

國立高雄海洋科技大學
漁業生產與管理研究所

碩士論文

臺灣海洋文化節慶活動效益之探討－
以高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為例

The marine cultural festival of benefit in Taiwan – a case study of
“Milkfish Cultural Festival” in Mituo Township, Kaohsiung County

指導教授： 廖翊雅 老師

研究生： 傅姿蓉 撰

中華民國 九十七 年 六 月

國立高雄海洋科技大學學位論文考試審定書

漁業生產與管理系 碩士班

研究生 傅姿蓉 所提之論文

臺灣海洋文化節慶活動之探討-以高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為例

經本委員會審查，符合碩士學位論文標準。

學位考試委員會

委員：_____

陳永祥

王大明

林坤欽

廖翊雅

簽章

指導教授

廖翊雅

簽章

所長

邱萬敦

簽章

中華民國 97 年 6 月 6 日

博碩士論文電子檔案上網授權書

(提供授權人裝訂於紙本論文書名頁之次頁用)

本授權書所授權之論文為授權人在 國立高雄海洋科技大學 漁業生產與管理研究所 _____ 組 96 學年度第 二 學期取得 碩士 學位之論文。

論文題目：臺灣海洋文化節慶活動效益之探討-以高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為例

指導教授：廖翊雅

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文(含摘要)，非專屬、無償授權國家圖書館及本人畢業學校圖書館，不限地域、時間與次數，以微縮、光碟或其他各種數位化方式將上列論文重製，並得將數位化之上列論文及論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

- 讀者基非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印上列論文，應依著作權法相關規定辦理。

授權人：傅姿蓉

簽 名： 傅 姿 蓉

中華民國 97 年 06 月 26 日

摘要

本研究係以 2007 年高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為研究對象，其主要目的為探討遊客對虱目魚文化節的滿意度與認同度及當地居民對虱目魚文化節活動衝擊的認同度，並訪談相關單位、業者、養殖戶及漁民，瞭解其對於節慶活動之看法。遊客問卷調查係於活動期間 10 月 13、14 日兩天進行，並於活動結束後，進行當地居民的問卷調查，總計回收遊客問卷 286 份，居民問卷 212 份。本研究以描述性統計、因素分析、獨立 t 檢定、單因子變異數分析及事後檢定等統計方法來進行分析。主要結果如下：

1. 參與虱目魚文化節的遊客以女性、已婚者居多；年齡介於 30-39 歲，大部分來自南部。遊客以第一次參與最多，主要活動訊息來源為親朋好友推薦。
2. 遊客參與虱目魚文化節之滿意度經因素分析，所萃取之三個因素可命名為「活動內容」、「活動的軟硬體設施」、「漁產品特性」。而遊客對虱目魚文化節之認同度，經因素分析所萃取之二個因素分別命名為「漁村特性」、「經濟層面」。
3. 居民受訪者以女性、已婚為居多；年齡介於 30-39 歲之間，大部份的

居民都非常支持且贊同繼續辦理虱目魚文化節。

4.居民對於虱目魚文化節所帶來的正面衝擊之認同度經因素分析，所萃取之三個因素可命名為「社會經濟」、「地區發展」及「社會文化」。而就負面衝擊之認同度經因素分析可命名為「生活環境」與「負面因素」。

另外，經由訪談得知相關單位、業者、養殖戶及漁民表示贊同繼續舉辦虱目魚文化節，但認為舉辦單位應將活動內容創新、加強活動宣導並提供更多的經費補助，期望能提升活動品質。

關鍵字：海洋文化節慶、虱目魚、滿意度、認同度、觀光衝擊

Abstract

This study attempts to investigate the “2007 Milkfish Cultural Festival” hold at Mituo Township, Kaohsiung County in order to realize the visitor’s satisfaction and identification, local resident’s perception toward the impacts of Milkfish Cultural Festival. The questionnaire of visitors survey was carried out in period of the “Milkfish Cultural Festival” on October 13th and 14th as well as resident’s questionnaire surveyed in the aftermath of the festival activity. A total of 286 and 212 copies of questionnaires were colleted for visitor and resident survey, respectively. Several statistical methods were used in this study such as Descriptive analysis, Factor analysis, One-Way ANOVA, Independent- sample t test and Posteriori Comparisons. The results of this study are as follows:

1. Most participants of this festival were female and their marital status was married. The age of visitors was major in “Ages 30-39” this interval. A majority of tourists came from the south Taiwan and visited first time. And the festival information was mostly obtained from their relatives or friends.
2. For the tourism satisfaction on the “Milkfish Cultural Festival” of participants, three factors could be extracted as “content of activity”, “software and hardware facilities of the activity” and “characteristic of fish production”. For the agreement on understandability of local industry for visitors, two factors could be extracted by Factor analysis as “characteristic of fishing village” and “economical level”.
3. Residents interviewee with female and married were mostly. The age of

residents was focused on “Ages 30-39” this interval. Most residents were support and approval continues to carry out Milkfish Cultural Festival very much.

4. Resident’s perception toward Milkfish Cultural Festival positive impacts have three factors could be extracted as “social economy”, “local development” and “social culture”. Negative impact have two factors could be extracted as “living environment” and “public security”.

Moreover, this study tried to interview government authority, operators, culturists and fishermen for their views on festival activity and indicated that they supported to hold this festival continuously. However, this program should innovate more actions, strengthen advertisement and provide more financial subsidies in order to promote the activity quality.

Keyword: marine cultural festival 、 milkfish 、 satisfaction 、 identification 、
tourism impacts

謝 辭

本論文得以順利完成，首先想感謝漁業生產與管理系的師長們，一路走來，有您們的教導與鼓勵，讓學生在求學期間備感溫暖。口試期間，承蒙王大明老師、林坤龍老師及陳永祥老師不吝指正，給予許多寶貴的意見，讓學生的論文更加完整，感謝黃聲威老師及吳金鎮老師給予學生基礎觀念的啟發，在此致上十二萬分謝忱。

研究所期間，感謝指導老師廖翊雅教授亦師亦友的照顧，除了在論文中給予指導外，亦讓學生瞭解做人做事的道理及體會學習態度的重要，很想對您說可以當您的學生真好！

再者想感謝彌陀區漁會員工在蒐集資料及訪談上熱心的協助，還有學長喬文、鼎原、同學雅薇、嘉裕、安唐、東泰、雅音及學弟瑞明、士傑、學妹雅莉、玉婷的幫忙，特此一併致謝。

最後，想感謝親愛的朋友倖如、倖如的家人及陳大哥，在求學期間對我的關心與鼓勵，感謝家人在背後無怨無悔的付出與支持，因為您們，我才有機會完成碩士論文，栽培之恩永生難忘。衷心感謝曾經幫助我、給予我鼓勵的人，希望能夠與你們分享此份榮耀與喜悅！

姿蓉 謹致

中華民國九十七年六月

目 錄

中文摘要	
英文摘要	
謝辭	
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	4
第三節 研究流程.....	5
第二章 文獻回顧.....	7
第一節 研究區域概況.....	7
第二節 節慶活動相關理論.....	13
第三節 滿意度理論.....	19
第四節 觀光衝擊與理論架構.....	21
第五節 休閒漁業.....	32
第六節 漁業文化創意產業.....	35
第七節 臺灣海洋節慶活動概況.....	37
第三章 研究設計.....	42
第一節 研究架構.....	42
第二節 研究假設.....	43
第三節 研究方法.....	45
第四章 研究結果分析.....	56
第一節 遊客基本資料分析.....	56
第二節 遊客參與虱目魚文化節活動之分析.....	59

第三節 虱目魚文化節與參與遊客之關係分析.....	65
第四節 居民基本資料分析.....	72
第五節 居民對虱目魚文化節衝擊認同度之分析.....	76
第六節 虱目魚文化節與居民之關係分析.....	80
第七節 定性資料分析.....	87
第五章 討論.....	101
第一節 遊客部分.....	101
第二節 居民部分.....	110
第三節 訪談部分.....	116
第四節 海洋節慶活動問題.....	119
第六章 結論與建議.....	122
第一節 結論.....	122
第二節 建議.....	124
第三節 後續研究建議.....	127
參考文獻.....	129
附錄一 2008 虱目魚文化節文宣資料.....	145
附錄二 2008 虱目魚文化節活動內容.....	146
附錄三 預試資料.....	147
附錄四 遊客問卷.....	151
附錄五 居民問卷.....	154
附錄六 相關單位訪談問項.....	156
附錄七 訪談資料.....	157

表 目 錄

表 2-2-1	節慶活動相關名詞定義.....	15
表 2-2-2	節慶規模分類.....	16
表 2-2-3	節慶性質分類.....	16
表 2-2-4	節慶活動功能.....	18
表 2-4-1	正面與負面觀光衝擊整理.....	23
表 2-5-1	休閒漁業類型.....	33
表 2-6-1	漁業文化分類.....	35
表 2-7-1	各縣市海洋節慶活動.....	39
表 3-3-1	遊客問卷題項與內容.....	46
表 3-3-2	居民問卷題項與內容.....	47
表 4-1-1	受訪者樣本數分析表.....	56
表 4-1-2	遊客基本屬性分析.....	58
表 4-2-1	遊客旅遊特性分析.....	60
表 4-2-2	遊客旅遊資訊來源分析.....	61
表 4-2-3	虱目魚文化節吸引遊客原因分析.....	61
表 4-2-4	遊客之滿意度分析.....	63
表 4-2-5	遊客重遊意願分析.....	63
表 4-2-6	遊客之認同度分析.....	64
表 4-3-1	遊客滿意度因素分析.....	67
表 4-3-2	遊客認同度因素分析.....	69
表 4-3-3	各滿意度因素在人口統計變數之變異數分析.....	70
表 4-3-4	各認同度因素在人口統計變數之變異數分析.....	71

表 4-4-1	受訪者樣本數分析.....	72
表 4-4-2	居民基本屬性分析.....	74
表 4-5-1	居民對虱目魚文化節活動繼續辦理之支持度分析.....	76
表 4-5-2	居民對虱目魚文化節舉辦頻率之分析.....	77
表 4-5-3	虱目魚文化節是否為居民所期待活動之分析.....	77
表 4-5-4	居民對於虱目魚文化節舉辦參與意願之分析.....	77
表 4-5-5	居民對虱目魚文化節所產生的衝擊之認同度分析.....	79
表 4-6-1	居民對正面衝擊認同度之因素分析.....	82
表 4-6-2	居民對負面衝擊認同度之因素分析.....	83
表 4-6-3	居民對正面衝擊在人口統計變數之變異數分析.....	84
表 4-6-4	居民對負面衝擊在人口統計變數之變異數分析.....	85
表 4-6-5	研究假設與驗證結果.....	86
表 4-7-1	訪談單位資料.....	87
表 4-7-2	相關單位對於舉辦活動過程中所遭遇的困難.....	88
表 4-7-3	相關單位認為虱目魚文化節所造成的影響.....	90
表 4-7-4	相關單位認為節慶活動對業者、養殖戶、漁民的幫助.....	91
表 4-7-5	相關單位人員認為虱目魚文化節需要改進的地方.....	92
表 4-7-6	業者對於虱目魚文化節的看法.....	92
表 4-7-7	業者是否認為虱目魚文化節可提升知名度.....	93
表 4-7-8	業者對於虱目魚文化節舉辦前後之比較.....	94
表 4-7-9	業者認為虱目魚文化節必須改進的地方.....	94
表 4-7-10	養殖戶對於虱目魚文化節之看法.....	95
表 4-7-11	養殖戶認為虱目魚文化節會造成什麼影響.....	96

表 4-7-12	養殖戶是否參與虱目魚文化節籌辦及活動需改進地方	97
表 4-7-13	漁民對於虱目魚文化節之看法.....	98
表 4-7-14	漁民認為辦虱目魚文化節會造成什麼影響.....	99
表 4-7-15	漁民是否參與虱目魚文化節籌辦及活動需要改進地方	100

圖 目 錄

圖 1-3-1	研究流程.....	6
圖 2-1-1	彌陀漁港位置.....	8
圖 2-1-2	虱目魚文化節活動位置.....	12
圖 2-4-1	Brougham & Butler (1981)觀光衝擊架構.....	25
圖 2-4-2	Mathieson & Wall (1982)觀光衝擊模式.....	28
圖 2-4-3	Bulter 模式.....	30
圖 3-2-1	研究架構.....	42

第一章 緒論

第一節 研究動機

隨著政府實施「週休二日」政策後，國人增加了個人休閒時間，亦對觀光遊憩的需求日益遽增，交通部觀光局在 2006 年對國人旅遊狀況進行調查，指出 2006 年來臺旅客達 3,519,827 人次，就國人國內旅遊總花費達新台幣 2,243 億元，較 2005 年成長 16.5%，而出國旅遊總支出達新台幣 4,015 億元，較 2005 年成長 14.8%，顯示觀光遊憩為國內帶來相當高的經濟效益。

以環境而言，臺灣四面環海，氣候溫和，很適合做海洋休閒娛樂的活動。而休閒觀光產業在政府政策中，已被列為廿一世紀最有潛力的明星產業，政府也為了響應聯合國 2002 年的「國際生態旅遊年」，同時訂定 2002 年為「臺灣生態旅遊年」，全力推動生態旅遊。2003 年實施「國民旅遊卡」，以提升國民旅遊的意願。2004 年則訂為「臺灣觀光年」將觀光大為推廣，而在 2005 年訂為「臺灣海洋年」，期望國人能夠「尊重海洋、關懷海洋」。由以上可看出，政府對觀光產業的重視(林坤龍等，2005)。而觀光局更是以發展節慶活動為主軸，期望能輔導地方節慶、推動地方文化特色(楊小玲，2005)。根據王育群(2000)研究

表示，節慶活動是觀光項目中成長最快速的，並成為國內觀光發展的
最新趨勢。

節慶活動在我們的生活與文化當中扮演著重要的角色，隨著人們
的收入與休閒時間的增加，各種大眾節慶、活動與娛樂也因應而生，
各國政府為了建構全民共同意識，促進經濟發展，也紛紛的支持各種
活動(陳希林、閻蕙群，2004)。

早期臺灣的海洋資源豐富，可提供經濟及糧食的來源，但現今由
於沿近海資源大量減少、海洋環境遭受破壞、漁船過多及加入 WTO 後
漁產品競爭激烈等問題，迫使臺灣漁業面臨轉型為觀光休閒漁業，期
望能夠減少資源的枯竭(林坤龍等，2005)。因此，配合政府於 1999 年
所推出的「一鄉一特產」政策，許多相關單位將休閒漁業與節慶做結
合，希望藉由節慶活動讓轉型後的漁業能夠持續的保存下去，以兼顧
資源保育、休閒遊憩及漁民生計的問題。

臺灣現今已興起許多的節慶活動，甚至於有關海洋的節慶也逐漸
增加。例如屏東縣東港黑鮪魚文化觀光季、澎湖菊島海鮮節、彰化縣
的王功漁火節、高雄縣永安石斑魚文化節及興達港烏魚文化節等，但
現今國內文獻中探討海洋節慶活動的卻寥寥無幾，大部分相關節慶的
文獻皆為探討活動的行銷策略、效益、動機及滿意度的調查(吳宗瓊等，

2004；林宜蓉，2003；林采瑩，2005；高崇倫等，2007；陳比晴，2003；陳麗妃，2004；張盈馨，2004；張鈞凱，2005；黃輝銘，2004；楊小玲，2005；楊可凡，2005；賴峰偉、廖英賢，2005；謝淑芬、劉惠珍，2004；魏源金、莊萬進，2007；羅怡幀、陳惠美，2007)，有關海洋節慶活動的文獻，國內則是以探討東港黑鮪魚文化觀光季的行銷管理、動機、滿意度最多(阮亞純 2004；鄒文昇，2004；駱焜祺，2002；蘇佳玲，2002)，對於其他海洋節慶活動的相關研究至今完全闕如。

近年來節慶活動的市場已逐漸飽和，有些活動舉辦的有聲有色，有些則面臨停辦的危機，例如「宜蘭的國際童玩藝術節」，雖至 2007 已舉辦 12 年，但仍因為近來年年虧損以及遊客認為已失去新鮮感而停辦。又如「花蓮曼波魚季」、「南方澳鯖魚節」及「澎湖菊島海鮮節」等海洋節慶活動，因海洋生態、資源枯竭及經費的問題而造成活動舉辦困難，因此活動如何永續性的經營也值得探討。

雖然舉辦節慶活動會帶來利益，相對的也會帶來一些負面的影響。有些節慶活動的內容一成不變，無法吸引觀光客，甚至無法符合觀光客的需求，有些則是會對生態、資源或當地地區造成影響，各式各樣的問題會持續的出現，因此，舉辦節慶活動應調查遊客對活動的滿意度、對社區帶來的影響及相關單位、業者對活動的看法，期望能

夠提升活動的品質，以改善節慶活動所面臨的問題。但就目前的相關文獻中，國內對於節慶活動所造成之衝擊的研究並不多(游瑛妙，1999；楊崑霖，2000；楊小玲，2005；詹智婷，2007；羅孝吉，2003)。

本研究選定第九屆高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節作為研究之節慶活動，主要是因活動與黑鮪魚文化觀光季屬於不同性質之海洋節慶活動，而彌陀鄉虱目魚文化節為高雄縣第一個先舉辦的海洋節慶活動，至今已舉辦八屆，遊客與居民對於此活動有一定的接受度和認同度，而節慶活動所帶來的正面與負面衝擊也更加的明顯，但至今仍未有相關文獻對此節慶活動做深入的研究。因此本研究主要為調查虱目魚文化節之遊客之滿意度與認同度、社區居民對虱目魚文化節所帶來衝擊的認同度以及相關單位、業者、養殖戶及漁民對於節慶活動之看法，進而對虱目魚文化節之問題提出建議。

第二節 研究目的

基於上述所論之動機，本研究之研究目的有四：

- 壹、探討遊客對於虱目魚文化節活動的滿意度與認同度。
- 貳、以當地居民的觀點，來探討虱目魚文化節活動對於當地地區造成的經濟、環境及社會文化之衝擊。

參、探討業者、養殖戶及漁民對於虱目魚文化節的觀點及看法。

肆、針對研究結果對虱目魚文化節提出建議。

第三節 研究流程

依照前述之研究目的所擬定之研究流程如下：

壹、建立研究主題之動機與目的。

貳、探討相關之理論及文獻。

參、確立研究架構。

肆、依據研究目的及所探討的相關文獻進行遊客及居民之問卷設計。

伍、於虱目魚文化節活動策劃期間進行相關單位定性訪談。

陸、於虱目魚文化節活動期間進行遊客問卷調查。

柒、於虱目魚文化節活動結束後進行居民問卷調查。

捌、根據以上調查所得資料進行整理並分析。

玖、利用分析所得資料提出研究結論以及建議。

研究流程圖如圖 1-3-1 所示：

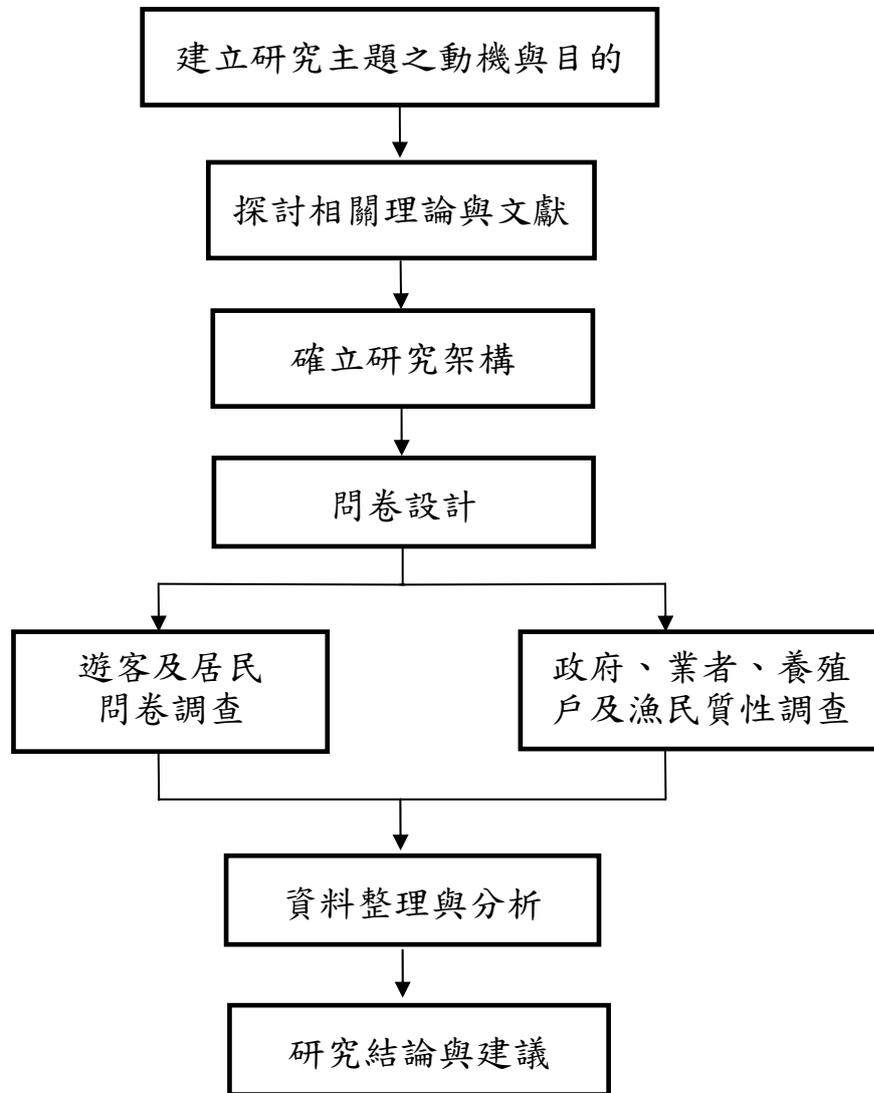


圖 1-3-1 研究流程

第二章 文獻回顧

第一節 研究區域概況

壹、地理位置

彌陀鄉是高雄縣臨海鄉村之一，位於臺灣省西南部，總面積 14.8 公里，人口約 21,000 人，共有 12 個村里，在高雄平原的邊緣，西濱臺灣海峽，北以阿公店溪和永安鄉為界，東隔岡山空軍基地與岡山鎮接壤，南面則以漯底山南坡地與梓官鄉為鄰(彌陀港文史協會，2003)，地形南北大約等長，東邊距離較短，西邊海岸線很長，看似梯形，地理位置非常險要。

彌陀鄉為靠海的鄉鎮，鄉內的南寮漁港是全鄉唯一的海港，北距興達漁港約 12 公里，南距蚵子寮漁港約 4.5 公里，目前以從事沿近海撈捕漁業為主。而每年的「虱目魚文化節」活動皆於南寮漁港舉辦，圖 2-1-1 為彌陀漁港位置。



圖 2-1-1 彌陀漁港位置

(資料來源: 彌陀鄉公所, 2006a)

貳、彌陀文化

有關彌陀的文化有許多，本研究僅針對虱目魚文化節中活動節目的內容來介紹：

一、自然生態---「漯底山文化遺址」

漯底山麓為高雄縣彌陀鄉漯底遺址所在地，歷年來出土古物包括有石刀、石斧、甕片、飾物、手鐲等，為距今約有 1500 年的蔦松文化層，即平埔族文化遺址，而漯底遺址所留之古物皆收藏於蔦松文物館。此外，漯底山可能為新石器時代中期牛稠子文化類型的文化遺址，目前尚有待進一步的考古查驗，同時亦也為一個自然生態區，現今已列為保護區加以維護(蔡金河，2006)。而每年虱目魚文化節之「文化列車」活動亦也開放居民及遊客去探索漯底山的神秘，並前往蔦松文物館參觀歷史古物。

二、地方特產---「虱目魚」

高雄縣彌陀鄉的農林漁牧產業中，以水產養殖業為最大宗，養殖面積共 650 公頃，鹹水養殖就佔約 600 公頃，養殖魚種包括虱目魚、石斑魚、金目鱸魚、白蝦、烏魚、午仔魚等，而其中以虱目魚養殖面積最大，達 450 公頃(黃聲威，2006a)。

虱目魚為臺灣最古老的水產養殖漁業，迄今已有 300 多年之發展歷史。數百年來，虱目魚伴隨著南臺灣農漁村子弟一起成長，有許多人靠著養殖虱目魚來養家餬口，因此為農漁村經濟的重要產業(蔡金河，2006)。而由於彌陀具有土地、水質等優異的地理條件，加上不斷進步的人工養殖技術，使得出產之虱目魚及魚鬆、魚丸等各式各樣的加工品市場上大獲好評，故彌陀鄉有「虱目魚的故鄉」之稱(黃聲威，2006a)。

三、文藝活動---「皮影戲」

臺灣皮影戲又稱「皮猴戲」，其發展集中於南部地區，而皮影戲為彌陀鄉最珍貴的文化資產之一，全國僅存五大戲團，其中兩團即「復興閣」與「永興樂」就位於彌陀鄉，歷史皆非常悠久，普獲各地人士的讚賞。而彌陀國小成立了「虱想起紙影劇團」，為的就是傳承此項珍貴戲劇藝術，學童利用較簡便之紙影代替刻工講究的皮偶，並於虱目魚文化節之「紙影戲」活動中演出(彌陀鄉公所，2006 a)。

參、活動由來

虱目魚養殖及其加工產業對於彌陀鄉的經濟非常重要，因此於1999年為配合政府「一鄉一特產」的政策，彌陀鄉公所舉辦了相關的漁業節慶，也就是第一屆的「虱目魚文化節」。但當時由於巧遇颱風來襲，所以活動並未受迴響，直到第三屆「虱目魚文化節」由政府相關單位與村民共同努力下而打出名號。由於活動舉辦成功，而使高雄縣其他沿海鄉里之追隨，陸續舉辦如永安鄉「石斑魚文化節」及梓官鄉「烏魚文化節」等漁業節慶。

而現今政府正積極推廣觀光休閒農漁業，大力提升各地方的產業特色、在地文化與休閒觀光，提升農漁業的高附加價值。在彌陀，每年都由彌陀鄉公所、彌陀鄉民代表會、彌陀鄉農會、彌陀漁會共同主辦「虱想起」彌陀港虱目魚文化節的活動，主要是加強行銷地方產業特色，並結合觀光、文化為地方產業開創更多的商機(黃聲威，2006a)。

肆、活動內容

虱目魚文化節的活動內容主要有親子寫生比賽、紙影戲、文化列車、魚苗放流戲水、遊艇觀光、牛車之旅、虱目魚大拍賣、藥膳虱目魚品嚐、虱目魚特產小吃、農漁特產展售以及虱目魚大餐等。其中「藥膳酥骨虱目魚」是2007年由國立高雄海洋科技大學水產食品科學系所

第二節 節慶活動相關理論

壹、節慶活動定義

在過去幾十年間，為了增加地方的生命力以及提升目的地遊客的人數，許多節慶都是以促進當地發展觀光作為基礎(Kima, et al., 2006)。現今，舉辦節慶活動已成為新的觀光契機，越來越多人利用節慶活動來提升當地的旅遊業及地方的經濟(Chang, 2006)，而每年全世界的消費者總花很多的時間與金錢來參與節慶活動(Lee, et al., 2008)。

