

## 參與原住民觀光節慶活動遊客特質之研究—

### 以布農族部落為例

## The study of tourists Characteristics attending indigenous people's festivals -A case of Bunun Tribe

舞瑪夫·達給魯頓 Umav·Dakiludung

南華大學美學與視覺藝術學系碩士班

Graduate Program in Aesthetics and Visual Art, Nanhua University

### 【摘要】

原住民觀光是現代新興的旅遊趨勢，尤其是節慶活動常被廣泛地用來帶動部落旅遊人潮與形塑地方形象。而在原住民觀光活動舉行的過程中常為部落帶來正反面的影響，不管是自然環境、經濟面與傳統文化等都不容被忽視。本研究以 2009 年南投縣羅娜村常年舉辦的聖誕節慶之遊客為研究對象，試圖了解遊客對原住民觀光節慶活動的認知。研究問題包括(一)部落觀光節慶遊客之特質分析；(二)節慶活動對部落觀光之影響；(三)遊客對觀光節慶活動內容之看法等。

研究顯示遊客對部落節慶觀光活動之再參加意願是最高的，多數遊客認為羅娜聖誕節慶很有特色且聖誕氣氛濃厚，其次是原住民朋友很熱情，活動期間感受到部落族人的向心力；然而，即使遊客帶了滿滿的鈔票，但在部落沒有完善相關硬體設備的前提下，羅娜部落在經濟面尚有很大的市場潛力。本研究藉由對參與部落觀光節慶活動遊客之屬性及其對部落觀光活動影響的分析，除了讓學界進一步探討觀光節慶活動之影響，亦提供地方及其相關單位未來在發展部落觀光節慶活動時之參考。

**關鍵詞：**原住民觀光、節慶活動、布農族、市場區隔、遊客動機

### 【Abstract】

The tourism of indigenous people culture is a new travel trend, and festivals are widely used to attract a crowd of tourists and to shape the image of local place. When tourism activities of indigenous people culture are held, they usually bring positive and negative affection to tribes, and the affection on natural environment, economy, and traditional culture should not be neglected. The subjects of the study are based on the tourists, who attended the Luo-Na Christmas Ceremony in Nantou County, a yearly activity, in 2009 to realize tourists' recognition on indigenous people festival. The research questions include 1) characteristic analysis of tourists, who attend indigenous people festivals 2) the affection of festival on tribal tourism 3) tourists' point of view on the content of festival.

The study indicates that tourists have high willingness to re-attend the tribal festival. Most tourists think there is a special feature in the Luo-Na Christmas Ceremony and its Christmas atmosphere is very strong. Further, the indigenous people have great passion, and tourists can feel the centripetal



force from them during the period of activity. Even tourists have abundant travel budget and want to have a good consumption here, but there is no complete hardware equipment in the tribe. Therefore, there is still a big potential on economy development in Luo-Na tribe. The study is on the basis of the analysis of the attributes of the tourists, who attended the tribal festival, and of the analysis of the tourists' affection on the tribal festival. So, the study is helpful for the academic filed to have a further discussion of the affection of festivals, and can also be as a reference for local government and related units to develop festivals tourism in the future.

**Keywords** : Indigenous tourism, Festival, Bunun tribe, Market segmentation, visitors' motivation

## 一、緒論

### (一) 研究動機與目的

雖然，越來越多的原住民部落利用節慶慶典活動之舉辦帶動部落觀光之發展，或是藉由慶典活動的舉辦提升部落的知名度、宣揚地方文化特色以及建立部落的凝聚力<sup>1</sup>。然而若沒有以整體性來探討觀光所帶來的影響，結果便是遊客人數逐漸銳減。為了有效地管理與行銷觀光目的地，我們必須了解消費者：遊客與潛在顧客<sup>2</sup>。遊客進行原住民觀光市場區隔之重要性<sup>3</sup>；將遊客市場區隔，有助於辨識目標市場與訂定更精確之觀光行銷策略<sup>4</sup>。藉由瞭解遊客參與動機、滿意度與重遊意願，將能更深入剖析原住民節慶觀光活動之影響。南投縣信義鄉羅娜村的布農族部落，舉辦聖誕節慶活動長達數十年，目的除了傳揚神的福音，也希望吸引外來的遊客，提升部落的知名度。短短的幾天常吸引許多遊客進入部落，進而帶動整體信義鄉的旅遊業。單一部落利用舉辦節慶觀光活動發展部落旅遊，實屬不多。

因此，本研究以 2009 年南投縣羅娜村常年舉辦的聖誕節慶之遊客為研究對象，試圖了解遊客對原住民觀光節慶活動的認知。研究問題包括(一) 部落觀光節慶遊客之特質分析；(二)節慶活動對部落觀光之影響；(三) 遊客對觀光節慶活動內容之看法等。藉由對參與部落觀光節慶活動遊客之屬性及其對部落觀光活動影響的分析，除了讓學界進一步探討觀光節慶活動之影響，亦提供地方及其相關單位未來在發展部落觀光節慶活動時之參考。

本研究目的如下：

1. 探討參與原住民節慶觀光之遊客特性。
2. 瞭解參與原住民節慶觀光之遊客滿意度。
3. 探討參與原住民節慶觀光之遊客參與動機。
4. 分析參與原住民節慶觀光之遊客活動內容評價。

<sup>1</sup> 吳宗瓊，〈部落觀光慶典活動影響之研究-遊客認知面向的探討〉，《旅遊管理研究》，第二卷，第二期，嘉義大學，嘉義，2002，第 39-56 頁。

<sup>2</sup> Getz, D., *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1997.

