

遊客對台南市安平老街商圈重視度與滿意度 比較之研究

黃建超

高雄市立空中大學

摘要

台南市安平老街全台知名，是文化古蹟薈萃、人文涵養豐富的遊憩勝地，茲因針對台南市安平老街的重視度與滿意度的調查研究非常罕見，而引發本研究的調查動機。本研究目的想深入了解遊客對安平老街遊憩前的重視度期待與遊憩後的滿意度感受之差異，並藉由差異分析來探討遊客的人口統計變項，是否會影響重視度與滿意度之感受性，進而編製問卷調查遊客內心感受，以有效問卷 550 份進行各項統計分析。獲信度 Cronbach's α 係數 .942，效度分析 63.78%，由研究結果獲知遊客的知覺感受重視度高於滿意度。特別重視「食品衛生」，且對「商街之熱鬧氣氛」感到最滿意。由因素分析結果得知「交通停車」、「遊樂設施」和「商品多樣」3 個因素重視度與滿意度相同。藉由差異分析得知：婚姻的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之差異、而在滿意度因素中的「遊樂設施」產生差異。年齡的人口背景變項之差異，不會造成遊客對重視度之差異，但會對於滿意度因素中的「商街熱鬧」產生差異。職業的人口背景變項之差異，不會造成遊客對重視度之差異，但會對於滿意度因素中的「交通停車」產生差異。學歷的人口背景變項之差異，會造成遊客在重視度因素中的「服務態度」出現了差異，但不會對於滿意度有所差異。而性別和月收入的人口背景變項之差異，對於安平老街在重視度及滿意度則無顯著差異。將萃取因素對安平老街評分進行多元迴歸分析知，以「交通停車因素（滿意度）」對於遊客評分行為最具有影響力。

關鍵詞：台南市安平老街商圈、問卷調查、重視度、滿意度、差異分析

黃建超 高雄市立空中大學大眾傳播學系副教授，E-mail: cchuang@ouk.edu.tw

（收件：2021 年 4 月 19 日，修正：2021 年 8 月 18 日，接受：2021 年 8 月 23 日）

壹、前言

旅遊地經營成功的關鍵為吸引遊客持續前來，了解旅遊地遊客重遊行為意圖的形成因素已成為經營業者關注的重點，因具重遊行為意圖的遊客將可能會再次重遊，且會對旅遊地進行口碑宣傳。以發展觀光產業來提升經濟動能，其對於自然環境、在地文化保存等造成之影響，是為觀光局的重要策略（交通部觀光局，2018）。政府自民國八十四年起陸續推動塑造形象商圈與改善商業環境的多項計畫，目的在協助傳統商圈或老街更新再造並提升競爭能力，使商品增加選購性、流行性、趣味性，無形之中也增加了休閒、文化的消費體驗。在經濟部的積極推動下，全台商圈因應地域性的差異性，各自努力發展出自己的商圈特性。但商圈會沒落、新生或重生，商圈消費模式已不再單純地只為滿足民生需求而購物，台灣各地的商圈隨著環境及消費行為的改變，不斷產生變動，商圈的商家戰戰兢兢的經營，一方面擔心消費者流失、所在的商圈沒落，一方面要努力行銷推廣和擴大來客數、形塑地方特色商圈發展與結合休閒活動、和消費行為達到融入生活的體驗創造，以提供消費者舒適的購物環境與美好的體驗，進而提升消費者再度重遊意願（蔡麗芬、黃孟立等，2017）。

都市人口密集，總體消費需求亦高，老街就是滿足消費者之需求，以追求最大的經營效益所聚集的消費場域，專門提供消費者所需的商品或服務，近年來老街亦兼具休閒與娛樂的功能。台南府城積極推廣的安平形象商圈，擁有古早味柑仔店與特色小吃、國定的一級古蹟「安平古堡」、附近街道充滿古色古香的建築，具有濃濃的懷舊氛圍。台南安平老街曾是全台第一大港都，是個文化古蹟薈萃、人文涵養豐富的地方，也因為它的內部的歷史空間，古蹟、歷史建築、老街、舊巷道、遺址以及多樣的人文地景，獨特的歷史地位，與其它處「老街」相比，更顯示出安平老街給人「古樸攸然」與「懷舊」的印象（陳怡茹，2016）。對於一般民眾來說，老街代表的不只是有各種便宜的東西可看、可買外，還是一種放鬆心情的休閒活動。隨著時代潮流的進步，遊客在逛街的同時，

除追求流行、滿足自身慾望外，也渴望能在一個高品質的購物環境中進行各種活動包括：休閒、娛樂、消費等（唐綾慧、林俞樺等，2020）。台灣各地的老街隨著消費者消費行為的改變，而不斷的變化與革新，店家的聚集程度也會影響到人潮的吸引及步行動線，一來為避免消費者流失，而造成老街沒落；二來為增加消費者購物的次數、停留時間及滿足其慾望，因而在購物環境中，對於軟硬體提供，不斷地要求與變化，以滿足消費者所需，卻進一步促使消費者對購物環境的要求更為提高（林長郁，2018）。老街為因應時代的變遷、遊客的購物需求，在老街設置地點及地區特性上，將考量是否具備觀光價值，政府部門也會將具有此特性的老街融入觀光商圈的規劃中，以吸引外國觀光客。由於針對台南市安平老街的重視度與滿意度的調查研究非常罕見，從華藝線上圖書館中查詢除了筆者長期所作的研究外，只有相關議題 3 篇期刊而已、也從全國博碩士論文系統中查詢得知未出版的碩士論文只有 8 篇、博士論文則無，更引發本研究的高度興致，是故，希望透過本研究深入了解參與安平老街的遊客的背景狀況，探討對於遊客的重視度與滿意度間之差異，並藉由差異分析來探討遊客的人口統計變項，是否會影響重視度與滿意度之感受性，期許本研究能提供台南市安平老街管理單位或台南市政府作為推動政策或調整經營策略之參考。

貳、文獻探討

一、安平老街商圈意涵與存在重要因素

隨著時代之改變，在大都會的市中心或特定型態的商業地區，常有同類型商店多家相鄰設立，為吸引特定購物目的的消費者，所群聚「聚集」的區域，稱之為「商圈」，商圈也是眾多商店的集合體，商圈亦是由眾多流動人潮所構成，是一種水平商店間共同擔任垂直連結的集合體。根據經濟部商圈廣泛的定義為「經由不同商業機能的商店或商場聚集於某特定環境所形成，整體商圈涵

蓋店家本身及其公共開放空間，資源投入及輔導對象包括其拓展腹地之資源腹地及其商店街」（蔡麗芬、黃孟立等，2017）。再由研究得知，都市市中心的環境與設施相對於其它地區是最適合步行者的，此特性直到目前仍是如此，而此亦為市中心發展之潛力所在。雖然仰賴汽車作為交通工具所造成的空間擴散，以及市中心地區的不斷擴大，但步行仍是活絡市中心所不可或缺之要素；黃幹忠（2010）「以遊逛路徑評估商圈空間結構的一種簡易方法—以高雄市新堀江商圈為實證」研究結果，提出都會區商圈存在的四點重要原因：（一）人潮優勢可確保市中心之高密度本質有別於其它商圈之獨特競爭力。（二）步行對於許多市中心商店的生存極為重要，特別是沿街商店（street-level shops），這些店舖不論是零售業、服務業或餐飲業都仰賴路過的客人（walk-by customers）。一個適宜的步行環境可使行人產生遊逛行為（excursion behavior），且能看到許多店舖之展示。（三）人潮可強化市中心作為社區主要聚集點之角色，提供日常使用及社區節慶活動之用，並對社區意識的培養大有助益。（四）人們對市中心之「死（dead）」或「活（lively）」的認知取決於人行道上所見到之人潮多寡，此種認知會直接影響到人們是否要前往意願。

都市商圈向來是一個都市中的經濟關鍵，其擔負著重要的市民經濟活動與經濟動脈，在華人地區的國家及區域，商圈更可說是都市發展的根基，更是都市最繁華的地區、是集約型土地使用和城市中最集中的經濟活動，代表著城市的經濟和文化（Yang & Gou, 2021；陳耀峰，2019）。商圈係集中生存於城市特定區域空間內，也是商店集群化的一種展現，其空間位置關係與行人行進慣性對路徑選擇行為，是有選擇直行路徑及選擇與目的地形成較小夾角路徑傾向之慣性（Hoff & Wall, 2020; Sofwan & Tanjung, 2020；黃幹中，2010）。董娟鳴（2010）以西門町、士林、桃園車站商圈等作為實證地點，從逛街者活動行為的角度探討逛街者逛選移動之特性，以及商圈環境特徵、逛街者特性對其逛選移動間的關係，研究結果顯示商圈環境特徵會影響逛街者之活動點選擇，逛街能讓逛商圈的人們能自在消費，不受到昂貴消費的經濟壓力，商圈的創新模式