節慶活動在社區的生活中扮演很重要的角色，因為它們提供當地及遊客重要的活動以及消費(Getz, 1993)。許多的社區積極的發展新的節慶，是為了居民的休閒和對文化的追求以及當地經濟及社區發展的利益(Frisby & Getz, 1989; Gursoy, Kim, & Uysal, 2004)。雖然如此，目前對於節慶活動並沒有一個統一的名詞，但國外學術界傾向採用"Special Event"，國內則以"節慶活動"一詞代表(游英妙，1999)。

節慶活動的英文名稱通常為" Festival and Special Event "，所謂的" Festival "是指在一年的某一天或某一個期間內，人們為了某種特別的因素所舉辦的某種特殊慶祝活動。而"Event "則是為了要達到某種目的而舉辦的活動或儀式。至於" Special Event "通常是指為了紀念或慶

祝特殊時刻或是達到特定的社會、文化、企業的目標，而經過精心刻意設計出來的獨特儀式、典禮、慶典等(黃聲威，2005)。

國外學者較多採用的是 Getz (1991)對節慶所提出的定義，Getz 對於節慶活動的定義為：節慶活動為一個公開有主題的慶典。另外 Getz 對於特殊節慶亦提出另一個定義：所謂的特殊節慶可從兩方面來探討，對主辦單位或贊助商而言，特殊節慶是一種非經常性的活動；對遊客來說，特殊節慶是給予參與遊客一種在日常生活中無法體驗到的休閒娛樂、社交或文化的機會(楊小玲，2005)。

William (1997)認為節慶活動是一個有主題的、大眾共同慶祝的一項活動，且大多數的節慶活動是具有創造社區本身的獨特性、提升當地居民榮譽等目的的活動(陳比晴，2003)。

游英妙(1999)指出：節慶活動為不以營利為目的，屬於短期的精神文化活動，且多數帶有文化性質的地區性特殊活動。葉碧華(1999)對節慶所下的定義為：一種公開的、有主題的慶祝。而本研究將節慶定義為：在每年的特定的時間與地點，為了某一個特定的主題所舉辦的一種活動。

現今國內較常與節慶一詞並用的名詞有慶典及嘉年華；在英文方面，與節慶相關的字有 festival、fair、event、mega-event、hallmark event

及 special event，上述這些名詞具備某些相同特性，也經常被互換使用 (陳希林、嚴蕙群，2004；黃聲威，2005；駱焜棋，2002)，表 2-2-1 為節慶活動相關名詞定義。

表 2-2-1 節慶活動相關名詞定義

名詞分類	定 義
活動(event)	為了要達到某種目的而舉辦的活動或儀式(黃聲威，2005)。
特殊活動 (special event)	為了紀念或慶祝特殊時刻或是達到特定的社會、文化、企業的目標，而經過精心刻意設計出來的獨特儀式、典禮、慶典等(黃聲威，2005)。
慶典或嘉年華 (festival)	在一年的某一天或某一個期間內，人們為了某種特別的因素所舉辦的某種特殊慶祝活動(黃聲威，2005)。
特殊型活動 (hallmark event)	已經與主辦城市、地區的精神、特色、名稱完全契合，幾乎變為舉辦城市、地區之代名詞的活動，並且廣泛獲得當地人的認同與支持 (陳希林、嚴蕙群，2004)。
超大型活動 (mega-event)	超大型活動的規模龐大，衝擊所及整個社會和經濟體系都難逃其範圍，同時會引起國際媒體一致的大幅報導 (陳希林、嚴蕙群，2004)。
市集(fair)	展售會、交易會、市集或廟會；比較不含慶祝意味，具有商業交易本質 (駱焜棋，2002)。

貳、節慶活動種類

根據游瑛妙(1999)所研究之節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析中，將節慶活動依規模和性質作分類：

一、依節慶規模分類(表 2-2-2)：

表 2-2-2 節慶規模分類

節慶分類	參觀者旅行距離
國際性的	世界性的，為吸引來自世界各地的觀眾
全國性及國際性的	吸引的訪客來自全國民眾及國際人士
全國性的	以全國民眾為主要吸引對象，然而也吸引少數國際人士
區域性的	以一國內的某個區域的居民為主要的吸引對象，同時也吸引少數來自區域外的居民
地方性的	以地方縣市居民為主要吸引對象，但同時吸引少數其他外縣市居民

(資料來源: 游瑛妙, 1999)

二、依節慶之性質分類(表 2-2-3)：

表 2-2-3 節慶性質分類

分類	特徵
宗教祭祀	朝聖、進香、祈福、舉行祭祀
文化	包括文化、藝術、民俗、手工藝、歷史
商業	銷售、販賣、推廣
運動	各式運動，包括競賽與非競賽

(資料來源: 游瑛妙, 1999)

參、節慶活動功能

節慶活動成為近年來，各地發展觀光的主要方式，原因是因為節慶活動有許多極具意義的功能(楊小玲，2005)。對於當地地區而言，節慶活動可為當地帶來就業機會以及經濟上的利益，並且可以提升地區知名度，居民也可以藉此節慶活動來凝聚社區意識，以加強社區團結。而就政府與相關單位而言，可塑造政府及相關單位的知名度，並且可透過節慶活動來宣導正面理念，表 2-2-4 為節慶活動的功能。

表 2-2-4 節慶活動功能

功 能	說 明
地方經濟開發	1.各種地方特產或農、漁產品的促銷。 2.開發地方產業為地方帶來經濟上效益。
觀光開發及增加觀光收益	1.在觀光旅遊旺季時提供特殊節慶吸引遊客，以延伸觀光遊憩季節。 2.增加人為的觀光吸引力。 3.使較單調的觀光或靜態的觀光點、度假區或遊樂區更活潑化。 4.配合永續觀光，以提供創意的活動，來減輕觀光對資源的過度破壞。
提供民眾休閒遊憩的機會	節慶的歡樂氣氛提供民眾另一種型態的休閒活動。
保存文化傳統與藝術	利用節慶活動將各式民俗及傳統文化藝術展現出來。
形象塑造	包括政府、私人企業與社區之形象塑造。
社區營造與凝聚力	利用民眾參與節慶活動，凝聚社區意識，加強社區團結，達成社區整體營造功能。
信仰與心靈寄託	古老節慶活動往往是與祭祀、敬神相關。
各種商品的促銷	凝聚人潮以達成商品銷售目的。
教育與意識宣導	政府或社會團體透過節慶活動將其理念或意識宣導出來。
提高活力與能見度	經由媒體不斷曝光，讓政府或企業知名大增。

(資料來源:駱焜祺，2002；楊小玲，2005)

第三節 滿意度理論

從1960年代開始，有關於消費者滿意度的文獻逐漸的增加並且受到重視(林大椿，2006)，Cardozo (1964)為最先提出「顧客滿意度」概念之學者，而後Olshavsky & Miller (1972)與Anderson (1973)也陸續針對顧客滿意度進行研究，其理論成為後來許多顧客滿意度研究之基礎(Millan & Esteban, 2004)。根據Dorfman (1979)所提出滿意度的體驗為因個人的偏好、期望、知覺、動機等不同而有所差異，也因各因子對該滿意度體驗之貢獻強度的不同而有所不同，進而影響需求滿意之因素，使這些因素更加複雜。

Oliver (1981)認為滿意度與不確定的期望和最初消費者的期望而產生的最終心理狀態有關。Oliver 另在1992年時提出滿意度為經由消費而同時產生的各種特質所結合而成的各種感受，並於1996年提滿意度為判斷在消費期間其產品與服務所提供的滿意程度的水平。

Hempel (1977)認為顧客滿意度是決定於顧客所預期的產品或服務與實際實現之程度，由預期和實際實現結果是否一致的程度或其差異之反應呈現滿意與否。

Tse & Wilton (1988)則認為由顧客的反應去評估期望與消費後最後結果之間的不同。

Swan, Trawick, & Carroll (1982)由評估或認知觀點中來分析產品的表現是令人滿意或是因粗劣的結果而成為最終的消費者。

林淑晴(1988)探討遊憩體驗與滿意度的關係，認為個人對遊憩的動機與期望是因為生理、心理需求及經驗的記憶累積所形成，而此動機及期望與個人參與遊憩活動所獲得之遊憩體驗間的差距，即所謂的滿意程度。

參考上述學者理論，本研究將遊客滿意度定義為遊客在參與節慶活動前對活動的期望與實際體驗後，兩者之間相比較的結果。

第四節 觀光衝擊與理論架構

壹、觀光衝擊意涵

發展觀光之後，對當地地區也可能造成一些衝擊，一般而言，可分為正面衝擊及負面衝擊。就正面衝擊來說，發展觀光可增加居民收入、為當地創造就業機會、帶動地方發展、改善地方建設及提升當地知名度等現象。而就負面衝擊而言，也可能為當地地區造成環境破壞、交通擁擠、噪音、物價上漲以及犯罪增加等現象。因此，將觀光所帶來的衝擊歸納成三大層面，即經濟、環境及社會文化，以經濟層面的正面衝擊而言，包含了改善收入及生活水準、改善當地經濟、增加就業機會等，經濟層面的負面衝擊為物品價格上升及短缺、土地與房價上漲、生活支出增加等；就環境層面的正面衝擊來說，包含了自然環境的保存、歷史建築古蹟的保存、地區景觀的改善等，環境層面的負面衝擊為噪音污染、垃圾污染、生活環境過度擁擠等；而社會文化層面的正面衝擊包括了改善生活品質、治安的提升、促進文化交流等，在社會文化層面的負面衝擊則為增加特種行業、增加酗酒、增加走私買賣等(Ap & Crompton, 1998)。

Ap & Crompton (1998)將過去研究觀光發展衝擊之文獻做整合，

並把觀光發展可能帶來的正面及負面衝擊分為經濟、環境及社會文化衝擊三個層面，以下將個別探討，並整理為表 2-4-1。

一、經濟衝擊(Economic Impact)：

觀光發展可對地區造成廣泛的經濟利益，因此觀光發展的經濟衝擊評估是最早且最容易被接受的，它不只易被測量、可具體量化、資料也較容易取得，同時也能夠證實觀光確實能夠為地方帶來經濟上的利益，因此備受重視(Archer & Cooper, 1998)。

二、環境衝擊(Environment and Physical Impact)：

就觀光發展的環境衝擊來說，大多數負面影響較多，因為觀光發展可能會造成資源減少以及環境的破壞，不過近年來保育理念意識抬頭，各國已漸漸重視環境保護以及資源保育。

三、社會文化衝擊(Social and Culture Impact)：

評估觀光發展對社會文化的衝擊是較不易的，因為社會文化的影響較不直接，需要長時間的變遷，且許多差異是無法量化的，所以社會結構產生變化很難證明是觀光發展所引起的，在過去很常被忽略。但是社區發展觀光，遊客與當地居民會有所互動，對當地的社會文化

可能會造成衝擊(林兩儀，2004)。

表 2-4-1 觀光發展的正面與負面衝擊

經濟衝擊	
正面	負面
1.改善收入及生活水準	1.物品價格上升及短缺
2.改善當地經濟	2.土地與房價上漲
3.增加就業機會	3.一般生活支出增加
4.促進投資發展	4.季節性失業
5.改善經濟結構	
6.地方稅收增加	
7.購物機會增加	
環境衝擊	
正面	負面
1.自然環境的保存	1.噪音污染
2.歷史建築古蹟的保存	2.垃圾污染
3.地區景觀的改善	3.生活環境過度擁擠
4.交通設施的改善	4.交通擁擠增加
5.公共建設的改善	
6. 增加戶外遊憩場所	
社會文化衝擊	
正面	負面
1.改善生活品質	1.增加特種行業
2.治安的提升	2.增加酗酒
3.促進文化交流	3.增加走私買賣
4.促進瞭解不同社群或文化的意象	4.提高居民與訪客的緊張狀態
5.增進歷史和文化的展演	5.打亂居民原有的生活步調
6.減少人口外流	6.創造虛假的風俗文化
	7.改變年輕人的價值觀
	8.改變社會制度與關係

(資料來源: Ap & Crompton, 1998 ; 彭崇耕, 2005)

貳、觀光衝擊理論架構

有關觀光衝擊之理論非常的多，常被引用的敘述如下：

一、Brougham & Butler 之觀光衝擊理論

此架構為 Brougham & Butler 在 1981 年為研究蘇格蘭 Sleat 半島，主要為探討島上居民對觀光衝擊的態度與認知。研究指出觀光衝擊是由三大構面交互作用所產生的，如圖 2-4-1。主要為包括：

- (一)先決條件：當地自然人文景觀、政府政策、發展機會等因素。
- (二)居民空間型態：包括居民之年齡、性別、職業、宗教信仰、語言、文化、居住時間等社經背景。
- (三)遊客時空分佈：包括遊客之性別、消費型態、活動型態、語言、文化及對旅遊地區時間之操控度。

經由三者構面交互作用而產生經濟、文化、環境、社會等衝擊，進而影響當地居民對觀光發展的態度，對於觀光發展也有不同的看法。在觀光發展中居民可以察覺是否受益或受害、對於度假屋影響地方空間之反應、語言與文化受到衝擊、與遊客接觸的程度並意識到遊客的數量及型態的改變、瞭解觀光對非當地居民來說受益還是受害以及對整體觀光發展的態度。

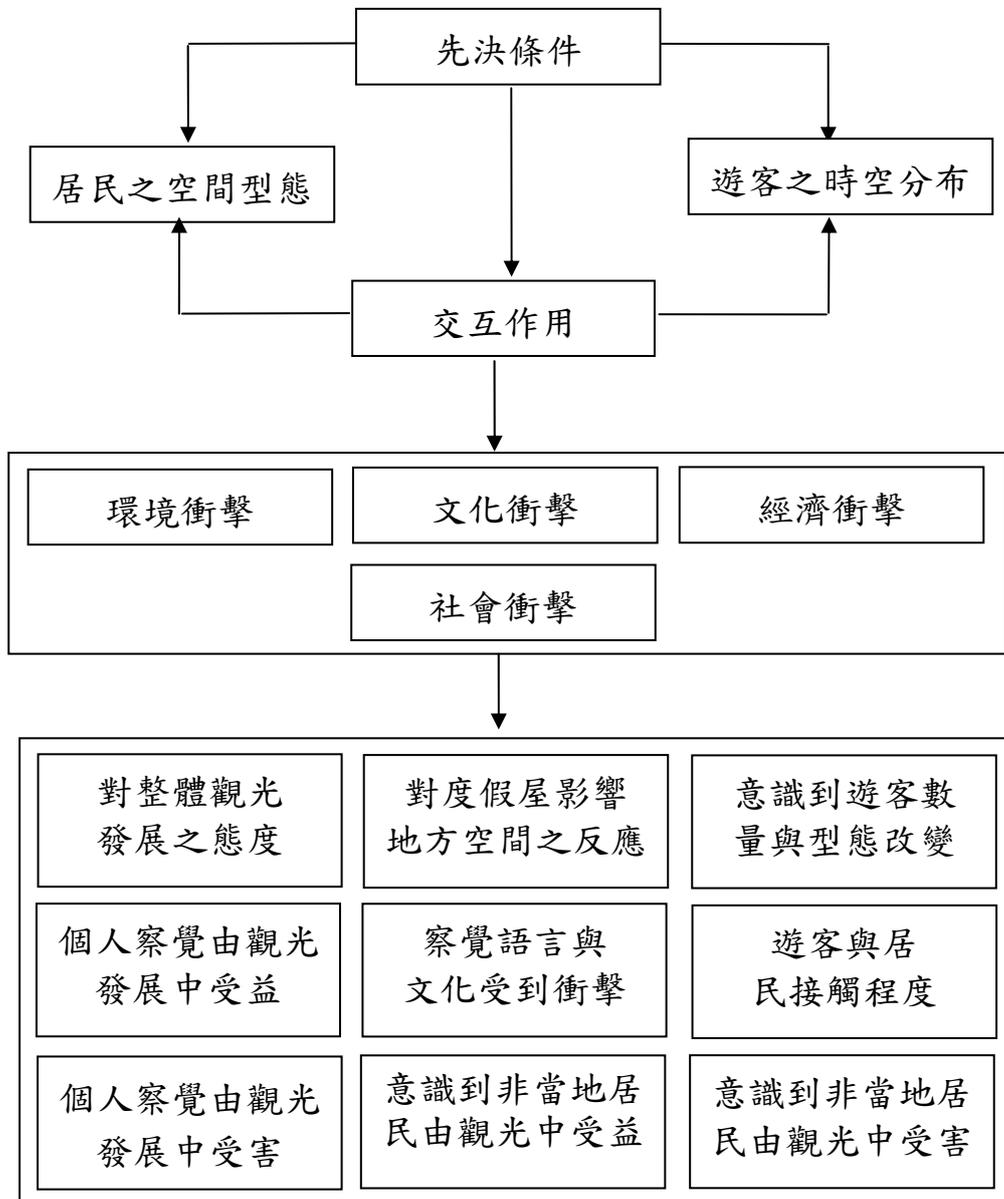


圖 2-4-1 Brougham & Butler (1981)之觀光衝擊架構

(資料整理自 Brougham & Butler, 1981；呂信樺，2004)

二、Mathieson & Wall 之觀光衝擊理論

Mathieson & Wall (1982)指出觀光衝擊是受到遊客旅遊過程中的變數所影響，當影響超過地區的承載量(carrying capacity)，即可能產生觀光衝擊，若能透過良好的規劃與適當的管理，方能加以控制。整個架構(圖 2-4-2)分為三部分：

(一)流動元素—由於觀光機會的供應和可及性而有觀光需求，帶動觀光發展，然因遊客背景不同，旅遊型態殊異，對於觀光地區的使用行為也不同。

(二)固定元素—觀光地區受到遊客特質與遊憩地區的屬性影響，其壓力超出地區承載量時，就產生不同程度的衝擊。

(三)結果元素—觀光衝擊的層面可分為社會、實質環境與經濟三方面，透過規劃與管理可以達到衝擊的控制。

由此研究架構可得知觀光發展的確對當地會造成正面與負面衝擊，而其原因可歸納為四個方面：

1.遊憩區的特性，包括自然人文景觀、經濟結構、社會結構、發展機會、觀光發展程度、遊憩承載量等。

2. 當地居民空間型態，包括居民年齡、性別、宗教信仰、語言、文化、居住時間等社經背景。
3. 遊客特性，包括遊憩需求、活動型態、停留時間、使用程度、社經背景、消費型態、語言、文化、滿意度等。
4. 政府政策與組織等，亦會造成觀光的衝擊。

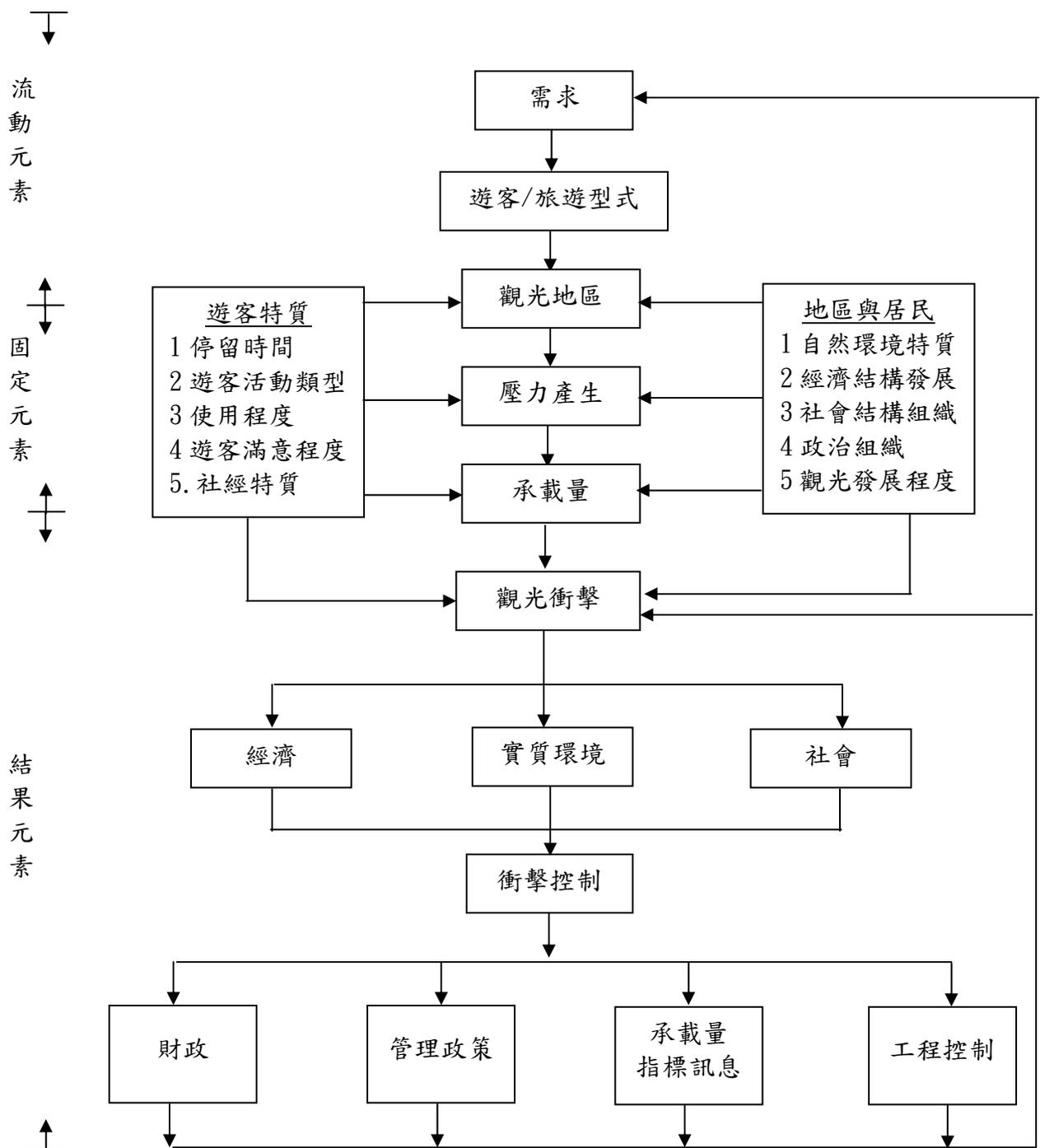


圖 2-4-2 Mathieson & Wall (1982)觀光衝擊模式

(資料整理自 Mathieson & Wall, 1982；呂信樺，2004)

參、居民對觀光衝擊之認知

居民對觀光衝擊之認知的相關理論現今常用的如下：

一、Doxey 模式

Doxey 於 1975 年研究西印度群島之巴貝多(Barbados)及加拿大之安大略省(Ontario)的居民對於觀光的態度，以居民與遊客互動關係分為四個階段(Bachleitner & Zins, 1999；Ryan & Cooper, 2004；林兩儀，2004；呂信樺，2004)：

- (一)陶醉階段(Euphoria) —觀光發展初期，居民期望能吸引觀光客，從中獲得經濟利益。
- (二)冷漠階段(Apathy) —觀光發展的熱情已鈍化，觀光發展的經濟利益已視為必然，居民對於遊客的態度趨向冷淡。
- (三)惱怒階段(Irritation) —地區的觀光發展已接近飽和，無法容納新增的遊客，社區的資源已不敷使用或大量觀光客打擾居民日常生活，以致居民對觀光產生敏感。
- (四)敵對階段(Antagonism) —居民與遊客形成對立，居民開始將當地環境與社會文化風俗的惡化歸咎於觀光客，由於居民的排斥加上環境也改變使得遊客逐漸減少。

二、Bulter 模式

Bulter (1975)將 Bjorklund & Philbrick (1972)所分析的兩個以上文化族群交互作用的過程應用在觀光客與當地居民之間的社會關係，並將居民對觀光發展的態度與行為分為正面、負面、主動及被動等四個構面，如圖 2-3-3。分別為 1.積極促進支持遊客的活動 2.積極反對遊客活動 3.沉默接受與支持遊客的活動 4.沉默接受，但反對遊客活動等四類(Bachleitner & Zins, 1999；林兩儀，2004；彭崇耕，2005)。

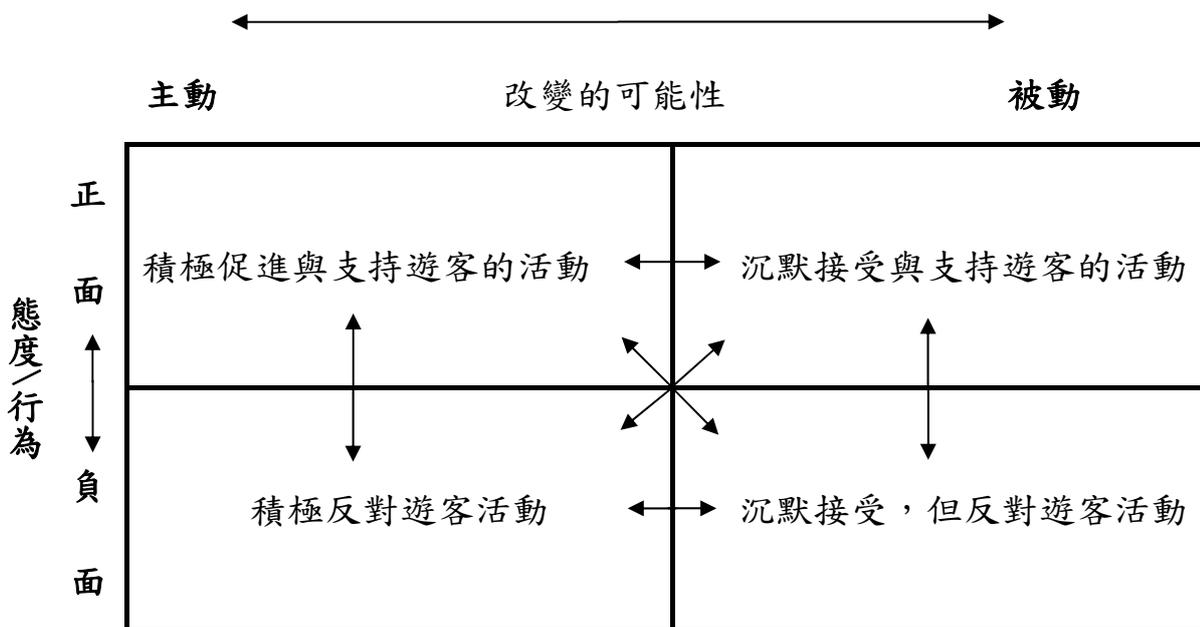


圖 2-4-3 Bulter 模式

(資料整理自林兩儀，2004；彭崇耕，2005)

三、Ap & Crompton 的發展階段

Ap & Crompton (1993)在主要社區中，為了調查居民的反應與觀光衝擊之間複雜的關係因而測量旅遊發展的階段，他們將居民的反應分為四個階段(Upchurch & Teivane, 2000):

(一)接受時期(Embracement) —這時期的居民是熱衷的歡迎遊客並且接受觀光業進入他們的社區。

(二)容忍時期(Tolerance) —此階段為描述居民之矛盾心情，一方面體認觀光對社區的貢獻，一方面要容忍觀光所帶來的不便。

(三)調整時期(Adjustment) —為居民會留在社區中，但是會調整自己的日常生活習慣，並且會故意避開人潮以減少觀光發展帶來的影響。

(四)退出時期(Withdrawal) —是指社區已經完全進入觀光事業，居民可能因此暫時離開社區以減少觀光及遊客的影響。

而本研究於討論的部份將會應用以上理論來瞭解居民對虱目魚文化節觀光衝擊之認同度位於哪一個階段。

第五節 休閒漁業

現今，觀光休閒產業已被喻為極具開發價值之「無煙囪工業」或「新世紀的產業金礦」，而休閒漁業之本質為涵蓋知識經濟產業、健康產業及觀光休閒產業，因此休閒漁業是廿十一世紀最具價值的產業之一(林坤龍等，2005)。

