色，以作為觀光主要內涵政策，來推動發展多元化。而臺北市政府為落實基層文化建設亦提出型塑台北市一區一特色，而一區一特色的意涵，就是各區都能發掘及展現自己獨特人文、產業等特色的在地文化；目前台北市各區推動節慶活動有松山區「錫口文化節」，信義區「五分埔衣術嘉年華」、大安區「萬紫千紅·映慈暉」、文山區「茶香綠筍遊藝節」、中正區「歷史復活節」、內湖區「內湖上元節」、南港區「南港桂花盃—音樂嘉年華」、北投區「臺北溫泉季」、中山區「臺灣啤酒節—臺北穿越時空·復古瘋」、士林區「士林國際文化節」、大同區「霞海月老聖誕慶典」、萬華區「萬華文化嘉年華—加蚋文化節、艋舺文化節」等 12 區的文化表演節慶活動。

台北市藉著推動型塑一區一特色的活動，除可供民衆觀光休閒及增進居民間之情感，進而提昇居民對在地認同感外；並期許各區打造及展現屬於自己的獨特在地文化，同時藉此亦能增加觀光產業發展及國際之能見度，在此政策引領下，松山區公所著手規劃結合當地自然人文歷史與景觀的節慶方案；為「錫口文化節」，

並在民國96至100年連續舉辦五年，重新凝聚當地居民對於在地文化的認識及認同，讓在地文化重新的甦活傳衍；亦讓外地遊客可藉由參與體驗「錫口文化節」的節慶活動中，認識及了解昔日「錫口」的人文歷史，進而提高「錫口」地方的知名度並促進帶動地方觀光經濟產業。

「2011錫口文化節」是台北市政府松山區公所主辦第五屆的「錫口文化節」系列活動，松山區公所希期民衆能踴躍參與及擴大節慶活動面層與顧及錫口文化意涵，將在地宗教文化活動，亦納入節慶活動的主題範圍，故本屆的「2011錫口文化節」是與「松山慈祐宮」及「愛在四月天」基督徒聯合佈道大會籌備處共同主辦，結合饒河觀光夜市美食、彩虹橋週邊自然生態等元素，在松山慈祐宮等其他單位的協辦下，從4月15日起舉行「愛在四月天」後，陸續舉辦一系列的文化活動及講堂，最後在4月30日松山之新地標彩虹橋舉辦「愛在松山·藝起童歡」活動，以期本屆「2011錫口文化節」節慶活動能在歡愉氣氛中圓滿的謝幕。

節慶活動除了是觀光活動亦是文化紮根的重要教育及體驗活動，「錫口文化節」活動已連續舉辦了5屆，吸引衆多的在地居民及觀光遊客參與，然而「錫口文化節」是想藉由參與節慶之活動方式，期以凝聚居民情感及強化對在地文化之認同，故當地居民的認同度及滿意度，應視為節慶成功之重要指標，因居民的認同度及滿意度，將影響舉辦錫口文化節慶活動申辦之意義及持續性。

1.2 研究目的

依據上述研究背景與動機，因此以松山區錫口文化節慶居民滿意度為研究主題，欲探討的問題如下：

- 一、探討居民對錫口文化節認同度。
- 二、了解居民對錫口文化節滿意度。
- 三、探討居民對錫口文化節重要度。
- 四、探討居民對錫口文化節內容之重要-表現程度為何。
- 五、探討區域內較能代表錫口文化具體的標的物。

1.3 研究範圍與對象

錫口文化節是台北市松山區公所為文化紮根、凝聚居民情感及推展觀光進而促進經濟發展，在民國96至100年連續五年都舉辦「錫口文化節」，至今以成為台北市松山區公所每年重要執行的文化活動項目。而本研究將以民國100年「2011錫口文化節」活動作為研究案例，並針對台北市松山區內居民進行問卷調查，藉以驗證研究之目的。

1.3.1 研究範圍

本研究「2011錫口文化節」是針對台北市「松山區」之居民作為研究，其範圍詳如附圖1-1台北市松山區域圖。

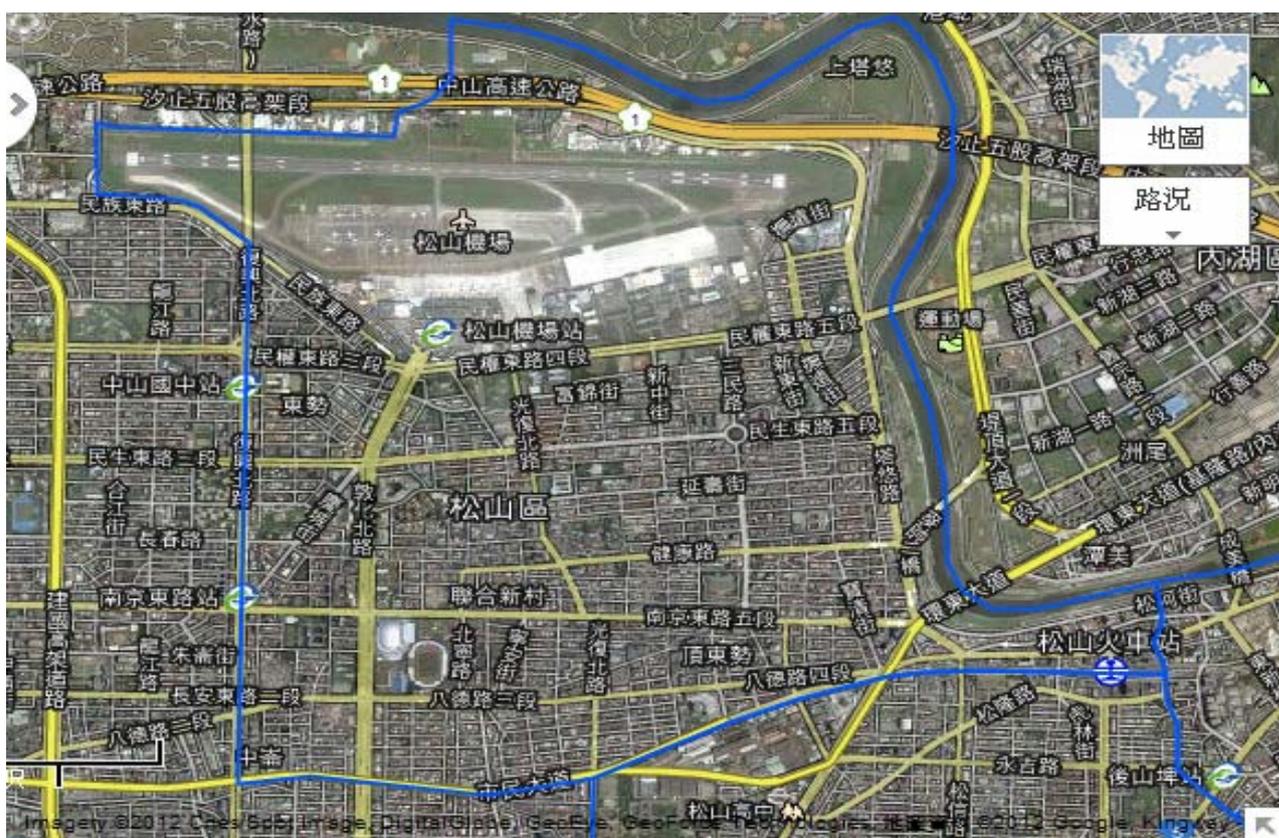


圖1-1台北市松山區圖

資料來源：Google 地圖

1.3.2 研究對象

本研究「2011錫口文化節」是針對台北市「松山區」之居民對於節慶活動認同度、滿意度及重要度，進行問卷調查，藉以驗證研究之目的。

1.松山區人口統計：

關於台北市松山區人口統、戶數統計依民國101年1月31日松山區戶政事務所網站公布最新人口數為210,487人；其中男生為99,712人，女生為110,775人，戶數為78,891戶，里數為33里。詳如下表1- 1 臺北市松山區人口數、戶數統計現況一覽表。

表 1- 1 臺北市松山區人口數、戶數統計現況一覽表

臺北市松山區人口數、戶數統計現況	
總人口數：210,487	戶數：78,891
男：99,712	里數：33
女：110,775	鄰數：761

統計截止日：民國 101 年 3 月 31 日

(資料來源松山區戶政事務所網站)

<http://www.sshr.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=8805&CtNode=2003&mp=102041>

2.松山區行政區域：

台北市松山區現在的行政區：共有莊敬里.富泰里.富錦里.復建里.復盛里.復勢里.復源里.敦化里.慈祐里.新東里.新益里.新聚里.福成里.精忠里.龍田里.鵬程里.三民里.中正里.中崙里.中華里.介壽里.民有里.民福里.吉仁里.吉祥里.安平里.自強里.東光里.東昌里.東勢里. 東榮里.松基里.美仁里,共33里

1.4 研究流程

本研究的研究流程如圖1-4 所示，將其研究步驟及流程說明如下：

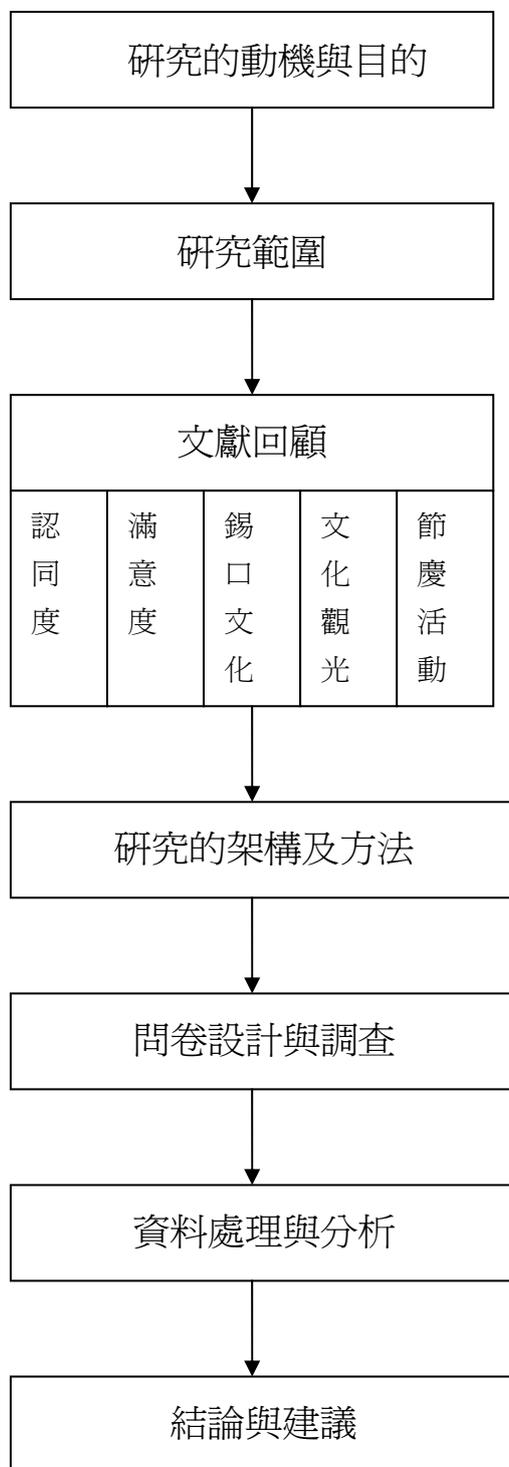


圖1-2研究流程

第二章 文獻回顧

2.1 錫口由來

根據台北市松山區志記載『現在的松山區是從凱達格蘭族「貓里折口社」(或麻里錫口社)與後來漢人的「錫口街」逐步發展而來的』。另依葉倫會(2003)指出「錫口」是譯音，係指「河道彎曲」的意思。

就臺北平原在目前所保存的正式資料得知在康熙47年(西元1708)時「陳賴章」墾戶即已申請來此開墾，其後隨著大量的漢人移墾，在乾隆6年(西元1741)漸進拓荒開墾至內湖、錫口一帶；而錫口地區，賴福順(2007)指出主要是由「何周沈」墾號來此開發，後因周、沈二位因故無法負荷開發而退股，遂讓何士蘭繼續開墾。依臺北市志指出『在乾隆29年(西元1764)續修的「臺灣府志」中載有貓裏錫口庄，說明了漢人已有村落的形成』。另松山區志則記載到了乾隆33年(西元1768)時已稱呼是「錫口街」，取代了原先的「貓里折口社」或「麻里錫口庄」等之稱謂；稱「錫口」為街市，在道光年間姚瑩在《臺北道里記》已有記載；而「錫口街」這個的正式記錄稱謂，據資料顯示最晚在同治10年(西元1871)時就有了；而「錫口十三街庄」的發展形成，最遲則是在清光緒年間。

2.1.1 錫口(松山)歷史演變

在17世紀期間的台北盆地，當時原住民部落，其台北盆地居民總人口數仍僅為少數。直到18世紀清乾隆年間，隨著大量閩南沿海地區的漢人來台北盆地墾荒，由於移居人口的大量移入錫口地區因而使其逐漸繁榮，加上錫口位於基隆河畔，是為基隆、宜蘭到艋舺及淡水間的運輸中心站，並以慈祐宮為中心，漸次建立店舖，隨後發展成為熱鬧商業活動的市街。

台北市民政局局長黃呂錦茹在松山區志序言寫道「昔日錫口的河運在同治年間(1862-1874)的繁華盛況。勝過當時剛興起的大稻埕，由於連年水患、河道淤塞。隨著光緒十年(1884)火車通行，陸運取代水運。」上述的一席話，即道出昔日的「錫口」曾經的繁華但隨著時代變遷及河道淤塞而沒落，在清朝基隆河水運便利發達

時，「錫口」是基隆、宜蘭到艋舺及淡水間的水路貨運必經之地，大多商船多暫泊於此，將其貨物經此轉運至台北，漸而形成一個繁華的商業河港，也因為如此往來的人潮聚集於錫口碼頭和現在的饒河街一帶，而逐漸發展形成一個熱鬧的商業街道，在當年亦有「小蘇州」的稱號。後因隨著基隆河淤積，河運功能的漸退，並在光緒十年(西元1884年)火車的開始通行，陸運盛起之雙重影響下，「錫口」隨著運輸優勢地位喪失，漸而使得萬商雲集的盛況不復見。然隨著陸上火車之交通便捷，卻帶來「錫口」旅遊的人潮，在旅遊人數日增情形下，也重新帶動恢復昔日的繁華。

隨著甲午戰爭的爆發，清朝失利，台灣在清光緒21年（1895）簽訂〈中日馬關條約〉迫而割讓給日本，「錫口」在日治期間的大正9年（1920）改名為「松山」，並在昭和13年（1938）將其納入在臺北州臺北市。在台灣光復後，民國35年正式命名為「松山區」，由於「松山區」係屬台北盆地開發較晚的區域之一，當時的人口相較與其他台北市其他區域的較少。但隨著台北都會的大幅經濟發展，其「松山區」人口亦快速隨之成長，至今的「松山區」人口高達約21萬人，加上近年台北市政府的城市交通建設，例如市民大道及捷運南港線陸續通車，及區內的松山機場扮演兩岸直航的門戶，在快捷便利的空陸交通網絡條件下，更加速「松山區」之發展，使得「松山區」儼然已經成為台北市重要的商業活動區域之一。

2.1.2 人文及環境

台北盆地是由基隆河、新店溪與大漢溪匯流形成淡水河系所孕育成長，然而淡水河系在近幾百年間歷經河川的改道與淤積而形成；而「錫口」則正是由基隆河域所孕育而成。

「錫口」也就是現在的「松山」，原是昔日原住民凱達格蘭族遊獵的區域場所，蜿蜒的基隆河流經過，並有四獸山、姆指山等群山環視；雖位處台北市的中心位置，然而卻不是最早開發的區域。但因近年台北市發展快速，建立起便捷的交通網絡，使得現在的松山區已發展成為台北市現代化的都會區域。

2.2 節慶活動

2.2.1 節慶活動的源起

恒久以來人類爲了祭拜天地鬼神、紀念重要的人物或事件日子，常利用舉行儀式活動而來達此目的，而這些舉行紀念性或消災降福祭祀的儀式活動，亦正是節慶的源起。林清玄(1999)亦認爲中國傳統節慶有些配合四季的節序更替所舉辦慶典活動，另有些則和關於祭祀神鬼的部份，由於這種對於敬畏天地及對祖先感恩的自然觀及宇宙觀的表現，進而也就自然而然的發展出節慶活動。

陳炳輝(2008)亦認爲節慶活動的形成原由是因人類群居、戰爭演變、人類活動或由統治階段制定等四種所產成。從人類歷史中，節慶是人類極重要群體的活動，由於節慶活動的產生，因而透過節慶活動的過程，將古今中外有些珍貴的文化，例如許多的古老神話、祭祀儀式、口語舞蹈、音樂服飾、民俗技藝等等傳統文化藝術，世代的承傳下來。

節慶的形成，經常是人們與生活、自然、地方社會環境之間的互動適應有關；例如台灣在清領時期隨著大規模的移民進入，新移民在渡海來台時，通常會迎奉神像同行，以祈神明庇佑海上行船安全，來台的移民在經濟穩定後，就開始集資建廟，新廟落成後大都成爲當地的活動中心及信仰集會場所，新的廟會節慶活動因此而漸漸成形。

近年新興的文化節慶盛起，源起一九九四年文建會以「社區總體營造」文化建設的立場，爲改善及保存地方生活環境、產業型態、古蹟建築、地方文史、民俗廟會、景觀環境等等，以振興地方社區開始；之後各縣市政府爲發展休閒觀光產業及配合推動政府「一縣市一特色、一鄉鎮一特產」的政策影響下，各縣市政府或鄉鎮市，紛紛結合地方人文、產業、景觀等資源，推出一個個屬於在地人文與地方產業結合的觀光節慶活動，以期藉此增加地方的知名度，進而提昇地方觀光產業的發展。

2.2.2 節慶活動的意義

近年結合當地自然人文或物產等特色之新興的節慶文化活動却突然崛起；由於近年來各縣市在政府文化政策引導下及重視人文及產業的當地人士支持，紛紛以新思惟及新概念，重新發掘當地人文資源及地方產業，包裝成一種具有觀光旅遊特色的新型節慶文化活動，呈現嶄新的節慶風貌，並為節慶活動注入新的生命力。

而Allen(2004)認為節慶活動是生活的指標，對於「活動」一詞係指以精心刻意設計獨特的儀式慶典或演出，為了紀念及慶祝特殊的日子，或者想達到特定目標所舉行。另劉阿榮(2006)指出早期文化節演出目的是基於祭祀或迎神，其對象是神祇，而今日演出目的反而是文化節本身，其對象則是變為觀眾，也因此當今的文化節，扮演不同以往角色及特殊意義。

陳柏州等人(2004)認為節慶是一個民族因應所處的環境、地理，為特定的風俗或紀念意義所舉行的活動儀式，並隨著季節而開展且代代相傳，因而蘊涵著生活情趣，及累積長久的生活智慧。李培菁(2006)則認為節慶活動是有別其化活動，因為節慶活動具有經濟活動及社區經營及社區精神文明建設的屬性行為。

可見節慶活動從早期人類歷史上為一紀念特殊的日子所舉辦的慶祝或祭祀活動，儘管對演出的對象從先前的迎神、祭祀到今日的遊客觀眾，其節慶活動的轉型並不影響其原有的功能。

節慶活動，持續扮演著文化傳承角色，且無國界文化地域之分，近年各國政府及熱心的民間社團，經常精心設計舉辦節慶活動來慶祝、紀念、展現具有當地環境特色之宗教慶典、民俗文化、結合地方產業等等，形式不一的表演活動；希望能達到推動城市觀光、提高能見度的重大策略。

透過節慶活動，除藉此提振產業經濟外亦扮演傳承民俗文化、宗教信仰儀式、提供休閒觀光等功能，亦讓參與節慶活動者體驗有別於平常生活的型態，在情感凝聚抑或情緒宣洩以後，對自己或對地方環境重新產生新的認同情感。

2.2.3 節慶月份活動

依交通部觀光局2011年的觀光政策是為推動「觀光拔尖領航方案」及「旅行臺灣·感動100」之工作計畫，並朝向「發展國際觀光、提升國內旅遊品質、增加外匯收入」之目標邁進（觀光局網站 2011-12-16）。為讓世界及國人知道及看見台灣觀光節慶之節目內容；則在所屬的網站之民俗節慶/活動行事曆裡，提供台灣大型活動各季月份之節慶活動資訊，其資訊內容詳如以下附表 2-1。

表 2-1 台灣節慶活動資訊

月份	日期	節慶活動
1-3 月	1/28-2/28	澎湖萬龜祈福
	2/3-2/20	南投集集燈會
	2/6-2/17	新北市平溪天燈節
	2/10-2/20	新竹竹北燈會
	2/11-2/19	苗栗火旁龍
	2/11-2/20	台北燈節
	2/11-2/20	中台灣元宵燈會
	2/12-2/18	桃園燈會
	2/12-2/28	高雄燈會藝術節
	2/16-20	台東炸寒單
	2/17	台南鹽水蜂炮
	2/17-28	台灣燈會
	2/19	高雄內門宋江陣
	3/12-4/17	台中大甲媽祖國際觀光文化節
	3/27-5/22	客家桐花祭
4-6 月	4/17-5/8	日月潭星光螢火季
	4/25-6/30	澎湖海上花火節
	5/1-6/30	福隆國際沙雕藝術季
	6/4-6/6	台北國際龍舟錦標賽
	6/4-6/12	鹿港慶端陽
7-9 月	7/6-7/10	貢寮國際海洋音樂祭
	7/15-8/8	國際陶瓷藝術節
	7/30-8/29	基隆中元祭
	8/18-21	台灣美食展
8-12 月	10/8-11/19	日月潭花火音樂嘉年華
	10/8-10/16	高雄左營萬年季
	11/12-12/11	草嶺古道芒花季
	11/12-11/13	鯤鯨王平安鹽祭

(資料來源交通部觀光局網站 日期:2011-12-16)

2.2.4 節慶活動內容主題分類

傳統的節慶內容大都是與我們日常生活有關事務例如消災、祈福、紀念等特質的意涵，然而近年來文建會推出社區總體營造提倡文化產業化及觀光局推出地方節慶活動後，再在加上政府推動「一縣市一特色、一鄉鎮一特產」的政策下，有別於傳統節慶的風貌且具有特質意涵的新興節慶，突然興起；這些新興節慶隨著各縣市及政府的文化政策引導下；並在重視人文及產業的當地人士支持，紛紛以新的思惟重新發掘當地人文資源及地方產業，結合成一種有別於傳統節慶，且具有觀光旅遊特色新的節慶文化活動。

節慶活動內容之主題分類，以陳柏州等人（2004）則認為台灣地方新節慶大致分為三種活動類型，其說明詳如以下附表2-2依節慶活動內容主題分類。

表2-2 依節慶活動內容內涵分類

節慶活動內容	說明	台灣節慶活動
1.藝術文化	賦有國際視野及文化交流，所舉辦文化節慶與藝術展演之觀光活動。	宜蘭綠色博覽會、台北中華美食展、台灣燈會
2.產業促銷與社區營造	結合當地的特色及社區總體營造，並給予文化的內涵加以適當包裝，以促銷當地產業。	新埔柿餅節、官田菱角節
3.創新傳承民俗祭典	加入新的創意元素於傳統節慶活動中，藉以賦予傳統節慶活動新的意涵。	府城七夕成年禮、鹿耳門文化祭、媽祖文化節、錫口文化節

資料來源：陳柏州等人（2004），本研究整理

若參考近年許多研究論文整理出內容主題之分類，可分類為傳統民俗、宗教信仰、原住民慶典、文化藝術、地方特產、特殊景觀等六項活動特質內容。說明詳如以下表 2-3依節慶活動內容主題分類。

表2-3 依節慶活動內容主題分類

節慶活動內容	台灣節慶活動
1.傳統民俗	台北國際龍舟錦標賽、台北燈節
2.宗教信仰	台東炸寒單、東港迎王平安祭、錫口文化節
3.原住民慶典	賽夏族矮靈祭、達悟族飛魚祭
4.文化藝術	新竹國際玻璃節、鶯歌國際陶瓷嘉年華
5.地方特產	新埔柿餅節、官田菱角節
6.特殊景觀	土城桐花節、新北市水岸藝術節、錫口文化節

資料來源：陳柏份(2006)，本研究整理

由於「錫口文化節」活動內容之主要意涵，是因錫口之歷史特殊地理環境而產生的人文，是為提昇社區居民的認同及提振觀光產業發展之目的，結合在地的傳統宗教信仰等元素而所舉辦的節慶活動，依上述表2-2節慶活動內容主題之分類，則可歸納於3.社區營造或創新傳承民俗祭典類別，若依表2-3則可歸納於 2.宗教信仰或 6.特殊景觀之類別。

2.2.5 節慶活動功能及效益

我國是以農立國，雖節慶活動種類繁多，但大都仍循著「節氣」替迭來運作舉行，然而農業社會急遽轉型，許多的傳統節慶活動及廟宇文化隨著時代的變遷而消退。但由於近年來政府的文化紮根及促進產業觀光等政策，新興節慶活動紛紛標舉當地的人文或產業特色，推出屬於在地的節慶文化活動，並加上國人週休二日，已掀起國人的觀光休閒、體驗文化等風潮。

節慶活動所能提供功能，依陳炳輝(2008)認為許多國家，經常透過舉辦慶典活動的方式來達到維護地方傳統、營造社區及環境保護、進而提升知名度而帶動地方開發、提高當地產品的促銷及增加地方觀光收益等功能之目地；而李秀娥(2004)則認為節慶活動有助於人放鬆情緒，由其是現今的社會，從平日緊張繁忙的生活節奏，透過節慶的休閒狀態，就在這一張一弛之間，身心獲得調節及重新得到新的力量，對社會的穩定有莫大貢獻。

綜上，節慶活動不僅是提供人們體驗節慶歡樂外亦有觀光休閒之功能，近年來不論是政府或是國人，已將節慶活動視為觀光休閒活動，對於休閒活動John (2003)認為人們在休閒得到的好處有身心健康、自我表現、休息與放鬆、建立友誼關係及家庭關係融洽等等。另陳建和(2007)認為休閒是一種在閒暇之餘從事讓自己身心滿足及讓精神及體力獲得休息，重新再造及成長的活動。

近年亦有許多研究論文針對我國節慶活動之功能有所剖析及探討，若依余誌松(2008)的所列舉節慶活動之功能有(一)提供休憩機會；(二)心靈寄託；(三)保存傳統藝文；(四)教育意識宣導；(五)形象塑造(六)各種商品促銷(七)社區營造與凝聚力；(八)地方經濟開發；(九)增加當地的觀光收入；(十)發表民眾的成果；(十一)聯絡人與人之間的感情；(十二)可供專業人士參觀研究；(十三)提高活力與能見度等項，反觀研討本屆2011年錫口文化節慶主辦目的及主要活動內容看來，應包涵功能及效益。並以列表逐一說明，詳如下表2-4：

表2-4 錫口文化節慶功能效益

項次	功 能	說 明
一、	提供休憩機會	錫口文化節慶是節慶活動內容，亦是一種以休閒活動型態來舉辦。
二、	心靈寄託	有結合當地宗教信仰活動，隨節慶活動的進行，提供民眾心靈上的寄託。
三、	保存傳統藝文	慈祐廟宇傳統節慶文化藝術，透過節慶活動來展演傳承。
四、	教育意識宣導	台北市消防局及民政機關等政府單位藉此活動宣導其政策及教育。
五、	社區營造與凝聚力	社區居民透過參與節慶的活動，達到強化社區的凝聚。
六、	地方經濟開發	饒河夜市及附近商圈配合節慶活動的進行，為地方帶來經濟效益。
七、	增加當地的觀光收入	錫口文化節慶活動舉辦期間，進而帶動其觀光人潮。
八、	聯絡人與人之間的感情	遊客或地區居民間藉由錫口文化節慶活動參訪與與觀光行為，可加深及溝通情感。
九、	可供專業人士參觀研究	學者可透過錫口文化節慶活動，研討節慶活動的相關作法及意見。
十、	提高活力與能力	連續幾屆的錫口文化節活動的舉辦，並經各媒體的報導已使其知名度大增。

資料來源：余誌松(2008)，本研究整理

2.2.6 節慶相關研究

由於近年國內各縣市的節慶活動種類繁多，關於區域的節慶活動所累計之研究文獻亦相對很多，茲整理近年部份其中以遊客滿意度調查、活動效益評估、居民認同等，作為節慶活動之研究方向，其縣市區域及主題，詳如下表2-5。

表2-5 節慶相關論文整理

作者	年份	區域	論 文
鄭瓊慧	2004	高雄	農村節慶活動與遊客滿意度之研究－以 2003 大崗山龍眼蜂蜜文化節為例
張德慶	2004	墾丁	節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究－以墾丁風鈴季為例
陳秀淑	2004	官田	遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究~官田菱角節個案分析
洪煜清	2005	竹山	南投縣竹山竹藝文化節慶的在地效應與評價研究
黃忠華	2005	臺東	節慶觀光活動行銷策略之研究以臺東南島文化節為例
黃凱章	2005	內門	節慶活動遊客滿意度與消費行為關係之探討－以高雄內門宋江陣活動為例
伍亮帆	2006	嘉義	嘉義市國際管樂節吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究
陳柏份	2007	大甲	導入文化觀光於節慶活動評估之研究－以大甲媽祖文化節為例
陳萱瑜	2007	蘭嶼	台灣原住民族文化活動之研究以蘭嶼達悟族飛魚祭為例
王信惠	2007	北港	宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究－以北港為例
莊博欽	2008	澎湖	地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究-以澎湖海上花火節為例
余誌松	2008	烏來	烏來溫泉櫻花季活動之評估
丁玲琍	2009	雲嘉南	民俗活動與文化觀光吸引力的創造－以雲嘉南王爺信仰活動為例
徐鳳怡	2009	大樹	遊客對大樹鄉鳳荔觀光文化季活動滿意度、認同度與忠誠度之研究
藍美雁	2009	台中	台中爵士音樂節與嘉義管樂節之參與動機、滿意度與忠誠度關係之比較
張雅嬪	2010	台南	宗教觀光旅遊動機、目的地吸引力與滿意度之研究－以南鯤鯓代天府為例
蘇亞君	2011	鶯歌	文化觀光之遊客動機、遊憩涉入與滿意度關連性研究～以鶯歌鎮為例
蔡蕙鈴	2011	高雄	遊客之活動涉入、形象識別、價值、滿意度與忠誠度關聯性研究－以 2010 高雄市燈會藝術節為例
蘇慧慈	2011	六堆	六堆嘉年華參與者休閒涉入、休閒體驗與休閒滿意之相關研究
馮柏霖	2011	宜蘭	節慶活動遊客擁擠知覺之探討－以宜蘭國際童玩藝術節為例
陳惠雯	2011	后里	節慶活動行銷策略規劃之探討-以后里樂器節為例
廖淑玲	2011	古坑	地方節慶、產業特色、行銷模式對經營績效影響之研究－以雲林縣古坑鄉咖啡業者為例

資料來源：臺灣博碩士論文知識加值系統，本研究整理

2.3 文化觀光

2.3.1 文化定義

文化的定義在廣義的解釋是人類為適應環境所衍生出的產物，李亦園(2003)認為文化內涵包含有(1).因克服自然所產生的衣食住行所需的物質文化或科技文化；(2).因應社會生活所產生的社會倫理、規範、典章等的倫理文化或社群文化；(3).因克服自我的困境所產生的藝術、文學、音樂、宗教信仰等的精神文化或表達文化。而蔡明讚(2012)在廣義定義上則認為人類的生活經過世代長久的累積，從野蠻至文明，所表現不管是在日常生活及人文科學、文學藝術等各方面所呈現的樣貌；由上論述得知錫口地區因其不斷漢人移民來此開發墾殖，在歷經環境的適應過程中，逐漸發展出屬於錫口當地的文化特色。