及文創產業使得經營成功的關鍵因素是相當重要的，顧客參與遊憩活動之體驗，可獲得自身親自體悟的遊憩利益，是隸屬自身的感受，且能將其中的歷程記憶在腦海中，成為自身旅遊經驗記憶之一環。對店家而言是謀生的工具、是生活的一部分，若能吸引更多顧客，創造較完善的顧客滿意度，就能與顧客間產生消費情誼的互動，進而能養家活口、維持生計，成為所有店家或攤商們注重的課題（黃國峯、林慶全等，2017）。

台灣從北到南有諸多的老街，除了充滿歷史風情的街景及建築物之外，還有代表當地的特色美食，每每吸引大批觀光客前來消費、旅遊，為地方創造非常大的觀光產值。在當代多元的旅遊類型中，老街旅遊是一項結合休閒、娛樂與教育功能的場域。老街旅遊已被視為是一種特殊的觀光活動，通常和城鎮及文化觀光是相互影響。近年來利用老街文化古蹟與旅遊相結合來帶動地區的發展，在世界各地已成為風潮。老街古蹟是人類活動的遺跡，也是歷史文化的見證，就實存的古蹟空間而言，刻劃著先民經年累月的足跡，也記載了物換星移的蹤影，老街古蹟更是文化延續的象徵，世界各國政府都戮力推動老街歷史文化的保護、城市歷史遺跡的保存，提振歷史街道的活力，為滿足人們現代化生活的需求，更注入許多新科技的輔助，因此可知老街可帶給地方的附加價值是難以估計的（Sun & Li, 2020）；而就現代人的眼光看來，老街古蹟其實用性，最大莫過於成為現代人休閒觀光的場所（柯耀宗、陳明石等，2018）。

台灣的老街甚多，幾乎每個縣市都有不只一條的老街路線。對台南而言，最為人熟知的便是安平老街了。安平老街擁有獨特的歷史地位與價值，鄰近安平古堡、安平樹屋、夕遊出張所等古蹟建築，深具歷史意義，是觀光客到台南必去的景點之一。可說是居老街的龍頭地位。逛安平老街除了可以欣賞街道兩旁極具特色的舊式建築外，這條老街兩旁更聚集了許多特色店家，其中不乏各種道地小吃，還有充滿濃濃懷舊風情的古早味雜貨店、童玩店，賣的都是現在幾乎找不到的零食與小玩具，加上百年的老字號蜜餞店所販售的商品，及護佑遊客平安信念的劍獅文化，在在成為許多觀光客到此一遊的消費首選。但是老

街不外乎古玩、零食、美食外，每條老街也都有，以文創觀念結合當地店家、研擬相關的創意遊程，針對不同的客群，設計出不同於一般老街的遊玩方式、闖關、體驗活動、限定商品，安平老街正善用台灣第一老街的名號，發展出獨色的旅遊特色，相信更能吸引遊客的目光（曾琪耘，2019；陳怡茹，2016）。漫步在安平老街周遭的觀光景點時，會發現劍獅的身影出現在古蹟的空間規劃中，且有當地的業者進一步讓傳統劍獅成爲文創商品的主角，使得原先象徵辟邪的圖騰變身爲主題式特色伴手禮，提供觀光客更多的消費選擇。在安平的商圈中有多家名店商品獲選爲府城十大伴手禮，例如同記安平豆花第一屆（2006年）、安平老街蜜餞（番王伯）第四屆~第六屆（2009~2011年）連續三年獲獎，也存在著台南金鑽百家知名商店。再例如一七二營本部連軍事主題餐廳、中華小王子咖啡（Be two 咖啡）、丸珍水產有限公司、丹橋人文藝術空間、老四川巴蜀麻辣燙台南安平店、章成麥芽餅安平店、冰熊手作水果雪酪冰、南泉冰菓室、卡莎兒天然酵母麵包小舖、府城食府、東興洋行德式古蹟餐廳等，都是吸引遊客到訪的重要因素（洪上祐，2013；台南市政府官網，2021）。這些因素亦是催促本研究探查前來安平老街的遊客，分析內心的真實感受。

二、重視度與滿意度

消費者在買賣雙方互動期間，以很多相關資源與活動作爲注意和評估服務品質的依據，服務品質是指：顧客是經由比較「事前對服務期望」以及「事後對服務的知覺」間的差距，來評定其對服務品質高低的認知，其事前對服務期望亦即「消費前的重視度」（周昱甫、戴貞德，2017；簡淑芬、林清壽，2016）。顧客比較消費前對產品或服務品質的期望與實際消費後認知產品或服務的表現，由此來判斷實際認知表現程度與期望是否存在差異。若實際表現超過期望，則產生滿意；若實際表現比期望差，則產生不滿意（閔辰華、趙曼白等，2013）。亦即若消費者所經歷的品質滿足了其當初的期望，則消費者就會感受到產品的品質是良善的，即產生消費者對服務的品質感受而產生滿意（Aksar,

Kayani, et al, 2019)。顧客購買商品後對服務品質的實際感受會影響其對服務滿意度的評價，而顧客滿意度則會進一步影響顧客的行為意向，當消費者購買產品後，期望成為某產品績效一個判斷與衡量標竿。換言之，滿意度是由事前期望與事後績效兩個過程相比較之結果；消費者先因購買而產生對產品績效的期望，其購後實際獲得之績效水準與期望之水準差距來決定滿意與否，因此滿意或不滿意的判斷則轉化成期望水準加減失真的大小（柳婉郁、汪俞靜等，2014）。

觀光旅遊是種不同形式的商品，在事先缺乏體驗的情況下，旅遊目的地的意象對於前去觀光的人就會產生相當大的影響力，更是表達遊客心目中對觀光發展的態度和旅遊地感覺的重要指標。遊客對於旅遊目的地持有不同的意象，這些意象會顯著影響遊客旅遊的決策以及實際旅遊後的滿意度，旅遊地點是否能夠吸引大量的人潮來訪，端賴人們對這個地方的旅遊意象是否有正面的感受及愉悅認知；如是，就愈能引發觀光意願與吸引遊客前去體驗。且現代人們透過消費方式與商品的選擇，來表達自己身份與物品間的關聯及背後具有之象徵，基於所屬群體與文化的認同來產生消費方式，而消費方式也會反過來建構個人獨特的風格形象，如同選擇老街的休閒消費也是展現獨特消費風格（邱長彥，2018；陳怡茹，2016）。娛樂性逛選動機主要是立基於逛選體驗本身的品質，而非單純指向於資訊的蒐集或產品的購買。因此遊客前往消費前對該消費場域，必定存在著「重視的心理期望」，亦即遊客在消費前都會存在著消費期望，也就是顧客對企業「將會」提供服務的預測期待值；「消費者滿意」限定於某種特定購買行為後之評價，而滿意度是顧客對產品或服務的所有購買經驗的整體評價，滿意度亦指消費者感到滿足和愉快的整體感受與評價，亦即對事物作一種主觀的預測判斷，而此判斷是屬於態度或感情的情意取向，若消費者呈現滿意傾向，除代表商家所提供的服務受到肯定外，亦會影響消費者再次消費的意願。滿意度的體驗會因個人偏好、期望、知覺、動機等不同而有所差異，且個人特質、社會和經濟背景不同、產業的差異也可能影響顧客的滿意度

（閔辰華、趙曼白等，2013），即使是遊客前往商圈消費也不例外（蔡玉玲，2020；Muhammad Aksar, Muhammad Bilal, Murad, 2019；謝家豪、呂煒琳等，2017）。人們在日常生活中常會受到親友的口碑影響，在進行購買活動時，主要是為了滿足娛樂性的目的（recreational outcomes）與經濟性的目的（utilitarian outcomes），而正面情緒（positive mood）則是源自於人們在追尋上述兩種購買價值時所獲得之結果（Shi、Tang等，2016）。遊客對觀光地區服務品質的知覺，會影響其對整體觀光地區服務滿意度的評估，而遊客的滿意度會進而影響行為意願。遊客印象的重要性與知覺彼此互相影響著滿意度，會影響遊客的態度、也會影響商店的選擇和產品的購買，且消費遊客若呈現滿意度可以帶來幾個好處：包括企業與顧客關係的和諧、為再購提供良好的基礎並建立顧客忠誠度、並形成對消費遊客有利的口碑推薦（Novreza Henderson & Heryanto, 2020）。不論是大小企業，都必須提供高質量的服務來滿足消費者的需求，從而增加收入。且經營者必須明瞭，獲得新顧客的成本，比保留新顧客的成本高出五倍（Kuo & Hsieh, 2019）。Astrid Puspaningrum（2020）及 Yilmaz, Ari, et al（2018）研究指出滿意度所感覺的愉悅或失望程度與個人對產品的期望有直接關係。更強調滿意度是顧客對服務品質、服務態度、產品品質和產品價格等方面的滿意，滿意度是由個人期望的程度與認知間差距而決定。「服務滿意度」是個人經過體驗後的心理狀況，受到社會因素與心理狀況所影響，或是受到當時氣氛以及群體互動等外在因素之影響，形成了一種態度或意象。「滿意度」更是 21 世紀消費型態改變以來，企業經營者非常關心的顧客反應，也是研究者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，是一項非常有用的衡量行為指標。而「顧客滿意」為消費者針對產品或服務購買與消費的全部經驗，隨著時間的累積所形成的整體評價，消費者滿意度會促使消費者產生再次購買的行為（黃品潔，2020；葉欣寧，2017）。