早期許文富、陳清春(1994)認為休閒漁業為利用漁村之自然環境與景觀，及漁船、漁法、漁具、漁業活動及漁民特殊的生活方式等之漁業文化特色，提供國民休閒旅遊活動的方式與場所或生活的體驗。

而胡興華將休閒漁業定義為：將與漁業相關的自然與人文資源加以規劃利用，並提供一種使參與的民眾都可以達到觀光、遊憩及休閒為目的的服務(林坤龍等，2005)。

黃聲威(2001)將「休閒漁業」區分為「休閒」與「漁業」兩部分，其可謂「漁業」是手段，是過程；「休閒」是目的，是結果。而參與「休閒漁業」的人又分為兩種，一是「供應者」的漁民，一是「需求者」的遊客。而休閒漁業的大前提是先有「漁業、漁民」，而後才有「休閒、遊客」。因此，凡藉由參觀或參與漁撈、養殖作業，或利用漁業設施(如漁港、漁船、漁具等)進行遊憩活動或是體驗漁村生活、欣賞漁業文化等過程，而達到健康休閒、身心愉快之目的者，皆稱之為「休閒漁業」。

學者林坤龍等(2005)所著「漁村漁業轉型再造契機---休閒漁業」中，提及臺灣漁業經濟發展協會在2002年進行調查，將休閒漁業分為五種類型(表2-5-1)：

表 2-5-1 休閒漁業類型

分類	特徵
漁鄉美食型	魚類品嚐、生鮮魚市、漁村特色小吃及特產選購等。
教育文化型	漁業推廣教育示範，漁史民俗慶典，魚苗放流活動，漁業教育之展示；水族館、文物館、博物館等。
運動休閒型	海釣、磯釣、塢釣、潛水、親水遊憩、沙灘活動、漁港參觀遊憩等。
體驗漁業型	牽罟、石滬、採拾貝蛤、參觀箱網、定置網、魚塢、水產加工及體驗漁村生活、民宿等。
生態遊覽型	海上藍色公路、逛海探島、賞鯨豚、紅樹林、溼地、瀉湖、潮間帶及觀漁火等。

(林坤龍等，2005)

現今，最常見的為漁鄉美食型與運動休閒型，有關於教育文化型、體驗漁業型及生態遊覽型，近幾年來也陸陸續續的盛行。

另學者黃聲威(2001)認為我國發展休閒漁業可獲致下列六大功能：

- 1.提供國人多元、深度休閒旅遊之選擇。
- 2.提供國人瞭解漁業、尊重漁業之機會。
- 3.鼓勵國人親水近水，進而愛海護海。

- 4.減少近海漁撈壓力，復育漁業資源。
- 5.保存漁港漁村特色，傳承漁業文化。
- 6.將沿近海漁業轉型，重建其第二春。

由上可知，發展休閒漁業不僅能讓國人瞭解臺灣的漁業產業，亦提供國人休閒遊憩的機會，並能保護漁業的資源及保存漁業的文化，亦能繁榮漁村之經濟及增加漁民之收入，因此未來應更積極的推動，以落實國內休閒漁業之發展。

第六節 漁業文化創意產業

行政院在「挑戰 2008:國家發展重點計劃」的十大計劃中，其中四項即觀光客倍增計劃、水與綠的建設計畫、新故鄉社區營造計畫及文化創意產業發展計畫就與休閒漁業相關(林坤龍等，2005)。

而學者黃聲威在 2005 年將漁業文化分為七大類型如表 2-6-1，同時亦提出「漁業文化創意產業」一詞，主要認為現今臺灣漁業的發展雖然過去有過輝煌的歷史與經驗，但目前卻已面臨須開創新產業的時候，必須自傳統產業向外擴張，於是提倡漁業文化創意產業的發展。

表 2-6-1 漁業文化分類

類 型	文化層次	內 容
漁撈生產文化	器物技能	漁具、漁法、漁港
養殖生產文化	器物技能	放養、繁殖、養殖區
漁船、筏文化	器物技能	漁船、漁筏、舢舨、機儀
漁業制度文化	制度典章	魚市場交易、漁會組織、 漁會管理法令、漁會管理
漁民信仰文化	思想行為	王爺信仰、媽祖信仰
漁村習俗文化	思想行為	宮廟、節俗、禁忌、民居
魚食文化	器物技能 思想行為	水產加工、熟食烹調、 生食料理

(黃聲威，2005)

而依學者黃聲威的建議，漁業文化創意產業應朝向下面六個面向

努力：

- 1.漁業創意生產：開發符合「有機」的食品，提升附加價值。
- 2.漁業文化展館：保留原始的漁業文化。
- 3.漁業節慶活動：舉辦相關之漁業節慶活動。
- 4.漁業創意空間：提倡「漁村新風貌」，落實「漁村社區總體營造」。
- 5.海鮮美食文化：保留舊式與開創新式海鮮美食料理。
- 6.漁業品牌形象：建立漁產品品牌，以維護漁產品形象。

其中以漁業節慶活動以及海鮮美食文化現今較為熱門，近年來，漁業節慶活動也逐漸的增加，主要是以海鮮美食文化作為基礎，讓國人能夠享受美食之外，也能更加瞭解當地的漁業文化還有歷史。雖然如此，未來攸關於漁業文化創意產業的執行仍需長期推動。

第七節 臺灣海洋節慶活動概況

壹、海洋節慶活動概況

近年來國內節慶活動興起一股潮流，各個地區善用地方的資源來辦理相關的節慶活動，相對的，海洋的節慶活動亦漸漸的增加。臺灣所舉辦的節慶活動中，有關海洋節慶活動也佔有一定的數量，而學者陳璋玲(2008)將現今海洋的節慶活動主題分為四個類型，即漁產品、宗教信仰、漁村文化以及海洋意象。其漁產品類有包括彌陀鄉虱目魚文化節、永安石斑魚文化節、梓官烏魚文化節等，活動舉辦時間大約為下半年(8-12月)；宗教信仰類如東港王船祭，而漁村文化類如台北金山漁村嘉年華等。現今海洋節慶活動以漁產品類為最多，例如：台北市的魚市海蠶嘉年華、宜蘭縣的南方澳鯖魚節及澎湖縣的菊島海鮮節等活動，皆為品嚐美食的海洋節慶活動。

大多數的海洋節慶活動都是以魚食文化為基礎，亦即以料理魚食為主，在活動期間舉辦許多與當地海洋文化相關的活動。例如以屏東縣東港黑鮪魚文化觀光季來說，除了有販賣黑鮪魚料理以及相關的漁產品以外，也會舉行一些創意料理、彩繪風箏燈籠、龍舟比賽等，並且配合附近觀光景點的配套行程，以提升當地的知名度，並可帶動地

區的經濟利益。

又以永安石斑魚文化節來說，永安鄉以石斑魚養殖揚名全台，從2000年起便推動永安石斑魚文化節，至今已第七屆，主要活動內容也是以創意料理為主，並舉辦一些永安石斑魚生態展示、石斑魚闖關活動以及文化導覽列車等，讓參與的民眾能更加瞭解永安鄉的文化。有關於各縣市海洋節慶活動如下表 2-7-1 所示。

表 2-7-1 各縣市海洋節慶活動

縣市	節慶
基隆市	基隆鎖管節(8月；2005-) 基隆蝦之祭(10月；2005-)
台北縣市	金山漁村嘉年華(8月；2004-) 魚市海蠶嘉年華(10月；2005-)
桃園縣市	竹圍魚蠶節(8月；2004-) 石門活魚季(9月；2004-)
新竹縣市	竹北環保牽罟嘉年華(4月；2003-) 尖石白魚節(6月；2003) 南寮海鮮節(8月；2006-) 竹北烏魚節(11月；2000-)
苗栗縣	南庄山水鱒魚節(11月；2000-) 海洋嘉年華(8月；2002-)
台中縣市	西濱藍帶海洋嘉年華(12月；2003-) 梧棲海洋文化季(5月；2007-)
彰化縣	王功漁火節(10月；2005-) 蚵仔藝術節(11月；2001-2003)
南投縣	東埔鱒魚觀光節(7-9月；2003-)
嘉義縣	寶島鯛魚節(10月；1996-)
高雄縣市	彌陀鄉虱目魚文化節(10月；1999-) 三民鄉鯛魚祭(10月；1995-) 永安石斑魚文化節(11月；2000-) 梓官烏魚文化節(12月；2001-) 茄萣烏魚嘉年華(12月；2002-) 林園珍珠鮑節(12月；2001-)
屏東縣	雲霧山林摸魚季(12月；2002-) 黑鮪魚文化觀光季(5-7月；2001-)
宜蘭縣	黑鮪美食季(5-6月；2003-) 頭城蠶節(7月；2001-) 南方澳鯖魚節(11月；1997-)
花蓮縣	曼波魚季(4-5月；2002-) 飛魚季(5月；2004-) 阿美族捕魚節(6月) 壽豐黃金蜆節(7月；2004)
台東縣	雅美族飛魚祭(5月) 大武油帶魚季(8月；2002-) 長濱鄉加走灣飛魚季(9月；2004-2005) 成功旗魚季(11月；2001-)
澎湖縣	風帆海鱸節(8月；2002-2003) 菊島海鮮節(9-10月；2002-) 石滬祭(4-10月；2005-)
金門縣	石蚵文化節(4月；2003-) 花蛤季(6月；2004-)

(資料來源:整理自黃聲威，2005；黃日昇，2006；本研究整理)

貳、相關海洋節慶活動

臺灣四面環海，海洋資源應當特別豐富，但近年來由於資源枯竭，加上政府單位推出「一鄉一特產」的理念，進而使國內興起許多的海洋節慶活動。然而，現今所推出之海洋節慶活動大多亦以海鮮美食為主題，對於保護魚類資源的理念並不算徹底實行，因而造成活動舉辦的困難。本研究將日前舉辦困難之海洋節慶活動作一般的介紹：

一、花蓮曼波魚季

2002年由花蓮縣政府、花蓮區漁會與三國一休閒餐廳共同舉辦「翻車魚美食季」，以推動花蓮特有魚類翻車魚，並於2003年4月正式更名為曼波魚，而後更名為「曼波魚季」。但由於曼波魚的食用方式遭到生態與保育團體的質疑，因此在2005年曼波魚季的目的訂定為產業結合觀光、曼波魚的生態文化教育、藝術、音樂、漁村生活型態體驗，其活動已轉型為不再只是強調曼波魚的食用價值，而是著重其特殊的生態並和結合花蓮的文化特色(陳彥臻，2005)。

二、南方澳鯖魚祭

於1997年開辦「南方澳鯖魚節」，雖帶動鯖魚之買氣，加強國人對南方澳鯖魚的認知，但對於鯖魚產業之提升與再造仍有限。因此於

2007 年更改活動舉辦的方式，並將南方澳鯖魚節更名為「鯖魚祭」，而活動包括有各種鯖魚小吃、創意料理、鯖魚大樂透、鯖魚文化展示館、漁村巡禮及煙火秀及中南美洲印地安人表演等活動，較特別的是活動期間舉辦「南方澳鯖魚產業與文化論壇」，主要為探討鯖魚生產與生態資源、鯖魚產品加工技術等問題，期望提高鯖魚的利用價值，以提升漁村的經濟(宜蘭縣政府，2007)。

三、澎湖菊島海鮮節

2002 年由政府推動「澎湖菊島海鮮節」至今已第六年，活動中包含了幾個活動主題，每一個主題都是一個系列大型活動，內含多項小型的活動，讓前來之遊客能夠體驗澎湖的海洋文化並品嚐澎湖的特色海鮮。但礙於活動經費不足，2007 年之菊島海鮮節僅剩「七美九孔節」活動有持續辦理，而活動特別延後至秋季辦理，期望能帶給澎湖旅遊淡季一些商機。活動主要結合業者，針對秋冬季節推出多樣的澎湖海鮮節之旅，行程包括品嚐鮮美海鮮、遊覽澎湖漁村聚落、體驗慢活漁村生活步調、海洋牧場溜花枝、香蕉船水上活動、溼地賞鳥，或者前往七美、望安等二天一夜或三天二夜行程，藉以帶動冬季澎湖的旅遊。

第三章 研究設計

第一節 研究架構

本研究以 2007 年高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為研究對象，根據相關之研究及理論探討，提出本研究之架構如圖 3-2-1 所示。

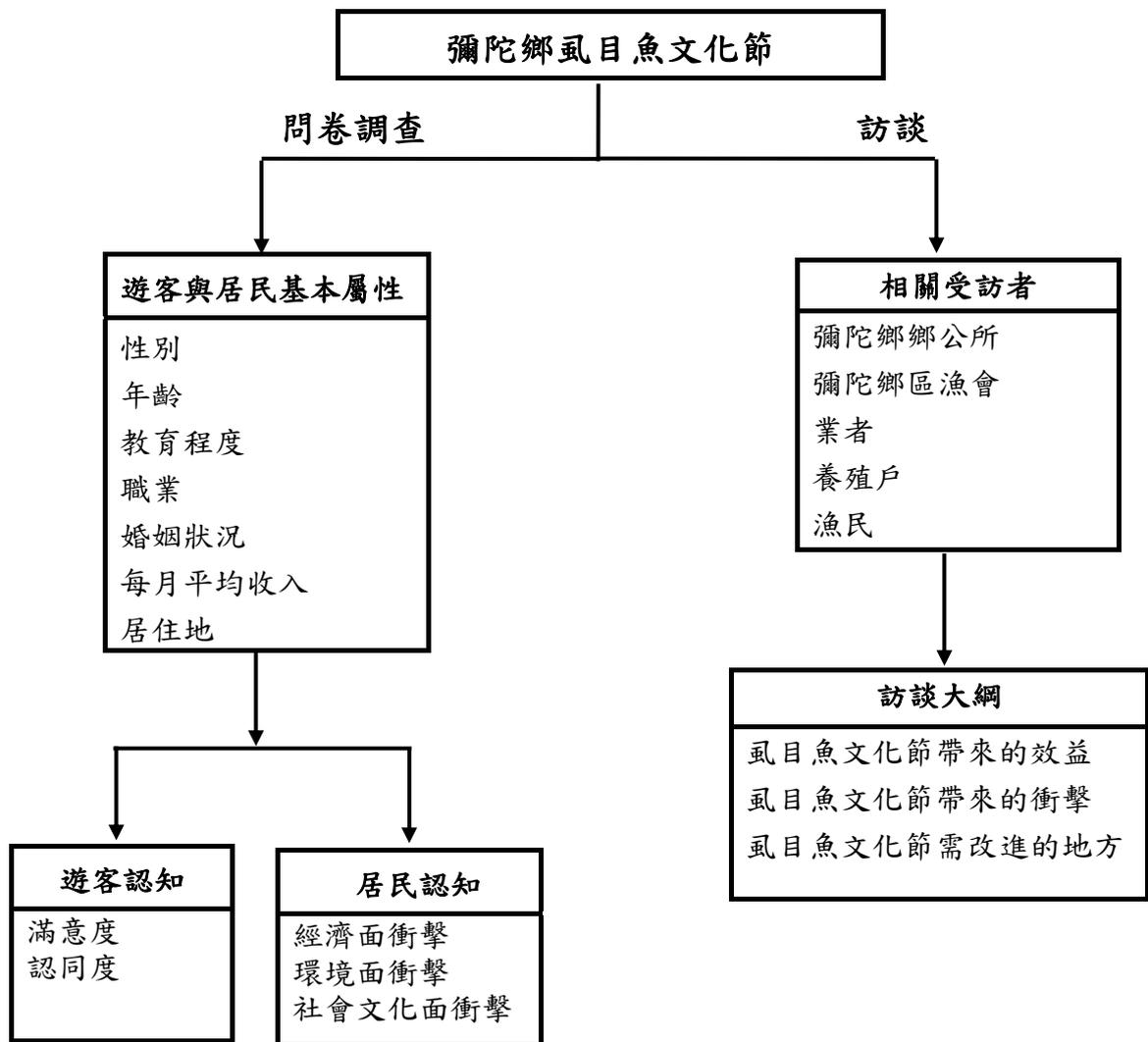


圖 3-1-1 研究架構

第二節 研究假設

本研究根據研究目的提出以下之研究假設：

H1：遊客對虱目魚文化節的滿意度在人口統計變數上有顯著差異

H1-1：遊客性別的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-2：遊客年齡的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-3：遊客教育程度的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-4：遊客職業的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-5：遊客月收入的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-6：遊客婚姻狀況的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H1-7：遊客居住地的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異

H2：遊客對虱目魚文化節的認同度在人口統計變數上有顯著差異

H2-1：遊客性別的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-2：遊客年齡的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-3：遊客教育程度的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-4：遊客職業的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-5：遊客月收入的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-6：遊客婚姻狀況的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H2-7：遊客居住地的不同，其對活動認同度呈現顯著差異

H3：居民對虱目魚文化節活動衝擊的認同度在人口統計變數上有顯著
差異

H3-1：遊客性別的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-2：遊客年齡的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-3：遊客教育程度的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-4：遊客職業的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-5：遊客月收入的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-6：遊客婚姻狀況的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-7：遊客居住地的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

H3-8：遊客居住時間的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異

第三節 研究方法

本研究採用定量研究與定性研究兩者並用，主要方法如下：

壹、定量研究

定量研究主要以問卷方式作為測量之工具，主要分為五個部份：

一、問卷設計

為了瞭解遊客對節慶活動的態度及居民對節慶活動衝擊的認同度，本研究利用問卷調查作為測量的工具，針對遊客及居民做問卷設計，居民問卷為參考 Ap & Crompton (1998)所提出之觀光衝擊理論來設計，而問卷之評量方法皆採用 Likert 五點量表(Likert-type Five Point Scale)，其內容如表 3-3-1、表 3-3-2。

表 3-3-1 遊客問卷題項與內容

部分	題項	測量尺度
<p>第一部份 遊客滿意度</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.魚食產品之口味與質感 2.您對各項產品消費價格 3.路標清楚程度 4.漁產品料理之創新 5.活動之廣告與文宣 6.停車場的規劃 7.環境整潔 8.服務人員態度 9.活動之休閒娛樂性 10.交通管制情形 11.公共廁所整潔衛生情形 12.節目與活動之滿意度 13.對於主辦單位規劃的內容 14.提供親子同樂的功能 15.漁產品拍賣秩序問題 16.虱目魚觀光文化季的整體評價 	<p>次序尺度</p>
<p>第二部份 遊客認同度</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.提升您對漁村生活的瞭解 2.增加您對彌陀鄉的瞭解與印象 3.可促進當地之公共建設 4.保存傳統漁村文化 5.增加漁民及漁村婦女之就業機會 6.有助於地方觀光、文化以及經濟的發展 7.增加您對彌陀鄉的好感 8.提升您對漁業文化的瞭解 9.促進彌陀鄉觀光景點知名度 10.對漁民收入有幫助 11.活動應繼續辦理 	<p>次序尺度</p>

表 3-3-2 居民問卷題項與內容

部分	題項	測量尺度
居民認同度	<ol style="list-style-type: none"> 1.增加當地所得 2.促使地方公共建設的興建與改善 3.減少人口外流 4.垃圾及髒亂的增加 5.使得本地交通混亂 6.提升生活水準 7.人際關係變的淡薄 8.增加對漁業文化的瞭解 9.歷史建築古蹟的保存 10.提高彌陀鄉的知名度與形象 11.增加噪音的問題 12.增加居民就業機會 13.影響本地原本的生活作息 14.文化交流的機會增加 15.地方課稅增加 16.創造虛假的風俗文化 17.造成工作型態的改變 18.原始景觀遭受破壞 19.造成季節性失業 20.外來投資的增加 21.促使環境的改善 22.增加遊客與居民的互動 23.使本地犯罪率增加，治安惡化 24.使本地物價上漲 25.婦女增加就業機會 26.增加戶外遊憩場所 27.幫助當地漁業產業的發展 	次序尺度

二、預試

為了使問卷更具效力，本研究於正式發放問卷前，即 96 年 5 月 22 日將問卷發放給曾經去過彌陀鄉虱目魚文化節的遊客以進行問卷的預試，共收集 31 份有效問卷。

本研究藉由項目分析中的決斷值、題項與總分相關、修正後的題項與總相關、信度分析、共同性與因素負荷量等六項指標來做預試題項刪減判斷之依據，其方法如下：

(一)決斷值

項目分析的判別指標中，最常用的是臨界比值法(Critical Ratio)，此法又稱為極端值法，主要的目的為求出問卷個別題項的決斷值—CR值，為根據測驗總分區分出高分組受試者與低分組受試者後，再求高、低兩組在每個題項的平均數差異的顯著性，其原理與獨立 t 檢定相同，其 t 值越大代表該題項高、低分組的差異越大，亦即越具有鑑別度。而後將 t 檢定結果未達顯著性的題項做刪除，且為了提高題項鑑別的功能，應選取臨界值 <3.00 的題項來做為題項刪除的依據(吳明隆，2007a)。

(二)相關分析

除了以極端組作為項目分析的指標外，也可採用「同質性考驗」作為各別題項篩選的另一指標，若個別題項與總分的相關越高，表示題項與整體量表的同質性越高，所要測量的心理特質或潛在行為更接近(吳明隆，2006)。個別題項與總分的相關係數未達顯著的題項，或兩者相關為低度相關(相關係數 <0.4)，表示題項與整體量表的同質性不高，應考慮刪除(吳明隆，2007a)。

(三)修正後的題項總相關

藉由修正後相關分析來探討修正後題項總相關的密切程度。「修正的題項總相關」為校正題項與題項總分的相關係數，如果校正題項與總分的相關係數太低，表示題項與其餘題項的關聯性不高，即題項與其餘題項的同質性不高。因此，修正後的相關係數，其相關係數若 <0.4 ，則應考慮將該題項刪除(吳明隆，2007a)。

(四)信度分析

一般預測問卷信度所採用的是 Cronbach α 係數(Cronbach's Alpha Coefficient)，係對同一構面下的題項進行內部一致性的分析，衡量其是否符合一般的信度檢驗要求 α 值應 ≥ 0.7 來檢驗問卷題項間的一致性、穩定性(李金泉，2007)。信度檢核旨在檢試題項刪除後，整體量表

的信度係數變化情形，如果題項刪除後的量表整體信度係數比原先的信度係數高出許多，則此題項與其餘題項所要測量的屬性或心理特質可能不同，代表此題項與其他題項的同質性不高，應考慮刪除(吳明隆，2007a)。

(五)共同性

「共同性」(Communalities)表示題項能解釋共同特徵或屬性的變異量，其共同性的數值越高，所能測量的心理特質的程度越多；相反的，如果題項的共同性越低，表示該題項所能測量到的心理特質之程度越少，其共同性較低的題項與量表的同質性較少。一般而言，共同性值若 <0.2 ，表示題項與共同因素間的關係不密切，因此可考慮將該題項刪除(吳明隆，2007a)。

(六)因素負荷量

「因素負荷量」(factor loading)表示題項與因素(心理特質)關係的程度，題項在共同因素的因素負荷量越高，表示題項與共同因素(總量表)的關係越密切，亦即其同質性愈高；相對的，題項在共同因素的因素負荷量越低，表示題項與共同因素(總量表)的關係越不密切，亦即其同質性愈低。因此，若因素負荷量 <0.4 ，應考慮將題項列入刪除的標準範圍內(吳明隆，2007a)。

(七)問卷預試結果

(1)遊客滿意度題項預試結果

本研究之遊客滿意度題項量表經由決斷值、題項與總分相關、修正後的題項與總相關、信度分析、共同性與因素負荷量等六項指標來作題項判斷之依據。在遊客滿意度量表中，共有 16 個題項，而每個題項皆有達到標準，因此並未進行刪除(附錄三)。

(2)遊客認同度題項預試結果

本研究之遊客認同度題項量表經由決斷值、題項與總分相關、修正後的題項與總相關、信度分析、共同性與因素負荷量等六項指標來作題項判斷之依據。在遊客認同度量表中，共有 11 個題項，而每個題項皆有達到標準，因此題項全部保留(附錄三)。

(3)居民問卷題項預試結果

本研究之居民認同度題項量表經由決斷值、題項與總分相關、修正後的題項與總相關、信度分析、共同性與因素負荷量等六項指標來作題項判斷之依據。在居民認同度量表中，共有 27 個題項，其中有 2 項題項，即「9.歷史建築古蹟的保存」與「16.創造虛假的風俗文化」經由項目分析綜合的檢定後，未達到判別標準，因而進行刪除。最後，在居民認同度題項量表裡共計保留 25 個題項(附錄三)。

三、進行問卷之訪問

於虱目魚文化節 2007 年 10 月 13 日、14 日活動期間對遊客進行問卷調查，而居民問卷將於虱目魚文化節活動結束後三個禮拜 2007 年 10 月 15 日至 11 月 4 日做問卷調查。

四、進行問卷分析

資料收集之後經由彙整並加以編碼，並利用 SPSS 12.0 統計套裝軟體予以分析。所利用的統計分析方法說明如下：

(一)敘述性統計(Descriptive Analysis)

本研究主要是以敘述性統計的次數分配(Frequency Distribution)及百分比來描述遊客與居民的基本特性。

(二)因素分析(Factor Analysis)

將遊客之滿意度與認同度及居民對虱目魚文化節造成衝擊之認同度等部份進行因素分析，主要採用「主軸法」的「主成份分析法」(Principle Component Analysis)來抽取共同因素，並選取特徵值(Eigenvalue)大於 1 的因素，以「正交轉軸最大變異數法」(Varimax rotation)進行轉軸，來萃取遊客滿意因素的構面，而一般因素負荷量 ≥ 0.3 時可視為顯著， ≥ 0.4 時較為顯著， ≥ 0.5 時則為非常顯著，因此本研究選取因素負荷量絕對值大於 0.4 作為因素變數的命名(王舜皇，

2002；陳明川，2003；汪芷榆，2006；張筵裕，2007；Andereck, et al., 2005；Chang, 2006；Jang, et al., 2002；Lee, et al., 2004；Wu, 2007；Yoon & Uysal, 2005)。

(三)變異數分析(Analysis of Variance；ANOVA)

變異數分析是一種統計分析的方法，係將一組資料所發生的總變異，依可能發生變異的來源分割為數個部份，亦即每一部份均可歸因於某原因，測量這些不同的變異來源，可瞭解各種變異是否有顯著差異；若有差異，則表示某一變異來源對資料具有顯著的影響作用(方世榮，1998)。

(1)獨立樣本 t 檢定(Independent-Sample t-test)

獨立樣本 t 檢定的目的為考量樣本個別差異及測量誤差後，二個群體在依變項測量分數之平均數是否相等，如不相等，則表示二個群體的平均數值達到統計上的顯著水準($p < 0.05$)(吳明隆，2006)。

(2)單因子變異數分析(One Way ANOVA)

變異數分析主要在檢定三個或三個以上母群平均數的差異顯著性，若只有一個自變數的變異數分析則稱為單因子變異數分析(張紹勳等，2001)。

(3)事後比較(A Posteriori Comparisons)

變異數分析 F 值若達顯著水準($p < 0.05$)時，就表示各組平均數之間變異很大，而且表示至少有一對平均數之間有顯著差異存在，須進一步進行「事後比較」(林清山，1979)。本研究則採用最小顯著差異法(Least Significant Difference method, LSD)，LSD 法是以平均數差異的考驗為主要方法，相當於進行所有配對組多重比較 t 檢定，可決定母體平均數間存在的差異，是為一種較寬鬆的多重比較法(張紹勳等，2001；陳可杰等，2003；吳明隆，2007b)。

