

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

以 PLS-SEM 模型探討民眾參與金門坑道音樂節

之動機與行為意圖

Using the PLS-SEM Model to Explore the Motives and
Behavior Intentions of People Participating in the Kinmen
Tunnel Music Festival

洪莉媚

Li-Mei Hung

指導教授：陳寶媛 博士

楊政郎 博士

Advisor: Pao-Yuan Chen, Ph.D.

Cheng-Lang Yang, Ph.D.

中華民國 110 年 5 月

May 2021

南華大學

(管理學院文化創意事業管理學系)

碩士學位論文

以 PLS-SEM 模型探討民眾參與金門坑道音樂節之動機與行為意圖

Using the PLS-SEM Model to Explore the Motives and Behavior Intentions of People Participating in the Kinmen Tunnel Music Festival

研究生：洪莉娟

經考試合格特此證明

口試委員：林宏濱 楊政郎

陳寶媛

孫鈺峯

指導教授：陳寶媛

楊政郎

系主任(所長)：陳子如

口試日期：中華民國110年05月22日

中文摘要

本研究是在動機理論下，加入文化衝擊作為中介變數，探討民眾參與金門坑道音樂節之動機與行為意圖。有別於傳統上使用以共變數為基礎的結構性方程模型（Covariance-Based Structural Equation Models, CB-SEM），本研究以結構性方程模型-偏最小平方法（Partial Least Square Structural Equation Models, PLS-SEM）進行分析，以解決取得實證樣本數太少的問題。本研究利用網路問卷調查，共取得 289 份資料，其中有效問卷為 163 份，無效問卷為 126 份，有效百分比率為 56%。實證研究主要結果如下：參與金門坑道音樂節的動機會顯著的正向影響行為意圖；參與金門坑道音樂節的動機亦會顯著的正向影響文化衝擊；參與金門坑道音樂節的文化衝擊會顯著的正向影響行為意圖，以上結果與既存文獻之結果相同。最後，希望藉由此研究問卷調查結果，能提供改善意見給爾後年度辦理「金門坑道音樂節」活動時所參考，也希望將金門的特色文化與景點，藉由表演活動能延續下去，讓更多民眾可以看見金門的特色文化。

關鍵字：動機、行為意圖、文化衝擊

英文摘要

This study is based on the motivational theory and uses culture shock as an intermediary variable to investigate the relationship between motivation and behavioral intentions of people participating in the Kinmen Tunnel Music Festival. In order to solve the limitation caused by small sample size, this study uses partial least square structural equation models (PLS-SEM) instead of covariance-based structural equation models (CB-SEM) to do the empirical studies. An online questionnaire is used in the study. There are 289 data being collected in total, including 163 valid questionnaires and 126 invalid questionnaires, with a valid response rate of 56%. The main results of the empirical research are as follows: the motivation to participate in the Kinmen Tunnel Music Festival has a significantly positive impact on behavioral intentions; the motivation to participate in the Kinmen Tunnel Music Festival also significantly and positively affects the culture shock; the cultural shock of participating in the Kinmen Tunnel Music Festival can positively influence behavioral intentions, and the above results are the same as those in the existing literature. According to the results, it is hoped to provide suggestions to related organizations for the improvement of future Kinmen Tunnel Music Festival. Through the annual performance of Kinmen Tunnel Music Festival, I also in hope that the characteristic culture and attractions of Kinmen can be passed on and seen by more people.

Keywords: Motivation, Behavioral Intention, Culture Shock

目錄

中文摘要	I
英文摘要	II
目錄	III
圖目錄	V
表目錄	VI
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究限制	3
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 戰地史蹟翟山坑道及坑道音樂節的源由	6
第二節 文化衝擊	10
第三節 動機理論	11
第四節 行為意圖	12
第三章 研究方法	14
第一節 研究架構與假設	14
第二節 研究對象與抽樣	15
第三節 問卷設計	15
一、 個人背景資料	15
二、 參與金門坑道音樂節的動機	16
三、 參與金門坑道音樂節的文化衝擊	17
四、 參與金門坑道音樂節的行為意圖	18
第四節 資料處理與統計方法	18
第四章 研究結果與分析	20
第一節 個人背景變項分析	20
第二節 信度分析	23

一、	參與金門坑道音樂節動機之信度分析	23
二、	參與金門坑道音樂節文化衝擊之信度分析	25
三、	參與金門坑道音樂節行為意圖之信度分析	27
第三節	描述性統計分析	27
一、	參與金門坑道音樂節動機之描述性統計分析	27
二、	參與金門坑道音樂節文化衝擊之描述性統計分析	29
三、	參與金門坑道音樂節行為意圖之描述性統計分析	30
第四節	差異性分析	31
一、	不同性別對各構面之差異性分析	31
二、	不同婚姻狀況對各構面之差異性分析	33
三、	不同參加次數對各構面之差異性分析	35
四、	不同參與夥伴對各構面之差異性分析	37
第五節	相關性分析	38
第六節	結構性方程模型-偏最小平方法	39
一、	收斂信度	39
二、	區別效度	42
三、	結構模型	43
第五章	結論與建議	45
第一節	研究發現與結論	45
第二節	建議	47
參考文獻	49
附錄	51
附錄 1	金門國家公園 91-95 年度各遊憩據點遊客人次統計表	51
附錄 2	金門國家公園 96-101 年度各遊憩據點遊客人次統計表	52
附錄 3	金門國家公園 102-105 年度各遊憩據點遊客人次統計表	53
附錄 4	金門國家公園 106-109 年度各遊憩據點遊客人次統計表	54

圖目錄

圖 1 研究流程圖	5
圖 2 研究架構圖	14
圖 3 結構性方程圖	44



表目錄

表 1 本島國家公園 91-108 年度遊憩據點遊客人數統計表	9
表 2 外島國家公園 91-108 年度遊憩據點遊客人數統計表	10
表 3 個人基本資料	22
表 4 旅遊特性	23
表 5 參與金門坑道音樂節動機之信度分析	24
表 6 參與金門坑道音樂節文化衝擊之信度分析	26
表 7 參與金門坑道音樂節行為意圖之信度分析	27
表 8 參與金門坑道音樂節動機之描述性統計分析	28
表 9 參與金門坑道音樂節文化衝擊之描述性統計分析	30
表 10 參與金門坑道音樂節行為意圖之描述性統計分析	31
表 11 不同性別對各構面之差異性分析	33
表 12 不同婚姻狀況對各構面之差異性分析	34
表 13 不同參加次數對各構面之差異性分析	36
表 14 不同參與夥伴對各構面之差異性分析	38
表 15 參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊與行為意圖之相關性分析	39
表 16 動機、文化衝擊與行為意圖之因素負荷量	40
表 17 動機、文化衝擊與行為意圖之信度、組合信度與 AVE	41
表 18 Fornell-Larcker criterion.....	42
表 19 cross-loadings	43
表 20 路徑係數表	44

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

金門經歷了古寧頭大戰、八二三砲戰、九三砲戰等戰役，由於金門較晚開放解嚴，造就島上得以保留完整的各類史蹟，為持續保護戰地史蹟，民國 84 年金門國家公園成立，為我國第六座國家公園，也是第一座以維護戰役史蹟、文化資產為主且兼具保育自然資源的國家公園，金門以維護歷史文化資產與戰役紀念聞名，因而間接發展出獨特性的「金門坑道音樂節」活動，透過坑道音樂節的舉辦，成功將坑道轉化為音樂廳，此一再利用方式，深受民眾與媒體肯定，認為是對金門戰役史蹟再利用的良好示範（金門國家公園官方網站, 2021）。

「翟山坑道」本為戰爭而建的坑道，民國 87 年開放觀光，根據金門國家公園資料統計，從民國 91 年至 109 年度，「翟山坑道」遊客參觀人數每年皆為金門國家公園各景點之冠，如附錄 1 至附錄 4（金門國家公園 91-109 年度各遊憩據點遊客人次統計表），民國 98 年翟山坑道音樂節誕生後，遊客人數統計呈現正成長，亦較上年度增加約 25%，民國 104 年度遊客人數達到 507,320 人，首度突破 50 萬人次，民國 109 年度因受嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情影響，金門小三通停航與國內旅遊遊客人數減少，「翟山坑道」參觀人數降為 310,130 人，比上年度 523,830 人，減少約 41%，因疫情關係，109 年「金門坑道音樂節」主辦單位特將主題定為「希望」及「祈福」，希望透過音樂可以喚起人們的希望（金門縣政府官方網頁, 2021）。

「金門坑道音樂節」迄今已舉辦 12 年，表演場地為戰地史蹟「翟山坑道」，「翟山坑道」除了原有的戰地史蹟景觀外，更結合了表演藝術，讓民眾參觀後有更豐富的體驗與感受，透過跨領域的結合激起民眾前往參觀的動機，進而改變民眾的觀感，吸引民眾再度前往參觀，讓民眾可以間接更瞭解金門的特色文化。

近年來，各縣市皆有舉辦類似的文化節慶活動，結合在地特色，透過宣傳與行銷，吸引民眾前往觀光，然而舉辦活動所帶來的文化衝擊，一般需要較長時間

才會呈現，影響也較不直接，許多面向也無法確實量化，因而不易受到重視或是容易被忽略，本研究認為活動產生的文化衝擊是需要被關注的問題，衝擊通常是一體兩面，有正面衝擊也會帶來負面衝擊 (楊明賢, 2002)，是會增進地方居民文化的認同，還是改變地方居民的文化風俗，值得我們去探討與研究。

透過節慶活動推動各地觀光產業發展，已是政府機關或民間單位的觀光策略之一，以金門坑道音樂節為例，已列為金門縣政府觀光旅遊網年度重要活動之一，並列入觀光活動行事曆，但不論是新興節慶還是傳統節慶，都是以推動活動舉辦地為主，即大部分節慶活動都是藉由活動舉辦地的既有特色，進而規劃及發展，故節慶活動的推行大多與當地民眾息息相關，當地民眾對於節慶活動所帶來各種衝擊的感受亦是相當直接和深刻的，不但影響民眾的參與動機，甚而影響到民眾對節慶活動的支持度，因此了解民眾對節慶活動的參與動機、文化衝擊和行為意圖，將有助於主辦單位針對民眾的態度及其衝擊因素來規劃活動，進一步達到節慶活動的持續發展。

故本研究擬以 PLS-SEM 模型為架構，來探討民眾參與金門坑道音樂節之動機與行為，希望藉由此研究問卷調查結果，提供改善建議，給爾後年度辦理「金門坑道音樂節」活動時所參考，或是其他類似活動舉辦之參考，也希望將金門的特色文化與景點，藉由表演活動能延續下去，讓更多民眾可以看見金門的特色文化。

第二節 研究目的

本研究以 PLS-SEM 模型為架構，來探討民眾參與金門坑道音樂節之動機與行為，透過參與該活動的民眾，了解文化衝擊是否會改變民眾的參與行為，研究目的如下：

- 一、探討民眾參與「金門坑道音樂節」的動機。
- 二、探討民眾參與「金門坑道音樂節」的文化衝擊。
- 三、探討民眾參與「金門坑道音樂節」的行為意圖。
- 四、綜合探討研究結果之間的相互關係。
- 五、提出對於參與「金門坑道音樂節」的分析與建議。