參、研究方法

一、研究流程與統計軟體

在確定研究目的後，首先是針對於台南市安平老街商圈相關文獻進行探討，進行問卷設計及調查。透過前測問卷發放之結果修改問卷，並發放正式問卷。問卷回收後，使用 SPSS 17.0 for Windows (Statistical Package for Social Science) 套裝軟體來進行各項統計分析工作，探討各個統計量之結果，並整理成研究結論。其研究流程：1. 確認研究動機與目的。2. 文獻蒐集整理與探討。3. 確定研究對象。4. 設計問卷。5. 問卷預試。6. 問卷預試回收與修改。7. 問卷正式發放與回收。8. 資料分析。9. 結論與建議。

二、研究調查地點與時間

本研究採估計無母數的樣本計算公式，問卷取樣採取便利抽樣法來進行資料蒐集。先假設抽樣誤差小於 5% (即 $e < .05$)，在信賴區間為 95% 之條件下，將問卷發放之計算以 $p=.5$ ， $d=1/2$ ， $a=.05$ 代入，計算出抽樣之樣本數為 $N=384.16$ ，知所需有效的樣數應至少為 384 份。關於抽樣之樣本數量，若樣本越大，雖然其統計值的可靠度越高，但所費的成本也越高。決定樣本大小，要在可靠性和經濟性兩因素中，作適當的衡量。為不影響消費遊客的遊興及填答問卷之可靠性，以非常禮貌的態度取得遊客同意後，再進行面對面訪問調查。研究地點於台南市安平區安平老街（延平街）素有台灣第一街之美名，形成於荷治時期，是台灣本島的第一條商店街。本研究劃定安平老街範圍，除了指以延平街為中心外，並涵蓋週邊同樣具有安平老街特色的地區（延平街、效忠街、中興街）及古蹟，本研究係以實地到安平老街遊憩的遊客為問卷發放對象。問卷預試發放在 108 年 7 月 6 日~108 年 8 月 14 日，計獲 180 份有效問卷，已達統計有效數量，其預試 180 份有效問卷信度值 Cronbach's $\alpha > .80$ 、效度分析解釋變異量 $> 60.0\%$ 以上，每一問項標準差均 < 1 ，表示問卷內容所有問項之設

計可信度、穩定性高，故未刪除任何問項，繼續發放問卷進行蒐集更多的相關數據，108年9月1日起，到調查活動109年3月1日為止。抽樣時間有平日、亦有假日，早、中、晚的時間都發放問卷調查。且調查對象只有針對親自前往安平老街的遊客，非遊客不是調查對象，也不是進行網路填答問卷。因有晚上調查，所以設計問卷時有「照明設備」這項。本研究共發出問卷800份，回收630份，無效問卷80份，有效問卷550份。

三、研究工具與問卷內容架構

本研究係參考「口碑搜尋對旅遊意象形成與影響之研究—以台南安平老街為例」（陳怡茹，2016）、「以計畫行為理論探討影響消費者購買食品類伴手禮之因素—以台南安平老街為例」（洪上祐，2013）、「從體驗行銷觀點探討形象商圈的顧客價值、顧客滿意與重遊意願關聯之研究—以台南安平老街為例」（陳虹仔，2010）、「逛街者特性、商圈環境與都市街廓商圈逛街者移動之關係」（董娟鳴，2010）、「以遊逛路徑評估商圈空間結構的一種簡易方法—以高雄市新堀江商圈為實證」（黃幹忠，2010）、「消費者對商圈重視度與滿意度比較之研究—以高雄市新崛江商圈為例」（黃建超，2013）等文獻，並配合台南市安平老街商圈的特質加以彙編，而編製成問卷之量表。

問卷內容主要調查以人口統計變數作為調查內容，成為調查受訪者的「基本資料」，藉此來獲取遊客的性別、年齡、婚姻、職業、學歷、月收入、居住地等七個問項，如表一所詳示。量表全部採用 Likert Scale 的計量方式，「重視度」的調查每題依「非常重視」（5分）～「非常不重視」（1分）；「滿意度」的調查每題依「非常滿意」（5分）～「非常不滿意」（1分）等五種等距尺度，來進行計分。最後再將實測所獲得之有效問卷樣本資料，依順序編號並進行資料建檔與編碼，再利用 SPSS 17.0 進行統計分析工作。

表一 本研究的問卷調查設計內容

重視度		滿意度	
1. 商品價格便宜	14. 周遭環境整潔	1. 商品價格便宜	14. 周遭環境整潔
2. 商品品質	15. 攤位空間規劃	2. 商品品質	15. 攤位空間規劃
3. 商品多樣化	16. 洗手間的提供	3. 商品多樣化	16. 洗手間的提供
4. 飲食種類多樣化	17. 商街之熱鬧氣氛	4. 飲食種類多樣化	17. 商街之熱鬧氣氛
5. 食物美味	18. 商街之整體規劃	5. 食物美味	18. 商街之整體規劃
6. 商街人員服務態度	19. 麥克風廣播音量	6. 商街人員服務態度	19. 麥克風廣播音量
7. 商街的服務品質	20. 照明設備	7. 商街的服務品質	20. 照明設備
8. 食品衛生	21. 遊樂設施安全性	8. 食品衛生	21. 遊樂設施安全性
9. 商街地點適中性	22. 遊樂設施的價格	9. 商街地點適中性	22. 遊樂設施的價格
10. 商街地點安全性	23. 遊樂設施多樣化	10. 商街地點安全性	23. 遊樂設施多樣化
11. 交通便捷性	24. 老顧客消費折扣	11. 交通便捷性	24. 老顧客消費折扣
12. 停車方便性	25. 警察或巡守維護	12. 停車方便性	25. 警察或巡守維護
13. 走道通暢		13. 走道通暢	
背景	性別、年齡、婚姻、職業、學歷、月收入、居住地		

肆、研究結果

一、效度與信度分析 (Effectiveness and Reliability Analysis)

本研究所採用的衡量題目，除參考學者專家之量表整理而成外，並實際在不同地區的商圈進行過施測（黃建超，2013），在「重視度」的構面，效度分析解釋變異量達 63.89%；在「滿意度」的構面，效度分析解釋變異量達 63.68%，故整體效度均超過 63.80%。整體信度分析獲 Cronbach's α 係數 .955，其中重視度的 Cronbach's α 係數 .930、滿意度的 Cronbach's α 係數 .954。表示本研究的問卷內容所有問項之設計可信度極強，穩定性為高信度；顯示出問項內容，具有一致性且可信賴。顯示問卷的設計內部信度與訪問調查填答的外部信度，均達高的可信與有效。

二、受訪者人口背景統計分析

在有效問卷 550 份統計結果，如表二所示。詳述如下：(1) 性別：女

性 51.6% 高於男性 48.4%。(2) 婚姻：未婚 79.1% 高於已婚 20.9%。(3) 年齡：20~30 歲 52.9% 最多，其次 19 歲（以下）24.4%。(4) 學歷：大學最多 62.4%，其次高中（職）18.0%。其性別、年齡及學歷之調查也與洪上祐（2013）所做調查相同，表示前往台南市安平老街遊憩活動深受女性、未婚、年輕、具有大學學歷的遊客喜愛。(5) 職業：學生最多 48.7%，其次商 / 服務業 26.0%。(6) 居住地：住南部 40.9% 最多，其次住台南市 27.8%。(7) 平均月收入：2

表二 受訪遊客社經背景分析表 (N=550)

