

文創觀光景點滿意度調查－以高雄駁二藝術特區為例

投稿類別：餐旅類

篇名：

文創觀光景點滿意度調查－以高雄駁二藝術特區為例

作者：

張心瑜。樹德家商。高三 18 班。

王彥平。樹德家商。高三 18 班。

蔡宜澄。樹德家商。高三 18 班。

指導老師：

陳姿靜

## 壹●前言

### 一、研究背景

「觀光政策白皮書」指出，台灣現今是一個接納並尊重多元文化資產、創新並開放多元競爭的全球觀光市場。政府應該要凝聚可觀光的地方參與力量，活絡本土豐富的人文與自然資源，創立獨特的觀光特色。「觀光之島」願景的推動效果，最為快速的反應，便是國人國內旅遊人次的增長。根據觀光局的統計，2004年國人國內旅遊的人次為109338（千）人，至2013年，國人國內旅遊的人次已高達142615（千）人，此10年間更有2011年的152268（千）人創出國人國內旅遊人次的新高。

在行政院主導下，交建會及政府各相關部門投注相當多資源，利用台灣菸酒股份有限公司閒置的酒廠倉庫打造出華山、台中、嘉義、台南及花蓮五個國家級創意文化園區，透過類似早年經營科學園區的方式推動創意文化園區，寄望藉由園區硬體之開發，提供文藝業者發展和互動的空間，形成文化產業群聚創造出產業能量，必期待透過此模式創造出產業轉移的契機，建構各類型的創意文化發展平台，帶動人才培育、研究發展、設計、行銷、推廣、服務與生產製造，形成完美的產業鏈，不僅提供就業機會，也促進區域展。

所以本小組決定深入探討高雄駁二藝術特區。

### 二、研究動機

國人國內旅遊人次的變化呈現增加的情況。前交通部長葉菊蘭指出「觀光產業已成為本世紀最具社會經濟指標的產業，為了因應時代的脈動，交通部不停地思考如何透過觀光產業得發展，帶動區域與地方經濟、提升國人生活品質。」駁二藝術特區是一個位於台灣高雄市鹽埕區的文化創意園區，以前衛、實驗、創新為理念來

打造國際藝術平台。被歷史塵封的陳舊倉庫，時光凝結了種種發展跡象，因為藝術文化的呼聲被解放，不斷注入創意靈感而重獲新生，日漸茁壯。在舊與新的衝突中，衝撞出的是勃發的生命力。位於碼頭旁的倉庫群藝術特區，出出入入的除了車輛還有船舶，在海陸交界的衝突裡，寬廣的是耀眼的未來，（交通部觀光局，2014）。