<sup>3</sup> 曹勝雄，〈觀光行銷學〉，台北市，揚智文化，2002，第 22 頁。

<sup>4</sup> Formica, S., & Uysal, M. *A market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz Festival in Italy*. *Festival Management & Event Tourism*, 3(4), 1996, P.175-182.



5. 探討參與原住民節慶觀光之遊客重遊意願。

## (二) 研究背景

南投縣信義鄉雖稱為山地鄉，但原住民的人數與平地籍約各佔一半。原住民以布農族為主（包含郡社群、丹社群、卡社群、巒社群、卓社群），鄒族為輔。羅娜部落涵蓋陳有蘭溪中游，海拔約 900~1000 公尺，位於信義鄉西部(如圖 1)，阿里山山脈中段，北與新鄉村為界，東北以十八重溪與豐丘村為鄰，南以倉庫溪及其上源山地的稜線與望美村毗鄰，西以山地接嘉義縣阿里山鄉，土地面積 39.12 平方公里<sup>5</sup>。村戶數有 6 鄰 485 戶，2009 年 9 月底人口有 1812 人，其中原住民人數 1482 人，約佔 82%<sup>6</sup>。



圖 1 信義鄉行政區域圖

資料來源：信義鄉戶政事務所 <http://www.shini.gov.tw/form/index.asp?m=2&m1=7&m2=75>

羅娜部落的族人以布農族郡社群為主，巒社群次之，宗教信仰以基督長老教會<sup>7</sup>與露德聖母天主堂<sup>8</sup>為主，教會活動是族人生活的重心。每年的聖誕節，是羅娜村最熱鬧的節慶，在外族人回家團聚，家家戶戶佈置繽紛絢麗的聖誕燈，各式各樣的攤販及傳統手工業品的販售，讓羅娜街道熱鬧了起來。尤其教會舉辦的聖誕晚會更是擠滿了族人與遊客，到了報佳音時，不管是在地人或遊客，手持著火把或蠟燭，帶著虔誠敬畏的心，繞部落一圈，慶祝耶穌的誕生。

## (三) 名詞釋義

### 1. 原住民觀光

原住民觀光不同於一般型態的觀光活動，因其所接觸者並非生硬的遊樂設施或無法與其交

<sup>5</sup>海樹兒·戈刺拉菲，《布農族部落起源及部落遷移史》，台北國史館，2006，第 322 頁。

<sup>6</sup>南投縣信義鄉戶政事務所，【村里鄰人口數】，

<http://village.nantou.gov.tw/hicg/population/index.asp?m=99&m1=5&m2=24>，(上網時間：2009 年 9 月 29 日)

<sup>7</sup>台灣光復以後，為達成「台灣歸主」的目標，於在主後 1951 年 5 月 7 日南北兩大會在台北設立「台灣基督長老教會總會」。

<sup>8</sup>民國 45 年瑪利諾會會士伏智神父擔任水里本堂神父並在信義鄉地利村傳教期間，獲知羅娜村還沒有天主教神父和傳教師前去傳教，就派遣當時在地利天主堂幫忙福傳的 buh（布農族語）前來本堂訪問調查。



談的自然資源，而是鮮活的人、真實的文化及傳統<sup>9</sup>。

## 2. 節慶活動

節慶是在一個例行的活動之外，於組織運作及經營贊助配合下所形成的一種一次性的或非經常性發生的特殊活動<sup>10</sup>。

## 3. 旅遊動機

旅遊動機是由人們內在驅力、誘因、引導、及其他綜合行為所構成<sup>11</sup>。

## 4. 滿意度

顧客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。

## 5. 台灣原住民族之布農族

原住民族約有 49 萬人，佔全台灣總人口數的 2% ，目前，經台灣政府認定的原住民族有：阿美族、泰雅族、排灣族、布農族、卑南族、魯凱族、鄒族、賽夏族、雅美族、邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族以及撒奇萊雅族及賽德克等 14 族。目前平埔族已幾乎全部漢化，而本研究乃針對原住民族中的布農族為主要研究對象。

## 二、文獻回顧

### (一) 原住民觀光

原住民觀光風潮固然有許多可能的負面影響，但它也是原住民經濟提升、文化傳承與生態維護的契機與轉機，而其中最重要的第一步便是如何將過去「觀光原住民」的扭曲扭轉為「原住民自主的觀光」<sup>12</sup>。