基本資料		人數	比例 %	基本資料		人數	比例 %	
性別	男	266	48.4	學歷	國中	11	2.0	
	女	254	51.6		高中（職）	99	18.0	
婚姻	未婚	435	79.1		專科	65	11.8	
	已婚	115	20.9		大學	343	62.4	
年齡	19 歲（以下）	134	24.4		月收入	研究所（含以上）	32	5.8
	20~30 歲	291	52.9			2 萬元以下	298	54.2
	31~40 歲	51	8.3			2 萬~4 萬元	178	32.4
	41~50 歲	28	5.1			4 萬~6 萬元	32	5.8
	51~60 歲	19	3.5	6 萬~8 萬元		25	4.5	
	61~65 歲	18	3.3	8 萬~10 萬元		13	2.4	
	65 歲以上	9	1.6	10 萬元以上		4	.7	
職業	學生	268	48.7	居住地	台南市	153	27.8	
	工	40	7.3		南部	225	40.9	
	商 / 服務業	143	26.0		中部	87	15.8	
	軍 / 公 / 警 / 教	51	9.3		北部	67	12.2	
	自由業	20	3.6		東部	10	1.8	
	農林漁牧	8	1.5		離島	3	.5	
	退休	6	1.1		其他	5	.9	
	其他	14	2.5					

萬元以下 54.2% 最多，其次 2 萬~4 萬元 32.4%。調查結果與鍾美齡（2013）「遊客對新北市三峽老街休閒遊憩活動參與動機與滿意度之探討」調查結果相似的項目有女性、大學及學生為最高比例。

三、遊客對台南市安平老街重視度與滿意度平均數與標準差分析

如表三所示，在重視度平均數的排名順序，以「食品衛生」平均數 4.19（SD=.86）排名第一；「食物美味」平均數 4.18（SD=.73）排名第二；「商品多樣化」平均數 4.14（SD=.89）排名第三。而以「麥克風廣播音量」平均數 3.36（SD=.94）倒數第一、「老顧客消費折扣」平均數 3.67（SD=.97）倒數第二、「照明設備」平均數 3.66（SD=.89）倒數第三。

在滿意度的排名順序，「商街之熱鬧氣氛」平均數 3.89（SD=.70）排名第一，「食物美味」平均數 3.84（SD=.77）排名第二；「飲食種類多樣化」平均數 3.82（SD=.79）排名第三。而以「麥克風廣播音量」平均數 3.29（SD=.82）倒數第一、「老顧客消費折扣」平均數 3.32（SD=.89）倒數第二、「洗手間的提供」平均數 3.33（SD=.97）倒數第三。並從整體評價結果可清楚看出，受訪遊客對台南市安平老街重視度總平均數 3.92，高於滿意度總平均數 3.55，此一結果與消費者對高雄市新崛江商圈調查結果相同（黃建超，2013）。

由表三可以研判出遊客對於安平老街消費前的期待是高於消費後的感受，所以本問卷內容的期望重視度與實際滿意度，可以看出遊客對於安平老街是有較高的期望服務品質，這個結論很值得當地的業主留心與調整。消費前、後差異最小感受前五名排序是「麥克風廣播音量」.07、「商街之熱鬧氣氛」.11、「商街地點適中性」.21、「商街之整體規劃」.21 和「照明設備」.22；然而重視度高於滿意度落差大於 .50 的依序是「停車方便性」.80 落差最大、「洗手間的提供」.73 落差為其次、「食品衛生」.67 落差為第三、「交通便捷性」.65 落差為

表三 遊客對台南安平老街重視度與滿意度平均數分析表（N=550）

題號	問項	重視度			滿意度			落差	落差排序
		M	SD	排名	M	SD	排名		
1	商品價格便宜	3.88	.85	16	3.64	.75	9	.24	20
2	商品品質	4.04	.79	9	3.65	.74	8	.49	6
3	商品多樣化	4.03	.76	10	3.77	.81	4	.26	16
4	飲食種類多樣化	4.08	.75	6	3.82	.79	3	.26	16
5	食物美味	4.18	.73	2	3.84	.77	2	.34	11
6	商街人員服務態度	4.10	.77	4	3.66	.76	7	.44	8
7	商街提供服務品質	4.07	.77	7	3.60	.75	11	.47	7
8	食品衛生	4.19	.86	1	3.52	.82	12	.67	3
9	商街地點適中性	3.88	.79	16	3.67	.76	6	.21	23
10	商街地點的安全性	3.94	.81	13	3.63	.79	10	.31	13
11	交通便捷性	4.09	.83	5	3.44	.97	19	.65	4
12	停車方便性	4.14	.89	3	3.34	.98	22	.80	1
13	走道通暢	3.90	.87	15	3.48	.90	15	.42	10
14	周遭環境整潔	4.01	.95	11	3.49	.82	13	.52	5
15	商街空間規劃	3.80	.81	19	3.47	.78	16	.33	12
16	洗手間的提供	4.06	.94	8	3.33	.97	23	.73	2
17	商街之熱鬧氣氛	4.00	.80	12	3.89	.79	1	.11	24
18	商街之整體規劃	3.91	.80	14	3.70	.78	5	.21	22
19	麥克風廣播音量	3.36	.94	25	3.29	.82	25	.07	25
20	照明設備	3.66	.89	23	3.44	.79	19	.22	21
21	遊樂設施安全性	3.80	.91	19	3.49	.78	13	.31	13
22	遊樂設施的價格	3.70	.87	21	3.40	.78	21	.30	15
23	遊樂設施多樣化	3.70	.88	21	3.45	.75	17	.25	18
24	老顧客消費折扣	3.67	.97	24	3.32	.89	24	.25	18
25	警察或巡守維護	3.88	.90	16	3.45	.84	17	.43	9
總平均		3.92			3.55				

第四、「周遭環境整潔」.52 落差為第五；探究其落差原因，就筆者之現況觀察認為公有停車場只有一處且距離老街步行得花 8~10 分鐘，若遇假日常面臨一位難求之窘境；洗手間的設立不夠普及，標示也不夠多，且許多商家不會很友善的提供洗手間給遊客使用；食品衛生與周遭環境整潔會造成落差，確實擺設的攤商衛生及環境整潔的加強有待加強，況且許多商家對於服務人員的清潔設備配戴明顯不足，例如配戴衛生手套、帽子、口罩等；而交通便捷性不足是台南市尚未有捷運、若是親友邀集出遊大多開車，沒開車的遊客要到訪安平老街只能倚靠公車而已，以上五項落差的現況，實可給管理單位參酌，進而促請台南市政府在市政上多給予協助。

四、遊客對台南安平老街重視度與滿意度因素分析

將遊客對台南安平老街重視度問項 25 個變項進行因素分析（如表四所示），採主成分分析法，並透過最大變異法轉軸，萃取特徵值大於 1 的因素，在「重視度」構面將 25 個變項縮減為 5 個因素，累積變異量為 63.89%，詳如表四所示，萃取結果 KMO 值為 0.921 屬高可信性範圍，Bartlett 球形檢定近似卡方分配值為 7698.199、自由度 300、顯著性為 0.000。茲將 5 個因素命名如下：（一）「遊樂設施」：係由第 21、22、23、24、25 等 5 題所組成，而特徵值 3.46 為 5 個因素中最高，解釋變異量為 13.86%。而因素中 5 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的遊樂設施重視度愈高。（二）「麥克風廣播」：係由第 09、17、18、19、20 等 5 題所組成，而因素中 5 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的麥克風廣播重視度愈高。（三）「商品多樣」：係由第 01、02、03、04、05 等 5 題所組成。而因素中 5 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的商品多樣重視度愈高。（四）「交通便

表四 遊客對台南安平老街重視度因素分析表 (N=550)

因素名稱	問項內容	共同性	因素負荷量	特徵值	轉軸平方和解釋變異量
遊樂設施	22. 遊樂設施的價格	.79	.82	3.46	13.86%
	23. 遊樂設施多樣化	.76	.81		
	21. 遊樂設施安全性	.75	.77		
	24. 老顧客消費折扣	.51	.61		
	25. 警察或巡守維護	.58	.55		
麥克風廣播	19. 麥克風廣播音量	.68	.75	3.27	13.08%
	18. 安平老街之整體規劃	.62	.68		
	09. 安平老街地點適中性	.58	.63		
	20. 照明設備	.60	.63		
	17. 安平老街之熱鬧氣氛	.57	.60		
商品多樣	03. 商品多樣化	.70	.77	3.22	12.87%
	04. 飲食種類多樣化	.67	.72		
	01. 商品價格便宜	.61	.72		
	02. 商品品質	.68	.68		
	05. 食物美味	.63	.63		
交通停車	11. 交通便捷性	.69	.74	3.16	12.62%
	12. 停車方便性	.71	.72		
	13. 走道通暢	.66	.67		
	10. 安平老街地點安全性	.63	.52		
	15. 攤位空間規劃	.58	.51		
	14. 周遭環境整潔	.50	.50		
服務態度	06. 攤販人員服務態度	.76	.80	2.87	11.46
	07. 攤販提供的服務品質	.74	.79		
	08. 食品衛生	.68	.70		
	16. 洗手間的提供	.53	.50		
總解釋變異量 %		63.89%			