第三節 研究限制

研究對象為曾參與「金門坑道音樂節」的民眾，研究限制：

- 一、本研究因受限於物力、人力以及時間的關係，利用網路 Google 表單進行問卷調查，對於研究之結果難免會有所誤差。
- 二、本研究的實證資料係透過問卷方式搜集而得，因此填答內容會受填答者當時情緒或心境所影響，對於填答內容亦可能有誤解題意或有所保留之情形，研究者僅能根據回收最後結果做成統計資料分析。
- 三、問卷內容可能會因為研究者本身之主觀看法，因而忽略其他可能之因素。

第四節 研究流程

本研究根據先前所提出研究背景與動機，在確認研究主題與目的之後，針對所需之內容搜集相關資料，首先進行國內外文獻研究與整理，以便於了解各構面間相關之影響後，再進而開始建構本研究理論架構。繼而設計問卷，針對研究對象進行問卷發放與施測，並且依據回收問卷，進行資料整理以及選擇適合的統計分析方法與軟體。最後，針對所得之分析結果，歸納出結論進而提出建議。其詳細研究流程與步驟，如圖 1 所示：



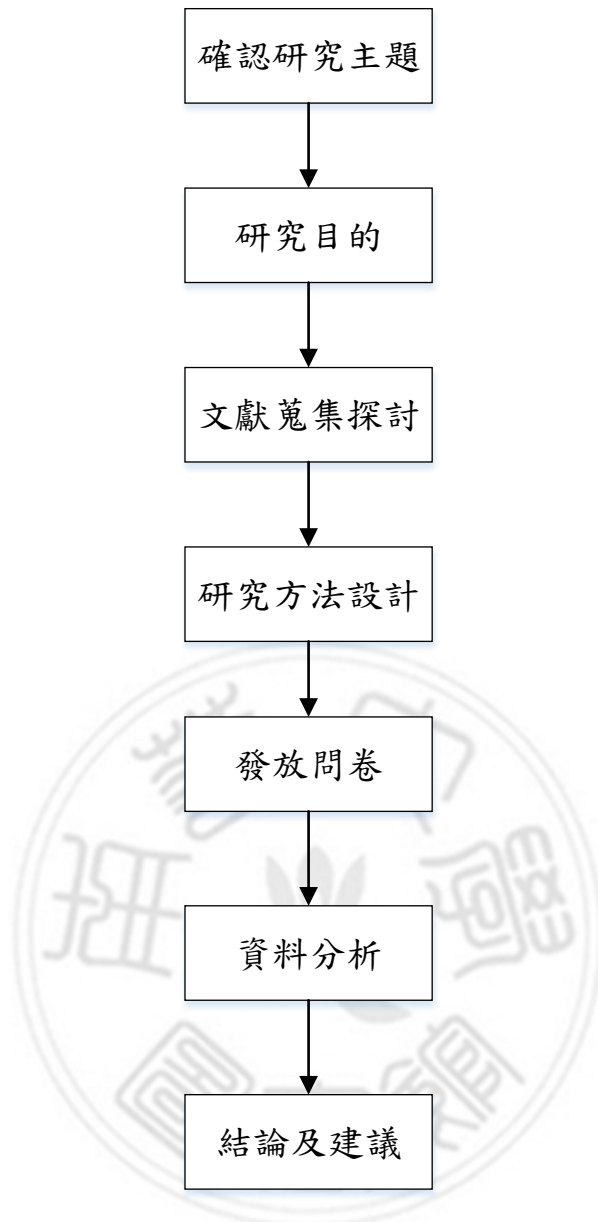


圖 1 研究流程圖

第二章 文獻探討

第一節 戰地史蹟翟山坑道及坑道音樂節的源由

有如鬼斧神工的「翟山坑道」為金門戰備工事的偉大傑作與歷史見證，坑道是八二三砲戰之後，於民國 52 年時，為因應戰爭所需而開挖，工程費時 3 年，主要是戰時供運補小艇補給使用，坑內並有停靠碼頭（金門國家公園官方網站，2021）。

「翟山坑道」於民國 86 年由軍方撥交金門國家公園，經金門國家公園重新整建、清理後，將坑道重新活化，自民國 87 年開放參觀，以保存此一戰役史蹟。依金門國家公園官方網站，金門遊憩據點主要分為人文類、戰役類、自然生態類等三大類，資源特色主要為戰役紀念地、歷史古蹟、傳統聚落、海岸、島嶼動植物，戰役遺跡乃是金門國家公園重要而豐富的保育資源，金門國家公園多年來致力於園區內自然環境及文化資產保護、軍事設施活化利用、金門古厝活化、解說與遊憩服務設施設計及公共空間整建等工作，期望能夠營造一生態保育與休閒遊憩並重的優質環境。

民國 98 年，適逢「古寧頭大捷」60 周年，金門國家公園邀請國內知名大提琴家張正傑教授策劃「古寧頭和平祈福」系列活動時，在多方的努力下，翟山坑道音樂節因此誕生，有鑒於翟山坑道彷彿渾然天成的音箱，加上自然美景，舉行首創的「古寧頭和平祈福音樂會」，音樂家以坐或站的方式於活動舞台上演出，運用坑道的特色來展現音樂的流動，首演即獲得民眾好評，讓民眾對於戰役史蹟有更深刻的體驗（金門國家公園官方網站，2021）。

民國 98 年首次舉辦音樂節，示範性的先辦了 2 場，因演出成功，民國 99 年起擴大舉辦「金門坑道音樂節」，演出場次由民國 98 年的 2 場次增加為 2 天 6 場次，活動規劃以水上舞臺乘載音樂家於翟山坑道內水道划行演出，為小型演奏會，「金門坑道音樂節」歷經 2 年的努力，已成功轉化成金門著名的觀光活動，

吸引各地遊客特別跨海來金門參與該活動，此一創舉，讓翟山坑道的戰役價值更為世人肯定與認同，故每年皆舉辦「金門坑道音樂節」至今，以器樂表演及人聲獨唱為主，坑道內地形結構封閉，藉著昏暗的燈光和靜謐氛圍，演奏因而能使聽眾感受到內心的平靜及其意境的曲目，本活動每年多舉辦在秋高氣爽的 10 月或 11 月假日，並採團體接送方式，由解說志工帶領入場欣賞音樂會，每天有 3 場次的小型音樂會，合計 2 天共 6 場次。每場次音樂會時間約為半小時，可容納民眾約 200 名，活動原採電話事先報名，由於報名踴躍民眾反映一票難求，自民國 104 年起，改採網路售票方式後依舊一票難求，代表「金門坑道音樂節」廣受各界民眾的喜愛。據金門國家公園統計有 50% 以上聽眾，從世界各地前來聆賞，包括台灣、東南亞、甚至遠從美國或者歐洲前來欣賞，本音樂節已成為金門秋季遊憩旅遊活動的一大亮點。

翟山坑道於戰爭時守護了金門，並留下了戰地文化遺產，而在今日藉由表演活動轉化其功能，延續其戰役史蹟的價值，不但讓金門坑道音樂節成為全世界獨一無二的音樂饗宴，更讓原本為戰爭而建的坑道，因此有了新的生命。

依據臺灣國家公園 91-108 年度遊憩據點遊客人數統計表，如表 1 及表 2，顯示金門國家公園自民國 99 年度起，每年遊客人數皆呈現正成長，且有逐年成長之趨勢，91 年至 108 年度合計為 26,438,437 人，年平均數為 1,468,802 人，排名為各國家公園第五名，顯示金門國家公園多年來努力的成果，帶來遊客人數的穩定成長。

民國 109 年「金門坑道音樂節」於 11 月 7 日及 11 月 8 日在翟山坑道登場，邁入第 12 年的坑道音樂節，109 年的兩大主題為「希望」和「祈福」，由藝術總監大提琴家張正傑率領的弦外之音團，特別邀請韓國聲樂家丁一憲、女高音蔣啟真及口琴世界大賽第一名的音樂家李讓參與演出（中央社，2020）。

適逢嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情期間，整個世界氛圍低迷，打亂生活節奏，藝術總監大提琴家張正傑特地以「希望」和「祈福」作為這次音樂節的中心思想，期盼以音樂為這個世界重新注入一些美麗的事物並喚起希望，且在昔日戰爭的坑道中演奏，彷彿象徵在紛亂裡，祈求我們的世界能邁向和平與美好（中央社，2020）。

世界各地因為疫情關係取消了多場重要的音樂盛宴，金門坑道音樂節能如期舉辦實屬難能可貴，而且世界其他地方應該很難找到像翟山坑道這樣天然的音箱了，張正傑說金門坑道音樂節真的是「一生一定要參加的音樂節」。

金門國家公園秉持著國家公園成立的核心價值，以保育、研究、環境教育為主，經營管理永續發展理念做依據，結合金門傳統聚落保存、戰役史蹟維護、生態環境保育，並依金門地方特色推動生態旅遊，以保育為核心價值，並兼顧遊憩，以島嶼經營永續發展為方向，讓民眾享有愉悅且特殊的體驗。



表 1 本島國家公園 91-108 年度遊憩據點遊客人數統計表

年度	合計	墾丁	玉山	陽明山	太魯閣	雪霸
91 年	15,115,155	4,564,798	1,335,454	4,317,096	2,906,370	554,484
92 年	14,968,187	3,665,953	1,534,104	4,559,489	3,332,000	787,781
93 年	15,785,561	4,416,243	1,254,867	4,859,703	3,551,037	608,475
94 年	16,364,623	4,075,861	1,349,281	3,915,307	5,598,963	423,146
95 年	18,203,069	4,298,546	1,387,161	4,823,394	6,279,061	456,531
96 年	15,817,833	3,605,196	1,349,311	4,619,109	4,812,614	473,496
97 年	16,528,471	3,770,775	1,707,968	4,180,636	5,370,497	611,126
98 年	18,239,377	4,489,635	1,428,731	4,205,795	6,501,603	794,766
99 年	16,658,391	6,349,733	718,879	3,779,349	3,702,083	829,981
100 年	17,304,798	6,163,823	973,821	3,367,445	3,687,050	916,095
101 年	19,434,952	6,865,652	1,002,090	3,625,783	4,819,139	826,703
102 年	24,489,884	7,063,958	1,121,303	4,087,216	4,776,482	1,343,443
103 年	28,278,536	8,161,878	1,008,746	4,106,750	6,279,617	1,195,222
104 年	28,715,726	8,054,971	1,044,994	4,537,781	6,605,985	1,255,406
105 年	23,057,639	5,834,294	1,167,291	4,483,982	4,504,850	1,180,071
106 年	21,868,337	4,379,839	1,132,207	4,593,127	4,653,297	1,165,670
107 年	19,387,655	3,567,375	1,018,733	4,316,999	4,168,731	1,243,106
108 年	22,200,240	4,003,810	1,075,773	5,288,852	4,828,607	1,314,417
合計	352,418,434	93,332,340	21,610,714	77,667,813	86,377,986	15,979,919
年平均	19,578,802	5,185,130	1,200,595	4,314,879	4,798,777	887,773