貳、定性研究(Qualitative)

本研究另一部分採用定性研究(質性研究)，其目的為在說明、解釋或預測真實世界的現象，即如何利用質性資料來解釋或感同身受社會的現象。現今學者對於定性研究方法的界定仍未一致，根據 Patton (1990)定義「定性方法」係由三種資料收集方式組成，即(1)深度訪談法，(2)直接觀察法，(3)文獻紀錄。而 Strauss & Corbin (1990)則強調研究過程所使用的「方法」，認為定性研究是指「不經由統計程序或其他量化手續而產生研究結果的方法」，「只要是利用定性的程序進行分析而不論是否用到量化資料」(張紹勳，2005)。

本研究的研究方法除了問卷調查之外，亦採用標準化開放式訪談

來進行調查，其訪談問項為訪談事前決定，內容呈現精確的字組和順序，所有受訪者均被詢問以相同次序呈現的相同基本問題，其所得資料較易分析，但易因問項的標準化而限制問題和回答的自然性與相關性(吳芝儀、李奉儒，1995)。而本研究之訪談的對象設定在鄉公所、漁會、業者、養殖戶及漁民，期望能瞭解他們對虱目魚文化節的看法。

第四章 研究結果分析

第一節 遊客基本資料分析

本節針對遊客之人口統計變數做描述性的敘述，茲分別說明如下：

壹、受訪者樣本數分析

本次調查於 2007 年 10 月 13、14 日節慶兩天對遊客進行問卷調查。共計發出問卷 300 份，扣除填寫不完整之無效問卷 14 份，實得有效問卷為 286 份，有效比例為 95.3% (表 4-1-1)。

表 4-1-1 受訪者樣本數分析

	發出問卷	回收問卷	無效問卷	實得問卷	有效比例
遊客	300	300	14	286	95.3%

貳、遊客之基本資料分析

遊客之人口統計變數分析主要包括性別、年齡、教育程度、職業、月收入、婚姻狀況以及居住地等，其分析如表 4-1-2 所示：

一、性別

受訪遊客中共計男性為 114 人，女性為 172 人，所佔比例各別為 39.9%及 60.1%，顯示虱目魚文化節的女性遊客較男性遊客居多。

二、年齡

遊客年齡的分佈以 30-39 歲居多，其次是 20-29 歲，其各佔的比例

為 32.2% 及 30.4%。而隨著年齡的增加，所佔的比例也越來越低。

三、教育程度

在教育方面，以高中職者居多，總計有 97 人，所佔的比例為 33.9%，其次為大學所佔的比例為 26.6%，專科為 22.4%，顯示受訪者教育程度大部分集中在高中職到大學之間。

四、職業

受訪遊客中，以工商業者居多，共計有 89 人，所佔比例為 31.1%，其次是軍公教計有 53 人，其比例為 18.5%。

五、月收入

受訪遊客的收入部份以 1,5001-3,0000 元為居多共計 89 人，所佔的比例為 31.1%，其次為 3,0001-4,5000 元計有 79 人，其比例為 27.6%，由此可知受訪遊客的主要收入集中在 1,5001-4,5000 元之間。

六、婚姻

虱目魚文化節之受訪遊客的婚姻狀態主要以已婚為居多，共計為 188 人，所佔的比例為 65.7%；未婚的遊客有 98 位，比例為 34.3%。

七、居住地

受訪遊客的居住地以南部為居多，共計為 271 人，所佔的比例為 94.8%，顯示受訪遊客居住地主要為集中在南部。

表 4-1-2 遊客基本屬性分析

項 目	分 類	次 數	百 分 比(%)
性 別	男	114	39.9
	女	172	60.1
年 齡	20 歲以下	11	3.8
	20-29 歲	87	30.4
	30-39 歲	92	32.2
	40-49 歲	68	23.8
	50-59 歲	24	8.4
	60 歲以上	4	1.4
	教 育	國 小	3
國 中		19	6.6
高 中 職		97	33.9
專 科		64	22.4
大 學		76	26.6
研究所以上		27	9.4
職 業	工 商 業	89	31.1
	農林漁牧業	5	1.7
	軍 公 教	53	18.5
	學 生	33	11.5
	自 由 業	19	6.6
	服 務 業	48	16.8
	家庭主婦	25	8.7
	退休人員	2	0.7
	其 他	12	4.2
收 入	無 收 入	41	14.3
	1,5000 元以下	23	8.0
	1,5001-3,0000 元	89	31.1
	3,0001-4,5000 元	79	27.6
	4,5001-6,0000 元	29	10.1
	6,0001-7,5000 元	18	6.3
	75001 元以上	7	2.4
婚 姻	未 婚	98	34.3
	已 婚	188	65.7
居 住 地	北 部	6	2.1
	中 部	8	2.8
	南 部	271	94.8
	東 部	1	0.3

第二節 遊客參與虱目魚文化節活動之分析

本節就遊客問卷調查所獲得之資料，分別依遊客屬性、遊客旅遊資訊來源、遊客滿意程度及認同度加以分析，期盼能瞭解遊客對虱目魚文化節活動的看法。

壹、遊客旅遊特性分析

關於遊客的旅遊特性，依表 4-2-1 得知，遊客大多為第一次前來參加，所佔的比例為 55.2%；而同伴性質主要是以親人最多，其比例為 61.9%。在交通工具方面，主要以轎車為主；而遊客大部分都沒有留宿，留宿的遊客大部分留宿於親友家，主要留宿時間為一夜。

表4-2-1 遊客旅遊特性分析

項 目	分 類	次 數	百 分 比(%)
參加次數	第 一 次	158	55.2
	第 二 次	54	18.9
	第 三 次	14	4.9
	第三次以上	60	21.0
同伴性質	親 人	177	61.9
	同 學	14	4.9
	同 事	32	11.2
	朋 友	58	20.3
	旅 行 團	0	0
	其 他	2	0.7
交通工具	機 車	105	36.7
	轎 車	180	62.9
	自 行 車	0	0
	計 程 車	0	0
	遊 覽 車	0	0
留宿情形	沒 留 宿	253	88.5
	留 宿	33	11.5
留宿地點	民 宿	1	3.04
	旅 館	2	6.06
	親 友 家	30	90.9
留宿時間	一 夜	14	42.4
	兩 夜	8	24.3
	兩夜以上	11	33.3

貳、遊客旅遊資訊來源分析

此部份乃針對旅遊資訊的來源做調查，由表4-2-2可知，遊客得知虱目魚文化節的資訊大部分為親朋好友推薦，所佔的比例為36.4%；其次為電視或廣播。而遊客的旅遊資訊來源最低為電腦網路及報章雜誌，所佔的比例分別為4.9%及4.5%。

表 4-2-2 遊客旅遊資訊來源分析

項 目	名 稱	次 數	百 分 比(%)
資訊來源	電視或廣播	91	31.8
	電腦網路	14	4.9
	觀光宣傳資料	41	14.3
	親朋好友推薦	104	36.4
	報章雜誌	13	4.5
	其 他	23	8.0

參、虱目魚文化節吸引遊客原因之分析

本研究整理虱目魚文化節吸引遊客之原因，包括有購買與品嚐漁產品、節慶活動、瞭解當地文化、地區純樸民風、當地景觀、休閒機會、新鮮有趣、紓解壓力、對彌陀鄉之認同感、熱鬧氣氛等。如表 4-2-3 所示，大多數的遊客認為「購買與品嚐魚產」為主要吸引他們的原因，其次為休閒機會、節慶活動、瞭解當地文化等亦為吸引遊客前來的主因。

表 4-2-3 虱目魚文化節吸引遊客原因分析

項 目	次 數	百 分 比(%)
購買、品嚐魚產	145	50.7
節 慶 活 動	96	33.6
當 地 文 化	95	33.2
地 區 純 樸	38	13.3
當 地 景 觀	31	10.8
休 閒 機 會	103	36.0
新 鮮 有 趣	55	19.2
紓 解 壓 力	18	6.3
對彌陀鄉之認同感	45	15.7
熱 鬧 氣 氛	67	23.4
其 他	7	2.4

肆、遊客滿意度分析

由表 4-2-4 得知，遊客對虱目魚文化節的滿意度，大部分介於普通及滿意之間。其中以「魚食產品之口味與質感」之平均值為最高(3.74)，顯示遊客認為能在虱目魚文化節享受美味的魚食料理，而遊客對於「公共廁所整潔衛生情形」(3.10)、「環境整潔」(3.29)、「漁產品拍賣秩序問題」(3.33)三者雖然未達到不滿意的程度，但相較起來滿意度是最低的。

另外，就遊客的重遊意願而言，大部分遊客表示都願意再次來參加虱目魚文化節，所佔比例為 89.2%，而願意推薦此活動給親朋好友的人亦佔了相當高的比例，為 88.5%，顯示遊客重遊意願是很高的並且願意推薦給親朋好友(表 4-2-5)。

表 4-2-4 遊客之滿意度分析

項 目	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意	平 均 值	標 準 差	排 序
1.魚食產品之口味與質感	24	172	83	6	1	3.74	0.65	1
2.各項產品消費價格	9	102	153	21	1	3.34	0.68	13
3.路標清楚程度	34	132	95	22	3	3.60	0.83	4
4.漁產品料理之創新	19	94	151	18	4	3.37	0.76	12
5.活動之廣告與文宣	29	115	108	31	3	3.48	0.86	10
6.停車場的規劃	30	129	108	18	1	3.59	0.77	5
7.環境整潔	15	94	140	34	3	3.29	0.78	15
8.服務人員態度	29	135	116	4	2	3.65	0.71	3
9.活動之休閒娛樂性	27	126	113	19	1	3.56	0.77	7
10.交通管制情形	30	123	118	14	1	3.58	0.76	6
11.公共廁所整潔情形	8	80	135	60	3	3.10	0.80	16
12.節目與活動之滿意度	17	123	125	17	4	3.46	0.76	11
13.主辦單位規劃之內容	24	117	125	14	6	3.49	0.80	9
14.提供親子同樂的功能	23	130	115	14	4	3.54	0.77	8
15.漁產品拍賣秩序問題	17	89	157	16	7	3.33	0.77	14
16.節慶活動整體評價	35	144	98	7	2	3.71	0.74	2

表4-2-5 遊客重遊意願分析

項 目	分 類	次 數	百 分 比(%)
再參與此活動	是	255	89.2
	否	31	10.8
鼓勵親友參與	是	253	88.5
	否	33	11.5

伍、遊客對活動認同度之分析

本研究利用遊客參與虱目魚文化節後對當地產業的認同度，來表示活動的成效。如表 4-2-6 所示，受訪者認為「活動應繼續辦理」的平均值最高，為 4.30。由此可知，一般遊客認為虱目魚文化節應該繼續辦理。其次為「有助於地方觀光、文化及經濟發展」及「促進彌陀鄉觀光景點知名度」，平均值各為 4.20 及 4.16，顯示遊客認為虱目魚文化節可以帶動彌陀鄉的地方觀光、文化及經濟的發展並且可以提升彌陀鄉的知名度。

表 4-2-6 遊客之認同度分析

項 目	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意	平 均 值	標 準 差	排 序
1.提升對漁村生活的瞭解	50	156	74	6	0	3.87	0.71	9
2.增加對彌陀鄉的瞭解與印象	50	161	70	4	1	3.89	0.70	8
3.可促進當地之公共建設	49	151	76	9	1	3.83	0.75	10
4.保存傳統漁村文化	67	151	60	8	0	3.97	0.75	5
5.增加漁民及漁村婦女就業機會	60	148	65	13	0	3.89	0.78	8
6.有助地方觀光、文化及經濟發展	102	144	36	4	0	4.20	0.71	2
7.增加對彌陀鄉的好感	63	149	67	5	2	3.93	0.76	6
8.提升對漁業文化的瞭解	63	148	66	8	1	3.92	0.77	7
9.促進彌陀鄉觀光景點知名度	92	152	39	2	1	4.16	0.70	3
10.對漁民(養殖戶)收入有幫助	97	133	47	8	1	4.11	0.80	4
11.活動應繼續辦理	139	107	30	8	2	4.30	0.82	1

第三節 虱目魚文化節與參與遊客之關係分析

壹、遊客滿意度因素分析

為了探討受訪遊客對虱目魚文化節的滿意程度，本研究以十六項變數做基礎，再找出量表之間潛在的結構，所利用的為因素分析之「主成份分析法」(Principle Component Analysis)來抽取共同因素，並選取特徵值(Eigenvalue)大於 1 的因素，以「正交轉軸最大變異數法」(Varimax rotation)進行轉軸，所萃取出三個遊客滿意因素構面，針對三個因素依序命名為「活動內容」、「活動的軟硬體設施」、「漁產品特性」，就因素分析之結果列為表 4-3-1。

一、因素一「活動內容」

因素一「活動內容」中，共包含七個問題項目，即「節目與活動之滿意度」、「主辦單位規劃之內容」、「提供親子同樂的功能」、「活動節慶之整體評價」、「漁產品拍賣秩序問題」、「活動之休閒娛樂性」及「服務人員態度」，問項皆與虱目魚文化節活動內容有關，因此將命名為「活動內容」。

二、因素二「活動的軟硬體設施」

本因素共包含六個問項即「停車場的規劃」、「交通管制情形」、「路標清楚程度」、「活動之廣告與文宣」、「環境整潔」、「公共廁所整潔衛生情形」，問項皆與遊客對於虱目魚文化節活動的軟硬體設施的規劃相關，因此將因素命名為「活動的軟硬體設施」。

三、因素三「漁產品特性」

本因素共包含三個問項即「各項產品消費價格」、「魚食產品之口味與質感」、「漁產品料理之創新」，問項皆與漁產品的特性有關，因此將此因素命名為「漁產品特性」。

表 4-3-1 遊客滿意度因素分析

題 項	因 素 項 目		
	活動內容	活動的軟硬體設施	漁產品特性
12.節目與活動之滿意度	0.802		
13.主辦單位規劃之內容	0.786		
14.提供親子同樂的功能	0.740		
16.活動節慶之整體評價	0.628		
15.漁產品拍賣秩序問題	0.575		
9.活動之休閒娛樂性	0.497		
8.服務人員態度	0.493		
6.停車場的規劃		0.773	
10.交通管制情形		0.740	
3.路標清楚程度		0.654	
5.活動之廣告與文宣		0.609	
7.環境整潔		0.597	
11.公共廁所整潔衛生情形		0.510	
2.各項產品消費價格			0.811
1.魚食產品之口味與質感			0.778
4.漁產品料理之創新			0.601
特徵值	3.664	3.358	2.234
解釋變異量%	22.898	20.987	13.962
累積變異量%	22.898	43.886	57.848
抽樣適當性檢定值 KMO=0.915			
Bartlett球面性檢定 χ^2 值=1998.801			$p<0.001$

貳、遊客認同度因素分析

本研究為探討遊客參與虱目魚文化節後對活動的認同度，以十一項變數做基礎，利用因素分析之「主成份分析法」(Principle Component Analysis)來抽取共同因素，並選取特徵值(Eigenvalue)大於 1 的因素，以「正交轉軸最大變異數法」(Varimax rotation)進行轉軸，所萃取出兩個遊客認同度因素的構面，依序命名為「漁村特性」及「經濟層面」，就因素分析之結果列為表 4-3-2。

一、因素一「漁村特性」

因素一「漁村特性」中，共包含「增加對彌陀鄉的瞭解與印象」、「提升對漁村生活的瞭解」、「提升對漁業文化的瞭解」、「增加對彌陀鄉的好感」及「保存傳統漁村文化」等六個項目，問項皆與漁村特性有關，因此命名為「漁村特性」。

二、因素二「經濟層面」

本因素中包含「對漁民收入有幫助」、「有助地方觀光、文化及經濟發展」、「增加漁民及漁村婦女就業機會」、「活動應繼續辦理」、「促進彌陀鄉景點知名度」及「可促進當地之公共建設」等五個項目，問項皆與漁村的經濟層面有關，因此命名為「經濟層面」。

表 4-3-2 遊客認同度因素分析

題 項	因 素 項 目	
	漁村特性	經濟層面
2.增加對彌陀鄉的瞭解與印象	0.865	
1.提升對漁村生活的瞭解	0.843	
8.提升對漁業文化的瞭解	0.725	
7.增加對彌陀鄉的好感	0.667	
4.保存傳統漁村文化	0.542	
10.對漁民收入有幫助		0.826
6.有助地方觀光、文化及經濟發展		0.757
5.增加漁民及漁村婦女就業機會		0.687
11.活動應繼續辦理		0.677
9.促進彌陀鄉景點知名度		0.578
3.可促進當地之公共建設		0.569
特徵值	3.511	3.494
解釋變異量%	31.923	31.766
累積變異量%	31.923	63.688
抽樣適當性檢定值 KMO=0.899		
Bartlett球面性檢定 χ^2 值=1776.771		$p<0.001$

參、遊客對虱目魚文化節滿意程度在人口統計變數之變異數分析

不同屬性之遊客對虱目魚文化節之滿意度也會有所不同，如表 4-3-3 所示，三項遊客滿意度因素中，活動內容因素在「教育」有顯著差異，其研究所以上的遊客比國小與高中職的遊客滿意度還低。在活動的軟硬體設施因素為「職業」有顯著差異，顯示軍公教及學生的遊客滿意度偏低；而漁產品特性在人口統計變數中則是無顯著差異。

表 4-3-3 各滿意度因素在人口統計變數之變異數分析

變數	活動內容		活動的軟硬體設施		漁產品特性	
	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準
性別	0.308	0.579	0.000	0.983	0.015	0.901
年齡	0.995	0.421	1.811	0.111	0.598	0.701
教育	2.651*	0.023	1.243	0.289	1.020	0.406
Post-hoc test	1>6 ; 3>6 ^b					
職業	0.729	0.666	2.059*	0.040	1.291	0.248
Post-hoc test			1>4>3 ; 2>4 ; 6>4 ; 9>4>3 ^c			
收入	1.077	0.377	1.397	0.216	1.533	0.167
婚姻	0.018	0.894	0.602	0.438	0.328	0.567
居住地	1.491	0.217	1.439	0.232	1.453	0.228

註: a.*表 $p < 0.05$

b.1:國小；2:國中；3:高中職；4: 專科；5:大學；6:研究所以以上。

c.1:工商業；2:農林漁牧業；3:軍公教；4:學生；5:自由業；6:服務業；7:家庭主婦；8:退休人員；9:其他。

肆、遊客對虱目魚文化節的認同度在人口統計變數之變異數分析

如表 4-3-4 所示，兩項遊客認同度因素中，皆在「年齡」上有顯著的差異。在漁村特性因素中，19 歲以下及 50-59 歲之遊客認同度比其他年齡的遊客認同度高；就經濟層面因素中，以 20-29 歲之遊客認同度比其他年齡的遊客認同度來的高，而 40-49 歲的遊客認同度比 30-39 歲的遊客認同度還要高。

表 4-3-4 各認同度因素在人口統計變數之變異數分析

變數	漁村特性		經濟層面	
	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準
性別	0.106	0.745	0.787	0.376
年齡	2.481*	0.032	2.451*	0.034
Post-hoc test	1>4 ; 5>4>3 >2 ^b		2>1>3 ; 4>3 ^b	
教育	1.175	0.321	0.769	0.573
職業	1.704	0.097	1.234	0.279
收入	0.874	0.515	1.797	0.100
婚姻	0.062	0.803	0.017	0.896
居住地	1.014	0.387	0.508	0.677

註: a.*表 $p < 0.05$

b.1:19 歲以下；2:20-29 歲；3:30-39 歲；4:40-49 歲；5:50-59 歲；6:60 歲以上。

第四節 居民基本資料分析

本節針對居民之人口統計變數做描述性的敘述，茲分別說明如下：

壹、受訪者樣本數分析

居民之問卷係於虱目魚文化節活動結束後，即 2007 年 10 月 14 日至 11 月 4 日進行調查。共計發放 220 份問卷，扣除填寫不完整之無效問卷 7 份，實得有效問卷為 212 份，有效比例為 97% (表 4-4-1)。

表 4-4-1 受訪者樣本數分析

	發出問卷	回收問卷	無效問卷	實得問卷	有效比例
居民	220	219	7	212	97%

貳、居民之基本資料分析

居民之人口統計變數分析主要包括性別、年齡、教育程度、職業、月收入、婚姻狀況、居住地及居住時間等，其分析如表 4-4-2 所示：

一、性別

在回收的有效問卷中，男性居民共計訪問 91 人，佔比例為 42.9%，而女性共計訪問 121 人，佔比例為 57.1%，顯示受訪者以女性較多。

二、年齡

受訪居民中，年齡以 30-39 歲為最多，其次為 40-49 歲，其各佔

比例為 24.1%及 22.2%。

三、教育程度

由表 4-4-2 可知，居民的教育程度以國小及高中職居多，其次為國中，所佔比例各為 27.8%及 23.6%，顯示當地居民的教育程度懸殊頗大。

四、職業

在職業方面，當地居民以工商業居多，共計訪問 52 人，佔比例為 24.5%，其次為家庭主婦所佔的比例為 18.9%，而服務業所佔的比例為 18.4%。

五、月收入

當地居民收入部份以 1,5001-3,0000 元為居多，共計訪問 74 人，所佔比例為 34.9%，其次為無收入，共計訪問 66 人，其所佔比例為 31.1%。

六、婚姻狀況

在婚姻狀況方面，主要以已婚為居多，共計為 142 人，所佔比例為 67%。

七、居住地

受訪居民居住地主要以南寮村為居多，共計訪問 72 人，所佔比例

為 34%，其次為彌陀村共計訪問 52 人，所佔的比例為 24.5%。

八、居住時間

就當地居民居住時間而言，以 20 年以上的居民為佔最多數，共計有 95 人，所佔比例為 44.8%。其次定居 10-20 年之居民有 78 人，所佔比例為 36.8%；而定居 5 年以下之居民只有 9 人，其比例為 4.2%。結果顯示，當地居民有一半的人居住彌陀鄉超過十年，共有 81.6%。

表 4-4-2 居民基本屬性分析

項 目	分 類	次 數	百 分 比(%)
性 別	男	91	42.9
	女	121	57.1
年 齡	19 歲以下	16	7.5
	20-29 歲	36	17.0
	30-39 歲	51	24.1
	40-49 歲	47	22.2
	50-59 歲	37	17.5
	60 歲以上	25	11.8
	教 育	國 小	59
國 中		50	23.6
高 中		59	27.8
專 科		30	14.2
大 學		12	5.7
研究所以上		2	0.9
職 業	工 商 業	52	24.5
	農 業	4	1.9
	漁 業	11	5.2
	軍 公 教	7	3.3
	學 生	26	12.3
	自 由 業	20	9.4
	服 務 業	39	18.4
	家庭主婦	40	18.9
	退休人員	9	4.2
	其 他	4	1.9

表 4-4-2 居民基本屬性分析 (續)

項 目	分 類	次 數	百 分 比(%)
收 入	無 收 入	66	31.1
	1,5000 元以下	29	13.7
	1,5001-3,0000 元	74	34.9
	3,0001-4,5000 元	33	15.6
	4,5001-6,0000 元	6	2.8
	6,0001-7,5000 元	4	1.9
	75001 元以上	66	31.1
婚 姻	未 婚	70	33.0
	已 婚	142	67.0
居 住 地	南 寮 村	72	34.0
	潔 底 村	26	12.3
	海 尾 村	24	11.3
	彌 陀 村	52	24.5
	其 他	38	17.9
居 住 時 間	5 年 以 下	9	4.2
	5 - 10 年	30	14.2
	10 - 20 年	78	36.8
	20 年 以 上	95	44.8

第五節 居民對虱目魚文化節衝擊認同度之分析

本節針對居民問卷調查所獲得的資料，來探討居民對虱目魚文化節的支持度及活動所造成的衝擊之認同度，期望能夠瞭解居民對於虱目魚文化節的看法。

壹、居民對虱目魚文化節之期待與參與度情形

一、居民對虱目魚文化節繼續辦理之支持度情形

彌陀鄉居民對活動繼續辦理之支持度，以支持所佔比例最高為89.2%，顯示當地居民贊成虱目魚文化節繼續辦理，只有少數的受訪居民表示不願意支持(表 4-5-1)。

表 4-5-1 居民對虱目魚文化節活動繼續辦理之支持度分析

分 類	頻 率	百分比(%)
是	189	89.2
否	23	10.8

二、居民對虱目魚文化節舉辦頻率之情形

當地居民大多認為虱目魚文化節應該每年舉辦，其所佔的比例為75%，而提議停辦的居民不超過5.2%，顯示彌陀鄉居民都覺得虱目魚文化節應繼續舉辦，並且是每年都舉辦(表 4-5-2)。

表 4-5-2 居民對虱目魚文化節舉辦頻率之分析

項 目	頻 率	百分比(%)
每 年 舉 辦	159	75.0
每兩三年舉辦一次	42	19.8
停 辦	11	5.2

三、居民對虱目魚文化節期待之情形

當地居民對虱目魚文化節是否保持著期待的態度，如表 4-5-3 所示，大部分皆表示期待，回答期待之居民所佔之比例為 83.5%，顯示當地居民皆非常期待虱目魚文化節活動(表 4-5-3)。

表 4-5-3 虱目魚文化節是否為居民所期待活動之分析

分 類	頻 率	百分比(%)
是	177	83.5
否	35	16.5

四、居民對虱目魚文化節的參與意願

由表 4-5-4 得知：受訪的居民中，對虱目魚文化節之參與度為「普通」居多，其百分比佔 32.5%，但是參與度很高的也佔 26.9%，顯示普遍來說居民對虱目魚文化節的參與度普遍很高(表 4-5-4)。

表 4-5-4 居民對於虱目魚文化節的參與意願之分析

項 目	頻 率	百分比(%)
很 高	57	26.9
蠻 高	48	22.6
普 通	69	32.5
不 高	30	14.2
很 低	8	3.8

貳、居民對虱目魚文化節造成衝擊之認同度

當地居民對虱目魚文化節所造成衝擊之認同度，就正面衝擊來說，「提高彌陀鄉的知名度與形象」、「幫助當地漁業產業的發展」、「增加對漁業文化的瞭解」、「增加戶外遊憩場所」等四項之認同度最高，其平均值皆介於「普通」-「同意」，而正面衝擊認同度較低的項目為「減少人口外流」、「外來投資的增加」、「婦女增加就業機會」。

以負面衝擊來說，認同度較高的項目為「垃圾髒亂的增加」、「使得本地交通混亂」、「增加噪音問題」，而認同度較低的為「人際關係變的淡薄」、「使本地犯罪率增加、治安惡化」(表 4-5-5)。

