

遊客參與東港迎王祭典滿意度與文化認同度之探討

白宗易 嘉南藥理科技大學
力佳潔 嘉南藥理科技大學

摘要

隨著知識經濟的發展與建立，文化與創意產業漸漸受到各國的重視，紛紛投入許多人力與財務的資源，積極努力發展相關產業。因此，各縣市政府皆致力推動地方觀光產業，其中以文化節慶活動舉辦，成為最具代表之主要觀光活動型態。地方文化活動的舉辦，除有效加強地方文化認同感外，並能帶動觀光熱潮、促銷地方特產、傳承文化信仰、提高地方活力與能見度等作用，均可達到吸引遊客參加與地方文化推廣，具備多元價值與功能。本研究之目的為探討遊客屬性對東港迎王祭典參與滿意度與文化認同度之關係，以量性研究的方式，透過問卷收集資料，樣本選擇採取方便抽樣，針對參加屏東東港東隆宮迎王祭典遊客進行問卷調查。本研究共發出200份問卷，回收計有120份，回收率達60%。研究結果顯示，主要參與者以男性遊客居多，年齡層多為25歲以下，職業以學生為多數，男遊客對參與東港迎王祭典的滿意與文化認同度皆高於女性，遊客之年齡與教育程度，對參與活動之滿意度與文化認同，有著顯著的影響，遊客參與之滿意度與認同度各構面變數，呈現高度正相關。研究建議，東港迎王祭典宗活動的舉辦，有效提高參與者對當地文化認同，若能擴大民眾參與的族群與需求，結合宗教、文化、藝術、人文、鄉土體育、教育等多元價值與功能，將可達到在地文化推廣與永續長存之目的。

關鍵詞：東港迎王祭典、滿意度、文化認同

聯絡人：白宗易，E-mail: ttpaii@mail.chna.edu.tw

壹、前言

一、研究背景與目的

隨著全球化的時代來臨，各國皆盡辦法增加競爭優勢，並強調自己與其它國家的不同之處，綜觀各國目前提出之方案，往往與該國的傳統藝術與民俗文化有關。¹藉由本身文化的展現，除希望重新塑造國民對國家的認同感與自信心，並藉由國際舞臺進行宣傳，盼能吸引國際遊客，前來從事觀光旅遊活動，以提振相關產業經濟活動。²

隨著知識經濟的發展與建立，文化與創意產業漸漸受到各國的重視，紛紛投入許多人力與財務的資源，積極努力發展相關產業。行政院於2003年提出「挑戰2008：國家重點發展計畫」中，增設了觀光客倍增、文化創意產業和新故鄉社區營造等計畫，以提振地方文化產業發展，並作為二十一世紀臺灣觀光產業未來發展之動力來源。因此，各縣市政府亦遵循此政策方向，以文化為出發點，致力推動地方觀光產業，其中以文化節慶活動舉辦，成為最具代表之主要觀光活動型態。透過將文化產業化，產業文化化，不但增進在地文化的紮根與經濟的活動，也同時提升了民眾的滿意與地方認同，讓地方特色產業得以永續發展。³

臺灣各級政府機關與民間地方團體，一致認為，透過民俗文化活動與觀光結合，除可以加深當地居民對本土文化的民俗特色的認同外，透過文化觀光的行銷方式，吸引國內外觀光客來訪，促進地方觀光經濟活絡。⁴交通部觀光 2001 年起，開始包裝與推廣臺灣十二大觀光節慶活動，並於 2005 年研訂「臺灣暨各縣市觀光旗艦計

¹ 湯馬斯·佛里曼，《世界是平的》（臺北：雅言文化，2005）。

² 張茂桂，《社會學與臺灣社會》（臺北：巨流，1999）。

³ 吳宗瓊，〈節慶活動與地區行銷〉，《臺灣農業旅遊學術研討會論文集》。（臺中，2000）。

⁴ 游瑛妙，〈節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析〉（臺中：靜宜大學觀光系碩士論文，1999）。

畫」，遴選出臺灣及各縣市集客力最強之景點及活動，加強對外宣傳行銷，並選出臺灣 8 大景點、5 大活動、4 大特色，訂定實施策略及具體措施，期以旗艦景點及活動作為未來國際觀光推廣主軸。在宗教主題系列活動，以大甲媽祖文化節、內門宋江陣及高雄佛光山朝山等，臺灣宗教民俗相關節慶活動為主，向外國觀光客進行推廣與行銷。

地方文化活動的舉辦，除有效加強地方文化認同感，並能帶動觀光熱潮，有效吸引遊客參加，增加遊客對地方文化認識。⁵地方文化節慶活動之功能與效益，如開發地方經濟，促進觀光產業與觀光收益、促銷地方特產、傳承文化信仰、提高地方活力與能見度等，具備多元價值與功能。⁶指出，地方文化瞭解與貢獻程度活動，與遊客參與活動之滿意度，有著顯著的相關性。個人若持續參與民俗文化活動，對其本身情感內化的過程與民俗情感意識，會產生文化認同的情懷。⁷因此，提高遊客的參與活動滿意度，成為擴大推廣地方文化認同，首要之課題。

本研究的目的旨在探討遊客參與東港迎王祭典滿意度與文化認同感之關係，透過遊客實際參與之情形，進行研究調查，以瞭解遊客參與宗教活動的滿意度因素與文化認同程度之相關性。

貳、文獻探討

本研究旨在瞭解遊客參與滿意度與文化認同之關係。本章將以相關理論與文獻進行回顧與探討，並加以彙整，作為本研究理論基礎及研究架構，內容包括：文化認同度、活動滿意度與東港東隆宮的相關文獻。

⁵ 黃琇玟，〈地方文化活動與地方認同〉（臺南：臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文，2002）。

⁶ Johnny Allen, William O'Toole, Ian McDonnell & Robert Harris, *Festival and special event management* (Brisbane Qld: John Wiley & Sons Australia Ltd, 2002).