捷」：係由第 10、11、12、13、14、15 等 6 題所組成，而因素中 6 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的交通停車重視度愈高。（五）「服務態度」：係由第 06、07、08、16 等 4 題所組成，而因素中 4 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的服務態度重視度愈高。服務與親切態度能讓顧客感到受重視。而顧客滿意度以人員之感受最高，其中最明顯為主動服務（謝家豪、呂煒琳等，2017）。

將遊客對台南安平老街滿意度問項 25 個變項進行因素分析（如表五所示），在「滿意度」構面將 25 個變項縮減為 4 個因素，萃取結果 KMO 值為 0.952 屬高可信性範圍，Bartlett 球形檢定近似卡方分配值為 8793.809、自由度 300、顯著性為 0.000。茲將 4 個因素命名如下：（一）「停車方便」：係由第 06、07、08、09、10、11、12、13、14、15、16 等 11 題所組成，而特徵值 4.96 為 4 個因素中最高，解釋變異量為 19.83%。而因素中 11 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的交通停車滿意度愈高。

（二）「遊樂設施」：係由第 21、22、23、24、25 等 5 題所組成，而因素中 5 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的遊樂設施滿意度愈高。（三）「商品多樣」：係由第 01、02、03、04、05 等 5 題所組成，而因素中 5 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的商品多樣滿意度愈高。（四）「商街熱鬧」：係由第 17、18、19、20 等 4 題所組成，而因素中 4 個題目的因素負荷均為正數，表示受訪者在此因素的得分愈高，其對於安平老街的商街熱鬧滿意度愈高。

從上述之分析，可以獲知遊客對台南市安平老街重視度與滿意度之因素分析結果，所萃取的因素構面「交通停車」、「遊樂設施」、「商品多樣」這 3 個構面相同，且其中「種類多樣」的因素與顏家芝（2002）所作研究在人們心目中理想商圈的環境特質，主要影響的是愉快悠閒與多樣化的氣氛相類似；且愉悅感與遊逛意向皆會正向地影響停留意向與再逛選意向（黃幹忠，2010）。

表五 遊客對台南安平老街滿意度因素分析表 (N=550)

因素名稱	問項內容	共同性	因素負荷量	特徵值	轉軸平方和解釋變異量
交通 停車	12. 停車方便性	.78	.78	4.96	19.83%
	11. 交通便捷性	.68	.74		
	10. 商街地點的安全性	.66	.65		
	13. 走道通暢	.61	.60		
	09. 商街地點適中性	.59	.59		
	08. 食品衛生	.58	.57		
	07. 商街提供的服務品質	.57	.56		
	14. 周遭環境整潔	.53	.54		
	15. 商店空間規劃	.59	.53		
	16. 洗手間的提供	.57	.51		
06. 商街人員服務態度	.54	.50			
遊樂 設施	21. 遊樂設施安全性	.75	.76	4.32	17.26%
	23. 遊樂設施多樣化	.70	.75		
	22. 遊樂設施的價格	.73	.74		
	24. 老顧客消費折扣	.67	.70		
	25. 警察或巡守維護	.62	.67		
商品 多樣	03. 商品多樣化	.69	.78	3.80	15.19%
	04. 飲食種類多樣化	.67	.75		
	05. 食物美味	.59	.69		
	02. 商品品質	.61	.68		
	01. 商品價格便宜	.60	.66		
商街 熱鬧	17. 商街之熱鬧氣氛	.74	.74	2.85	11.40%
	18. 商街之整體規劃	.64	.64		
	20. 照明設備	.62	.62		
	19. 麥克風廣播音量	.50	.50		
總解釋變異量 %		63.68%			

五、人口統計變項遊客在重視度與滿意度之因素構面差異性分析

(一) 在不同性別上

t 考驗分析的結果顯示，如表六所示，不同性別的遊客在重視度構面上無因素達顯著性差異；如表七所示，在滿意度構面上無因素達顯著性差異。結果得知，性別的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度及滿意度之差異。

表六 不同性別的遊客在重視度之 t 考驗分析表 (N=550)

因素	t 檢定	顯著性	p 值
遊樂設施	2.263	.133	.105
麥克風廣播	.318	.573	.937
商品多樣	.641	.424	.470
交通停車	.971	.325	.297
服務態度	.014	.904	.709

註：*** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

表七 不同性別的遊客在滿意度之 t 考驗分析表 (N=550)

因素	t 檢定	顯著性	p 值
交通停車	.089	.766	.919
遊樂設施	3.723	.054	.228
商品多樣	.001	.995	.733
商街熱鬧	2.109	.147	.344

註：*** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

（二）在不同婚姻上

t 考驗分析的結果顯示，如表八所示，不同婚姻之遊客在重視度構面上無因素達顯著性差異；如表九所示，在滿意度構面上對於「遊樂設施」的因素達顯著性差異。結果得知，婚姻的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之差異。不同婚姻在對於滿意度因素中的「遊樂設施」出現了差異。

表八 不同婚姻的遊客在重視度之 t 考驗分析表 (N=550)

因素	t 檢定	顯著性	p 值
遊樂設施	.000	.997	.071
麥克風廣播	1.709	.192	.301
商品多樣	4.125	.043	.894
交通停車	2.663	.103	.176
服務態度	.010	.919	.544

註：***p<.001；**p<.01；*p<.05。

表九 不同婚姻的遊客在滿意度之 t 考驗分析表 (N=550)

因素	t 檢定	顯著性	p 值
交通停車	2.456	.118	.920
遊樂設施	3.272	.071	.038*
商品多樣	.165	.685	.639
商街熱鬧	2.802	.095	.980

註：***p<.001；**p<.01；*p<.05。

(三) 在不同年齡上

以單因子變異數分析後再經 Scheffe 法之事後檢定結果顯示，如表十所示，不同年齡的遊客在重視度構面上沒有因素達顯著差異。如表十一所示，在滿意度構面上對於「商街熱鬧」的因素上 31~40 歲的遊客滿意度明顯高於 20~30 歲及 41~50 歲的遊客滿意度。結果得知，年齡的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之差異，但會對於滿意度因素中的「商街熱鬧」出現了差異。

表十 不同年齡的遊客在重視度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
遊樂設施	1.703	.118	
麥克風廣播	1.968	.068	
商品多樣	2.132	.048*	無
交通停車	.805	.566	
服務態度	1.146	.334	

註：1. ***p<.001；**p<.01；*p<.05。

2. (1) 19 歲 (以下)，(2) 20~30 歲，(3) 31~40 歲，(4) 41~50 歲，(5) 51~60 歲，(6) 61~65 歲，(7) 65 歲以上。

表十一 不同年齡的遊客在滿意度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
交通停車	2.055	.057	
遊樂設施	1.761	.105	
商品多樣	1.490	.179	
商街熱鬧	4.753	.000***	31~40 歲 > 20~30 歲、41~50 歲

註：1. ***p<.001；**p<.01；*p<.05。

2. (1) 19 歲 (以下)，(2) 20~30 歲，(3) 31~40 歲，(4) 41~50 歲，(5) 51~60 歲，(6) 61~65 歲，(7) 65 歲以上。

（四）在不同職業上

以單因子變異數分析後再經 Scheffe 法之事後檢定結果顯示，如表十二所示，不同職業的遊客在重視度構面上沒有因素達顯著差異。如表十三所示，在滿意度構面上對於「交通停車」的因素達顯著差異，顯示出農林漁牧的遊客滿意度明顯高於其他職業的遊客滿意度。結果得知，職業的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之影響，但會對於滿意度因素中的「交通停車」出現了差異。

表十二 不同職業的遊客在重視度之單因子變異數分析表（N=550）

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
遊樂設施	.952	.466	
麥克風廣播	2.468	.017*	無
商品多樣	1.543	.150	
交通停車	1.490	.168	
服務態度	1.927	.063	

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 學生，(2) 工，(3) 商/服務業，(4) 軍/公/警/教，(5) 自由業，(6) 農林漁牧，(7) 退休，(8) 其他。

表十三 不同職業的遊客在滿意度之單因子變異數分析表（N=550）

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
交通停車	2.905	.005**	農林漁牧 > 其他
遊樂設施	2.516	.015*	無
商品多樣	2.256	.029*	無
商街熱鬧	1.522	.157	

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 學生，(2) 工，(3) 商/服務業，(4) 軍/公/警/教，(5) 自由業，(6) 農林漁牧，(7) 退休，(8) 其他。

(五) 在不同學歷上

以單因子變異數分析後再經 Scheffe 法之事後檢定結果顯示，如表十四所示，不同學歷的遊客在重視度構面上對於「服務態度」的因素達顯著差異，同時也顯示出高中（職）學歷遊客重視度明顯高於大學學歷遊客的重視度。如表十五所示，在滿意度構面上沒有的因素達顯著差異。結果得知，學歷的人口背景變項之差異，會造成遊客對於安平老街在重視度因素中的「服務態度」出現了差異，但不會對於滿意度有所差異。