表 4-5-5 居民對虱目魚文化節所產生的衝擊之認同度分析

項 目	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意	平 均 值	標 準 差	排 序
正面衝擊								
1.增加當地所得	59	82	41	20	10	3.75	1.11	8
2.使地方公共建設的興建與改善	56	87	45	18	6	3.80	1.02	7
3.減少人口外流	35	60	67	32	35	3.03	1.20	14
6.提升生活水準	52	46	77	28	9	3.49	1.13	9
8.增加對漁業文化的瞭解	66	96	40	5	5	4.00	0.90	3
9.提高彌陀鄉的知名度與形象	100	79	23	5	5	4.25	0.91	1
11.增加居民就業機會	42	53	67	41	9	3.37	1.13	11
13.文化交流的機會增加	68	79	48	13	4	3.92	0.98	5
18.外來投資的增加	40	44	67	39	22	3.19	1.24	13
19.促使環境的改善	44	62	62	37	7	3.47	1.10	10
20.增加遊客與居民的互動	75	70	42	22	3	3.91	1.05	6
23.婦女增加就業機會	36	58	76	27	15	3.34	1.12	12
24.增加戶外遊憩場所	72	85	42	10	3	4.00	0.93	3
25.幫助當地漁業產業的發展	95	70	31	12	4	4.13	0.99	2
負面衝擊								
4.垃圾髒亂的增加	60	52	43	16	41	3.35	1.46	1
5.使得本地交通混亂	57	43	50	23	39	3.26	1.44	2
7.人際關係變的淡薄	1	11	54	99	47	2.15	0.84	11
10.增加噪音問題	46	47	56	23	40	3.17	1.39	3
12.影響本地原本的作息	9	41	88	41	33	2.77	1.07	5
14.地方課稅會增加	11	79	57	31	34	3.01	1.17	4
15.造成工作型態的改變	2	38	100	42	30	2.72	0.95	6
16.原始景觀遭受破壞	24	27	63	61	37	2.72	1.22	6
17.造成季節性失業	15	30	77	49	41	2.67	1.15	8
21.使本地犯罪率增加、治安惡化	6	11	71	77	47	2.30	0.97	10
22.使本地物價上漲	14	42	55	52	49	2.62	1.22	9

第六節 虱目魚文化節與居民之關係分析

壹、居民對虱目魚文化節的影響之認同度因素分析

本研究為探討受訪居民對虱目魚文化節所造成的衝擊之認同度，以二十五項變數做基礎，將變項分為正面與負面衝擊，再找出量表之間潛在的結構，經因素分析後正面衝擊共萃取出三個因素，負面衝擊亦萃取出三個因素，但由於第三個因素層面只有兩個題項，即「造成工作型態的改變」以及「地方課稅會增加」，因題項太少而不適宜單獨構成一個因素，因此本研究刪除兩個題項，並將負面衝擊再進行第二次之因素分析，結果萃取出兩個因素。本研究經檢定得知萃取出三個正面衝擊因素依序命名為「社會經濟」、「地區發展」、「社會文化」，就因素分析之結果列為表 4-6-1。而負面衝擊因素則命名為「生活環境」、「負面因素」，就因素分析之結果如表 4-6-2 所示。

一、正面衝擊

(一)因素一「社會經濟」

因素一「社會經濟」中，共包含七個問題項目，即「增加居民就業機會」、「提升生活水準」、「減少人口外流」、「增加當地所得」、「促使地方公共建設興建與改善」、「促使環境改善」及「外來投資增加」，

問項皆與虱目魚文化節的社會經濟相關，因此將命名為「社會經濟」。

(二)因素二「地區發展」

本因素共包含四個問項，即「幫助當地漁業產業發展」、「增加戶外遊憩場所」、「增加遊客與居民之互動」、「增加婦女就業機會」，問項皆與遊客對虱目魚文化節活動的地區發展有關，因此將因素命名為「地區發展」。

(三)因素三「社會文化」

本因素共包含三個問項，即「增加對於漁業文化瞭解」、「提升彌陀鄉之知名度與形象」、「文化交流機會增加」，問項皆與社會文化相關，因此將此因素命名為「社會文化」。

表 4-6-1 居民對正面衝擊認同度之因素分析

題 項	因 素 項 目		
	社會經濟	地區發展	社會文化
11.增加居民就業機會	0.829		
6.提升生活水準	0.809		
3.減少人口外流	0.674		
1.增加當地所得	0.645		
2.促使地方公共建設興建與改善	0.634		
19.促使環境改善	0.589		
18.外來投資增加	0.523		
25.幫助當地漁業產業發展		0.869	
24.增加戶外遊憩場所		0.860	
20.增加遊客與居民之互動		0.688	
23.增加婦女就業機會		0.622	
8.增加對於漁業文化瞭解			0.845
9.提升彌陀鄉之知名度與形象			0.783
13.文化交流機會增加			0.651
特徵值	3.942	3.242	2.846
解釋變異量%	28.156	23.156	20.329
累積變異量%	28.156	51.312	71.641
抽樣適當性檢定值 KMO= 0.916			
Bartlett球面性檢定 χ^2 值=2036.738			$p<0.001$

二、負面衝擊

(一)因素一「生活環境」

本因素共包含五個問項，即「促使本地交通混亂」、「增加噪音問題」、「垃圾及髒亂增加」、「影響本地原本的生活作息」及「人際關係變的淡薄」，問項與生活環境較相關，因此將命名為「生活環境」。

(二) 因素二「負面因素」

因素二共包含四個問項，即「使本地犯罪率增加，治安惡化」、「使本地物價上漲」、「造成季節失業」、「原始景觀遭受破壞」，問項皆與負面的問題有關，因此將此因素命名為「負面因素」。

表 4-6-2 居民對負面衝擊認同度之因素分析

題 項	因 素 項 目	
	生活環境	負面因素
5.促使本地交通混亂	0.870	
10.增加噪音問題	0.842	
4.垃圾及髒亂增加	0.835	
12.影響本地原本的生活作息	0.769	
7.人際關係變的淡薄	0.611	
21.使本地犯罪率增加，治安惡化		0.833
22.使本地物價上漲		0.796
17.造成季節失業		0.790
16.原始景觀遭受破壞		0.757
特徵值	3.455	2.894
解釋變異量%	38.387	32.160
累積變異量%	38.387	70.547
抽樣適當性檢定值 KMO= 0.871		
Bartlett球面性檢定 χ^2 值=1274.709		$p<0.001$

貳、居民對虱目魚文化節產生衝擊的認同度在人口統計變數之分析

一、居民對虱目魚文化節的正面衝擊之分析

不同屬性之居民對虱目魚文化節影響之認同度也會有所不同，如

表 4-6-3 所示，在正面衝擊的三項因素中，社會經濟因素在「居住地」有顯著差異，顯示居住在潔底村與彌陀村的居民比居住在其他地方的居民更能體會虱目魚文化節對社區會造成社會經濟正面的影響；地區發展因素在「婚姻」中有顯著差異。而社會文化因素在「教育」、「婚姻」及「居住時間」有顯著差異，顯示教育程度在大學及研究所的居民對虱目魚文化節所帶來的正面衝擊感覺不深，以居住時間而言，5-10年、10-20年及20年以上的居民比居住5年以下的居民更認為虱目魚文化節會對地區的文化造成正面的影響。

表 4-6-3 居民對虱目魚文化節的正面衝擊在人口統計變數之變異數分析

變數	社會經濟		地區發展		社會文化	
	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準
性別	0.624	0.431	1.762	0.186	0.336	0.563
年齡	1.228	0.297	0.781	0.564	2.183	0.057
教育	0.829	0.530	1.414	0.221	2.541*	0.030
Post-hoc test						1>6; 2>6; 3>6>5; 4>6 ^b
職業	1.793	0.071	1.145	0.333	1.595	0.119
收入	1.511	0.188	0.724	0.606	0.396	0.851
婚姻	1.233	0.268	4.373*	0.038	9.164**	0.003
居住地	7.403***	0.000	0.287	0.886	1.361	0.249
Post-hoc test	2>1; 4>1>3; 5>1>3 ^c					
居住時間	2.064	0.106	0.479	0.697	5.476**	0.001
Post-hoc test						2>1; 3>1; 4>1 ^d

註: a.*表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.01$; ***表 $p < 0.001$

b. 1:國小; 2:國中; 3:高中職; 4:專科; 5:大學; 6:研究所以上。

c. 1:南寮村; 2:潔底村; 3:海尾村; 4:彌陀村; 5:其他。

d. 1:5年以下; 2:5-10年; 3:10-20年; 4:20年以上。

二、居民對虱目魚文化節的負面衝擊之分析

如 4-6-4 所示，負面衝擊之兩項因素中，生活環境因素在「收入」與「居住地」有顯著差異，顯示收入在 15,000 元以下的居民較其他收入的居民認為虱目魚文化節帶來的負面影響較少，以居住地而言，南寮村、海尾村及彌陀村的居民認為虱目魚文化節會帶來生活環境的負面影響；就負面因素中，僅在「性別」上有顯著的差異。

表 4-6-4 居民對虱目魚文化節的負面衝擊在人口統計變數之變異數分析

變數	生活環境		負面因素	
	F/t 值	顯著水準	F/t 值	顯著水準
性別	1.836	0.177	6.438*	0.012
年齡	2.261	0.050	1.226	0.298
教育	1.253	0.286	0.688	0.633
職業	0.851	0.570	0.722	0.688
收入	4.024*	0.002	0.512	0.767
Post-hoc test	1>2 ; 3>2 ; 4>2 ^b			
婚姻	0.000	0.987	0.240	0.625
居住地	6.474***	0.000	1.693	0.153
Post-hoc test	1>4>5>2 ; 3>4>5 ^c			
居住時間	0.637	0.592	1.651	0.179

註: a.*表 $p < 0.05$; **表 $p < 0.001$; ***表 $p < 0.001$

b.1: 無收入 ; 2:15,000 元以下 ; 3:15,001-30,000 元 ; 4:30,001-45,000 元 ; 5:45,001-60,000 元 ; 6:60,001-75,000 元 ; 7:75,001 元以上。

c. 1:南寮村 ; 2:漂底村 ; 3:海尾村 ; 4:彌陀村 ; 5:其他。

本研究假設之驗證，彙整如表 4-6-5。

表 4-6-5 研究假設與驗證結果

項目	研究假設	研究結果
H1	遊客對虱目魚文化節的滿意度在人口統計變數上有顯著差異	僅部分成立
H1-1	遊客性別的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	不成立
H1-2	遊客年齡的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	不成立
H1-3	遊客教育程度的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	僅部分成立
H1-4	遊客職業的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	僅部分成立
H1-5	遊客月收入的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	不成立
H1-6	遊客婚姻狀況的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	不成立
H1-7	遊客居住地的不同，其對活動滿意度呈現顯著差異	不成立
H2	遊客對虱目魚文化節的認同度在人口統計變數上有顯著差異	僅部分成立
H2-1	遊客性別的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H2-2	遊客年齡的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	成立
H2-3	遊客教育程度的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H2-4	遊客職業的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H2-5	遊客月收入的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H2-6	遊客婚姻狀況的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H2-7	遊客居住地的不同，其對活動認同度呈現顯著差異	不成立
H3	居民對虱目魚文化節衝擊認同度在人口統計變數上有顯著差異	僅部分成立
H3-1	遊客性別的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立
H3-2	遊客年齡的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	不成立
H3-3	遊客教育程度的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立
H3-4	遊客職業的不同，其對活動衝擊的認同度顯著差異	不成立
H3-5	遊客月收入的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立
H3-6	遊客婚姻狀況的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立
H3-7	遊客居住地的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立
H3-8	遊客居住時間的不同，其對活動衝擊的認同度呈現顯著差異	僅部分成立

第七節 定性資料分析

除了針對居民與遊客做定量調查外，本研究更進一步的針對與彌陀鄉虱目魚文化節相關的人員做深入訪談，主要目的是為了更加深入瞭解相關單位、業者、養殖戶、漁民對虱目魚文化節的看法，所採用的是面對面向受訪者提出問題，請受訪者自由回答。

訪談共計十二人，包括相關單位三人、業者四人、養殖戶三人及漁民二人。訪談過程中以漁民最不願意受訪，主要是因許多漁民認為活動對他們並沒有什麼幫助，因此本研究將受此限制，只訪談二人。為了保護所有訪談者的個人隱私，本研究將受訪者以英文字母作為代表，並將訪談結果分別整理。結果整理分析如下：

表 4-7-1 訪談單位資料

單位		訪談對象	單位		訪談對象
相關單位	A	漁會	業者	D	餐廳
	B	漁會		E	魚丸店
	C	鄉公所		F	魚丸店
養殖戶	H	養殖戶		G	餐廳
	I	養殖戶	漁民	K	漁民
	J	養殖戶		L	漁民

壹、訪談對象為相關單位:

一、舉辦過程中所遭遇的困難

此部份共計訪談三人，其主要訪談內容如表 4-7-2 所示。經由訪談得知相關單位人員大都認為政府補助之經費不足，使得辦理活動受限而無法提升，且活動為季節性，節慶時收益不錯，但節慶後就減少很多，原先舉辦虱目魚文化節活動的目的是為了拓展彌陀鄉的產業，並希望能提升彌陀鄉虱目魚的知名度，以落實產業活動讓它能永續發展，而不是只有季節性，加上許多業者無法自行發揮創意來擴展產業，使得產業一直無法有新的突破。再者，由於虱目魚單價並不高，所以無法效仿高價值魚種可利用冷凍宅配的方式送到各個地區，因此，雖然活動舉辦至今已九屆，但是還是有許多困難必須要克服。

表 4-7-2 相關單位對於舉辦活動過程中所遭遇的困難

相關單位

1.請問您在籌備虱目魚文化節活動過程中，曾經遭遇哪些困難?

- A**
- a.上級單位除了縣政府以外補助減少，使活動受局限。
 - b.活動為季節性，本意是希望拓展彌陀鄉虱目魚的產業，節慶期間收益不錯，但節慶後就減少很多。
 - c.很多鄉鎮都很少有自己的特色，使活動無法繼續延續下去。
 - d.業者很少能夠藉著活動來擴展自己的產業。
-
- B**
- 主要是希望能夠推廣當地的產業而已，且已經到了第九屆，許多的困難也陸陸續續的盡力去克服了。
-

表 4-7-2 相關單位對於舉辦活動過程中所遭遇的困難(續)

相關單位

1.請問您在籌備虱目魚文化節活動過程中，曾經遭遇哪些困難?

C

- a.已舉辦多年，其實沒有太大的問題
 - b.補助的經費不夠，有很多內容沒辦法提升，經費的限制造成許多問題。
 - c.產業一直無法精緻化，虱目魚的價格其實不高，如果要提升產值，就要有更新的創意，希望將低價值的產業發展到高價值的產業，在這方面還有待突破。
-

二、舉辦虱目魚文化節的影響

針對舉辦虱目魚文化節的影響，以正面來說，相關單位人員一致認為會提升知名度並加強地方的團結，也認為舉辦此活動不僅可以使政府更重視地方產業，對於地方的建設也有一定的幫助；而以負面來說，相關單位人員認為因為經費的問題，所以活動受到許多的限制，活動內容每年大致上都相同，較沒有新的創意。整體來說，因為活動時間不長，政府單位認為虱目魚文化節的負面影響不大。而就虱目魚拍賣活動的秩序還有待加強。其訪談內容如表 4-7-3 所示。

表 4-7-3 相關單位認為虱目魚文化節所造成的影響

相關單位		
2.您認為舉辦的虱目魚文化節會造成什麼樣的影響?		
A	正面: a.知名度會提高。 b.地方凝聚力加強，使地方團結。 c.上級單位能夠正視地方產業。 d.經費上也比較容易申請。	負面: a.銷售無法擴展。 b.活動性質大致相同，沒有創意。 c.特色還不夠顯出，需要多加強。
	正面: a.知名度會提高。 b.地方建設會比較容易受政府正視。 c.增加地方的凝聚力。	負面: a.活動性質大致相同，沒有新創意。 b.活動秩序應加強。
	正面: a.知名度會提高。 b.遊客會增加。 c.使地方團結。 d.提升文化氣息，例如蔦松文物館非常值得一去。	負面: a.經費限制許多的活動。

三、對於業者、養殖戶、漁民的幫助

訪談內容如表 4-7-4 所示，以業者、養殖戶、漁民來說，對於業者比較有實質的幫助，因為可以提升經濟利益，而對養殖戶來說，或多或少有些幫助，因為每年活動固定與特定養殖戶採買虱目魚，所以對其他很多虱目魚養殖戶來說並沒有什麼太大的幫助，加上現今飼料費、水電費上漲，對養殖戶來說收益並不大。但三者比較反而是漁民

較沒幫助，因為整個活動來說，有關漁民的活動只有遊艇觀光，所以對他們來說並沒有太大的實質幫助。

表 4-7-4 相關單位認為節慶活動對於業者、養殖戶、漁民的幫助

相關單位

3.對於業者、養殖戶及漁民的幫助：

A	對於業者來說幫助比較大，因為可以提升經濟利益，而居民也是，因為這裡有些居民也是業者，所以對於他們來說應該是受益良多。其他的就還好，漁民幫助不大。
B	對於業者來說幫助是比較大，因為可以提升收入，不過對於漁民幫助不大，因為對他們來說比較沒有經濟利益，活動也是只有參加一開場的開幕典禮幫忙開船。
C	大體上都有幫助，只是多或是少而已。對於業者來說可以提升收入，不過對漁民幫助不大，對養殖戶來說其實幫助也不大，因為近年來物價上漲，電費、飼料費也逐漸提升，而造成養殖戶收支無法平衡，不過整體來說，或多或少都有幫助。

四、虱目魚文化節需改進的地方

經過與相關單位人員訪談之後，他們大致上都認為政府補助的經費不足，因為經費刪減，推廣的時候較不容易，報章媒體的宣傳有限，加上舉辦活動已經九年，活動內容無法突破，沒有新的創意，期望有足夠的經費，讓他們籌備活動的時候能夠較不用顧慮經費問題，因此相關單位人員希望活動的內容應加以改進，並期望補助的經費不要再減少，其主要的訪談內容如表 4-7-5 所示。

表 4-7-5 相關單位人員認為虱目魚文化節需要改進的地方

相關單位	
4.舉辦虱目魚文化節需要改進的地方：	
A	希望經費不要再刪減，使有足夠的經費舉辦這項活動。
B	因為經費問題，所以在推廣的時候比較不容易，報章媒體的宣傳有限。
C	還是有需要改進的地方，因為經費問題，所以在推廣的時候比較不容易，報章媒體的宣傳有限，希望產業能夠有新創意。

貳、訪談對象為業者

一、對於虱目魚文化節之看法

以業者為訪談對象，此部份共計訪談四人，其訪談內容如表 4-7-6 所示，期望利用訪談來瞭解業者對虱目魚文化節的看法。大部分的業者都贊同虱目魚文化節也很支持活動繼續辦下去，亦認為活動的舉辦對他們來說算是蠻有幫助的，期望能夠繼續下去，讓大家都認識彌陀鄉，以發展彌陀鄉的特色。

表 4-7-6 業者對於虱目魚文化節的看法

業者	
1.對於虱目魚文化節的看法為何？	
D	還可以，算是認同也算是支援。
E	還不錯，算是認同也算是支持，對我們來說算蠻有幫助的，也期望以後可以繼續再辦。
F	可以帶動產業，並且能夠讓大家認識彌陀鄉。且收入會增加，也可以發展彌陀鄉的特色，還有特產的推銷，整體來說算是不錯了，會繼續支持。
G	算是支持也認同，不過也是希望可以更好。

二、虱目魚文化節是否提升業者之知名度

業者一致認為舉辦節慶活動能夠提升知名度，部分業者說，虱目魚文化節結束之後，有客戶會來彌陀鄉詢問店家的地址，且有時候會有一些客人專程來彌陀鄉品嚐虱目魚，所以他們認為節慶活動能夠提升知名度，訪談內容如表 4-7-7 所示。

表 4-7-7 業者是否認為虱目魚文化節可提升知名度

業者	
2.虱目魚文化節是否有助於知名度？	
D	多多少少有，不過還是希望更多人能夠知道我們的店。
E	有，算是有幫助。
F	多少有，且很多客人都會在虱目魚節後來詢問，算是有提升了。
G	多少而已，效果不大，需再加強。

三、舉辦虱目魚文化節活動前後之差異

受訪者認為虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較生意有比較好，不過這也是只有短期的效益而已，雖然有帶來商機，但是只有幾天，節慶過後，生意就恢復正常了，所以希望活動能夠多辦幾次，讓他們的收入能夠增加，其訪談內容如表 4-7-8 所示。

表 4-7-8 業者對於虱目魚文化節舉辦前後之比較

業者	
3.虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較的差異？	
D	多少有提升，不過就是短期的效益，幾天而已。
E	一定有幫助，但是也還好啦，就是我們也會盡力去推廣。
F	虱目魚文化節是屬於季節性的，雖然有帶來商機，不過只有兩天而已，整體來說算是有幫助的。
G	多少有幫助，但希望可以更好。

四、對於虱目魚文化節需要改進的地方

業者對於虱目魚文化節需要改進的地方，大部分都認為活動沒有創意，一成不變，每年活動行程差不多，沒有太大的吸引力，且活動推廣還不夠，還是沒有很多人知道，大部分也只在鄉鎮附近做宣傳，希望政府能夠加強宣導，然後期望能夠以虱目魚為主再推出新的產品，開發新的創意，以吸引更多人的注意，訪談內容如表 4-7-9 所示。

表 4-7-9 業者認為虱目魚文化節必須改進的地方

業者	
4.認為虱目魚文化節是否有該改進的地方？	
D	都還好，不過覺得活動要有所變化，不要每年都一樣的活動，行程表都差不多。
E	覺得推廣的還不夠，宣傳也不夠，且活動都很死板，一成不變。希望每年能夠多辦幾次，然後每一個鄉鎮都可以研發更多的特產，還有在廣告宣傳來說還不夠，還是有很多人都不知道，像是岡山、橋頭等附近的地區還是有很多人都不知道，表示宣傳力還不夠，希望政府能夠加強。再來還有節目活動太一成不變了，每年都差不多。
F	岡山、橋頭等附近的地區還是有很多人都不知道，表示宣傳力還不夠，希望政府能夠加強。再來還有節目活動太一成不變了，每年都差不多。
G	創意不夠，推廣也不夠。

參、訪談對象為養殖戶

一、對於虱目魚文化節之看法

本部份為以養殖戶為受訪對象，此部份共計訪談三人，主要為訪問養殖戶對虱目魚文化節的看法為何，訪談內容如表 4-7-10 所示。大部分受訪者對虱目魚文化節是抱持著支持與贊同的態度，不過他們也認為活動為季節性的，對他們來說只有小小的幫助，節慶過後，就變的乏人問津，而政府的宣傳還不足夠，希望政府能夠多加強宣傳，大力推廣彌陀鄉的虱目魚，增加外地的遊客，讓活動能夠繼續的辦下去。

表 4-7-10 養殖戶對於虱目魚文化節之看法

養殖戶	
1.對於虱目魚文化節的看法為何?	
H	覺得還不錯，可以增加一點點收入，不過是季節性的，希望以後可以多辦多次一點。希望以後繼續辦下去，會支持。
I	算是蠻支持的，覺得虱目魚文化節可以推廣彌陀鄉虱目魚產業，讓大家都知道，然後來彌陀鄉嚐嚐虱目魚。
J	有支持，也很認同，政府輔導然後舉辦虱目魚文化節很不錯，也舉辦很多屆，不過對外宣傳還不是很足夠，希望能夠對外有開放性，增加外地遊客。

二、對於虱目魚文化節的影響

如表 4-7-11 所示，養殖戶對於虱目魚文化節的影響看法大約一致，他們認為活動在經濟方面多多少少有幫助，但是還是希望活動能夠將彌陀鄉的虱目魚推廣出去，讓節慶過後，大家還能夠來彌陀鄉來嚐嚐虱目魚。加上現今物價上漲，飼料費還有電費、水費也上漲，而虱目魚的單價並不高，所以對養殖戶來說實在沒有什麼利潤，希望活動能夠多辦幾次，讓他們能夠多少補貼一下費用。而在環境方面，因為養殖地多半是個人所有，所以並沒有太大的幫助。

表 4-7-11 養殖戶認為虱目魚文化節會造成什麼影響

養殖戶	
2.對於虱目魚文化節的影響?	
H	經濟方面：多多少少有幫助，但是一年一次真的幫助不大。 環境方面：多多少少有幫助，但希望可以更好。
I	經濟方面：多少有增加收入，不過由於物價上漲，飼料費也提升，而虱目魚的價值不高，養殖戶實在不好生存。 環境方面：覺得幫助並不大。
J	經濟方面：很多費用都上漲，例如：飼料費、水電費，實在沒有什麼利潤。 環境方面：沒有什麼改善，都差不多。

三、是否參與虱目魚文化節的籌辦及活動需改進的地方

受訪者表示並沒有參與虱目魚文化節的籌辦，並認為這應該為政府的責任。而對於活動有什麼需要改進的地方，大部份認為宣傳還不夠，希望活動可以多辦幾次或是延長時間，並且希望能夠將彌陀鄉虱目魚文化節推廣出去，對外有一個開放性，讓大家都知道虱目魚其實有很多地方可以利用，並且可以推出新的產品來增加活動的可看性，讓養殖戶能夠在虱目魚文化節中有一些收入。再來是期望政府對於養殖戶能夠有些許補助，因為現今虱目魚單價不高，而物價上漲，會使養殖戶想要尋找其他價值較高的魚種來代替虱目魚，反而會讓彌陀鄉養虱目魚的養殖戶越來越少，其訪談內容如表 4-7-12 所示。

表 4-7-12 養殖戶是否參與虱目魚文化節籌辦及活動需改進的地方

養殖戶

3.是否參與虱目魚文化節籌辦?覺得有什麼需要改進?

H	沒有參加，但如果有需要會盡力幫忙，希望多辦幾次活動。
I	沒有參加，希望可以把虱目魚文化節推廣出去，虱目魚其實有很多地方可以利用，如果可以多加利用的話，推出新的產品會更提升彌陀鄉的虱目魚文化節，希望政府能夠有所補助，所有物價都上漲，不符合經濟利益。
J	沒有參加，不過希望宣傳要加強，向外界推銷我們的虱目魚，希望對外要有開放性，讓遊客增加才可以擴展虱目魚產業，然後希望有一些促銷活動能夠讓養殖戶能夠在虱目魚文化節的時候有一些收入，再來就是經費補助，政府應該對養殖戶有一些補助，物價上漲，對養殖戶來說負擔蠻大的。

肆、訪談對象為漁民

一、對虱目魚文化節之看法

針對以下問題對漁民進行相關的訪談，此部份共計訪談兩人，其內容如表 4-7-13 所示。由於大部分的漁民認為虱目魚文化節對於他們並沒有實質上的幫助，所以不願接受訪問，因此本部份只訪問當地兩位漁民。不過受訪問的漁民卻認為雖然活動對他們來說並沒有實體上的幫助，但是可以讓很多人都知道彌陀鄉的環境、產業還有文化，並且瞭解虱目魚的料理也能夠有許多種的變化，因此他們也支持活動繼續辦下去，而活動的辦理也使得漁村的建設能夠獲得改善，因此活動對於他們來說也是有點幫助的。

表 4-7-13 漁民對於虱目魚文化節之看法

漁民

1. 您對虱目魚文化節的看法為何?