### 三、 研究目的

依據前述研究動機與背景，本小組針對高雄駁二藝術特區遊客的旅遊體驗，所欲達之研究目的敘述如下：

- (一)探討遊客對於駁二藝術特區的滿意度為何？
- (二)探討遊客對於文創觀光的滿意度為何？
- (三)探討遊客重遊駁二藝術特區意願？

四、研究流程圖

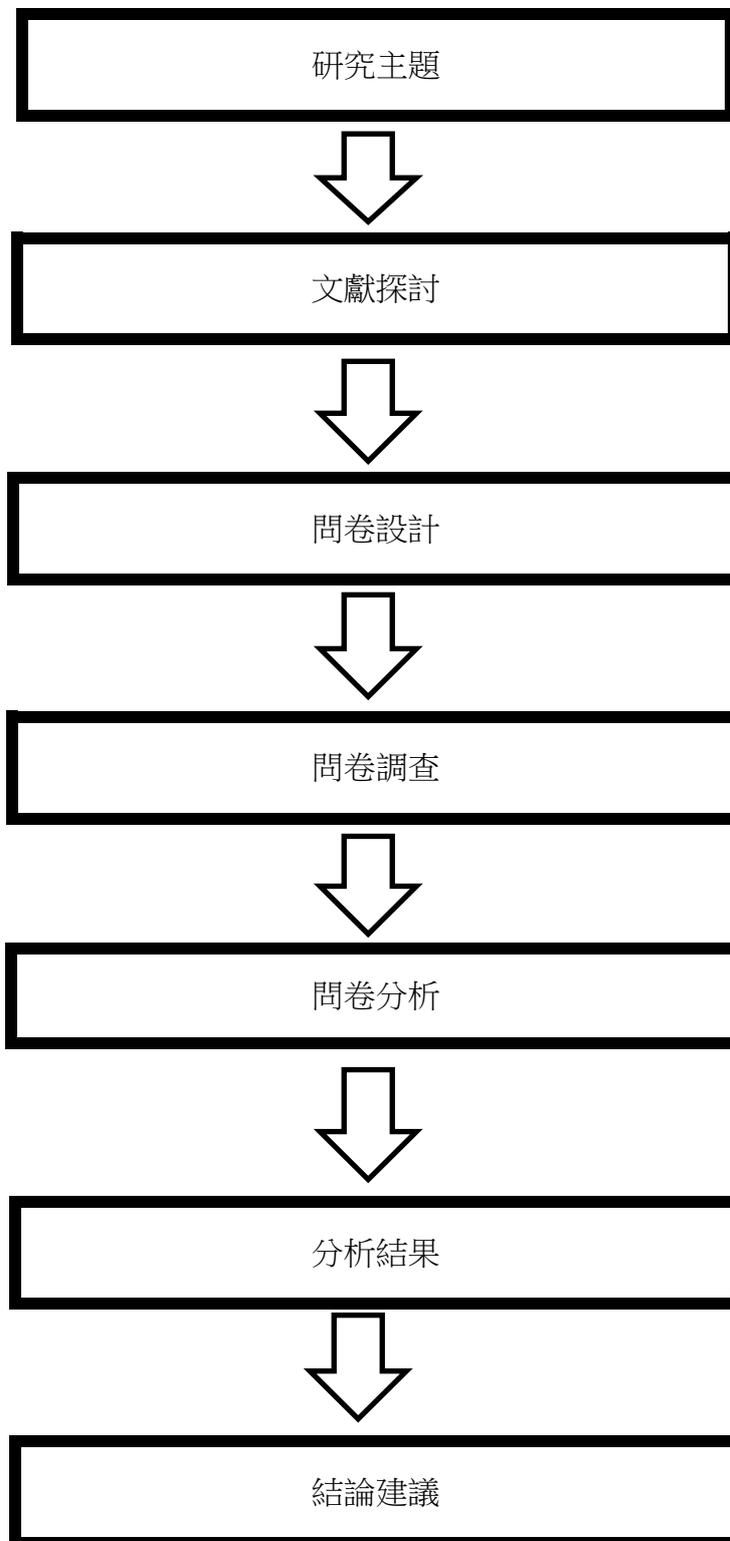


圖 1-1 研究流程

## 貳●正文

本章節共分別為三節，「滿意度」、「文創觀光」、「高雄駁二藝術特區」分別加以探討。

### 一、滿意度

#### (一) 滿意度定義

根據 Jones、George 與 Hill (2000) 的研究中指出滿意度是經由遊客對於產品使用前與使用後之滿意度所產生之差異性做出比較。遊客在到達目的地之前的期望與實際到達目的地後所感受到兩者之間差距來做為衡量稱之為滿意度(Schrey & Roggenbuch,1978)。Oliver(1981)的研究指出顧客滿意度是在顧客進行某一種特定的交易時對於事前期望與事後實際的知覺做出有效之評價。Oliver (1981) 認為滿意度是一種愉悅的滿足，是消費者因某些需求、目標、可望被滿足所帶來的愉快感受。Lovelock (1996) 認為滿意度為顧客忠誠度的重要動力，兩者呈現明顯的重要關係。