⁷ 林美萍，〈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〉（臺中：逢甲大學土地管理所碩士論文，2003）。

一、文化認同與節慶活動相關之文獻

(一) 文化 (culture) 之定義：

文化 (culture)，源自於拉丁文 *cultura*，原意為土地的耕耘和對植物的栽培，引伸為對人的身體和精神兩方面的培養。在中國古籍中，文化的涵養是文治與教化之意。⁸針對文化 *culture* 一詞，文化可謂為人類一切活動所累積的思想、價值、對生活的認知以及經驗的總和，漸而產生的一種生活模式與習慣，此一生活方式與習慣包括了信仰體系、社會組織、科技和環境等範疇。

(二) 文化認同的定義

文化認同的形成，是一種不斷地學習、意義追求的形成過程，由於現代社會文化互動交流多元而頻繁，傳統文化價值體系或多或少遭受衝擊，文化認同過程不再是穩定地、集體地、儀式地形成，相反的，其展開於更多元的形式和層次，於每一次具體互動中產生。⁹因此，文化認同可被解釋為自我定義與世界觀之間的連結。

國內有關認同的討論，大致可概括分為兩類研究方向：第一種研究方向著重在個人，包括對自我或他人（楷模或偶像）的認同，另一研究方向則強調個人對其所屬文化，社群、地域的認同。因此，認同是主體（個人）與客體（重要他人、團體等）趨於一致的心理歷程。此一心理歷程，就心理層次而言，即為主體所產生的歸屬感；就外顯層次而言，即為主體對客體的行為方式、態度觀念、價值標準等相似與涉入性的程度。¹⁰

在認同程度上，每個主體對於認同程度的類別，可細分四種情況：

1.認知的 (cognitive)：即個人覺得自己是屬於某一團體，並能了解此團體的特性。

⁸ 陳學明，《文化工業》（臺北：揚智文化事業股份有限公司，2003）。

⁹ 湯昌文，〈客家母語教學中族群意識與文化認同之研究〉（花蓮：國立花蓮師範學院臺灣語言與語文教育研究所碩士論文，2003）。

¹⁰ 卓世宏，〈國民中學一年級學生的鄉土知覺與鄉土認同——以臺東縣為例〉（臺東：國立臺東師範學院國民教育研究所碩士論文，1997）。

- 2.感情的 (affective): 個人不僅對認同團體或對象有歸屬感, 且在情感上有團體內與團體外的劃分。
- 3.知覺的 (perceptual): 除了認同對象團體外, 且能產生愛好的感覺, 在其中自得其樂。
- 4.行為的 (behavioral): 不只認知、態度和價值觀, 由重於行為表現, 表現出認同團體或對象的特性。¹¹

整合上述相關論述可知, 「文化認同」指的是一群人由於分享共同的歷史傳統、習俗規範以及無數的集體記憶, 從而形成對某一共同體的歸屬感。¹²

(三) 文化認同影響之相關研究

文化認同通常是依附於一塊範圍固定的土地而發展開來, 但由於集體的歷史記憶在一定程度內是可以主觀建構或重新建構, 因此文化認同有時也會面臨變遷或割裂的局面。

近年來, 隨著經濟的發展, 臺灣人民在對產業文化認同上也跟著產生了顯著的改變, 最顯著的變化莫過於人們對於傳統的認同逐漸減少, 造成文化的衰退或消失, 李泳龍、周士雄指出, 農村產業文化活動是一種典型的農業結合觀光產業, 以求活絡農村經濟並縮小城鄉差距的有效措施, 換言之, 農村產業文化活動提供了農村社區, 在經濟、社會及教育等各方面永續發展的契機與基礎。在該研究之蓮鄉產業文化發展行動綱領中分為三部份進行探討, 包括: (1) 產業振興; (2) 文化紮根發展; (3) 社區整體發展。¹³

(四) 文化節慶活動:

文化節慶活動的界定上, 到目前為止還沒有一致的看法, 定義特殊活動是項困難的任務,¹⁴ 因為節慶活動擁有許多類型, 特此, 本研究將以文化節慶活動之種類與特性做探討。

¹¹ 郭為藩, 《自我心理學》(臺南: 開山書店, 1975)。

¹² 江宜樺, 《自由主義、民族主義與國家認同》(臺北: 揚智, 1998)。

¹³ 李泳龍、周士雄, 《臺南縣白河鎮蓮鄉產業文化風貌營造計畫》(臺南, 白河鎮公所委託, 1999)。

¹⁴ Donald Hawkins & Jeff Goldblatt, "Event Management: Implications for Tourism education," *Tourism, Recreation Research*, 20.2 (1995): 42-45.

在文化活動種類的歸類當中，由於文化活動內容分布實在過多，故將文化活動依據活動內容大致區分為六類，分別為精英文化（藝術類、學習類、展覽類）、常民文化（地方民俗活動、民俗技藝）、消費文化（消費類）、媒體文化（資訊類）、利他文化（公益類）、體能文化（運動類）。¹⁵

在文化節慶活動的特性部份，應包含以下特性：

- 1.對大眾公開；
- 2.主要目的為針對某一特定主題的慶祝與展覽；
- 3.每一年或數年舉行一次；
- 4.有事先訂妥的開始與結束日期；
- 5.本身並未擁有硬體建築或結構；
- 6.活動設計可能包括幾項不同的活動；
- 7.所有的活動皆在同一地區舉行。¹⁶

對遊客來說，節慶是提供遊客參與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。節慶活動是一個有主題的、大眾共同慶祝的一項活動。¹⁷多數的節慶活動是具有創造社區本身獨特性、提升當地居民榮譽等目的活動。¹⁸藉此，綜合眾多學者說法後，認為節慶活動之定義為一種公開的、有主題性的慶祝活動，其內容是可以傳統民俗、宗教祭典、商品展售或是運動競賽為主題，其規模可以是社區的、地方的、全國的或是國際性的，並可以提供民住特殊體驗的慶祝活動皆可稱之為文化節慶活動。¹⁹

¹⁵ 郭靜晃，《人類行為與社會環境》（臺北：揚智，2002）。

¹⁶ Donald Getz, *Festivals, special events, and tourism* (New York: Van Nostrand Reinhold, 1991).

¹⁷ Theobald Willim, *Global Tourism: The next decade* (London: Butterworth – Heinema, 1997).