#### 1. 原住民觀光之定義

聯合國將 1993 年定為「國際原住民年」(International year for Indigenous People)，同時，全球也興起一股對於前往「偏遠」、「新奇」、「異樣風情」的原住民地區從事觀光活動之熱潮<sup>13</sup>。90 年代開始，原住民文化開始成為促銷旅遊的一個賣點。原住民觀光不同於一般型態的觀光活動，因其所接觸者並非生硬的遊樂設施或無法與其交談的自然資源，而是鮮活的人、真實的文化及傳統<sup>14</sup>。真正的「原住民族觀光」，應該是由原住民族、政府部門、旅遊仲介、觀光者，密切互動而醞成的市場，但目前的情況卻比較像是「觀光原住民族」，造成台灣原住民族觀光之主、客體異位現象<sup>15</sup>。這些不同形式的文化表現，也正呼應著原住民觀光的不同面向：參觀部落的遺跡、

<sup>9</sup> 註 1。

<sup>10</sup> 同註 2。

<sup>11</sup> Iso-Ahola, S. E. *Toward a social psychological theory of tourism motivation : A rejoinder*. *Annals of Tourism Research*, 9, 1982, P.256- 262.

<sup>12</sup> 紀駿傑，〈從觀光原住民到原住民自主的觀光〉，《原住民文化與觀光休閒產業研討會》，中華民國戶外遊憩學會，台北，1998，第 46 頁。

<sup>13</sup> 同註 12。

<sup>14</sup> 同註 1。

<sup>15</sup> 謝世忠，〈山胞觀光當代山地文化展現的人類學詮釋〉，《自立晚報》，第一版，1994，第 202 頁。



以原住民文化為主題的博物館、部落的祭典與慶典，欣賞部落所在地的山林景色，以及體驗部落的生活與飲食...等<sup>16</sup>。

## 2. 原住民觀光的衝擊

觀光的產生帶來了部落的發展，而觀光發展的多元性，間接的引起了各種行業的產生，因此部落的發展涉及層面非常廣，也因為觀光的發展帶來正面的影響與負面的影響。觀光所造成的影響是居民對觀光發展態度的重要因素，部落的居民，在歷經觀光所帶來的影響之後，必定會對原住民觀光有更進一步的想法與不同程度的認知，而改變對現在或未來部落的觀光發展，當然也抱持著不同的態度<sup>17</sup>。原住民觀光應該要盡量維持當地的原貌，無論是環境品質，或對文化的介紹，都應該由訓練過的當地人細心維護與主導。在這一股原住民觀光熱潮的衝擊下，謝世忠(1994)<sup>18</sup>所探討的各種觀光對於原住民部落/社區以及對於原漢關係造成的各種正反面影響卻不得不令我們再次深思：原住民觀光熱潮是否會更加速原住民文化的消費與流失？茲將學者的定義整理如表 1。

表 1 原住民觀光發展對原住民部落的影響

層面	正面影響	負面影響
經濟	1、提振部落經濟、增加部落稅收。 2、改變職業型態，增加就業機會。 3、個人收入增加。 4、生活品質和物質條件改善。 5、改善土地利用與經濟結構。 6、產業多元化。	1、外來財團入侵，壟斷經濟利益。 2、對市場經濟更加依賴，重視物質主義。 3、分配不均，造成居民貧富差距增大。 4、喪失對土地及資源的控制權。 5、地價上漲。 6、收入受到淡旺季的影響。 7、原住民只能從事較低層之旅遊服務工作，且工作權無法保障。 8、物價上漲、需求增加，生活費用提高。
社會文化	1、提升及改善原住民形象。 2、傳統文化與技藝得以保存及復興。 3、增加族群意識及認同感。 4、增加與外界不同族群瞭解、溝通、交流的機率。 5、減少人口的外流。	1、傳統文化、生活型態與神聖祭儀遭受衝擊，逐漸被商品化。 2、母語、傳統文化逐漸遺忘及流失。 3、犯罪率提高、社會問題增加。 4、與觀光客產生言語或行為衝突。 5、消費模式與價值觀改變，造成負面影響。 6、因生意競爭，造成衝突增加、關係冷漠。

<sup>16</sup> 鄒亮瑩，《原住民觀光獲利與文化保存的互惠-認真觀光者的角色探討》，嘉義大學休閒事業管理研究所論文，2006。

<sup>17</sup> 侯宜凱，《原住民族地區觀光與地方發展之研究－以鄒族來吉部落為例》，國立嘉義大學史地系碩專班碩士論文，2009。

<sup>18</sup> 同註 15。



	<p>6、改善原住民的知識和教育文化水準。</p> <p>7、資訊流通更快速，取得也更方便。</p>	<p>7、可能改變當地原有社據制度或階層組織。</p> <p>8、手工藝品質低落，出現大量仿冒品及非當地的手工藝品。</p> <p>9、遊客歧視的眼光，使居民產生自卑感，自尊心受損。</p> <p>10、觀光的負面衝擊，使非觀光業的居民態度較不友善。</p> <p>11、可能改變原有的社會制度或階層組織。</p>
<b>環境</b>	<p>1、部落交通獲得改善。</p> <p>2、社區基礎建設改善。</p> <p>3、建立部落原風貌。</p> <p>4、生活環境與品質的提升。</p> <p>5、居民環境保育的觀念提升。</p> <p>6、自然生態環境得到關注與保護。</p>	<p>1、旺季時出現交通堵塞、人潮擁擠。</p> <p>2、加速資源的耗損與生態的破壞。</p> <p>3、過度開發造成許多自然災害。</p> <p>4、觀光業發展使平地漢人移民湧入。</p> <p>5、觀光客侵犯居民生活秩序與空間。</p> <p>6、生活品質變差，環境污染問題嚴重。</p> <p>7、大量新建築與原有景觀不協調。</p>