#### (二) 滿意度衡量

Czepiel & Rosenberg(1976)認為顧客滿意度是一整體性、總括性的現象，因此只測量單一項目「整體產品滿意程度」，而此一整體性的反應代表了顧客對產品不同屬性的主觀反應之總和；另外一種則稱為多重項目衡量，亦稱綜合性尺度(Oliver,1980; Westbrook,1980)，也就是針對產品或服務各屬性績效之滿意程度加以衡量(引自郭欣惠，民90)。

而採用綜合尺度來衡量整體滿意度時，其分析的方法有兩種：其一為依照個別產品屬性占顧客認知的重要性來給予他們權數，然後再予以加總求得整體滿意度；另一個方法則是以個別產品屬性的滿意度為自變數，且以整體滿意度為依變數，來建立迴歸模型，以了解各個產品屬性的重要性，以及其個別和整體的解釋能力(黃珮婷，民 89)。

## 二、文創觀光

國內對於文化創意產業的定義，是參酌各國對文化產業或創意產業的定義，以透過智慧財產的形成運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。」及台灣產業發展的特殊性，將其定義為：「文化創意產業係指源自創意或文化積累，

「文化創意產業」是結合了文化及創意的產業。「文化創意」即是在既有存在的文化中，加入每個國家、族群、個人等創意，賦予文化新的風貌與價值。根據前香港大學文化政策研究中心總監許焯權在《香港創意產業基線研究》中的定義，文化產業指：「一個經濟活動羣組，開拓和利用創意、技術及智慧財產權以生產並分配具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成為一個創造財富和就業的生產系統」。

政府在界定文化創意產業範疇，除了考量符合文化創意產業的定義與精神外，亦加上了產業發展面上的考量依據，其原則為：

- (一)就業人數多或參與人數多。
- (二)產值大或關聯效益高。
- (三)成長潛力大。
- (四)原創性高或創新性高。
- (五)附加價值高。

茲就 邵正民 將文化創意分為以下類別：

產業類別	內容及範圍
視覺藝術產業	指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價等行業。
音樂及表演藝術產業	指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體、設計服務、經紀、藝術節經營等行業。
文化資產應用及展演設施產業	指從事文化資產利用、展演設施經營管理之行業。
工藝產業	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。
電影產業	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。
廣播電視產業	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。
出版產業	指從事新聞、雜誌、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。
廣告產業	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。
產品設計產業	指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。
視覺傳達設計產業	指從事企業識別系統設計(CIS)、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。
設計品牌時尚產業	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
建築設計產業	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
數位內容產業	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。
創意生活產業	指從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業。
流行音樂及文化內容產業	指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。

### 三、駁二藝術特區

#### (一) 駁二的沿革

駁二藝術特區是一個位於臺灣高雄市鹽埕區的藝術園區駁二藝術特區跳脫了既有的倉庫限制，成為藝術與人文交流的平台「駁二」係指第二號接駁碼頭，建於 1973 年 6 月 12 日，原為一般的港口倉庫。2000 年高雄市政府因尋找中華民國國慶煙火燃放場所，偶然發現這個具有實驗性的場域。駁二藝術特區由高雄市政府文化局接手經營後，便舉辦一系列的高雄設計節、好漢玩字節、鋼雕藝術節、貨櫃藝術節及高雄人來了大公仔等藝文展覽。2012 年高雄市政府文化局開始租用台灣糖業公司的蓬萊倉庫，使駁二藝術特區的倉庫建築擴充至 14 棟。

#### (二) 駁二園區介紹

駁二藝術特區由老倉庫改建而成，其主要結構分為四部分：有適用於大型展演的「駁二 P2 倉庫」，以及適合小型作品展覽用途的「C5 台糖倉庫」，還有專用於表演的「月光劇場」，以及作為社區市民休憩場所、藝術市集的「藝術廣場」。為了讓藝術氣息能夠融入整個市民生活中，高雄駁二藝術特區也將不定期的展演藝文活動，提供藝術家一個創作發表的藝文展館。每逢假日都吸引許多遊客全家大小一同至此共享天倫之樂，是高雄旅遊的好去處。