¹⁸ 陳比晴，〈民眾參與節慶活動需求之研究——以 2003 陽明山花季為例〉（臺北：臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文，2003）。

¹⁹ 莊博欽，〈地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究——以澎湖海上花火節為例〉（臺中：朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2008）。

(五) 文化節慶活動的效益與文化認同

文化活動主要是提升休閒精神層面享受，而不同的階級、種族、性別的價值觀之差異，將會影響個人對文化活動的偏好，這樣的偏好將促使不同類型的文化活動發展，也使得文化活動將不再只是如過去僅具有審美與精神等消極涵義，更具備積極的經濟作用，也成為都市發展中重要的文化策略之一；²⁰因此認為休閒文化活動的參與一方面可以提升、滿足個人心靈的需求；另一方面，更可改造都市精神生活品質、創造更高的經濟價值，於都市發展策略中，扮演著積極主動的角色。

近年來，觀光局結合全臺灣各地區特色，透過節慶活動舉辦的方式，加強宣傳在地文化與傳統，吸引國內遊客前往。節慶活動的舉辦，不但可以提升當地的知名度，更可以加地方團結，凝聚社區與文化共識，有效推廣。²¹李宜霖針對美濃地區居民進行研究，結果發現民眾認為活動帶來效益的前三項為提振經濟效益、社區發展、與文化扎根，由此可得知，若能有效提高活動帶來之經濟效益發展，必能吸引更多當地居民投入相關活動，將社區結合與文化推廣，發揚到最大化成果。²²

綜合上述得知，地方文化的發展歷程，與地方之所有事物緊密結合，其中以文化精神涵養為主要發展的根據。然而，地方上的文化傳承，多數透過地方民俗宗教活動，達到推廣與教育的目的，進而促進地方文化保存，產生地方共識與認同。因此，如何提高地方民眾參與或吸引外地遊客前來參與民俗宗教活動，為地方文化永續傳承之重要因素。由於臺灣各地宗教文化活動的盛行，國人早以習慣前往各地廟宇參拜與參與活動，加上政府積極以地方文化認同為主題，結合活動舉辦與深度旅遊方式，進行推廣與吸引國內外遊客

²⁰ 朱蕙蘭，〈影響臺中市居民參與文化活動因素之研究〉(臺中：朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2004)。

²¹ 楊小玲，〈當地民眾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〉(彰化：大葉大學休閒事業管理系碩士論文，2005)。

²² 李宜霖，〈美濃地區居民參與文化節慶活動動機與效益認知之研究〉(彰化：大葉大學休閒事業管理系碩士論文，2004)。

前往參加。因此，如何提高民眾參與宗教活動後，文化認同的提高與遊憩活動滿意度，成為提升在地文化認同的主要因素。

二、活動滿意度的相關理論

(一) 活動滿意度的定義：

「滿意度」一直是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面之看法的工具，是一項非常有用且普遍衡量行為及認知的指標。自 Cardozo 提出顧客滿意度的研究以來，關於滿意度的各種定義及研究即相繼問世，然因學者針對滿意度研究的情況不同而對其定義皆有所差異。²³

在相關活動滿意度的定義上，學者謝金燕認為遊憩滿意度是個人歷經行前期望與實際體驗後的心理比較結果；²⁴廖明豐也認為遊客滿意度乃是遊客在歷經行前期望與實際體驗後，預期目的地應發揮的效用水準與實際發揮效用水準之間的心理比較結果，²⁵其後在洪武銓也表示滿意度是一個人經過實際體驗或消費後，所產生的心理狀態，這種心理狀態來自於購買前期待與消費後認知間的相互比較，當兩者差距越小時，其滿意度越高；反之差距越大，其滿意度越低。²⁶由上述相關研究可得知，活動滿意度大致以探討遊客在歷經行前期望與實際體驗後，個人認知所獲得的結果和他想要或他想像他應獲得的結果之心理比較結果。²⁷

(二) 活動滿意度影響之相關研究：

相關研究文獻中，滿意模式理論涉範圍廣泛，具有的內涵及其

²³ Richard Cardozo, "An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 24 (1965, August): 305-341.

²⁴ 謝金燕,〈宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究——以高雄佛光山為例〉(嘉義,南華大學旅遊事業管理研究所,2003)。

²⁵ 廖明豐,〈東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究〉(嘉義,南華大學旅遊事業管理學系碩士班,2003)。

²⁶ 洪武銓,〈泰安鐵道文化觀光發展之研究〉(臺中:朝陽科技大學休閒事業管理系,2004)。

²⁷ 林怡君,〈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〉(嘉義:南華大學旅遊事業管理研究所,2005)。

多元性，在各方面之運用上具有重要性之主要原因，故滿意模式理論是一相當實用的測量方式。

在許多研究活動滿意度的文獻中都發現，遊客在參與體驗活動前將受不同的社經背景、動機、目的以及周遭環境而分別對滿意度有著不同程度的影響，參與體驗活動時則因當時的情境與感受反應其滿意度，事後則是透過回憶來決定滿意度的高低。由於學者的論證，滿意度建立起衡量的標準與程序，使滿意度可為衡量遊客在參與體驗活動時的工具，使遊客心中的感受量化為可供解釋的數據。

在遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究中，將滿意度解釋為係受到：(1) 個人特徵與差異；(2) 遊憩動機；(3) 遊憩機會；(4) 此次遊憩的參與型態等因素的影響；²⁸並且提出，遊客不同的社經特徵，會在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並有不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺。因此，將滿意度分成二項，分別為總滿意度和分項滿意度，而在分項滿意度之細項中，則包括有環境滿意、活動滿意及管理滿意等三個概念。鄭琦玉指出，遊憩衝擊及其滿意度關係中，遊客對活動經營設施、自然體驗的滿意度、參與過程與對其他遊客行為的滿意度，對遊客滿意度的影響，有著顯著的高度正相關。²⁹

由上述內容進一步說明，得知影響遊客參與活動滿意度因素，除遊客本身社經地位與背景因素外，對主辦單位所提供的服務、活動與現場環境，也有很大的影響。

三、東港東隆宮迎王祭典簡介與相關文獻

(一) 東港東隆宮迎王祭典簡介

1. 東港東隆宮迎王祭典的由來

東隆宮三年一科的「迎王祭典」，聞名全省，其盛況規模為全省之最，故在學術界有「北西港，南東港」之稱，東隆宮的迎王祭典除了壯觀的王船，及參與的寺廟、陣頭眾多，而受媒體民眾矚目