表十四 不同學歷的遊客在重視度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
遊樂設施	1.420	.226	
麥克風廣播	.806	.522	
商品多樣	2.245	.063	
交通停車	.658	.621	
服務態度	4.669	0.001**	高中(職) > 大學

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 國中（含以下），(2) 高中（職），(3) 專科，(4) 大學，(5) 研究所（含以上）。

表十五 不同學歷的遊客在滿意度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
交通停車	2.296	.058	
遊樂設施	1.425	.224	
商品多樣	.169	.954	
商街熱鬧	.752	.557	

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 國中（含以下），(2) 高中（職），(3) 專科，(4) 大學，(5) 研究所（含以上）。

（六）在不同月收入上

以單因子變異數分析後再經 Scheffe 法之事後檢定結果顯示，如表十六所示，不同月收入的遊客在重視度構面上沒有因素達顯著差異。如表十七所示，在滿意度構面上沒有因素達顯著差異。結果得知，月收入的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度與滿意度之差異。

表十六 不同月收入的遊客在重視度之單因子變異數分析表（N=550）

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
遊樂設施	1.099	.360	
麥克風廣播	.896	.484	
商品多樣	.753	.584	
交通停車	1.243	.288	
服務態度	1.395	.224	

註：1. ***p<.001；**p<.01；*p<.05。

2. (1) 2 萬元以下，(2) 2~4 萬元，(3) 4~6 萬元，(4) 6~8 萬元，(5) 8~10 萬，(6) 10 萬元以上。

表十七 不同月收入的遊客在滿意度之單因子變異數分析表（N=550）

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
交通停車	2.296	.058	
遊樂設施	1.425	.224	
商品多樣	.169	.954	
商街熱鬧	.752	.557	

註：1. ***p<.001；**p<.01；*p<.05。

2. (1) 2 萬元以下，(2) 2~4 萬元，(3) 4~6 萬元，(4) 6~8 萬元，(5) 8~10 萬，(6) 10 萬元以上。

(七) 在不同居住地上

以單因子變異數分析後再經 Scheffe 法之事後檢定結果顯示，如表十八所示，不同居住地的遊客在重視度構面上對於「商品多樣」因素達顯著差異，同時也顯示出居住地為台南市的遊客重視度明顯高於住中部的遊客重視度。如表十九所示，而在滿意度構面上無因素達顯著差異。結果得知，居住地的人口背景變項之差異，會造成遊客對於台南市安平老街在重視度「商品多樣」出現了差異，但不會造成滿意度之差異。

表十八 不同居住地的遊客在重視度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
遊樂設施	1.710	.116	×
麥克風廣播	.183	.981	×
商品多樣	3.205	.006**	台南市>中部
交通停車	2.552	.019*	無
服務態度	0.491	.812	

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 台南市，(2) 南部，(3) 中部，(4) 北部，(5) 東部，(6) 離島，(7) 其他。

表十九 不同居住地的遊客在滿意度之單因子變異數分析表 (N=550)

因素	F 檢定	P 值	Scheffe
交通停車	.542	.776	
遊樂設施	.736	.621	
商品多樣	1.525	.168	
商街熱鬧	.525	.789	

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

2. (1) 台南市，(2) 南部，(3) 中部，(4) 北部，(5) 東部，(6) 離島，(7) 其他。

六、遊客重視度、滿意度對台南市安平老街評價多元迴歸分析

先以描述性統計分析遊客針對台南市安平老街整體評價來評分：評價為 90 分以上 50 位（9.1%）、80~90 分 152 位（27.6%）、70~80 分 250 位（45.5%）、60~70 分 922 位（16.7%）、不及格 6 位（1.1%），由上述可知 550 位受訪的遊客評價安平老街 80 分以上共有 202 位（36.7%）。以重視度 5 個因素構面為預測變數，評分為效標變數，進行逐步多元迴歸分析，結果得知投入的 5 個變項中只有 1 個因素達到顯著水準；再以滿意度 4 個因素構面為預測變數，評價評分為效標變數，進行逐步多元迴歸分析，結果得知投入的 4 個變項中有 4 個達到顯著水準，亦即使用這 4 個因素共同作為預測變項來預測遊客的評價評分行為是有意義的，且「交通停車因素（滿意度）」對於評分具有 .377 的解釋變異量，可預測「交通停車因素（滿意度）」變項對於安平老街共可解釋遊客評價評分行為之變異量達 37.7%，亦即「交通停車因素（滿意度）」對於遊客評分行為最具有影響力（如表二十所示）。

表二十 遊客重視度、滿意度對安平老街評價多元迴歸分析摘要表（N=550）

投入變項	標準化係數 β	t 值	F 值	顯著性	判定係數 R^2
交通停車因素 （重視度）	-.083	-2.077	.210	.038*	.123
交通停車因素 （滿意度）	.251	5.872	37.94	.000***	.377
遊樂設施因素 （滿意度）	.106	2.491	6.21	.013*	.047
商品多樣因素 （滿意度）	.177	4.203	17.67	.000***	.133
商街熱鬧因素 （滿意度）	.216	5.169	26.71	.000***	.199

註：1. *** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ 。

伍、結論與建議

一、結論

本研究以實地前往台南市安平老街商圈針對到訪遊憩的遊客，施行問卷調查方式來探討遊客對於安平老街遊憩前的重視度期待，與實際遊憩後內在滿意度感受間之差異。經以統計方法中的因素分析法分析結果得知，在重視度構面萃取獲得「遊樂設施」、「麥克風廣播」、「商品多樣」、「交通停車」和「服務態度」5個因素；在滿意度構面萃取獲得「交通停車」、「遊樂設施」、「商品多樣」和「商街熱鬧」4個因素，在各因素構面中，個別觀察變項的標準化因素負荷量均大於.50，顯示個別變項具有效度。在兩大構面重視度和滿意度相較下，得知「交通停車」、「遊樂設施」和「商品多樣」3個因素相同。藉由差異分析結果得知：

（一）婚姻的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之差異。不同婚姻在對於滿意度因素中的「遊樂設施」出現了差異。（二）年齡的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之差異，但會對於滿意度因素中的「商街熱鬧」出現了差異。（三）職業的人口背景變項之差異，不會造成遊客對於安平老街在重視度之影響，但會對於滿意度因素中的「交通停車」出現了差異。（四）學歷的人口背景變項之差異，會造成遊客對於安平老街在重視度因素中的「服務態度」出現了差異，但不會對於滿意度有所差異。（五）居住地的人口背景變項之差異，會造成遊客對於台南市安平老街在重視度「商品多樣」出現了差異，但不會造成滿意度之差異。（六）然而性別和月收入的人口背景變項之差異，對於安平老街在重視度及滿意度則無顯著差異。

上述結果與鍾美齡（2013）「遊客對新北市三峽老街休閒遊憩活動參與動機與滿意度之探討」所進行之調查，結果得知遊客不同年齡的差異，也會造成對於三峽老街在滿意度之差異相雷同。也和柳婉郁、汪俞靜等（2014）「觀光意象對遊客滿意度與行為意向影響之研究—以九份老街為例」，調查結果獲知，不同的遊客社經資料對滿意度部分具有顯著差異結果相近。再將重視度與滿

意度的因素，對於消費地點台南市安平老街商圈評價評分進行多元迴歸分析得知，以「交通停車因素（滿意度）」對於遊客評價評分行爲最具有影響力。

二、研究限制與建議

由於有關台南市安平老街商圈的研究調查文獻極爲缺乏，而本研究僅以台南市安平老街商圈進行實證研究，雖有將調查結果與相關文獻進行比較與討論，但從消費面而言，各地區的商圈所擁有各別的文化與消費習性，若要將本研究結果推論至台灣各地的商圈，還必須進一步驗證與比較。另外調查取樣時間只有 6 個月，這些調查的樣本數無法全部代表整個年度消費者的感受，是爲本研究不足之處。且安平老街商圈幅員廣大、結構複雜，加上人力、經費、時間之限制，雖然筆者盡量克服其困難，然礙於節點流通性大不適合停駐下來作問卷，造成廢卷高達 80 份，甚有遺憾之感。因此筆者多會在節點附近可停留的攤販或空間進行訪調，故在取樣方法上無法達到隨機，僅能以偶遇的便利性隨機抽樣取代之，亦是爲本研究不足之處。整體商圈涵蓋店家本身及其公共開放空間，業種較無特別的限定、商圈內商店的大小不定、商圈整體吸引力大於個別店家，商圈是高經濟效益的發展，融合了地方發展的需求與全球經濟的刺激，要能滿足所有參與消費者的需求，更必須由公私部門共同協力所爲之（陳耀峰，2019）。觀光局不斷呼籲，期許廣大消費者共同監督商圈服務管理品質，提升商圈的觀光價值、具有國際競爭力。商圈的經營成功的關鍵因素主要建於商圈空間的營造、商店經營管理、商圈的服務品質、商圈行銷推廣、商圈專案輔導及商圈組織運作此六方面皆是商圈經營成功的關鍵因素（黃國峯、林慶全等，2017）。