資料來源：侯宜凱，2009，〈原住民族地區觀光與地方發展之研究－以鄒族來吉部落為例〉，國立嘉義大學史地系碩專班碩士論文。

**小結：**

研究者定義，原住民族觀光應為結合遊客受到原住民祭典、文化、藝術、建築、節慶、遺跡及該地區自然風光的吸引，透過觀光的行銷、策略與展現，所從事的旅遊活動。依目前各部落舉辦慶典活動的情況觀察，雖然慶典活動的數目與日激增，活動規模也越辦越大，但由於所提供的旅遊體驗以及活動品質參差不齊，觀光慶典活動的舉辦是否真能帶動部落整體的發展？需進一步的檢視。<sup>19</sup>

**(一) 節慶活動**

**1. 節慶活動的定義與特性**

何謂節慶活動？節慶是在一個例行的活動之外，於組織運作及經營贊助配合下所形成的一種一次性的或非經常性發生的特殊活動<sup>20</sup>。節慶活動就是為了紀念、慶祝特殊的時刻或者是為了達到特定的社會、文化、地方發展目標，而在事業精心、刻意設計出來的獨特儀式、典禮、演出、慶典，它可以包含了國定假日的慶祝，重要社會發展的紀念日、特別民俗文化展演的時刻、重要運動競技、地方值得公開慶祝的日子所辦理的各種文化的、歡樂的、紀念的、競技的、知性的、心靈的、獨特的展演活動<sup>21</sup>。

遊客也常因為慶典活動具備有文化、教育、觀光等特質而參與該性質之活動；慶典活動除

<sup>19</sup> 同註 1。

<sup>20</sup> 同註 2。

<sup>21</sup> 翁興利，《政策規劃與行銷》，台北，華泰文化，2004，第 7 頁。



了上述之特質外，尚包含了下述特性<sup>22</sup>：

- (1) 不可觸摸性的魅力：不可確定、無法掌握、瞬間即逝是特殊事件或節慶的另一項魅力所在。
- (2) 為主要或附屬的觀光活動：節慶可以專門設計成一項主要的觀光活動來吸引遊客的到訪，也可以為遊客觀光旅遊行程的附屬行程，遊客可藉由節慶活動的觀賞或參與，豐富且擴大其旅程的內容，增加遊客的興致與印象。
- (3) 感受群眾熱鬧的氣氛：節慶活動雖然不一定擁有經常性固定的硬體設備，但仍需要有一定的硬體環境。節慶活動對遊客最主要的吸引力是在其周遭所形成的氣氛，例如群眾的活動以及主辦單位所提供的服務項目等。
- (4) 調節季節性觀光效應：發展節慶活動可以在旅遊目的地旺季來舉行，以增加旅客旅程的可看性，也可以在旅遊淡季來舉行，增加觀光吸引力。節慶活動除了可以展現當地人文資源以外，亦可以以其獨特文化傳統提振當地觀光遊憩活動中所扮演的角色。

## 2. 節慶活動的功能

近年來國內推動觀光節慶活動已蔚為風潮，除了典型的宗教慶典外，各地方為提高知名度或推銷地方產業莫不依照各自特色，去構思節慶活動的典型及辦法，藉由活動的舉辦，達到發展觀光、行銷地方，增加就業機會、繁榮經濟的目的<sup>23</sup>。在地域方面，節慶觀光可以達成擴展觀光區至傳統景點之外的效益，即使節慶本身不能招來國際旅客，也能列入包辦旅程之中，以提升國家或地區的整體形象<sup>24</sup>。茲將學者對節慶活動相關功能整理如表 2。

表 2 節慶活動相關功能

功能	說明
地方經濟開發	● 推展地方農、漁特展品的促銷，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	● 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。 ● 增加觀光吸引力。 ● 使較單純或靜態的觀光地點因節慶活動加入活潑化。 ● 配合永續觀光，以提供創文化活動，以減輕觀光對資源的過度破壞。
提供休閒遊憩體會	● 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	● 利用節慶活動將傳統文化藝術展現出來
形象塑造	● 包括政府、贊助者與社區之形象塑造。

<sup>22</sup> 葉碧華，《大型觀光節慶活動效益評估之研究》，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，1998，第15頁。

<sup>23</sup> 駱焜祺，《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》，中山大學公共事務管理學系碩士論文，高雄市，2001，第16頁。