2.3.2 地方文化節慶

瞿海源、章英華(1986)認為臺灣社會仍保有鮮明的區域特性，是由於移墾社會對於適應特殊環境及「內地化」的趨勢下所而形成。Ioan M. Lewis (1985) 指出「要清晰分辨一個社羣，由信仰來著手是最好也不過」，而「2011錫口文化節」亦是結合在地區域的傳統宗教信仰文化活動儀式納入節慶活動的主軸範圍，藉以傳承在地的傳統宗教文化藝術；是為帶動區域居民參與、支持社區及文化發展；進而關注區域的文化歷史。

「2011錫口文化節」節慶序列活動，為凝聚居民之情感，族群融合及深化認同感；有結合在地區域的宗教文化，以提供遊客及居民多元的文化觀光及休閒活動。而謝宗榮(2006)亦認為「廟會活動因結合現代的文化活動，變的兼具有藝術、休閒、教育等功能」。

另謝宗榮(2006)認為台灣移民開拓史，先民在墾殖期間常藉助來自原鄉的宗教信仰力量，來對抗面臨自然環境的惡劣，族群因地爭戰、天災、疾病的侵擾及離鄉的苦悶，而得精神上的慰藉，因此幾乎傳統漢人社會聚落及城市發展，都是以廟宇為重心，是故，廟的建造年代愈早代表該區域開發的愈早。

從上論述得知，從早期寺廟的建造的年代歷史及地域的分布，儼然可拼湊出台灣移民的開拓史；而錫口地區的開發，依松山區志記載錫口街的發展是以慈祐為

中心，向外擴展建立店舖。為利於「錫口」的文化藝術傳衍，故「錫口文化節」節慶主軸活動大多結合慈祐宮來舉行，除為了提昇居民對「錫口」在地文化的關注及認同感，亦讓外來遊客在節慶活動中，認識「錫口」的人文歷史；進而提高其知名度，帶動地方觀光產業發展，故因而舉辦「錫口文化節」節慶活動。

2.3.2 文化觀光

隨著社會進步許多的文明已日漸解體，為了保護區域文化，各國政府都以不同的型式來加以保護，其中以文化觀光及節慶活動最為常見，而兩者活動均以文化作為最重的基礎內涵，文化觀光有別一般自然景觀觀光，有了豐厚的文化作為內涵，才能源源不斷吸引住觀光客，成功的文化觀光不僅能提高觀光產值及提昇國人文化素養外，更能因此而讓區域的文化得以保護及傳衍下去。

成功的文化節慶觀光，需要有豐富的文化力及行銷包裝、經營管理、財務健全、組織系統等配合；然而近年國內亦有許多新型的文化節慶活動，其內容乏善可陳，且缺乏文化的吸引力，因此而沒落。

文化節慶觀光是從體驗文化為出發點兼具觀光經濟開發，所以文化節慶具有文化與商業的雙重特質，對偏遠且弱勢的區域文化而言更有文化復興及社區經濟重建的深層重大意義。

2.3.3 文化觀光重要性

台灣經濟研究院院長吳榮義在劉大和（2001）《APEC議題研究精選系列》書序提出認為，為解決觀光發展之困境可將觀光節慶匯集的天然資源加上社區人文歷史、古蹟遺產及宗教慶典等元素，所衍生創造就業及觀光兩者的經濟產值，就可以解決發展困境了。更是有利偏遠地區的文化發展；除提供休閒觀光，另也會對區域文化特色增加認識，進而深化認同及提昇參與感。

由上得知文化觀光，不僅僅是純粹的社會經濟的活動，而是複有文化開發、傳承及交流等多方面的內涵效益，其內涵在觀光上不僅是休閒層面，亦增添了文化影響層面，隨著代社會的進步許多的文化已日漸解體，然而卻有不少的區域積極發展文化觀光產業，成功的將當地文化歷史遺產活化，也活絡了當地觀光產業，促進了區域的發展，透過當地經濟興起發展，使得年輕人的願意回鄉或吸引新移民的遷入，讓當地的文化資產可以得到保護及傳承。

2.4 滿意度

2.4.1 滿意度的定義

滿意度原為運用於研究消費者行為上，然近年來有些則運用於研究旅遊觀光活動上，將旅遊活動視為一種產品，而遊客或參加者則視為消費者，藉由「滿意度」來衡量遊客的態度、感覺與情感及重遊意願，亦可評量其旅遊地或節慶活動內容之服務品質。

張雅嬪(2010)認為「遊客參與遊憩活動的目的，在於追求可令其滿意之體驗的獲得」。綜上也就是旅客在選擇至某特定的遊憩目的地，在特定的期望下，希望得到滿意感受，並藉由「滿意度」量表測量旅客之滿意程度，若有高度的滿意水準則可視為獲得愉快的體驗感受。近年來有些學者專家就顧客滿意度定義進行探討研究，例如鄭瓊慧(2004)即針對國外學者(Helmpel、Oliver、Manning、Engel、Blackwell and Miniard)所提之滿意度的定義進行整理成表，詳如下表(表2-6)。

表 2-6 顧客滿意度定義

年代	學者	顧客滿意度定義
1977	Helmpel	「顧客滿意程度」是決定於顧客所預期的產品利益之實現程度，它反映出「預期」和「實際」結果一致的程度。
1981	Oliver	「顧客滿意程度」是顧客對產品或服務的期望通常會由過去的購買經驗、他人轉述、別種品牌的資訊等訊息建構形成。
1986	Manning	滿意度是一「多重向度的概念」，受到多種參數的影響，有些是經營者可控制的，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。
1993	Engel、Blackwell and Miniard	「顧客滿意程度」為顧客使用產品後，會對產品績效與購前信念二者間的一致性加以評估，當二者間有相當的一致性時，顧客將獲滿足；反之，顧客將產生不滿意。

資料來源：鄭瓊慧(2004)

2.4.2 影響滿意度因素

影響滿意度評量除了遊客預期與實際體驗感受差距外，鄭瓊慧(2004)研究整理提出宋秉明(1983)，影響遊客滿意度之因子提出關於影響遊客滿意度之影響因素，就是遊客內在的心理性因子、遊憩區社會環境因子、遊憩區自然環境因子、遊憩活動因子以及其他因子(氣候、意外事件)等五大影響因子。另張德慶(2004)認為服務品質為影響服務價值與行為意願為主要的因素。

由於居民滿意度是居民參與體驗活動後，經由事後回想其感受之方式來作滿意度之評量，也因此其滿意度的高低，經常隨著居民個人之不同屬性背景、參加動機目的，對其主辦活動內容、服務品質內容以及活動場地周遭的環境，也會有其不同的感受。故因用回想方法對其活動內容之優劣，作出評量，因而常會產生若干不同程度的左右各分項滿意度評量，進而影響到整體之滿意度。

2.4.3 滿意度構面

在國內外的學者專家的研究及論証下，其滿意度之衡量表構面已漸成熟。本研究就國內文獻對於滿意度之問項構面與研究結果，整理如下表（表2-7）。

表 2-7 滿意度之問項與研究結果

作者	年份	使用問項	研究結果
鄭瓊慧	(2004)	心理體驗 環境景觀及服務品質 遊憩體驗活動 整體滿意度	在交通便利性滿意度方面以停車方便最高，在環境景觀滿意度方面以田園景觀最高，體驗活動滿意度方面則以活動空間為最高，另在服務品質滿意度方面則是以服務態度最高。
陳秀淑	(2004)	體驗滿意度 管理滿意度 環境滿意度 總體滿意度	整體遊客對活動滿意程度介於尚可與滿意之間但偏向於滿意。而不同類群的遊客卻是一致性對於廁所、環境衛生及交通管制停車等問題感到不滿意的。
黃秀卿	(2006)	服務品質 硬體設施 環境與景觀 消費價格因素 行銷策略	遊客對於活動滿意度，排序在前三名為「售票窗口人員的服務態度」、「外圍道路的路標指示清楚」、「驗票處人員的服務態度」。
伍亮帆	(2006)	節目活動 視覺和聽覺饗宴 活動場地的安排 整體滿意	民眾在滿意度方面排序最高為「視覺和聽覺饗宴」及「整體滿意」而最低則是為「活動場地的安排」。
王信惠	(2007)	整體評價	整體滿意度方面在「宗教信仰」及「教育程度」有顯著差異。

表 2-7 滿意度之問項與研究結果 (續上頁)

作者	年份	使用問項	研究結果
余誌松	(2008)	宣傳方式 主題明確 交通規劃 地點安排 時間選擇 人員態度 安全措施 會場清潔 整體滿意度	由於活動地點集中在烏來村，無法延伸至各村，以致影響整合效果，整體滿意度為 3.06，表示對櫻花季活動的整體滿意度普通。且由於居民感到不滿的比例偏高，對於後續活動的舉辦將會產生阻力。
藍美雁	(2009)	場地規劃與設施 視覺與聽覺饗宴 節日活動體驗 整體滿意	整體滿意度遊客對於爵士音樂節的滿意度略高於管樂節，另對於爵士音樂節之停車便利性最為不滿意。
徐鳳怡	(2009)	環境滿意度 體驗滿意度 管理滿意度 總體滿意度	體驗型活動以「戶外草地音樂會」最受訪者喜愛，在經濟型活動則為「農特產展售」最受訪者喜愛，在體驗滿意度最高為休閒功能，在環境滿意度中最高以公廁之清潔與衛生，另整體滿意度則為尚可。
張雅嬪	(2010)	宗教遊憩環境 宗教遊憩服務設施 宗教遊憩活動 總體滿意度	滿意度整體平均數為(3.79)，顯示遊客滿意度性高。另在排序前三項為整體滿意度、環境景觀規劃、停車便利性。
蘇慧慈	(2011)	服務設施 品質滿意	滿意度之平均數在排序上以「服務設施」為最高，其次為「品質滿意」。
蔡蕙鈴	(2011)	總體滿意度	遊客對於活動滿意度感到很滿意。以相信參與「愛幸福 2010 高雄燈會藝術節」同意的程度為較高。
本研究整理			

滿意度量表之構面是為測量遊客參與節慶活動滿意程度的重要指標。參考以上研究針對各類型節慶活動所使用測量滿意度的構面，及檢視本研究錫口文化節慶之活動內容屬性，經綜合研判，本研究之滿意度量表構面，爰參考採用鄭瓊慧(2004)大崗山龍眼蜂蜜文化節及陳秀淑(2004)-遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究-官田菱角節個案分析及徐鳳怡(2009)遊客對大樹鄉鳳荔觀光文化季活動滿意度、認同度與忠誠度之研究節慶滿意度，三者所使用問卷量表之研究構面。綜合以上研究，發展出使用之問卷量表構面為以「環境滿意度」「體驗滿意度」「管理滿意度」等三個分項滿意度及加上「總體滿意度」合計為四個構面來進行評量。

2.4.4 節慶活動與滿意度及認同度相關研究

近年對於節慶活動滿意度研究對象大多是以參與遊客為主軸，茲整理近年研究之主題及研究對象，詳如下附表（表2-8），以居民對於節慶活動滿意或認同程度之相關研究案例不多，然而節慶活動除了是觀光活動亦是文化紮根的重要教育及體驗活動，「錫口文化節」活動已連續舉辦了5屆，吸引眾多的在地居民及觀光遊客參與，「錫口文化節」想藉參與節慶方式之活動，期以凝聚居民情感及強化對在地文化之認同，故當地居民的認同度及滿意度，應視為節慶成功重要指標，因居民的認同度及滿意度，將勢必影響舉辦錫口文化節慶活動申辦之意義及持續性，故本研究是以台北市松山區之當地居民，就 2011「錫口文化節」節慶活動之滿意度及認同度相關研討。

表2-8 節慶活動滿意度主題及研究對象

作者	(年份)	研究主題	研究方法	研究對象
鄭瓊慧	2004	農村節慶活動與遊客滿意度之研究－以2003 大崗山龍眼蜂蜜文化節為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
張德慶	2004	節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究－以墾丁風鈴季為例-1	文獻探討 問卷調查	參與遊客
陳秀淑	2004	遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究~官田菱角節個案分析	文獻探討 問卷調查	參與遊客
黃凱章	2005	節慶活動遊客滿意度與消費行為關係之探討－以高雄內門宋江陣活動為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
伍亮帆	2006	嘉義市國際管樂節吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究	文獻探討 問卷調查	參與遊客
王信惠	2007	宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究－以北港為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
余誌松	2008	烏來溫泉櫻花季活動之評估	文獻探討 問卷調查 訪談	居民
徐鳳怡	2009	遊客對大樹鄉鳳荔觀光文化季活動滿意度、認同度與忠誠度之研究	文獻探討 問卷調查	參與遊客
藍美雁	2009	台中爵士音樂節與嘉義管樂節之參與動機、滿意度與忠誠度關係之比較	文獻探討 問卷調查	參與遊客
張雅嬪	2010	宗教觀光旅遊動機、目的地吸引力與滿意度之研究－以南鯤鯓代天府為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
李素馨	2011	文化觀光之遊客動機、遊憩涉入與滿意度關連性研究～以鶯歌鎮為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
蔡蕙鈴	2011	遊客之活動涉入、形象識別、價值、滿意度與忠誠度關聯性研究－以 2010 高雄市燈會藝術節為例	文獻探討 問卷調查	參與遊客
蘇慧慈	2011	六堆嘉年華參與者休閒涉入、休閒體驗與休閒滿意之相關研究	文獻探討 問卷調查	參與遊客

本研究整理

2.5 認同度

2.5.1 認同定義

關於認同的定義，已有相當多的學者專家提出各自之論述。例如許木柱(1989)認為其認同作用是一個人將另一個人或一羣人的觀念、行為舉止，給予內化進而轉化成為屬於他自己的一種過程；而李培菁(2006)認為「認同感」為：個人認同團體或其他個人的態度、價值觀、及行為，並願意表現或參與，而成為團體的一份子，進而產生歸屬感。

綜上對於認同感定義，雖然有些不同的論述，但在本質意涵上，仍以個人自我的心理意識受到別人或團體的影響，而產生一種潛意識想維持與團體內在一致性的認知過程，簡言之個人承認歸屬在某群體的一種認知過程。雖而社會及國家均是由許多的大小不一的族群或團體所組成，而個人正是族群或團體組成的基本元素，個人為了避免遭受族群或團體的孤立，無法獨自生存，為身心安頓從內產生一種依附族群的驅使力，形成潛在的情緒力量，進而轉換成深層內在認同感。而Isaacs(2004)亦認為人要找到屬於自己的個人認同，只有透過投資感情在族群認同上才能找到。

當族群認同產生時亦對個人自我產生影響，在潛移默化下改變個人意識及行為，但由於個人的歷史背景、文化涵養、生長環境、宗教信仰等等因素，左右其認同的層面，也就是認同度會隨個人的屬性不同，而產生不同的差異，亦如Warnier(2003)指出認同感隨著個人背景的差異而可隨時的變動，由其在文化全球化的潮流中，可以隨著它們不同所屬的宗教、語言、文化等等的差異，而產生有所差異的認同。可見，認同是會改變的，當個人隨著社經環境及知識認知有所改變時，認同亦隨之變動。

2.5.2 認同感構面

從認同定義的論述得知，本質意涵上仍以個人自我的心理意識受到別人或團體的影響，而產生的態度，本研究運用認同感以評量居民對於地區性節慶活動之認同程度為何之相關研究，並就國內文獻對於認同度之研究主題、問項構面與研究結果，整理如下表（表2-9）

表 2-9 認同度之問項與研究結果

作者(年份) /主題	使用問項	研究結果
黃琇玫 (2003) 地方文化活動與地方 認同—以竹山鎮社寮 地區為例	文化生活認同 社會生活認同 實質環境認同 經濟生活認同	居民知道活動數目及參與活動數目與文化生活、社會生活、實質環境、經濟生活、總體地方等認同均呈正相關。
陳秀淑 (2004) 遊客參與產業文化活 動滿意度與認同度關 係之研究~官田菱角節 個案分析	社區發展 文化紮根 活動影響 振興產業 產業經濟	整體遊客對活動認同度程度略向於同意。在差異分析顯示有較顯著差異，有教育對文化紮根、振興產業及產業經濟及年收入。
李培菁 (2006) 民俗節慶活動認同感 與贊助意願之研究--以 大甲媽祖文化節為例	認知 情感 參與	在認知平均數以「有助於居民精神寄託」最高；另對於認知較低則是有形的生活地域認知的之認同程度。

表 2-9 認同度之問項與研究結果 (續上頁)

作者(年份) /主題	使用問項	研究結果
林詠能 (2008)	文化	
大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究	社區發展 歸屬感 參與 經濟發展	性別對於地方認同度的認知無顯著性影響，有顯著差異的是地方認同度的環境構面與經濟效益構面，以及文化方面的態度等。
莊博欽 (2008)	認知	
地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究-以澎湖海上花火節為例	情感認同 參與行爲	居民之認同程度為普通，其構面排序以認知為最高，而參與行爲其次，最低的則是情感認同。
杜殷琰 (2009)	文化資產	
南古蹟遊客旅遊動機、滿意度與認同度關係之研究	觀光發展 城市形象 特色建築 整體認同度	在認同度構面方面之排序最高為「城市形象」，而「觀光發展」為次之。在整體之滿意度平均數為 3.39，顯示認同度程度則屬中等。
曾蘭淑 (2011)	認知	
地方居民對於節慶活動的效益認知與認同感對活動支持度之研究-以鳳荔文化季為例	情感認同 參與行爲	在認同感上有顯著差異的，有不同教育程度、職業及平均月收入等項。 另與認同感呈現有顯著正相關，則有效益認知及支持度。

本研究整理

認同度量表之構面為測量居民參與節慶活動之認同度重要指標。參考以上研究針對各類型節慶活動所使用測量認同度之構面，針對本研究意涵屬性，經綜合研判，本研究之認同度量表構面參考莊博欽(2008)-地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究-以澎湖海上花火節為例及曾蘭淑(2011)-地方居民對於節慶活動的效益認知與認同感對活動支持度之研究-以鳳荔文化季為例-等研究，所使用節慶認同度之問卷有「認知」「情感認同」「參與行為」三項研究測量構面；另參考林詠能(2008)大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究所使用之「社區發展」研究測量構面。綜合以上研究，發展出使用之問卷量表構面為以分為「文化認知」、「地方發展」、「參與程度」等三個測量構面來進行評估。

2.5.3 錫口文化節與認同度

居民可藉由參與「錫口文化節」節慶活動，而內化對於在地社區及文化的認同感及深化歷史文化價值的認同，進而凝聚居民情感及喜愛自己的在地文化。亦如杜殷瑛(2009)認為地方認同可以說是說是人對一個特定空間的認同。

「錫口文化節」是臺北市政府為落實基層之文化建設亦提出型塑台北市一區一特色所推動作舉辦的，期許台北市各區都能打造及展現屬於自己的獨特在地文化，讓在地文化重新的甦活傳衍，並藉著節慶活動以增加民衆觀光休閒及增進居民間之情感；亦能提振當地之觀光產業發展及國際能見度。

綜上得知「錫口文化節」是觀光休閒活動，亦是落實文化紮根的教育活動，是想藉由居民參與節慶之活動方式，激發其對在地的凝聚力，以強化對在地文化之認同。認同度應可視為節慶成功之重要指標，認同度之高低且將勢必影響舉辦錫口文化節慶活動申辦之意義及持續性。為了解當地居民對舉辦「錫口文化節」之系列活動，其認同為何？故本研究以文化認知、地方發展、參與程度等三個構面之認同度量表來進行評量。

第三章 研究方法

本研究爰依第二章文獻討論後之研究基礎，建立其研究架構及問卷設計，俟問卷資料發放及回收後，則以SPSS套裝軟體中文版進行資料數據之統計處理，最後將統計所得之資料數據再進行分析探討；以此共分爲五個章節，第一節爲研究架構與假設，第二節爲問卷設計，第三節研究對象與抽樣，第四節資料處理，第五節研究限制。

3.1 研究架構與假設

3.1.1 研究架構

本研究係以問卷調查進行研討，探討台北市松山區不同屬性的居民參與「錫口文化節」之系列活動後，就「滿意度」、「重要度」、「認同度」的差異性及「滿意度」、「重要度」、「認同度」相互間的關係差異性進行研討；將其研究架構則繪製表示如下圖3-1所示。

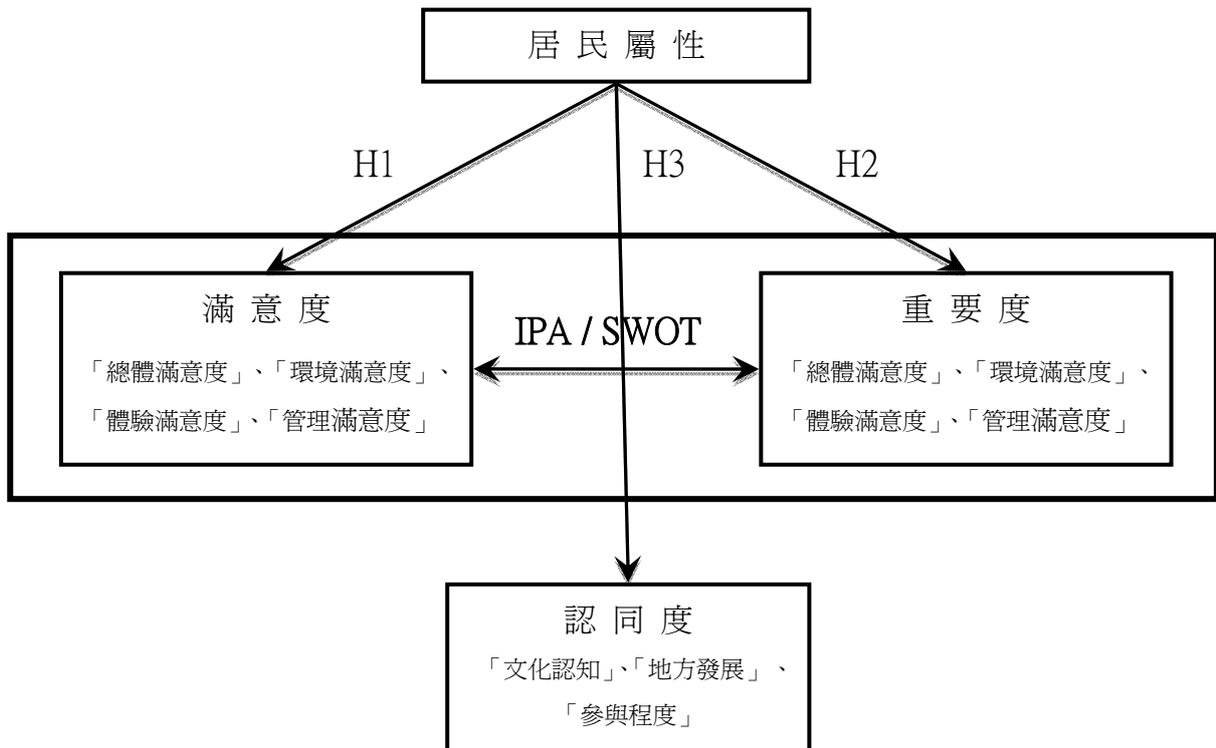


圖3-1 研究架構

3.1.2 研究假設

依研究架構提出本研究之假設，分述如下：

- (一) H1：松山區居民對於「錫口文化節」的活動滿意度有顯著關係。
- (二) H2：松山區居民對於「錫口文化節」的活動重要度有顯著關係。
- (三) H3：松山區居民對於「錫口文化節」的活動認同度有顯著關係。
- (四) 松山區居民對於「錫口文化節」在重要-表現程度上，是有明顯差異。

3.2 問卷設計

3.2.1 問卷設計

1. 認同度：

本研究之認同度量表構面爰參考莊博欽(2008)-地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究-以澎湖海上花火節為例及曾蘭淑(2011)-地方居民對於節慶活動的效益認知與認同感對活動支持度之研究-以鳳荔文化季為例等研究節慶認同度之問卷所使用之「認知」「情感認同」「參與行為」三項研究測量構面；另參考林詠能(2008)大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究所使用之「社區發展」研究測量構面。綜合以上研究，發展出本研究使用之問卷量表構面，分為「文化認知」、「地方發展」、「參與程度」等三個測量構面來進行評估，其量表詳如下表(表3-1)。

表3-1 認同度量表

構面	問卷項目
文化認知	1、 您認為錫口文化節活動的舉辦，能增加居民對錫口文化的認識。
	2、 您認為錫口文化節活動，能表現錫口當地文化的節慶活動。
	3、 您認為錫口文化節活動中，慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化。
	4、 錫口文化節活動的舉辦，讓我以身為錫口的居民而為榮。
	5、 我認為舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識。
地方發展	6、 舉辦錫口文化節活動，能增加地方發展。
	7、 透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感。
	8、 您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益。
	9、 舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度。
參與程度	10、 由於舉辦錫口文化節活動，讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動。
	11、 我會邀請親友一起參加錫口文化節系列活動。
	12、 我希望錫口文化節活動，能長期的舉辦下去。
	13、 舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時,我樂意參加志工。
	14、 我願意繼續參與明年錫口文化節活動。

2. 滿意度及重要度：

本研究之滿意度量及重要度量表構面，爰參考採用陳秀淑(2004)遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究~官田菱角節個案分析及徐鳳怡(2009)遊客對大樹鄉鳳荔觀光文化季活動滿意度、認同度與忠誠度之研究節慶滿意度，所使用問卷量表之四項研究構面；其使用之問卷量表構面為「環境滿意度」、「體驗滿意度」、「管理滿意度」等三個分項滿意度及加上「總體滿意度」合計為四個構面；所發展出的量表詳如下表(表3-2)。

表3-2 滿意度及重要度量表

構面	問卷項目
環境滿意度	1、 活動場地路線指引。
	2、 會場停車方便。
	3、 活動地點之環境整潔。
	4、 公共廁所之清潔與衛生。
體驗滿意度	5、 活動場地佈置規劃。
	6、 活動內容之設計。
	7、 提供休閒或親子同樂之功能。
	8、 增加瞭解當地人文歷史文化機會。
管理滿意度	9、 活動工作服務人員態度。
	10、 服務人員解說。
	11、 節慶活動之宣傳。
總體滿意度	12、 會場之安全管理。
	13、 活動之整體表現。

3. 量表衡量尺度

為研究當地居民對 2011「錫口文化節」活動內容及義意之認同、滿意、重要度為何？則是利用問卷量表蒐來集量化資料並加以探討，其量表則採用李克特(Likert)五等量表來評量居民對活動認同、滿意、重要度之關係。

(1). 認同度：

本認同度量表之問項內容共有14個題，分為「非常同意、同意、普通、不同意、非常不同意」五個等級（詳如表3-1認同度量表），每題依序給分(分為1至5分)，而得分越高者，則代表其認同度愈高。

(2).滿意度：

本滿意度量表之問項內容共有13個題，分為「非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意」五個等級（詳如表3-2滿意度及重要度量表），每題依序給分(分為1至5分)，而得分越高者，則代表其滿意度愈高。

(3).重要度：

本重要度量表之問項內容共有13個題，分為「非常重要、重要、普通、不重要、非常不重要」五個等級（詳如表3-2滿意度及重要度量表），每題依序給分(分為1至5分)，而得分越高者，則代表其重要度愈高。

4. 居民屬性

其居民的屬性則有性別、年齡、婚姻情況、教育程度、職業、家庭平均收入、居住時間、居住房子、宗教信仰、文化象徵性地標、活動資訊、資訊來源、及參加次數等十三項來作為居民屬性差異統計，其題項如下。

- 1、性別：男性及女性。
- 2、年齡： 20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51歲以上。
- 3、婚姻情況：未婚、已婚有小孩、已婚無小孩。
- 4、教育程度：國小以下、國(初)中、高(中)職、專科、大學、研究所以上。

- 5、職業：軍公教、農漁業、學生、工、商、服務業、其他。
- 6、您的家庭平均每月總收入約為：4萬元以下、4~8萬元、9~12萬元、13~16萬元、17~20萬元、20萬元以上。
- 7、您居住在本社區的時間至今約：1年以下、1~5年、6~10年、11~15年、16~20年、20年以上、世居。
- 8、您所居住的房子是：自有、租用、借用、配住。
- 9、請問您的主要宗教信仰(只能單選)：佛教、道教、天主教、基督教、回教、其他、無。
- 10、請問您認為最能代表錫口文化的象徵性地標(只能單選)？饒河夜市、慈祐宮、彩虹橋、慈福宮、錫口禮拜堂、霞海城隍、其他、沒有。
- 11、請問您知道今年4月15至30日，舉行2011年錫口文化節系列活動嗎？知道、不知道。
- 12、請問您知道有舉行錫口文化節活動資訊是：市府宣傳品、親朋好友、報紙、網路、其他。
- 13、請問您有參加過錫口文化節活動？：沒有、1次、2次、3次、3次以上。

3.3 研究對象及抽樣

3.3.1 研究對象及範圍

本研究對象係指設籍於台北市松山區之民眾。所指之松山地區，是以台北市行政區域所屬的松山地區為範圍。

3.3.2 抽樣方式

從台北市民政局網站資料得知，截至100年12月為止，設籍松山區男性人數為99411人，女性有110537人，合計共有209948人（台北市政府松山區民政局人口統計/100年度各月份人口數、戶數統計表）本研究對象之母體總數(N)共有209948人。本研究採用配額抽樣的方式，並由主要活動舉辦所在之核心里(慈祐里)里長針對松山區居民代為發放樣本數500份。

3.3.3 問卷施測

1、預試

為檢測問卷是否有語意不清或有字誤之處，則先進行問卷預試，並以台北市松山區50名居民為施測對象。

2、正式施測

問卷發放則委請慈祐里長代為發放，填答完畢後，再由研究者回收。本抽樣樣本數為450份，但為考量有部份拒答或無效卷，故本研究將樣本數定為 $n=450(1+10\%)=495$ ，故本研究所需樣本數為495人，但考量填答之回收率且取整數，因此本研究訪查共發500份問卷。

3.4 資料處理

將發放之問卷資料回收，俟確認有效後，則以SPSS套裝軟體中文版進行資料數據之統計處理，最後將統計所得之資料數據再進行分析探討：

3.4.1 信效度檢測

在問卷效度方面，本研究係參考採用國內學者專家研究過之構面題項予以修訂而成，並經指導教授審定該問卷內容，因此應具有一定的內容效度。在信度方面就滿意度與認同度之變項進行分析是否具有良好之信度。

3.4.2 描述性統計

藉由平均數、次數分配、百分比等來進行描述性統計居民特性背景(性別、年齡、居住地、教育程度、職業、、、等項目)對於本次活動認同、滿意、重要度之相互關係的分佈情形。

3.4.3 獨立 t 檢定

利用獨立樣本 t 檢定，探討不同居民特性(性別)對於滿意度與認同度之變項是否具有顯著差異。

3.4.4 單因子變異數分析

研討不同的居民特性背景下對於滿意度與認同度構面上是否有顯著差異項目存在。

3.4.5 IPA 評量分析

進行研究居民對於節慶活動之「環境」「體驗」「管理」「總體」四個構面之子項目其重要程度與滿意程度評量。

3.4.6 SWOT 策略分析

進行居民對於節慶活動之滿意程度、重要程度四個構面子項之落點，所採行之策略分析。

3.5 研究限制

錫口文化節自民國96年至100年已舉辦有5屆。而本研究調查期間為民國100年4月日至101年2月間，故所得研究結果亦僅能代表當地居民對於2011錫口文化節慶認同度、滿意度及重要度之情形。

第四章 結果分析與討論

本研究透過問卷調查在探討居民特性對於舉辦2011年錫口文化節慶活動之認同度、滿意度、重要度關係及滿意度、重要度之間的相互關係，問卷共發出 500 份，回收有效問卷 468份，扣除無效問卷11份，回收有效問卷為 457 份，有效問卷回收率為 91.4%。

本章節共分為五小節，分別為第一節：居民基本屬性分析；第二節：認同度、滿意度、重要度分析；第三節：差異性分析；第四節：重要-表現程度分析法；第五節：SWOT分析法。