本研究從問卷調查分析數據結果得知，建議安平老街的管理單位可加強前往遊憩消費的目標族群行銷，如針對女性、21~30 歲、職業爲學生等目標消費族群辦理一系列的主題行銷活動，來增加來客數；也建議管理單位能重視本研究所進行的調查結果，特別在前往安平老街遊客在消費前的「重視度」與消費

後的「滿意度」的落差，建議應更積極與所有攤商、管理單位加強調整與改進，以便能透過提升遊客消費滿意的口碑，進而吸引更多遊客前來遊憩，創造更豐富的商機，也期待此一研究成果能引起台南市政府的重視，希冀安平老街能成為觀光客，來到台南的首選旅遊採購聖地，進而開創及形塑成台南地區，擁有府城特色兼具觀光內涵的休閒遊憩商圈。

參考文獻

- 台南市政府觀光旅遊局官網（2021）。<https://admin.twtainan.net/>。
(Official Website of Tainan City Government Tourism Bureau [2021]. <https://admin.twtainan.net/>.)
- 交通部觀光局（2018）。臺灣永續觀光發展策略。台北：交通部。
(Tourism Bureau, Ministry of Transport [2018]. Sustainable Tourism Development Strategy in Taiwan. Taipei: Ministry of Transportation.)
- 邱長彥（2018）。〈韓流對韓國料理消費與文化想像的影響—以一中商圈的韓國餐廳消費者為例〉，《庶民文化研究》，第17期，頁1-35。
(Chang-Yen Chiu [2018]. “The Impact of Korean Wave to the Consuming of Korean Food and Cultural Imaginations: An example of the Korean restaurants’ consumers in Yi-zhong Street.” *Journal for Studies of Everyday Life*, No.17:1-35.)
- 林長郁（2018）。〈以群眾力量為基礎之空間資訊檢視商圈活動〉，《觀光與休閒管理期刊》，第6卷，第1期，頁1-9。
(Chang-Yu Lin [2018]. “Examining Development Dynamics in a Commercial District by Using Crowd-sourced Spatial Information.” *Journal of Tourism and Leisure Management*, Vol. 6, No. 1:1-9.)
- 周昱甫、戴貞德（2017）。〈以PZB模式探討高雄市公共腳踏車服務品質的期望重視度與實際感受度〉，《商業現代化學刊》，第8卷，第3期，頁89-110。
(Yu-Pu Chou, Jen-Der Day [2017]. “Using PZB Model for Kaohsiung Public Bike Service Quality Expectations and the Actual Perception of Importance.” *Journal of Commercial Modernization*, Vol. 8, No. 3:89-110.)
- 柯耀宗、陳明石、鄭孟淙（2018）。〈最佳化老街旅遊動線規劃模式之探討—以鹿港老街為例〉，《戶外遊憩研究》，第31卷，第1期，頁83-108。
(Yao-Tsung Ko, Ming-Shih Chen and Meng-Cong Zheng [2018]. “Optimal Traveling Route Planning for Old Street: A Case Study of Lukang Old Street.” *Journal of Outdoor Recreation Study*, Vol. 31, No. 1:83-108.)
- 柳婉郁、汪俞靜、蕭靖宇（2014）。〈觀光意象對遊客滿意度與行為意向影響之研究—以九份老街為例〉，《新竹教育大學人文社會學報》，第7卷，第1期，頁57-94。
(Wan-Yu Liu, Wu-Jing Wang and Ching-Yu Hsiao [2014]. “The Impact of Tourism Image on Tourist’ Satisfaction and Behavioral Intentions: A Case of Jiufen Old Street.” *Journal of Humanities and Social of NHCUE*, Vol. 7, No. 1:57-94.)
- 洪上祐（2013）。〈以計畫行為理論探討影響消費者購買食品類伴手禮之因素—以台南安平老街為例〉，台南：康寧大學餐飲管理研究所碩士論文。
(Shang-You Hung [2013]. “Factors Influencing Consumers in Purchasing Food Souvenirs by Theory of Planned Behavior: A Case Study of An-Ping Street at Tainan City.” Unpublished master’s thesis, Master Degree Program of Department of Food and Beverage Management on Graduate Studies University of Kang-Ning, Tainan.)

- 唐綾慧、林俞樺、郭玟伶、劉榮蓉、楊昕儒、王君棋、林長郁（2020）。〈百貨商圈—貨貨HAHE〉，《地理資訊系統季刊》，第14卷，第14期，頁82-97。
- (Ling-Hui Tang, Yu-Hua Lin, Wen-Lin Kuo, Rong-Rong Liu, Shin-Ru Yang, Chun-Chi Wang and Chang-Yu Lin [2020]. "The Study of Department Store: Huo Huo Ha He". *Geographic Information System*, Vol. 14, No. 14:82-97.)
- 陳怡茹（2016）。〈口碑搜尋對旅遊意象形成與影響之研究—以台南安平老街為例〉，嘉義：稻江科技暨管理學院休閒遊憩管理學系碩士論文。
- (I-Ju Chen [2016]. "Word-of-Mouth Seeking of the Influence on Tourists' Destination Image: A Case Study of Tainan AnPing Old Street." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Department of Leisure Recreation Management Toko University, Chiayi.)
- 陳虹仔（2010）。〈從體驗行銷觀點探討形象商圈的顧客價值、顧客滿意與重遊意願關聯之研究—以台南安平老街為例〉，台中：朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
- (Hung-Yu Chen [2010]. "Study of Relationship Among Experiential Marketing of Consumers Exploring From Customer Value, Customer Satisfaction and Revisiting Intention-on An-Ping Historical Street, Tainan City." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Department of Business Administration Chaoyang University of Technology, Taichung.)
- 陳耀峰（2019）。〈都市商圈再造與規範之探討—以新馬克斯主義觀點為之〉，《土地問題研究季刊》，第18卷，第3期，頁82-97。
- (Yao-Feng Chen [2019]. "Discussion on the Reengineering and Regulation of Metropolitan Business Circles-From the Perspective of Neo-Marxis." *Land Issues Research Quarterly*, Vol. 18, No. 3:82-97.)
- 葉欣寧（2017）。〈高爾夫球場服務品質與顧客滿意度關係之研究〉，台北：臺北市立大學競技運動訓練研究所碩士論文。
- (Hsin-Ning Yeh [2017]. "Research on Relationship between Service Quality of Golf Course and Customer Satisfaction." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Sports Training University of Taipei, Taipei.)
- 黃品潔（2020）。〈環保意識、消費者滿意度、品牌形象忠誠度之研究—以台糖公司為例〉，台南：南臺科技大學企業管理系碩士班碩士論文。
- (Pin-Jie Huang [2020]. "A study of Environmental Awareness, Customer Satisfaction, Brand Image Loyalty: A Case Study of Taiwan Sugar Corporation (TSC)." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Department of Business Administration of Southern Taiwan University of Science and Technology, Tainan.)
- 黃建超（2013）。〈消費者對商圈重視度與滿意度比較之研究—以高雄市新崛江商圈為例〉，《經營管理論叢2013特刊》，頁55-72。
- (Chien-Chao Huang [2013]. "Comparison of Consumers Kaohsiung New Jyuejiang Shopping Area the Importance and Satisfaction." *Operating Management Reviews 2013 Special Issue*, [pp.55-72].)