<sup>24</sup> 吳淑女，〈淺談慶典觀光與推展觀光之道〉，《觀光教育》，第六卷第四十五期，1995，第2-6頁。



社造與凝聚意識	● 利用民眾參與節慶活動，凝聚社區意識增進居民參與公共事務，達成社區整體營造功能。
信仰與心靈寄託	● 宗教民俗慶活動往往源自是祭祀、敬神相關。
文化商品的促銷	● 凝聚人潮以利周邊商品銷售目的。
政策理念宣導	● 政府、社會團體透過節慶活動將理念宣導。
提高能見度	● 經媒體行銷讓參與主辦單位或贊助者知名度大增。
增廣見聞	● 遊客、居民透過文化節活動彼此增廣見聞。

資料來源：游書寧(2006)。<sup>25</sup>

## (二) 遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願

### 1. 遊客旅遊動機

旅遊動機是由人們內在驅力、誘因、引導、及其他綜合行為所構成<sup>26</sup>。遊客旅遊動機是多樣化的。節慶遊客的旅遊動機，雖然是決策過程中的核心，但在觀光業卻是較少被研究的領域，必然也很少探討人們旅行的理由了，雖然人們的基本需求以廣被大眾所探討。但是節慶的特定主題在人們的需求上並未被討論，是以我們必須有所突破<sup>27</sup>。若能夠依據遊客的旅遊動機來區隔節慶觀光活動市場，就能夠使主辦單位確認各別市場的優勢與機會，有效提升遊客參與節慶觀光活動的滿意度，因為在整體環境中，通常參與節慶觀光活動之遊客動機是不太一樣的。根據參與節慶活動動機進行遊客的區隔及瞭解遊客動機特徵是一項有力的分析工具，可使節慶活動單位增強目標市場之特色進而促銷，期使突顯與增加節慶活動中較受重視和討人喜歡的部分<sup>28</sup>。

對於深入瞭解節慶遊客的動機之原因有三，說明如下<sup>29</sup>：

- (1) 設計行程上的重要因素，遊客並非要購買旅遊產品或服務，他們期待的是購買後的產品是符合需求及滿意度。行銷策略是用來滿足不同需求，因此，節慶的設計可量身訂做以發現並滿足觀光客的需求。對於發掘他們的需求是有效發展節慶不可或缺的元素，以運用在行銷策略上。因此，提高和維持觀光客的內在動機是節慶規劃者的主要目標<sup>30</sup>。
- (2) 此理由有助於瞭解動機，它和滿意度有著密切的關係。動機發生在經驗和滿意度之前。大部分的節慶來自於當地的區域，那麼舉辦節慶活動之永續可行性乃依靠高度的訪客重遊。
- (3) 所以，為了瞭解遊客參與節慶觀光活動之滿意度與遊客決策過程之關鍵要素，應該先確認可滿足節慶觀光遊客所追求的需求為何。如此一來，隨後推動其他的相關行銷活動，效果可望立竿見影。

<sup>25</sup> 游書寧，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2006。

<sup>26</sup> 同註 11。

<sup>27</sup> Crompton, J.L. and S. L.:Mckay.Motives of Visitors Attending Festival Events. Annals of Tourism Research,24(2), 1979, P.425-439.

<sup>28</sup> 同註 4。

<sup>29</sup> 張舉成，《遊客參與原住民節慶觀光市場區隔之研究-以魯凱族豐年祭為例》，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，2004。

<sup>30</sup> 同註 11。





## 2. 遊客滿意度與重遊意願之研究

滿意度與重遊意願之相關研究方面，Kolter (1997) 提出顧客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。蕭瑞貞<sup>31</sup>以劍湖山世界的遊客為對象，探討遊客的重遊行爲與忠誠度的相關性。研究結果顯示遊客的遊憩滿意度與其對遊樂區屬性的重遊意願呈顯著的正相關。結果顯示滿意度與重遊意願兩者間呈正相關。

### 小結：

本研究基於上述理論，擬定以下假設亦即：遊客因其基本資料不同，會有不同的旅遊動機；然後在完成活動內容後得到實際體驗，亦即得知其滿意度，再進而探討遊客對原住民觀光節慶的重遊意願。本研究係以此架構，對原住民觀光節慶遊客的基本資料加以分析，以瞭解旅遊動機、滿意度、重遊意願及其間之關係。

## 三、研究設計與方法

### (一) 研究工具與抽樣

本研究採用問卷調查法，針對參與羅娜部落觀光節慶活動之遊客進行問卷調查。所發放問卷之題目是參考文獻資料與研究者之整理而發展得來的。問卷內容分為遊客基本資料、參與動機、滿意度、重遊意願等四部分。在抽樣方法方面，本研究採用便利抽樣(convenience sampling)方式，進行正式問卷調查。問卷調查時間，分成兩大主軸，第一部分以參與羅娜露德聖母堂之遊客<sup>32</sup>為主(一天)，爲了取得有效的樣本，本研究所採樣的對象爲就讀國中以上之成人，排除剛入羅娜部落之遊客與就讀國中以下的遊客爲對象，雖然其活動地點集中於羅娜聖母天主堂，但因爲當天下起毛毛細雨，遊客進出頻繁，於是由六位工讀生<sup>33</sup>主動徵詢有意願填答問卷之遊客，並以「你是否爲羅娜村人」的問題排除本地的遊客。發放問卷採自行填答(self-administered)方式，然後回收並檢視問卷，確定填答完整性。第二部分則以參與羅娜基督長老教會之遊客<sup>34</sup>為主(兩天)。