資料日期：109 年 2 月 6 日(統計更新至 108 年底)，資料來源：臺灣國家公園遊客人數統計，單位：人次。

表 2 外島國家公園 91-108 年度遊憩據點遊客人數統計表

年度	金門	東沙環礁	台江	澎湖南方 四島	壽山
91 年	1,436,953				
92 年	1,088,860				
93 年	1,095,236				
94 年	1,002,065				
95 年	958,376				
96 年	958,107				
97 年	887,469				
98 年	806,657	12,190			
99 年	1,020,861	9,526	247,979		
100 年	1,319,227	9,657	867,680		
101 年	1,479,779	7,325	808,481		
102 年	1,389,216	14,294	823,972		3,870,000
103 年	1,842,914	15,431	973,013		4,694,965
104 年	2,029,898	10,680	881,842	7,278	4,286,891
105 年	2,171,659	7,134	688,506	9,457	3,010,395
106 年	2,201,920	10,641	671,643	9,293	3,050,700
107 年	2,290,520	9,402	493,033	11,352	2,268,404
108 年	2,458,720	8,803	769,421	16,041	2,435,796
合計	26,438,437	115,083	7,225,570	53,421	23,617,151
年平均	1,468,802	10,462	722,557	10,684	3,373,879

資料日期：109 年 2 月 6 日(統計更新至 108 年底)，資料來源：臺灣國家公園遊客人數統計，單位：人次。

第二節 文化衝擊

何謂衝擊 (Impact) ? 根據 (楊明賢, 2002)之定義：係指某種活動或相關一連串事件，在不同層面之間所引起之變化。一般而言，衝擊存在一體兩面的結果，有可能帶來正面的利益衝擊，也有可能帶來負面的衝擊。許多學者也把衝擊運

用到不同領域上，例如 (Mathieson & Wall, 1982) 將衝擊的概念運用到觀光上，並且將觀光衝擊(Tourism impacts)分為實質環境衝擊、經濟衝擊與社會文化衝擊三類，也是在過往研究中較常被使用的分類法。類似研究還有 (賴如伶, 2002)、(吳宗瓊, 2003)、(吳瑋倫, 2005)、(江昱仁 & 盧慧玲, 2006)，他們皆強調觀光發展可能產生的社會文化衝擊，簡單來說觀光發展會影響在地居民的道德倫理、心靈想法、價值觀念和文化風俗等。

社會文化衝擊影響可分成正面與負面衝擊，正面衝擊有對於本地歷史文化能行銷宣傳，對文化資源能有助於永續經營，對於傳統文化風俗也能有永續傳承，其它例如促進不同社群或文化的瞭解、增進地方居民文化的認同...等。負面衝擊為有可能造成風俗文化的改變，或創造虛假的風俗文化，有時會造成居民與訪客的緊張狀態及打亂居民原有生活步調，最受批評的是傳統文化商業化，喪失了原本的意義。

然而，社會文化衝擊的改變是不會非常快速，往往需要一段時間的發酵，才會感受到 (莊苑仙, 2015)，據此，正面效益的促進或負面效益的預防都應提早實行，因而探討辦理活動對社會文化之衝擊，益顯重要。

綜合以上，活動產生的文化衝擊是需被關注的問題，本研究以「金門坑道音樂節」來檢視該活動對當地所造成之文化衝擊，並將舉辦金門坑道音樂節所帶來的文化衝擊分為增廣見聞、在地特色和情感成分三個構面，來探討考量文化衝擊這個因素後，是會正向或負向的影響行為。

第三節 動機理論

動機 (motivation) 是引起個人朝向某一目標進行的內部動力 (張春興, 1996)。了解動機，可以讓我們知道人們為何從事這項行為的理由，以及參與後可能的結果 (Manfredo & Driver, 1996)。

動機的產生區分為外在與內在因素，而外在與內在因素又被稱之為拉力動機與推力動機。一般而言，推力動機是指個人心理內在的慾望趨使；拉力動機則是

指個人受到目的地所產生的吸引力。(Fluker & Turner, 2000) 認為推力指的是一種社會心理的需求，是無形且屬於內在的需要；而拉力則是有形性的特質，例如吸引力，為個人所擁有的認知。

如何衡量推力動機與拉力動機，不同的學者有不同的看法，因而整理出一些較一致的衡量方式，簡述如下：在推力動機上，構面的分類，大致可歸納為新奇、逃避、放鬆、刺激、維繫家庭關係及社交等 (Mody, Day, Sydnor, Jaffe, & lehto, 2014; Ward, 2014)；在拉力動機上，構面的分類，主要有自然、文化歷史、環境、設施及安全等 (Zhang & Peng, 2014)。

本研究依據推拉動機理論的概念運用，將參與金門坑道音樂節動機分為活動吸引力和放鬆身心二個構面，其中「推動機」以放鬆身心為主構面，子構面則區分為紓解壓力忘記煩惱、鬆馳身心調劑生活、感受歡樂氛圍、尋找以往的回憶、獲得心靈上的平靜，「拉動機」則以活動吸引力為主構面，子構面則區分為活動帶來的熱鬧氣氛、活動內容有地方特色不斷推陳出新、是金門重要的節慶活動、表演項目豐富多樣、體驗新奇事物增廣見聞。

第四節 行為意圖

行為意圖是個人主觀意識，表示個人參與活動後，對該活動採取後續行為的意願，如意願越高表示越有可能從事相關行為 (Fishbein & Ajzen, 1975)。

(Kim, Holland, & Han, 2013) 認為行為意圖是指民眾參訪過某個旅遊景點後，對於再次到訪會有意願，且有意願推薦及分享該旅遊景點相關訊息給朋友與家人。本研究認為的行為意圖是指民眾願意再次參加金門坑道音樂節活動，且參與民眾願意向朋友或家人推薦及分享參加經驗，並透過問卷之題項，以瞭解民眾個人參與金門坑道音樂節活動後，再次參加意願、推薦意願或分享的意願。

(Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996)將行為意圖分為正向及負向行為，當民眾個人參與活動後，產生正面評價及喜好，因而增加從事該活動之行為，代表對該活動具有正向行為意圖，相對的，當民眾個人參與活動後，產生負面評價及

厭惡，代表對該活動具有負向行為意圖，因而減少從事該活動之行為。本研究假設參與動機及文化衝擊越高，皆會正向影響行為意圖，並瞭解參與者是否都具有正向行為意圖。

另外本研究認為民眾在參與坑道音樂節活動後，所產生的行為或許不僅限於再次參加意願、推薦意願或分享意願，尚可能產生對坑道音樂節的認同及未來的支持態度行為傾向。是以，本研究在行為意圖的衡量，除了包含再次參加意願、推薦意願或分享意願外，亦包括民眾後續對辦理坑道音樂節活動上的支持態度及行為意向，以期能深入瞭解參與坑道音樂節動機與未來行為意圖之間的關係。



第三章 研究方法

本研究主要探討民眾參與金門坑道音樂節的動機與行為的關係，利用第二章的文獻探討，在動機理論的架構之下，建立研究模型、研究假設與問卷設計。另外，本研究之資料處理與統計方法的採用，也將於以下小節分述之。

第一節 研究架構與假設

本章節探討民眾個人背景變項、參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊和行為意圖之間的關係，由此建立研究架構，如圖 2 所示。

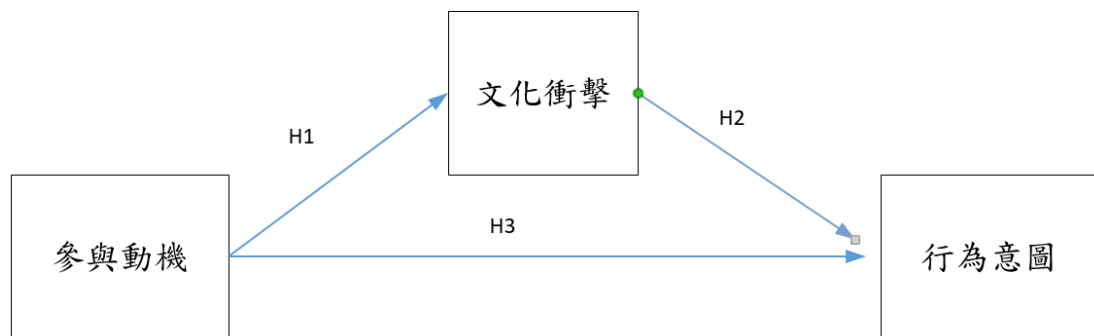


圖 2 研究架構圖

根據圖 2 研究架構，本研究提出以下假設來做為驗證：

- 一、假設 1：參與動機會正向影響文化衝擊。
- 二、假設 2：文化衝擊會正向影響行為意圖。
- 三、假設 3：參與動機會正向影響行為意圖。

根據研究目的和參考相關文獻，本研究將參與金門坑道音樂節動機，歸類為

下列二種構面：「活動吸引力」和「放鬆身心」。另將參與金門坑道音樂節所帶來的文化衝擊，歸類為以下三種構面：「增廣見聞」、「在地特色」和「情感成分」。而在參與金門坑道音樂節的行為意圖，構面歸類為：「行為意圖」。

第二節 研究對象與抽樣

本研究以曾參與「金門坑道音樂節」的民眾為施測對象，利用網路 Google 表單進行問卷調查，以家人、同事和朋友之前曾參與過該活動者，並延請家人、同事和朋友協助轉發網路問卷。網路問卷總共填寫 289 份，回收 289 份，扣除無效問卷 126 份之後，有效問卷共 163 份，有效問卷回收率為 56%。

第三節 問卷設計

本研究使用量化研究之問卷調查法，問卷設計共分為四部分，第一部分為個人背景資料；第二部分為參與金門坑道音樂節的動機；第三部分為參與金門坑道音樂節的文化衝擊；第四部分為參與金門坑道音樂節的行為意圖。第二到第四部份的量表則採用李克特 (Likert) 五點尺度方式進行施測，分別以 1 代表「非常不同意」，2 代表「不同意」，3 代表「普通」，4 代表「同意」，5 代表「非常同意」。茲分述如下。

一、個人背景資料

受訪者基本資料問卷內容包括：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業類別、平均月收入、請問您參加過幾次「金門坑道音樂節」活動、請問您此行的夥伴是。其題項分配內容如下所示：

(一)性別：分為男生與女生，二種類別。

(二)年齡：分為 20 歲以下、21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲與超過 60

歲，六種類別。

(三)婚姻狀況：分為已婚與未婚，二種類別。

(四)教育程度：分為國小、國中、高中(職)、大學(專)與研究所以上，五種類別。

(五)職業類別：分為學生、軍公教、農林漁牧、工商或服務業與其它，五種類別。

(六)平均月收入：分為不足 2 萬元、2 萬元以上~不足 3 萬元、3 萬元以上~不足 4 萬元、4 萬元以上~不足 5 萬元與超過 5 萬元，五種類別。

(七)請問您參加過幾次「金門坑道音樂節」活動：分為一次、二次與超過二次，三種類別。

(八)請問您此行的夥伴是：分為同事、家人親戚、同學朋友、單獨一人與其它，五種類別。

二、參與金門坑道音樂節的動機

本研究將參與金門坑道音樂節動機分成二個主構面，活動吸引力和放鬆身心，其題項分配內容如下所示：

(一)活動吸引力：

- 1、活動帶來的熱鬧氣氛。
- 2、活動內容有地方特色不斷推陳出新。
- 3、是金門重要的節慶活動。
- 4、表演項目豐富多樣。
- 5、體驗新奇事物增廣見聞。