4.1 居民基本屬性分析

根據回收問卷資料逕行針對居民基本屬性進行敘述性統計分析，本研究之居民屬性分別為性別、年齡、婚姻情況、教育程度、職業、家庭平均收入、居住時間、居住的所屬、宗教信仰、活動資訊、資訊來源、參加次數及選擇文化象徵性地標等十三項，就統計之結果（詳如表 4-1 居民屬性統計表），以下逐項予以分析說明。

4.1.1 性別

在居民屬性統計表之性別統計部份，其中男性有253人(佔 55.4%)；而女性有204人 (佔 44.6%)，其顯示結果男性多於女性。

4.1.2 年齡

在居民屬性統計表之年齡統計部份，是以31~40歲的有148人居民最多(佔 32.4%)，其次為21-30歲有123人(佔 26.9%)，下來依序則為41-50歲有120人(佔 26.3%)，51 歲以上有39人(佔 8.5%)；20歲以下有27人(佔 5.9%)，顯示受測的居民，大多分布在21-50歲之間的青年到青壯年年齡層(合計共佔 85.6%)。

4.1.3 婚姻狀況

在居民屬性統計表之婚姻狀況統計，以「已婚」有小孩為238人(佔 52.1%)為最多；其次是「未婚」的人數為162人(佔 35.4%)；而已婚無小孩則為57人(佔 12.5%)。

4.1.4 教育程度

在教育程度統計，是以「專科」的人數 149人爲最多(佔 32.6%)；其次是「大學」的人數 143人 (佔31.3%)；依序則爲「高中(職)」85 人(佔 18.6%)；「研究所以以上」46人，(佔 10.1%)；「國中」27人(佔 5.9%)；「國小以下」7 人(佔 1.5%)。顯示受測的居民，大多分布在大專以上教育程度。

4.1.5 職業

在職業方面統計，是以「服務業」100人爲最多(佔 21.9%)；其次爲「商」99人(佔 21.7%)；接著依序則爲「軍公教」72人(佔 15.8%)；「工」71人(佔 15.5%)；「學生」的人數 57人 (佔 12.5%)；「其他」37人(佔 8.1%)；「農漁牧業」21人，(佔4.6%)。

4.1.6 家庭收入

在居民屬性統計表之家庭收入統計，是以「9~12萬元」的人數 160人爲最多(佔 35.0%)；其次是「4~8萬元」的人數 110人 (佔 24.1%)，依序則爲「13~16萬元」88人，(佔 19.3%)；「4萬元以下」的人數 39人 (佔 8.5%)及「17~20萬元」39人(佔 8.5%)；「20萬元以上」21人(佔 4.6%)。

4.1.7 居住時間

在居民屬性統計表之居住時間統計，是以「1~5年」的人數122人爲最多(佔 26.7%)；其次是「6~10年」的人數 89人 (佔 19.5%)，依序則爲「11~15年」的 71人，(佔15.5%)；「1年以下」60人數(佔 13.1%)；「20年以上」56人(佔 12.3%)；「16~20年」的人數 45人 (佔 9.8%)；「世居」14人(佔 3.1%)。

4.1.8 居住房子所屬

在居住房子所屬方面統計，是以「自有」的人數 258人爲最多(佔 56.5%)；其次爲「租用」164人(佔 35.9%)，接著依序則爲「借用」26人(佔 5.7%)；而「配住」9人(佔 2.0%)。顯示受測的居民，超過半數擁有自有住宅居多。

4.1.9 宗教信仰

在宗教信仰統計，其宗教信仰是以「道教」的人數 184 人為最多(佔 40.3%)；其次為「佛教」126 人(佔 27.6%)，接著依序則為「無」73人(佔 16.0%)；「天主教」32人(佔 7.0%)；「基督教」31人(佔 6.8%)；「其他」6人(佔1.3%)；「回教」5人(佔 1.1%)；顯示受測的居民宗教信仰，大多是以「道教」及「佛教」居多(合計共佔 53.2%)。

4.1.10 文化的象徵性地標

在居民屬性統計表之錫口文化的象徵性地標統計，是以「慈祐宮」的人數 133 人為最多(佔 29.1%)；其次是「饒河夜市」91人(佔 19.9%)，接著依序則為「彩虹橋」69人(佔 15.1%)；「錫口禮拜堂」52人(佔 11.4%)；「慈福宮」44人(佔 9.6%)；「霞海城隍」43人(佔 9.4%)；而「沒有」 19人(佔 4.2%)；「其他」6人(佔 1.3%)。

4.1.11 活動資訊

在活動資訊方面統計，是以「知道」的人數 355人為最多(佔 77.7%)；其次為「不知道」102人(佔 22.3%)。

4.1.12 資訊來源

在居民屬性統計表之居住時間統計，是以「市府宣傳品」的人數 139人為最多(佔30.4%)；其次是「親朋好友」的人數 134人(佔 29.3%)，依序則為「其他」 84人數(佔18.4%)；「網路」63人數(佔 13.8%)；「報紙」37 人(佔 8.1%)。

4.1.13 參加次數

在參加次數方面統計，是以參加過「1次」的人數 135人(佔 29.5%)為最多；其次「沒有」的人數 130人(佔 28.4%)；依序則為「2次」的人數113人，(佔 24.7%)；「3次以上」的人數 45人數(佔 9.8%)；「3次」的人數 34 人(佔 7.4%)。

表 4-1 居民屬性統計表

項目	內容	人數	百分比 (%)	排序	項目	內容	人數	百分比 (%)	排序
性別	男	253	55.4	1	居住時間	1 年以下	60	13.1	4
	女	204	44.6	2		1~5 年	122	26.7	1
	合計	457	100			6~10 年	89	19.5	2
年齡	20 歲以下	27	5.9	5		11~15 年	71	15.5	3
	21~30 歲	123	26.9	2		16~20 年	45	9.8	6
	31~40 歲	148	32.4	1		20 年以上	56	12.3	5
	41~50 歲	120	26.3	3		世居	14	3.1	7
	51 歲以上	39	8.5	4		合計	457	100	
	合計	457	100		宗教信仰	佛教	126	27.6	2
婚姻情況	未婚	162	35.4	2		道教	184	40.3	1
	已婚有小孩	238	52.1	1		天主教	32	7.0	4
	已婚無小孩	57	12.5	3		基督教	31	6.8	5
	合計	457	100			回教	5	1.1	7
教育程度	國小以下	7	1.5	6		其他	6	1.3	6
	國(初)中	27	5.9	5		無	73	16.0	3
	高(中)職	85	18.6	3	合計	457	100		
	專科	149	32.6	1	象徵地標	饒河夜市	91	19.9	2
	大學	143	31.3	2		慈祐宮	133	29.1	1
	研究所以上	46	10.1	4		彩虹橋	69	15.1	3
合計	457	100		慈福宮		44	9.6	5	
職業	軍公教	72	15.8	3		錫口禮拜堂	52	11.4	4
	農漁業	21	4.6	7		霞海城隍	43	9.4	6
	學生	57	12.5	5		其他	6	1.3	8
	工	71	15.5	4		沒有	19	4.2	7
	商	99	21.7	2	合計	457	100		
	服務業	100	21.9	1	活動資訊	知道	355	77.7	1
	其他	37	8.1	6		不知道	102	22.3	2
	合計	457	100			合計	457	100	
家庭收入	4 萬元以下	39	8.5	4	資訊來源	市府宣傳品	139	30.4	1
	4~8 萬元	110	24.1	2		親朋好友	134	29.3	2
	9~12 萬元	160	35.0	1		報紙	37	8.1	5
	13~16 萬元	88	19.3	3		網路	63	13.8	4
	17~20 萬元	39	8.5	4		其他	84	18.4	3
	20 萬元以上	21	4.6	5		合計	457	100	
合計	457	100		參加次數	沒有	130	28.4	2	
居住所屬	自有	258	56.5		1	1 次	135	29.5	1
	租用	164	35.9		2	2 次	113	24.7	3
	借用	26	5.7		3	3 次	34	7.4	5
	配住	9	2.0		4	3 次以上	45	9.8	4
	合計	457	100			合計	457	100	

4.2 認同度、滿意度、重要度分析

4.2.1 認同度

為瞭解不同居民特性對於2011年錫口文化節慶活動之認同度的差異情形為何？是以問卷統計分析方式，研究其居民認同感之情形，認同感程度是由「文化認知」、「地方發展」、「參與程度」三個構面，14個題項來進行評估測量。其所得之平均數越高時，則表示居民對於錫口文化節慶的認同度越高，反之分數越低者，則表示居民認同度越低。

由下表4-2認同度統計分析之結果顯示，居民對於錫口文化節慶的認同度整體平均值為（3.87），即介於普通與同意之間，即表示居民對節慶的認同度高。

本研究認同度表係由「文化認知」、「地方發展」、「參與程度」等三構面所構成。在認同度量表之所有中，平均數得分前三者分別是，以「透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感」平均數（4.12）最高，次之為「您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益」平均數（4.12），第三則是「舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度」平均數（4.11）；而平均數排序最後則是「舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時我樂意參加志工」平均數（3.53）。綜上認同度問卷題項之分析結果，最高的平均數為（4.12），最低的平均數為（3.53），是介於非常重要與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動具有高度的認同感。

在認同度構面方面分析結果，依表4-3、表4-4、表4-5則顯示其「地方發展」構面（4.09）得分最高，次之為「文化認知」構面（3.82），最低為「參與程度」構面（3.76），結果表示居民對舉行節慶活動以「地方發展」的認同感最高，次之則是「文化認知」，而對「參與程度」的認同感為最低。以下將逐一說明。

表4-2 認同度統計分析表

問卷項目		平均數	標準差	排序
1	您認為錫口文化節活動的舉辦，能增加居民對錫口文化的認識。	3.84	0.84	8
2	您認為錫口文化節活動，能表現錫口當地文化的節慶活動。	3.77	0.88	10
3	您認為錫口文化節活動中，慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化。	3.76	0.99	11
4	錫口文化節活動的舉辦，讓我以身為錫口的居民而為榮。	3.80	0.92	9
5	我認為舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識。	3.90	0.86	6
6	舉辦錫口文化節活動，能增加地方發展。	4.01	0.90	4
7	透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感。	4.12	0.83	1
8	您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益。	4.12	0.88	2
9	舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度。	4.11	0.88	3
10	由於舉辦錫口文化節活動，讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動。	3.87	0.89	7
11	我會邀請親友一起參加錫口文化節系列活動。	3.72	0.81	13
12	我希望錫口文化節活動，能長期的舉辦下去。	3.74	0.81	12
13	舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時，我樂意參加志工。	3.53	0.94	14
14	我願意繼續參與明年錫口文化節活動。	3.93	0.87	5
總平均數		3.87		

1、文化認知

從表4-3描述性統計分析-文化認知得知，「文化認知」構面總平均數為(3.82)，該量表採用內容效度標準，其Cronbach's α 值為 0.816，依 (2007)俞洪亮.蔡義清.莊懿妃提到 Cronbach's α 係數為反映各題目之分數與總分之相關程度，若相關程度愈高，愈具備「內部信度」，判斷準則： $\alpha > 0.7$ 代表高信度； $0.7 > \alpha > 0.5$ 尚可接受； $\alpha < 0.35$ 必須予以拒絕。準此本構面 α 值為 0.816 則為高信度。

在「文化認知」量度題項中排序得分第一為「我認為舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識」平均數(3.90)，排序第二是「您認為錫口文化節活動的舉辦，能增加居民對錫口文化的認識」平均數(3.84)，排序第三是「錫口文化節活動的舉辦，讓我以身為錫口的居民而為榮」平均數(3.80)，而排序最低則是「您認為錫口文化節活動中，慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化」平均數(3.76)。綜上平均數之最高分(3.90)與最低(3.76)分，是介於同意與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動之「文化認知」方面具有高度的認同感，對於舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識及增加對錫口文化的認識，有其高度的認同感，對於慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化，亦呈現一定程度的認同感。

表 4-3 描述性統計分析-文化認知表

構面	問卷項目	平均數	標準差	Cronbach's α	排序
文化認知	1 您認為錫口文化節活動的舉辦，能增加居民對錫口文化的認識。	3.84	0.84	0.816	2
	2 您認為錫口文化節活動，能表現錫口當地文化的節慶活動。	3.77	0.88		4
	3 您認為錫口文化節活動中，慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化。	3.76	0.99		5
	4 錫口文化節活動的舉辦，讓我以身為錫口的居民而為榮。	3.80	0.92		3
	5 我認為舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識。	3.90	0.86		1
	總平均數	3.82			

2、地方發展

從表4-4描述性統計分析-地方發展量表得知，「地方發展」構面總平均數為（4.09），該量表採用內容效度標準，其Cronbach's α 值為 0.817。依判斷準則判定本構面則為高信度。

在「地方發展」量度題項中排序得分第一為「透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感」平均數（4.12），排序第二是「您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益」平均數（4.12），排序第三是「舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度」平均數（4.11），而排序最低則是「舉辦錫口文化節活動，能增加地方發展」平均數（4.01）。綜上平均數之最高分（4.12）與最低（4.01）分，是介於非常同意與同意之間，顯示居民對於舉辦錫口文化節系列的活動，能增加當地居民互動及吸引觀光客及提昇觀光旅遊等經濟效益方面，有極高度的認同感，對於平均數之最低（4.01）「能增加地方發展」的認知，亦呈現同樣高度的認同感。

「地方發展」構面整體總平均數為（4.09）顯示地區居民對於舉辦錫口文化節活動，有助於提昇地方的居民情感及經濟發展，已產生認同感。

表4-4 描述性統計分析-地方發展表

構面	問卷項目	平均數	標準差	Cronbach's α	排序
地方發展	6 舉辦錫口文化節活動，能增加地方發展。	4.01	0.90	0.817	4
	7 透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感。	4.12	0.83		1
	8 您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益。	4.12	0.88		2
	9 舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度。	4.11	0.88		3
	總平均數	4.09			

3、參與程度

從表4-5描述性統計分析-參與程度量表得知，「參與程度」構面總平均數為(3.76)，該量表採用內容效度標準，其Cronbach's α 值為 0.745，是為高信度。

在「參與程度」量度題項中排序得分第一為「我願意繼續參與明年錫口文化節活動」平均數(3.93)，排序第二是「由於舉辦錫口文化節活動，讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動」平均數(3.87)，排序第三是「我希望錫口文化節活動，能長期的舉辦下去」平均數(3.74)，排序第四是「我會邀請親友一起參加錫口文化節系列活動」平均數(3.72)，而排序最低則是「舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時，我樂意參加志工」平均數(3.53)。綜上平均數之最高分(3.93)與最低(3.53)分，是介於同意與普通之間，顯示居民對於參與錫口文化節系列的活動，有相當程度的認同，然而受測的居民對於在活動期間有空閒時，樂意參加志工的這一題項，則呈現較無樂意參加志工的意向。

「參與程度」構面排序得分第一為「我願意繼續參與明年錫口文化節活動」平均數(3.93)，顯示地區居民支持參加錫口文化節活動，在實質意涵上，是認同持續舉辦錫口文化節慶活動。

表4-5 描述性統計分析-參與程度表

構面	問卷項目	平均數	標準差	Cronbach's α	排序
參與程度	10 由於舉辦錫口文化節活動，讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動。	3.87	0.89	0.745	2
	11 我會邀請親友一起參加錫口文化節系列活動。	3.72	0.81		4
	12 我希望錫口文化節活動，能長期的舉辦下去。	3.74	0.81		3
	13 舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時，我樂意參加志工。	3.53	0.94		5
	14 我願意繼續參與明年錫口文化節活動。	3.93	0.87		1
	總平均數		3.76		

4.2.2 滿意度

為瞭解台北市松山區居民對於2011年錫口文化節慶活動內容之滿意度的情形為何？是以問卷統計分析方式，研究其居民滿意度之情形，滿意程度是由「環境滿意度」、「體驗滿意度」、「管理滿意度」三個構面，有12個題項及「活動之整體表現」1個題項，合計共有13個題項來進行評估測量。其所得之平均數越高時，則表示居民對於錫口文化節慶的滿意度越高，反之分數越低者，則表示居民滿意度越低。

由下表4-6滿意度統計分析之結果顯示，居民對於錫口文化節慶的滿意度整體平均值為（3.91），即介於普通與同意之間，即表示居民對節慶活動內容的感到滿意。

本研究滿意度表係由「環境滿意度」、「體驗滿意度」、「管理滿意度」、「活動之整體表現」四個構面，合計共有13個題項所構成。在滿意度量表之所有構面題項中，以「活動之整體表現」平均數（3.91）最高，其他題項平均數得分前三者分別，排序第一是「活動內容之設計」最高平均數（3.78），排序第二為「活動工作服務人員態度」平均數（3.75），排序第三則是「會場之安全管理」平均數（3.74）；而平均數排序最後則是「會場停車方便」平均數（3.05）。綜上滿意度問卷題項之分析結果，最高的平均數為（3.91），最低的平均數為（3.05），是介於滿意與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動內容具有良好的滿意度。

在滿意度構面方面分析結果，依表4-7、表4-8、表4-9則顯示其「體驗滿意度」構面（3.72）得分最高，次之為「管理滿意度」構面（3.67），最低為「環境滿意度」構面（3.29），其結果表示居民對舉行節慶活動以「管理滿意度」的滿意度最高，次之則是「體驗滿意度」，而對「環境滿意度」的滿意度為最低。以下將逐一說明。

表 4-6 滿意度統計分析表

問卷項目		平均數	標準差	排序
1	活動場地路線指引。	3.11	1.29	11
2	會場停車方便。	3.05	1.35	12
3	活動地點之環境整潔。	3.47	1.11	10
4	公共廁所之清潔與衛生。	3.52	1.01	9
5	活動場地佈置規劃。	3.66	0.89	7
6	活動內容之設計。	3.78	0.83	1
7	提供休閒或親子同樂之功能。	3.73	0.79	4
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會。	3.72	0.78	5
9	活動工作服務人員態度。	3.75	0.86	2
10	服務人員解說。	3.69	0.87	6
11	節慶活動之宣傳。	3.63	0.93	8
12	會場之安全管理。	3.74	0.88	3
13	活動之整體表現。	3.91	0.80	

1、環境滿意度

從表4.7描述性統計分析-環境滿意度量表得知，「環境滿意度」構面總平均數為（3.29），該量表採用內容效度標準，其 Cronbach's α 值為 0.906，依判斷準則判定本構面則為高信度。

在「環境滿意度」量度題項中排序得分第一為「公共廁所之清潔與衛生」平均數（3.52），排序第二是「活動地點之環境整潔」平均數（3.47），排序第三是「活動場地路線指引」平均數（3.11），排序最低則是「會場停車方便」平均數（3.05）。綜上平均數之最高分（3.52）與最低（3.05）分，是介於滿意與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動之「環境滿意度」方面具有相當程度之滿意度。

分析結果居民對於舉辦錫口文化節活動時之公共廁所衛生之清潔及環境整潔衛生有較高的滿意程度，而在會場停車方便這一方面，則呈現滿意度較低。

表 4-7 描述性統計分析-環境滿意度表

構面	問卷項目	平均數	標準差	Cronbach's α	排序
環境滿意度	1、活動場地路線指引。	3.11	1.29	0.906	3
	2、會場停車方便。	3.05	1.35		4
	3、活動地點之環境整潔。	3.47	1.11		2
	4、公共廁所之清潔與衛生。	3.52	1.01		1
	總平均數		3.29		

2、體驗滿意度

從表4-8描述性統計分析-體驗滿意度量表得知，「體驗滿意度」構面總平均數為（3.72），該量表採用內容效度標準，其 Cronbach's α 值為 0.769，依判斷準則判定本構面則為高信度。

在「體驗滿意度」量度題項中排序得分第一為「活動內容之設計」平均數（3.78），排序第二是「提供休閒或親子同樂之功能」平均數（3.73），排序第三是「增加瞭解當地人文歷史文化機會」平均數（3.72），排序最低則是「活動場地佈置規劃」平均數（3.66）。綜上平均數之最高分（3.78）與最低（3.66）分，是介於滿意與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動之「體驗滿意度」具有相當程度之滿意度。

分析結果居民對於活動內容之設計及提供休閒或親子同樂之功能，有較高的滿意度，而滿意度較低則是在活動場地佈置規劃這一方面。

表4-8 描述性統計分析-體驗滿意度表

構面	問卷項目		平均數	標準差	Cronbach's α	排序
體驗滿意度	5、	活動場地佈置規劃。	3.66	0.89	0.769	4
	6、	活動內容之設計。	3.78	0.83		1
	7、	提供休閒或親子同樂之功能。	3.73	0.79		2
	8、	增加瞭解當地人文歷史文化機會。	3.72	0.78		3
	總平均數			3.72		

3、管理滿意度

從表4-9描述性統計分析-管理滿意度量表得知，「管理滿意度」構面總平均數為（3.67），該量表採用內容效度標準，其 Cronbach's α 值為 0.749，依判斷準則判定本構面則為高信度。

在「管理滿意度」量度題項中排序得分第一為「活動工作服務人員態度」平均數（3.75），排序第二是「會場之安全管理」平均數（3.74），排序第三是「服務人員解說」平均數（3.69），排序最低則是「節慶活動之宣傳」平均數（3.63）。綜上平均數之最高分（3.75）與最低（3.63）分，是介於滿意與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動之「管理滿意度」具有相當程度之滿意度。

分析結果居民對於活動工作服務人員態度及會場之安全管理，有較高的滿意度，而滿意度較低則是在節慶活動之宣傳這一方面。

表4-9 描述性統計分析-管理滿意度表

構面	問卷項目		平均數	標準差	Cronbach's α	排序
管理滿意度	9、	活動工作服務人員態度。	3.75	0.86	0.749	1
	10、	服務人員解說。	3.69	0.87		3
	11、	節慶活動之宣傳。	3.63	0.93		4
	12、	會場之安全管理。	3.74	0.88		2
	總平均數			3.67		

4.2.3 重要度

利用問卷統計分析方式，研究松山區居民「有」及「沒有」參加2011年錫口文化節慶活動，對於活動內容之重要度的作一比較差異分析及排序。

重要度問卷是由13個題項來進行評估測量，該13個題項中包括有「活動之整體表現」1個主題及12個題項（由環境滿意度、體驗滿意度、管理滿意度三個構面所組成）；衡量重要度的高低，係以所得之平均數高低，越高時則表示居民對於錫口文化節慶的內容項目愈重要，反之分數越低者，則表示居民認為愈不重要的項目。

由下表4-10重要度統計分析之結果顯示，居民參加2011年錫口文化節慶的重要度整體平均值為（4.13）；及沒有參加活動的居民對於錫口文化節慶的內容表示重要度整體平均值為（4.04），均介於非常重要與重要之間，顯示不論是否有參加節慶活動的居民而言，對於節慶活動內容之項目平均認為是重要的。

受測居民中「有」參加活動之重要度排序方面，得分第一為「會場停車方便」平均數（4.37），排序第二是「活動地點之環境整潔」平均數（4.24），排序第三是「節慶活動之宣傳」平均數（4.21），排序最低則是「增加瞭解當地人文歷史文化機會」平均數（4.01）；而在受測居民中「沒有」參加活動之重要度排序方面，得分第一為「會場之安全管理」平均數（4.40），排序第二是「公共廁所之清潔與衛生」平均數（4.28），排序第三是「活動地點之環境整潔」平均數（4.09），排序最低則是「提供休閒或親子同樂之功能」平均數（3.89）。

綜上得知「有」參加活動的問卷居民與「沒有」參加活動的問卷居民，對於節慶活動內容項目的重要程度排序及平均數，是有明顯差異；顯示在「有」參加活動過後的居民與「沒有」參加活動的居民，對於節慶活動內容項目重要程度在認知上有顯著差異。

表4-10 重要度統計分析表

問卷項目		參加活動			未參加活動		
		平均數	標準差	排序	平均數	標準差	排序
1	活動場地路線指引	4.09	0.83	6	4.00	0.83	5
2	會場停車方便	4.37	0.75	1	4.08	0.78	4
3	活動地點之環境整潔	4.24	0.78	2	4.09	0.79	3
4	公共廁所之清潔與衛生	4.16	0.82	4	4.28	0.73	2
5	活動場地佈置規劃	4.06	0.79	8	3.95	0.85	9
6	活動內容之設計	4.05	0.84	9	3.94	0.81	10
7	提供休閒或親子同樂之功能	4.04	0.80	11	3.89	0.86	12
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	4.01	0.85	12	3.94	0.82	11
9	活動工作服務人員態度	4.15	0.77	5	3.98	0.84	7
10	服務人員解說	4.08	0.84	7	4.00	0.79	6
11	節慶活動之宣傳	4.21	0.77	3	3.95	0.79	8
12	會場之安全管理	4.05	0.87	10	4.40	0.73	1
	總平均數	4.13			4.04		

4.3 差異分析

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之認同感、滿意度、重要度會有顯著差異，故運用「獨立樣本T檢定」及「單因子變異數分析」進行差異分析；驗證是否有顯著差異及差異情形，另為分析居民屬性背景對於宗教信仰、錫口地標、活動訊息、資訊來源及參加次數之差異，則運用「卡方統計」進行差異分析。其分析內容分別說明如下。

4.3.1 基本卡方分析

就居民屬性之以性別、年齡、婚姻情形、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，以運用「卡方統計」與宗教信仰、錫口地標、活動訊息、資訊來源及參加次數等項，進行交叉分析，其結果有顯著差異的項目：

(1).教育程度與活動訊息

從表4-11教育程度與活動訊息交叉分析得知， Pearson卡方值為(0.030)，其結果顯示：填寫問卷居民中「知道」100年4月15至30日舉行2011年錫口文化節系列活動的人數排序為，大學以上(148)>專科(124)>高(中)職以下(83)；在「不知道」100年4月15至30日舉行2011年錫口文化節系列活動的人數排序為，大學以上(41)>高(中)職以下(36)>專科(25)。

表 4-11 教育程度與活動訊息交叉表

教育程度	單位	知道	不知道	總和	Pearson 卡方
高(中)職以下	人數	83	36	119	0.030*
	%	(69.75)	(30.25)	100	
專科	人數	124	25	149	
	%	(83.22)	(16.78)	100	
大學以上	人數	148	41	189	
	%	(78.31)	(21.69)	100	

註：* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(2).教育程度與資訊來源

從表4-12教育程度與資訊來源交叉分析得知，其 Pearson卡方值（0.000）。其結果顯示：填寫問卷居民中「知道有舉行錫口文化節活動資訊」，從「市府宣傳品」得知活動資訊的人數排序為，大學以上(69)>專科(46)>高(中)職以下(24)；從「親朋好友」得知活動資訊之人數排序為，大學以上(53)>專科(42)>高(中)職以下(39)；從「報紙」得知活動資訊之人數排序為，大學以上(18)>專科(12)>高(中)職以下(7)；從「網路」得知活動資訊之人數排序為，大學以上(28)>專科(25)>高(中)職以下(10)；從「其他」得知活動資訊之人數排序為，高(中)職以下(39)>專科(24)>大學以上(21)。

在教育程度「高(中)職以下」得知活動資訊的人數排序前三項為，親朋好友(39)>其他(39)>市府宣傳品(24)；在教育程度「專科」得知活動資訊的人數排序前三項為，市府宣傳品(46)>親朋好友(42)>網路(25)；在教育程度「大學以上」得知活動資訊的人數排序前三項為，市府宣傳品(69)>親朋好友(53)>網路(28)。

表4-12 教育程度與資訊來源交叉表

教育程度	單位	市府宣傳品	親朋好友	報紙	網路	其他	總和	Pearson卡方
高(中)職以下	人數	24	39	7	10	39	119	0.000***
	%	(20.17)	(32.77)	(5.88)	(8.40)	(32.77)	(100)	
專科	人數	46	42	12	25	24	149	
	%	(30.87)	(28.19)	(8.05)	(16.78)	(16.11)	(100)	
大學以上	人數	69	53	18	28	21	189	
	%	(36.51)	(28.04)	(9.52)	(14.81)	(11.11)	(100)	

註：* 表P≤0.05，** 表P≤0.01，*** 表P≤0.001

(3).職業與錫口地標

從表4-13分析得知，其 Pearson卡方值（0.017）。其結果顯示：填寫問卷居民中「最能代表錫口文化的象徵性地標」，認為「饒河夜市」最能代表錫口文化的職業排序為，服務業(23)>學生(15)>軍公教(14)、工(14)、商(14)>其他(11)；認為「慈祐宮」能代表錫口文化的職業排序為，商(34)>其他(27)>服務業(26)>工(19)>軍公教(18)>學生(9)；認為「彩虹橋」能代表錫口文化的職業排序為，服務業(18)>商(15)>軍公教(11)>工(9)>學生(8)及其他(8)；認為「慈福宮」能代表錫口文化的職業排序為，工(12)>其他(8)>軍公教(7)>服務業(6)及學生(6)>商(5)；認為「錫口禮拜堂」能代表錫口文化的職業排序為，商(16)>服務業(14)>軍公教(9)>學生(7)>工(4)>其他(2)；認為「霞海城隍」能代表錫口文化的職業排序為，商(11)>工(10)>服務業(8)>軍公教(7)>學生(5)>其他(2)；認為「其他」能代表錫口文化的職業排序為，服務業(3)>商(2)>學生(1)>軍公教(0)、工(0)、其他(0)；認為「無」能代表錫口文化的職業排序為，軍公教(6)及學生(6)>工(3)>商(2)及服務業(2)>其他(0)。

表4-13 職業與錫口地標交叉表

職業	單位	饒河夜市	慈祐宮	彩虹橋	慈福宮	錫口禮拜堂	霞海城隍	其他	無	總和	Pearson卡方
軍公教	人數	14	18	11	7	9	7	0	6	72	0.017*
	%	(19.44)	(25.00)	(15.28)	(9.72)	(12.5)	(9.72)	(0.00)	(8.33)	(100)	
學生	人數	15	9	8	6	7	5	1	6	57	
	%	(26.32)	(15.79)	(14.04)	(10.53)	(12.28)	(8.77)	(1.75)	(10.53)	(100)	
工	人數	14	19	9	12	4	10	0	3	71	
	%	(19.72)	(26.76)	(12.68)	(16.90)	(5.63)	(14.08)	(0.00)	(4.23)	(100)	
商	人數	14	34	15	5	16	11	2	2	99	
	%	(14.14)	(34.34)	(15.15)	(5.05)	(16.16)	(11.11)	(2.02)	(2.02)	(100)	
服務業	人數	23	26	18	6	14	8	3	2	100	
	%	(23.00)	(26.00)	(18.00)	(6.00)	(14.00)	(8.00)	(3.00)	(2.00)	(100)	
其他	人數	11	27	8	8	2	2	0	0	58	
	%	(18.97)	(46.55)	(13.79)	(13.79)	(3.45)	(3.45)	(0.00)	(0.00)	(100)	

註：* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(4).職業與資訊來源

從表4-14職業與資訊來源交叉分析得知，其 Pearson卡方值（0.006）。其結果顯示：填寫問卷居民中「知道有舉行錫口文化節活動資訊」，是從「市府宣傳品」得知而來的人數排序為，軍公教(33)>商(32)>服務業(24)>工(23)>學生(16)>其他(11)；是從「親朋好友」得知而來的人數排序為，服務業(37)>工(26)>商(24)>其他(18)>軍公教(17)>學生(12)；是從「報紙」得知而來的人數排序為，其他(8)>商(7)、學生(7)>服務業(6)>工(5)>軍公教(4)；是從「網路」得知而來的人數排序為，學生(16)及商(16)>服務業(14)>軍公教(7)>工(5)、其他(5)；是從「其他」得知而來的人數排序為，商(20)>服務業(19)>其他(16)>工(12)>軍公教(11)>學生(6)。

