

# 2023 世界客家博覽會世界館滿意度調查

## 性別統計與分析

### 壹、前言

為推廣客家文化，桃園市政府於 112 年 8 月 11 日至 10 月 15 日，舉辦世界客家博覽會，結合各界的創意及資源，以客家文化為主體展現多元創作，並透過科技開拓客家的新流域，從地方到世界、傳統到創新，讓各界看見客家文化的深厚與活力，並讓臺灣走向國際、接軌國際，為科技與人文結合的都市發展，建立新的典範。為瞭解此次活動參與民眾之滿意度，本處於活動期間進行世界客家博覽會世界館滿意度調查，就消費行為、參加博覽會意願、世界館各項規劃滿意度進行探討。

依據「112-115 年桃園市政府推動各機關性別主流化實施計畫」，執行桃園市性別平等政策方針中「教育、文化與媒體面向」之政策方針三：「定期建置相關性別統計資料，並研議性別平等措施與政策，運用性別主流化策略，促進各項施政皆能具備性別觀點。」，世界客家博覽會為本市重大活動，其滿意度調查成果值得做為未來辦理各項大型展演活動之參考，爰透過「2023 世界客家博覽會世界館滿意度調查」，進一步了解是否存在性別差異情形，作為未來相關政策擬定之參考。

### 貳、研究設計及受訪者結構

#### 一、調查日期與時間

本次「2023 世界客家博覽會世界館滿意度調查」，訪問日期為 112 年 8 月 8 日至 8 月 13 日、112 年 8 月 26 日至 8 月 27 日、112 年 9 月 30 日至 10 月 1 日，調查採網路問卷方式進行，由現場參展民眾掃描 QR-code 進行網路問卷填寫，填寫過程在旁有工作人員予以協助，並

於填寫問卷後發送獎品，發送管道僅現場參展民眾，無網路或其餘問卷徵求方式，三次分別回收 1,142 份、1,171 份、1,069 份。

## 二、統計分析方法

本研究以 SPSS 軟體運用次數分配表及交叉分析描述調查結果，並輔以卡方檢定進行組間關係檢驗，百分比分析以次數分配表呈現各項調查百分比。交叉分析及卡方檢定部分，為瞭解受訪者的不同背景資料與各題反應的結果，依受訪者不同的背景資料及各題反應製作成交叉表，可了解不同背景的受訪者對於各題目之間的差異。在題組間關係的檢驗上，輔以卡方檢定，檢驗兩變數之間的關聯性。

本次研究所做的三次調查，有關回收問卷的性別比例說明如下，三次分別回收 1,142 份(男性 465 人，女性 665 人)、1,171 份(男性 422 人，女性 630 人)、1,069(男性 421 人，女性 629 人)份，如下表 1。

表 1 受訪者性別統計

	第一次調查		第二次調查		第三次調查	
	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)	次數	百分比(%)
男	465	40.7	422	39.4	421	39.4
女	665	58.2	630	58.8	629	58.9
拒答	12	1.1	19	1.8	19	1.7
總數	1,142	100.0	1,071	100.0	1,069	100.0

年齡部分，前兩次調查以「31-40 歲」比例最高(26.1%及 24.9%)，次之則為「41-50 歲」(21.4%及 21.7%)。第三次調查以「41-50 歲」(23.3%)比例最高(23.0%)，次之則為「31-40 歲」(23.0%)。族群部分，受訪者為「客家族群」的比例分別為 43.8%、40.5%、43.3%，如下表 2 及下表 3。

表 2 受訪者年齡統計

	第一次調查		第二次調查		第三次調查	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
20 歲(含)以下	84	7.4	83	7.7	95	8.9
21-30	159	13.9	141	13.2	170	15.9
31-40	298	26.1	267	24.9	247	23.0
41-50	244	21.4	232	21.7	249	23.3
51-60	214	18.7	188	17.6	179	16.8
61 歲以上	143	12.5	160	14.9	129	12.1
總數	1,142	100.0	1,071	100.0	1,069	100.0

表 3 受訪者族群統計

	第一次調查		第二次調查		第三次調查	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
客家族群	500	43.8	434	40.5	463	43.3
非客家族群	642	56.2	637	59.5	606	56.7
總數	1,142	100.0	1,071	100.0	1,069	100.0

居住地區部分，三次調查，受訪者皆以居住在「桃園地區」比例最高(67.5%、49.0%、49.9%)，其次為「北部地區」(25.0%、38.6%、39.6%)，次之為中部地區(25.0%、38.6%、39.6%)，如下表 4。

表 4 受訪者居住地區統計

	第一次調查		第二次調查		第三次調查	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
桃園地區	771	67.5	525	49.0	534	49.9
北部地區	286	25.0	413	38.6	422	39.6
中部地區	44	3.9	86	8.0	58	5.4
南部地區	29	2.5	32	3.0	36	3.3
花東地區	5	0.4	13	1.2	13	1.2
海外	7	0.6	2	0.2	4	0.4
離島	0.0	0.0	0.0	0.0	2	0.2
總數	1,142	100.0	1,071	100.0	1,069	100.0

### 參、受訪者參觀博覽會之各項行為分析

有關受訪者到達博覽會的交通方式，調查結果皆以「自行開車」(59.4%、60.4%、61.7%)為最高，「機場捷運」為次之(19.2%、19.0%、21.8%)，其餘交通方式比例皆低於 6%，如表 5，對應前述本次調查之受訪者結構，來訪民眾居住地以桃園地區為主，所使用之交通方式亦以自行開車比例最高；另因本次博覽會世界館位於青埔地區，鄰近機場捷運，亦顯示出大型活動舉辦地點鄰近大眾運輸節點之重要性。另將到達博覽會的交通方式與受訪者基本資料進行卡方獨立性檢定，檢定結果顯示到達博覽會的交通方式，不因年齡、性別、族群而有顯著差異。