- | | |
|---|--|
| K | 覺得還不錯，可以辦個活動，雖然對我們沒有多大的利益，但是可以讓很多人來彌陀鄉走一走，瞭解其環境及漁村，我覺得很棒，很認同這個活動也很支援，如果需要我們我們也會盡力幫忙。 |
| L | 覺得這個活動可以宣傳虱目魚的產業，可以讓更多人知道虱目魚有很多種吃法，會繼續支持活動辦下去。 |
-

二、對於虱目魚文化節的影響

如表 4-7-14 所示，兩位漁民對虱目魚文化節影響之認同度在意見上大致相同，認為在經濟方面沒有什麼影響也沒有什麼幫助；在環境方面，他們認為活動期間，政府會特別重視彌陀鄉的形象，因此對於許多公共建設將會進行改善，所以最大影響大概就是對彌陀鄉的環境會有很大的幫助。

表 4-7-14 漁民認為辦虱目魚文化節會造成什麼影響

漁民	
2.您覺得虱目魚文化節的影響?	
K	<p>經濟方面：完全沒有，主要跟養殖比較有關係。</p> <p>環境方面：環境方面對我們來說比較有幫助，因為有節慶之後，政府也比較注重附近環境還有建設，所以在環境上有明顯的改善，我們也希望有觀光客來的時候能夠看見很漂亮很好的彌陀鄉。</p>
L	<p>經濟方面：沒有，活動也只有兩天而已，所以沒有什麼影響，就算有影響也只是一小部分。</p> <p>環境方面：活動的時期，政府單位會注重彌陀鄉的形象，對於很多公共設施會進行改善，算是很不錯了。</p>

三、是否參與虱目魚文化節的籌辦及活動需改進的地方

受訪的漁民表示他們並沒有參與虱目魚文化節的籌辦，他們認為這些工作應該是由政府來負責，加上漁民認為他們對於辦活動並不是很瞭解，所以並不會參與，但是如果有需要幫忙的地方，漁民表示他們也願意幫忙。但也有漁民表示認為活動附近的道路非常的不平，還有宣傳力還不夠，希望政府能夠立即改進，讓彌陀鄉能夠更進步，主要的訪談內容如表 4-7-15 所示。

表 4-7-15 漁民是否參與虱目魚文化節籌辦及活動需要改進的地方

漁民

3.是否參與虱目魚文化節籌辦?覺得有什麼需要改進?

K	並沒有參與，那些我們也不懂，但是像是開幕的時候幫忙開船，也算是有幫忙，如果需要我們，我們也會盡力去幫忙。
L	沒有參與，不過覺得這裡的道路非常不平，需要做改善，也希望政府多給點經費，讓彌陀鄉能夠更進步，還有宣傳力還不夠，應該要多加強。

第五章 討論

第一節 遊客部份

經由統計方法所得結果，加以分析與討論其影響因素，以下為針對各項分類之分析做進一步的討論。

壹、遊客屬性分析

在遊客屬性方面，大部分的遊客為女性並已婚，其年齡大約為30-39歲，這與陳原銘(2007)臺東釋迦文化節、鄭瓊慧(2004)大崗山龍眼蜂蜜文化節及魏源金、莊萬進(2007)臺灣古坑咖啡節之研究相符合，與鄒文昇(2004)屏東黑鮪魚文化觀光季研究之未婚多於已婚、年齡層在20-30歲的結果相異，其原因可能是因為東港黑鮪魚文化觀光季的活動及套裝行程較適合年輕人，例如：大鵬灣及小琉球之旅，亦可能是因為許多年輕遊客喜愛到墾丁從事海上休閒活動而順道經過的關係。而虱目魚文化節的活動內容有親子活動，有許多家長會陪同小孩參加親子寫生、搭乘牛車以及觀賞紙影戲。此外，發放問卷時，男性較無耐心填寫，大多託予女性填寫，造成樣本偏差的可能。

就遊客之居住地而言，大部分都集中在南部，其原因可能為地緣關係所造成的，亦可能是因南部人與北部人飲食特性不同的關係，即

南部人較喜歡食用虱目魚，而北部人因虱目魚刺多而不愛食用。因此若舉辦單位欲開發北、中部之客源，應就虱目魚產品進行改良及研發，以提高北、中部遊客之參與意願。

貳、遊客旅遊特性分析

針對遊客到虱目魚文化節的旅遊特性進行分析，結果發現，遊客大部分都是第一次參與虱目魚文化節，而同伴的類型以親人為居多，顯示活動為家庭聚會最多。這與陳秀淑(2004)官田菱角節、楊崑霖(2000)白河蓮花節及鄭瓊慧(2004)大崗山龍眼蜂蜜文化節之研究相符合。然而卻與鄒文昇(2004)屏東黑鮪魚文化觀光季的研究結果以朋友、同事為最多相異，顯示虱目魚文化節、大崗山龍眼蜂蜜文化節、白河蓮花節與官田菱角節的活動皆適合家庭聚會。而在虱目魚文化節的同伴性質中，並沒有遊客是跟隨旅行團來參與虱目魚文化節的活動，顯示目前為止還未規劃相關的套裝行程，探究其原因，可能是因為地區偏僻，使之無法納入其他配套行程。

由於遊客大部分居住在南部，所以留宿的情形並不多，顯示遊客還是以當天來回居多，少數遊客會留宿在高雄，而大部分留宿的人都選擇在親友家。探究原因可能是因活動附近並無觀光景點使遊客駐留，亦可能是因當地的旅館與民宿不足。因此當地如果要開發套裝行

程也需加強當地住宿及觀光景點，或是將虱目魚文化節納入附近景點的套裝行程。

參、遊客資訊來源分析

研究得知，大部份遊客多由親朋好友推薦得知活動，其次為電視或廣播得知，顯示活動的宣傳大多經由口耳相傳。而在電腦網路及報章雜誌部份則是比較缺乏，報章雜誌大部分亦只有在活動前幾天才會有關訊息，這與交通部觀光局在 2006 年國人旅遊觀光調查中以電腦網路為其次的資訊來源是相異的，顯示大部分的遊客是較純樸的，亦或是活動的電腦網宣傳不夠多。與相關文獻相比較，其結論與陳原銘(2007)臺東釋迦文化節研究結果相符，與鄒文昇(2004)屏東黑鮪魚文化觀光季研究以電視廣播較多相異，顯示黑鮪魚文化觀光季知名度較高，且現今國人有較多空暇的時間去留意電視或廣播的廣告宣傳。而就較偏遠地區所舉辦之節慶活動來說，較為親朋好友推薦，因此應加強其活動之宣導。

肆、虱目魚文化節吸引遊客原因之分析

虱目魚文化節吸引遊客原因主要以「購買、品嚐漁產品」居多，顯示大部分的遊客皆為慕名而來，這與林美萍(2003)針對白河蓮花節、

左鎮白堊節、麻豆文旦節等節慶做比較之研究相符，顯示虱目魚文化節與左鎮白堊節、麻豆文旦節之活動屬性相同，皆屬一般傳統農漁特產品之節慶活動。而虱目魚文化節中除了有名的虱目魚丸、虱目魚湯、虱目魚香腸、虱目魚水餃及虱目魚冰等各式各樣料理之外，本次活動亦因鄉公所與國立高雄海洋科技大學水產食品系合作推出新料理「藥膳酥骨虱目魚湯」，使得遊客對虱目魚相關料理給予極高的肯定。

伍、遊客滿意度分析

經由因素分析所萃取的三項遊客滿意度因素為「活動內容」、「活動的軟硬體設施」及「漁產品特性」。在滿意度分析中，平均值都在 3.0 以上，因此整體來說遊客對虱目魚文化節的評價於普通-滿意之間，顯示活動雖不到不滿意的程度，但尚有進步之空間，諸如公共廁所整潔情形、環境整潔及漁產品拍賣順序等。

而遊客感到最滿意的項目分別為「漁產品之口味與質感」、「節慶活動之整體評價」及「服務人員態度」，其中滿意度最高的項目「漁產品之口味與質感」與吸引遊客前來虱目魚文化節之主因即「購買、品嚐魚產」相符合，顯示虱目魚文化節有達到舉辦活動的目的，亦表示國人對飲食文化特別的重視。其結果與國內研究者陳秀淑(2004)官田菱角節、鄒文昇(2004)屏東黑鮪魚文化觀光季及鄭瓊慧(2004)大崗山龍眼

蜂蜜文化節之研究結果相符。

另外，滿意度較高的項目即「漁產品之口味與質感」與滿意度較低的其中一項目「漁產品料理之創新」的反應呈現兩極化，顯示雖然遊客認為活動所提供之虱目魚料理是美味的，但料理的創新性還有待加強。

而遊客滿意度最低的為節慶活動會場的「公共廁所整潔情形」及「環境整潔」，與沈燕文(2004)草嶺古道芒花季、陳原銘(2007)臺東釋迦文化節之研究相異，與大部份之研究結論相符合(宋玉麒，2006；吳宜靜等，2006；林怡君，2005；陳秀淑，2004；陳聰廉、陳弘慶，2006；黃淑君、何宗隆，2001；楊崑霖，2000；鄒文昇，2004；鄭瓊慧，2004)，顯示現今環境整潔已成為國內休閒活動的詬病。此外，活動會場應注意整潔問題，使遊客對漁產品活動的衛生更具信心。

經實地訪查亦發現距離會場最近的漁會樓下的洗手間，只有一間可以使用，而其他流動公廁在很偏遠的地方，加上並沒有清潔人員固定時間清掃，活動期間有大量的遊客，所以造成洗手間的髒亂，而會場附近的整潔情形，雖然有固定人員清理，但亦需加強。

再者，虱目魚文化節另一主軸活動「虱目魚大餐」中，有許多遊客表示不知道虱目魚文化節有餐廳接受訂餐，顯示活動內容的宣傳還

有待加強。遊客亦認為活動的民俗技藝展展示種類太過複雜，建議舉辦單位應將漁產品及販賣小吃之攤販與其他攤販分隔開來，並重新規劃其攤販位置以維護漁產品的形象。同時也建議相關單位應對虱目魚拍賣做好分配與規劃，讓每個參與虱目魚文化節的人都有機會購買虱目魚。

然而也有部份遊客表示觀光遊艇缺乏專業解說員，加上遊艇的觀光景點欠佳，使得他們對觀光遊艇的活動非常失望，還有因超過遊艇可載人數而被請下船等不愉快的經驗，顯示虱目魚文化節活動之觀光遊艇船隻略顯不足，因此建議舉辦單位應事先規劃並以遊客安全為最先考量，亦期望能與相關單位合作以培育當地的解說員。

而就重遊意願而言，遊客佔大多數都表示願意再參與虱目魚文化節，並且願意鼓勵親友參與，顯示雖活動需有待加強，但整體來說遊客對活動的接受度是很高的。

陸、遊客對活動之認同度分析

針對遊客對虱目魚文化節之認同度經由因素分析所萃取的兩個因素為「漁村特性」及「經濟層面」。在認同度分析中，遊客認同度較高的項目分別為「活動應繼續辦理」、「有助於地方觀光、文化及經濟發展」及「促進彌陀鄉觀光景點知名度」，顯示遊客認為虱目魚文化節為

一項良好的產業文化活動，對活動有很高的認同度，也認為虱目魚文化節可對當地的觀光、經濟及知名度有很大的幫助，期望活動還能夠繼續辦下去。這與林美萍(2003)針對白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節等節慶研究結論相符，顯示舉辦節慶活動可對地區帶來正面的衝擊。

而就遊客認同度較低的項目為「可促進當地公共建設」及「提升對漁村生活的瞭解」，經過實地訪查，發現附近的公共建設並沒有改善，例如彌陀鄉海岸光廊的休憩設施、道路的維修等，皆需加強改善。至於認同度較低之「提升對漁村生活的瞭解」項目，主要是因虱目魚文化節並沒有舉辦相關的活動，這與國內研究者林美萍(2003)白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節等節慶研究及楊崑霖(2000)白河蓮花節的研究所述相符合，這意味著現今所舉辦的節慶活動多以飲食文化為基礎，並無著重在體驗農漁村生活的部分。

部分遊客亦表示「虱目魚文化節」既然以文化為名，也應增加有關虱目魚的文化活動，以提升對虱目魚文化的瞭解，且經實地訪查，遊客若無參與「文化列車」活動，亦較無法體驗彌陀鄉的歷史文化，顯示現今所舉辦的活動對於文化的部分尚顯不足，這與國內研究者鄭錫欽(2006)澎湖花火節之研究符合，建議可對當地漁村文化及虱目魚的

文化做一番的介紹，讓遊客能夠更深入瞭解彌陀鄉。

然而，活動雖然有上述之文化產業問題，但基本上已達到活動之初衷，即提升地方、經濟的發展、彌陀鄉知名度以及增加相關業者的收入等目的(彌陀鄉公所，2006b)。

在過去的農業社會中，舉辦節慶活動的目的是為了慶祝過去一年的豐收，並對祖靈的眷顧表達感恩之意。而陳柏州、簡如邠(2004)亦曾提及節慶是人們隨著季節、時間和物候轉移，開展為特定主題的風俗、紀念意義的社會活動，也是一個民族因應時地環境所代代相傳、歲歲相因而長久累積下來的智慧與生活情趣。但今大多數的節慶活動皆以當地的特產做為舉辦活動的主軸，主要為推廣地區特有的產品，期望能夠提升經濟的發展。學者黃聲威(2005)曾指出現今節慶活動提供縱情吃喝的機會，活動性質已從精神層面聚焦到感官的刺激與滿足，活動結束之後，對活動的記憶亦僅存於美食的文化，顯示現今的節慶活動已與當初舉辦節慶活動的本意有所不同。

柒、遊客滿意度在人口統計變數之變異數分析

經由 ANOVA 分析，遊客對虱目魚文化節活動內容的滿意度在「教育」有顯著差異，即教育程度高的遊客對活動內容的滿意度較低，本研究認為可能是因學識越廣對活動之品質越講究。就遊客對虱目魚文

化節活動軟硬體設施的滿意度在「職業」有顯著差異，並以從事工商業的遊客較高，從事軍公教的遊客較低，探究其原因可能是因職業屬性的不同，對觀光之認同層次有所差異，進而影響他們對活動品質的觀感。

捌、遊客認同度在人口統計變數之變異數分析

經 ANOVA 分析，遊客對虱目魚文化節漁村特性及經濟層面的認同度在「年齡」有顯著差異，即 19 歲以下遊客因年齡較小，認為活動能提升他們對漁村特性的瞭解，而 50-59 歲的遊客則可能是因年紀較長對鄉村小鎮較有懷鄉念舊的感覺，亦有可能是年齡層的不同對活動的要求與看法都不同；另一方面，20-29 歲的遊客認為活動在經濟層面上會有所幫助，其原因可能是因年輕的遊客正值求職階段，認為活動可以帶來經濟的繁榮並能增加工作機會。

第二節 居民部分

本研究根據回收居民問卷之數據，經由統計方法所得結果，加以分析與討論其影響因素，以下針對各項分類做分析做進一步的討論。

壹、居民屬性分析

在居民屬性方面，大部分的居民為女性並已婚，其年齡大約為30-39歲，就居住時間而言，大多為20年以上，顯示大部分為中年齡層的居民。而在收入部份，以15,000-30,000元為居多，而無收入所佔的比例相當高，主要是因發放問卷時，多半由家庭主婦填寫較多，其原因為本研究皆為白天進行問卷調查，而多數的家庭主婦為專職的家庭主婦，並沒有外出工作，因而造成樣本數之偏差。

調查過程中，當地的居民較多不願意接受訪問，有些是因為年齡過高、有些是教育程度較低，而有些並沒有受過教育，所以造成訪問居民時必須以半訪談的方式，以深入瞭解居民的看法。

貳、居民對虱目魚文化節之認同度分析

調查中發現，大部分的居民非常期待虱目魚文化節活動，而參與度也算是很高的，他們認為虱目魚文化節應每年舉辦，不過他們大多

認為每年的活動內容都相同，建議可以稍微作些變化，讓整個活動能夠具有吸引力，居民也會繼續支持活動，期望活動能夠繼續辦理。

參、居民對虱目魚文化節所產生的衝擊之認同度分析

針對居民對於虱目魚文化節對彌陀鄉所造成的衝擊，就正面衝擊來說，以「提高彌陀鄉的知名度與形象」、「幫助當地漁業產業的發展」、「增加對漁業文化的瞭解」及「增加戶外遊憩場所」等項目為最高，顯示居民大多認為活動可以增加彌陀鄉的知名度與當地的發展，亦對經濟成長有助益，這與楊小玲(2005)節慶活動對平溪鄉與鹽水鎮之衝擊研究、黃輝銘(2005)鹿港慶端陽及臺南縣文化局(2000)臺南縣產業文化活動成效分析之研究相符合，顯示大多數的節慶活動可以帶動當地的產業及知名度；而正面衝擊最低的項目為「減少人口外流」、「外來投資的增加」及「婦女增加就業機會」，探究其原因可能為活動時間較短，無法提供一些就業機會，所以容易造成人口外流。

就負面衝擊而言，以「垃圾髒亂的增加」、「使得本地交通混亂」、「增加噪音問題」為最高，顯示活動會造成環境的負面衝擊為最多，而較低的項目為「人際關係變的淡薄」、「使本地犯罪率增加、治安惡化」，這與國內研究者羅孝吉(2004)屏東黑鮪魚文化觀光季、楊崑霖(2000)白河蓮花節之研究所述相同，顯示居民認為活動所帶來的社會文

化負面衝擊較少。

將所得之結果分為三大層面來看，就經濟層面而言，居民認為在節慶活動時可以販賣物品，以增加微薄的收入，但是節慶活動只有兩天，因此活動並不會增加婦女或是居民就業的機會，亦不會吸引外來投資的機會及造成稅收的增加。

以環境層面來說，雖然虱目魚文化節促使彌陀鄉增加戶外的遊憩場所，但公共設施受節慶活動而改進的部份則是有限，附近的設施例如彌陀鄉海岸光廊及公共廁所並沒有加以整修，而活動期間會場整潔雖有人定時清理，但是還是不夠積極，尤其公共廁所的清理還有待加強，這與遊客對活動滿意度較低之項目相符，顯示活動會場之公共廁所應立即改善。

在社會文化衝擊部分，居民認為虱目魚文化節可提升對漁業文化的瞭解，大體來說居民認為虱目魚文化節的活動只有兩天對當地應該不會造成太大的影響，而社區偶爾舉辦熱鬧的活動是一件很好的事情，所以他們反而會期待每年的虱目魚文化節。

因此就居民的看法，他們認為虱目魚文化節活動會造成經濟的正面衝擊及環境的負面衝擊，而在社會文化的正負面衝擊較少，探究其原因可能是因活動舉辦的時間較短的關係。

肆、相關理論與研究結果驗證分析

本研究將現今居民認為虱目魚文化節造成的衝擊之認同度與相關理論做驗證。因虱目魚文化節與一般的社區發展觀光活動不同，其節慶活動時間並不長，雖然多少會對社區造成影響，但整體來說節慶活動對當地的衝擊較社區觀光活動少，而節慶活動可增加地區的經濟、知名度與形象，因此居民希望能夠吸引更多的人來參與此活動，此現象符合 Doxey 模式之陶醉的階段(Euphoria)，即觀光發展初期，居民期望能吸引觀光客，從中獲得經濟利益，亦符合 Bulter 模式之沉默接受與支持遊客的活動以及 Ap & Crompton 之接受的時期(Embracement)，即居民是熱衷的歡迎遊客並且接受觀光業進入他們的社區。因此，即使虱目魚文化節已經舉辦多年，居民對虱目魚文化節觀光衝擊之認同度還是處於最初的階段，顯示往後活動還有許多發展的空間。

國內現今亦有許多有關社區觀光衝擊之研究，雖然社區觀光與節慶活動為不同活動性質，但是對發展社區觀光、提升社區的生活品質、增加文化交流以及經濟收入之目標是一致的，因此本研究將社區觀光與一般之節慶活動進行進一步的討論。

與國內文獻有關社區觀光衝擊之研究(呂信樺，2005；林兩儀，

2004；陳思倫、郭伯村，1995；陳坤宏，2005；彭崇耕，2005)相比較，發現就經濟層面來說，社區觀光的收入較節慶活動的收入穩定、有較多的工作機會，但相對的稅收會增加、物價會上漲，對於外資投入的機會較多。

而以環境層面來說，不論是社區觀光亦或是節慶活動，都會提升社區附近的建設與社區美化，亦會增加環境層面的負面影響，而社區觀光較節慶活動更易造成環境的負面影響，例如像是原始景觀的破壞或是噪音、垃圾的汙染等。

就社會文化層面的部份，社區觀光與節慶活動皆認為活動可提升地方的知名度與生活水準、品質，並可增加文化之交流，而社區觀光較節慶活動易造成人際關係變的淡薄，且犯罪率會增加，但是亦有些社區會因此而改善社區的治安。再者，社區觀光較不易造成人口外流，而社區觀光與節慶活動亦不會造成季節性的失業。因此，在社區觀光與節慶活動所造成的衝擊中，亦有許多的差異性存在，但是對於發展觀光的目的是是一致的。

伍、居民對虱目魚文化節所產生的衝擊在人口統計變數之變異數分析

一、居民對虱目魚文化節正面衝擊在人口統計變數之變異數分析

經由 ANOVA 分析，居民對於虱目魚文化節社會經濟的認同度在「居住地」有顯著差異，即居住在潔底村與彌陀村的居民更能體會虱目魚文化節對社區的社會經濟有正面的影響，其原因可能是因活動的內容有文化列車的體驗活動，遊客會到潔底村與彌陀村兩村，而提升經濟的效益。在社會文化因素中為「教育」、「婚姻」及「居住時間」有顯著差異，即研究所以上及大學的居民認為活動造成的社會文化正面衝擊較低；而居住五年以下的居民對活動所造成之社會文化正面衝擊感覺的較低，研判可能是因為居住時間不長，對於活動所造成衝擊的感覺不深。

二、居民對虱目魚文化節負面衝擊在人口統計變數之變異數分析

經 ANOVA 分析，發現居民對虱目魚文化節所造成的生活環境負面衝擊之認同度在「收入」、「居住地」有顯著差異，即收入在 15,000 元以下的居民對虱目魚文化節所造成的生活環境負面衝擊之感受並不深，推測可能是因活動的辦理並不會影響他們的生活環境及生活水準；而居住在南寮村、海尾村及彌陀村的居民對虱目魚文化節所造成的生活環境負面衝擊之感受較深，其主要原因是因活動舉辦的會場位於南寮村，而海尾村與彌陀村鄰近南寮村，所以對活動的環境負面衝擊較有感覺。

第三節 訪談部份

綜合定性資料，不論是相關單位、養殖戶、業者的意見，諸如對活動的支持度及對活動的看法大致來說都很類似。對虱目魚文化節活動所造成的衝擊，大部分的回答者都認為以經濟層面來說確實有幫助，但由於節慶為季節性，活動只有一、兩天，活動過後就乏人問津，相關單位是期望業者能夠將產業精緻化，或是推出新的產品，以提升吸引力，並期望政府單位能夠提供經費的補助，讓活動能夠舉辦的更完善；至於業者與養殖戶則是認為現今物價上漲，期望活動能夠一年多辦幾次或是活動時間能夠延長時間，亦或是政府能夠補助經費，讓他們能夠增加收入。

對漁民來說，整個虱目魚文化節的活動對他們並沒有太大的幫助，所以在訪談過程中，並不是很順利，有些漁民則是期盼舉辦單位也能夠在此活動中提供一些活動讓他們能夠融入在社區所舉辦的活動並且能夠增加生活的收入。

而就辦理虱目魚文化節需要改進的地方，受訪者一致認為宣傳還是有待加強，報章媒體的宣傳不多，政府補助的經費有限，加上節慶活動的創新性不夠高，每年的活動性質大多相同，使得活動不夠吸引

人，而就料理的創新性還有待加強。

舉辦單位認為，因為經費刪減使得活動受限，推廣也不易；而養殖戶認為近年來物價上漲，飼料費、電費持續上漲，加上虱目魚的價值並不高，使得有些虱目魚養殖戶已經轉向養殖其他較高價值的魚種，例如金目鱸、石斑魚等，期望政府能夠補助一些津貼，讓他們能夠持續的以彌陀鄉為名繼續養殖虱目魚。

對漁民來說，舉辦虱目魚文化節在經濟上並沒有實質的幫助，他們希望政府也能夠多為漁民著想，加上近年來漁業資源枯竭，收益並不好，他們也希望能夠在活動中能夠獲得些許的利益，補貼家用。

整體來說，大部分的訪問者都表示非常支持也贊同虱目魚文化節活動的辦理，但是期望政府能補助多一點的經費，以增加活動的宣傳及更新活動的內容，並且能夠維修活動會場附近的設施，而他們也認為活動舉辦已經九屆，期望有新的東西能夠吸引人們的注意，像本屆活動推出新的虱目魚產品，便是一個很好的開始，期望往後也能夠一直創新，讓遊客看到彌陀鄉最好的一面，進而將彌陀鄉為虱目魚故鄉的美名發揚光大，以提升彌陀鄉的形象，讓更多人能慕名前來，而不再只是節慶的時候才會吸引人潮。

而將定性資料之結果與定量資料相比較，發現無論是遊客、居民

亦或是相關單位、養殖戶、業者，都對虱目魚文化節的辦理皆表達支持，只是大多數的遊客為第一次參與，認為活動新鮮有趣，而居民及相關單位皆認為活動舉辦多年，活動一成不變，缺乏創意，加上認為政府單位的經費補助不足等情況，這與國內的研究者黃輝銘(2005)鹿港慶端陽、楊崑霖(2000)白河蓮花節研究之台南白河蓮節的結果即活動缺乏創意及經費不足的情況相符合，顯示國內之節慶活動，尤其是已舉辦多年的活動可能會面臨這些情況。

第四節 海洋節慶活動問題

壹、虱目魚文化節所面臨之問題

由於虱目魚對彌陀鄉來說是一個重要的產業，以往在冬令時節總因量少而身價翻漲，但由於臺灣養殖業技術進步，現在國人一年四季都能吃到新鮮虱目魚，魚價反而下跌（國立臺灣大學生物多樣性研究中心，2006）。

現今因物價上漲，飼養虱目魚的成本亦提高許多，養殖戶認為虱目魚的單價原本就不高，現今成本提高，而使得收支不平衡，紛紛想要尋找其他價值較高的魚種來代替虱目魚，有些養殖戶則選擇停養，因此未來彌陀鄉飼養虱目魚的養殖戶可能會慢慢減少，彌陀鄉為虱目魚之故鄉亦可能慢慢成為歷史。雖然如此，因過去有許多的彌陀鄉村民皆靠著養殖虱目魚來養家餬口，使得村民對虱目魚有一種深厚的情感，對於虱目魚產業的未來皆感到憂心，期望能夠保留彌陀鄉最重要的產業。

而虱目魚文化節活動之目的主要為推動地方觀光產業，期望能夠提升經濟之效益，因此活動的本質還是以強調食用虱目魚為主。活動至今已舉辦九屆，整個活動形式也已定型，2007 年的活動更是受到颱風的影響延後一週辦理，相對的也影響前來的遊客人潮。

貳、海洋節慶活動之省思

臺灣發展海洋節慶活動有一段時間，現今已有學者探討海洋節慶活動的省思(黃聲威，2006b，2006c；陳璋玲，2008)。學者黃聲威所探討的為黑鮪魚文化觀光季漁業節慶之省思，除了提出現今黑鮪魚文化觀光季活動的過程及行銷模式，並針對活動來擬定策略，期望能讓漁業節慶活動展現其特色，同時亦提出現今許多新興的節慶，多以現實的某種魚類或漁業為名舉辦，但常常缺乏文化的內涵或漁業的感動，只徒具海鮮活動之實，所以有許多學者曾質疑臺灣只有「海鮮文化」，而沒有「海洋文化」；另學者陳璋玲提出的臺灣海洋漁業節慶活動的省思，則是探討現今有關海洋的節慶活動能否讓大眾瞭解漁業文化的意涵及海洋生態的知識，指出海洋節慶活動有海鮮文化的詬病、節慶活動數目繁多及活動仰賴公部門補助等問題，並建議政府能夠將資源集中，致力於少數具有相當漁業特色主題的節慶。