表4-14 職業與資訊來源交叉表

職業	單位	市府宣傳品	親朋好友	報紙	網路	其他	總和	Pearson卡方
軍公教	人數	33	17	4	7	11	72	0.006**
	%	(45.83)	(23.61)	(5.56)	(9.72)	(15.28)	(100)	
學生	人數	16	12	7	16	6	57	
	%	(28.07)	(21.05)	(12.28)	(28.07)	(10.53)	(100)	
工	人數	23	26	5	5	12	71	
	%	(32.39)	(36.62)	(7.04)	(7.04)	(16.90)	(100)	
商	人數	32	24	7	16	20	99	
	%	(32.32)	(24.24)	(7.07)	(16.16)	(20.20)	(100)	
服務業	人數	24	37	6	14	19	100	
	%	(24.00)	(37.00)	(6.00)	(14.000)	(19.00)	(100)	
其他	人數	11	18	8	5	16	58	
	%	(18.97)	(31.03)	(13.79)	(8.62)	(27.59)	(100)	

註：* 表P≤0.05 ，** 表P≤0.01 ，*** 表P≤0.001

(5).宗教與錫口地標

從表4-15宗教與錫口地標交叉分析得知， Pearson卡方值為(0.000)，其結果顯示：填寫問卷居民中「最能代表錫口文化的象徵性地標」？在宗教信仰為「佛教」認為最能代表錫口地標之人數排序為；慈祐宮(37) > 饒河夜市(29) > 彩虹橋(22) > 慈福宮(18) > 霞海城隍(15) > 錫口禮拜堂(4) > 其他(1) > 沒有(0)。在宗教信仰為「道教」認為最能代表錫口地標之人數排序為；慈祐宮(77) > 饒河夜市(40) > 彩虹橋(33) > 慈福宮(16) > 霞海城隍(13) > 錫口禮拜堂(2) > 沒有(2) > 其他(1)。在宗教信仰為「其他」認為最能代表錫口地標之人數排序為；錫口禮拜堂(40) > 饒河夜市(10) > 彩虹橋(7) > 慈祐宮(6)及霞海城隍(6) > 慈福宮(2)及其他(2) > 沒有(1)。在宗教信仰為「無」認為最能代表錫口地標之人數排序為；沒有(16) > 慈祐宮(13) > 饒河夜市(12) > 霞海城隍(9) > 慈福宮(8) > 彩虹橋(7) > 錫口禮拜堂(6) > 其他(2)。

表4-15 宗教與錫口地標交叉表

宗教信仰	單位	饒河夜市	慈祐宮	彩虹橋	慈福宮	錫口禮拜堂	霞海城隍	其他	沒有	總和	Pearson卡方
佛教	人數	29	37	22	18	4	15	1	0	126	0.000***
	%	(23.02)	(29.37)	(17.46)	(14.29)	(3.17)	(11.90)	(0.79)	(0)	(100)	
道教	人數	40	77	33	16	2	13	1	2	184	
	%	(21.74)	(41.85)	(17.93)	(8.70)	(1.09)	(7.07)	(0.54)	(1.09)	(100)	
其他	人數	10	6	7	2	40	6	2	1	74	
	%	(13.51)	(8.11)	(9.46)	(2.70)	(54.05)	(8.11)	(2.70)	(1.35)	(100)	
無	人數	12	13	7	8	6	9	2	16	73	
	%	(16.44)	(17.81)	(9.59)	(10.96)	(8.22)	(12.33)	(2.74)	(21.92)	(100)	

註：* 表P≤0.05，** 表P≤0.01，*** 表P≤0.001

(6).宗教與活動訊息

從表 4-16 宗教與活動訊息交叉分析得知， Pearson 卡方值為 (0.000)，其結果顯示：填寫問卷居民中「知道」100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動的宗教信仰人數排序為，道教(151)>佛教(110)>其他(57)>無(37)；在「不知道」100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動的宗教信仰人數排序為，無(36)>道教(33)>其他(17)>佛教(16)。

在宗教信仰為「佛教」的居民知道(110)舉行 2011 年錫口文化節系列活動的多於不知道(16)的居民；在宗教信仰為「道教」的居民知道(151)舉行 2011 年錫口文化節系列活動的多於不知道(33)的居民；在宗教信仰為「其他」的居民知道(57 人)100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動的多於不知道(17)的居民；在宗教信仰為「無」的居民知道(37)100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動的多於不知道(36)的居民；

表 4-16 宗教與活動訊息交叉表

宗教信仰	單位	知道	不知道	總和	Pearson 卡方
佛教	人數	110	16	126	0.000***
	%	(87.30)	(12.70)	(100)	
道教	人數	151	33	184	
	%	(82.07)	(17.93)	(100)	
其他	人數	57	17	74	
	%	(77.03)	(22.97)	(100)	
無	人數	37	36	73	
	%	(50.68)	(49.32)	(100)	

註：* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(7).宗教與資訊來源

從表4-17宗教與資訊來源交叉分析得知，其 Pearson卡方值（0.041）。其結果顯示：填寫問卷居民中「知道有舉行錫口文化節活動資訊」，從「市府宣傳品」得知活動資訊的宗教信仰人數排序為，道教(56)>佛教(40)>其他(29)>無(14)；從「親朋好友」得知活動資訊的宗教信仰人數排序為，道教(60)>佛教(43)>無(17)>其他(14)；從「報紙」得知活動資訊的宗教信仰人數排序為，道教(14)>無(11)>佛教(8)>其他(4)；從「網路」得知活動資訊的宗教信仰人數排序為，道教(20)>佛教(16)>其他(14)>無(13)；從「其他」得知活動資訊的宗教信仰人數排序為，道教(34)>佛教(19)>無(18)>其他(13)。

在宗教信仰為「佛教」的居民得知舉行錫口文化節活動資訊來源之人數排序前三項為，親朋好友(43)>市府宣傳品(40)>網路(16)；在宗教信仰為「道教」的居民得知舉行錫口文化節活動資訊來源之人數排序前三項為，親朋好友(60)>市府宣傳品(56)>其他(34)；在宗教信仰為「無」的居民得知舉行錫口文化節活動資訊來源之人數排序前三項為，其他(18)>親朋好友(17)>市府宣傳品(14)。

表 4-17 宗教與資訊來源交叉表

宗教信仰	單位	市府 宣傳品	親朋 好友	報紙	網路	其他	總和	Pearson 卡方
佛教	人數	40	43	8	16	19	126	0.041*
	%	31.75	34.13	6.35	12.70	15.08	100	
道教	人數	56	60	14	20	34	184	
	%	30.43	32.61	7.61	10.87	18.48	100	
其他	人數	29	14	4	14	13	74	
	%	39.19	18.92	5.41	18.92	17.57	100	
無	人數	14	17	11	13	18	73	
	%	19.18	23.29	15.07	17.81	24.66	100	

註：* 表P≤0.05 ，** 表P≤0.01 ，*** 表P≤0.001

(8).居住時間與參加次數

從表 4-18 居住時間與參加次數交叉分析得知，Pearson 卡方值為 (0.000)，其結果顯示：填寫問卷居民中在居住時間「1 年以下」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，1 次(26)>沒有(23)>2 次(6)>3 次(3)>3 次以上(2)；在「1~5 年」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，1 次(41)>沒有(38)>2 次(29)>3 次以上(8)>3 次(6)；在「6~10 年」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，1 次(30)>沒有(23)>2 次(23)>3 次以上(7)>3 次(6)；在「11~15 年」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，2 次(26)>1 次(19)>沒有(10)>3 次以上(9)>3 次(7)；在「16 年以上」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，沒有(36)>2 次(29)>1 次(19)及 3 次以上(19)>3 次(12)。

在「沒有」參加錫口文化節活動次數之人數排序為，1~5 年(38)>16 年以上(36)>1 年以下(23)及 6~10 年(23)>11~15 年(10)。在參加「1 次」錫口文化節活動次數之人數排序為，1~5 年(41)>6~10 年(30)>1 年以下(26)>16 年以上(19)>11~15 年(19)；在參加「2 次」錫口文化節活動次數之人數排序為 1~5 年(29)及 16 年以上(29)>11~15 年(26)>6~10 年(23)>1 年以下(6)。

表 4-18 居住時間與參加次數

居住時間	單位	沒有	1 次	2 次	3 次	3 次以上	總和	Pearson 卡方
1 年以下	人數	23	26	6	3	2	60	0.000***
	%	(38.33)	(43.33)	(10.00)	(5.00)	(3.33)	(100)	
1~5 年	人數	38	41	29	6	8	122	
	%	(31.15)	(33.61)	(23.770)	(4.92)	(6.56)	(100)	
6~10 年	人數	23	30	23	6	7	89	
	%	(25.84)	(33.71)	(25.84)	(6.74)	(7.87)	(100)	
11~15 年	人數	10	19	26	7	9	71	
	%	(14.08)	(26.76)	(36.62)	(9.86)	(12.68)	(100)	
16~年以上	人數	36	19	29	12	19	115	
	%	(31.30)	(16.52)	(25.22)	(10.43)	(16.52)	(100)	

註：* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(9).居住時間與活動訊息

從表 4-19 居住時間與活動訊息交叉分析得知， Pearson 卡方值為 (0.011)，其結果顯示：填寫問卷居民中「知道」100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動在居住時間的人數排序為，1~5 年(89)>16 年以上(82)>6~10 年(73)>11~15 年(65)>1 年以下(46)；在「不知道」100 年 4 月 15 至 30 日舉行 2011 年錫口文化節系列活動居住時間的人數排序為，1~5 年(33)及 16 年以上(33)>6~10 年(16) >1 年以下(14)>11~15 年(6)。

表 4-19 居住時間與活動訊息交叉表

居住時間	單位	知道	不知道	總和	Pearson 卡方
1 年以下	人數	46	14	60	0.011*
	%	(76.67)	(23.33)	(100)	
1~5 年	人數	89	33	122	
	%	(72.95)	(27.05)	(100)	
6~10 年	人數	73	16	89	
	%	(82.02)	(17.98)	(100)	
11~15 年	人數	65	6	71	
	%	(91.55)	(8.45)	(100)	
16~年以上	人數	82	33	115	
	%	(71.30)	(28.70)	(100)	

註：* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

4.3.2 居民屬性與認同度

1. 「獨立樣本 T 檢定」：就居民屬性之性別及婚姻情形，運用「獨立樣本 T 檢定」與認同度變項，進行差異分析，其結果敘述如下：

(1).性別：利用獨立 T 檢定分析結果，在性別方面並無顯著差異。

(2).婚姻情形：利用獨立 T 檢定分析，從下表4-20得知在「有空閒時,我樂意參加志工」有顯著差異，經比較結果（附錄 3）顯示「已婚」認同程度高於「未婚」。

表4-20 認同度-婚姻分析表

項目	變項	t 值	P 值	備註
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	-1.548	0.123	
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	-1.609	0.109	
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	-0.506	0.613	
4	身為錫口的居民而為榮	-0.754	0.451	
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	0.221	0.825	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	1.154	0.249	
7	增加當地居民互動及增進情感	1.742	0.082	
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	1.621	0.106	
9	有助提高地方知名度	1.548	0.122	
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	-0.782	0.434	
11	邀請親友一起參加錫口文化節	-1.805	0.072	
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	-0.868	0.386	
13	有空閒時,我樂意參加志工	-2.616	0.009**	已婚>未婚
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	1.169	0.243	

註：一、婚姻情形（1. 未婚；2. 已婚）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

2. 「單因子變異數分析」：就居民屬性之年齡、職業、教育程度、宗教信仰、居住時間等項，運用「單因子變異數分析」與認同度變項進行分析，其結果敘述如下：

(1).年齡：在表4-21分析結果，得知「錫口文化節活動，能表現錫口當地文化」有顯著差異，經比較結果(附錄 3)顯示「41歲以上」認同程度高於「30歲以下」。

表4-21 認同度-年齡分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	2.76	0.065	
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	5.18	0.006*	41 歲以上 > 30 歲以下
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	0.20	0.823	
4	身為錫口的居民而為榮	0.82	0.440	
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	0.21	0.812	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	0.61	0.546	
7	增加當地居民互動及增進情感	1.61	0.201	
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	0.17	0.842	
9	有助提高地方知名度	0.67	0.514	
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	0.60	0.551	
11	邀請親友一起參加錫口文化節	0.14	0.865	
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	0.59	0.554	
13	有空閒時,我樂意參加志工	2.02	0.134	
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	1.91	0.149	

註：一、年齡 (1、30歲以下；2、31~40歲；3、41歲以上)

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(2).職業：在表4-22分析結果，得知在職業上對於「願意繼續參與明年錫口文化節活動」有顯著差異，經比較結果（附錄 4）顯示在職業方面「工」認同程度高於「商」。

表4-22 認同度-職業分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	2.13	0.06	
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	0.44	0.817	
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	1.43	0.213	
4	身為錫口的居民而為榮	1.58	0.165	
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	0.53	0.755	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	1.26	0.278	
7	增加當地居民互動及增進情感	1.60	0.159	
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	0.73	0.604	
9	有助提高地方知名度	1.46	0.203	
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	0.44	0.823	
11	邀請親友一起參加錫口文化節	1.43	0.212	
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	1.36	0.238	
13	有空閒時,我樂意參加志工	0.32	0.898	
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	3.37	0.005**	工>商

註：一、職業 (1.軍公教；2.學生；3.工；4.商；5.服務業；6.其他)

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(3).教育程度：在表4-23分析結果，得知在教育程度上有顯著差異；經比較結果（附錄 5）顯示「活動能增加居民對錫口文化的認識」經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「高(中)職以下」；「錫口文化節活動，能表現錫口當地文化」，經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「專科」。「慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化」；經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「高(中)職以下」。「身為錫口的居民而為榮」；經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「專科」>「高(中)職以下」。「邀請親友一起參加錫口文化節」；經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「高(中)職以下」。「錫口文化節活動，能長期的舉辦下去」；經比較結果顯示認同程度在教育程度「大學以上」>「高(中)職以下」。

表4-23 認同度-教育程度分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	5.88	0.003**	大學以上>高(中)職以下
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	4.28	0.014*	大學以上>專科
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	6.32	0.002**	大學以上>高(中)職以下
4	身為錫口的居民而為榮	8.20	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	2.37	0.094	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	0.05	0.950	
7	增加當地居民互動及增進情感	1.05	0.352	
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	0.53	0.589	
9	有助提高地方知名度	1.01	0.365	
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	0.68	0.507	
11	邀請親友一起參加錫口文化節	3.07	0.047*	大學以上>高(中)職以下
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	4.68	0.010**	大學以上>高(中)職以下
13	有空閒時,我樂意參加志工	1.28	0.280	
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	0.82	0.443	

註：一、教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(4).宗教信仰：在表4-24分析結果，得知在宗教信仰上有顯著，經比較結果（附錄6）顯示「錫口文化節活動，能表現錫口當地文化」、「增加當地居民互動及增進情感」、「吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益」、「有助提高地方知名度」均為「佛教」>「無」；在「錫口文化節活動，能表現錫口當地文化」、「慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化」及「邀請親友一起參加錫口文化節」均為「佛教」>「無」>「道教」；「身為錫口的居民而為榮」、「錫口文化節活動，能增加地方發展」、「讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動」及「錫口文化節活動，能長期的舉辦下去」均為「佛教」>「道教」；

表4-24 認同度-宗教信仰分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	3.870	0.009**	佛教>無
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	6.695	0.000***	佛教>無>道教
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	7.251	0.000***	佛教>無>道教
4	身為錫口的居民而為榮	6.021	0.000***	佛教>道教
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	1.493	0.216	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	3.538	0.014*	佛教>道教
7	增加當地居民互動及增進情感	2.618	0.050*	佛教>無
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	3.353	0.019*	佛教>無
9	有助提高地方知名度	3.881	0.009**	佛教>無
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	3.904	0.009**	佛教>道教
11	邀請親友一起參加錫口文化節	4.455	0.004**	佛教>無>道教
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	4.426	0.004**	佛教>道教
13	有空閒時,我樂意參加志工	0.828	0.479	
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	1.832	0.140	

註：一、宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(5).居住時間：在表4-25分析結果，得知在居住時間上之認同程度有顯著差異如下：「錫口文化節活動，能表現錫口當地文化」、「身為錫口的居民而為榮」、「邀請親友一起參加錫口文化節」；經比較結果（附錄7）顯示在居住時間「1年以下」>「16年以上」。在「慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化」；經比較結果顯示在居住時間「1年以下」>「11~15年」。在「吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益」；經比較結果顯示認同程度在居住時間「11~15年」>「1~5年」；另「有空閒時，我樂意參加志工」；經比較結果顯示認同程度在居住時間「1年以下」>「16年以上」>「6~10年」。

表4-25 認同度-居住時間分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動能增加居民對錫口文化的認識	0.990	0.413	
2	錫口文化節活動，能表現錫口當地文化	3.125	0.015*	1 年以下 > 16 年以上
3	慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	2.702	0.030*	1 年以下 > 11~15 年
4	身為錫口的居民而為榮	2.415	0.048*	1 年以下 > 16 年以上
5	錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識	1.444	0.219	
6	錫口文化節活動，能增加地方發展	2.136	0.075	
7	增加當地居民互動及增進情感	0.726	0.575	
8	吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	2.981	0.019*	11~15 年 > 1~5 年
9	有助提高地方知名度	1.799	0.128	
10	讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動	0.124	0.974	
11	邀請親友一起參加錫口文化節	3.390	0.010**	1 年以下 > 16 年以上
12	錫口文化節活動，能長期的舉辦下去	1.763	0.135	
13	有空閒時，我樂意參加志工	4.059	0.003**	1 年以下 > 16 年以上 > 6~10 年
14	願意繼續參與明年錫口文化節活動	1.839	0.120	

註：一、居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

4.3.3 居民屬性與滿意度

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之滿意度會有顯著差異，在居民屬性背景的部份是以性別、年齡、婚姻情形、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，並分別運用「獨立樣本T檢定」及「單因子變異數分析」進行差異分析，驗證是否有顯著差異及差異情形。其分析內容分別說明如下。

1.「獨立樣本T檢定」：就居民屬性之性別及婚姻情形，運用「獨立樣本T檢定」與認同度變項，進行分析，其結果敘述如下：

(1).性別：利用獨立T檢定分析結果，從下表4-26得知性別在「活動場地路線指引」、「會場停車方便」、「活動地點之環境整潔」、「公共廁所之清潔與衛生」、「增加瞭解當地人文歷史文化機會」、「活動工作服務人員態度」、「服務人員解說」有顯著差異，經比較結果(附錄 8)顯示「男」滿意程度高於「女」。

表4-26 滿意度-性別分析表

項目	變項	t 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	2.649	0.008**	男>女
2	會場停車方便	2.077	0.038*	男>女
3	活動地點之環境整潔	2.435	0.015*	男>女
4	公共廁所之清潔與衛生	2.785	0.006**	男>女
5	活動場地佈置規劃	0.847	0.398	
6	活動內容之設計	1.912	0.057	
7	提供休閒或親子同樂之功能	0.968	0.334	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	2.854	0.005**	男>女
9	活動工作服務人員態度	2.001	0.050*	男>女
10	服務人員解說	2.875	0.004**	男>女
11	節慶活動之宣傳	1.426	0.155	
12	會場之安全管理	1.485	0.138	
13	活動之整體表現	1.091	0.276	

註：一、性別 (1. 男；2. 女)

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(2).婚姻情形：利用獨立T檢定分析結果，從下表4-27得知在「活動場地路線指引」、「會場停車方便」、「活動地點之環境整潔」、「公共廁所之清潔與衛生」、「活動內容之設計」、「會場之安全管理」有顯著差異，經比較結果（附錄9）顯示「已婚」滿意程度高於「未婚」。

表4-27 滿意度-婚姻情形分析表

項目	變項	t 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	-4.664	0.000***	已婚 > 未婚
2	會場停車方便	-5.276	0.000***	已婚 > 未婚
3	活動地點之環境整潔	-2.895	0.004**	已婚 > 未婚
4	公共廁所之清潔與衛生	-2.953	0.003**	已婚 > 未婚
5	活動場地佈置規劃	-1.219	0.224	
6	活動內容之設計	-2.266	0.024*	已婚 > 未婚
7	提供休閒或親子同樂之功能	-1.179	0.239	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	-1.095	0.274	
9	活動工作服務人員態度	-1.484	0.139	
10	服務人員解說	-1.840	0.067	
11	節慶活動之宣傳	-0.947	0.344	
12	會場之安全管理	-2.330	0.020*	已婚 > 未婚
13	活動之整體表現	-0.580	0.562	

註：一、婚姻情形（1. 未婚；2. 已婚）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

2. 「單因子變異數分析」：就居民屬性之年齡、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，運用「單因子變異數分析」與滿意度變項進行分析，其結果敘述如下：

(1).年齡：在表4-28分析結果，在年齡上得知有顯著差異有「活動場地路線指引」，經比較結果顯示（詳附錄 10）滿意程度以 41歲以上>31~40歲>30歲以下；在「會場停車方便」，經比較結果顯示滿意程度以41歲以上>30歲以下；另「公共廁所之清潔與衛生」，經比較結果顯示滿意程度以41歲以上>30歲以下。

表4-28 滿意度-年齡分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	7.51	0.001***	41 歲以上>31~40 歲>30 歲以下
2	會場停車方便	5.48	0.005**	41 歲以上>30 歲以下
3	活動地點之環境整潔	2.77	0.064	
4	公共廁所之清潔與衛生	3.99	0.019*	41 歲以上>30 歲以下
5	活動場地佈置規劃	0.22	0.800	
6	活動內容之設計	0.85	0.429	
7	提供休閒或親子同樂之功能	1.26	0.284	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	0.63	0.532	
9	活動工作服務人員態度	0.33	0.719	
10	服務人員解說	0.52	0.598	
11	節慶活動之宣傳	0.69	0.500	
12	會場之安全管理	1.48	0.230	
13	活動之整體表現	1.79	0.169	

註：一、年齡（1. 30歲以下；2. 31~40歲；3. 41歲以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(2).教育程度：在表4-29分析結果，在教育程度上得知有顯著差異有「活動場地路線指引」、「會場停車方便」、「活動地點之環境整潔」、「公共廁所之清潔與衛生」、「活動內容之設計」及「節慶活動之宣傳」，經比較結果（詳附錄 11）顯示滿意程度為大學以上>專科>高(中)職以下；在「活動場地佈置規劃」、「服務人員解說」，經比較結果顯示滿意程度為大學以上>高(中)職以下；在「活動工作服務人員態度」，經比較結果顯示滿意程度為大學以上>專科；另「活動之整體表現」，經比較結果顯示滿意程度則是為高(中)職以下>大學以上>專科。

表4-29 滿意度-教育程度分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	12.30	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
2	會場停車方便	13.20	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
3	活動地點之環境整潔	11.75	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
4	公共廁所之清潔與衛生	8.36	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
5	活動場地佈置規劃	9.31	0.000***	大學以上>高(中)職以下
6	活動內容之設計	7.04	0.001**	大學以上>專科>高(中)職以下
7	提供休閒或親子同樂之功能	1.67	0.190	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	1.14	0.323	
9	活動工作服務人員態度	6.29	0.002*	大學以上>專科
10	服務人員解說	3.18	0.043*	大學以上>高(中)職以下
11	節慶活動之宣傳	9.20	0.000***	大學以上>專科>高(中)職以下
12	會場之安全管理	1.26	0.286	
13	活動之整體表現	3.94	0.020*	高(中)職以下>大學以上>專科

註：一、教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(3).職業：在表4-30分析結果，在職業上得知有顯著差異有「活動之整體表現」一項，經比較結果（附錄12）顯示滿意程度則是為其他>軍公教。

表4-30 滿意度-職業分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	2.01	0.077	
2	會場停車方便	1.76	0.121	
3	活動地點之環境整潔	1.44	0.211	
4	公共廁所之清潔與衛生	0.57	0.724	
5	活動場地佈置規劃	0.96	0.441	
6	活動內容之設計	1.67	0.140	
7	提供休閒或親子同樂之功能	0.31	0.907	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	0.65	0.659	
9	活動工作服務人員態度	0.52	0.758	
10	服務人員解說	0.53	0.754	
11	節慶活動之宣傳	0.92	0.467	
12	會場之安全管理	1.31	0.260	
13	活動之整體表現	2.76	0.018*	其他>軍公教

註：一、職業（1. 軍公教；2. 學生；3. 工；4. 商；5. 服務業；6. 其他）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(4).宗教信仰：在表4-31分析結果，在宗教信仰上得知有顯著差異有「活動場地路線指引」，經比較結果（附錄 13）顯示滿意程度為佛教>道教；「會場停車方便」經比較結果顯示滿意程度為其他>道教，「活動地點之環境整潔」經比較結果顯示滿意程度為佛教>道教；「公共廁所之清潔與衛生」、「提供休閒或親子同樂之功能」經比較結果顯示滿意程度為佛教>無；「活動場地佈置規劃」經比較結果顯示滿意程度為佛教>道教；在「增加瞭解當地人文」、「活動工作服務人員態度」、「服務人員解說」，經比較結果顯示滿意程度均為佛教>道教；另「節慶活動之宣傳」，經比較結果顯示滿意程度則是為其他>道教。

表4-31 滿意度-宗教信仰分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	3.00	0.030*	佛教>道教
2	會場停車方便	3.47	0.016*	其他>道教
3	活動地點之環境整潔	2.85	0.037*	佛教>道教
4	公共廁所之清潔與衛生	3.68	0.012*	佛教>無
5	活動場地佈置規劃	4.52	0.004**	佛教>道教
6	活動內容之設計	2.02	0.111	
7	提供休閒或親子同樂之功能	3.33	0.020*	佛教>無
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	5.27	0.001**	佛教>道教
9	活動工作服務人員態度	3.94	0.009**	佛教>道教
10	服務人員解說	3.83	0.010**	佛教>道教
11	節慶活動之宣傳	3.83	0.010**	其他>道教
12	會場之安全管理	1.34	0.262	
13	活動之整體表現	2.24	0.084	

註：一、宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(5).居住時間：在表4-32分析表分析結果，在居住時間上得知有顯著差異有「活動場地路線指引」經比較結果（詳附錄 14）顯示滿意程度為1年以下> 1~5年> 11~15年>16年以上> 6~10年；「會場停車方便」、「活動地點之環境整潔」均為1年以下> 1~5年>16年以上>11~15年> 6~10年；在「公共廁所之清潔與衛生」滿意程度為1年以下>16年以上> 1~5年> 6~10年，在「活動場地佈置規劃」為1年以下>16年以上> 11~15年；在「活動內容之設計」為1年以下> 16年以上；在「提供休閒或親子同樂之功能」為1年以下> 1~5年>11~15年；另在「活動工作服務人員態度」、「服務人員解說」二項，經比較結果顯示滿意程度則均是為1年以下> 6~10年。

表4-32 滿意度-居住時間分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	7.10	0.000***	1年以下> 1~5年>11~15年>16年以上 > 6~10年
2	會場停車方便	7.17	0.000***	1年以下> 1~5年>16年以上>11~15年 > 6~10年
3	活動地點之環境整潔	5.64	0.000***	1年以下> 1~5年>16年以上>11~15年 > 6~10年
4	公共廁所之清潔與衛生	4.28	0.002**	1年以下>16年以上> 1~5年> 6~10年
5	活動場地佈置規劃	4.08	0.003**	1年以下>16年以上>11~15年
6	活動內容之設計	3.41	0.010**	1年以下>16年以上
7	提供休閒或親子同樂之功能	3.73	0.006**	1年以下> 1~5年>11~15年
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	2.03	0.090	
9	活動工作服務人員態度	3.07	0.017**	1年以下> 6~10年
10	服務人員解說	3.19	0.014**	1年以下> 6~10年
11	節慶活動之宣傳	1.86	0.117	
12	會場之安全管理	1.56	0.184	
13	活動之整體表現	0.15	0.963	

註：一、居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

4.3.4 居民屬性與重要度

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之重要會有顯著差異，在居民屬性背景的部份是以性別、年齡、婚姻情形、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，並分別運用「獨立樣本T檢定」及「單因子變異數分析」進行差異分析，驗證是否有顯著差異及差異情形。其分析內容分別說明如下。

1.「獨立樣本T檢定」：就居民屬性之性別及婚姻情形，運用「獨立樣本T檢定」與重要度變項，進行分析，其結果敘述如下：

(1).性別：利用獨立 T 檢定分析結果，在性別方面並無顯著差異。

(2).婚姻情形：利用獨立 T 檢定分析，從下表4-33得知在「活動場地路線指引」、「會場停車方便」、「節慶活動之宣傳」有顯著差異，經比較結果（附錄 15）顯示在「已婚」居民認為其重要程度則均高於「未婚」。

表4-33 重要度-婚姻分析表

項目	變項	t 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	3.761	0.000***	已婚 > 未婚
2	會場停車方便	2.421	0.016*	已婚 > 未婚
3	活動地點之環境整潔	-0.404	0.686	
4	公共廁所之清潔與衛生	-0.472	0.637	
5	活動場地佈置規劃	-0.961	0.337	
6	活動內容之設計	0.363	0.717	
7	提供休閒或親子同樂之功能	-0.867	0.386	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	-1.721	0.086	
9	活動工作服務人員態度	-0.656	0.512	
10	服務人員解說	-1.171	0.242	
11	節慶活動之宣傳	-2.509	0.012*	已婚 > 未婚
12	會場之安全管理	0.755	0.450	
13	活動之整體表現	0.009	0.993	

註：一、婚姻情形（1. 未婚；2. 已婚）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

2. 「單因子變異數分析」：就居民屬性之年齡、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，運用「單因子變異數分析」與重要度變項進行分析，其結果敘述如下：

(1). 年齡：在表4-34分析結果，在年齡上得知有顯著差異有「活動工作服務人員態」，經比較結果顯示（詳附錄 15）居民認為其重要程度則是以 41歲以上>31~40歲。

表4-34 重要度-年齡分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	1.17	0.313	
2	會場停車方便	0.07	0.934	
3	活動地點之環境整潔	0.92	0.397	
4	公共廁所之清潔與衛生	2.55	0.079	
5	活動場地佈置規劃	0.77	0.462	
6	活動內容之設計	0.37	0.690	
7	提供休閒或親子同樂之功能	1.71	0.182	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	2.66	0.071	
9	活動工作服務人員態度	3.02	0.050*	41 歲以上>31~40 歲
10	服務人員解說	1.11	0.331	
11	節慶活動之宣傳	2.80	0.062	
12	會場之安全管理	0.54	0.583	
13	活動之整體表現	0.52	0.594	

註：一、年齡（1. 30歲以下；2. 31~40歲；3. 41歲以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(2).教育程度：在表4-35分析結果，在教育程度上得知有顯著差異有「公共廁所之清潔與衛生」，經比較結果（詳附錄 16）顯示居民認為其重要程度則是以高(中)職以下>專科；在「節慶活動之宣傳」，經比較結果顯示居民認為其重要程度則是以高(中)職以下>專科；另「活動之整體表現」，經比較結果顯示居民認為其重要程度則是以高(中)職以下>大學以上>專科。

表4-35 重要度-教育程度分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	0.06	0.945	
2	會場停車方便	1.98	0.139	
3	活動地點之環境整潔	0.98	0.374	
4	公共廁所之清潔與衛生	6.55	0.002**	高(中)職以下>專科
5	活動場地佈置規劃	0.16	0.853	
6	活動內容之設計	1.70	0.184	
7	提供休閒或親子同樂之功能	0.45	0.636	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	0.08	0.924	
9	活動工作服務人員態度	0.44	0.647	
10	服務人員解說	1.38	0.253	
11	節慶活動之宣傳	3.52	0.030*	高(中)職以下>專科
12	會場之安全管理	2.86	0.058	
13	活動之整體表現	6.26	0.002**	高(中)職以下>大學以上>專科

註：一、教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(3).職業：在表4-36分析結果，在職業上得知有顯著差異有「服務人員解說」一項，經比較結果（附錄 16）顯示居民認為其重要程度則是以工>學生。