### (二) 問卷預試處理

首先經過羅娜部落籌備聖誕節慶相關人士進行內容效度檢視，意見提供及修改，以使問卷內容能確實達到其需求。第二，邀請學者專家進行內容效度檢視，意見提供及修改。最後，邀請去年曾經來過羅娜部落參與聖誕節慶之遊客再進行內容效度檢視，意見提供及修改，確定遊客清楚明白問卷內容之題目，因此，本研究結果應具備一定的內容效度。本研究之程序如表 3

表 3 「遊客問卷」程序表

序	程 目的	「遊客問卷」程序
---	---------	----------

<sup>31</sup> 蕭瑞貞，《遊客重遊行爲與其對遊樂區屬性忠誠度關係之研究- 以劍湖山世界爲例》，逢甲大學土地管理學系碩士論文，1998。

<sup>32</sup> 因羅娜聖母天主堂活動時間開始於晚間七點，因此取樣時間爲晚間八點至十點。

<sup>33</sup> 當地部落之國中生，並在調查前接受一個小時之訓練解說。

<sup>34</sup> 遊客多爲在地人所帶來之朋友，因此經由在地人之引見後，由研究者採取上述調查方式。



調查方法	一共發出 100 份問卷，收回 89 份有效問卷
調查時間	2009 年 12 月 24 日~2009 年 12 月 26 日，共三天
調查對象	參與羅娜部落聖誕節慶之遊客
抽樣方式	因活動期間遊客不易掌握，在資料收集上採用便利抽樣方式。
檢核規則	問卷須全部作答，且無明顯偏誤者，如遊客年紀與本人不符合。

資料來源：研究者整理

#### 四、研究結果與分析

##### (一) 受訪者特質

受訪遊客中男占 41.6%，女性占 58.4%。21-40 歲的年齡占 47.1% 為最高，其次是 13-20 歲占 39.3%，而 60 歲以上之受訪者最少(13.4%)。在教育程度方面，以大學最多(35.9%)，其次為高中職(30.3%)，碩士以上之受訪者最少(5.6%)，可知受訪者之教育程度並不低。遊客的職業分布以學生最多(51.6%)，其次為商/服務業(28%)。在居住地方面，受訪者來自不含南投縣的中部為最多(30.3%)，其次為南投縣(29.2%)。

##### (二) 遊程特質

遊客以第一次到訪者為多(44.9%)，其次為三次以上到訪者(39.3%)。遊伴性質以「朋友/同事/同學」為多數(69.6%)，其次為「家人親戚」(16.1%)。遊客獲得資訊的管道以「親友介紹」為多(76.4%)，其次為「路過」(16.9%)。參與的主要動機以「參加聖誕節慶活動，例如報佳音、聖誕晚會...等」為多數(58.4%)，其次為「體驗原住民傳統生活/好奇」(19.1%)，與「享受大自然/遊山玩水」(16.8%)。

##### (三) 遊客滿意度

在問卷預試中，我們發現前來的遊客主要以參加聖誕節慶與參觀原住民部落為主，因此在遊客滿意度上，我們分為兩個部份，說明如下：

###### 1. 遊客對羅娜部落聖誕節慶的舉辦感到滿意：

遊客的滿意程度最高與最低介於 3 分到 10 分，平均滿意度為 90 分；在各組滿意度的分佈上以 10 分最多(38.2%)，其次為 8 分(29.2%)。

###### 2. 遊客對羅娜部落感到滿意。

遊客的滿意程度最高與最低介於 3 分到 10 分，平均滿意度為 87 分；在各組滿意度的分佈上以 10 分最多(34.8%)，其次為 8 分(31.5%)。

###### 3. 遊客留在羅娜部落天數以一天最多(49.4%)，其次是兩天(27%)：

在開放式的回答中，大多數遊客停留數一天的行程為「參加天主堂的聖誕晚會與報佳音後，因外宿別村便隨即離開」；遊客停留數兩天以上大多數是住在當地朋友的家，因此得以參加一系列的聖誕慶祝活動(基督教聖誕晚會、爬山、雙排球運動..等)，而沒有住在當地部落的遊客停留兩天以上大多數的行程為「羅娜天主堂晚會結束後，隔天至鄰近部落走走(東埔溫泉、望鄉民宿、風櫃斗...等。)」。