(二)放鬆身心：

- 1、紓解壓力忘記煩惱。
- 2、鬆馳身心調劑生活。

- 3、感受歡樂氛圍。
- 4、尋找以往的回憶。
- 5、獲得心靈上的平靜。

三、參與金門坑道音樂節的文化衝擊

本研究將參與金門坑道音樂節的文化衝擊分成三個構面「增廣見聞」、「在地特色」和「情感成分」，其題項分配內容如下所示：

(一)增廣見聞：

- 1、金門坑道音樂節對個人文化素養提升有幫助。
- 2、金門坑道音樂節對戰地文化提升有幫助。
- 3、金門坑道音樂節可以使我開拓眼界，增長見聞。
- 4、金門坑道音樂節可以豐富經歷，提高自我形象。

(二)在地特色：

- 1、舉辦金門坑道音樂節，已經成為代表金門本地文化的特色活動。
- 2、舉辦金門坑道音樂節，增加了外地人對金門本地文化的認識。
- 3、金門坑道音樂節的系列活動，讓下一代對於金門本地文化產生正確的認識。
- 4、金門坑道音樂節讓我重新認識自己的文化特色。

(三)情感成分：

- 1、透過金門坑道音樂節的舉辦使我更加喜歡家鄉。
- 2、金門坑道音樂節可讓居民更加重視在地文化。
- 3、金門坑道音樂節可增進地方團結。
- 4、金門坑道音樂節可增加居民對自己生長地方的認同。

四、參與金門坑道音樂節的行為意圖

參與金門坑道音樂節的行為意圖，其題項分配內容如下所示：

1. 我願意再次參加金門坑道音樂節。
2. 我願意向朋友或家人推薦金門坑道音樂節。
3. 我願意向別人分享金門坑道音樂節的參加經驗。
4. 我支持並認同此金門坑道音樂節的辦理。

第四節 資料處理與統計方法

本研究係根據研究目的與架構，進而建立問卷題項設計，以網路發放問卷，並於問卷回收後，刪除無效之問卷再進行編碼，利用 SPSS 套裝統計軟體，對各研究假設選擇適合的統計方法後，進行資料分析。茲分述如下：

- 一、描述性統計分析：本研究以次數分配表、百分比及平均數，來呈現研究對象參與金門坑道音樂節動機、參與金門坑道音樂節文化衝擊和參與金門坑道音樂節行為意圖之描述性統計量。
- 二、信度分析：本研究信度分析是為了檢測問卷的穩定度與可信度，並以 Cronbach's Alpha 值來檢測問卷各變項之內部一致性。
- 三、獨立樣本 t 檢定：本研究用於兩獨立群體之比較，將檢定個人背景變項於「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」之構面平均數是否有顯著差異。
- 四、皮爾森相關性分析 (Pearson's Correlation Coefficient)：本研究對於兩個不同的變項，衡量兩變數間線性關連性的高低程度。本研究將利用 Pearson 相關係數，來探討「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」之相關性。
- 五、結構性方程模型-偏最小平方法(Partial Least Squares Structural Equation

Models, PLS-SEM)：在 PLS-SEM 模型中，估計方法可以分成二個部份，第一部份先估計出外部模型(outer model)，這個動作與 Covariance-based SEM 很類似，第二個部份則估計出內部模型(inner model)。外部模型的估計上，包含檢驗各種信效度、效度指標，例如收斂信度(Convergent validity)和區別效度(Discriminant validity)。內部模型的估計則驗證潛在變數間的關連性，並且分析研究假設是否成立。



第四章 研究結果與分析

本研究將根據問卷調查結果，運用個人背景變項分析、信度分析、描述性統計分析、差異性分析、相關性分析和 PLS-SEM 等統計方法進行資料分析。

第一節 個人背景變項分析

本研究受訪者的個人背景變項可分成個人基本資料與旅遊特性，個人基本資料共有 6 個問項，包括：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業類別、平均月收入。旅遊特性有 2 個問題，包括請問您參加過幾次「金門坑道音樂節」活動、請問您此行的夥伴是。合計有 289 位民眾填寫 Google 表單，總共 163 份為有效問卷，各項背景資料、選項、人數及百分比如表 3 與表 4 所示。

- 一、性別項目上，女生為多數，有 107 人，占 65.6%；男生有 56 人，占 34.4%。
- 二、年齡項目上，以 31-40 歲者居多，有 84 人，占 51.5%；其次為 21-30 歲者，有 29 人，占 17.8%；41-50 歲者，有 19 人，占 11.7%；51-60 歲者，有 18 人，占 11%；20 歲以下者，有 8 人，占 4.9%；超過 60 歲者最少，僅有 5 人，占 3.1%。
- 三、婚姻狀況項目上，未婚者居多有 87 人，占 53.4%；已婚者有 76 人，占 46.6%。
- 四、教育程度項目上，大學(專)者最多，有 122 人，占 74.8%；其次為高中(職)者，有 20 人，占 12.3%；研究所以上者有 14 人，占 8.6%；國中者有 6 人，占 3.7%；最少者為國小，僅有 1 人，占 0.6%。
- 五、職業類別項目上，工商、服務業者最多，有 72 人，占 44.2%；其次為軍公教者，有 61 人，占 37.4%；其它選項有 13 人，占 8%；學生者有 12 人，占 7.4%；最少者為農林漁牧，有 5 人，占 3.1%。
- 六、平均月收入項目上，3 萬元以上-不足 4 萬元者最多，有 51 人，占 31.3%；其次為超過 5 萬元者，有 38 人，占 23.3%；2 萬元以上-不足 3 萬元有 34 人，

占 20.9%；4 萬元以上-不足 5 萬元有 26 人，占 16%；最少為不足 2 萬元，有 14 人，占 8.6%。

七、請問您參加過幾次「金門坑道音樂節」活動項目上，一次者居多，有 104 人，占 63.8%；其次為二次者，有 37 人，占 22.7%；超過二次者有 22 人，占 13.5%。

八、請問您此行的夥伴項目上，家人親戚居多，有 69 人，占 42.3%；其次為同學朋友者有 56 人，占 34.4%；同事者有 20 人，占 12.3%；最少為單獨一人及其它者各有 9 人，各占 5.5%。



表 3 個人基本資料

背景資料	選項	人數	百分比(%)
性別	男生	56	34.4
	女生	107	65.6
年齡	20 歲以下	8	4.9
	21~30 歲	29	17.8
	31~40 歲	84	51.5
	41~50 歲	19	11.7
	51~60 歲	18	11.0
	超過 60 歲	5	3.1
婚姻狀況	已婚	76	46.6
	未婚	87	53.4
教育程度	國小	1	0.6
	國中	6	3.7
	高中(職)	20	12.3
	大學(專)	122	74.8
	研究所以上	14	8.6
職業類別	學生	12	7.4
	軍公教	61	37.4
	農林漁牧	5	3.1
	工商、服務業	72	44.2
	其它	13	8
平均月收入	不足 2 萬元	14	8.6
	2 萬元以上~不足 3 萬元	34	20.9
	3 萬元以上~不足 4 萬元	51	31.3
	4 萬元以上~不足 5 萬元	26	16.0
	超過 5 萬元	38	23.3

資料來源: 本研究整理。

表 4 旅遊特性

背景資料	選項	人數	百分比(%)
參加次數	一次	104	63.8
	二次	37	22.7
	超過二次	22	13.5
同行夥伴	同事	20	12.3
	家人親戚	69	42.3
	同學朋友	56	34.4
	單獨一人	9	5.5
	其它	9	5.5

資料來源：本研究整理。

第二節 信度分析

本節將針對參與金門坑道音樂節的動機、參與金門坑道音樂節的文化衝擊和參與金門坑道音樂節之後的行為意圖等各構面之題項進行信度分析。

一、參與金門坑道音樂節動機之信度分析

在參與動機方面，信度分析結果如表 5，主構面「活動吸引力」之整體構面的總信度為 0.88，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.67、0.76、0.68、0.73、0.71，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

主構面「放鬆身心」之整體構面的總信度為 0.86，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.78、0.70、0.72、0.52、0.73，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

表 5 參與金門坑道音樂節動機之信度分析

問卷題項	C1	C2	C3
活動吸引力			0.88
活動帶來的熱鬧氣氛	0.67	0.86	
活動內容有地方特色不斷推陳出新	0.76	0.84	
是金門重要的節慶活動	0.68	0.86	
表演項目豐富多樣	0.73	0.85	
體驗新奇事物增廣見聞	0.71	0.85	
放鬆身心			0.86
紓解壓力忘記煩惱	0.78	0.80	
鬆馳身心調劑生活	0.70	0.83	
感受歡樂氛圍	0.72	0.82	
尋找以往的回憶	0.52	0.86	
獲得心靈上的平靜	0.73	0.82	

註：C1 為修正的題項與構面總分的相關性，C2 為項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值，C3 為 Cronbach's Alpha 值。

二、參與金門坑道音樂節文化衝擊之信度分析

在文化衝擊方面，信度分析結果如表 6，主構面「增廣見聞」之整體構面的總信度為 0.86，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.78、0.71、0.72、0.67，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

主構面「在地特色」之整體構面的總信度為 0.84，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.65、0.71、0.73、0.63，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

主構面「情感成分」之整體構面的總信度為 0.89，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.80、0.80、0.72、0.75，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

表 6 參與金門坑道音樂節文化衝擊之信度分析

問卷題項	C1	C2	C3
增廣見聞			0.86
金門坑道音樂節對個人文化素養提升有幫助	0.78	0.80	
金門坑道音樂節對戰地文化提升有幫助	0.71	0.83	
金門坑道音樂節可以使我開拓眼界，增長見聞	0.72	0.83	
金門坑道音樂節可以豐富經歷，提高自我形象	0.67	0.85	
在地特色			0.84
舉辦金門坑道音樂節，已經成為代表金門本地文化的特色活動	0.65	0.81	
舉辦金門坑道音樂節，增加了外地人對金門本地文化的認識	0.71	0.79	
金門坑道音樂節的系列活動，讓下一代對於金門本地文化產生正確的認識	0.73	0.78	
金門坑道音樂節讓我重新認識自己的文化特色	0.63	0.82	
情感成分			0.89
透過金門坑道音樂節的舉辦使我更加喜歡家鄉	0.80	0.85	
金門坑道音樂節可讓居民更加重視在地文化	0.80	0.85	
金門坑道音樂節可增進地方團結	0.72	0.88	
金門坑道音樂節可增加居民對自己生長地方的認同	0.75	0.87	

註：C1 為修正的題項與構面總分的相關性，C2 為項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值，C3 為 Cronbach's Alpha 值。

三、參與金門坑道音樂節行為意圖之信度分析

在行為意圖方面，信度分析結果如表 7，主構面「行為意圖」之整體構面的總信度為 0.92，大於 0.7 為高信度水準，各題項與構面總分的相關性依序為 0.80、0.85、0.83、0.84，皆大於 0.3，各題項刪除後，皆無法提升整體構面總信度，因此保留各題項。