表4-36 重要度-職業分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	2.15	0.059	
2	會場停車方便	1.90	0.093	
3	活動地點之環境整潔	1.24	0.290	
4	公共廁所之清潔與衛生	1.69	0.137	
5	活動場地佈置規劃	1.80	0.112	
6	活動內容之設計	1.27	0.275	
7	提供休閒或親子同樂之功能	0.62	0.688	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	1.61	0.155	
9	活動工作服務人員態度	0.39	0.854	
10	服務人員解說	2.43	0.034*	工>學生
11	節慶活動之宣傳	1.51	0.185	
12	會場之安全管理	0.60	0.701	
13	活動之整體表現	0.93	0.461	

註：一、職業（1. 軍公教；2. 學生；3. 工；4. 商；5. 服務業；6. 其他）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(4).宗教信仰：在表4-37分析結果，在宗教信仰上得知有顯著差異的有「活動場地路線指引」，經比較結果（附錄 17）顯示居民認為重要程度則是以佛教>其他>無；「會場停車方便」經比較結果顯示居民認為重要程度則是以道教>佛教>其他>無，「活動地點之環境整潔」經比較結果顯示居民認為重要程度則是以佛教>其他>道教>無；在「活動場地佈置規劃」經比較結果顯示居民認為重要程度則是以其他>佛教>道教>無；「活動內容之設計」經比較結果顯示居民認為重要程度則是以佛教>道教>無；「提供休閒或親子同樂之功能」，經比較結果顯示居民認為重要程度則是以無>佛教>其他；另「增加瞭解當地人文歷史文化機會」，經比較結果顯示居民認為重要程度則是以其他>佛教>無；「活動工作服務人員態度」經比較結果顯示居民認為重要程度則是以其他>無。

表4-37 重要度-宗教信仰分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	3.99	0.008*	佛教>其他>無
2	會場停車方便	5.44	0.001**	道教>佛教>其他>無
3	活動地點之環境整潔	6.14	0.000***	佛教>其他>道教>無
4	公共廁所之清潔與衛生	1.67	0.173	
5	活動場地佈置規劃	4.47	0.004**	其他>佛教>道教>無
6	活動內容之設計	3.68	0.012*	佛教>道教>無
7	提供休閒或親子同樂之功能	3.44	0.017*	無>佛教>其他
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	4.84	0.003**	其他>佛教>無
9	活動工作服務人員態度	3.14	0.025**	其他>無
10	服務人員解說	1.69	0.168	
11	節慶活動之宣傳	2.32	0.075	
12	會場之安全管理	0.31	0.815	
13	活動之整體表現	1.14	0.332	

註：一、宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

(5).居住時間：在表4-38分析表分析結果，得知有顯著差異有「節慶活動之宣傳」、，經比較結果（附錄 18）顯示重要程度為11~15年>1年以下。

表4-38 重要度-居住時間分析表

項目	變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1	活動場地路線指引	1.20	0.309	
2	會場停車方便	2.30	0.058	
3	活動地點之環境整潔	0.46	0.764	
4	公共廁所之清潔與衛生	0.86	0.486	
5	活動場地佈置規劃	0.95	0.433	
6	活動內容之設計	2.07	0.084	
7	提供休閒或親子同樂之功能	0.61	0.654	
8	增加瞭解當地人文歷史文化機會	0.99	0.412	
9	活動工作服務人員態度	1.30	0.269	
10	服務人員解說	1.66	0.157	
11	節慶活動之宣傳	3.11	0.015*	11~15年>1年以下
12	會場之安全管理	0.28	0.888	
13	活動之整體表現	0.48	0.747	

註：一、居住時間（1.1年以下；2.1~5年；3.6~10年；4.11~15年；5.16年以上）

二、* 表 $P \leq 0.05$ ，** 表 $P \leq 0.01$ ，*** 表 $P \leq 0.001$

4.3.5 差異分析小結

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之認同度、滿意度及重要度會有顯著差異，故運用「獨立樣本T檢定」及「單因子變異數分析」進行差異分析。驗證是否有與研究之假設相符。

在居民屬性背景的部份是以性別、年齡、婚姻情形、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，分別與認同度、滿意度及重要度等項目進行差異分析，驗證是否有顯著差異及差異情形。其分析內容結果分別說明如下。

1、居民屬性與認同度

從表4-39居民屬性與認同度-差異檢定統計表得知，居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「認同度」有顯著差異，在居民屬性方面僅有「性別」不顯著以外，與研究假設不成立外、其餘的與研究假設部份相符。

表 4-39 居民屬性與認同度-差異檢定統計表

研究假設	居民屬性	檢定結果
居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「認同度」會有顯著差異	性別	不成立
	婚姻情形	部份成立
	年齡	部份成立
	教育程度	部份成立
	職業	部份成立
	宗教信仰	部份成立
	居住時間	部份成立

2、居民屬性與滿意度

從下表4-40居民屬性與滿意度-差異檢定統計表得知，居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「滿意度」均為部份顯著，與研究假設成立部份相符。

表 4-40 居民屬性與滿意度-差異檢定統計表

研究假設	居民屬性	檢定結果
居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「滿意度」會有顯著差異	性別	部份成立
	年齡	部份成立
	婚姻情形	部份成立
	教育程度	部份成立
	職業	部份成立
	宗教信仰	部份成立
	居住時間	部份成立

3、居民屬性與重要度

從表4-41居民屬性與重要度-差異檢定統計表得知，居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「重要度」有顯著差異，在居民屬性方面僅有「性別」不顯著以外，與研究假設不成立外、其餘的與研究假設部份相符。

表 4-41 居民屬性與重要度-差異檢定統計表

研究假設	居民屬性	檢定結果
居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「重要度」會有顯著差異	性別	不成立
	年齡	部份成立
	婚姻情形	部份成立
	教育程度	部份成立
	職業	部份成立
	宗教信仰	部份成立
	居住時間	部份成立

4.4 重要-表現程度分析法

4.4.1 重要-表現程度分析法

爲了進行研究居民評定節慶活動內容之滿意度及重要度爲何？並以「環境」「體驗」「管理」「總體」四個構面之問項來作其評量。其評量的方法係採用重要-表現程度分析法，亦簡稱爲IPA (Importance-Performance Analysis)，IPA原是運用研究於消費者所認爲服務屬性的重要程度及表現情形之關係。而近年除研究商業消費行爲外，已被廣泛運用其他領域研究，例如品牌經營、產品銷售、服務經營、環境設施、節慶活動、觀光旅遊、等之相關研究。

IPA測量是將研究之兩個構面設爲座標關係，以X軸及Y軸劃分爲四個象限，其四個象限均有不同的區域意涵，本研究以採用第一象限區爲「繼續保持」；第二象限區爲「供給過度」；第三象限區爲「優先順序較低」；第四象限區爲「加強改善」；當落在某一象限區域時，即得知屬性之評定等級。

本研究將重要程度及滿意程度分屬X軸及Y軸的兩個座標關係，其X軸是爲重要程度，Y軸則爲滿意程度，劃分爲四個象限，藉落點以測量評定錫口文化節慶活動內容之重要程度及滿意程度之屬性等級。如下圖（圖4-1）

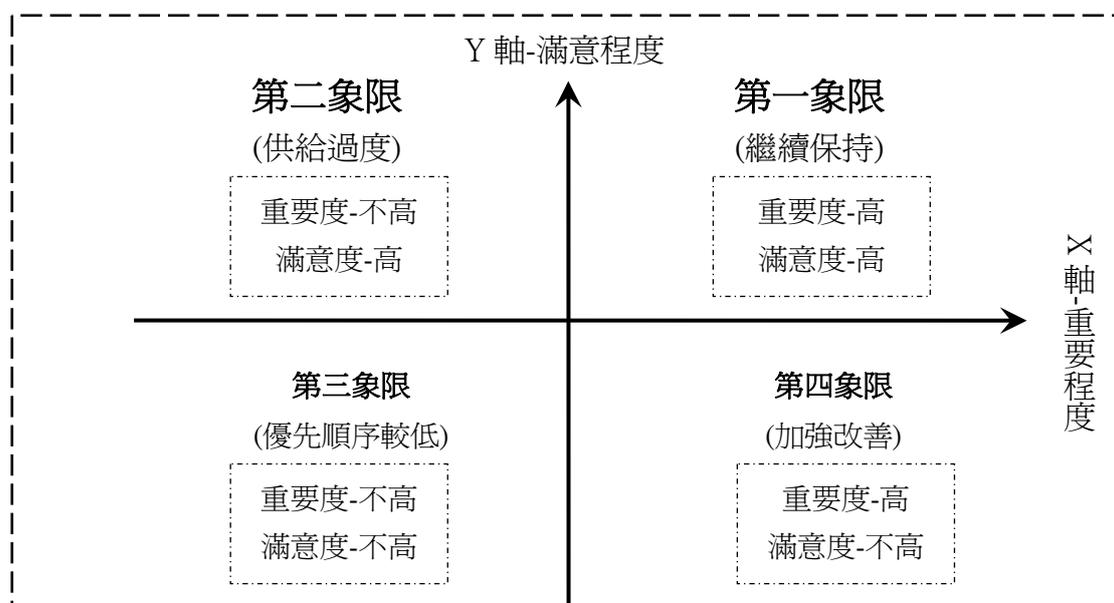


圖4-1 IPA象限表示圖

資料來源：謝慶霖(2011)，本研究整理

4.4.2 活動內容滿意度與重要度

本研究就居民對於節慶活動內容之滿意度及重要度問卷題項共有 13 項（1、活動場地路線指引；2、會場停車方便；3、活動地點之環境整潔；4、公共廁所之清潔與衛生；5、活動場地佈置規劃；6、活動內容之設計；7、提供休閒或親子同樂之功能；8、增加瞭解當地人文歷史文化機會；9、活動工作服務人員態度；10、服務人員解說；11、節慶活動之宣傳；12、會場之安全管理；13、活動之整體）進行表現重要-表現程度分析。

1.有參加錫口文化節之受測居民中有參加活動之(全體)在滿意度與重要度之表現，由圖4-2 全體參加居民-IPA分析圖得知：

(1)、第一象限區「繼續保持」的範圍有下列三個項目，顯示受測居民對此三項之滿意度與重要度之表現程度皆高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容繼續保持的項目。

(a)、整體表現。

(b)、服務態度。

(c)、活動宣傳。

(2)、第二象限區「供給過度」的範圍有下列六個項目，表現程度為重要度不高，滿意度高。顯示受測居民對此六項活動內容認為重要程度不高而滿意程度卻高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容供給過度的項目。

(a)、佈置規劃

(b)、內容設計。

(c)、親子同樂。

(d)、瞭解歷史。

(e)、人員解說。

(f)、會場安全。

(3)、第三象限區「優先順序較低」的範圍有下列一個項目，表現程度為重要度及滿意度皆不高。顯示受測居民對此項活動內容，認為其重要程度與其他項目相較之下較不重要，且在滿意度亦不高的情形，因此可參考列入日後舉

辦錫口文化節內容優先順序較低的項目。

(a)、路線指引。

(4)、第四象限區「加強改善」的範圍有下列三個項目，表現程度為重要度高及滿意度不高。顯示受測居民對此三個項目認為重要程度高而滿意度但卻不高，因此應列入日後舉辦錫口文化節內容必須加強改善的項目。

(a)、停車方便。

(b)、公廁衛生。

(c)、環境整潔。

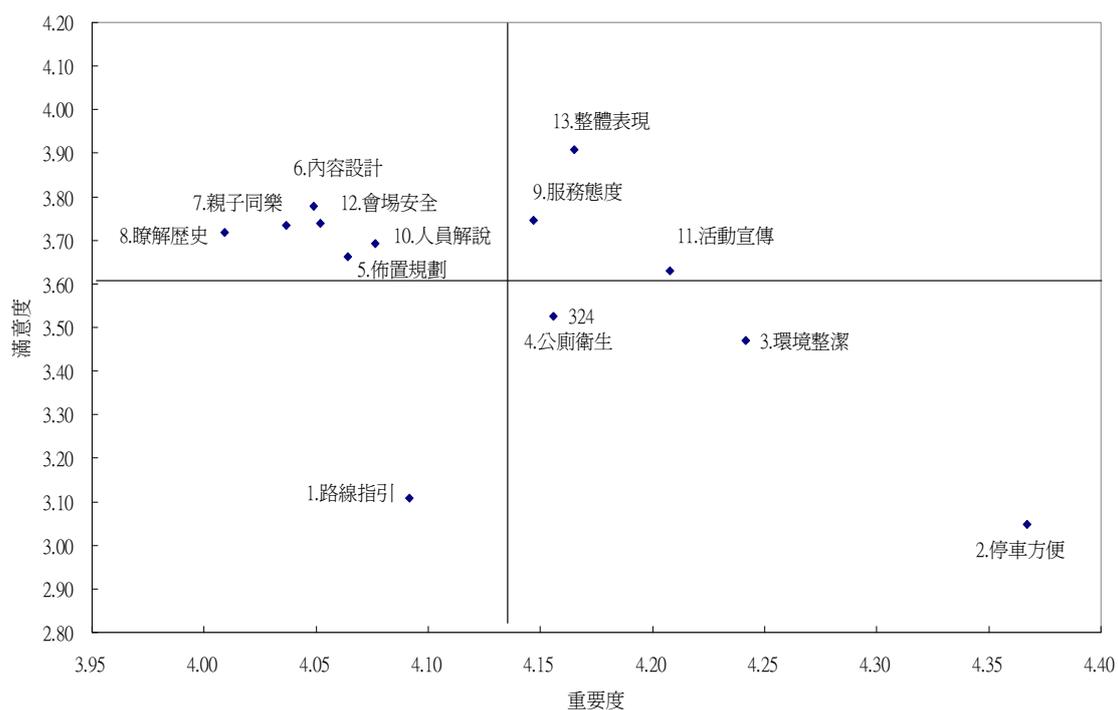


圖4-2 全體居民-IPA分析圖

表 4-42 IPA 分析統計表 (全體)

象限區位	區域意涵	問卷題項	項目
一	「繼續保持」	13	整體表現
		9	服務態度
		11	活動宣傳
二	「供給過度」	5	佈置規劃
		6	內容設計
		7	親子同樂
		8	瞭解歷史
		10	人員解說
		12	會場安全
三	「優先順序較低」	1	路線指引
四	「加強改善」	2	停車方便
		3	環境整潔
		4	公廁衛生

2、受測居民中有參加活動之(男性)在滿意度與重要度之表現，由圖4-3男性居民-IPA分析圖分析得知：

(1)、第一象限區「繼續保持」的範圍有下列三個項目，顯示受測居民對此三項之滿意度與重要度之表現程度皆高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容繼續保持的項目。

(a)、整體表現。

(b)、服務態度。

(c)、活動宣傳。

(d)、第二象限區「供給過度」的範圍有下列六個項目，表現程度為重要度不高，滿意度高。顯示受測居民對此六項活動內容認為重要程度不高而滿意程度卻高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容供給過度的項目。

(a)、佈置規劃

(b)、內容設計。

(c)、親子同樂。

(d)、瞭解歷史

(e)、人員解說。

(f)、會場安全。

(3)、第三象限區「優先順序較低」的範圍有下列二個項目，表現程度為重要度及滿意度皆不高。顯示受測居民對此二個項目活動內容，認為其重要程度與其他項目相較之下較不重要，且在滿意度亦不高的情形，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容優先順序較低的項目。

(a)、路線指引

(b)、公廁衛生。

(4)、第四象限區「加強改善」的範圍有下列二個項目，表現程度為重要度高及滿意度不高。顯示受測居民對此兩項活動內容認為重要程度高而滿意度卻但不高，因此應列入日後舉辦錫口文化節內容必須加強改善的項目。

(a)、停車方便。

(b)、環境整潔。

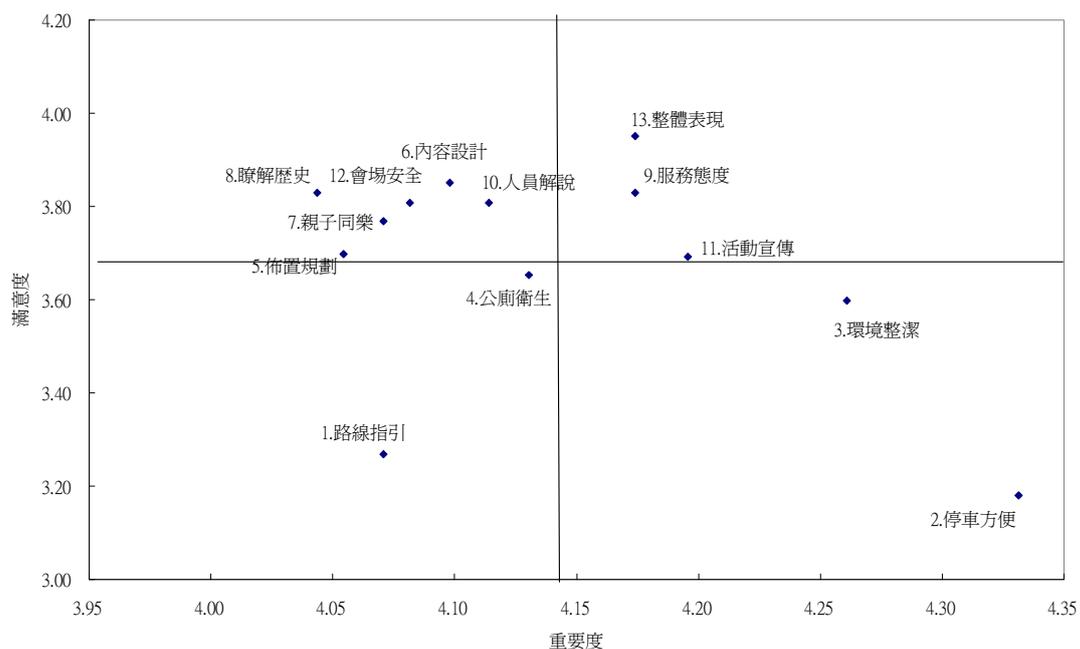


圖4-3 男性居民-IPA分析圖

表 4-43 IPA 分析統計表 (男性)

象限區位	區域意涵	問卷題項	項目
一	「繼續保持」	13	整體表現
		9	服務態度
		11	活動宣傳
二	「供給過度」	5	佈置規劃
		6	內容設計
		7	親子同樂
		8	瞭解歷史
		10	人員解說
三	「優先順序較低」	1	路線指引
		4	公廁衛生
四	「加強改善」	2	停車方便
		3	環境整潔

3、受測居民中有參加活動之(女性)在滿意度與重要度之表現，由4-4女性居民IPA分析圖得知：

(1)、第一象限區「繼續保持」的範圍有下列二個項目，顯示受測居民對此二項之滿意度與重要度之表現程度皆高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容繼續保持的項目。

(a)、整體表現。

(b)、活動宣傳。

(2)、第二象限區「供給過度」的範圍有下列七個項目，表現程度為重要度不高，滿意度高。顯示受測居民對此七項活動內容認為重要程度不高而滿意程度卻高，因此可參考列入日後舉辦錫口文化節內容供給過度的項目。

(a)、佈置規劃

(b)、內容設計。

(c)、親子同樂。

(d)、瞭解歷史

(e)、人員解說。

(f)、服務態度。

(g)、會場安全。

(3)、第三象限區「優先順序較低」表現程度為重要度及滿意度皆不高的範圍，在此範圍並無活動內容之項目，因此並無可列入日後舉辦錫口文化節內容優先順序較低的項目。

(4)、第四象限區「加強改善」的範圍有下列四個項目，表現程度為重要度高及滿意度不高。顯示受測居民對此四個項目認為重要程度高而滿意度但卻不高，因此應列入日後舉辦錫口文化節內容必須加強改善的項目。

(a)、停車方便。

(b)、公廁衛生。

(c)、環境整潔。

(d)、路線指引。

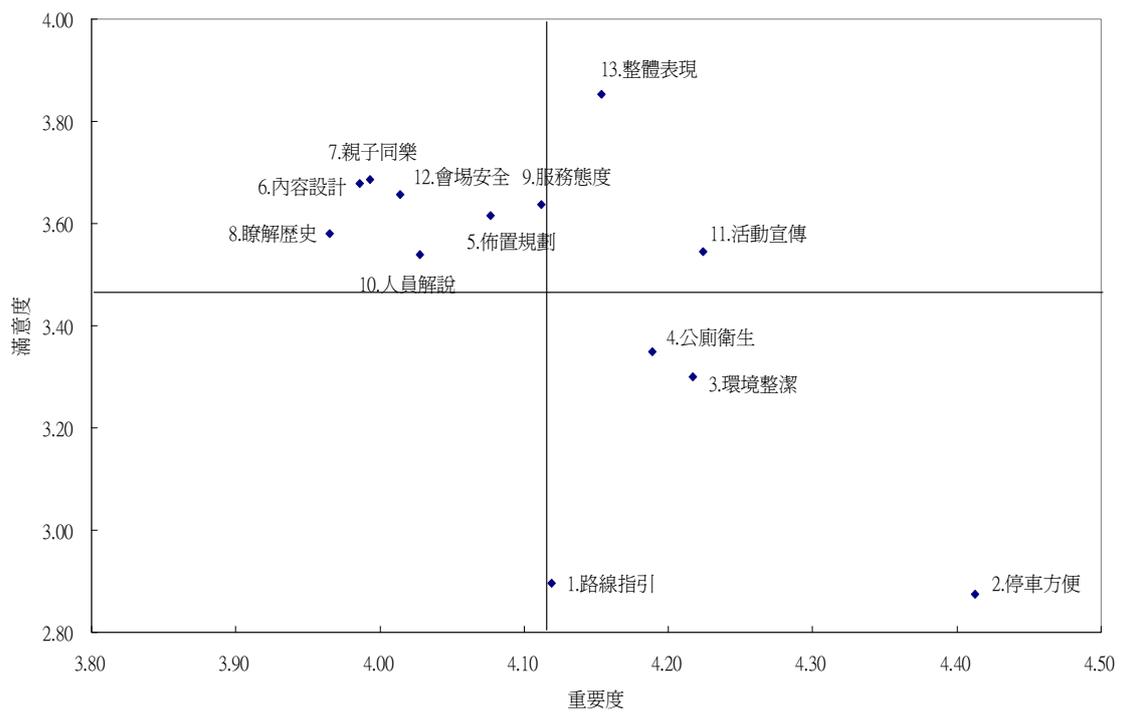


圖4-4 女性居民-IPA分析圖

表 4-44 IPA 分析統計表 (女性)

象限區位	區域意涵	問卷題項	項目
一	「繼續保持」	13、	整體表現
		11、	活動宣傳
二	「供給過度」	5、	佈置規劃
		6、	內容設計
		7、	親子同樂
		8、	瞭解歷史
		9、	服務態度
		10、	人員解說
		12、	會場安全
三	「優先順序較低」	無	
四	「加強改善」	1、	路線指引
		2、	停車方便
		3、	環境整潔
		4、	公廁衛生

4.3.3 居民屬性與滿意度與重要度

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之滿意度、重要度會有顯著差異，故運用「重要-表現程度分析法」，亦簡稱為IPA進行分析；驗證是否有顯著差異及差異情形。

從表4-45 IPA統計匯整表得知，居民評定節慶活動內容滿意度及重要度之象限佈情形：

第一象限區「繼續保持」範圍在男性居民評定方面的有三個項目：(1)、整體表現(2)、服務態度(3)、活動宣傳；在女性居民評定情形，有二個項目：(1)、整體表現(2)、活動宣傳。兩者差異在於女性方面在此象限未有「服務態度」該項。

第二象限區「供給過度」的範圍在男性居民有六個項目：(1)、佈置規劃(2)、內容設計(3)、親子同樂(4)、瞭解歷史(5)、人員解說(6)、會場安全；在女性居民評定情形，有七個項目：(1)、佈置規劃(2)、內容設計(3)、親子同樂(4)、瞭解歷史(5)、人員解說(6)、服務態度(7)、會場安全。兩者差異在於男性方面在此象限未有「服務態度」該項，而是列入第一象限區「繼續保持」範圍。

第三象限區「優先順序較低」在男性居民有下列二個項目：(1)、路線指引(2)、公廁衛生；在女性居民評定情形，在此範圍並無活動內容之項目。兩者差異在於女性方面在此象限未有項目，而是將「路線指引」及「公廁衛生」列入第一象限區「加強改善」範圍。

第四象限區「加強改善」的範圍在男性居民有二個項目：(1)、停車方便(2)、環境整潔；在女性居民評定情形，有四個項目：(1)、停車方便(2)、公廁衛生(3)、環境整潔(4)、路線指引。兩者差異在於男性方面在此象限未有「路線指引」及「公廁衛生」二項，而是列入第三象限區「優先順序較低」範圍。

綜上得知參加活動的問卷居民在不同屬性(性別)上，對於節慶活動內容項目的滿意度重要程度，是有明顯差異。

表4-45 IPA統計匯整表

里民	全體				男性				女性			
	象限				象限				象限			
項目	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.路線指引			v				v					v
2.停車方便				v				v				v
3.環境整潔				v				v				v
4.公廁衛生				v			v					v
5.佈置規劃		v				v				v		
6.內容設計		v				v				v		
7.親子同樂		v				v				v		
8.瞭解歷史		v				v				v		
9.服務態度	v				v					v		
10.人員解說		v				v				v		
11.活動宣傳	v				v				v			
12.會場安全		v				v				v		
13.整體表現	v				v				v			

4.5 SWOT分析法

爲了進行研究居民評定節慶活動內容之機會、威脅、優弱勢爲何？是以全體受測居民對於錫口文化節活動內容之滿意度與重要度的表現爲基礎，並以圖4-2全體參加居民-IPA分析圖得知滿意度與重要度之各問項，落於四個象限的分佈情形，配合SWOT分析法來加以分析探討論。

就本研究圖4-1 IPA象限表示圖之象限所劃分區域，並以下圖4-5 SWOT座標圖的表示方法，則第一象限(繼續保持)視爲「機會」；第二象限(供給過度)視爲「優勢」；第三象限(優先順序較低)視爲「劣勢」；第四象限(加強改善)視爲「威脅」，來進行錫口文化節慶活動內容的機會、威脅、優弱勢之探討。

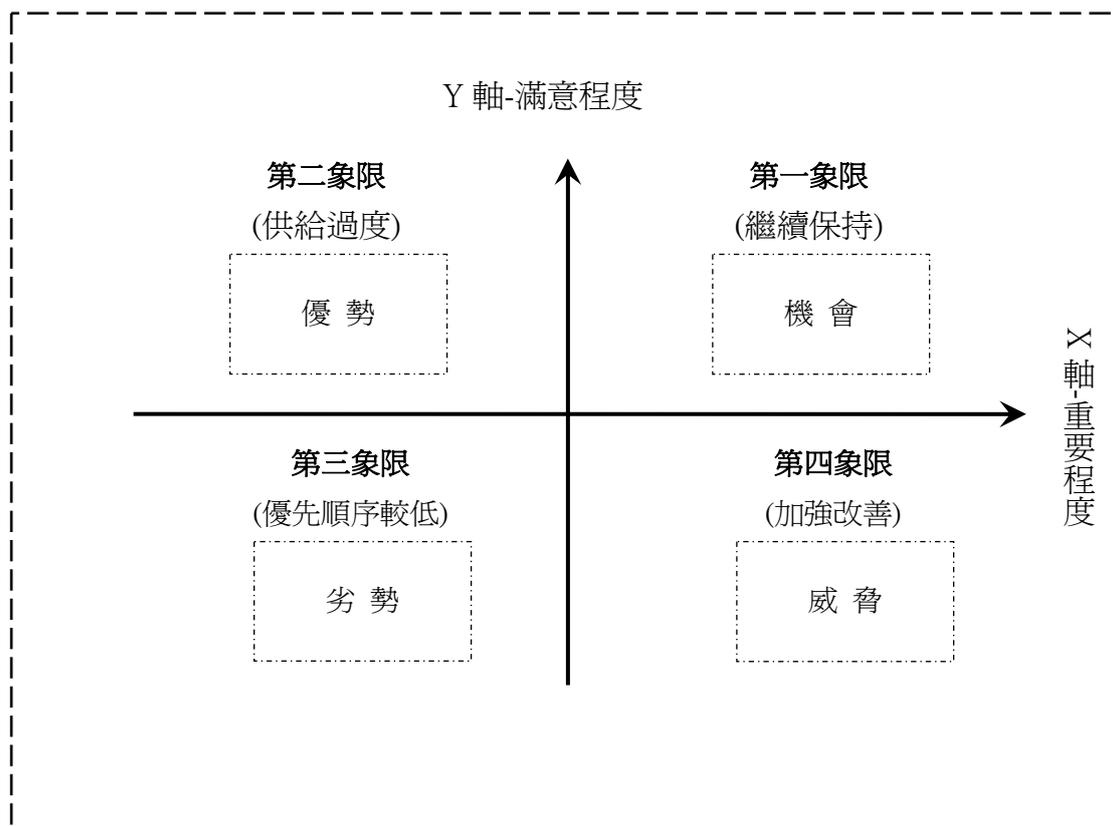


圖4-5 SWOT座標圖

資料來源：廖雅芳(2004)，本研究整理

依本研究就居民對於節慶活動內容之問卷題項共有13項（1、活動場地路線指引；2、會場停車方便；3、活動地點之環境整潔；4、公共廁所之清潔與衛生；5、活動場地佈置規劃；6、活動內容之設計；7、提供休閒或親子同樂之功能；8、增加瞭解當地人文歷史文化機會；9、活動工作服務人員態度；10、服務人員解說；11、節慶活動之宣傳；12、會場之安全管理；13、活動之整體）。依「有參加」錫口文化節之受測居民中有參加活動之(全體)在滿意度與重要度之表現，由圖4-2全體參加居民-IPA分析圖得知落於四個象限的分佈情形，並參照圖4-5 SWOT座標圖時，其機會、優勢、劣勢、威脅分佈則有：

1、第一象限區「機會」的範圍有下列三個項目（1）、整體表現（2）、服務態度（3）、活動宣傳；除列入舉辦錫口文化節內容繼續保持的項目，並可視為擴大申辦活動發展的契機。

2、第二象限區「優勢」的範圍有下列六個項目，（1）、佈置規劃（2）、內容設計（3）、親子同樂（4）、瞭解歷史（5）、人員解說（6）、會場安全；顯示除列入日後舉辦錫口文化節內容供給過度的項目，並可視為已滿足居民的需求，無需再強調，並可將資源移往加強及改善列入「威脅」、「劣勢」等活動項目。

3、第三象限區「劣勢」的範圍有下列一個項目，路線指引。顯示雖列入日後舉辦錫口文化節內容優先順序較低的項目，在資源尚有餘力時則仍應加強及改善，以維持一定程度的服務滿意度。

4、第四象限區「威脅」的範圍有下列三個項目，（1）、停車方便（2）、公廁衛生（3）、環境整潔；顯示應列入日後舉辦錫口文化節內容必須加強改善的項目，應必須分配較多資源加以改善，以維持水準上的服務滿意度。

第五章 結論與建議

藉由問卷調查方式，以探討松山區居民對於舉辦錫口文化節慶活動的認同感、重要度、滿意度。本章以陳述統計分析結果及歸納研究之結果，及其後之建議，期供日後相關節慶活動之研究參考。

5.1 結論

5.1.1 受訪居民屬性資料

本研究之居民屬性分別為性別、年齡、婚姻情況、教育程度、職業、家庭平均收入、居住時間、居住的所屬、宗教信仰、活動資訊、資訊來源、參加次數及選擇文化象徵性地標等十三項，就統計之結果，以性別部份而言，其中受測居民以男性的居多；在年齡計部份且大多分布在21-50歲之間之青年到青壯年年齡層；在婚姻狀況，以「已婚」為最多；教育程度方面受測的居民，大多分布在大專以上教育程度；在職業別大多是以服務業及商業居多；家庭收入統計，是以為中產階層主多；居住時間統計，是以「1~5年」為最多；居住房子所屬統計，有超過半數擁有自有住宅居多；宗教信仰是以「道教」最多。