²⁸ 侯錦雄，〈遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究〉(臺北：臺灣大學園藝研究所博士論文，1990)。

²⁹ 楊文燦、鄭琦玉，〈遊憩衝擊認知與其滿意度關係之研究〉，《戶外遊憩研究》，8.2 (臺北，1995)：109-132。

外，最主要是其祭典科儀一直保持著清代祀典禮儀，並嚴格遵守老一輩所傳留下來的規矩，帶者一份神秘莊嚴的氣氛，令學者及民俗工作者為之動情，想一窺究竟。

東港迎王祭典自清代(年代待考)舉行至今，歷經時代的歷練，一直扮演著自己特有的文化，與清康熙五十九年(西元 1720 年)陳文達所修《臺灣縣志》、乾隆二十九年(西元 1764 年)王瑛曾所著《重修鳳山縣志》，中所提的造船建醮之風俗，看似相似卻又不是，在「舊東港」先民自原鄉帶來的溫王爺香火袋奉祀，後成為移民聚落的主要信仰，先民倡議建廟，由草廟經三百多年而形成地方公廟，有其靈驗祈求之成果，又正好泉州遊街道士行至東港，將原鄉科儀傳予新居地先民，以防萬一瘟疫盛行，作為備用之需，因此一朝先民們遇到需求，而醫藥無法救治時只好搬出科儀，隆重操演一次，慢慢地成為東港的大事記，如今瘟疫不再盛行，從請神驅瘟演變至今，已成為恭請監察御史代天巡狩千歲爺，蒞境督察賜福平安。

東隆宮的迎王祭典，以農曆地支丑、辰、未、戌年作為舉行迎王祭典的「大科年」，大科年之前一年多，中軍府的安座、王船建造至開光，即為迎王祭典敲響第一鑼，祭典前半年則進入地方各廟準備期，各寺廟陣頭開始操演排練；到前一個月，街道開始張燈結綵，各寺廟角頭整修神轎、涼傘、旗幟，繞境路線規畫再勘查，牌樓的搭建等等。前一星期，全鎮燈火通明，處處瀰漫「神人共歡」的熱鬧氣息，各陣頭到東隆宮廣場預演參拜，家家戶戶清理居家，並以歡喜的心情，期待代天巡狩千歲爺，以及親朋好友的到來。

2.東港東隆宮迎王祭典活動行程

2009 年東隆宮宮迎王祭典共為期八天，而這八天的祭典，大致上是由十三項程序步驟所聚集而成，如「角頭職務的輪任」、「造王船」、「中軍府安座」、「進表」、「設置代天府」、「請王」、「過火」、「出巡繞境」、「祀王」、「遷船」、「和瘟押煞」、「宴王」、「送王」，相關活動內容如下表 1 所示。³⁰

³⁰ 財團法人臺灣省屏東縣東港東隆宮，〈迎王祭典〉，
http://www.66.org.tw/character_two.php?button_ID=6&buttontwo_ID=13，2010
年 8 月 29 日檢索。

表 1 相關活動內容表

時間	訂於民國九十八年十月十日【農 8/22】至十月十七日【農 8/29】舉行
98.10.10【六】	第一天恭迎王駕【請王】
98.10.11【日】	第二天遶境南區
98.10.12【一】	第三天遶境北區
98.10.13【二】	第四天遶境中區
98.10.14【三】	第五天遶境農區【大潭→三西和】
98.10.15【四】	第六天王船法會、拜王
98.10.16【五】	第七天遷王船 12 時出發遷船啟行遶境
98.10.17【六】	第八天恭送王駕 七角頭轎班於凌晨 2 時集合本宮廟前，準時出發至（鎮海公園）恭送王駕

(二) 東港東隆宮迎王祭典相關文獻

東港的迎王祭典文化的形成，是由宗教廟宇文化、地方角頭、與當地居民結合而成，經過時間的累積與經驗的傳承，已形成東港地區獨特的自我文化。³¹

東港東隆宮三年一科的迎王祭活動，除了是傳承祖先生活見證的文化遺產，更是鄉土體育、宗教文化、地方特色、體能健身與遊戲娛樂的緊密結合的文化發揚，且東港迎王祭活動包含的文化內容如傳統文化、陣頭藝術、社區凝聚、鄉土體育教育等，皆能有效傳達先民智慧與生活見識之相關文化遺產。由於當地居民長久以來的堅持與努力維護，目前東港迎王祭活動，不但是東港地區的大事，也是臺灣推展觀光的重要大事件。³²

從上述實證研究中了解，文化活動是因為社會環境改變和經濟的改變所影響而導致必需調整，其過程中社區的居民可以透過不同的操作模式創造地方產業，整合地方各項資源。居民可以透過社區營造的理念，帶動以及振興地方產業的發展，共創地方文化的特色。因此，在本文中以節慶文化活動為總體營造發展出的東港東隆

³¹ 陳進成，〈宋江護鄉里、神將安民心〉，《東港采風，屏東縣東港鎮文史學會季刊》，(屏東，2000.04)：13-19。

³² 王芳姿，〈臺灣鄉土體育之研究——以東港迎王平安祭典為例〉(屏東：屏東師範學院碩士論文，2004)。

宮迎王祭典活動個案之研究，試圖探討遊客參與產業文化之活動滿意度與文化認同度關係，並針對臺灣本土文化活動，進行更深一層的探討。

參、研究方法

本研究目的旨在探討遊客參與宗教活動滿意度與文化認同之關係，為清楚瞭解研究目的與問題，本研究以量性研究常用之研究方法為主軸，針對研究目的，選擇適當的研究工具及方法，進行探討。全章共分為第四節，第一節為研究架構，第二節為研究工具，第三節為抽樣範圍與對象，第四節為資料處理與分析。

一、研究架構

本研究目的的主旨在於探討參與文化活動之遊客基本屬性（個人基本資料及遊憩行為）與活動滿意度與文化認同度之關係的探討。經由相關文獻蒐集及探討發展出本研究之架構圖如下：（如圖 1 所示）