###### 4. 遊客在羅娜部落的花費：

遊客個人在部落的平均花費為 100 元以內(83.7%)，主要以攤販為主。



#### (四) 遊客對活動內容評價

在開放式的回答中，整理如下：

##### 1. 針對羅娜聖誕節慶的內容

多數遊客認為羅娜聖誕節慶很有特色且聖誕氣氛濃厚，教會與住家佈置得很漂亮；其次是原住民朋友很熱情，像家人一樣的對待、活動期間感受到部落族人的向心力、團結，讓人很感動。在遊客對聖誕節慶不滿意的意見中，最常被提及的「天主堂晚會內容重覆性高」(內容無爆點、沒有變化、看膩)；其次是「還可以在熱鬧一點」(宣傳的不夠、網路沒有資料可查詢、可以用大字報將活動內容放在顯眼處)；與「交通不便」(交通工具與停車位少、路況、路標指示不清等問題)。在遊客提出建議的意見中，最常被提到可以提供接駁車，減少交通擁擠，擴大人潮和商機；其次是太多像夜市的擺攤，卻沒有提供原住民風味餐或是手工藝品，無法提升當地人的經濟效益；住宿不方便，希望提供民宿、開放活動中心或是露營的地方；主要道路太多人路邊停車，使得路很狹窄，很不方便。

##### 2. 針對羅娜部落

多數遊客認為羅娜部落的建築很有布農族的風格、原住民風情十分濃厚；其次是風景優美與濃濃的人情味(熱情好客的原住民朋友)。在遊客對羅娜部落不滿意的意見中，多數認為「環境稍亂」(狗糞、擺攤的垃圾、醉漢)；其次是希望有專人介紹當地文化特色。

#### (五) 遊客重遊意願

整體而言，遊客對於再參加意願是最高的(87.6%)，其次為表達可能者(9%)，而表達不願意再來的原因為：攤位太雜亂，很像在逛夜市、活動內容一成不變與沒有住宿的地方。另外，表示欲推薦給他人時的介紹詞整理如下：

表 4 欲推薦他人參與聖誕節之介紹詞

1	這裡沒有華麗的建築也沒有奢侈的享受，但卻能讓人感到溫馨和文化的傳承之樣。
2	快來體會這原住民聖誕氣氛濃厚的地方。
3	這邊有熱情如火的村民，大家都很大方、這邊也有許多活動可以參加，是一個非常美麗的部落。
4	全台獨一無二的報佳音(點火把)。
5	平安夜&聖誕節很有「原」味，充滿原味的布農村莊。
6	遠離都市喧囂和生活壓力，是養老的好地方。
7	你絕對要親自去感受，原住民們都很熱情呢，音樂舞蹈，還可一起參加「雙排球」的刺激比賽。
8	親切、大方、有烤山豬、小米酒，超級好玩的
9	沒有來過羅娜部落，你的人生就像少一塊拼圖。
10	羅娜慶典和一般舉辦的活動不同，別有一番風味，一定要來唷!
11	羅娜很多大眼睛的美女，要不要去？



12	親身去體驗看看，會有不同以往的聖誕夜哨，謝謝羅娜的朋友們。
13	羅娜會讓人不由自主的放鬆，很有向心力、團結、親和力，重點是「排球神人村」。

資料來源：研究者整理

## 五、結論與建議

本研究針對原住民觀光節慶遊客的參與動機、滿意度與重遊意願做深入的探討。研究個案選定具有全國指標意義的羅娜部落聖誕節慶，以遊客市場的角度，針對現階段之管理缺失及經營策略提出建議，進而提供未來地方單位或是其他原住民部落發展節慶觀光發展決策上的參考。

### (一) 結論

#### 1. 遊客市場探討

- (1)到羅娜部落參與聖誕節慶的遊客以學生群、教育程度偏高、來自中部地區者居多。大多數的遊程為一天的行程，且多數因為羅娜部落為提供住宿而須早早離開。遊客大多數是第一次來參加原住民觀光節慶活動。同伴人數以朋友/同事/同學為主，可見遊客團體大小規模乃以十人以下之小團體為主，願配合解說活動，推動深度知性與體驗之旅應會受到此一群體的歡迎。交通工具則是以自行開車為主，這可能是因為活動地點位處山區，大眾交通工具不普遍有關。透過親友介紹或是路過遊客而得知此活動的比率超過一半，建議設計具有節慶氣氛的廣告或相關活動資料，透過網路、報章媒體強行行銷。遊客大多數沒有留宿過夜，少數留宿者多選擇親朋好友家，以留宿一夜為主，即使遊客帶了滿滿的鈔票，但在部落沒有提供充分的民宿、特產、原住民手工藝品與傳統風味餐的前提下，遊客頂多只能買買攤販的東西，因此，羅娜部落在經濟效益尚有很大的市場潛力。
- (2)在遊客參與動機方面，羅娜部落以「原住民聖誕節慶」為主要原因，可見羅娜聖誕節慶已經成功塑造了地方特色，如果當地部落能掌握優勢並創造新傳統，未來可能成為著名的節慶之一。