5.1.2 文化的象徵性地標

在居民屬性統計表之錫口文化的象徵性地標統計，是以「慈祐宮」的人數 133 人為最多(佔 29.1%)，由於舊時錫口是慈祐宮為中心，漸次建立店舖，隨後發展成為熱鬧商業活動的市街，亦是當時的宗教信仰中心。因此推測受測居民大多認為「慈祐宮」較能代表錫口文化的象徵性地標。

5.1.3 認同度、滿意度及重要度現況

1. 認同度：

在表4-2認同度統計分析顯示，平均數得分在重要與普通之間，顯示居民對於舉辦節慶活動具有相當高度的認同感，且在分項以「透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感」及「認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀

光客及提昇觀光旅遊效益」兩項分居排序一二，符合錫口文化節舉辦的宗旨是以加強凝聚居民情感及帶動地方觀光發展的內涵，在實質意涵上，亦是認同持續性的舉辦錫口文化節慶活動。

2. 滿意度：

本研究滿意度表構面，以「體驗滿意度」得分最高，最低為「環境滿意度」，表示居民對於活動內容之設計、提供休閒或親子同樂之功能、增加瞭解當地人文歷史文化機會、活動場地佈置規劃等項目感到滿意；雖然在「環境滿意度」的會場停車方便之滿意度為最低，不過分析之結果顯示，整體平均值是介於滿意與普通之間，且分項「活動之整體表現」平均數亦是排序最高的；顯示居民對於舉辦節慶活動項目內容具有相當良好的滿意度。

3. 重要度：

由分析結果顯示，受測居民中「有」參加活動之重要度排序方面，排序第一為「會場停車方便」，排序最低則是「增加瞭解當地人文歷史文化機會」；而在受測居民中「沒有」參加活動之重要度排序方面，排序第一為「會場之安全管理」，排序最低則是「提供休閒或親子同樂之功能」。綜上得知「有」參加活動的受測居民與「沒有」參加活動的受測居民，對於節慶活動內容項目重要程度在認知上是有顯著差異。

5.1.4 居民屬性與認同度、滿意度及重要度差異分析

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之認同度、滿意度及重要度會有顯著差異，居民屬性背景的部份是以性別、年齡、婚姻情形、教育程度、職業、宗教信仰、居住時間等項，分別與認同度、滿意度及重要度等項目進行差異分析。

在認同度方面，其假設居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「認同度」有顯著差異，從統計表得知在居民屬性方面僅有「性別」不顯著，與研究假設不成立以外、其餘的與研究假設部份相符。

在滿意度方面，其假設居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「滿意度」有顯著差異，從統計表得知在居民屬性方面均為部份顯著，與研究假設部份相符。

在重要度方面，其假設居民屬性不同對於舉辦錫口文化節活動之「重要度」有顯著差異，從統計表得知在居民屬性方面僅有「性別」不顯著，與研究假設不成立以外、其餘的與研究假設部份相符。

5.1.5 重要-表現程度分析

本研究假設居民不同屬性對於舉辦錫口文化節活動之滿意度、重要度會有顯著差異，故運用「重要-表現程度分析法」進行分析，其結果：

在第一象限區「繼續保持」範圍在男性居民評定方面的有三個項目 1.整體表現 2.服務態度 3.活動宣傳；而女性居民則為 1.整體表現 2.活動宣傳。

在第二象限區「供給過度」的範圍在男性居民有六個項目：1.佈置規劃 2.內容設計 3.親子同樂 4.瞭解歷史 5.人員解說 6.會場安全；在女性居民有六個項目：1.佈置規劃 2.內容設計 3.親子同樂 4.瞭解歷史 5.人員解說 6.服務態度 7.會場安全。

第三象限區「優先順序較低」在男性居民有二個項目：1.路線指引 2.公廁衛生；在女性居民評定情形，在此範圍並無活動內容之項目。

第四象限區「加強改善」的範圍在男性居民有二個項目：1.停車方便 2.環境整潔；在女性居民有四個項目：1.停車方便 2.公廁衛生 3.環境整潔 4.路線指引。

綜上得知參加活動的問卷居民在不同屬性(性別)上，對於節慶活動內容項目的滿意度重要程度，是有明顯差異與研究假設相符。

5.1.6 SWOT分析

由SWOT分析結果顯示:

- 1、在「機會」的範圍有(1)、整體表現 (2)、服務態度 (3)、活動宣傳；可視為擴大申辦活動發展的契機。
- 2、在「優勢」的範圍有(1)、佈置規劃(2)、內容設計 (3)、親子同樂 (4)、瞭解歷史 (5)、人員解說 (6)、會場安全；可視為已滿足居民的需求，並可將資源移往加強及改善列入「威脅」、「劣勢」等活動項目。
- 3、在「劣勢」的範圍有路線指引一個項目，在資源尚有餘力時，仍應設法加強及

改善該項。

- 4、在「威脅」的範圍有 (1)、停車方便 (2)、公廁衛生 (3)、環境整潔；應必須分配較多資源加以改善，以維持有水準以上的服務滿意度。

5.2 研究建議

5.2.1 擴大居民參與層面及組織活動志工團隊

在認同度構面方面分析結果最低為「參與程度」構面，由於「錫口文化節」系列活動舉辦，96至100年已連續舉辦五年，在本研究受測居民中沒有參加過(28.4%) 及參加過一次(29.5%)顯示參與的程度不是十分踴躍，並在居民認同度研究結果以「其舉辦錫口文化節活動期間，有空閒時，我樂意參加志工」為最低。建議相關單位透過里民組織或其他社團，組織熱心的居民成立「錫口文化節」活動志工團隊，以增加居民的認同感及擴大參與層面。

5.2.2 增設停車位及活動路線指引

在滿意度構面方面分析結果，以「環境滿意度」構面 (3.29) 為最低，在該構面分析研究又以「會場停車方便」為最低；「活動場地路線指引」為次低。建議相關單位舉辦「錫口文化節」系列活動期間，增設停車位以方便參加民衆使用，或增設活動場地與大眾運輸工具(如捷運站、火車站)之間的接駁專車，鼓勵大眾乘坐公共運輸以疏解車流擁塞的問題，所以在轉乘交通工具的接駁處，設置明顯的活動交通路線指引標幟及相關活動介紹。另外，為指引遠來參與活動民衆正確行車方向，可以自鄰近活動進行地點，沿路張掛活動宣傳廣告旗及活動路線指引標識牌，以減少自行開車前來的民衆為找尋文化節活動座落地花費不必要的時間。

5.2.3 後續研究之建議

本研究是探討居民屬性對於100年「錫口文化節」之認同度、滿意度及重要度，情形，未來研究應可增加納入遊客部份，探討「居民」及「遊客」在參與節慶活動，其兩者差異之情形作研究比較，以探討異同之處。

參考文獻

中文部份

【書藉】：

- 1.王明珂(1997)，《華夏邊緣-歷史記憶與族群認同》，台北市：允晨文化
- 2.台北市政府(1991)，《臺北市志》，台北市政府
- 3.台北市松山區公所(2010)，《松山區志》，台北市：松山區公所
- 4.李亦園(1996)，《文化與修養》，台北市：幼獅文化事業。
- 5.李亦園(2003)，《說文化，談宗教-人類學的觀點》，台北市：國立台灣大學。
- 6.李秀娥(2004)，《台灣民俗節慶》，台中市：晨星出版。
- 7.卓克華(2003)，《從寺廟發現歷史》，台北縣：揚智文化事業。
- 8.林季嫻(2007)，《臺灣人地關係初探》，台北市：前衛。
- 9.林清玄(1999)，《傳統節慶》，台北市：文建會文字影音出版。
- 10.林會承(2011)，《臺灣文化資產保存史綱》，台北市：遠流出版事業。
- 11.俞洪亮.蔡義清.莊懿妃(2007)，《商管研究資料分析:SPSS的應用》，台北市：華泰文化。
- 12.徐苔玲、王志弘(2006)，《地方－記憶、想像與認同》，台北市：群學。
- 13.許文聖(2005)，《94年台灣大型觀光節慶活動效益評估報告書》，台北市：交通部觀光局。
- 14.許木柱(1989)，台灣原住民的族群認同運動；載於徐正光、宋文里主編(1989)，《台灣新興社會運動》。台北市：远流圖書。
- 15.陳建和 (2007)，《觀光行銷學》，台北縣：揚智文化事業。
- 16.陳柏州、簡如邠 (2004)，《台灣的地方新節慶》，台北：遠足文化。
- 17.陳炳輝 (2008)，《節慶文化與活動設計》，台北市：華立圖書出版。
- 18.葉倫會 (2003)，《松山的故事》，台北市：台北市松山區公所。
- 19.劉大和 (2010)，《APEC 議題研究精選系列－2.觀光、文化節慶》，台北市：PEC研究中心。
- 20.劉阿榮 (2010)，《多元文化與族群關係》，台北縣深坑鄉：揚智文化，2006年

- 21.蔡明讚(2012)-八 0 年代以後的台灣書法文化；載於中華民國書法教育學會，《書法教育 178 期》，台北市：中華民國書法教育學會。
- 22.賴福順(2007)，《鳥瞰清代台灣的開拓》，台北市：日創社文化出版。
- 23.謝宗榮(2006)，《台灣的廟會文化與信仰變遷》，台北縣：博揚文化事業。
- 24.鍾肇政 2000，鍾肇政的認同觀。載於施正鋒主編：《台灣人的民族認同》，台北市：前衛出版。
- 25.瞿海源、章英華(1986)，《臺灣社會與文化變遷》，台北市：中央研究院。
- 26.王昭正譯(2003)，John，《休閒導論》，台北：品度股份。。
- 27.吳德錫譯(2003)，Jean-Pieree-Warnier，《文化全球化》，台北市：麥田出版。
- 28.涂淑芳譯(1996)，Gene Bammel & Lei Lane Burrus - Bammel 著《休閒與人類行爲》，台北市：桂冠。
- 29.陳希林、閻惠群譯(2004)，Johnny Allen 等，《節慶與活動管理》，台北：五觀藝術管理。。
- 30.陳慧慈譯(2001)，John timlinson，《全球化與文化》，台北市：韋伯文化。
- 31.黃宣衛.劉容貴合譯(1985)，Ioan M. Lewis，《社會人類學導論》，台北市：五南圖書。
- 32.廣梅芬譯.(2001)，Lawrence j. friedman 著，《自我認同的建構者艾瑞克森》，台北市：張老師。
- 33.鄧伯宸譯(2004)，Harold R. Isaacs，《族群》，台北縣：立緒文化。

【學位論文】

- 1.丁玲琍(2009)，民俗活動與文化觀光吸引力的創造－以雲嘉南王爺信仰活動為例，國立嘉義大學管理學院碩士在職專班碩士論文。
- 2.王信惠(2007)，宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行爲意圖關係之研究－以北港為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 3.伍亮帆(2006)，嘉義市國際管樂節吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 4.余誌松(2008)，烏來溫泉櫻花季活動之評估，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
- 5.李坤烈(2010)，高雄蚵仔寮觀光魚市遊客旅遊動機與滿意度之研究，高雄海洋科技大學漁業生產與管理所碩士論文。
- 6.李明宗(2002)，當代台灣節慶活動的形貌-休閒社會學釋觀的提擬，國立臺灣師範大學體育學系博士學位論文。
- 7.蘇亞君(2011)，文化觀光之遊客動機、遊憩涉入與滿意度關連性研究～以鶯歌鎮為例，國立師範大學地理系碩士論文。
- 8.李培菁(2006)，民俗節慶活動認同感與贊助意願之研究--以大甲媽祖文化節為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 9.杜殷瑢(2009)，臺南古蹟遊客旅遊動機、滿意度與認同度關係之研究，國立臺灣師範大學體育學系碩士學位論文。
- 10.林詠能(2008)，大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究，國立臺北教育大學藝文產業設計與經營研究所。
- 11.洪煜清(2005)，南投縣竹山竹藝文化節慶的在地效應與評價研究，雲林科技大學工業設計系碩士論文。
- 12.徐鳳怡(2009)，遊客對大樹鄉鳳荔觀光文化季活動滿意度、認同度與忠誠度之研究，國立屏東科技大學森林系碩士學位論文。
- 13.張雅嬪(2010)，宗教觀光旅遊動機、目的地吸引力與滿意度之研究－以南鯤鯓代天府為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。

- 14.張德慶(2004)，節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究—以墾丁風鈴季為例，靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。
- 15.莊博欽(2008)，地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究-以澎湖海上花火節為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 16.陳秀淑(2004)，遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究~官田菱角節個案分析，屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 17.陳柏份(2006)，導入文化觀光於節慶活動評估之研究—以大甲媽祖文化節為例，逢甲大學土地管理學系碩士在職碩士論文
- 18.陳茹萍(2009)，城市.節慶.藝術-論高雄國際貨櫃藝術節，國立台灣師範大學藝術學院美術學系藝術行政暨管理班碩士論文。
- 19.陳惠霖(2011)，節慶活動行銷策略規劃之探討-以后里樂器節為例，中華大學行政管理學系碩士論文。
- 20.陳萱瑜(2007)，台灣原住民族文化活動之研究-以蘭嶼達悟族飛魚祭為例，銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
- 21.曾蘭淑(2011)，地方居民對於節慶活動的效益認知與認同感對活動支持度之研究-以鳳荔文化季為例，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
- 22.馮柏霖(2011)，節慶活動遊客擁擠知覺之探討—以宜蘭國際童玩藝術節為例，嶺東科技大學觀光與休閒管理研究所碩士論文。
- 23.黃秀卿(2006)，觀光節慶活動遊客吸引力、滿意度與忠誠度之研究—以 2006 年世界卡通博覽會為例，大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。
- 24.黃忠華(2005)，節慶觀光活動行銷策略之研究—以臺東南島文化節為例，台中健康暨管理學院經營管理研究所碩士論文。
- 25.黃琇玟(2003)，地方文化活動與地方認同-以竹山鎮社寮地區為例，臺南師範學院台灣文化研究所。
- 26.黃凱章(2006)，節慶活動遊客滿意度與消費行為關係之探討—以高雄內門宋江陣活動為例，樹德科技大學經營管理研究所論文。
- 27.廖淑玲(2011)，地方節慶、產業特色、行銷模式對經營績效影響之研究—以雲林

縣古坑鄉咖啡業者為例，台灣大學農業經濟學研究所碩士論文。

- 28.蔡蕙鈴(2011)，遊客之活動涉入、形象識別、價值、滿意度與忠誠度關聯性研究以 2010 高雄市燈會藝術節為例，高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
- 29.鄭瓊慧(2004)，農村節慶活動與遊客滿意度之研究-以 2003 大崗山龍眼蜂蜜文化節為例，屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 30.謝慶霖(2011)，河岸遊憩設施滿意度之研究-以台北市彩虹橋周邊總體發展計畫為例，大葉大學設計暨藝術學院碩士論文。
- 31.藍美雁(2009)，台中爵士音樂節與嘉義管樂節之參與動機、滿意度與忠誠度關係之比較，靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
- 32.蘇慧慈(2011)，六堆嘉年華參與者休閒涉入、休閒體驗與休閒滿意之相關研究，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

【網路】

- 1.台北市年鑑
<http://yearbook.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=4657969&CtNode=29473&mp=100061>
2. 台北市松山區戶政事務所/人口數、戶數統計現況
<http://www.sshr.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=8805&CtNode=2003&mp=102041>
3. 台北市松山區公所
<http://www.ssdo.taipei.gov.tw/>
- 4.台灣交通部觀光局-觀光政策
<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=122>
- 5.Google 地圖
<http://maps.google.com.tw/maps/ms?ie=UTF8&oe=UTF8&msa=0&msid=210460516340151101687.000469e11dd33dcc18cf5>

英文

1. Andries van der Ark, L., Richards, G. (2006). Attractiveness of cultural activities in European cities: A latent class approach. *Tourism Management*, 27(6), 1408-1413.
2. Aoyama, Y. (2009). Artists, tourists, and the state: Cultural tourism and the flamenco industry in Andalusia, Spain. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 80-104.
3. Beeho, A. J., Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing the experiences of heritagetourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
4. Caffyn, A., Lutz, J. (1999). Developing the heritagetourismproduct in multi-ethnicities. *Tourism Management*, 20(2), 213-221.
5. Chang, T. C., Milne, S. , Fallon, D. , Pohlmann, C. (1996). Urban heritage tourism: The global-localnexus. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 284-305.
6. Chhabra, D., Healy, R. , Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
7. Evans, G. (2005). Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration. *Urban Studies*, 42(5-6), 959-983.
8. García, B. (2004). Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: Lessons from experience, prospects for the future. *Local Economy*, 19(4), 312-326.
9. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.

10. Herrero, L. C., Sanz, J. Á. , Devesa, M. , Bedate, A. , José del Barrio, M. (2006).
The economic impact of cultural events : A case-study of Salamanca 2002,
European Capital of Culture. European Urban and Regional Studies, 13(1), 41-57.
11. Kantanen, T., Tikkanen, I. (2006). Advertising in low and high involvement
cultural tourism attractions: Four cases. Tourism and Hospitality Research, 6(2),
99-110.
12. Kim, H., Cheng, C. K. , O'Leary, J. T. (2007). Understanding participation patterns
and trends in tourism cultural attractions. Tourism Management, 28(5), 1366-1371.
13. Van Der Borg, J., Costa, P. , Gotti, G. (1996). Tourism in European heritage cities.
Annals of Tourism Research, 23(2), 306-321

附錄1、正式問卷量表

親愛的先生、女士：您好！

這是一份碩士論文研究的問卷，其目的在探討居民對錫口文化節活動之滿意度及認同度之調查研究，本問卷係採無記名方式，僅作為學術性研究，敬請放心填寫，感謝您撥冗協助。

南華大學出版與文化事業管理研究所 指導教授：趙家民 博士

研 究 生：周欣德 敬上

一. 認同度：【請問您對舉辦錫口文化節系列活動之認同度請依認同程度在□中打 v】	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1、您認為錫口文化節活動的舉辦，能增加居民對錫口文化的認識。	<input type="checkbox"/>				
2、您認為錫口文化節活動，能表現錫口當地文化的節慶活動。	<input type="checkbox"/>				
3、您認為錫口文化節活動中，慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化。	<input type="checkbox"/>				
4、錫口文化節活動的舉辦，讓我以身為錫口的居民而為榮。	<input type="checkbox"/>				
5、我認為舉辦錫口文化節活動能夠增進凝聚社區意識。	<input type="checkbox"/>				
6、舉辦錫口文化節活動，能增加地方發展。	<input type="checkbox"/>				
7、透過舉辦錫口文化節活動，可以增加當地居民互動及增進情感。	<input type="checkbox"/>				
8、您認為舉辦錫口文化節活動，可以吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益。	<input type="checkbox"/>				
9、舉辦錫口文化節活動，有助提高地方知名度。	<input type="checkbox"/>				
10、由於舉辦錫口文化節活動，讓我更樂於參加社區內舉辦其他活動。	<input type="checkbox"/>				
11、我會邀請親友一起參加錫口文化節系列活動。	<input type="checkbox"/>				
12、我希望錫口文化節活動，能長期的舉辦下去。	<input type="checkbox"/>				
13、舉辦錫口文化節活動期間，有空閑時,我樂意參加志工。	<input type="checkbox"/>				
14、我願意繼續參與明年錫口文化節活動。	<input type="checkbox"/>				

二、個人基本資料 (以下各題均為單選，請在□中打 V，或在內填入適當答案)

- 性別：男 女
- 年齡：20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51 歲以上。
- 婚姻情況：未婚 已婚有小孩 已婚無小孩。
- 教育程度：國小以下國(初)中高(中)職專科大學研究所以上。
- 職業：軍公教 農漁業 學生 工 商 服務業 其他。

- 6、您的**家庭平均**每月總收入約為：4 萬元以下 4~8 萬元 9~12 萬元 13~16 萬元
17~20 萬元 20 萬元以上。
- 7、您居住在本社區的時間至今約：1 年以下 1~5 年 6~10 年 11~15 年 16~20 年
20 年以上 世居。
- 8、您所居住的房子是：自有租用借用配住。
- 9、請問您的主要宗教信仰(只能單選)佛教 道教 天主教 基督教 回教 其他 無。
- 10、請問您認為最能代表錫口文化的象徵性地標(只能單選)？
饒河夜市 慈祐宮 彩虹橋慈福宮 錫口禮拜堂 霞海城隍 其他 沒有。
- 11、請問您知道今年 4 月 15 至 30 日，舉行 2011 年錫口文化節系列活動嗎？ 知道 不知道。
- 12、請問您知道有舉行錫口文化節活動資訊是 市府宣傳品親朋好友報紙網路其他。
- 13、請問您有參加過錫口文化節活動？沒有(若勾選此項時，**僅填寫【重要度】**，**無需填寫【滿意度】**)
1 次 2 次 3 次 3 次以上(請繼續填寫下列，謝謝您)

有參加過錫口文化節活動，請填寫【重要度】及【滿意度】 **【重要度】**
 沒有參加過錫口文化節活動，僅需填寫【重要度】

三、重要度及滿意度：

【請問您對錫口文化節系列活動之**重要度**及**滿意度**請依各程度在 中打 v】

	【重要度】					【滿意度】				
	非 常 重 要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1、活動場地路線指引。	<input type="checkbox"/>									
2、會場停車方便。	<input type="checkbox"/>									
3、活動地點之環境整潔。	<input type="checkbox"/>									
4、公共廁所之清潔與衛生。	<input type="checkbox"/>									
5、活動場地佈置規劃。	<input type="checkbox"/>									
6、活動內容之設計。	<input type="checkbox"/>									
7、提供休閒或親子同樂之功能。	<input type="checkbox"/>									
8、增加瞭解當地人文歷史文化機會。	<input type="checkbox"/>									
9、活動工作服務人員態度。	<input type="checkbox"/>									
10、服務人員解說。	<input type="checkbox"/>									
11、節慶活動之宣傳。	<input type="checkbox"/>									
12、會場之安全管理。	<input type="checkbox"/>									
13、活動之整體表現。	<input type="checkbox"/>									

「沒有參加過錫口文化節活動，無需填寫活動【滿意度】，填寫到此結束。」

附錄2、錫口文化活動

活動時程表：（資料來源：臺北市松山區公所）

(<http://www.ssdo.taipei.gov.tw/ct.asp?xitem=1833377&CtNode=42372&mp=124011>)

1. 鬧熱滾滾藝陣賞

日期	時間	活動內容	活動地點
4/25	09：30-11：00	松山慈祐宮天上聖母 1051 週年 聖誕祝壽三獻大典	松山慈祐宮正殿
4/27-28	08：00-19：00	松山慈祐宮媽祖遶境暨 傳統藝陣大匯演	松山慈祐宮前廣 場暨十三街庄

2. 錫口文化講堂

項次	主 題 主 講 人 學 經 歷 簡 介	課 程 簡 介	日期 時間 地點
1	未來地景-松山車站公共藝術之美 Mr.Ray King(美籍藝術家) 多田美波女士(日籍藝術家) 徐孝貴女士/橘園國際藝術股份有限公司執行副總經理	藉由公共藝術的設置，在新的松山車站站區營造結合傳統文化與時代新象的氛圍，更體現老松山豐富繁華的歷史人文特色。	4/15(五) 10:00-12:00 松山火車站 B1 大廳

2	圖說臺北 宋光宇/美國賓州大學歷史系博士、佛光人文社會學院教務長	臺北的故事您知多少？透過一張張古地圖來看台北盆地這三百年來的變化。	4/18(一) 14:30-16:30 民有區民活動中心第一教室 (臺北市民權東路 3 段 140 巷 15 號 4 樓)
3	從錫口到松山 吳智慶/山水人文學會執行長、中小學校鄉土教育推行講師、台灣史研究報導作家	暢談松山的區域特色及人文發展歷程，讓您回味舊錫口、放眼新松山。並準備松山區著名糕餅老店美食，讓您從多方來品味松山之美。	4/19(二) 14:30-16:30 復盛區民活動中心 第三教室(臺北市市民大道 5 段 99 號)
4	戀戀鐵道情-台灣鐵路車票史 張志文/現任職實踐大學、宜蘭縣藝術學會會員、松山車站相關鐵道及車票展覽	您知道每一張車票背後，都有故事嗎？透過張老師的個人收藏車票分享，告訴您許多鐵道的故事。	4/20(三) 14:30-16:30 慈祐宮漫畫圖書館(臺北市八德路四段 765 號 4 樓)
5	民生社區在地都會文化 吳敏惠/財團法人綠色旅行文教基金會執行長	民生社區，臺灣第一個全國性示範社區；更是臺北市市民心目中居住的首選社區。想了解它的魅力風采迷人所在嗎？歡迎您一起來探索它的精采。	4/22(五) 14:30-16:30 松山區公所大禮堂(臺北市八德路四段 692 號 11 樓)

(資料來源：臺北市松山區公所)

3. 錫口文化遊學營

活動名稱	日期	時間	內容	地點	人數限制
藝想視界	100.04.23 (六)	第一梯次 13:10-15:10	參觀各攝影 棚或參觀節 目錄影	台灣電視公司 1 樓大廳 (臺北市松山區 八德路三段 10 號)	每梯次 40 人，共 2 梯 次。
		第二梯次 15:10-17:10			
偶戲人生	100.04.24 (日)	13:30-17:30	專人導覽 小型互動劇 戲偶 DIY	台北偶戲館 1 樓廣場 (臺北市松山區 市民大道五段 99 號 2 樓)	共 80 人

(資料來源：臺北市松山區公所)

4. 2011 錫口文化節 - 愛在松山・藝起童歡

- 活動日期： 100 年 4 月 30 日〈星期六〉
- 活動場地： 成美左岸河濱公園(彩虹橋) 自基隆河四號水門進入

項次	名稱	時間	內容	備註
1	松山媽祖情- 稜轎腳好運到	15:00-17:00	活動現場將恭迎松山媽祖鑾駕神轎組座鎮基隆河畔，一以祈求河域平安，一來提供現場所有參與民眾，稜轎腳去厄運迎吉祥，凡參與稜轎腳民眾，將能獲得松山媽祖平安福袋 1 只，讓松山媽祖福祐永隨。	
2	藝起童歡園遊 會	15:00-18:30	結合童趣、美食、弱勢關愛、文化交流、政策宣導……等意涵的多元文化園遊會，滿足您視覺、聽覺、味覺、嗅覺、觸覺的感官享受，喚起您深藏內心的愛與童趣。	
3	錫口藝文音樂 會	16:00-18:30	邀請眾優質表演團體、其他弱勢族群(如身障者、原住民等)藝文團體，從午後至向晚月兒高掛時分，於基隆河彩虹橋畔，進行一場接一場的精彩演出，譜出一曲又一曲的彩虹橋浪漫樂章。	

(資料來源：臺北市松山區公所)

附錄- 3

表4-20 認同度-婚姻分析表

組別統計量

項目	婚姻	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤差
1-13 有空閑時我樂 意參加志工	未婚	162	3.37	0.96	0.08
	已婚	295	3.61	0.93	0.05

註: 婚姻情形 (1.未婚; 2.已婚)

表4-21 認同度-年齡分析表

Scheffe 法

依變數	(I)年齡	(J)年齡	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-2 錫口文化節活動 能表現錫口當地文化	30 歲以下	31~40 歲	-0.06	0.10	0.826	-0.312	0.186
		41 歲以上	-0.30*	0.10	0.010	-0.548	-0.058
	31~40 歲	30 歲以下	0.06	0.10	0.826	-0.186	0.312
		41 歲以上	-0.24	0.10	0.057	-0.486	0.005
	41 歲以上	30 歲以下	0.30*	0.10	0.010	0.058	0.548
		31~40 歲	0.24	0.10	0.057	-0.005	0.486

註: 年齡 (1、30歲以下; 2、31~40歲; 3、41歲以上)

附錄- 4

表 4-22 認同度-職業分析表

依變數	(I)職業	(J)職業	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-14 願意繼續參與明年錫口文化節活動	軍公教	學生	-0.33	0.15	0.45	-0.84	0.18
		工	-0.42	0.14	0.13	-0.90	0.06
		商	0.03	0.13	1.00	-0.41	0.48
		服務業	-0.14	0.13	0.95	-0.58	0.30
		其他	-0.07	0.15	1.00	-0.57	0.43
	學生	軍公教	0.33	0.15	0.45	-0.18	0.84
		工	-0.09	0.15	1.00	-0.60	0.42
		商	0.37	0.14	0.25	-0.11	0.84
		服務業	0.19	0.14	0.87	-0.28	0.67
		其他	0.26	0.16	0.75	-0.27	0.79
	工	軍公教	0.42	0.14	0.13	-0.06	0.90
		學生	0.09	0.15	1.00	-0.42	0.60
		商	0.45*	0.13	0.04	0.01	0.90
		服務業	0.28	0.13	0.48	-0.16	0.72
		其他	0.35	0.15	0.38	-0.16	0.85
	商	軍公教	-0.03	0.13	1.00	-0.48	0.41
		學生	-0.37	0.14	0.25	-0.84	0.11
		工	-0.45*	0.13	0.04	-0.90	-0.01
		服務業	-0.17	0.12	0.85	-0.58	0.23
		其他	-0.10	0.14	0.99	-0.58	0.37
	服務業	軍公教	0.14	0.13	0.95	-0.30	0.58
		學生	-0.19	0.14	0.87	-0.67	0.28
		工	-0.28	0.13	0.48	-0.72	0.16
		商	0.17	0.12	0.85	-0.23	0.58
	其他	0.07	0.14	1.00	-0.40	0.54	
其他	軍公教	0.07	0.15	1.00	-0.43	0.57	
	學生	-0.26	0.16	0.75	-0.79	0.27	
	工	-0.35	0.15	0.38	-0.85	0.16	
	商	0.10	0.14	0.99	-0.37	0.58	
	服務業	-0.07	0.14	1.00	-0.54	0.40	

註：職業 (1.軍公教；2.學生；3.工；4.商；5.服務業；6.其他)

附錄- 5

表4-23 認同度-教育程度分析表

依變數	(I)教育程度	(J)教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-1 活動能增加居民對錫口文化的認識	高(中)職以下	專科	-0.106	0.102	0.583	-0.36	0.14
		大學以上	-0.317*	0.097	0.005	-0.56	-0.08
	專科	高(中)職以下	0.106	0.102	0.583	-0.14	0.36
		大學以上	-0.211	0.091	0.070	-0.43	0.01
	大學以上	高(中)職以下	0.317*	0.097	0.005	0.08	0.56
1-2 錫口文化節活動能表現錫口當地文化	高(中)職以下	專科	-0.014	0.108	0.992	-0.28	0.25
		大學以上	-0.251	0.103	0.051	-0.50	0.00
	專科	高(中)職以下	0.014	0.108	0.992	-0.25	0.28
		大學以上	-0.237*	0.096	0.048	-0.47	0.00
	大學以上	高(中)職以下	0.251	0.103	0.051	0.00	0.50
1-3 慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	高(中)職以下	專科	-0.246	0.121	0.127	-0.54	0.05
		大學以上	-0.408*	0.115	0.002	-0.69	-0.13
	專科	高(中)職以下	0.246	0.121	0.127	-0.05	0.54
		大學以上	-0.162	0.107	0.321	-0.43	0.10
	大學以上	高(中)職以下	0.408*	0.115	0.002	0.13	0.69
1-4 身為錫口的居民而為榮	高(中)職以下	專科	-0.331*	0.111	0.013	-0.60	-0.06
		大學以上	-0.421*	0.106	0.000	-0.68	-0.16
	專科	高(中)職以下	0.331*	0.111	0.013	0.06	0.60
		大學以上	-0.089	0.099	0.667	-0.33	0.15
	大學以上	高(中)職以下	0.421*	0.106	0.000	0.16	0.68
1-11 邀請親友一起參加錫口文化節	高(中)職以下	專科	-0.095	0.100	0.637	-0.34	0.15
		大學以上	-0.229	0.095	0.055	-0.46	0.00
	專科	高(中)職以下	0.095	0.100	0.637	-0.15	0.34
		大學以上	-0.134	0.089	0.320	-0.35	0.08
	大學以上	高(中)職以下	0.229	0.095	0.055	0.00	0.46
1-12 錫口文化節活動能長期的舉辦下去	高(中)職以下	專科	-0.116	0.099	0.498	-0.36	0.13
		大學以上	-0.279*	0.094	0.012	-0.51	-0.05
	專科	高(中)職以下	0.116	0.099	0.498	-0.13	0.36
		大學以上	-0.163	0.088	0.179	-0.38	0.05
	大學以上	高(中)職以下	0.279*	0.094	0.012	0.05	0.51
		專科	0.163	0.088	0.179	-0.05	0.38