表 7 參與金門坑道音樂節行為意圖之信度分析

問卷題項	C1	C2	C3
行為意圖			0.92
我願意再次參加金門坑道音樂節	0.80	0.91	
我願意向朋友或家人推薦金門坑道音樂節	0.85	0.90	
我願意向別人分享金門坑道音樂節的參加經驗	0.83	0.90	
我支持並認同此金門坑道音樂節的辦理	0.84	0.90	

註：C1 為修正的題項與構面總分的相關性，C2 為項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值，C3 為 Cronbach's Alpha 值。

第三節 描述性統計分析

本節將對參與金門坑道音樂節的動機、參與金門坑道音樂節的文化衝擊和參與金門坑道音樂節的行為意圖進行平均數分析。

一、參與金門坑道音樂節動機之描述性統計分析

在參與動機方面，表 8 是參與金門坑道音樂節動機的描述統計量結果，各構面平均值皆在 3.47 以上。主構面平均數最高為「放鬆身心」，其平均數為 3.97，其次是「活動吸引力」，其平均數為 3.89。結果顯示「放鬆身心」大於「活動吸引力」，亦即以推拉動機構面而言，「推動機」大於「拉動機」，表示民眾參與動機主要是為了達到身心靈上的放鬆，紓解日常壓力，藉以調劑生活。

在活動吸引力構面中，平均數最高分為「體驗新奇事物增廣見聞」，其平均數為 4.12，其它依序為「活動帶來的熱鬧氣氛」，平均數為 3.99；「是金門重要的節慶活動」，平均數為 3.96；「表演項目豐富多樣」，平均數為 3.73；「活動內容有地方特色不斷推陳出新」，平均數為 3.66。顯示民眾主要是為了嘗試新奇事物，體驗不同文化、學習新知，以及感受活動所帶來的氛圍。

在放鬆身心構面中，最高分為「鬆馳身心調劑生活」，平均數為 4.15，其它依序為「紓解壓力忘記煩惱」，平均數為 4.10；「獲得心靈上的平靜」，平均數為 4.09；「感受歡樂氛圍」，平均數為 4.02；「尋找以往的回憶」，平均數為 3.47。顯示民眾主要是為了放鬆身心，紓解生活壓力，以達到休閒放鬆。

以上在參與金門坑道音樂節動機子構面細項中，平均數均超過 3 分。顯示獨特的坑道音樂節正是吸引民眾參與的主要驅動力，民眾為了體驗坑道音樂節，而有了參與坑道音樂節的動機。

表 8 參與金門坑道音樂節動機之描述性統計分析

問卷題項	平均數	標準差	構面平均
活動吸引力			3.89
活動帶來的熱鬧氣氛	3.99	0.79	
活動內容有地方特色不斷推陳出新	3.66	0.90	
是金門重要的節慶活動	3.96	0.91	
表演項目豐富多樣	3.73	0.96	
體驗新奇事物增廣見聞	4.12	0.83	
放鬆身心			3.97
紓解壓力忘記煩惱	4.10	0.82	
鬆馳身心調劑生活	4.15	0.74	
感受歡樂氛圍	4.02	0.80	
尋找以往的回憶	3.47	0.95	
獲得心靈上的平靜	4.09	0.77	

資料來源：本研究整理。

二、參與金門坑道音樂節文化衝擊之描述性統計分析

在文化衝擊方面，表 9 是參與金門坑道音樂節文化衝擊的描述統計量結果，各構面平均值在 3.49 以上。主構面平均數最高為「增廣見聞」，其平均數為 3.97，其次是「在地特色」，其平均數為 3.93，最低為「情感成分」，其平均數為 3.91。結果顯示「增廣見聞」平均數最高，表示民眾認為坑道音樂節可以提升對在地特色文化的認識、增長見聞、充實自我以及體驗不同經歷。

在增廣見聞的構面中，平均數最高分為「金門坑道音樂節對戰地文化提升有幫助」，其平均數為 4.07，其它依序為「金門坑道音樂節可以使我開拓眼界，增長見聞」，平均數為 4.04；「金門坑道音樂節對個人文化素養提升有幫助」，平均數為 4.03；「金門坑道音樂節可以豐富經歷，提高自我形象」，平均數為 3.71。顯示民眾認為坑道音樂節可以提升對戰地文化的認識，學習新知以增長見聞。

在在地特色構面中，平均數最高分為「舉辦金門坑道音樂節，增加了外地人對金門本地文化的認識」，平均數為 4.20，其它依序為「舉辦金門坑道音樂節，已經成為代表金門本地文化的特色活動」，平均數為 4.19；「金門坑道音樂節讓我重新認識自己的文化特色」，平均數為 3.88；「金門坑道音樂節的系列活動，讓下一代對於金門本地文化產生正確的認識」，平均數為 3.87；「金門坑道音樂節影響本地純樸風俗、改變價值觀」，平均數為 3.49。顯示民眾認為舉辦坑道音樂節活動可以增加對本地文化的認識，且已成為金門的特色活動之一。

在情感成分構面中，平均數最高分為「金門坑道音樂節可讓居民更加重視在地文化」，平均數為 4.03；其它依序為「透過金門坑道音樂節的舉辦使我更加喜歡家鄉」，平均數為 3.96；「金門坑道音樂節可增加居民對自己生長地方的認同」，平均數為 3.94；「金門坑道音樂節可增進地方團結」，平均數為 3.72。顯示民眾認為坑道音樂節活動可以使在地居民更重視本地文化，且對於家鄉更加喜歡及欣賞。

表 9 參與金門坑道音樂節文化衝擊之描述性統計分析

問卷題項	平均數	標準差	構面平均
增廣見聞			3.97
金門坑道音樂節對個人文化素養提升有幫助	4.03	0.76	
金門坑道音樂節對戰地文化提升有幫助	4.07	0.76	
金門坑道音樂節可以使我開拓眼界，增長見聞	4.04	0.79	
金門坑道音樂節可以豐富經歷，提高自我形象	3.71	0.90	
在地特色			3.93
舉辦金門坑道音樂節，已經成為代表金門本地文化的特色活動	4.19	0.80	
舉辦金門坑道音樂節，增加了外地人對金門本地文化的認識	4.20	0.73	
金門坑道音樂節的系列活動，讓下一代對於金門本地文化產生正確的認識	3.87	0.86	
金門坑道音樂節讓我重新認識自己的文化特色	3.88	0.88	
金門坑道音樂節影響本地純樸風俗、改變價值觀	3.49	1.05	
情感成分			3.91
透過金門坑道音樂節的舉辦使我更加喜歡家鄉	3.96	0.80	
金門坑道音樂節可讓居民更加重視在地文化	4.03	0.74	
金門坑道音樂節可增進地方團結	3.72	0.91	
金門坑道音樂節可增加居民對自己生長地方的認同	3.94	0.83	

資料來源：本研究整理。

三、參與金門坑道音樂節行為意圖之描述性統計分析

在行為意圖方面，表 10 是參與金門坑道音樂節行為意圖的描述統計量結果，各構面平均值在 4.01 以上。主構面「行為意圖」平均數為 4.17。

在行為意圖的構面中，平均數最高分為「我支持並認同此金門坑道音樂節的辦理」，其平均數為 4.27，其它依序為「我願意向朋友或家人推薦金門坑道音樂

節」，平均數為 4.20；「我願意向別人分享金門坑道音樂節的參加經驗」，平均數為 4.18；「我願意再次參加金門坑道音樂節」，平均數為 4.01。

以上在參與金門坑道音樂節行為意圖子構面細項中，平均數均超過 4 分。顯示活動的參與者都有高度的正向行為意圖，代表民眾參加坑道音樂節活動後，對於後續的口碑推薦、主動分享參加經驗以及再次參加的意願是高的，值得一提的是，平均數最高的是民眾支持並認同坑道音樂節活動的辦理，顯示地方居民對活動的舉辦整體來說是很支持的，並且認同舉辦坑道音樂節的活動，對於日後活動的推廣及持續辦理是很有助益的。

表 10 參與金門坑道音樂節行為意圖之描述性統計分析

問卷題項	平均數	標準差	構面平均
行為意圖			4.17
我願意再次參加金門坑道音樂節	4.01	0.79	
我願意向朋友或家人推薦金門坑道音樂節	4.20	0.76	
我願意向別人分享金門坑道音樂節的參加經驗	4.18	0.77	
我支持並認同此金門坑道音樂節的辦理	4.27	0.74	

資料來源：本研究整理。

第四節 差異性分析

本節主要以獨立樣本 t 檢定，探討不同背景變項在「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」、「參與金門坑道音樂節的行為意圖」及主構面「活動吸引力」、「放鬆身心」、「增廣見聞」、「在地特色」、「情感成分」、「行為意圖」等方面之平均數是否有顯著差異，其中以 0.05 為顯著性檢定之標準。

一、不同性別對各構面之差異性分析

為了分析在「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化

衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」是否會因不同性別而有顯著差異，本節先計算男性與女性在各構面的平均數，並以獨立樣本 t 檢定來檢定其平均數是否相等，其結果顯示於表 11。

在參與動機方面，主構面「活動吸引力」t 統計量為-2.84，機率值為 0.00，在 5%的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數有顯著差異。比較男性平均數為 3.67，女性平均數為 4.00，因此男性平均數小於女性平均數。主構面「放鬆身心」t 統計量為-2.25，機率值為 0.02，在 5%的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數有顯著差異。比較男性平均數為 3.81，女性平均數為 4.05，因此男性平均數小於女性平均數。

在文化衝擊方面，主構面「增廣見聞」t 統計量為-2.98，機率值為 0.00，在 5%的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數有顯著差異。比較男性平均數為 3.75，女性平均數為 4.08，因此男性平均數小於女性平均數。主構面「在地特色」t 統計量為-2.45，機率值為 0.01，在 5%的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數有顯著差異。比較男性平均數為 3.75，女性平均數為 4.02，因此男性平均數小於女性平均數。主構面「情感成分」t 統計量為-1.79，機率值為 0.07，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數無顯著差異。

在行為意圖方面，「行為意圖」t 統計量為-2.90，機率值為 0.00，在 5%的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此男性平均數與女性平均數有顯著差異。比較男性平均數為 3.95，女性平均數為 4.28，因此男性平均數小於女性平均數。

依不同性別對各構面的差異性分析結果，顯示除了主構面「情感成分」不因性別不同而有顯著差異，其他主構面皆顯示會因性別不同而有顯著差異，且男性平均數皆小於女性平均數，其可能因為女性民眾，對於體驗新奇活動、放鬆身心壓力及對認識在地文化較感興趣，因此具有較高的參與動機，亦有較高意願體驗在地特色文化，因此願意推薦及分享參加經驗給朋友或家人。

表 11 不同性別對各構面之差異性分析

問卷選項	男性	女性	檢定統計量
活動吸引力	3.67 (0.84)	4.00 (0.63)	-2.84** (0.00)
放鬆身心	3.81 (0.76)	4.05 (0.58)	-2.25** (0.02)
增廣見聞	3.75 (0.78)	4.08 (0.60)	-2.98** (0.00)
在地特色	3.75 (0.77)	4.02 (0.60)	-2.45** (0.01)
情感成分	3.77 (0.77)	3.98 (0.68)	-1.79 (0.07)
行為意圖	3.95 (0.90)	4.28 (0.53)	-2.90** (0.00)