#### 2. 聖誕節慶對羅娜部落觀光的影響：

- (1)雖然遊客留在部落參與聖誕節慶的天數不多，但研究顯示重遊意願高達 87.6%，願意推薦給親友者過半數。由此得之，羅娜節慶活動的舉辦具有良好的口碑，對遊客的重遊率以及潛在遊群的擴展是有幫助的。
- (2)以羅娜部落來看，活動期間遊客量大增，為觀光相關產業帶來了顯著的成長。可惜的是當地部落的攤位過少，大多數遊客也反應擺攤太像夜市，缺乏代表原住民的手工藝品、紀念品與傳統風味餐等。
- (3)遊客個人在部落的平均花費為 100 元以內(83.7%)，相較於鄰近部落舉辦活動(風櫃斗、提供民宿、溫泉等)平均遊客收益為低。推究其原因主要是有無在部落過夜的關係。此外，受到部落觀光產業結構的影響，主要以外地攤販者受惠最多。因此，若真正要提升部落整體經濟，首先應該對外地攤販有些限制與規定，並調整部落產業架構，強化目前欠缺的經營手法為主。
- (4)遊客大多數肯定部落觀光可提高當地部落的整體效益，因此政府機關應配合地方單位，對提



供遊客的各項硬體設施部分給予長遠的規劃與協助，有效改善遊客的休閒性與安全性，提升部落觀光整體的滿意度。

### 3. 羅娜聖誕節慶活動內容的評析

大多數遊客表示夜間照明設備不足、停車位過少等，建議相關單位應加強改善硬體設施及生活機能便利性(例如環境整潔、公廁、停車場、休息地方等)。大多數遊客也表示希望能有專人導覽解說，因此建議地方單位設置解說牌，並且訓練專業的服務人員，強化服務品質。此外，遊客大多數為外來者，對於路況不熟悉，地方單位亦可設計部落地圖與導覽手冊，並在最後特別標示緊急醫療設施位置，並增加緊急聯絡電話，以增加遊客之印象，並有效處理緊急醫療意外事故。

本研究採用問卷與參與式的觀察(從規劃活動到活動結束)，以便更深入了解羅娜聖誕節慶活動的舉辦。研究發現，相關單位規劃的活動內容以宗教與布農族傳統文化為兩大核心。從遊客開放性的意見也發現，除了參與聖誕節慶外，遊客並沒有參與其他的活動。因此，相關單位應該致力開發布農族傳統文化體驗活動，對於生態、節慶、布農族傳統文化的精神更應該落實在部落內的各項設施與活動上，強化布農族部落聖誕節慶的印象，打造出全台獨一無二的節慶氣氛。

## 參考文獻

### 一、中文著作編譯

1. 台灣基督長老教會，《台灣基督長老教會教會法規》，台南市，教會公報出版，2004。
2. 海樹兒·亥刺拉菲，《布農族部落起源及部落遷移史》，台北國史館，2006。
3. 翁興利，《政策規劃與行銷》，台北，華泰文化，2004。
4. 曹勝雄，《觀光行銷學》，台北市，揚智文化，2002。

### 二、期刊

1. 紀駿傑，〈從觀光原住民到原住民自主的觀光〉，《原住民文化與觀光休閒產業研討會》，中華民國戶外遊憩學會，台北，1998。
2. 謝世忠，〈山胞觀光當代山地文化展現的人類學詮釋〉，《自立晚報》，第一版，1994。
3. 吳淑女，〈淺談慶典觀光與推展觀光之道〉，《觀光教育》，第六卷第四十五期，1995。
4. 吳宗瓊，〈部落觀光慶典活動影響之研究-遊客認知面向的探討〉，《旅遊管理研究》，第二卷，第二期，嘉義大學，嘉義，2002。

### 三、學位論文

1. 駱焜祺，《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》，中山大學公共事務管理學系碩士論文，高雄市，2001。
1. 游書寧，，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2006。
2. 葉碧華，《大型觀光節慶活動效益評估之研究》，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，1998。
3. 鄒亮瑩，《原住民觀光獲利與文化保存的互惠-認真觀光者的角色探討》，嘉義大學休閒事業管理研究所論文，2006。
4. 張舉成，《遊客參與原住民節慶觀光市場區隔之研究-以魯凱族豐年祭為例》，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，2004。



5. 侯宜凱，《原住民族地區觀光與地方發展之研究－以鄒族來吉部落為例》，國立嘉義大學史地系碩專班碩士論文，2009。
6. 蕭瑞貞，《遊客重遊行為與其對遊樂區屬性忠誠度關係之研究- 以劍湖山世界為例》，逢甲大學土地管理學系碩士論文，1998。

#### 四、英文著作編譯

1. Getz, D., *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold ,New York,1997.
2. Iso-Ahola, S. E. *Toward a social psychological theory of tourism motivation : A rejoinder*. *Annals of Tourism Research*,9, 1982.
3. Formica, S. & Uysal M.A, *market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz Festival in Italy*. *Festival Management &Event Tourism*,3(4), 1996.
4. Crompton, J.L. and S. L. Mckay., *Motives of Visitors Attending Festival Events*. *Annals of Tourism Research*,24(2), 1979.

#### 五、網路資料

1. 南投縣信義鄉戶政事務所，【村里鄰人口數】  
<http://village.nantou.gov.tw/hicg/population/index.asp?m=99&m1=5&m2=24>。
2. 羅娜露德聖母堂簡史，  
<http://tw.myblog.yahoo.com/avemaria9a99999tw/article?mid=464&prev=-1&next=475>。