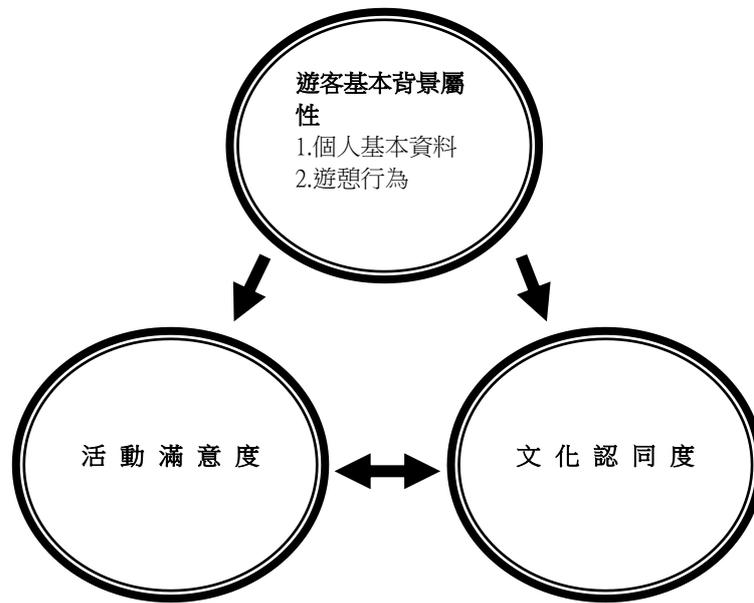


圖 1 研究架構圖

二、研究工具

(一) 研究工具的建構

本研究之研究工具以問卷調查為主，為瞭解遊客參與東港東隆宮迎王祭典活動的滿意度與認同度，依據研究目的參考相關文獻及專家編撰，問卷內容包含以下三部份：

1. 遊客基本背景社經地位屬性

所謂屬性 (Attributes)，彭懷真等所編之社會學辭典將他定位為「指定性變相的類屬」。³³ 本研究參考相關文獻及研究需要，探討此次參與東港東隆宮迎王祭典活動，遊客基本資料，界定為：性別、年齡、職業、居住地、月收入、婚姻狀況與教育程度等共 7 問項。

2. 遊客參與文化活動滿意度之問卷

本研究旨在瞭解遊客參與活動之滿意程度，此部分問卷依據陳秀淑針對遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係進行研究，³⁴ 資料收集採取問卷方式進行，問卷設計理念以 Driver 的休閒需求品質理論為基礎，滿意度總共分為四個構面，其中包含體驗滿意度、管理滿意度、環境滿意度以及總體滿意度，³⁵ 調查遊客參與此活動的滿意度為何。量表題目共 14 題，測量方式採 Likert 五點計算方式，針對遊客對各項滿意程度給予數值，其中勾選「非常滿意」給五分；「滿意」給四分；「尚可」給三分；「不滿意」給兩分；「非常不滿意」給一分，量表計算以 14 個問題的總分為計算方式。問卷檢測結果，呈現良好的信度與效度 (n= 447, Cronbach's α 係數為 0.93)。

3. 文化認同度之問卷

依據相關研究及本研究對文化認同度測度構面，此部分問卷以陳秀淑整理活動認同度中文化扎根構面之內容進行探討。測量方式採 Likert 五點量表，編擬成活動參與文化認同度量表，針對遊客對

³³ 彭懷真，《社會學辭典》(臺北：五南，1991)。

³⁴ 陳秀淑，〈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：國立屏東科技大學農業企業管理所碩士論文，2004)。

³⁵ Louis Driver & Brown, Perry, The opportunity spectrum conception outdoor recreation supply inventories (USDA For. Serv. Gen. Tech. Rep., RM-55, 1978).

各項滿意程度給予數值，其中勾選「非常滿意」給五分；「滿意」給四分；「尚可」給三分；「不滿意」給兩分；「非常不滿意」給一分，然後計算遊客 5 題問項個人所得總分，量表以 5 個問題的總合計算方式。問卷檢測結果，呈現良好的信度與效度（ $n=447$ ，Cronbach's α 係數為 0.86）。

（二）信效度分析

本研究採用 Cuieford 於 1965 提出所提出之 Cronbach's α 係數取捨標準 Cronbach's α 係數大於 0.7 才算是高信度，而 Cronbach's α 係數為 0.35 以上為可以接受。³⁶本研究在問卷回收後，透過 SPSS 套裝軟體進行信度分析，以確保量測工具之信度，其結果各量表的取樣適當性量數值皆達 >0.8 的水準（Cronbach's $\alpha = .83 \sim .92$ ），足見本問卷極有信度。

三、抽樣範圍與對象

本研究旨在進行宗教節慶活動之遊客滿意度與認同度之調查，樣本選擇以參加屏東東港東隆宮迎王祭典遊客為受測對象，抽樣方式採用方便抽樣方式，在東隆宮附地區，設置問卷地點，尋找遊客受測。問卷進行方式，先進行問卷主題與答題解說，待受測遊客瞭解後，簽署同意書後，開始進行題目回答，受測時間以 15 分鐘為限。資料收集時間為 2009 年 10 月 16 日下午 17 時至 22 時，總計發放 200 份問卷。

四、資料處理與分析

鍾倫納指出統計分析之作用就是把拆細後的事項進行量化、綜合、估計、檢驗及推論。³⁷本研究依據研究目的之需要、研究架構假設及相關文獻回顧進行問卷設計，再以問卷為本研究之研究工具，針對遊客進行問卷發放後，將回收之無效問卷剔除，以有效問卷的資料作以統整，並利用 SPSS（Statistical Package for the Social Science）for Window 之統計套裝軟體和 EXCEL 程式軟體作為資料分析工具。

³⁶ Paul Cuieford., *Fundamental Statistics in Psychology and Education* (NY: McGraw-Hill, 1965), 27-195.