針對虱目魚文化節調查後發現，活動雖以「虱目魚文化」為主題，但對於「虱目魚文化」並沒有實地展現出來。不能否定的是過去的村民仰賴「虱目魚」來養家餬口，是為彌陀鄉最重要的產業，因此活動雖稱虱目魚文化節，但實質來說，活動應屬「虱目魚飲食文化」的一部分。

活動至今已舉辦九屆，活動內容一直沒有改變，遊客亦感受不到以「虱目魚文化」為主題的虱目魚文化節所要教育大眾的漁業文化為何，因此建議舉辦單位能夠針對此問題加以改善，期望政府單位能夠輔導轉型，修改部分活動內容並加強「虱目魚文化」，讓活動能夠更符合主題，並建議地方單位推動「漁村社區總體營造」，讓社區能夠保存漁業的文化，活動才具意義。

第六章 結論與建議

第一節 結論

本研究以 2007 年高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為主題，主要為探討遊客對虱目魚文化節之滿意度及認同度、居民對虱目魚文化節所帶來的衝擊之認同度及相關單位、業者、養殖戶及漁民對節慶活動的看法，經本研究問卷調查與實際訪談之結果，獲致以下的結論：

壹、遊客參與虱目魚文化節活動之概況

在遊客屬性上，遊客多半為女性，平均年齡約為 30-39 歲之間，主要以已婚、居住在南部者居多。以遊客旅遊特性來說，虱目魚文化節已舉辦多年，而大部分遊客卻是以第一次參與為居多；其同伴性質以親人為居多，主要是以轎車為交通工具。

就滿意度來說，遊客對「魚食產品之口味與質感」的評價最高，其次為「節慶活動整體評價」，而滿意度最低的項目則為「公共廁所整潔情形」及「環境整潔」。就對地方之認同度而言，遊客對「活動應繼續辦理」及「有助於地方觀光、文化及經濟發展」認同度較高，對「可促進當地之公共建設」及「提昇對漁村生活的瞭解」之認同度較低。

貳、虱目魚文化節帶來的觀光衝擊

居民屬性中，以女性居多，其年齡約在 30-39 歲之間，受訪者大部分為已婚，以居住彌陀鄉已 20 年以上的居民為最多。大部分的居民皆表示非常期待每年虱目魚文化節的活動，對於往後活動的辦理也抱持著支持的態度。

就居民對虱目魚文化節所產生的衝擊之認同度分析中，以正面的衝擊而言，主要是「提高彌陀鄉的知名度與形象」及「幫助當地漁業產業的發展」為最高，而正面衝擊認同度較低的項目為「減少人口外流」、「外來投資的增加」、「婦女增加就業機會」。以負面衝擊來說，認同度較高的項目為「垃圾髒亂的增加」、「使得本地交通混亂」、「增加噪音問題」，而認同度較低的為「人際關係變的淡薄」、「使本地犯罪率增加、治安惡化」。

參、相關單位對虱目魚文化節之看法

經由訪談結果顯示相關單位、業者、養殖戶的意見大致上都很類似，大部分認為活動節目應創新，且期望政府單位能夠補助充足的經費以提升活動品質，並建議能夠加強活動的宣傳，讓活動不再只是地區性的活動。就漁民來說，主要為期盼主辦單位能夠辦理一些與他們相關的活動，讓他們能夠在活動中獲得一些利益。

第二節 建議

本研究針對虱目魚文化節研究之結果，提出幾項建議：

壹、產業多元化，提升附加價值

虱目魚的單價並不高，可食用的部位卻很多，想要提升虱目魚的附加價值，就必須要有更新的創意，研發新的產品，也建議可成立虱目魚產銷班，以提升虱目魚的品質與產量，期望能將低價值的產業發展成高價值的產業，並提升其附加價值，亦可與生物科技公司合作，利用虱目魚來發展現今有名的生物科技產品。

貳、海洋文化之體驗

經由問卷調查結果發現，一般遊客皆認為虱目魚文化節以文化為名，但有關於認識海洋文化、虱目魚文化的活動並不多，只有文化列車、皮影戲為針對彌陀鄉過去的文化做介紹，而觀光遊艇的活動則是因過去為了發展休閒漁業而設立在彌陀區漁港，現今已無營業，只有在虱目魚文化節活動期間才讓遊客搭乘。活動亦有虱目魚趣味競賽的闖關遊戲，例如吃魚丸比賽、數魚苗及剝魚鱗等，但對於虱目魚的文化並無較深的認識，建議舉辦單位能夠增加虱目魚文化之體驗，例如

永安石斑魚文化節活動所辦理的石斑魚成長過程之介紹、魚類認識及撒網比賽等相關活動，可讓更多人明白虱目魚的養殖與成長過程，讓更多人能夠瞭解虱目魚的文化。

參、規劃相關套裝行程

由研究結果得知，在遊客旅遊特性中，同伴性質並沒有參與旅行團的，期望往後相關單位能夠與附近觀光景點或是產業活動做結合，並規劃相關套裝行程，藉由具吸引力之行程讓更多遊客能夠參與虱目魚文化節。

肆、漁產品以及其他性質攤位應區隔

遊客及居民表示對虱目魚文化節之民俗技藝展應作區隔，因為有許多攤販結合一起，既有損漁產品之形象，亦可讓人對漁產品的衛生情形感到憂心，建議相關單位在往後舉辦節慶活動時能夠將攤位作一個完整的區隔。

伍、加強附近之硬體設施

經由訪查，發現活動會場附近的休憩設施並沒有加以維修，像是洗手間及彌陀鄉的一般設施，建議相關單位應定期檢查附近之硬體設

施，讓遊客及居民能夠對彌陀鄉有正面的印象。

陸、增加活動之宣傳

經研究顯示，多半的遊客皆由親朋好友推薦才得知活動訊息，其次為電視廣播，顯示活動之宣導還不夠充足。現今網路訊息發達，建議舉辦單位可以加強電腦網路的宣傳，甚至可架設相關網頁，集合每年活動相關內容及影片集，讓對虱目魚文化節有興趣的民眾更瞭解活動的內容進而參與。

柒、培訓相關活動之解說員

大部分遊客認為許多活動內容必需培訓相關的解說員，例如：觀光遊艇及文化列車等，讓遊客能夠更瞭解彌陀鄉，因此本研究建議相關單位應培訓解說員，讓遊客能夠更深入彌陀鄉。

第三節 後續研究建議

壹、擴大研究範圍，針對其他海洋節慶活動做比較

現今國內有關海洋節慶活動的文獻多半以探討東港黑鮪魚文化觀光季為主，其他海洋節慶活動的相關研究寥寥無幾，若後續研究能針對其他的海洋節慶活動做研究，並將其不同性質之節慶活動做比較，更能瞭解國人參與各種海洋節慶活動的觀感，以及各個海洋節慶活動所帶來的效益。

貳、規劃虱目魚文化節的行銷策略

從實證研究結果得知，遊客、居民及相關單位對活動皆表達支持的態度，而遊客對於活動的滿意度介於「普通」到「滿意」之間，顯示未來虱目魚文化節的策劃還有發展的空間，建議可透過策略聯盟使同業與異業結合，規劃一套虱目魚文化節的行銷策略，進而推廣當地的產業特色、自然生態及歷史文化，以創造更大的附加價值。

參、研究海洋節慶活動永續經營的策略

臺灣具有海洋資源豐富的優勢，而在 2005 年更被命名為臺灣海洋年，因而興起許多的海洋節慶活動，而現今有些活動已出現舉辦的危

機，例如：生態、資源、經費等問題，因此，如何讓海洋節慶活動能夠持續的舉辦是目前最需研究的一項議題。

參考文獻

壹、中文文獻

- 方世榮(1998)。統計學導論(3版)。臺北：華泰。
- 王育群(2000)。簡介二十一世紀臺灣發展觀光新策略。大葉學報，9，頁 15-17。
- 王舜皇、朱瑞淵(2002)。高雄元宵燈會活動吸引力之探討。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會論文集，2，頁 41-53。
- 吳芝儀、李奉儒譯(1995)。Patton, M. Q. 原著(1990)。質的評鑑與研究。臺北：桂冠。
- 沈燕文(2004)。草嶺古道芒花季遊憩體驗之研究。佛光人文社會學院社會學研究所碩士論文。
- 阮亞純(2004)。以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例。國立屏東科技大學農企業管理所碩士論文。
- 呂信樺(2004)。澎湖吉貝嶼觀光發展之衝擊研究。中國文化大學市政暨環境規劃學系研究所碩士論文。
- 吳宗瓊、朱育瑩、蔡秀玲(2004)。地方觀光行銷策略之探討—墾丁地區節慶活動與非活動期間之不同。觀光研究學報，10(4)，頁 87-100。
- 汪芷榆(2006)。休閒度假旅館消費者特性與休閒活動偏好關係之研究。

- 運動休閒管理學報，3(2)，頁 107-129。
- 宋玉麒(2006)。探索樂園遊客遊憩體驗滿意度之研究。旅遊管理研究，6(2)，頁 125-147。
- 吳明隆(2006)。SPSS 統計應用學習實務－問卷分析與應用統計。臺北：知城。
- 李金泉(2007)。精通 SPSS 統計分析實務與應用。臺北：全華。
- 吳明隆(2007a)。SPSS操作與應用：問卷統計分析實務。臺北：五南。
- 吳明隆(2007b)。SPSS 操作與應用：變異數分析實務。臺北：五南。
- 吳宜靜、張至昕、陳羿文、李彥青、梁儀芳(2006)。探討遊客對國內休閒農場遊憩滿意度研究－以高雄休閒農場、南元休閒農場為例。實踐大學觀光管理學系學士論文。
- 林清山(1979)。心理與教育統計學。臺北：東華。
- 林淑晴(1988)。從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響－以日月潭為例。中興大學園藝研究所碩士論文。
- 林宜蓉(2003)。地方政府舉辦節慶活動之經營策略與行銷活動研究。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 林美萍(2003)。遊客對產業文化活動效益認知之研究－以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例。逢甲大學土地管理學系碩士論文。

- 林兩儀(2004)。近岸海上遊憩活動觀光衝擊之研究—以大鵬灣國家風景區為例。義守大學管理研究所碩士論文。
- 林怡君(2005)。觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究—以三義木雕國際藝術節為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 林采瑩(2005)。非營利組織成員參與節慶活動的動機與效益認知之研究—以宜蘭國際藝術童玩節為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 林坤龍、陳有慶、張台鳳(2005)。漁村漁業轉型再造契機：休閒漁業。臺北：臺灣省漁會。
- 林大椿(2006)。南州觀光糖廠遊客旅遊動機與滿意度之研究。南台科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 宜蘭縣政府(2007)。南方澳鯖魚產業與文化論壇活動。臺北：行政院農業委會漁業署。
- 高崇倫、廖心蘭、洪湘琇(2007)。古坑地區民宿住宿客對咖啡節慶遊憩體驗滿意度之研究。2007年度臺灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集(頁 141-155)，3。臺北：景文科技大學。
- 許文富、陳清春(1994)。我國觀光休閒漁業發展規劃之研究。臺北：國

立臺灣大學農業經濟研究所。

陳思倫、郭柏村(1995)。觀音山風景區居民對觀光開發影響認知之研究。《觀光研究學報》，1(2)，頁 48-58。

張紹勳、張紹評、林秀娟(2001)。SPSS For Windows 統計分析—初等統計與高等統計(下冊)。臺北：松崗。

陳比晴(2003)。民眾參與節慶活動需求之研究—以 2003 陽明山花季為例。臺灣師範大學運動休閒與管理系碩士論文。

陳明川(2003)。社區居民對生態旅遊衝擊認知與發展態度之研究—以嘉義縣山美村為例。國立中興大學園藝學系碩士論文。

陳可杰、黃聯海、李宗倚、李婉怡、陳毅昌譯(2003)。Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. 原著(1999)。統計學(8版)。臺中：滄海。

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。

陳麗妃(2004)。白河蓮花節行銷策略之研究。立德管理學院資源環境研究所碩士論文。

張盈馨(2004)。企業贊助節慶活動之動機與效益評估研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。

- 陳柏州、簡如邠(2004)。臺灣的地方新節慶。臺北：遠足。
- 陳希林、閻蕙群譯(2004)。Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. 原著(2002)。節慶與活動管理。臺北：五觀。
- 張鈞凱(2005)。地方居民對於地方產業文化活動的參與動機與效益認知之研究—以草鞋墩國際稻草文化節為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 張紹勳(2005)。研究方法(3版)。臺中：滄海。
- 陳坤宏(2005)。社區居民對都市觀光衝擊之態度反應—臺南市安平區之個案研究。建築與規劃學報，6(2)，頁 109-127。
- 陳彥臻(2005)。曼波魚季在花蓮。漁業推廣，226，頁 30-33。
- 陳聰廉、陳弘慶(2006)。茂林國家風景區遊客滿意度之研究。嘉大體育健康休閒期刊，5，頁 185-195。
- 國立臺灣大學生物多樣性研究中心(2006)。農林漁牧—臺灣的自然資源與生態資料庫 III。臺北：行政院農業委員會林務局森林企劃組。
- 陳原銘(2007)。節慶活動遊客滿意度之研究—以 2007 臺東釋迦文化節為例。國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系碩士論文。
- 張筵裕(2007)。臺北大學學生事務處滿意度之相關因素分析。學校行政，52，頁 208-230。

- 陳璋玲(2008)。臺灣海洋漁業節慶活動的省思。漁業推廣，258，頁10-16。
- 葉碧華(1999)。大型觀光節慶活動效益之評估－以臺北燈會為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 游瑛妙(1999)。節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析－以第十一屆民藝華會為例。臺北：臺灣省交通處旅遊局。
- 黃淑君、何宗隆(2001)。臺北縣立坪林茶葉博物館遊客滿意度對重遊意願之影響。觀光研究學報，7(2)，頁111-123。
- 黃聲威(2001)。解析休閒漁業。漁業推廣，172，頁14-26。
- 黃輝銘(2004)。地方政府辦理節慶活動振興觀光文化產業策略之研究－以鹿港慶端陽為例。大葉大學事業經營研究所碩士論文。
- 彭崇耕(2005)。當地居民對觀光衝擊態度與認知之研究－以臺中縣谷關溫泉區為例。靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
- 黃聲威(2005)。我國發展漁業文化創意產業之探究－以黑鮪魚文化觀光季為例。臺北：行政院農業委員會。
- 黃聲威(2006a)。臺灣漁村發現之旅(五)(頁96-103)。臺北：行政院農業委員會漁業署。
- 黃聲威(2006b)。黑鮪魚文化觀光季－談漁業節慶之省思(上)。漁業推

廣，235，頁 14-25。

黃聲威(2006c)。黑鮪魚文化觀光季－談漁業節慶之省思(下)。漁業推廣，236，頁 12-21。

黃日昇(2006)。消費者對海洋性節慶活動認知之研究－以大臺北地區為例。國立臺灣海洋大學應用經濟研究所碩士論文。

楊崑霖(2000)。鄉鎮舉辦農特產節慶的效益與環境衝擊分析之研究－以 2000 年臺南縣白河蓮花結為例。逢甲大學土地管理學系碩士論文。

鄒文昇(2004)。遊憩動機、期望與滿意度之研究－以屏東黑鮪魚文化觀光季為例。國立屏東科技大學農企業管理所碩士論文。

楊小玲(2005)。當地居民對節慶活動衝擊之知覺與態度研究－平溪鄉與鹽水鎮之比較。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。

楊可凡(2005)。觀光節慶活動整合行銷傳播與置入性行銷探討：以彰化縣 2004 臺灣花卉博覽會為例。國立政治大學廣播電視學系碩士論文。

詹智婷(2007)。花蓮曼波魚季熱潮觀察及引發之衝突議題研究。國立東華大學環境政策研究所碩士論文。

臺南縣文化局(2000)。臺南縣產業文化活動成效分析之研究－2000 年

- 白河蓮花節。臺南：臺南縣文化局。
- 駱焜祺(2002)。觀光節慶活動行銷策略之研究－以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例。國立中山大學公共事務管理所碩士論文。
- 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。
- 賴峰偉、廖英賢(2005)。地方政府之行銷策略－以澎湖縣政府二〇〇〇年至二〇〇四年推展觀光節慶活動為例。《經濟前瞻》，98，頁 100-114。
- 鄭錫欽、姜竹音、孫逸群、鄭丁尹(2006)。發展節慶觀光對居民及遊客的認知與衝擊之研究－以澎湖花火節為例。2006 兩岸休閒暨旅遊發展研討會壁報論文。高雄：國立高雄大學。
- 蔡金河(2006)。漁村觀光產業行銷策略之研究：以高雄縣彌陀鄉為例。中山大學高階經營碩士論文。
- 謝淑芬、劉惠珍(2004)。地方節慶活動的遊憩利益與付費意願之關聯研究－以宜蘭綠色博覽會為例。2004 年度臺灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集(頁 188-207)，1。臺北：景文科技大學。
- 彌陀港文史協會(2003)。彌陀文化資產。高雄：彌陀鄉公所。
- 彌陀鄉公所(2006a)。虱目魚文化節文宣資料。高雄：彌陀鄉公所。

彌陀鄉公所(2006b)。2006 虱目魚文化節服務建議書。未出版書籍。高雄：

華宇。

魏源金、莊萬進(2007)。古坑“臺灣咖啡節”節慶滿意度之研究。2007

年度臺灣地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會論文集(頁

177-189)，3。臺北：景文科技大學。

羅孝吉(2003)。居民對舉辦地方節慶影響之認知、反應類型及支持承諾

之研究—以東港黑鮪魚文化觀光季為例。屏東科技大學企業管理

系碩士論文。

羅怡幀、陳惠美(2007)。地方舉辦單位對於節慶活動效益與發展阻礙認

知之研究—以臺灣燈會為例。2007 年度臺灣地方鄉鎮觀光產業發

展與前瞻學術研討會論文集(頁 96-110)，3。臺北：景文科技大學。

蘇佳玲(2002)。觀光節慶活動遊客意象、滿意度、忠誠度關聯之研究—

以屏東黑鮪魚文化觀光季為例。南華大學旅遊事業管理學研究所

碩士論文。

貳、英文文獻

- Anderson, R. E. (1973). Consumer dissatisfaction: The effect of disconfirmed expectancy on perceived product performance. *Journal of Marketing Research*, 10: 38-44. (引自 Millan, A., & Esteban, A., 2004)
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4): 1056-1076.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 31(2): 47-50. (引自 Upchurch, R. S., & Teivane, U., 2000)
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2): 120-130.
- Archer, B., & Cooper, C. (1998). The positive and negative impacts of tourism. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (2nd Ed., pp.63). Oxford : Butterworth Heinemann.
- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities: the residents' perspective. *Journal of Business Research*, 44: 199-209.
- Bjorklund, E., & Philbrick, A. (1972). Spatial configurations of mental processes. In Belanger, M. & Janelle, D. (Eds.), *Building Regions*

- for the Future*. Quebec: Dept. of Geography, Laval University. (引自 Bachleitner, R., & Zins, A. H., 1999)
- Brougham, J. E. & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis on resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(3): 569-589. (引自呂信樺, 2004)
- Butler, R. W. (1975). Tourism as an agent of social change. In Dept. of Geography (Ed.), *International Geographical Union's Working Group on Geography of Tourism and Recreation* (pp. 85-90). Ontario: Trent University, Peterborough. (引自 Bachleitner, R., & Zins, A. H., 1999)
- Cardozo, R. N. (1964). Customer satisfaction: laboratory study and marketing in action. *Journal of Marketing Research*, 2 : 244-249. (引自 Millan, A., & Esteban, A., 2004)
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: an example in the Rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6):1224-1234.
- Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: a case study of camping. *Environment and Behavior*, 11(4): 483-510.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In Travel Research Association (Ed.), *6th Annual Conference of the Travel Research*

- Association*(pp. 195-198). CA: San Diego. (引自 Bachleitner, R., & Zins, A. H., 1999)
- Frisby, W., & Getz, D. (1989). Festival management: a case study perspective. *Journal of Travel Research*, 28(1): 7-11.
- Getz, D. (1991). Festival, special events, and tourism. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1993). Festivals and special events. In Khan, M. A., Olsen, M. D., & Var, T. (Eds.), *Encyclopedia of hospitality and tourism* (pp.789-810). New York : Van Nostrand Reinhold.
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25(2): 171-181.
- Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement . In Hunt, H. K. (Ed.), *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction* (pp.7-8). Cambridge. M.A. : Marketing Science Institute.
- Jang, S. C., Morrison, A. M., & O’Leary, J. T. (2002). Benefit segmentation of Japanese pleasure travelers to the USA and Canada: selecting target markets based on the profitability and risk of individual market segments. *Tourism Management*, 23(4): 367-378.
- Kima, H., Borgesa, M. C., & Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: the case of FICA, Brazil. *Tourism*

Management, 27(5): 957-967.

Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1): 61-70.

Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1): 56-64.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impact*. New York : Longman.

Millan, A., & Esteban, A. (2004). Development of a multiple-item scale for measuring customer satisfaction in travel agencies services. *Tourism Management*, 25(5): 533-546.

Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3): 25-48.

Oliver, R. L. (1992). An investigation of the attribute basis of emotion and related affects in consumption: suggestion for a stage-specific satisfaction framework. *Advances in Consumer Research*, 19(2): 237-244.

Oliver, R. L. (1996). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.

Olshavsky, R. W., & Miller, J. A. (1972). Consumer expectations, product performance and perceived product quality. *Journal of Marketing Research*, 9 : 19-21. (引自 Millan, A., & Esteban, A., 2004)

- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. London: Sage. (引自張紹勳，2005)
- Ryan, C., & Cooper, C. (2004). Residents' perceptions of tourism development: the case of Raglan, New Zealand. *Tourism Review International*, 8(1): 1-15.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage. (引自張紹勳，2005)
- Swan, J. E., Trawick, F. I., & Carroll, M. G. (1982). Satisfaction related to predictive desired expectations: a field study. In Hunt, H. K. & Day, R. L. (Eds.), *New findings on consumer satisfaction and complaining* (pp.15-22). Bloomington, IN: Indiana University.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: an extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2): 204-212.
- Upchurch, R. S., & Teivane U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5): 499-507.
- William, F. T. (1997). *Global Tourism: The next decade*. London: Butterworth Heinemeane. (引用自陳比晴，2003)
- Wu, C. H. (2007). The impact of customer-to-customer interaction and customer homogeneity on customer satisfaction in tourism service — The service encounter prospective. *Tourism Management*, 28(6):

1518-1528.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1): 45-56.

參、網路資訊

中央社(2007年09月28日)。澎湖菊島海鮮節晚間漁人碼頭熱鬧開幕。

yam 天空新聞，1。線上檢索日期：2008年05月03日。網址：

<http://news.yam.com/cna/life/200709/20070928793112.html>

交通部觀光局(2007)。2006年國人旅遊狀況調查。線上檢索日期：2008

年05月03日。網址：

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200612/95國人中摘.htm>

花蓮縣無毒農業行銷物流網(2004年08月18日)。曼波魚季加長版。

線上檢索日期：2008年05月03日。網址：

http://www.hualien-innocuous.hl.gov.tw/un03News/news_itemdetail.aspx?id=6

高雄縣彌陀鄉公所(2006)。高雄縣彌陀鄉簡介。線上檢索日期：2008

年05月03日。網址：

http://www.mituo.gov.tw/index.asp?strurl=se_a03.htm

陳可文(2007年07月10日)。七美九孔節饗客垂涎。時報資訊，1。線

上檢索日期：2008年05月03日。網址：

<http://www.ctitv.com.tw/new/news/news02.html?id=8&cno=1&sno=306936>

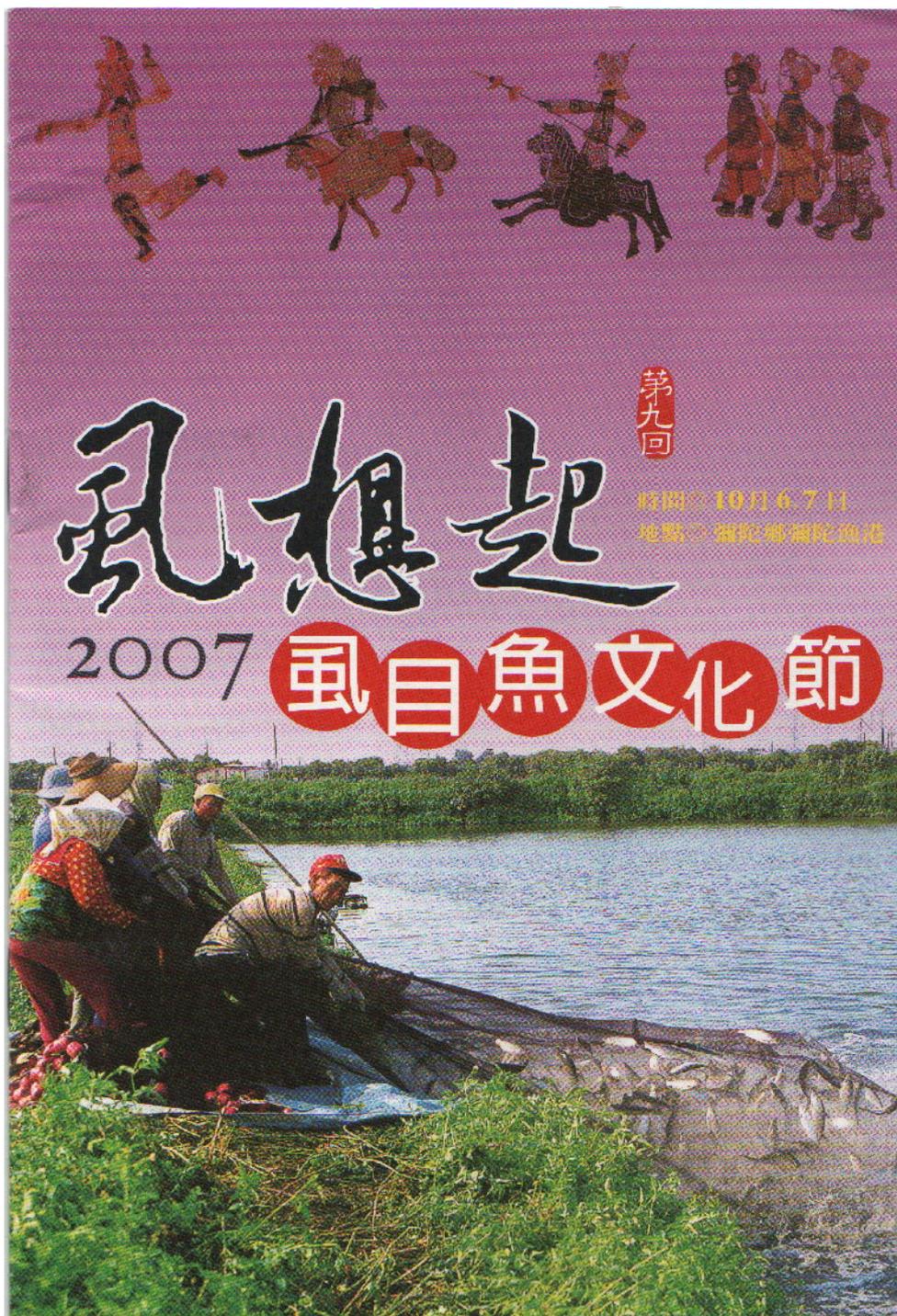
農業易遊網(2008年04月24日)。高雄縣彌陀鄉南寮漁港簡介。線上

檢索日期：2008年05月03日。網址：

http://ezfun.coa.gov.tw/view.php?theme=spots&id=S_wu_20040523214125&city=S&class=C06