註：男性樣本數為 56 人，女性樣本數為 107 人，合計 163 人。男性與女性欄位的數字為平均數，小括弧內的數字為標準差。檢定統計量欄位的數字為假設平均數相等的 t 值，小括弧內的數字為 p 值。

二、不同婚姻狀況對各構面之差異性分析

為了分析在「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」是否會因不同婚姻狀況而有顯著差異，本節計算已婚與未婚在各構面的平均數，並以獨立樣本 t 檢定來檢定其平均數是否相等，其結果顯示於表 12。

在參與動機方面，主構面「活動吸引力」t 統計量為 1.52，機率值為 0.13，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數沒有顯著差異。主構面「放鬆身心」t 統計量為 2.86，機率值為 0.00，在 5% 的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數有顯著差異。比較已婚平均數為 4.12，未婚平均數為 3.83，因此已婚平均數大於未婚平均數。

在文化衝擊方面，主構面「增廣見聞」t 統計量為 1.42，機率值為 0.15，在

5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數沒有顯著差異。主構面「在地特色」t 統計量為 1.16，機率值為 0.24，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數沒有顯著差異。主構面「情感成分」t 統計量為 1.90，機率值為 0.05，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數沒有顯著差異。

在行為意圖方面，「行為意圖」t 統計量為 0.40，機率值為 0.68，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此已婚平均數與未婚平均數沒有顯著差異。

依不同婚姻狀況對各構面的差異性分析結果，顯示僅主構面「放鬆身心」會因婚姻狀況不同而有顯著差異，且未婚平均數小於已婚平均數，其原因可能因為已婚者，面對家庭、小孩與工作，日常生活壓力會較未婚者大，因而參加坑道音樂節動機會以放鬆身心為主要動機。

表 12 不同婚姻狀況對各構面之差異性分析

問卷選項	已婚	未婚	檢定統計量
活動吸引力	3.98 (0.73)	3.81 (0.71)	1.52 (0.13)
放鬆身心	4.12 (0.58)	3.83 (0.70)	2.86** (0.00)
增廣見聞	4.05 (0.64)	3.89 (0.71)	1.42 (0.15)
在地特色	3.99 (0.68)	3.87 (0.67)	1.16 (0.24)
情感成分	4.02 (0.64)	3.81 (0.77)	1.90 (0.05)
行為意圖	4.19 (0.62)	4.14 (0.76)	0.40 (0.68)

註：已婚樣本數為 76 人，未婚樣本數為 87 人，合計 163 人。已婚與未婚欄位的數字為平均數，小括弧內的數字為標準差。檢定統計量欄位的數字為假設平均數相等的 t 值，小括弧內的數字為 p 值。

三、不同參加次數對各構面之差異性分析

為了分析在「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」是否會因不同參加次數而有顯著差異，本節計算一次與二次在各構面的平均數，並以獨立樣本 t 檢定來檢定其平均數是否相等，其結果顯示於表 13。

在參與動機方面，主構面「活動吸引力」t 統計量為 0.51，機率值為 0.60，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數沒有顯著差異。主構面「放鬆身心」t 統計量為 2.11，機率值為 0.03，在 5% 的顯著水準之下，拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數有顯著差異。比較參加一次平均數為 4.03，參加二次平均數為 3.80，因此參加一次平均數大於參加二次平均數。

在文化衝擊方面，主構面「增廣見聞」t 統計量為 1.06，機率值為 0.28，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數沒有顯著差異。主構面「在地特色」t 統計量為 0.97，機率值為 0.33，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數沒有顯著差異。主構面「情感成分」t 統計量為 1.30，機率值為 0.19，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數沒有顯著差異。

在行為意圖方面，「行為意圖」t 統計量為 1.16，機率值為 0.24，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此參加一次平均數與參加二次平均數沒有顯著差異。

依不同參加次數對各構面的差異性分析結果，顯示僅主構面「放鬆身心」會因參加次數不同而有顯著差異，且二次平均數小於一次平均數，其原因可能因為現代人生活壓力大，壓力主要原因可能為財務問題，也有可能因為睡眠不足而導致健康問題，亦可能面臨家庭與職場如何兼顧問題，需要透過從事愛好或有興趣的活動來紓解壓力，且以體驗第一次的活動較有興趣，因而參加坑道音樂節動機會以放鬆身心為主要動機。

表 13 不同參加次數對各構面之差異性分析

問卷選項	一次	二次	檢定統計量
活動吸引力	3.92 (0.67)	3.85 (0.76)	0.51 (0.60)
放鬆身心	4.03 (0.53)	3.80 (0.70)	2.11** (0.03)
增廣見聞	4.00 (0.58)	3.87 (0.78)	1.06 (0.28)
在地特色	3.98 (0.64)	3.86 (0.53)	0.97 (0.33)
情感成分	3.98 (0.64)	3.81 (0.66)	1.30 (0.19)
行為意圖	4.23 (0.59)	4.09 (0.76)	1.16 (0.24)

註：一次樣本數為 104 人，二次樣本數為 37 人，合計 141 人。一次與二次欄位的數字為平均數，小括弧內的數字為標準差。檢定統計量欄位的數字為假設平均數相等的 t 值，小括弧內的數字為 p 值。

四、不同參與夥伴對各構面之差異性分析

為了分析在「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」是否會因不同參與夥伴而有顯著差異，本節計算家人親戚與同學朋友在各構面的平均數，並以獨立樣本 t 檢定來檢定其平均數是否相等，其結果顯示於表 14。

在參與動機方面，主構面「活動吸引力」t 統計量為-0.30，機率值為 0.76，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。主構面「放鬆身心」t 統計量為 0.85，機率值為 0.39，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。

在文化衝擊方面，主構面「增廣見聞」t 統計量為-0.38，機率值為 0.70，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。主構面「在地特色」t 統計量為-0.84，機率值為 0.39，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。主構面「情感成分」t 統計量為 0.62，機率值為 0.53，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。

在行為意圖方面，「行為意圖」t 統計量為-1.24，機率值為 0.21，在 5%的顯著水準之下，無法拒絕平均數相等的虛無假設，因此家人親戚平均數與同學朋友平均數沒有顯著差異。

依不同參與夥伴對各構面的差異性分析結果，所有主構面皆顯示不因參與夥伴不同而有顯著差異，亦即不同參與夥伴，不會影響參與動機、文化衝擊及行為意圖。

表 14 不同參與夥伴對各構面之差異性分析

問卷選項	家人親戚	同學朋友	檢定統計量
活動吸引力	3.98 (0.74)	4.01 (0.51)	-0.30 (0.76)
放鬆身心	4.10 (0.57)	4.01 (0.56)	0.85 (0.39)
增廣見聞	4.01 (0.65)	4.05 (0.56)	-0.38 (0.70)
在地特色	3.98 (0.66)	4.07 (0.58)	-0.84 (0.39)
情感成分	4.04 (0.64)	3.97 (0.67)	0.62 (0.53)
行為意圖	4.17 (0.67)	4.31 (0.55)	-1.24 (0.21)

註：家人親戚樣本數為 69 人，同學朋友樣本數為 56 人，合計 125 人。家人親戚與同學朋友欄位的數字為平均數，小括弧內的數字為標準差。檢定統計量欄位的數字為假設平均數相等的 t 值，小括弧內的數字為 p 值。

第五節 相關性分析

本節將利用 Pearson 相關係數，來探討「參與金門坑道音樂節的動機」、「參與金門坑道音樂節的文化衝擊」和「參與金門坑道音樂節的行為意圖」之相關性。參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊與行為意圖之相關性如表 15 所示，活動吸引力與「放鬆身心」之相關係數為 0.72，與「增廣見聞」之相關係數為 0.74，與「在地特色」之相關係數為 0.70，與「情感成分」之相關係數為 0.66，與「行為意圖」之相關係數為 0.66，皆拒絕相關係數為 0 之假設，且呈現顯著正相關。

放鬆身心與「增廣見聞」之相關係數為 0.75，與「在地特色」之相關係數為 0.69，與「情感成分」之相關係數為 0.72，與「行為意圖」之相關係數為 0.68，皆拒絕相關係數為 0 之假設，且皆呈現顯著正相關。

增廣見聞與「在地特色」之相關係數為 0.78，與「情感成分」之相關係數為

0.76，與「行為意圖」之相關係數為 0.75，皆拒絕相關係數為 0 之假設，且呈現顯著正相關。

在地特色與「情感成分」之相關係數為 0.84，與「行為意圖」之相關係數為 0.71，皆拒絕相關係數為 0 之假設，且呈現顯著正相關。

情感成分與「行為意圖」之相關係數為 0.71，皆拒絕相關係數為 0 之假設，且呈現顯著正相關。

表 15 參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊與行為意圖之相關性分析

	吸引力	放鬆身心	增廣見聞	在地特色	情感成分	行為意圖
吸引力	1	0.72**	0.74**	0.70**	0.66**	0.66**
放鬆身心		1	0.75**	0.69**	0.72**	0.68**
增廣見聞			1	0.78**	0.76**	0.75**
在地特色				1	0.84**	0.71**
情感成分					1	0.71**
行為意圖						1

註：**表示在 5% 的顯著水準下，拒絕兩者不具有相關性的虛無假設。

第六節 結構性方程模型-偏最小平方法

在本節利用結構性方程模型-偏最小平方法(PLS-SEM)進行變數之間的係數分析，在進行分析之前，先進行信度與效度之分析，之後才會利用拔靴法(bootstrap)，估計出迴歸係數後，驗證本論文之研究假設。

一、收斂信度

在進行分析之前我們必須先對潛在變數進行信度分析，在收斂信度上，我們可以看 3 個指標，分別為指標 1：因素負荷量(outer-loadings)，指標 2：組合信度(Composite Reliability)，和指標 3：平均變異萃取量 (Average Variance Extracted, AVE)。

參與動機、文化衝擊與行為意圖之因素負荷量，其結果如表 16。由實證結果我們發現所有構面因素負荷量的 outer loadings 都高於 0.7 的門檻值，顯示指標具有收斂信度(Convergent validity)。

表 16 動機、文化衝擊與行為意圖之因素負荷量

	參與動機	文化衝擊	行為意圖
活動吸引力	0.92		
放鬆身心	0.93		
增廣見聞		0.91	
在地特色		0.93	
情感成分		0.93	
再次參與			0.89
推薦活動			0.91
分享經驗			0.91
支持活動			0.91

我們也可以由表 17 看出動機、文化衝擊與行為意圖之信度、組合信度與 AVE，在組合信度方面，行為意圖的組合信度為 0.95，文化衝擊之組合信度為 0.95，參與動機之組合信度為 0.93，皆超過 0.7 的門檻值，顯示構面具有組合信度，在 Cronbach's alpha 中，行為意圖之信度為 0.93，文化衝擊之信度為 0.92，參與動機之信度為 0.84，所有構面都高於 0.7 的門檻值，顯示具有信度。

收斂信度的評估可以看 AVE 值，其實證結果如表 17 所示，由表格中可以看出行為意圖的 AVE 值為 0.83，文化衝擊的 AVE 值為 0.87，參與動機的 AVE 值為 0.86，都比最低要求值 0.5 還要來得高，顯示三個構面具有收斂信度。