³⁷ 鍾倫納，《應用社會科學研究法》（臺北：商務印書館，1993）。

肆、研究變項為主題分析

本研究主要是針對遊客進行問卷調查，以參加東港迎王祭典的遊客作為問卷受測樣本，樣本選擇以方便抽樣方式進行測試。問卷共發出200份，總回收計有120份，回收率達60%。本章節將回收之問卷資料，透過SPSS套裝統計軟體，進行統計驗證與結果分析，詳述如下。

一、描述性統計分析

（一）遊客個人背景屬性分析

分析結果，受測者性以男性為主，人數為66人（55.5%）；年齡以25歲以下居多，有72人（60.5%），其次為31~40歲（16%）；職業則以學生居多，有47人（39.5%），其次為服務業人員，有18人（15.1%）；居住地大多數為南部，有95人（79.8%）；月收入以無居多，有45人（37.8%）；婚姻狀況以未婚為主，有89人（74.8%）；教育程度以大學居多，有63人（52.9%），其次為高中職以下，有34人（28.6%）。

二、敘述性分析

（一）差異性分析

此部分之分析主要驗證本研究之研究假設，針對不同屬性的遊客加以探討對參與東港迎王祭典滿意度是否有所差異，詳述如下：
H0：不同屬性的遊客對於參與東港迎王祭典之滿意度無顯著差異。

本研究將以遊客之個人背景屬性變項與對參與東港迎王祭典之滿意度構面進行T檢定、單因子變異數、Scheffe事後比較、效果大小及皮爾森積差做為分析。

1.性別

為了解不同性別的遊客對於參與迎王祭典之滿意度及認同度的變數有無差異，故採用T檢定來加以分析。分析結果顯示（如表2），不同性別的遊客僅對於「環境滿意度」 $[t(119) = -2.27, p < 0.05]$ 有顯著差異，其中以男性遊客得分較女性遊客高。性別對於滿意度與認同度呈現的影響效果值較小（ η^2 介於0.1~0.3）。

表2 性別參與與否

變數	男生 (n=66)		女生 (n=53)		自由度 df	檢定值 t	效果大小 η ²
	M	SD	M	SD			
體驗滿意度	22.84	3.37	22.99	4.48	112	-.154	0.198
管理滿意度	14.59	2.37	14.43	2.32	117	.301	0.005
環境滿意度	8.66	2.63	8.19	2.51	114	-.834*	0.319
總體滿意度	4.03	0.85	4.01	0.73	116	.153	0.216
文化認同度	37.58	4.80	37.53	5.03	109	0.041	0.079

註：*表 $p < 0.05$

2. 婚姻狀況參與與否

為了解不同的婚姻狀況的遊客對於參與東港迎王祭典之滿意度及認同度的變數有無差異，故採用T檢定來加以分析。分析結果顯示（如表3），不同婚姻的遊客對於參與活動之滿意度與認同度均無顯著的差異。

表3 婚姻狀況參與與否

變數	已婚 (n=27)		未婚 (n=89)		自由度 df	檢定值 t	效果大小 η ²
	M	SD	M	SD			
體驗滿意度	22.85	3.38	22.99	4.49	109	-.154	0.003
管理滿意度	14.59	2.37	14.44	2.33	114	.301	0.008
環境滿意度	8.19	2.64	8.67	2.52	111	-.834	0.056
總體滿意度	4.04	0.85	4.01	0.73	113	.153	0.002
文化認同度	37.58	4.81	37.54	5.03	106	.041	0.004

3. 年齡參與程度

為了探討遊客對於東港迎王祭典之滿意度及認同度的變數是否與參與迎王祭典的因素有所差異，故採用單因子來加以分析。研究顯示參與東港迎王祭典遊客年齡對於體驗滿意度 [$F(3,110) = 5.95, p < 0.05$]、文化認同度 [$F(3,107) = 4.10, p < 0.05$]，呈現顯著差異的關係，詳如表4。

表4 年齡參與程度

變數	變異來源	自由度 (df)	平方和 (SS)	平均平方和 (MS)	F 檢定
體驗滿意度	組間	3	276.98	92.33	5.95*
	組內	110	1706.59	15.51	
管理滿意度	組間	3	31.856	10.62	1.99
	組內	115	613.79	5.34	
環境滿意度	組間	3	12.53	4.18	0.65
	組內	112	716.33	6.40	
總體滿意度	組間	3	4.11	1.37	2.52
	組內	114	61.86	0.54	
文化認同度	組間	3	278.89	92.96	4.10*
	組內	107	2424.10	22.66	

註：*表 $p < 0.05$

為進一步瞭解不同年齡之遊客對於體驗滿意度、文化認同度之差異，本研究採用事後檢定 (Scheffe 法) 進行檢測。結果顯示，在體驗滿意度與文化認同度中，年齡層為36~45歲的滿意度得分皆高於25歲 (含) 以下的滿意度得分，如表5所示。

表5 年齡與各構面變數之事後檢定分析

年齡	25歲 (含) 以下	36~45歲	檢定結果
體驗滿意度	M=22.12 Sd=2.70	M=26.05 Sd=7.27	36~45歲 > 25歲 (含) 以下
文化認同度	M=36.68 Sd=4.90	M=40.59 Sd=4.12	36~45歲 > 25歲 (含) 以下

4. 教育程度參與與否

為了探討遊客的教育程度對於東港迎王祭典之滿意度是否與參與東港迎王祭典的因素有所差異，故採用單因子來加以分析。結果分析顯示 (如表6)，參與迎王祭典遊客的教育程度在環境滿意度 [$F(4,111) = 0.90, P < 0.05$]、總體滿意度 [$F(4,113) = 3.78, p < 0.05$] 呈現顯著之差異。

表6 教育程度參與與否

變數	變異來源	自由度 (df)	平方和 (SS)	平均平方和 (MS)	F 檢定
體驗滿意度	組間	4	164.80	41.20	2.46
	組內	109	1818.77	16.68	
管理滿意度	組間	4	5.14	1.28	0.22
	組內	114	640.50	5.61	
環境滿意度	組間	4	22.97	5.74	0.90*
	組內	111	705.88	6.35	
總體滿意度	組間	4	7.79	1.94	3.78*
	組內	113	58.16	0.51	
文化認同度	組間	4	42.41	10.60	0.42
	組內	106	2660.57	25.10	

註：*表 $p < 0.05$

為進一步瞭解不同教育程度之遊客對於環境滿意度、總體滿意度之差異，本研究採用事後檢定（Scheffe 法）進行檢測。結果顯示，在環境滿意度與總體滿意度中，教育程度於國中的滿意度得分皆高於大學（專）的滿意度得分，如表7所示。

表7 教育程度與各構面變數之事後檢定分析

教育程度	國中	大學（專）	檢定結果
環境滿意度	M=25.78 Sd=8.79	M=22.26 Sd=2.68	國中 > 大學（專）
總體滿意度	M=4.57 Sd=0.76	M=3.82 Sd=0.64	國中 > 大學（專）