鯖魚的故鄉-南方澳(2006)。南方澳鯖魚節。線上檢索日期：2008年05

月03日。網址：<http://power.nhush.tp.edu.tw/~fish/7.htm>



附錄二 2008 虱目魚文化節活動內容

10/13

08:00-11:45 親子寫生比賽
09:00-10:30 開幕式暨表演活動
10:30-11:00 天國樂團表演
11:00-11:40 絲竹樂
12:00-14:00 藝人表演
14:00-17:00 社團節目表演
16:30 魚苗放流戲水
18:30-22:00 虱目魚嘉年晚會

10/14

09:00-10:00 幼稚園團體表演
10:30-11:30 活力四健活動
12:00-14:00 熱門樂團演唱
14:00-16:30 社團節目表演
16:00-17:00 太極氣功十八式表演
19:00-22:30 虱目魚之夜晚會

10/13、10/14 周邊活動

紙影戲 6日 11:00 紙影戲DIY
15:00 紙影戲表演
7日 10:00 與 15:00 各演出一場

文化列車 每日 09:00-17:30 漂底山探祕、蔦松文物館

牛車之旅 每日 09:00-17:30

觀光遊艇 每日 09:00-17:30

虱目魚大拍賣 6日 14:00 與 16:00 二場
7日 10:00、14:00 與 16:00 三場

藥膳虱目魚品嚐 每日 09:00 起

虱目魚特產小吃 每日 09:00-21:00

農漁特產展售 每日 09:00-21:00

虱目魚趣味競賽闖關遊戲 每日不定時登場

畫展(林綉菊、謝洪芳枝)暨四健作品展 09:00-21:00

附錄三 預試資料

壹、遊客滿意度題項預試結果

題項	極端組比較	題項與總分相關		同質性檢定			未達標準指數	備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後 α 值	共同性	因素負荷量		
1	8.384***	-0.554**	0.487	0.908	0.297	0.545	0	保留
2	7.240***	-0.494**	0.465	0.908	0.270	0.520	0	保留
3	8.886***	-0.577**	0.509	0.908	0.318	0.564	0	保留
4	9.882***	-0.614**	0.557	0.906	0.376	0.613	0	保留
5	12.943***	-0.714**	0.588	0.905	0.413	0.643	0	保留
6	10.543***	-0.639**	0.545	0.906	0.370	0.609	0	保留
7	13.651***	-0.732**	0.654	0.903	0.506	0.712	0	保留
8	11.846***	-0.682**	0.635	0.903	0.488	0.698	0	保留
9	11.856***	-0.683**	0.610	0.904	0.458	0.677	0	保留
10	15.433***	-0.772**	0.692	0.901	0.554	0.745	0	保留
11	10.736***	-0.646**	0.567	0.905	0.394	0.627	0	保留
12	12.564***	-0.706**	0.624	0.904	0.474	0.689	0	保留
13	12.677***	-0.707**	0.656	0.902	0.514	0.717	0	保留
14	9.004***	-0.579**	0.567	0.905	0.403	0.635	0	保留
15	10.839***	-0.650**	0.622	0.904	0.466	0.683	0	保留
16	13.383***	-0.727**	0.707	0.901	0.580	0.762	0	保留
判斷值	>3.00	>0.400	>0.400	<0.910	>0.200	>0.400		

貳、遊客認同度題項預試結果

題項	極端組比較	題項與總分相關		同質性檢定			未達標準指數	備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後 α 值	共同性	因素負荷量		
1	13.039***	-0.716**	0.624	0.909	0.491	0.701	0	保留
2	14.007***	-0.740**	0.734	0.904	0.636	0.798	0	保留
3	14.318***	-0.747**	0.718	0.904	0.605	0.778	0	保留
4	15.779***	-0.777**	0.677	0.906	0.547	0.740	0	保留
5	12.863***	-0.711**	0.589	0.911	0.433	0.658	0	保留
6	16.215***	-0.784**	0.689	0.906	0.557	0.746	0	保留
7	14.547***	-0.753**	0.713	0.904	0.601	0.775	0	保留
8	13.714***	-0.733**	0.690	0.905	0.578	0.760	0	保留
9	14.381***	-0.745**	0.706	0.905	0.590	0.768	0	保留
10	15.306***	-0.766**	0.649	0.908	0.505	0.711	0	保留
11	10.023***	-0.612**	0.590	0.911	0.438	0.662	0	保留
判斷值	>3.00	>0.400	>0.400	<0.914	>0.200	>0.400		

參、居民衝擊題項預試結果

題項	極端組比較	題項與總分相關		同質性檢定			未達標準指數	備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後 α 值	共同性	因素負荷量		
1	5.920***	-0.469**	0.361	0.741	0.502	0.709	1	保留
2	5.315***	-0.431**	0.394	0.739	0.544	0.738	1	保留
3	4.166***	-0.350**	0.291	0.745	0.410	0.641	2	保留
4	4.140***	-0.348**	0.117	0.760	0.486	-0.697	2	保留
5	3.665***	-0.313**	0.127	0.759	0.507	-0.712	2	保留
6	5.136***	-0.419**	0.302	0.744	0.606	0.779	1	保留
7	1.218	-0.109	0.046	0.757	0.320	-0.566	2	保留
8	3.649***	-0.311**	0.395	0.740	0.370	0.609	2	保留
9	2.133***	-0.231**	0.388	0.764	0.156	0.469	5	刪除
10	6.087***	-0.480**	0.528	0.733	0.287	0.535	0	保留
11	3.729***	-0.318**	0.129	0.758	0.480	-0.693	2	保留
12	4.542***	-0.378**	0.273	0.746	0.526	0.725	2	保留
13	3.168***	-0.191*	0.033	0.760	0.345	-0.588	2	保留
14	3.017***	-0.178*	0.233	0.748	0.491	0.701	2	保留
15	7.032***	-0.534**	0.350	0.741	0.098	-0.413	2	保留
16	2.068***	-0.423**	0.389	0.762	0.126	-0.503	3	刪除
17	5.998***	-0.474**	0.330	0.743	0.091	-0.402	2	保留
18	5.494***	-0.442**	0.207	0.751	0.348	-0.590	1	保留

題項	極端組比較	題項與總分相關		同質性檢定			未達標準指數	備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後 α 值	共同性	因素負荷量		
19	4.386***	-0.366**	0.218	0.750	0.339	-0.582	2	保留
20	7.850***	-0.576**	0.450	0.734	0.490	0.700	0	保留
21	5.708***	-0.456**	0.318	0.743	0.539	0.734	1	保留
22	5.408***	-0.437**	0.409	0.738	0.525	0.725	0	保留
23	3.336***	-0.287**	0.143	0.753	0.244	-0.494	2	保留
24	7.373***	-0.552**	0.349	0.741	0.175	-0.419	2	保留
25	7.502***	-0.559**	0.424	0.736	0.515	0.717	0	保留
26	7.768***	-0.572**	0.469	0.736	0.328	0.573	0	保留
27	8.368***	-0.601**	0.502	0.733	0.340	0.583	0	保留
判斷值	>3.00	>0.400	>0.400	<0.760	>0.200	>0.400		

附錄四 遊客問卷

親愛的遊客，您好：

這是一份學術性碩士論文研究問卷，主要的目的為瞭解您對彌陀鄉虱目魚觀光文化節的看法、意見，以及您對此項活動的滿意度。本問卷採不記名方式，所得之結果僅做學術研究用，不對外公開或做其他用途。希望您能詳實閱讀，安心作答，感謝您的支持與配合，謝謝！

敬祝 身體健康 萬事如意

國立高雄海洋科技大學 漁業生產與管理系所

指導教授：廖翊雅 教授

研究生：傅姿蓉 敬上

- 一、請問您是：第一次，第二次，第三次，第三次以上 參加虱目魚觀光文化節。
- 二、請問您此行的同伴有：_____人；是
親人，同學，同事，朋友，旅行團，其他(請說明)_____。
- 三、您如何知道虱目魚觀光文化節的活動？電視或是廣播，電腦網路，觀光宣傳資料，
親朋好友推薦，報章雜誌，其他(請說明)_____。
- 四、您的交通工具：機車，轎車，自行車，徒步，計程車，遊覽車，
其他(請說明)_____。
- 五、請問本次虱目魚觀光文化節活動主要吸引您的原因：(可複選)
購買、品嚐魚產，節慶活動，瞭解當地文化，地區純樸民風，當地景觀，
休閒機會，新鮮有趣，紓解壓力，對彌陀鄉之認同感，熱鬧氣氛，
其他(請說明)_____。
- 六、請問您在本次虱目魚觀光文化節活動中，您在高雄縣(市)：1.沒留宿，留宿；
2.留宿於民宿，旅館，親友家，其他(請說明)_____；
3.留宿一夜，兩夜，兩夜以上。

七、針對高雄縣彌陀鄉這次所舉辦的虱目魚觀光文化節，勾選您個人滿意的程度，從最高 5[非常滿意]到最低 1[非常不滿意]給予評分，請在適當的 打 ：

	非 常 滿 意 5	滿 意 4	普 通 3	不 滿 意 2	非 常 不 滿 意 1
1.魚食產品之口味與質感	<input type="checkbox"/>				
2.您對各項產品消費價格	<input type="checkbox"/>				
3.路標清楚程度	<input type="checkbox"/>				
4.漁產品料理之創新	<input type="checkbox"/>				
5.活動之廣告與文宣	<input type="checkbox"/>				
6.停車場的規劃	<input type="checkbox"/>				
7.環境整潔	<input type="checkbox"/>				
8.服務人員態度	<input type="checkbox"/>				
9.活動之休閒娛樂性	<input type="checkbox"/>				
10.交通管制情形	<input type="checkbox"/>				
11.公共廁所整潔衛生情形	<input type="checkbox"/>				
12.節目與活動之滿意度	<input type="checkbox"/>				
13.對於主辦單位規劃的內容	<input type="checkbox"/>				
14.提供親子同樂的功能	<input type="checkbox"/>				
15.漁產品拍賣秩序問題	<input type="checkbox"/>				
16.虱目魚觀光文化季的整體評價	<input type="checkbox"/>				

八、參與彌陀鄉觀光文化節活動後，請您就下列各項，勾選您個人同意的程度，從最高 5[非常同意]到最低 1[非常不同意]給予評分，請在適當的 打 \checkmark ：

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.提升您對漁村生活的瞭解	<input type="checkbox"/>				
2.增加您對彌陀鄉的瞭解與印象	<input type="checkbox"/>				
3.可促進當地之公共建設	<input type="checkbox"/>				
4.保存傳統漁村文化	<input type="checkbox"/>				
5.增加漁民及漁村婦女之就業機會	<input type="checkbox"/>				
6.有助於地方觀光、文化以及經濟的發展	<input type="checkbox"/>				
7.增加您對彌陀鄉的好感	<input type="checkbox"/>				
8.提升您對漁業文化的瞭解	<input type="checkbox"/>				
9.促進彌陀鄉觀光景點知名度	<input type="checkbox"/>				
10.對漁民收入有幫助	<input type="checkbox"/>				
11.活動應繼續辦理	<input type="checkbox"/>				

九、經過此次參與活動，您未來還會參與此活動嗎？

會，不會。

十、經過此次參與活動，您會鼓勵您的親朋好友來參與嗎？

會，不會。

十一、基本資料

- 請問您的性別是 男 女
- 請問您的年齡是 19歲以下 20-29歲 30-39歲
40-49歲 50-59歲 60歲以上
- 請問您的教育程度是 國小 國中 高中職 專科 大學 研究所以上
- 請問您的職業是 工商業 農林漁牧業 軍公教 學生 自由業
服務業 家庭主婦 退休人員 其他_____
- 請問您的收入是 無收入 15,000元以下 15,001-30,000元 30,001-45,000元
45,001-60,000元 60,001-75,000元 75,001元以上
- 請問您的婚姻狀況是 未婚 已婚
- 請問您的居住地是 北部 中部 南部 東部 其他_____

本問卷到此結束，再次感謝您的協助！

附錄五 居民問卷

親愛的鄉親，您好：

這是一份學術性碩士論文研究問卷，主要的目的為瞭解您對彌陀鄉虱目魚觀光文化節的看法與意見。本問卷採不記名方式，所得之結果僅做學術研究用，不對外公開或做其他用途。希望您能詳實閱讀，安心作答，感謝您的支持與配合，謝謝！

敬祝 身體健康 萬事如意

國立高雄海洋科技大學 漁業生產與管理系所

指導教授：廖翊雅 教授

研究生：傅姿蓉 敬上

一、您認為是否很期盼每年所舉辦的虱目魚觀光文化節：是，否。

二、您認為在虱目魚觀光文化節的活動中，您的參與度為：

很高，蠻高，普通，不高，很低。

三、您希望虱目魚觀光文化節的活動：

每年舉辦，每兩三年舉辦一次，停辦。

四、針對這次所舉辦的虱目魚觀光文化節，勾選您同意的程度，從最高 5[非常同意]到最低 1[非常不同意]或給予評分，請在適當的打√：

	非 常 同 意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
1.增加當地所得	<input type="checkbox"/>				
2.促使地方公共建設的興建與改善	<input type="checkbox"/>				
3.減少人口外流	<input type="checkbox"/>				
4.垃圾及髒亂的增加	<input type="checkbox"/>				
5.使得本地交通混亂	<input type="checkbox"/>				
6.提升生活水準	<input type="checkbox"/>				
7.人際關係變的淡薄	<input type="checkbox"/>				
8.增加對漁業文化的瞭解	<input type="checkbox"/>				
9.提高彌陀鄉的知名度與形象	<input type="checkbox"/>				
10.增加噪音的問題	<input type="checkbox"/>				
11.增加居民就業機會	<input type="checkbox"/>				
12.影響本地原本的生活作息	<input type="checkbox"/>				

	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
13.文化交流的機會增加	<input type="checkbox"/>				
14.地方課稅增加	<input type="checkbox"/>				
15.造成工作型態的改變	<input type="checkbox"/>				
16.原始景觀遭受破壞	<input type="checkbox"/>				
17.造成季節性失業	<input type="checkbox"/>				
18.外來投資的增加	<input type="checkbox"/>				
19.促使環境的改善	<input type="checkbox"/>				
20.增加遊客與居民的互動	<input type="checkbox"/>				
21.使本地犯罪率增加，治安惡化	<input type="checkbox"/>				
22.使本地物價上漲	<input type="checkbox"/>				
23.婦女增加就業機會	<input type="checkbox"/>				
24.增加戶外遊憩場所	<input type="checkbox"/>				
25.幫助當地漁業產業的發展	<input type="checkbox"/>				

五、您是否會繼續支持虱目魚觀光文化節活動的舉辦：是，否。

六、個人資料：

- 1.請問您的性別是 男 女
- 2.請問您的年齡是 19歲以下 20-29歲 30-39歲
40-49歲 50-59歲 60歲以上
- 3.請問您的教育程度是 國小 國中 高中職 專科 大學 研究所以上
- 4.請問您的職業是 工商業 農業 漁業 軍公教 學生 自由業
服務業 家庭主婦 退休人員 其他_____
- 5.請問您的收入是 無收入 15,000元以下 15,001-30,000元 30,001-45,000元
45,001-60,000元 60,001-75,000元 75,001元以上
- 6.請問您的婚姻狀況是 未婚 已婚
- 7.請問您居住地是 南寮村 漯底村 海尾村 彌陀村 其他_____
- 8.請問您在此地已居住 5年以下 5-10年 10-20年 20年以上

若您對虱目魚觀光文化節對當地造成的影響尚有其他意見或建議事項，敬請您留下寶貴的意見，以供此研究檢討改進。

附錄六 訪談問項

訪談問項

壹、相關單位

- 一、請問您在籌備虱目魚文化節活動過程中，曾經遭遇哪些困難？
- 二、您認為舉辦的虱目魚文化節有造成什麼樣的影響？
- 三、對於業者、居民、养殖户及漁民的幫助？
- 四、舉辦虱目魚文化活動需要改進的地方？

貳、業者

- 一、您對於此海洋觀光文化節的看法為何？
(包括支持度、參與度、認同度)
- 二、您認為虱目魚文化節是否有助於您們的知名度？
- 三、您認為舉辦虱目魚文化節之後，跟您以前沒有虱目魚文化節的收益是否有差異？是變好？還是不好？
- 四、您認為現今所舉辦的虱目魚文化節是否有該改進的地方？

參、养殖户

- 一、您對於此虱目魚文化節的看法為何？
(包括支持度、參與度、認同度)
- 二、您覺得虱目魚文化節的影響？
 1. 在經濟方面
 2. 在環境方面
- 三、您是否有參與過虱目魚文化節的籌辦？覺得哪裡該改進？

肆、漁民

- 一、您對於此虱目魚文化節的看法為何？
(包括支持度、參與度、認同度)
- 二、您覺得虱目魚文化節的影響？
 1. 在經濟方面
 2. 在環境方面
- 三、是否參與虱目魚文化節籌辦？覺得有什麼需要改進的地方？

附錄七 訪談資料

一、相關單位：

受訪者 A.

1. 舉辦過程中所遭遇的困難？

- a. 上級單位除了縣政府以外補助減少，使活動受局限。
- b. 活動為季節性，原本本意是希望可以拓展彌陀鄉虱目魚的產業，節慶時收益不錯，但節慶後就減少很多，我們希望的是能夠打開彌陀鄉虱目魚的知名度，希望是能夠落實產業活動讓它能永續發展，而不是只有季節性，期望未來能夠延伸至商業行為，帶動經濟利益。
- c. 其實政府推廣一鄉一特色，但是很多鄉鎮都很少有自己的特色，這樣下去會無法讓活動繼續延續下去。
- d. 雖然政府舉辦此項活動，扮演著輔導的角色，但是許多業者很少能夠藉著活動來擴展自己的產業。

2. 舉辦虱目魚文化節的影響：

正面：

- a. 知名度會提高。
- b. 地方的凝聚力加強，使地方團結。
- c. 使上級單位能夠正視地方產業。
- d. 經費上也比較容易申請。

負面：

- a. 銷售無法擴展。
- b. 活動性質大約都相同，沒有創意。
- c. 特色還不夠顯出，需要多加強。
- d. 很想擴展虱目魚的銷售，就像黑鮪魚文化節一樣，不過因為價值較低，運用宅配或是運送方式並不合經濟利益，所以還在思考是否有更好的方法可以提升產值。

3. 對於業者、居民、養殖戶及漁民的幫助：

對於業者來說幫助比較大，因為可以提升經濟利益，而居民也是，因為這裡有些居民也是業者，所以對於他們來說應該是受益良多。其他的就還好，漁民幫助不大。

4. 需要改進的地方：

當然是希望經費不要在刪減，然後讓我們有足夠的經費去辦好這項活動。

受訪者 B.

1. 舉辦過程中所遭遇的困難？

是還好啦，主要是希望能夠推廣當地的產業而已，且已經到了第九屆，許多的困難也陸續的盡力去克服了。

2. 舉辦虱目魚文化節的影響：

正面：

- a. 知名度會提高。
- b. 地方上的建設會比較容易受政府正視。
- c. 地方的凝聚力加強，使地方團結。

負面：

- a. 活動性質大約都相同，沒有新創意。
- b. 其他就還好。

3. 對於業者、居民、養殖戶及漁民的幫助：

對於業者來說幫助是比較大，因為可以提升收入，不過對於漁民幫助不大，因為對他們來說比較沒有經濟利益，活動也是只有參加一開場的開幕典禮幫忙開船，不過這裡的漁民都很熱心會想要幫忙，這是一個很值得欣慰的事情。

4. 需要改進的地方：

因為經費問題，所以在推廣的時候比較不容易，報章媒體的宣傳有限。

受訪者 C.

1. 舉辦過程中所遭遇的困難？

其實已經舉辦這麼多屆了，已經沒有什麼太大的問題，不過在經費上的補助逐年減少，所以在辦活動的時候有很多內容沒辦法提升，經費的限制造成許多問題。還有就是產業一直無法再精緻化，虱目魚的價格其實不高，如果要提升產值，就要有更新的創意，例如之前提出虱目魚頭含有膠原蛋白，不過如果提煉將會利用大量的虱目魚，必須要衡量是否符合經濟利益，總之希望將低價值的產業發展到高價值的產業，在這方面還有待突破。

2. 舉辦虱目魚文化節的影響：

正面：

- a. 知名度會提高。
- b. 遊客會增加。
- c. 地方的凝聚力加強，使地方團結。
- d. 提升文化氣息，例如烏松文物館非常值得一去。

負面：

- a. 經費限制許多的活動。

3. 對於業者、居民、養殖戶及漁民的幫助：

其實大體上都有幫助，只是多或是少而已。對於業者來說可以提升收入，不過對漁民幫助不大，而對養殖戶來說其實幫助也不大，因為近年來物價上漲，電費、飼料費也逐漸提升，而造成養殖戶收支無法平衡，不過整體來說，或多或少都有幫助。

4. 需要改進的地方：

還是有需要改進的地方，因為經費問題，所以在推廣的時候比較不容易，報章媒體的宣傳有限，希望產業能夠有新創意。

二、業者：

受訪者 D.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

還可以啦，算是認同也算是支持，但希望活動能夠帶動地方的經濟。

2. 虱目魚文化節是否有助於知名度？

多多少少有，不過還是希望更多人能夠知道我們的店。

3. 虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較的差異？

多少有提升，不過就是短期的效益，幾天而已。

4. 認為虱目魚文化節是否有該改進的地方？

都還好，不過我覺得活動要有所變化，不要每年都一樣的活動，行程表都差不多。

受訪者 E.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

還不錯啦，算是認同也算是支持，對我們來說算蠻有幫助的，也期望以後可以繼續再辦。

2. 虱目魚文化節是否有助於知名度？

有，算是有幫助。

3. 虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較的差異？

一定有幫助，但是也還好啦，就是我們也會盡力去推廣。

4. 認為虱目魚文化節是否有該改進的地方？

我覺得推廣的還不夠，宣傳也不夠，且活動都很死板，一成不變。

受訪者 F.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

可以帶動產業，並且能夠讓大家認識彌陀鄉。且收入會增加，也可以發展彌陀鄉的特色，還有特產的推銷，整體來說算是不錯了，會繼續支持。

2. 虱目魚文化節是否有助於知名度？

多少有，且很多客人都會在虱目魚節後來詢問，算是有提升了。

3. 虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較的差異？

虱目魚文化節是屬於季節性的，雖然有帶來商機，不過只有兩天而已。在天氣冷的時候生意比較好而已，不過整體來說算是有幫助的。

4. 認為虱目魚文化節是否有該改進的地方？

希望每年能夠多辦幾次，然後每一個鄉鎮都可以研發更多的特產，還有在廣告宣傳來說還不夠，還是有很多人都不知道，像是岡山、橋頭等附近的地區還是有很多人都不知道，表示宣傳力還不夠，希望政府能夠加強。再來還有節目活動太一成不變了，每年都差不多。

受訪者 G.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

算是支持也認同，不過也是希望可以更好。

2. 虱目魚文化節是否有助於知名度？

多少而已，效果不大，需要再加強吧。

3. 虱目魚文化節舉辦後，與之前沒有節慶活動的時候相比較的差異？

多少有幫助，但希望可以更好。

4. 認為虱目魚文化節是否有該改進的地方？

創意不夠，推廣也不夠。

三、養殖戶：

受訪者 H.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

覺得還不錯啦，可以增加一點點收入，不過是季節性的，希望以後可以多辦多次一點。希望以後繼續辦下去，會支持啦。

2. 對於虱目魚文化節的影響?

經濟方面：有阿，多多少少有幫助，但是一年一次真的幫助不大。

環境方面：還好啦，就多多少少有幫助，但希望可以更好。

3. 是否參與虱目魚文化節籌辦?覺得有什麼需要改進?

沒有參加，但如果有需要盡量幫忙，改進喔，我覺得還可以啦，多辦幾次活動吧。

受訪者 I.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何?

算是蠻支持的，覺得虱目魚文化節可以推廣彌陀鄉虱目魚產業，讓大家都知道，然後來彌陀鄉嚐嚐虱目魚。

2. 對於虱目魚文化節的影響?

經濟方面：就還好，多少有增加收入，不過由於物價上漲，飼料費也提升，而虱目魚的價值不高，殖戶實在不好生存。

環境方面：還好啦，決定幫助並不大。

3. 是否參與虱目魚文化節籌辦?覺得有什麼需要改進?

沒有參加，希望可以把虱目魚文化節推廣出去，虱目魚其實有很多地方可以利用，例如魚肚、魚皮、魚頭、魚腸等等，如果可以多加利用的話，推出新的產品會更提升彌陀鄉的虱目魚文化節，希望政府能夠有所補助，所有物價都上漲，不符合經濟利益。

受訪者 J.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何?

有支持，也很認同，政府輔導然後舉辦虱目魚文化節很不錯，也舉辦很多屆，不過對外宣傳還不是很足夠，希望能夠對外有開放性，增加外地遊客。

2. 對於虱目魚文化節的影響?

經濟方面：還好而已，且飼料費、水電費都上漲，實在沒有什麼利潤。

環境方面：沒有什麼改善，都差不多。

3. 是否參與虱目魚文化節籌辦?覺得有什麼需要改進?

沒有參加，不過希望宣傳要加強，向外界推銷我們的虱目魚，希望對外要有開放性，讓遊客增加才可以擴展我們的虱目魚產業，然後希望有一些促銷活動能夠讓我們養殖戶能夠在虱目魚文化節的時候有一些收入，再來就是經費補助，政府應該對養殖戶有一些補助，物價上漲，飼料費增加，對養殖戶來說負擔蠻大的。

四、漁民：

受訪者 K.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

就覺得還不錯，可以辦個活動，雖然對我們沒有多大的利益，但是可以讓很多人來我們彌陀鄉走一走，了解我們的環境跟我們的漁村，我覺得很棒，很認同這個活動也很支持，如果需要我們我們也會盡力幫忙。

2. 對於虱目魚文化節的影響？

經濟方面：完全沒有，主要跟養殖比較有關係啦。不過也沒關係啦，這也沒有什麼。

環境方面：環境方面對我們來說比較有幫助啦，因為有節慶之後，政府也比較注重附近環境還有建設，所以在環境上有明顯的改善，我們也希望有觀光客來的時候能夠看見很漂亮很好的彌陀鄉。

3. 是否參與虱目魚文化節籌辦？覺得有什麼需要改進？

並沒有參與，那些我們也不懂，但是像是開幕的時候幫忙開船，也算是有幫忙，如果需要我們，我們也會盡力去幫忙。

受訪者 L.

1. 對於虱目魚文化節的看法為何？

覺得這個活動可以宣傳虱目魚的產業，可以讓更多人知道虱目魚有很多種吃法，會繼續支持活動辦下去。

2. 對於虱目魚文化節的影響？

經濟方面：沒有，活動也只有兩天而已，所以沒有什麼影響，就算有影響也只是一小部分。

環境方面：活動的時期，政府單位會注重彌陀鄉的形象，對於很多公共設施會進行改善，算是很不錯了。

3. 是否參與虱目魚文化節籌辦？覺得有什麼需要改進？

沒有參與，不過我覺得這裡的道路非常不平，需要做改善，也希望政府多給點經費，讓我們彌陀鄉能夠更進步，還有宣傳力還不夠，應該要多加強。