註：教育程度 (1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上)

附錄- 6

表4-24 認同度-宗教信仰分析表-1

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-1 活動能增加居民 對錫口文化的 認識	佛教	道教	0.249	0.096	0.084	-0.021	0.519
		其他	0.194	0.122	0.471	-0.148	0.536
		無	0.388*	0.122	0.019	0.044	0.732
	道教	佛教	-0.249	0.096	0.084	-0.519	0.021
		其他	-0.055	0.115	0.972	-0.377	0.266
		無	0.139	0.115	0.694	-0.184	0.462
	其他	佛教	-0.194	0.122	0.471	-0.536	0.148
		道教	0.055	0.115	0.972	-0.266	0.377
		無	0.194	0.137	0.574	-0.191	0.579
	無	佛教	-0.388*	0.122	0.019	-0.732	-0.044
		道教	-0.139	0.115	0.694	-0.462	0.184
		其他	-0.194	0.137	0.574	-0.579	0.191
1-2 錫口文化節活動 能表現錫口當 地文化	佛教	道教	0.423*	0.100	0.001	0.141	0.704
		其他	0.237	0.127	0.326	-0.120	0.593
		無	0.417*	0.128	0.014	0.059	0.776
	道教	佛教	-0.423*	0.100	0.001	-0.704	-0.141
		其他	-0.186	0.119	0.491	-0.521	0.149
		無	-0.005	0.120	1.000	-0.342	0.332
	其他	佛教	-0.237	0.127	0.326	-0.593	0.120
		道教	0.186	0.119	0.491	-0.149	0.521
		無	0.181	0.143	0.661	-0.221	0.582
	無	佛教	-0.417*	0.128	0.014	-0.776	-0.059
		道教	0.005	0.120	1.000	-0.332	0.342
		其他	-0.181	0.143	0.661	-0.582	0.221

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表4-24 認同度-宗教信仰分析表-2

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-3 慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	佛教	道教	0.514*	0.112	0.000	0.198	0.829
		其他	0.379	0.142	0.071	-0.021	0.779
		無	0.410*	0.143	0.043	0.009	0.812
	道教	佛教	-0.514*	0.112	0.000	-0.829	-0.198
		其他	-0.135	0.134	0.798	-0.510	0.241
		無	-0.103	0.135	0.898	-0.481	0.274
	其他	佛教	-0.379	0.142	0.071	-0.779	0.021
		道教	0.135	0.134	0.798	-0.241	0.510
		無	0.031	0.160	0.998	-0.419	0.481
	無	佛教	-0.410*	0.143	0.043	-0.812	-0.009
		道教	0.103	0.135	0.898	-0.274	0.481
		其他	-0.031	0.160	0.998	-0.481	0.419
1-4 身為錫口的居民而為榮	佛教	道教	0.410*	0.105	0.002	0.116	0.704
		其他	0.064	0.133	0.972	-0.308	0.436
		無	0.284	0.133	0.210	-0.090	0.658
	道教	佛教	-0.410*	0.105	0.002	-0.704	-0.116
		其他	-0.345	0.125	0.055	-0.695	0.004
		無	-0.126	0.125	0.800	-0.477	0.226
	其他	佛教	-0.064	0.133	0.972	-0.436	0.308
		道教	0.345	0.125	0.055	-0.004	0.695
		無	0.220	0.149	0.540	-0.199	0.639
	無	佛教	-0.284	0.133	0.210	-0.658	0.090
		道教	0.126	0.125	0.800	-0.226	0.477
		其他	-0.220	0.149	0.540	-0.639	0.199
1-6 錫口文化節活動能增加地方發展	佛教	道教	0.326*	0.103	0.019	0.038	0.614
		其他	0.139	0.130	0.768	-0.226	0.504
		無	0.247	0.131	0.311	-0.119	0.614
	道教	佛教	-0.326*	0.103	0.019	-0.614	-0.038
		其他	-0.187	0.122	0.505	-0.530	0.156
		無	-0.078	0.123	0.939	-0.423	0.266
	其他	佛教	-0.139	0.130	0.768	-0.504	0.226
		道教	0.187	0.122	0.505	-0.156	0.530
		無	0.109	0.147	0.908	-0.303	0.520
	無	佛教	-0.247	0.131	0.311	-0.614	0.119
		道教	0.078	0.123	0.939	-0.266	0.423
		其他	-0.109	0.147	0.908	-0.520	0.303

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表4-24 認同度-宗教信仰分析表-3

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-7 增加當地居民互 動及增進情感	佛教	道教	0.189	0.096	0.275	-0.080	0.457
		其他	0.038	0.121	0.992	-0.302	0.378
		無	0.295	0.122	0.120	-0.047	0.637
	道教	佛教	-0.189	0.096	0.275	-0.457	0.080
		其他	-0.151	0.114	0.625	-0.471	0.169
		無	0.106	0.115	0.835	-0.215	0.428
	其他	佛教	-0.038	0.121	0.992	-0.378	0.302
		道教	0.151	0.114	0.625	-0.169	0.471
		無	0.257	0.137	0.316	-0.126	0.641
		佛教	-0.295	0.122	0.120	-0.637	0.047
		道教	-0.106	0.115	0.835	-0.428	0.215
		其他	-0.257	0.137	0.316	-0.641	0.126
1-8 吸引觀光客及提 昇觀光旅遊效益	佛教	道教	0.248	0.101	0.110	-0.035	0.530
		其他	0.069	0.127	0.960	-0.288	0.427
		無	0.341	0.128	0.071	-0.019	0.700
	道教	佛教	-0.248	0.101	0.110	-0.530	0.035
		其他	-0.178	0.120	0.530	-0.514	0.158
		無	0.093	0.120	0.897	-0.245	0.430
	其他	佛教	-0.069	0.127	0.960	-0.427	0.288
		道教	0.178	0.120	0.530	-0.158	0.514
		無	0.271	0.143	0.313	-0.132	0.674
		佛教	-0.341	0.128	0.071	-0.700	0.019
		道教	-0.093	0.120	0.897	-0.430	0.245
		其他	-0.271	0.143	0.313	-0.674	0.132

表4-24 認同度-宗教信仰分析表-4

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-9 有助提高地方 知名度	佛教	道教	0.280	0.101	0.056	-0.005	0.564
		其他	0.139	0.128	0.758	-0.221	0.500
		無	0.384*	0.129	0.032	0.022	0.746
	道教	佛教	-0.280	0.101	0.056	-0.564	0.005
		其他	-0.140	0.121	0.716	-0.479	0.198
		無	0.104	0.121	0.865	-0.236	0.444
	其他	佛教	-0.139	0.128	0.758	-0.500	0.221
		道教	0.140	0.121	0.716	-0.198	0.479
		無	0.244	0.145	0.415	-0.161	0.650
	無	佛教	-0.384*	0.129	0.032	-0.746	-0.022
		道教	-0.104	0.121	0.865	-0.444	0.236
		其他	-0.244	0.145	0.415	-0.650	0.161
1-10 讓我更樂於參 加社區內舉辦 其他活動	佛教	道教	0.287*	0.101	0.047	0.003	0.572
		其他	0.005	0.128	1.000	-0.356	0.365
		無	0.278	0.129	0.200	-0.084	0.640
	道教	佛教	-0.287*	0.101	0.047	-0.572	-0.003
		其他	-0.282	0.121	0.142	-0.621	0.056
		無	-0.009	0.121	1.000	-0.349	0.332
	其他	佛教	-0.005	0.128	1.000	-0.365	0.356
		道教	0.282	0.121	0.142	-0.056	0.621
		無	0.274	0.145	0.312	-0.132	0.680
	無	佛教	-0.278	0.129	0.200	-0.640	0.084
		道教	0.009	0.121	1.000	-0.332	0.349
		其他	-0.274	0.145	0.312	-0.680	0.132

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表 4-24 認同度-宗教信仰分析表-5

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-11 邀請親友一起 參加錫口文化節	佛教	道教	0.274*	0.093	0.035	0.013	0.535
		其他	0.063	0.118	0.962	-0.267	0.394
		無	-0.057	0.118	0.972	-0.389	0.275
	道教	佛教	-0.274*	0.093	0.035	-0.535	-0.013
		其他	-0.210	0.111	0.308	-0.521	0.100
		無	-0.331*	0.111	0.033	-0.643	-0.018
	其他	佛教	-0.063	0.118	0.962	-0.394	0.267
		道教	0.210	0.111	0.308	-0.100	0.521
		無	-0.120	0.133	0.845	-0.492	0.252
	無	佛教	0.057	0.118	0.972	-0.275	0.389
		道教	0.331*	0.111	0.033	0.018	0.643
		其他	0.120	0.133	0.845	-0.252	0.492
1-12 錫口文化節活 動能長期的舉 辦下去	佛教	道教	0.288*	0.092	0.022	0.029	0.547
		其他	0.005	0.117	1.000	-0.323	0.333
		無	0.239	0.117	0.247	-0.090	0.569
	道教	佛教	-0.288*	0.092	0.022	-0.547	-0.029
		其他	-0.283	0.110	0.086	-0.592	0.025
		無	-0.049	0.110	0.978	-0.359	0.261
	其他	佛教	-0.005	0.117	1.000	-0.333	0.323
		道教	0.283	0.110	0.086	-0.025	0.592
		無	0.234	0.132	0.368	-0.135	0.604
	無	佛教	-0.239	0.117	0.247	-0.569	0.090
		道教	0.049	0.110	0.978	-0.261	0.359
		其他	-0.234	0.132	0.368	-0.604	0.135

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

附錄- 7

表4-25 認同度-居住時間分析表-1

依變數	(I)居住時間	(J)居住時間	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-2 錫口文化節活動能表現錫口當地文化	1年以下	1~5年	0.404	0.138	0.075	-0.023	0.831
		6~10年	0.358	0.146	0.202	-0.094	0.811
		11~15年	0.429	0.154	0.101	-0.046	0.904
		16~年以上	0.464*	0.139	0.027	0.032	0.895
	1~5年	1年以下	-0.404	0.138	0.075	-0.831	0.023
		6~10年	-0.046	0.122	0.998	-0.423	0.332
		11~15年	0.025	0.131	1.000	-0.379	0.430
		16~年以上	0.060	0.114	0.991	-0.292	0.412
	6~10年	1年以下	-0.358	0.146	0.202	-0.811	0.094
		1~5年	0.046	0.122	0.998	-0.332	0.423
		11~15年	0.071	0.139	0.992	-0.360	0.502
		16~年以上	0.106	0.124	0.947	-0.277	0.488
	11~15年	1年以下	-0.429	0.154	0.101	-0.904	0.046
		1~5年	-0.025	0.131	1.000	-0.430	0.379
		6~10年	-0.071	0.139	0.992	-0.502	0.360
		16~年以上	0.035	0.132	0.999	-0.374	0.444
16~年以上	1年以下	-0.464*	0.139	0.027	-0.895	-0.032	
	1~5年	-0.060	0.114	0.991	-0.412	0.292	
	6~10年	-0.106	0.124	0.947	-0.488	0.277	
	11~15年	-0.035	0.132	0.999	-0.444	0.374	
1-3 慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	1年以下	1~5年	0.387	0.155	0.186	-0.093	0.868
		6~10年	0.308	0.165	0.479	-0.201	0.817
		11~15年	0.497	0.173	0.084	-0.037	1.031
		16~年以上	0.456	0.157	0.078	-0.029	0.941
	1~5年	1年以下	-0.387	0.155	0.186	-0.868	0.093
		6~10年	-0.079	0.137	0.987	-0.504	0.345
		11~15年	0.110	0.147	0.968	-0.345	0.565
		16~年以上	0.069	0.128	0.991	-0.327	0.465
	6~10年	1年以下	-0.308	0.165	0.479	-0.817	0.201
		1~5年	0.079	0.137	0.987	-0.345	0.504
		11~15年	0.189	0.157	0.834	-0.296	0.674
		16~年以上	0.148	0.139	0.889	-0.282	0.578

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-25 認同度-居住時間分析表-2

依變數	(I)居住時間	(J)居住時間	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-3 慈祐宮的系列宗教活動最能呈現錫口文化	11~15 年	1 年以下	-0.497	0.173	0.084	-1.031	0.037
		1~5 年	-0.110	0.147	0.968	-0.565	0.345
		6~10 年	-0.189	0.157	0.834	-0.674	0.296
		16~年以上	-0.041	0.149	0.999	-0.501	0.419
	16~年以上	1 年以下	-0.456	0.157	0.078	-0.941	0.029
		1~5 年	-0.069	0.128	0.991	-0.465	0.327
		6~10 年	-0.148	0.139	0.889	-0.578	0.282
1-4 身為錫口的居民而為榮		11~15 年	0.041	0.149	0.999	-0.419	0.501
	1 年以下	1~5 年	0.363	0.144	0.178	-0.083	0.809
		6~10 年	0.358	0.153	0.242	-0.115	0.831
		11~15 年	0.345	0.160	0.331	-0.152	0.841
		16~年以上	0.438	0.146	0.062	-0.013	0.888
	1~5 年	1 年以下	-0.363	0.144	0.178	-0.809	0.083
		6~10 年	-0.005	0.128	1.000	-0.399	0.390
		11~15 年	-0.018	0.137	1.000	-0.441	0.404
		16~年以上	0.075	0.119	0.983	-0.293	0.443
	6~10 年	1 年以下	-0.358	0.153	0.242	-0.831	0.115
		1~5 年	0.005	0.128	1.000	-0.390	0.399
		11~15 年	-0.013	0.146	1.000	-0.464	0.437
		16~年以上	0.080	0.129	0.984	-0.320	0.479
	11~15 年	1 年以下	-0.345	0.160	0.331	-0.841	0.152
		1~5 年	0.018	0.137	1.000	-0.404	0.441
		6~10 年	0.013	0.146	1.000	-0.437	0.464
		16~年以上	0.093	0.138	0.978	-0.334	0.520
	16~年以上	1 年以下	-0.438	0.146	0.062	-0.888	0.013
		1~5 年	-0.075	0.119	0.983	-0.443	0.293
		6~10 年	-0.080	0.129	0.984	-0.479	0.320
	11~15 年	-0.093	0.138	0.978	-0.520	0.334	
1-8 吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	1 年以下	1~5 年	0.042	0.137	0.999	-0.382	0.466
		6~10 年	-0.203	0.145	0.744	-0.652	0.246
		11~15 年	-0.285	0.152	0.478	-0.757	0.186
		16~年以上	0.075	0.138	0.990	-0.353	0.503
	1~5 年	1 年以下	-0.042	0.137	0.999	-0.466	0.382
		6~10 年	-0.245	0.121	0.395	-0.620	0.130
		11~15 年	-0.328	0.130	0.175	-0.729	0.074
	16~年以上	0.033	0.113	0.999	-0.316	0.383	

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-25 認同度-居住時間分析表-4

依變數	(I)居住時間	(J)居住時間	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-8 吸引觀光客及提昇觀光旅遊效益	6~10年	1年以下	0.203	0.145	0.744	-0.246	0.652
		1~5年	0.245	0.121	0.395	-0.130	0.620
		11~15年	-0.082	0.138	0.986	-0.510	0.345
		16~年以上	0.278	0.123	0.274	-0.101	0.658
	11~15年	1年以下	0.285	0.152	0.478	-0.186	0.757
		1~5年	0.328	0.130	0.175	-0.074	0.729
		6~10年	0.082	0.138	0.986	-0.345	0.510
		16~年以上	0.361	0.131	0.111	-0.045	0.767
	16~年以上	1年以下	-0.075	0.138	0.990	-0.503	0.353
		1~5年	-0.033	0.113	0.999	-0.383	0.316
		6~10年	-0.278	0.123	0.274	-0.658	0.101
		11~15年	-0.361	0.131	0.111	-0.767	0.045
1-11 邀請親友一起參加錫口文化節	1年以下	1~5年	0.238	0.127	0.478	-0.155	0.630
		6~10年	0.258	0.134	0.450	-0.157	0.674
		11~15年	0.310	0.141	0.308	-0.127	0.746
		16~年以上	0.461*	0.128	0.012	0.064	0.857
	1~5年	1年以下	-0.238	0.127	0.478	-0.630	0.155
		6~10年	0.021	0.112	1.000	-0.326	0.368
		11~15年	0.072	0.120	0.986	-0.300	0.444
		16~年以上	0.223	0.105	0.338	-0.100	0.547
	6~10年	1年以下	-0.258	0.134	0.450	-0.674	0.157
		1~5年	-0.021	0.112	1.000	-0.368	0.326
		11~15年	0.051	0.128	0.997	-0.345	0.448
		16~年以上	0.202	0.114	0.530	-0.149	0.554
	11~15年	1年以下	-0.310	0.141	0.308	-0.746	0.127
		1~5年	-0.072	0.120	0.986	-0.444	0.300
		6~10年	-0.051	0.128	0.997	-0.448	0.345
		16~年以上	0.151	0.122	0.819	-0.225	0.527
	16~年以上	1年以下	-0.461*	0.128	0.012	-0.857	-0.064
		1~5年	-0.223	0.105	0.338	-0.547	0.100
		6~10年	-0.202	0.114	0.530	-0.554	0.149
		11~15年	-0.151	0.122	0.819	-0.527	0.225

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-25 認同度-居住時間分析表-5

依變數	(I)居住時間	(J)居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1-13 有空閑時,我樂 意參加志工	1年以下	1~5年	0.326	0.147	0.295	-0.128	0.780
		6~10年	0.597*	0.156	0.006	0.116	1.078
		11~15年	0.351	0.163	0.331	-0.154	0.856
		16~年以上	0.465*	0.148	0.045	0.007	0.924
	1~5年	1年以下	-0.326	0.147	0.295	-0.780	0.128
		6~10年	0.270	0.130	0.363	-0.131	0.672
		11~15年	0.024	0.139	1.000	-0.405	0.454
		16~年以上	0.139	0.121	0.858	-0.235	0.513
	6~10年	1年以下	-0.597*	0.156	0.006	-1.078	-0.116
		1~5年	-0.270	0.130	0.363	-0.672	0.131
		11~15年	-0.246	0.148	0.600	-0.704	0.212
		16~年以上	-0.131	0.131	0.910	-0.538	0.275
	11~15年	1年以下	-0.351	0.163	0.331	-0.856	0.154
		1~5年	-0.024	0.139	1.000	-0.454	0.405
		6~10年	0.246	0.148	0.600	-0.212	0.704
		16~年以上	0.115	0.141	0.956	-0.320	0.549
	16~年以上	1年以下	-0.465*	0.148	0.045	-0.924	-0.007
		1~5年	-0.139	0.121	0.858	-0.513	0.235
		6~10年	0.131	0.131	0.910	-0.275	0.538
		11~15年	-0.115	0.141	0.956	-0.549	0.320

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

附錄- 8

表4-26 滿意度-性別分析表

項目	婚姻	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
1 滿意度-路線指引	男	183	3.27	1.24	0.09
	女	143	2.90	1.33	0.11
2 滿意度-停車方便	男	183	3.19	1.31	0.10
	女	143	2.87	1.38	0.12
3 滿意度-環境整潔	男	183	3.60	1.11	0.08
	女	143	3.30	1.10	0.09
4 滿意度-公廁衛生	男	183	3.66	0.95	0.07
	女	143	3.35	1.06	0.09
8 滿意度-瞭解歷史	男	183	3.83	0.80	0.06
	女	143	3.58	0.73	0.06
9 滿意度-服務態度	男	183	3.83	0.82	0.06
	女	143	3.64	0.91	0.08
10 滿意度-人員解說	男	183	3.81	0.84	0.06
	女	143	3.54	0.88	0.07

註：性別（1. 男；2. 女）

附錄- 9

表4-27 滿意度-婚姻情形分析表

項目	婚姻	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
1.活動場地路線指引	未婚	109	2.65	1.26	0.12
	已婚	217	3.34	1.24	0.08
2.會場停車方便	未婚	109	2.51	1.34	0.13
	已婚	217	3.32	1.28	0.09
3.活動地點之環境整潔	未婚	109	3.22	1.15	0.11
	已婚	217	3.59	1.08	0.07
4.公共廁所之清潔與衛生	未婚	109	3.29	1.02	0.10
	已婚	217	3.64	0.99	0.07
6.活動內容之設計	未婚	109	3.63	0.79	0.08
	已婚	217	3.85	0.84	0.06
12.會場之安全管理	未婚	109	3.58	0.90	0.09
	已婚	217	3.82	0.87	0.06

註：一、婚姻情形（1. 未婚；2. 已婚）

附錄- 10

表4-28 滿意度-年齡分析表

依變數	(I)年齡	(J)年齡	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95%信賴區間	
						下界	上界
1 滿意度-路線指引	30 歲以下	31~40 歲	-0.214	0.18	0.49	-0.65	0.22
		41 歲以上	-0.643*	0.17	0.00	-1.06	-0.22
	31~40 歲	30 歲以下	0.214	0.18	0.49	-0.22	0.65
		41 歲以上	-0.430*	0.17	0.04	-0.84	-0.02
	41 歲以上	30 歲以下	0.643*	0.17	0.00	0.22	1.06
		31~40 歲	0.430*	0.17	0.04	0.02	0.84
2 滿意度-停車方便	30 歲以下	31~40 歲	-0.226	0.19	0.48	-0.69	0.23
		41 歲以上	-0.586*	0.18	0.01	-1.03	-0.14
	31~40 歲	30 歲以下	0.226	0.19	0.48	-0.23	0.69
		41 歲以上	-0.361	0.18	0.13	-0.80	0.07
	41 歲以上	30 歲以下	0.586*	0.18	0.01	0.14	1.03
		31~40 歲	0.361	0.18	0.13	-0.07	0.80
4 滿意度-公廁衛生	30 歲以下	31~40 歲	-0.169	0.14	0.49	-0.52	0.18
		41 歲以上	-0.381*	0.14	0.02	-0.71	-0.05
	31~40 歲	30 歲以下	0.169	0.14	0.49	-0.18	0.52
		41 歲以上	-0.212	0.13	0.28	-0.54	0.12
	41 歲以上	30 歲以下	0.381*	0.14	0.02	0.05	0.71
		31~40 歲	0.212	0.13	0.28	-0.12	0.54

註：年齡（1. 30歲以下；2. 31~40歲；3. 41歲以上）

表4-29 滿意度-教育程度分析表-1

依變數	(I)教育程度	(J)教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1 滿意度-路線指引	高(中)職以	專科	-0.257	0.19	0.39	-0.71	0.20
		大學以上	-0.818*	0.18	0.00	-1.26	-0.38
	專科	高(中)職以	0.257	0.19	0.39	-0.20	0.71
		大學以上	-0.561*	0.16	0.00	-0.95	-0.17
	大學以上	高(中)職以	0.818*	0.18	0.00	0.38	1.26
	專科	0.561*	0.16	0.00	0.17	0.95	
2 滿意度-停車方便	高(中)職以	專科	-0.384	0.19	0.14	-0.86	0.09
		大學以上	-0.920*	0.19	0.00	-1.38	-0.46
	專科	高(中)職以	0.384	0.19	0.14	-0.09	0.86
		大學以上	-0.536*	0.17	0.01	-0.94	-0.13
	大學以上	高(中)職以	0.920*	0.19	0.00	0.46	1.38
	專科	0.536*	0.17	0.01	0.13	0.94	
3 滿意度-環境整潔	高(中)職以	專科	-0.348	0.16	0.10	-0.74	0.05
		大學以上	-0.730*	0.15	0.00	-1.11	-0.35
	專科	高(中)職以	0.348	0.16	0.10	-0.05	0.74
		大學以上	-0.382*	0.14	0.02	-0.72	-0.04
	大學以上	高(中)職以	0.730*	0.15	0.00	0.35	1.11
	專科	0.382*	0.14	0.02	0.04	0.72	
4 滿意度-公廁衛生	高(中)職以	專科	-0.146	0.15	0.61	-0.51	0.22
		大學以上	-0.527*	0.14	0.00	-0.87	-0.18
	專科	高(中)職以	0.146	0.15	0.61	-0.22	0.51
		大學以上	-0.381*	0.13	0.01	-0.69	-0.07
	大學以上	高(中)職以	0.527*	0.14	0.00	0.18	0.87
	專科	0.381*	0.13	0.01	0.07	0.69	
5 滿意度-佈置規劃	高(中)職以	專科	-0.280	0.13	0.10	-0.60	0.04
		大學以上	-0.528*	0.12	0.00	-0.83	-0.22
	專科	高(中)職以	0.280	0.13	0.10	-0.04	0.60
		大學以上	-0.249	0.11	0.08	-0.52	0.02
	大學以上	高(中)職以	0.528*	0.12	0.00	0.22	0.83
	專科	0.249	0.11	0.08	-0.02	0.52	

註：教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

表4-29 滿意度-教育程度分析表-2

依變數	(I)教育程度	(J)教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
6 滿意度-內容設計	高(中)職以	專科	-0.097	0.12	0.73	-0.40	0.20
		大學以上	-0.392*	0.12	0.00	-0.68	-0.11
	專科	高(中)職以	0.097	0.12	0.73	-0.20	0.40
		大學以上	-0.296*	0.10	0.02	-0.55	-0.04
	大學以上	高(中)職以	0.392*	0.12	0.00	0.11	0.68
	專科	0.296*	0.10	0.02	0.04	0.55	
9 滿意度-服務態度	高(中)職以	專科	0.148	0.13	0.51	-0.16	0.46
		大學以上	-0.231	0.12	0.16	-0.53	0.07
	專科	高(中)職以	-0.148	0.13	0.51	-0.46	0.16
		大學以上	-0.379*	0.11	0.00	-0.64	-0.11
	大學以上	高(中)職以	0.231	0.12	0.16	-0.07	0.53
	專科	0.379*	0.11	0.00	0.11	0.64	
10 滿意度-人員解說	高(中)職以	專科	-0.091	0.13	0.78	-0.41	0.22
		大學以上	-0.288	0.12	0.07	-0.59	0.01
	專科	高(中)職以	0.091	0.13	0.78	-0.22	0.41
		大學以上	-0.197	0.11	0.20	-0.47	0.07
	大學以上	高(中)職以	0.288	0.12	0.07	-0.01	0.59
	專科	0.197	0.11	0.20	-0.07	0.47	
11 滿意度-活動宣傳	高(中)職以	專科	-0.083	0.14	0.83	-0.42	0.25
		大學以上	-0.483*	0.13	0.00	-0.80	-0.16
	專科	高(中)職以	0.083	0.14	0.83	-0.25	0.42
		大學以上	-0.400*	0.12	0.00	-0.69	-0.11
	大學以上	高(中)職以	0.483*	0.13	0.00	0.16	0.80
	專科	0.400*	0.12	0.00	0.11	0.69	
13 滿意度-整體表現	高(中)職以	專科	0.303*	0.12	0.04	0.01	0.59
		大學以上	0.283*	0.11	0.05	0.00	0.56
	專科	高(中)職以	-0.303*	0.12	0.04	-0.59	-0.01
		大學以上	-0.020	0.10	0.98	-0.27	0.23
	大學以上	高(中)職以	-0.283*	0.11	0.05	-0.56	0.00
	專科	0.020	0.10	0.98	-0.23	0.27	

註：教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

附錄- 12

表4-30 滿意度-職業分析表

依變數	(I)職業	(J)職業	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
13 滿意度-整體表現	軍公教	學生	-0.047	0.163	1.000	-0.59	0.50
		工	-0.389	0.147	0.224	-0.88	0.10
		商	-0.203	0.144	0.850	-0.68	0.28
		服務業	-0.116	0.146	0.986	-0.61	0.37
		其他	-0.475*	0.167	0.155	-1.03	0.08
	學生	軍公教	0.047	0.163	1.000	-0.50	0.59
		工	-0.342	0.160	0.470	-0.88	0.19
		商	-0.156	0.157	0.963	-0.68	0.37
		服務業	-0.069	0.159	0.999	-0.60	0.46
		其他	-0.428	0.178	0.332	-1.03	0.17
	工	軍公教	0.389	0.147	0.224	-0.10	0.88
		學生	0.342	0.160	0.470	-0.19	0.88
		商	0.187	0.140	0.877	-0.28	0.65
		服務業	0.273	0.142	0.596	-0.20	0.75
		其他	-0.086	0.164	0.998	-0.63	0.46
	商	軍公教	0.203	0.144	0.850	-0.28	0.68
		學生	0.156	0.157	0.963	-0.37	0.68
		工	-0.187	0.140	0.877	-0.65	0.28
		服務業	0.086	0.138	0.996	-0.38	0.55
		其他	-0.272	0.160	0.717	-0.81	0.26
	服務業	軍公教	0.116	0.146	0.986	-0.37	0.61
		學生	0.069	0.159	0.999	-0.46	0.60
		工	-0.273	0.142	0.596	-0.75	0.20
		商	-0.086	0.138	0.996	-0.55	0.38
	其他	-0.359	0.163	0.434	-0.90	0.19	
其他	軍公教	0.475*	0.167	0.155	-0.08	1.03	
	學生	0.428	0.178	0.332	-0.17	1.03	
	工	0.086	0.164	0.998	-0.46	0.63	
	商	0.272	0.160	0.717	-0.26	0.81	
	服務業	0.359	0.163	0.434	-0.19	0.90	

註：職業（1. 軍公教；2. 學生；3. 工；4. 商；5. 服務業；6. 其他）

表4-31 滿意度-宗教信仰分析表-1

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1 滿意度-路線指引	佛教	道教	0.482*	0.169	0.046	0.01	0.96
		其他	0.106	0.218	0.972	-0.51	0.72
		無	0.146	0.235	0.943	-0.51	0.81
	道教	佛教	-0.482*	0.169	0.046	-0.96	-0.01
		其他	-0.376	0.210	0.361	-0.96	0.21
		無	-0.336	0.227	0.535	-0.97	0.30
	其他	佛教	-0.106	0.218	0.972	-0.72	0.51
		道教	0.376	0.210	0.361	-0.21	0.96
		無	0.040	0.265	0.999	-0.71	0.79
	無	佛教	-0.146	0.235	0.943	-0.81	0.51
		道教	0.336	0.227	0.535	-0.30	0.97
		其他	-0.040	0.265	0.999	-0.79	0.71
2 滿意度-停車方便	佛教	道教	0.443	0.177	0.101	-0.05	0.94
		其他	-0.098	0.228	0.980	-0.74	0.54
		無	0.434	0.245	0.373	-0.26	1.12
	道教	佛教	-0.443	0.177	0.101	-0.94	0.05
		其他	-0.541	0.219	0.109	-1.16	0.07
		無	-0.009	0.237	1.000	-0.67	0.66
	其他	佛教	0.098	0.228	0.980	-0.54	0.74
		道教	0.541	0.219	0.109	-0.07	1.16
		無	0.532	0.277	0.299	-0.25	1.31
	無	佛教	-0.434	0.245	0.373	-1.12	0.26
		道教	0.009	0.237	1.000	-0.66	0.67
		其他	-0.532	0.277	0.299	-1.31	0.25
3 滿意度-環境整潔	佛教	道教	0.359	0.146	0.113	-0.05	0.77
		其他	-0.059	0.189	0.992	-0.59	0.47
		無	0.229	0.203	0.735	-0.34	0.80
	道教	佛教	-0.359	0.146	0.113	-0.77	0.05
		其他	-0.417	0.181	0.152	-0.93	0.09
		無	-0.130	0.196	0.932	-0.68	0.42