表 17 動機、文化衝擊與行為意圖之信度、組合信度與 AVE

	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Average Extracted (AVE)	Variance
行為意圖	0.95	0.93	0.83	
文化衝擊	0.95	0.92	0.87	
參與動機	0.93	0.84	0.86	



二、區別效度

在區別效度上，行為意圖、文化衝擊與參與動機是否具有高度區別，我們可以先看 Fornell-Larcker 值，亦即每個構面的 AVE 開更號應要高於該構面與其它構面的相關係數，其實證結果如表 18 所示。

表 18 Fornell-Larcker criterion

	行為意圖	文化衝擊	參與動機
行為意圖	0.90		
文化衝擊	0.78	0.93	
參與動機	0.72	0.82	0.92

由表格可以發現行為意圖之 \sqrt{AVE} 為 0.90，比行為意圖與文化衝擊之相關係數(0.78)或行為意圖與參與動機之相關係數(0.72)都高，顯示行為意圖與文化衝擊、參與動機具有區別效度。同理文化衝擊之 \sqrt{AVE} 為 0.93，比文化衝擊與參與動機之相關係數(0.82)高，顯示文化衝擊與參與動機具有區別效度

另一個判斷區別效度的方法，我們可以檢查 cross-loadings，其實證結果如表 19 所示。在檢查的方法中，被歸類在同一個構面中的題項之係數應該要高於若是將其歸類在其它題項中，例如：活動吸引力為構面參與動機之題項，其在參與動機中應該要有比較高的 loadings，相較於把它歸類於其它構面中的 loadings。

由表格中可知，活動吸引力在參與動機的 loadings 為 0.93，高於被歸類在文化衝擊與行為意圖之 cross-loadings (分別為 0.76、0.66)，同理可以發現各題項之 cross-loadings 都符合具有區別效度。

表 19 cross-loadings

	參與動機	文化衝擊	行為意圖
活動吸引力	0.93	0.76	0.66
放鬆身心	0.93	0.78	0.69
增廣見聞	0.81	0.92	0.76
在地特色	0.75	0.94	0.72
情感成分	0.75	0.93	0.72
再次參與	0.71	0.76	0.89
推薦活動	0.62	0.65	0.92
分享經驗	0.63	0.71	0.91
支持活動	0.67	0.73	0.91

三、結構模型

圖 3 是 3 個變數之間關連性的結構性方程圖，透過 5,000 次重複的 bootstrap 程序，可以求得路徑係數與顯著水準，如表 20。

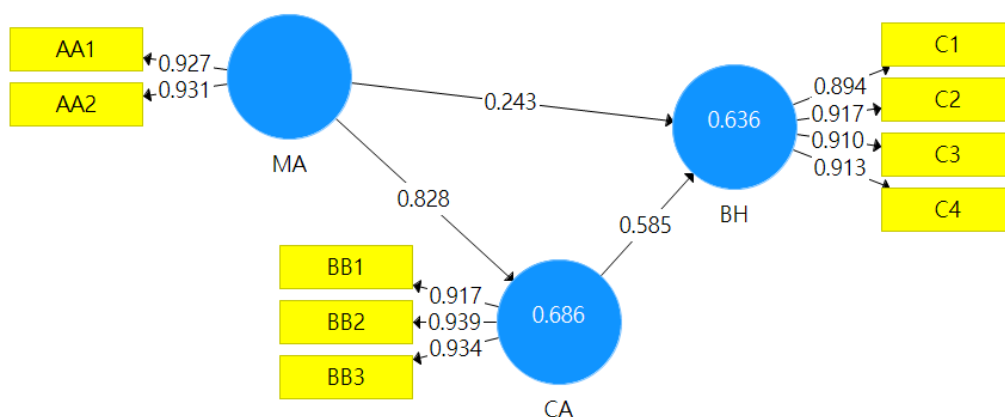


圖 3 結構性方程圖

由結構模型估計值中，可以發現參與動機影響行為意圖的係數為 0.243，在 5% 的顯著水準之下，顯著異於 0，顯示二者具有正向。參與動機影響文化衝擊的係數為 0.828，在 5% 的顯著水準之下，顯著異於 0，顯示二者具有正向關係。文化衝擊影響行為意圖的係數為 0.585，在 5% 的顯著水準之下，顯著異於 0，顯示二者具有正向關係。參與動機對行為意圖之直接效果為 0.243，透過文化衝擊的間接效果為 $0.828 \times 0.585 = 0.484$ ，合計二者總效果為 0.727。

結果顯示參與動機越高，行為意圖就越高，其文化衝擊也越高。另外，本次活動參與者若有越高的文化衝擊，其行為意圖就越高，此外，參與動機對行為意圖間接效果為 0.484，顯示文化衝擊存在強烈的中介效果，亦即參與動機會透過文化衝擊的部分中介而影響行為意圖。

表 20 路徑係數表

	應變數		
	行為意圖	文化衝擊	行為意圖
參與動機	0.243**	0.828**	
文化衝擊	-	-	0.585**

註：**代表在 5% 的顯著水準之下，拒絕係數為 0 的虛無假設。

第五章 結論與建議

本研究以 PLS-SEM 模型為架構，輔以文化衝擊為中介變數來探討民眾參與金門坑道音樂節之動機與行為，綜合探討研究結果之間的相互關係，最後提出對於參與「金門坑道音樂節」的分析與建議。

本章將依據第三章研究方法和第四章研究結果與分析，分析之後歸納出結論，並提出具體建議。本章共分為兩節，第一節為研究發現與結論，第二節為建議，分別論述如下。

第一節 研究發現與結論

本研究探討民眾個人背景變項、參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊和行為意圖之間的關係，由此建立研究架構，假設 1：參與動機會正向影響文化衝擊，假設 2：文化衝擊會正向影響行為意圖，假設 3：參與動機會正向影響行為意圖。本研究運用基本資料分析、信度分析、描述性統計分析、差異性分析、相關性分析和 PLS-SEM 分析等方法進行統計分析，主要研究之發現如下：

- 一、基本資料分析結果顯示，受訪者個人屬性部份，性別以女性略多，年齡分布以 31-40 歲最多，婚姻狀況以未婚略多，教育程度部分則以大學（專）最多，職業類別以工商、服務業最多，平均月收入以 3 萬元以上不足 4 萬元為最多，參加次數以 1 次最多，同行夥伴以家人親戚最多。
- 二、信度分析結果顯示，主構面整體值皆大於 0.7，具有足夠可信度，各構面之題項與構面總分的相關性都大於 0.3，顯示即使刪除題項後，也無法增加整體信度，因此題項設計合理。
- 三、描述性統計分析結果顯示：
 - (一) 民眾參與坑道音樂節主要動機為「鬆馳身心調劑生活」、「體驗新奇事物增廣見聞」、「紓解壓力忘記煩惱」。
 - (二) 民眾參與坑道音樂節主要文化衝擊為「舉辦金門坑道音樂節，增加了外地人

對金門本地文化的認識」、「舉辦金門坑道音樂節，已經成為代表金門本地文化的特色活動」、「金門坑道音樂節對戰地文化提升有幫助」。

(三) 民眾參與坑道音樂節主要行為意圖為「我支持並認同此金門坑道音樂節的辦理」、「我願意向朋友或家人推薦金門坑道音樂節」、「我願意向別人分享金門坑道音樂節的參加經驗」。

四、差異性分析結果顯示，不同性別、婚姻狀況及參加次數在參與動機達顯著差異；不同性別在參與文化衝擊達顯著差異；不同性別在參與行為意圖達顯著差異。對於不同背景變項民眾在參與動機、文化衝擊及行為意圖之差異，建議主辦單位可以針對不同項目的差異程度，增加或改進市場區隔及相關行銷決策，以提高民眾前來參加坑道音樂節的意願。

五、相關性分析結果顯示，參與金門坑道音樂節的動機、文化衝擊與行為意圖之相關性分析，顯示其相關係數皆拒絕相關係數為 0 之假設，且皆呈現顯著正相關。由研究結果可以發現參與動機、文化衝擊與行為意圖之間各構面會與其他構面具有顯著的相關性。

六、PLS-SEM 分析結果顯示：

(一) 參與金門坑道音樂節的動機會影響文化衝擊，分析結果顯示二者具有正向關係，因此假設 1 成立，即參與金門坑道音樂節的動機越高，文化衝擊就越高。

(二) 參與金門坑道音樂節的文化衝擊亦會影響行為意圖，分析結果顯示二者間具有正向關係，因此假設 2 成立，即參與金門坑道音樂節的文化衝擊越高，行為意圖就越高。

(三) 參與金門坑道音樂節的動機會影響行為意圖，分析結果顯示二者具有正向關係，因此假設 3 成立，即參與金門坑道音樂節的動機越高，行為意圖就越高。

(四) 以上驗證本論文之研究假設，即參與動機會正向影響文化衝擊、文化衝擊會正向影響行為意圖和參與動機會正向影響行為意圖。

第二節 建議

- 一、依民眾參與坑道音樂節的動機分析結果，顯示主構面「放鬆身心」大於「活動吸引力」，亦即以推拉動機構面而言，「推動機」大於「拉動機」，表示民眾參與動機主要是為了達到身心靈上的放鬆，紓解日常壓力，藉以調劑生活。因此，主辦單位若想透過提高民眾參與動機增加參加意願，其中推力動機主要與民眾個人內在慾望相關，例如放鬆、新奇、知識、健康與家庭等，可透過媒體宣傳行銷，坑道音樂節可以放鬆身心紓解壓力，體驗新奇事物增廣見聞，間接刺激潛在民眾前往參與坑道音樂節活動。而拉力動機則與外部因素相關，例如自然風景、環境、娛樂與文化等，可透過加強交通的便利性，行銷表演場地翟山坑道的戰地史蹟及介紹在地特色，直接吸引民眾前往參加坑道音樂節，
- 二、依民眾參與坑道音樂節的文化衝擊分析結果，顯示民眾認為舉辦坑道音樂節可以提升對在地特色文化的認識，學習新知以增長見聞，且已成為金門的特色活動之一，可以使在地居民更重視本地文化。依據研究結果顯示，參與動機正向顯著影響文化衝擊及行為意圖，而且參與動機也會透過文化衝擊的部分中介而影響行為意圖。獨特的坑道音樂節正是吸引民眾參與的主要驅動力，民眾為了體驗坑道音樂節，而有了參與坑道音樂節的動機，參與者動機越高，文化衝擊及行為意圖也越高，而且文化衝擊存在強烈的中介效果。主辦單位在規劃坑道音樂節活動時，建議可以參考上述變項正向與中介影響情形，設計及規劃相關活動。
- 三、依民眾參與坑道音樂節的行為意圖分析結果，顯示活動的參與者都有高度的正向行為意圖，代表民眾參加坑道音樂節活動後，對於後續的口碑推薦、主動分享參加經驗以及再次參加的意願是高的，值得一提的是，意願最高的是民眾支持並認同坑道音樂節活動的辦理，顯示地方居民對活動的舉辦整體來說是很支持的，並且認同舉辦坑道音樂節的活動，對於日後活動的推廣及持續辦理是很有助益的。關於民眾參加後是否願意推薦、主動分享以及再次參加，甚至支持並認同活動的辦理等行為意圖，皆與民眾本身對於體驗坑道音