（二）Pearson 相關

此部分主要為了解本研究中，遊客參與東港迎王祭典之滿意度與認同度之各構面變數是否有相關性。本研究透過 Pearson 積差相關加以分析。研究結果顯示（如表8），遊客參與東港迎王祭典之滿意度與認同度在各構面均呈現正相關，其顯著值範圍為 0.22~0.65。

表8 滿意度與文化認同之相關分析表

	環境	管理	體驗	總體	文化認同度
環境	1	.436 (**)	.515 (**)	.039	.229 (*)
管理		1	.470 (**)	.286 (**)	.556 (**)
體驗			1	.227 (*)	.658 (**)
總體				1	.507 (**)
文化認同度					1

註：*表 $p < 0.05$

伍、研究結論與建議

本研究目的旨在探討遊客參與東港迎王祭典之滿意度與文化認同度之關係，根據研究問題與假設，進行研究。本章依照研究結果後之結果，進行資料彙整與歸納，並提出本研究之結論；第二節則依據結論引申出具體的建議，針對後續相關研究，提供給未來學者或相關機構參考。

一、研究結論

- (一) 本研究針對東港迎王祭典之遊客，進行資料收集，其主要參與者以男性遊客居多，年齡層 25 歲以下佔多數，職業大部分為學生，多數為無月收入來源，教育程度以大學最多，多是未婚遊客，且居住地多以南部地區為主，顯示活動參與者多為南部區域的單身年輕學子為主。
- (二) 本研究結果顯示，遊客社經背景資料因素中，對參與東港迎王祭典活動之滿意度中，在年齡與教育背景均呈現顯著之差異性。進一步分析，年齡為 36~45 歲、教育程度為國中者，參與迎王祭典的滿意程度與文化認同皆高於其他族群。本研究結果，支持吳秋田提出個人背景資料因素中，活動參與者之年齡與教育程度對活動滿意度與文化認同有顯著的差異之論點相符。³⁸研究推論，此一族群遊客，本身可能從小有參

³⁸ 吳秋田，〈社區居民之社區意識與產業文化活動認同度關係之研究——以白河蓮花節為例〉（高雄：國立中山大學公共事務研究所碩士論文，2001）。

與相關宗教文化活動，加上為附近居民，受傳統文化影響，對宗教相關活動滿意與文化認同度的表現，會比其他族群來的高。此一結果，支持王芳姿之論點，東港迎王祭典為地方之大事，且已經傳承許多年，地方上的所有居民皆期待參與此項活動，故對活動滿意與文化認同度的表現，較一般大學年輕學子高。³⁹

- (三) 遊客參與東港迎王祭典之滿意度與認同度之各構面變數，呈現相正相關。此結果顯示，遊客參與王船祭活動越滿意與文化認同感的關係，產生一種互動調節的關係。進一步分析，藉由民俗活動的舉辦，可以提高參與者對當地文化認同的程度。本研究結果，支持黃琇玟針對社寮地區的文化發展與地方認同的研究論點，遊客參與地方活動後，對地方的文化認同程度增加，也提高對該活動的舉辦意義與目的，有著更深一層的瞭解。⁴⁰東港王船祭文化活動為三年舉辦一次，雖然舉辦間隔時間較長，仍然可以吸引全國遊客參加本項活動。若可以每年舉辦相關文化活動，必能吸引更多遊客前往參加並瞭解當地文化，有效達到文化扎根與推廣的目的。

二、研究建議

近年來臺灣各地藉由舉辦民俗文化活動，主要吸引遊客前來參與。經專家學者研究發現，民俗文化活動的舉辦，有效吸引遊客前來進行文化旅遊，的確可以增加對當地文化的瞭解，有效促進觀光人潮與經濟效益，增進地方繁榮與發展。因此，如何提高遊客參與活動滿意度，變成一項重要的課題。本研究針對研究結果，提出相關建議，供後續相關議題研究參考。

- (一) 本研究結果顯示，參與本次迎王祭典的遊客族群，主要以年齡層 25 歲以下的大學生為主，因本研究問卷設計之地域選項以區域填寫（如南部、中部、北部等），無法確實瞭解參

³⁹ 王芳姿，〈臺灣鄉土體育之研究——以東港迎王平安祭典為例〉。

⁴⁰ 黃琇玟，〈地方文化活動與地方認同〉（臺南：臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文，2002）。

與者之確切居住來源。為深入瞭解參與者地域與年齡、學歷之關係，建議後續研究者，可針對此一問題，進一步研究。

- (二) 本研究結果顯示，遊客參與文化活動滿意度與文化認同度呈現正相關之關係，但是影響程度與來源，並無深入探討。建議後續學者，可針對樣本進行質性研究，以取得遊客滿意度與文化認同來源，有效瞭解遊客實際感受之情形。
- (三) 本研究目的，主要瞭解遊客參與之情形，對於當地東港居民之感受，並無探討當地居民參與活動之成效。建議後續學者，可以進一步探討當地東港居民參與活動滿意度與文化認同度，擴大研究之深度與廣度，有效得知當地居民之感受與遊客差異，對於活動舉辦之影響，能夠充分完整瞭解。
- (四) 本研究之問卷回收結果，不如預期，其原因可能為研究人員對遊客填寫之說明與研究目的解釋不夠詳盡，加上本研究需徵求遊客填寫同意書，導致遊客參與研究之意願降低，因此，建議後續學者進行研究時，需加強研究人員說明主題與學術研究規定之能力，方可提高遊客參與研究之意願。
- (五) 本研究發現，目前世界各國皆以本國之文化活動，作為吸引國外遊客觀光之主要因素。建議後續研究者，可針對國外的宗教文化活動祭典流程與文化觀光推動方式進行研究，以提供國內活動舉辦者，將活動推展國際化之經驗與方式。

三、結語

目前臺灣觀光局正積極努力舉辦相關宗教文化活動，來吸引國內外遊客前來觀光旅遊，但是，政策推行的方向，往往太過強調宗教活動的規模與方式，而忽略了其活動最重要的核心價值與文化扎根。如果可以廣納當地居民的意見與心聲，以在地文化推行為出發點，擴大民眾參與的族群與需求，結合宗教、文化、藝術、人文、鄉土體育、教育等多元價值與功能，讓參與者可以真正體會深度宗教文化活動之內涵，並藉以淨化心靈與增加認同，不在只是驚豔王船的壯大華麗，而忽略了先民的智慧與歷史經驗，如此必能達到東港王船祭文化活動舉辦的目的，讓後代子孫得以將此文化永續傳承。