P2 倉庫	P2 倉庫係指第二號接駁碼頭，原為一般的港要是作為存放魚粉之用。2000 年高雄市政府因尋找國慶煙火燃放場所，偶然發現這個具有實驗性的場域。P2 倉庫空間寬廣，適合大型展演空間，如：好漢玩字節、高雄設計節等。
自行車倉庫	自行車倉庫為 1920 年日治時期建築。舊鐵道改建為自行車道後，一群愛好自行車運動的藝文、社會工作者因而共同籌設「倉庫自行車學校」於此，希望為高雄單車社群、綠色組織、在地社團提供共同築夢、圓夢的園地，2010 年 6 月因租約到期，倉庫自行車學校不再繼續承租使用。

藝術廣場	2003 年申請作為人行步道後，進行鋪面工程及增加花台，慢慢形成目前藝術廣場的規模。主要功能作為社區市民休憩場所、藝術市集及活動表演場所。
月光劇場・The Wall	駁二尚未成立前，一把無名火燒毀這棟倉庫的屋頂，皎潔的月光灑落在倉庫中，「月光劇場」於是誕生。每星期固定的常態音樂活動，唱出更多屬於高雄在地樂團的創作。

## 參●結論

### 一、研究對象

本專題主要是以到高雄駁二藝術特區觀光得旅客為研究對象。

### 二、研究方法：

本小組利用假日於高雄駁二藝術特區周遭觀光的遊客進行調查。問卷發放方式採隨機抽樣，由有意願之遊客協助調查問卷。問卷預計發出 100 份問卷。

### 三、問卷設計

本研究之基本數據資料來源以問卷調查為主。問卷內容：

本研究之設計，其內容共分為三部分：第一部分為遊客基本資料與遊客行為特性調查、第二部分為遊客對文化觀光活動的認知調查、第三部分為遊客對駁二藝術特區整體設施、服務品質及環境的滿意度調查。茲將其內容分述如下：

#### (一) 個人基本資料

此部分將收集受訪者的個人基本資料，包括性別、年齡、學歷、職業、婚姻狀況。

#### (二) 對遊客到高雄駁二藝術特區的設備及環境之滿意度程度：

此部分問題主要是為了瞭解遊客對高雄駁二藝術特區的設備及環境之滿意度，以「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」、「非常滿意」五個等級來衡量受訪者的滿意度。

(三) 遊客對駁二藝術特區服務品質之滿意度調查：

此部分問題主要是了解遊客對駁二藝術特區對服務品質之滿意度，以「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」、「非常滿意」五個等級來衡量受訪者的滿意度。

#### 四、建議

- (一)建議可以使用更淺顯易懂的指示，標註在較重要交通位置或入口明顯處，讓遊客可以更容易到達駁二藝術文化園區。
- (二)建議行人與自行車車道的通道間，能保持適當的安全距離，以保護行人與自行車車主的安全。
- (三)文化創意商品的價格略高是不易廣泛推動文創商品的因素，除了具個人創意的智慧創作品較高價位以外，建議也設置較為平價的文創商品以提高遊客購買率並提高駁二文創商品的廣及率。

#### 肆●引註資料

- (一)黃珮婷(民 89)，顧客滿意度與顧客忠誠度之關係－交易成本理論觀點，政治大學國際貿易學系碩士論文，未出版，台北。
- (二)郭欣惠(民 90)「以交易成本理論探討顧客滿意度與忠誠度之關係－舉入口網站及 ISP 市場為例」，國立政治大學國際貿易學研究所碩士論文，未出版，台北。

- (三)方幸君，2005，高雄市觀光意象與遊憩品質因素重要性及績效表現認知之研究。
- (四)李佳珮，2010，旅遊意象、旅遊體驗、知覺價值與行為意圖關係之研究-以高雄駁二藝術特區為例。