樂節新奇事物增廣見聞的參與動機有極高的相關，且民眾的參與動機越高時，其支持、推廣坑道音樂節的意願也會更高。除了再次參加與推薦坑道音樂節外，民眾可能因為參與坑道音樂節，而引起他們開始重視其他地方相似的節慶活動。因此，主辦單位可透過公部門相互合作，整合各地節慶活動並發佈相關資訊於網路平台，讓喜歡在地節慶活動文化的民眾獲得相關訊息，藉以增加參與動機。

- 四、從本研究結果可以得知，參與金門坑道音樂節動機、文化衝擊和行為意圖的關聯性，互有正向關係，因此了解當地居民對參與音樂節活動的動機及文化衝擊，將有助於主辦單位針對當地居民的態度及其衝擊因素來規劃活動，進一步影響當地居民的參與行為意圖，民眾在參與坑道音樂節活動後，會願意再次參加、會願意向朋友或家人推薦、願意向別人分享參加經驗及支持並認同此活動辦理，以達到音樂節活動的持續發展。
- 五、希望藉由此研究問卷調查結果，提供之改善建議，可以給爾後年度辦理「金門坑道音樂節」活動時所參考，或是其他類似活動舉辦之參考，也希望將金門的特色文化與景點，藉由表演活動能延續下去，讓當地居民及外地觀光客可以重新看見金門的特色文化。
- 六、本研究之問卷設計因研究時間及地域性限制，加上研究者自身人脈管道有限，僅能以Google表單進行問卷調查，在採集樣本數上難免受到諸多限制，建議後續研究者可擴大發放實體問卷範圍，增加研究樣本數，以期有更明確的研究結果。
- 七、本研究之研究方法採用問卷分析，難免會有統計上誤差，無法更深入得知參與金門坑道音樂節背後所隱含的意義，建議後續研究者可加入深入訪談等質性調查方式。

參考文獻

一、英文文獻

- Fishbein M, & Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Boston: Addison-Wesley.
- Fluker M R, & Turner L W. (2000). Needs, Motivations, and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 頁 380-389.
- Kim S H, Holland S, & Han H S. (2013). A Structural Model for Examining How Destination Image, Perceived Value, and Service Quality affect Destination Loyalty: A Case Study of Orlando. *International Journal of Tourism Research*, 15, 頁 313-328.
- Manfredo M J, & Driver B L. (1996). Measure Leisure Motivation: A Meta-analysis of the Recreation Experience Preference Scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 頁 188-213.
- Mathieson A, & Wall G. (1982). *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- Mody M, Day J, Sydnor S, Jaffe W, & lehto X. (2014). The Different Shades of Responsibility: Examining Domestic and International Travelers' Motivation for Responsible Tourism in India. *Tourism Management Perspective*, 12, 頁 113-124.
- Ward A. (2014). Segmenting the Senior Tourism Market in Ireland Based on Travel Motivations. *Journal of Vacation Marketing*, 20(3), 頁 267-277.
- Zeithaml V A, Berry L L, & Parasuraman A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2).
- Zhang Y, & Peng Y. (2014). Understanding Travel Motivations of Chinese Tourists Visiting Cairns, Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 頁 44-53.

二、中文文獻

- 中央社。(2020)。金門坑道音樂節 11 月登場大提琴家張正傑：台灣樂迷太幸

- 運。聯合新聞網。
- 江昱仁 & 盧慧玲。(2006)。台南縣七股鄉居民對當地觀光發展現況認知與態度之研究。2006 休閒遊憩永續發展學術研討會論文集。
- 吳宗瓊。(2003)。觀光發展階段與產業依賴程度對觀光衝擊認知影響之探討。戶外遊憩研究, 16(1), 頁 45-61。
- 吳瑋倫。(2005)。新埔鎮居民觀光衝擊識覺研究。碩士論文。新竹教育大學社會科教育學系。
- 金門國家公園官方網站。(2021)。 <http://www.kmnp.gov.tw/>。
- 金門縣政府官方網頁。(2021)。 <https://www.kinmen.gov.tw/>。
- 張春興。(1996)。張氏心理學辭典。台北市: 東華書局。
- 莊苑仙。(2015)。社區依附對都市品牌態度之影響—觀光衝擊下的探討。行銷評論, 12(2), 頁 189-213。
- 楊明賢。(2002)。觀光學概論(第二版)。台北市: 楊智文化事業股份有限公司。
- 臺灣國家公園官方網站。(2021)。 <https://np.cpami.gov.tw/>。
- 賴如怜。(2002)。南庄蓬萊村居民對原住民觀光發展衝擊認知之研究。碩士論文。朝陽科技大學休閒事業管理系。

附錄

附錄 1 金門國家公園 91-95 年度各遊憩據點遊客人次統計表

附錄 1 金門國家公園 91-95 年度各遊憩據點遊客人次統計表

年度 據點	91年	92年	93年	94年	95年
中山林	299,674	141,386	112,609	147,345	151,287
翟山坑道	313,139	203,991	203,541	210,538	204,012
自然中心	314,092	185,245	205,902	185,911	179,804
古寧頭戰史館	327,660	190,563	205,052	174,465	155,162
823戰史館	182,388	198,313	205,774	192,377	175,033
四維坑道	---	169,362	162,358	91,429	93,078
湖井頭戰史館	---	---	---	---	---
民俗文化村	---	---	---	---	---
金水國小	---	---	---	---	---
得月樓	---	---	---	---	---
僑鄉文化展示館	---	---	---	---	---
經國先生紀念館	---	---	---	---	---
瓊林民防館	---	---	---	---	---
明德公園	---	---	---	---	---
俞大維紀念館	---	---	---	---	---
迎賓館	---	---	---	---	---
古崗樓	---	---	---	---	---
擎天廳	---	---	---	---	---
小徑特約茶室	---	---	---	---	---
自行車故事館	---	---	---	---	---
合計	1,436,953	1,088,860	1,095,236	1,002,065	958,376

資料來源：金門國家公園遊客人數統計，註：---表示金門國家公園尚未將該景點列入遊憩據點

統計，單位：人次。

附錄 2 金門國家公園 96-101 年度各遊憩據點遊客人次統計表

附錄 2 金門國家公園 96-101 年度各遊憩據點遊客人次統計表

年度 據點	96年	97年	98年	99年	100年	101年
中山林	171,231	145,551	113,803	112,049	135,276	145,572
翟山坑道	205,983	172,503	215,611	287,070	373,450	431,003
自然中心	192,192	173,319	151,975	155,252	194,198	221,001
古寧頭戰史館	154,793	150,687	128,957	130,541	165,462	211,715
823戰史館	161,814	148,186	105,213	94,329	142,551	156,142
四維坑道	72,094	97,224	91,099	93,628	109,245	120,663
湖井頭戰史館	---	128,507	94,216	91,820	111,195	130,852
民俗文化村	---	---	58,940	96,069	107,944	135,881
金水國小	---	---	129,553	147,993	199,045	194,133
得月樓	---	---	84,837	154,080	245,843	249,975
僑鄉文化展示館	---	---	76,979	115,123	149,373	175,045
經國先生紀念館	---	---	116,163	128,408	191,341	206,293
瓊林民防館	---	---	14,377	12,637	14,068	16,432
明德公園	---	---	5,055	4,351	15,306	12,467
俞大維紀念館	---	---	---	91,411	113,347	126,512
迎賓館	---	---	---	33,545	79,916	100,245
古崗樓	---	---	---	35,962	47,796	57,755
擎天廳	---	---	---	21,486	53,886	62,184
小徑特約茶室	---	---	---	---	46,804	45,353
自行車故事館	---	---	---	---	---	28,584
合計	958,107	1,015,977	1,386,778	1,805,754	2,508,602	2,909,218

資料來源：金門國家公園遊客人數統計，註：---表示金門國家公園尚未將該景點列入遊憩據點統計，單位：人次。

附錄 3 金門國家公園 102-105 年度各遊憩據點遊客人次統計表

附錄 3 金門國家公園 102-105 年度各遊憩據點遊客人次統計表

年度 據點	102年	103年	104年	105年
中山林(含乳山)	140,303	115,399	101,764	100,257
翟山坑道	373,477	440,953	507,320	463,103
自然中心	192,799	223,266	200,701	210,791
古寧頭戰史館	216,276	223,940	213,329	245,815
823戰史館	151,802	157,751	137,469	157,340
四維坑道	113,847	123,636	110,212	133,697
湖井頭戰史館	120,543	209,222	205,262	143,822
山后民俗文化村	137,036	128,073	121,751	263,331
金水國小	200,712	148,338	194,431	216,903
得月樓	250,205	186,078	232,932	314,835
僑鄉文化展示館	163,549	124,608	94,313	164,105
經國先生紀念館	197,393	17,266	21,814	243,479
瓊林民防館	18,741	186,355	171,774	25,733
排雷館、明德公園	12,507	66,476	57,174	8,744
俞大維紀念館	119,043	124,608	90,493	101,753
迎賓館	82,491	15,679	16,665	97,170
擎天廳	52,001	88,528	91,753	51,001
特約茶室展示館	86,897	111,577	125,225	160,713
胡璉將軍紀念館	65,543	53,792	50,667	57,301
烈嶼遊客中心	14,719	42,436	69,539	103,194
自行車故事館	32,776	31,557	35,138	34,087
古崗樓	---	---	---	53,632
合計	2,742,660	2,819,538	2,849,726	3,350,806

資料來源：金門國家公園遊客人數統計，註：---表示金門國家公園尚未將該景點列入遊憩據點統計，單位：人次。

附錄 4 金門國家公園 106-109 年度各遊憩據點遊客人次統計表

附錄 4 金門國家公園 106-109 年度各遊憩據點遊客人次統計表

年度 據點	106年	107年	108年	109年
中山林	55,472	58,338	61,584	24,632
乳山	67,775	88,379	89,526	29,172
翟山坑道	484,443	540,147	523,830	310,130
自然中心	169,827	145,432	127,678	88,917
古寧頭戰史館	219,537	222,174	236,075	178,173
823戰史館	157,063	160,143	181,553	136,269
四維坑道	133,982	133,082	166,334	171,686
金水國小	248,203	254,846	146,594	74,361
湖井頭戰史館	149,548	145,797	174,023	175,902
山后民俗文化村	300,656	324,319	355,666	261,863
經國先生紀念館	215,414	217,863	231,299	64,835
俞大維紀念館	115,299	115,309	124,540	61,937
瓊林民防館	22,671	20,869	29,040	36,336
僑鄉文化展示館	175,144	90,556	64,930	21,615
古崗樓	24,402	9,408	12,826	
得月樓	332,332	325,204	164,558	96,288
明德公園	3,624	10,859	11,916	8,761
擎天廳	22,806	51,136	60,485	36,820
迎賓館	98,805	88,503	121,411	38,549
特約茶室展示館	146,953	137,472	174,024	151,774
胡璉將軍紀念館	57,989	42,327	44,160	25,725
烈嶼遊客中心	43,697	83,218	130,038	122,201
自行車故事館	31,188	17,579	17,879	15,888
合計	3,276,830	3,282,959	3,249,969	2,131,834

資料來源：金門國家公園遊客人數統計，單位：人次。