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表4-31 滿意度-宗教信仰分析表-2

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
3 滿意度-環境整潔	其他	佛教	0.059	0.189	0.992	-0.47	0.59
		道教	0.417	0.181	0.152	-0.09	0.93
		無	0.288	0.229	0.665	-0.36	0.93
	無	佛教	-0.229	0.203	0.735	-0.80	0.34
		道教	0.130	0.196	0.932	-0.42	0.68
		其他	-0.288	0.229	0.665	-0.93	0.36
4 滿意度-公廁衛生	佛教	道教	0.366	0.132	0.056	-0.01	0.74
		其他	0.040	0.171	0.997	-0.44	0.52
		無	0.423	0.184	0.153	-0.09	0.94
	道教	佛教	-0.366	0.132	0.056	-0.74	0.01
		其他	-0.326	0.164	0.269	-0.79	0.13
		無	0.057	0.177	0.991	-0.44	0.56
	其他	佛教	-0.040	0.171	0.997	-0.52	0.44
		道教	0.326	0.164	0.269	-0.13	0.79
		無	0.383	0.208	0.335	-0.20	0.97
	無	佛教	-0.423	0.184	0.153	-0.94	0.09
		道教	-0.057	0.177	0.991	-0.56	0.44
		其他	-0.383	0.208	0.335	-0.97	0.20
5 滿意度-佈置規劃	佛教	道教	0.385*	0.116	0.012	0.06	0.71
		其他	0.093	0.149	0.943	-0.33	0.51
		無	0.381	0.161	0.133	-0.07	0.83
	道教	佛教	-0.385*	0.116	0.012	-0.71	-0.06
		其他	-0.292	0.143	0.247	-0.70	0.11
		無	-0.004	0.155	1.000	-0.44	0.43
	其他	佛教	-0.093	0.149	0.943	-0.51	0.33
		道教	0.292	0.143	0.247	-0.11	0.70
		無	0.288	0.182	0.472	-0.22	0.80
	無	佛教	-0.381	0.161	0.133	-0.83	0.07
		道教	0.004	0.155	1.000	-0.43	0.44
		其他	-0.288	0.182	0.472	-0.80	0.22

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表4-31 滿意度-宗教信仰分析表-3

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
7 滿意度-親子同樂	佛教	道教	0.255	0.103	0.109	-0.03	0.55
		其他	0.016	0.133	1.000	-0.36	0.39
		無	0.334	0.143	0.145	-0.07	0.74
	道教	佛教	-0.255	0.103	0.109	-0.55	0.03
		其他	-0.239	0.128	0.321	-0.60	0.12
		無	0.078	0.138	0.956	-0.31	0.47
	其他	佛教	-0.016	0.133	1.000	-0.39	0.36
		道教	0.239	0.128	0.321	-0.12	0.60
		無	0.318	0.162	0.279	-0.14	0.77
	無	佛教	-0.334	0.143	0.145	-0.74	0.07
		道教	-0.078	0.138	0.956	-0.47	0.31
		其他	-0.318	0.162	0.279	-0.77	0.14
8 滿意度-瞭解歷史	佛教	道教	0.354*	0.101	0.007	0.07	0.64
		其他	0.046	0.130	0.989	-0.32	0.41
		無	0.339	0.140	0.119	-0.05	0.73
	道教	佛教	-0.354*	0.101	0.007	-0.64	-0.07
		其他	-0.308	0.125	0.110	-0.66	0.04
		無	-0.014	0.135	1.000	-0.39	0.37
	其他	佛教	-0.046	0.130	0.989	-0.41	0.32
		道教	0.308	0.125	0.110	-0.04	0.66
		無	0.294	0.158	0.328	-0.15	0.74
	無	佛教	-0.339	0.140	0.119	-0.73	0.05
		道教	0.014	0.135	1.000	-0.37	0.39
		其他	-0.294	0.158	0.328	-0.74	0.15
9 滿意度-服務態度	佛教	道教	0.373*	0.113	0.013	0.06	0.69
		其他	0.153	0.145	0.776	-0.26	0.56
		無	0.318	0.156	0.250	-0.12	0.76
	道教	佛教	-0.373*	0.113	0.013	-0.69	-0.06
		其他	-0.220	0.140	0.479	-0.61	0.17
		無	-0.055	0.151	0.988	-0.48	0.37

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

表4-31 滿意度-宗教信仰分析表-4

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
9 滿意度-服務態度	其他	佛教	-0.153	0.145	0.776	-0.56	0.26
		道教	0.220	0.140	0.479	-0.17	0.61
		無	0.165	0.177	0.832	-0.33	0.66
	無	佛教	-0.318	0.156	0.250	-0.76	0.12
		道教	0.055	0.151	0.988	-0.37	0.48
		其他	-0.165	0.177	0.832	-0.66	0.33
10 滿意度-人員解說	佛教	道教	0.379*	0.114	0.012	0.06	0.70
		其他	0.228	0.146	0.488	-0.18	0.64
		無	0.302	0.157	0.301	-0.14	0.74
	道教	佛教	-0.379*	0.114	0.012	-0.70	-0.06
		其他	-0.150	0.141	0.767	-0.55	0.24
		無	-0.077	0.152	0.968	-0.50	0.35
	其他	佛教	-0.228	0.146	0.488	-0.64	0.18
		道教	0.150	0.141	0.767	-0.24	0.55
		無	0.073	0.178	0.982	-0.43	0.57
	無	佛教	-0.302	0.157	0.301	-0.74	0.14
		道教	0.077	0.152	0.968	-0.35	0.50
		其他	-0.073	0.178	0.982	-0.57	0.43
11 滿意度-活動宣傳	佛教	道教	0.255	0.122	0.228	-0.09	0.60
		其他	-0.229	0.158	0.548	-0.67	0.21
		無	0.141	0.169	0.874	-0.33	0.62
	道教	佛教	-0.255	0.122	0.228	-0.60	0.09
		其他	-0.484*	0.151	0.018	-0.91	-0.06
		無	-0.113	0.164	0.923	-0.57	0.35
	其他	佛教	0.229	0.158	0.548	-0.21	0.67
		道教	0.484*	0.151	0.018	0.06	0.91
		無	0.371	0.191	0.291	-0.17	0.91
	無	佛教	-0.141	0.169	0.874	-0.62	0.33
		道教	0.113	0.164	0.923	-0.35	0.57
		其他	-0.371	0.191	0.291	-0.91	0.17

註：宗教信仰（1.佛教；2.道教；3.其他；4.無）

附錄- 14

表4-32 滿意度-居住時間分析表-1

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1 滿意度-路線指引	1年以下	1~5年	1.081*	0.244	0.001	0.32	1.84
		6~10年	1.242*	0.253	0.000	0.46	2.03
		11~15年	1.089*	0.257	0.002	0.29	1.89
		16~年以上	1.118*	0.246	0.000	0.36	1.88
	1~5年	1年以下	-1.081*	0.244	0.001	-1.84	-0.32
		6~10年	0.161	0.206	0.962	-0.48	0.80
		11~15年	0.008	0.210	1.000	-0.64	0.66
		16~年以上	0.037	0.196	1.000	-0.57	0.64
	6~10年	1年以下	-1.242*	0.253	0.000	-2.03	-0.46
		1~5年	-0.161	0.206	0.962	-0.80	0.48
		11~15年	-0.153	0.221	0.976	-0.84	0.53
		16~年以上	-0.124	0.208	0.986	-0.77	0.52
	11~15年	1年以下	-1.089*	0.257	0.002	-1.89	-0.29
		1~5年	-0.008	0.210	1.000	-0.66	0.64
		6~10年	0.153	0.221	0.976	-0.53	0.84
		16~年以上	0.029	0.212	1.000	-0.63	0.69
	16~年以上	1年以下	-1.118*	0.246	0.000	-1.88	-0.36
		1~5年	-0.037	0.196	1.000	-0.64	0.57
		6~10年	0.124	0.208	0.986	-0.52	0.77
		11~15年	-0.029	0.212	1.000	-0.69	0.63
2 滿意度-停車方便	1年以下	1~5年	1.130*	0.256	0.001	0.34	1.92
		6~10年	1.257*	0.265	0.000	0.44	2.08
		11~15年	1.220*	0.269	0.001	0.39	2.05
		16~年以上	1.194*	0.257	0.000	0.40	1.99
	1~5年	1年以下	-1.130*	0.256	0.001	-1.92	-0.34
		6~10年	0.127	0.215	0.986	-0.54	0.79
		11~15年	0.090	0.220	0.997	-0.59	0.77
	16~年以上	0.064	0.205	0.999	-0.57	0.70	

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-32 滿意度-居住時間分析表-2

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
2 滿意度-停車方便	6~10 年	1 年以下	-1.257*	0.265	0.000	-2.08	-0.44
		1~5 年	-0.127	0.215	0.986	-0.79	0.54
		11~15 年	-0.037	0.231	1.000	-0.75	0.68
		16~年以上	-0.063	0.217	0.999	-0.74	0.61
	11~15 年	1 年以下	-1.220*	0.269	0.001	-2.05	-0.39
		1~5 年	-0.090	0.220	0.997	-0.77	0.59
		6~10 年	0.037	0.231	1.000	-0.68	0.75
		16~年以上	-0.026	0.222	1.000	-0.71	0.66
	16~年以上	1 年以下	-1.194*	0.257	0.000	-1.99	-0.40
		1~5 年	-0.064	0.205	0.999	-0.70	0.57
		6~10 年	0.063	0.217	0.999	-0.61	0.74
		11~15 年	0.026	0.222	1.000	-0.66	0.71
3 滿意度-環境整潔	1 年以下	1~5 年	0.709*	0.213	0.027	0.05	1.37
		6~10 年	1.033*	0.221	0.000	0.35	1.72
		11~15 年	0.791*	0.224	0.015	0.10	1.48
		16~年以上	0.741*	0.214	0.019	0.08	1.40
	1~5 年	1 年以下	-0.709*	0.213	0.027	-1.37	-0.05
		6~10 年	0.324	0.179	0.514	-0.23	0.88
		11~15 年	0.082	0.183	0.995	-0.49	0.65
		16~年以上	0.033	0.171	1.000	-0.50	0.56
	6~10 年	1 年以下	-1.033*	0.221	0.000	-1.72	-0.35
		1~5 年	-0.324	0.179	0.514	-0.88	0.23
		11~15 年	-0.242	0.192	0.812	-0.84	0.35
		16~年以上	-0.292	0.181	0.627	-0.85	0.27
	11~15 年	1 年以下	-0.791*	0.224	0.015	-1.48	-0.10
		1~5 年	-0.082	0.183	0.995	-0.65	0.49
		6~10 年	0.242	0.192	0.812	-0.35	0.84
		16~年以上	-0.050	0.185	0.999	-0.62	0.52
	16~年以上	1 年以下	-0.741*	0.214	0.019	-1.40	-0.08
		1~5 年	-0.033	0.171	1.000	-0.56	0.50
		6~10 年	0.292	0.181	0.627	-0.27	0.85
		11~15 年	0.050	0.185	0.999	-0.52	0.62

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-32 滿意度-居住時間分析表-3

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
4 滿意度-公廁衛生	1年以下	1~5年	0.705*	0.195	0.012	0.10	1.31
		6~10年	0.768*	0.202	0.007	0.14	1.39
		11~15年	0.591	0.205	0.084	-0.05	1.23
		16~年以上	0.676*	0.196	0.020	0.07	1.28
	1~5年	1年以下	-0.705*	0.195	0.012	-1.31	-0.10
		6~10年	0.063	0.164	0.997	-0.45	0.57
		11~15年	-0.114	0.168	0.977	-0.63	0.41
		16~年以上	-0.029	0.157	1.000	-0.51	0.46
	6~10年	1年以下	-0.768*	0.202	0.007	-1.39	-0.14
		1~5年	-0.063	0.164	0.997	-0.57	0.45
		11~15年	-0.177	0.176	0.908	-0.72	0.37
		16~年以上	-0.092	0.166	0.989	-0.61	0.42
	11~15年	1年以下	-0.591	0.205	0.084	-1.23	0.05
		1~5年	0.114	0.168	0.977	-0.41	0.63
		6~10年	0.177	0.176	0.908	-0.37	0.72
		16~年以上	0.085	0.169	0.993	-0.44	0.61
16~年以上	1年以下	-0.676*	0.196	0.020	-1.28	-0.07	
	1~5年	0.029	0.157	1.000	-0.46	0.51	
	6~10年	0.092	0.166	0.989	-0.42	0.61	
	11~15年	-0.085	0.169	0.993	-0.61	0.44	
5 滿意度-佈置規劃	1年以下	1~5年	0.325	0.171	0.465	-0.21	0.86
		6~10年	0.514	0.178	0.081	-0.04	1.06
		11~15年	0.630*	0.180	0.017	0.07	1.19
		16~年以上	0.574*	0.172	0.027	0.04	1.11
	1~5年	1年以下	-0.325	0.171	0.465	-0.86	0.21
		6~10年	0.190	0.144	0.786	-0.26	0.64
		11~15年	0.305	0.148	0.372	-0.15	0.76
		16~年以上	0.249	0.138	0.514	-0.18	0.68
	6~10年	1年以下	-0.514	0.178	0.081	-1.06	0.04
		1~5年	-0.190	0.144	0.786	-0.64	0.26
		11~15年	0.115	0.155	0.968	-0.36	0.60
		16~年以上	0.059	0.146	0.997	-0.39	0.51

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-32 滿意度-居住時間分析表-4

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
5 滿意度-佈置規劃	11~15 年	1 年以下	-0.630*	0.180	0.017	-1.19	-0.07
		1~5 年	-0.305	0.148	0.372	-0.76	0.15
		6~10 年	-0.115	0.155	0.968	-0.60	0.36
		16~年以上	-0.056	0.149	0.998	-0.52	0.40
	16~年以上	1 年以下	-0.574*	0.172	0.027	-1.11	-0.04
		1~5 年	-0.249	0.138	0.514	-0.68	0.18
		6~10 年	-0.059	0.146	0.997	-0.51	0.39
		11~15 年	0.056	0.149	0.998	-0.40	0.52
6 滿意度-內容設計	1 年以下	1~5 年	0.406	0.161	0.175	-0.09	0.90
		6~10 年	0.468	0.167	0.098	-0.05	0.98
		11~15 年	0.522	0.169	0.051	0.00	1.05
		16~年以上	0.565*	0.162	0.017	0.06	1.07
	1~5 年	1 年以下	-0.406	0.161	0.175	-0.90	0.09
		6~10 年	0.062	0.135	0.995	-0.36	0.48
		11~15 年	0.116	0.138	0.950	-0.31	0.55
		16~年以上	0.159	0.129	0.822	-0.24	0.56
	6~10 年	1 年以下	-0.468	0.167	0.098	-0.98	0.05
		1~5 年	-0.062	0.135	0.995	-0.48	0.36
		11~15 年	0.054	0.145	0.998	-0.40	0.50
		16~年以上	0.097	0.136	0.973	-0.33	0.52
	11~15 年	1 年以下	-0.522	0.169	0.051	-1.05	0.00
		1~5 年	-0.116	0.138	0.950	-0.55	0.31
		6~10 年	-0.054	0.145	0.998	-0.50	0.40
		16~年以上	0.043	0.139	0.999	-0.39	0.48
	16~年以上	1 年以下	-0.565*	0.162	0.017	-1.07	-0.06
		1~5 年	-0.159	0.129	0.822	-0.56	0.24
		6~10 年	-0.097	0.136	0.973	-0.52	0.33
		11~15 年	-0.043	0.139	0.999	-0.48	0.39
7 滿意度-親子同樂	1 年以下	1~5 年	0.494*	0.152	0.034	0.02	0.96
		6~10 年	0.306	0.158	0.440	-0.18	0.80
		11~15 年	0.522*	0.160	0.033	0.03	1.02
		16~年以上	0.256	0.153	0.592	-0.22	0.73

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-32 滿意度-居住時間分析表-5

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95%信賴區間	
						下界	上界
7 滿意度-親子同樂	1~5 年	1 年以下	-0.494*	0.152	0.034	-0.96	-0.02
		6~10 年	-0.187	0.128	0.711	-0.58	0.21
		11~15 年	0.028	0.131	1.000	-0.38	0.43
		16~年以上	-0.237	0.122	0.439	-0.62	0.14
	6~10 年	1 年以下	-0.306	0.158	0.440	-0.80	0.18
		1~5 年	0.187	0.128	0.711	-0.21	0.58
		11~15 年	0.215	0.138	0.654	-0.21	0.64
		16~年以上	-0.050	0.129	0.997	-0.45	0.35
	11~15 年	1 年以下	-0.522*	0.160	0.033	-1.02	-0.03
		1~5 年	-0.028	0.131	1.000	-0.43	0.38
		6~10 年	-0.215	0.138	0.654	-0.64	0.21
		16~年以上	-0.265	0.132	0.403	-0.67	0.14
	16~年以上	1 年以下	-0.256	0.153	0.592	-0.73	0.22
		1~5 年	0.237	0.122	0.439	-0.14	0.62
		6~10 年	0.050	0.129	0.997	-0.35	0.45
		11~15 年	0.265	0.132	0.403	-0.14	0.67
9 滿意度-服務態度	1 年以下	1~5 年	0.402	0.167	0.219	-0.12	0.92
		6~10 年	0.597*	0.173	0.020	0.06	1.13
		11~15 年	0.420	0.176	0.226	-0.13	0.97
		16~年以上	0.462	0.168	0.113	-0.06	0.98
	1~5 年	1 年以下	-0.402	0.167	0.219	-0.92	0.12
		6~10 年	0.195	0.141	0.749	-0.24	0.63
		11~15 年	0.018	0.144	1.000	-0.43	0.46
		16~年以上	0.060	0.134	0.995	-0.36	0.48
	6~10 年	1 年以下	-0.597*	0.173	0.020	-1.13	-0.06
		1~5 年	-0.195	0.141	0.749	-0.63	0.24
		11~15 年	-0.177	0.151	0.849	-0.65	0.29
		16~年以上	-0.136	0.142	0.923	-0.58	0.30
	11~15 年	1 年以下	-0.420	0.176	0.226	-0.97	0.13
		1~5 年	-0.018	0.144	1.000	-0.46	0.43
		6~10 年	0.177	0.151	0.849	-0.29	0.65
		16~年以上	0.042	0.145	0.999	-0.41	0.49

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-32 滿意度-居住時間分析表-6

依變數	(I) 居住時間	(J) 居住時間	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
9 滿意度-服務態度	16~年以上	1年以下	-0.462	0.168	0.113	-0.98	0.06
		1~5年	-0.060	0.134	0.995	-0.48	0.36
		6~10年	0.136	0.142	0.923	-0.30	0.58
		11~15年	-0.042	0.145	0.999	-0.49	0.41
10 滿意度-人員解說	1年以下	1~5年	0.512	0.168	0.058	-0.01	1.03
		6~10年	0.552*	0.175	0.043	0.01	1.09
		11~15年	0.535	0.177	0.061	-0.01	1.08
		16~年以上	0.512	0.169	0.060	-0.01	1.04
	1~5年	1年以下	-0.512	0.168	0.058	-1.03	0.01
		6~10年	0.040	0.142	0.999	-0.40	0.48
		11~15年	0.023	0.145	1.000	-0.43	0.47
		16~年以上	0.001	0.135	1.000	-0.42	0.42
	6~10年	1年以下	-0.552*	0.175	0.043	-1.09	-0.01
		1~5年	-0.040	0.142	0.999	-0.48	0.40
		11~15年	-0.017	0.152	1.000	-0.49	0.45
		16~年以上	-0.040	0.143	0.999	-0.48	0.40
	11~15年	1年以下	-0.535	0.177	0.061	-1.08	0.01
		1~5年	-0.023	0.145	1.000	-0.47	0.43
		6~10年	0.017	0.152	1.000	-0.45	0.49
		16~年以上	-0.023	0.146	1.000	-0.48	0.43
	16~年以上	1年以下	-0.512	0.169	0.060	-1.04	0.01
		1~5年	-0.001	0.135	1.000	-0.42	0.42
		6~10年	0.040	0.143	0.999	-0.40	0.48
		11~15年	0.023	0.146	1.000	-0.43	0.48

註：居住時間（1. 1年以下；2. 1~5年；3. 6~10年；4. 11~15年；5. 16年以上）

表4-33 重要度-婚姻分析表

項目	婚姻	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
1.活動場地路線指引	未婚	162	3.37	0.96	0.08
	已婚	295	3.61	0.93	0.05
2.會場停車方便	未婚	162	3.85	0.89	0.03
	已婚	295	4.09	0.86	0.01
11.節慶活動之宣傳	未婚	162	4.33	0.83	-0.01
	已婚	295	4.57	0.80	-0.03

表4-34 重要度-年齡分析表

依變數	(I) 年齡	(J) 年齡	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
9.重要度-服務態度	30 歲以下	31~40 歲	0.060	0.091	0.806	-0.164	0.284
		41 歲以上	-0.153	0.090	0.232	-0.374	0.067
	31~40 歲	30 歲以下	-0.060	0.091	0.806	-0.284	0.164
		41 歲以上	-0.213	0.090	0.061	-0.434	0.008
	41 歲以上	30 歲以下	0.153	0.090	0.232	-0.067	0.374
		31~40 歲	0.213	0.090	0.061	-0.008	0.434

註：年齡 (1、30歲以下；2、31~40歲；3、41歲以上)

附錄- 16

表4-35 重要度-教育程度分析表

依變數	(I)教育程度	(J)教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95%信賴區間	
						下界	上界
4.公共廁所之清潔與衛生	高(中)職以下	專科	0.348*	0.10	0.00	0.11	0.59
		大學以上	0.220	0.09	0.06	-0.01	0.45
	專科	高(中)職以下	-0.348*	0.10	0.00	-0.59	-0.11
		大學以上	-0.128	0.09	0.33	-0.34	0.08
	大學以上	高(中)職以下	-0.220	0.09	0.06	-0.45	0.01
		專科	0.128	0.09	0.33	-0.08	0.34
11.節慶活動之宣傳	高(中)職以下	專科	0.252*	0.10	0.03	0.02	0.49
		大學以上	0.164	0.09	0.20	-0.06	0.39
	專科	高(中)職以下	-0.252*	0.10	0.03	-0.49	-0.02
		大學以上	-0.088	0.09	0.59	-0.30	0.12
	大學以上	高(中)職以下	-0.164	0.09	0.20	-0.39	0.06
		專科	0.088	0.09	0.59	-0.12	0.30
13.活動之整體表現	高(中)職以下	專科	0.291*	0.09	0.01	0.06	0.52
		大學以上	0.281*	0.09	0.01	0.06	0.50
	專科	高(中)職以下	-0.291*	0.09	0.01	-0.52	-0.06
		大學以上	-0.010	0.08	0.99	-0.21	0.19
	大學以上	高(中)職以下	-0.281*	0.09	0.01	-0.50	-0.06
		專科	0.010	0.08	0.99	-0.19	0.21

註：教育程度（1.高(中)職以下；2.專科；3.大學以上）

表4-36 重要度-職業分析表

依變數	(I)年齡	(J)年齡	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
10.服務人員解說	學生	軍公教	-0.004	0.14	1.00	-0.49	0.48
		工	-0.299	0.15	0.52	-0.78	0.19
		商	-0.148	0.14	0.95	-0.60	0.31
		服務業	-0.298	0.14	0.44	-0.75	0.16
		其他	0.016	0.15	1.00	-0.49	0.53

註：職業（1. 軍公教；2. 學生；3. 工；4. 商；5. 服務業；6. 其他）

表4-37 重要度-宗教信仰分析表-1

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
1.活動場地路線指引	佛教	道教	0.134	0.09	0.57	-0.13	0.40
		其他	0.007	0.12	1.00	-0.33	0.34
		無	0.388*	0.12	0.02	0.05	0.73
	道教	佛教	-0.134	0.09	0.57	-0.40	0.13
		其他	-0.127	0.11	0.74	-0.44	0.19
		無	0.254	0.11	0.17	-0.06	0.57
	其他	佛教	-0.007	0.12	1.00	-0.34	0.33
		道教	0.127	0.11	0.74	-0.19	0.44
		無	0.381*	0.14	0.05	0.00	0.76
	無	佛教	-0.388	0.12	0.02	-0.73	-0.05
		道教	-0.254	0.11	0.17	-0.57	0.06
		其他	-0.381	0.14	0.05	-0.76	0.00
2.會場停車方便	佛教	道教	-0.023	0.09	1.00	-0.27	0.22
		其他	0.030	0.11	0.99	-0.28	0.34
		無	0.382*	0.11	0.01	0.07	0.69
	道教	佛教	0.023	0.09	1.00	-0.22	0.27
		其他	0.053	0.10	0.97	-0.24	0.35
		無	0.405*	0.10	0.00	0.11	0.70
	其他	佛教	-0.030	0.11	0.99	-0.34	0.28
		道教	-0.053	0.10	0.97	-0.35	0.24
		無	0.352*	0.12	0.05	0.00	0.70
	無	佛教	-0.382	0.11	0.01	-0.69	-0.07
		道教	-0.405	0.10	0.00	-0.70	-0.11
		其他	-0.352	0.12	0.05	-0.70	0.00
3.活動地點之環境整 潔	佛教	道教	0.127	0.09	0.57	-0.12	0.38
		其他	0.050	0.11	0.98	-0.27	0.37
		無	0.470*	0.11	0.00	0.15	0.79
	道教	佛教	-0.127	0.09	0.57	-0.38	0.12
		其他	-0.077	0.11	0.91	-0.38	0.22
		無	0.344*	0.11	0.02	0.04	0.64

表4-37 重要度-宗教信仰分析表-2

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
3.活動地點之環境整潔	其他	佛教	-0.050	0.11	0.98	-0.37	0.27
		道教	0.077	0.11	0.91	-0.22	0.38
		無	0.421*	0.13	0.01	0.06	0.78
	無	佛教	-0.470	0.11	0.00	-0.79	-0.15
		道教	-0.344	0.11	0.02	-0.64	-0.04
		其他	-0.421	0.13	0.01	-0.78	-0.06
5.活動場地佈置規劃	佛教	道教	0.028	0.09	0.99	-0.23	0.29
		其他	-0.075	0.12	0.94	-0.40	0.25
		無	0.361*	0.12	0.03	0.03	0.69
	道教	佛教	-0.028	0.09	0.99	-0.29	0.23
		其他	-0.102	0.11	0.83	-0.41	0.21
		無	0.334*	0.11	0.03	0.02	0.64
	其他	佛教	0.075	0.12	0.94	-0.25	0.40
		道教	0.102	0.11	0.83	-0.21	0.41
		無	0.436*	0.13	0.01	0.07	0.81
	無	佛教	-0.361	0.12	0.03	-0.69	-0.03
		道教	-0.334	0.11	0.03	-0.64	-0.02
		其他	-0.436	0.13	0.01	-0.81	-0.07
6.活動內容之設計	佛教	道教	0.041	0.10	0.98	-0.23	0.31
		其他	0.014	0.12	1.00	-0.32	0.35
		無	0.369*	0.12	0.03	0.03	0.71
	道教	佛教	-0.041	0.10	0.98	-0.31	0.23
		其他	-0.027	0.11	1.00	-0.35	0.29
		無	0.328*	0.11	0.04	0.01	0.65
	其他	佛教	-0.014	0.12	1.00	-0.35	0.32
		道教	0.027	0.11	1.00	-0.29	0.35
		無	0.355	0.14	0.08	-0.03	0.74
	無	佛教	-0.369	0.12	0.03	-0.71	-0.03
		道教	-0.328	0.11	0.04	-0.65	-0.01
		其他	-0.355	0.14	0.08	-0.74	0.03
7.提供休閒或親子同樂 之功能	佛教	道教	0.053	0.09	0.96	-0.21	0.32
		其他	-0.045	0.12	0.99	-0.38	0.29
		無	0.337*	0.12	0.05	0.00	0.67

表4-37 重要度-宗教信仰分析表-3

依變數	(I)宗教 信仰	(J)宗教 信仰	平均差 異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
7.提供休閒或親子同樂 之功能	道教	佛教	-0.053	0.09	0.96	-0.32	0.21
		其他	-0.097	0.11	0.86	-0.41	0.22
		無	0.285	0.11	0.10	-0.03	0.60
	其他	佛教	0.045	0.12	0.99	-0.29	0.38
		道教	0.097	0.11	0.86	-0.22	0.41
		無	0.382*	0.13	0.05	0.00	0.76
	無	佛教	-0.337	0.12	0.05	-0.67	0.00
		道教	-0.285	0.11	0.10	-0.60	0.03
	其他	-0.382	0.13	0.05	-0.76	0.00	
8.增加瞭解當地人文歷 史文化機會	佛教	道教	0.136	0.10	0.57	-0.13	0.41
		其他	-0.102	0.12	0.87	-0.44	0.24
		無	0.375*	0.12	0.03	0.03	0.72
	道教	佛教	-0.136	0.10	0.57	-0.41	0.13
		其他	-0.238	0.11	0.23	-0.56	0.08
		無	0.239	0.11	0.23	-0.08	0.56
	其他	佛教	0.102	0.12	0.87	-0.24	0.44
		道教	0.238	0.11	0.23	-0.08	0.56
		無	0.477*	0.14	0.01	0.09	0.86
	無	佛教	-0.375	0.12	0.03	-0.72	-0.03
	道教	-0.239	0.11	0.23	-0.56	0.08	
	其他	-0.477	0.14	0.01	-0.86	-0.09	
9.活動工作服務人員態 度	佛教	道教	0.047	0.09	0.97	-0.21	0.30
		其他	-0.023	0.12	1.00	-0.35	0.30
		無	0.317	0.12	0.06	-0.01	0.64
	道教	佛教	-0.047	0.09	0.97	-0.30	0.21
		其他	-0.070	0.11	0.94	-0.37	0.23
		無	0.270	0.11	0.10	-0.03	0.58
	其他	佛教	0.023	0.12	1.00	-0.30	0.35
		道教	0.070	0.11	0.94	-0.23	0.37
		無	0.340*	0.13	0.08	-0.02	0.70
	無	佛教	-0.317	0.12	0.06	-0.64	0.01
	道教	-0.270	0.11	0.10	-0.58	0.03	
	其他	-0.340	0.13	0.08	-0.70	0.02	

表4-38 重要度-居住時間分析表

依變數	(I)居住時間	(J)居住時間	平均差異(I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下界	上界
11.節慶活動之宣傳	1年以下	1~5年	-0.050	0.12	1.00	-0.43	0.33
		6~10年	-0.314	0.13	0.21	-0.72	0.09
		11~15年	-0.343	0.14	0.18	-0.76	0.08
		16~年以上	-0.164	0.12	0.78	-0.55	0.22
	1~5年	1年以下	0.050	0.12	1.00	-0.33	0.43
		6~10年	-0.265	0.11	0.20	-0.60	0.07
		11~15年	-0.293	0.12	0.17	-0.65	0.06
		16~年以上	-0.114	0.10	0.86	-0.43	0.20
	6~10年	1年以下	0.314	0.13	0.21	-0.09	0.72
		1~5年	0.265	0.11	0.20	-0.07	0.60
		11~15年	-0.029	0.12	1.00	-0.41	0.35
		16~年以上	0.150	0.11	0.76	-0.19	0.49
	11~15年	1年以下	0.343	0.14	0.18	-0.08	0.76
		1~5年	0.293	0.12	0.17	-0.06	0.65
		6~10年	0.029	0.12	1.00	-0.35	0.41
		16~年以上	0.179	0.12	0.67	-0.18	0.54
	16~年以上	1年以下	0.164	0.12	0.78	-0.22	0.55
		1~5年	0.114	0.10	0.86	-0.20	0.43
		6~10年	-0.150	0.11	0.76	-0.49	0.19
		11~15年	-0.179	0.12	0.67	-0.54	0.18