引用文獻

- 王芳姿，〈臺灣鄉土體育之研究——以東港迎王平安祭典為例〉，屏東：國立屏東師範學院碩士論文，2004。
- 江宜樺，《自由主義、民族主義與國家認同》，臺北：揚智，1998。
- 朱蕙蘭，〈影響臺中市居民參與文化活動因素之研究〉，臺中：朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2004。
- 李宜霖，〈美濃地區居民參與文化節慶活動動機與效益認知之研究〉，彰化：大葉大學休閒事業管理系碩士論文，2004。
- 李泳龍、周士雄，〈臺南縣白河鎮蓮鄉產業文化風貌營造計畫〉，臺南，白河鎮公所委託，1999。
- 吳宗瓊，〈節慶活動與地區行銷〉，臺中，臺灣農業旅遊學術研討會論文集，2000。
- 吳秋田，〈社區居民之社區意識與產業文化活動認同度關係之研究——以白河蓮花節為例〉，高雄：國立中山大學公共事務研究所碩士論文，2001。
- 卓世宏，〈國民中學一年級學生的鄉土知覺與鄉土認同——以臺東縣為例〉，臺東：國立臺東師範學院國民教育研究所碩士論文，1997。
- 林怡君，〈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〉，嘉義：南華大學旅遊事業管理研究所，2005。
- 林美萍，〈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〉，臺中：逢甲大學土地管理所碩士論文，2003。
- 洪武詮，〈泰安鐵道文化觀光發展之研究〉，臺中：朝陽科技大學休閒事業管理系，2004。
- 侯錦雄，〈遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究〉，臺北：臺灣大學園藝研究所博士論文，1990。
- 財團法人臺灣省屏東縣東港東隆宮，〈迎王祭典〉，

http://www.66.org.tw/character_two.php?button_ID=6&buttontwo_ID=13, 2010年8月29日檢索。

- 郭為藩，《自我心理學》，臺南：開山書店，1975。
- 郭靜晃，《人類行為與社會環境》，臺北：揚智，2002。
- 陳比晴，〈民眾參與節慶活動需求之研究——以2003陽明山花季為例〉，臺北：臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文，2003。
- 陳秀淑，〈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：國立屏東科技大學農業企業管理所碩士論文，2004。
- 陳進成，〈宋江護鄉里、神將安民心〉，《東港采風》，屏東縣東港鎮文史學會季刊，(屏東，2000.04)：13-19。
- 陳學明，《文化工業》，臺北：揚智文化事業股份有限公司，2003。
- 張茂桂，《社會學與臺灣社會》，臺北：巨流，1999。
- 莊博欽，〈地方居民對於節慶活動的活動效益認知與認同感對活動支持度之研究——以澎湖海上花火節為例〉，臺中：朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2008。
- 湯昌文，〈客家母語教學中族群意識與文化認同之研究〉，花蓮，國立花蓮師範學院臺灣語言與語文教育研究所碩士論文，2003。
- 湯馬斯·佛里曼，《世界是平的》，臺北：雅言文化，2005。
- 游瑛妙，〈節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析〉，臺中：靜宜大學觀光系碩士論文，1999。
- 黃琇玟，〈地方文化活動與地方認同〉，臺南：臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文，2002。
- 彭懷真，《社會學辭典》，臺北：五南，1991。
- 楊小玲，〈當地民眾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〉，彰化：大葉大學休閒事業管理系碩士論文，2005。
- 楊文燦、鄭琦玉，〈遊憩衝擊認知與其滿意度關係之研究〉，《戶外

- 遊憩研究》，8.2（臺北，1995）：109-132。
- 廖明豐，〈東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究〉，嘉義：南華大學旅遊事業管理學系碩士班，2003。
- 謝金燕，〈宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究——以高雄佛光山為例〉，嘉義：南華大學旅遊事業管理研究所，2003。
- 鍾倫納，《應用社會科學研究法》，臺北：商務印書館，1993。
- Allen, Johnny, O'Toole, William, McDonnell, Ian, & Harris, Robert. *Festival and special event management* (2nd ed.), Brisbane Old: John Wiley & Sons Australia Ltd, 2002.
- Cuieford, J. Paul. *Fundamental Statistics in Psychology and Education* (4th ed.), NY: McGraw-Hill, 1965.
- Driver, B. L., & Brown, J. Perry. *The opportunity spectrum concept and behavioral information in outdoor recreation resource supply inventories: A rationale*. USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. RM-55, Fort Collins, CO: Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station, 1978.
- Getz, Donald. *Festivals, special events, and tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
- Hawkins, Donald E., & Goldblatt, Joe Jeff. "Event Management: Implications for Tourism Education", *Tourism Recreation Research*, 20(2), (1995): 42-45.
- Pallant, Julie. *SPSS Surviva Manual*, New York: Open University Press, 2005.
- Richard Cardozo. "An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 24(1965, August): 305-341.
- Willim, F. Theobald. *Global Tourism: The next decade*, London: Butterworth – Heinema, 1997.

The Relationship between Visitors' Satisfaction and Culture Identity of Donggang King Boat Ritual

Tsung-I Pai / Chia Nan University of Pharmacy and Science
Jia-Jie Li / Chia Nan University of Pharmacy and Science

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between satisfaction and culture identity of visitors' who participated in Donggang King Boat ritual. The participants were asked to complete a single survey including the satisfaction of event, culture identity, and demographic questionnaire. A total of 200 survey booklets were distributed to randomly chosen from visitors. Hundred and twenty respondents returned their surveys for a return rate of 60%. Most participants were age of 25 and had a high culture identity. Data revealed that man had a high score than woman in satisfaction. Education and income disclosed a significant different in satisfaction and culture identity. The result showed that there is a positive relationship between satisfaction and culture identity of tourist. The results suggest that the Donggang King Boat ritual must increase local culture identity and get more groups involve such as religion, art, sport, and education, to promote culture sustainable development.

Keywords: Donggang King Boat ritual, visitors' satisfaction, culture identity