- 黃國峯、林慶全、姚啓明、楊仙維、林雅芬、許家朗（2017）。〈台中商圈整合雲端電子商務之開發〉，《觀光與休閒管理期刊》，第5卷，特刊2，頁52-59。
- (Kuo-Feng Hwang, Ching-Chiuan Lin, Chi-Ming Yao, Hsien-Wei Yang, Ya-Fen Lin and Jia-Lang Xu [2017]. "Taichung Shopping District Integration of Cloud e: Commerce Development." *Journal of Tourism and Leisure Management*, Vol. 5, S. 2:52-59.)
- 黃幹忠（2010）。〈以遊逛路徑評估商圈空間結構的一種簡易方法—以高雄市新堀江商圈為實證〉，《建築與規劃學報》，第11卷，第2期，頁137-159。
- (Kan-Chung Huang [2010]. "A Simple Method to Evaluate Trading Area Space Structure of Downtown Business District Based on Excursion Route-An Empirical Study in Shiinkuchan Commercial Zone of Kaohsiung City." *Journal of Architecture and Planning*, Vol. 11, No. 2:137-159.)
- 閔辰華、趙曼白、葉芷君（2013）。〈大陸與日本旅客來台觀光對導遊的重視度與滿意度之研究〉，《數據分析》，第8卷，第3期，頁139-162。
- (Jennifer Min, Man-Pai Chao and Shih-Chun Yeh [2013]. "Application of Importance-Performance Analysis in Tour Guides' Performance: The Perspectives of Chinese and Japanese Tourists." *Journal of Data Analysis*, Vol. 8, No. 3:139-162.)
- 曾琪耘（2019）。〈安平老街區文化觀光體驗價值之研究〉，台南：嘉南藥理大學觀光事業管理系碩士論文。
- (Chi-Yun Tseng [2019]. "Research into Cultural Tour and Experience Value of Anping Old Street." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Department of Tourism and Management Chia-Nan University of Pharmacy and Science, Tainan.)
- 董娟鳴（2010）。〈逛街者特性、商圈環境與都市街廓商圈逛街者移動之關係〉，《建築學報》，第71期，頁153-176。
- (Chuan-Ming Tung [2010]. "The Relationships Among Shoppers' Traits, Environmental Characteristics and Shoppers' Movement in Taiwanese Urban Street Shopping Areas." *Journal of Architecture*, No. 71:153-176.)
- 蔡玉玲（2020）。〈線上旅遊網站關係品質、資訊品質與消費者滿意度、忠誠度關係之研究—以購買自由行之行程為例〉，嘉義：南華大學科技學院資訊管理學系碩士論文。
- (Yu-Ling Tsai [2020]. "A Study on the Relevance of Online Travel Website Relationship Quality and Information Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Case Study on Independent Travel with Flights and Hotels Purchased Online." Unpublished master's thesis, Master Degree Program of Department of Information Management College of Science and Technology Nanhua University, Chiayi.)
- 蔡麗芬、黃孟立、詹芬樺（2017）。〈商圈行銷策略與遊客行為之研究—以南海安商圈為例〉，《休閒事業研究》，第14卷，第4期，頁40-78。
- (Li-Fen Tsai, Meng-Li Huang and Fen-Hauh Jan [2017]. "The Relationship between Marketing Strategy of Business District and Tourists' behavior: Tainan Hai'an Business District as an Example." *Leisure Industry Research*, Vol. 14, No. 4:40-78.)

- 謝家豪、呂焯琳、詹淑芬、林威克、汪芷榆 (2017)。〈跨域餐飲之消費者滿意度研究〉，《台北海洋技術學院學報》，第 8 卷，第 2 期，頁 115-130。
- (Chua-Hao Hsieh, Wei-Lin Lu, Kelly Chan, Wei-Ko Lin and Chin-Yu Wang [2017]. "Research on Consumer Satisfaction of Cross-Domain Restaurant." *Journal of Taipei College of Maritime Technology*, Vol. 8, No.2:115-130.)
- 顏家芝 (2002)。〈由環境體驗的角度探討夜市特質與其影響因素〉，《戶外遊憩研究》，第 15 卷，第 4 期，頁 1-25。
- (Jia-Jy Yen [2002]. "From the Aspect of Environmental Experiences to Analysis the Characteristics and Influenced Factors of Night Stalls." *Journal of Outdoor Recreation Study*, Vol. 15, No.4:1-25.)
- 簡淑芬、林清壽 (2016)。〈中高齡者對農會服務品質之重視度與滿意度之分析—以南投縣某農會為例〉，《明新學報》，第 42 卷，第 1 期，頁 201-220。
- (Shu-Fen Jane and Ching-Show Lin [2016]. "An Analysis of the Importance and Satisfaction of the Middle-Aged People and Elders on Service Quality of Farmers Association." *Minghsin Journal*, Vol. 42, No. 1:201-220.)
- 鍾美齡 (2013)。〈遊客對新北市三峽老街休閒遊憩活動參與動機與滿意度之探討〉，《嘉大體育健康休閒期刊》，第 12 卷，第 1 期，頁 45-54。
- (Mei-Ling Chung [2013]. "Discussion on the Motivation and Satisfaction of Tourists Participating in Recreation Activities on Sanxia Old Street in New Taipei City." *NCYU Physical Education, Health & Recreation Journal*, Vol. 12, No. 1:45-54.)
- Astrid Puspaningrum. (2020). "Customer Satisfaction as a Mediation in Creating Customer Loyalty on Banking Industry in Indonesia." *Journal of Engineer and Applied Sciences*, Vol. 15, No. 12:2459-2555.
- Mattijs van 't Hoff, & Ronald Wall. (2020). "Business Districts: the Spatial Characteristics of FDI within Cities." *European Planning Studies*, Vol.28, No. 2:273-295.
- Muhammad Sofwan, & Mira Hafizhah Tanjung (2020). "Evaluation Study of Walkability Index in Central Business District (CBD) Area, Pekanbaru City." *Journal of Geoscience, Engineering, Environment, and Technology*, Vol. 5, No. 3: 175-185.
- Muhammad Aksar, Muhammad Bilal Kayani, & Murad Ali. (2019). "A Study of Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Restaurant and Hotel Industry of Pakistan." *Global Journal of Emerging Sciences*, Vol.1, No. 2:137-151.
- Novreza Henderson, & Heryanto. (2020). "Analysis of Factors Affecting Customer Satisfaction (PT Bank Mandiri (Persero) TBK Padang Belakang Olo Branch)." *Technium Social Sciences Journal*, Vol. 8: 523-537.
- Shi, W., Tang, L., Zhang, X., Gao, Y., & Zhu, Y. (2016). "How Does Word of Mouth Affect Customer Satisfaction?" *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 31, No. 3:393-403.

- Yao Yang, & Aiping Gou. (2021). "Research on Wind Environment Simulation of Commercial District Based on Phoenix: Taking Shanghai Central Building Group as an Example." *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, Vol. 647:1-8.
- Y.-W. Kuo, C.-H. Hsieh. (2019). "Effects of Service Recovery after Service Failure in Online Shopping Logistics." *Journal of Quality*, Vol. 26, No. 1:23-41.
- Yilmaz, V., Ari, E., & Gürbüz, H. (2018). "Investigating the Relationship Between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty in Turkish Banking Sector: An Application of Structural Equation Model." *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36, No. 3:423-440.
- Xia Sun., & Zao Li. (2020). "Use of Electroencephalography (EEG) for Comparing Study of the External Space Perception of Traditional and Modern Commercial Districts." *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, Sep.:1-19.

Application of Emphasis and Satisfaction Analysis to Anping Old Street Shopping District in Tainan City

Chien-Chao Huang

Abstract

Anping Old Street in Tainan City is well-known throughout Taiwan. It is a recreational destination with a collection of cultural heritage and rich humanities. The investigation and research on the emphasis and satisfaction of Anping Old Street in Tainan City is very rare, which triggered the investigation motivation of this research. The purpose of the research is to understand the difference between tourists' expectations of the emphasis of Anping Old Street before recreation and their satisfaction after recreation, and use the difference analysis to explore whether the demographic variables of tourists will affect the degree of emphasis and satisfaction. Sensibility, and then compile a questionnaire to investigate the inner feelings of tourists, and use 550 valid questionnaires to conduct various statistical analyses. The credibility of Cronbach's α coefficient is .942, and the validity analysis is 63.78%. It is learned from the research results that tourists' perceptions and feelings are more emphasis than satisfaction. Special attention is paid to "food hygiene?". And I am most satisfied with the "lively atmosphere of the shopping street?". According to the result of factor analysis, the emphasis and satisfaction of the three factors of "transportation parking?", "amusement facilities?" and "commodity diversity?" are the same. Through the analysis of the difference, we know that the difference in the demographic background variables of marriage will not cause the difference in the importance of tourists to Anping Old Street, but the difference in the "amusement facilities?" in the satisfaction factor. The difference in demographic background variables of age will not cause differences in the emphasis of tourists, but will cause differences in the satisfaction factor of "shopping malls?". The differences in the

Chien-Chao Huang is associate professor of Department of Mass Communication, Open University of Kaohsiung. <cchuang@ouk.edu.tw>

demographic background variables of occupations will not cause differences in the importance of tourists, but will cause differences in the “ transportation parking? in the satisfaction factor. The difference in the demographic background variables of educational background will cause differences in the “service attitude? of tourists in the factor of emphasis, but there will be no difference in satisfaction. There is no significant difference in the emphasis and satisfaction of Anping Old Street in terms of gender and monthly income. The multivariate regression analysis of the extraction factors on the scores of Anping Old Street shows that the “transportation parking factor (satisfaction)? has the most influence on the scoring behavior of tourists.

Keywords: Anping Old Street of Tainan City Shopping District, Questionnaires, Emphasis, Satisfaction, the Difference Analysis.