表 5 受訪者到達博覽會的交通方式

	第一次調查		第二次調查		第三次調查	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
自行開車	678	59.4	647	60.4	660	61.7
機場捷運	219	19.2	204	19.0	233	21.8
高鐵	65	5.7	57	5.3	79	7.4
遊覽車	37	3.2	102	9.5	31	2.9
機車	38	3.3	22	2.1	31	2.9
公車	38	3.3	25	2.3	24	2.3
步行	61	5.3	11	1.0	8	0.7
腳踏車	6	0.5	-	-	2	0.2
其他	-	-	3	0.3	1	0.1
總數	1,142	100.0	1,071	100.0	1,069	100.0

進一步了解受訪者如何得知本次博覽會資訊的管道與性別之交叉分析，受訪者無論男性或女性，主要透過「親朋好友」、「社群平台」、「電視廣告」為最高，另本題為複選題，為選擇該選項的人次在所有填寫人數中所占的比例，複選題不適用卡方獨立性檢定，交叉表如下表 6。

表 6 如何得知本次博覽會資訊的管道

	第一次調查			第二次調查			第三次調查		
	男	女	拒答	男	女	拒答	男	女	拒答
個數	465	665	12	422	630	19	421	630	18
單位：人/百人	40.7	58.2	1.1	39.4	58.8	1.8	39.4	58.9	1.7
親朋好友	22.6	34.1	33.3	31.0	33.8	57.9	34.3	39.3	55.6
社群平台	29.2	30.5	25.0	28.4	29.4	31.6	25.4	31.5	11.1
電視廣告	21.3	16.2	16.7	18.7	17.3	10.5	25.2	22.8	22.2
廣告看板	21.3	21.1	-	16.6	15.2	10.5	21.5	16.7	27.8
報章雜誌	21.3	12.9	-	16.6	14.9	15.8	20.7	13.7	22.2
官方網站	19.8	20.8	8.3	15.2	14.3	15.8	16.5	15.5	-
媒體廣告	12.9	11.0	8.3	11.6	11.1	5.3	14.3	13.7	11.1
海報摺頁	14.0	9.0	16.7	10.9	11.3	10.5	10.9	9.2	5.6
電台廣播	6.5	5.7	8.3	7.1	5.2	5.3	7.2	6.8	11.1

有關受訪者參加博覽會旅遊行程狀況，依據三次調查結果，以「沒有參加博覽會旅遊行程」(71.3%、64.8%、74.3%)比例較高。有關受訪者參加博覽會導覽行程狀況，同樣以「沒有參加導覽行程」比例較高(70.0%、67.5%、74.9%)。

進一步將參加博覽會旅遊行程和受訪者基本資料進行卡方獨立性檢定，檢定結果顯示，不同性別對於旅遊行程參與情況有顯著差異，男性有參加的比例(29.9)高於女性(22.8%)，性別上差異百分點來到7.1%，其差異強度大，可觀察出男性偏好旅遊行程。另無顯著差異者，

年齡方面，61 歲以上參加比例最高(44.4%)，21-30 歲(16.5%)和 31-40 歲(17.3%)較低，族群方面，客家族群有參加的比例(29.1%)高於非客家族群(23.0%)。

將參加博覽會導覽行程和受訪者基本資料進行卡方獨立性檢定，依檢定結果，不同年齡、客家族群對於導覽行程參與情況有顯著差異，年齡方面以 61 歲以上參加比例最高(41.1%)，21-30 歲(17.7%)和 31-40 歲(18.1%)較低，年齡差異百分點來到 23.4%，其差異強度大，可推估大型活動展覽，61 歲以上年齡層相較 20-30 歲年齡層，較有意願參加博覽會導覽行程認識整體展覽內容，而年輕族群以自由意願逛展為主要，族群方面，客家族群有參加的比例(30.7%)高於非客家族群(20.8%)，差異百分點為 9.9%，客家族群可能因其身分背景較易參加博覽會導覽行程，性別則經檢定結果顯示並無顯著差異。

依據受訪者調查顯示，第一次調查中，男性有 49.2%購買紀念品或伴手禮，女性有 41.7%購買紀念品或伴手禮；第二次調查中，男性有 47.6%購買紀念品或伴手禮，女性有 48.1%購買紀念品或伴手禮。；第三次調查中，男性有 44.0%購買紀念品或伴手禮，女性有 38.4%購買紀念品或伴手禮，如下表 7。將本題和基本資料進行卡方獨立性檢定，不同「性別」的受訪者對「紀念商品或伴手禮購買狀況」並無存在有顯著差異。

表 7 受訪者博覽會期間購買紀念商品或伴手禮情形性別統計

第一次調查				
	總數		是	否
	次數	百分比(%)	百分比	百分比(%)
男	465	40.7	49.2	50.8
女	665	58.2	41.7	58.3
拒答	12	1.1	16.7	83.3
第二次調查				
	總數		是	否
	次數	百分比(%)	百分比(%)	百分比(%)
男	422	39.4	47.6	52.4
女	630	58.8	48.1	51.9
拒答	19	1.8	26.3	73.7
第三次調查				
	總數		是	否
	次數	百分比(%)	百分比(%)	百分比(%)
男	421	39.4	44.0	56.0
女	630	58.9	38.4	61.6
拒答	18	1.7	44.4	55.6

有關參與博覽會的消費項目調查，調查結果顯示，三次調查皆以「餐飲」比例最高，其次是「交通」，「購買商品」占第三。另因本題為複選題，不適用卡方獨立性檢定，三次消費項目調查分布情形，如圖 1。



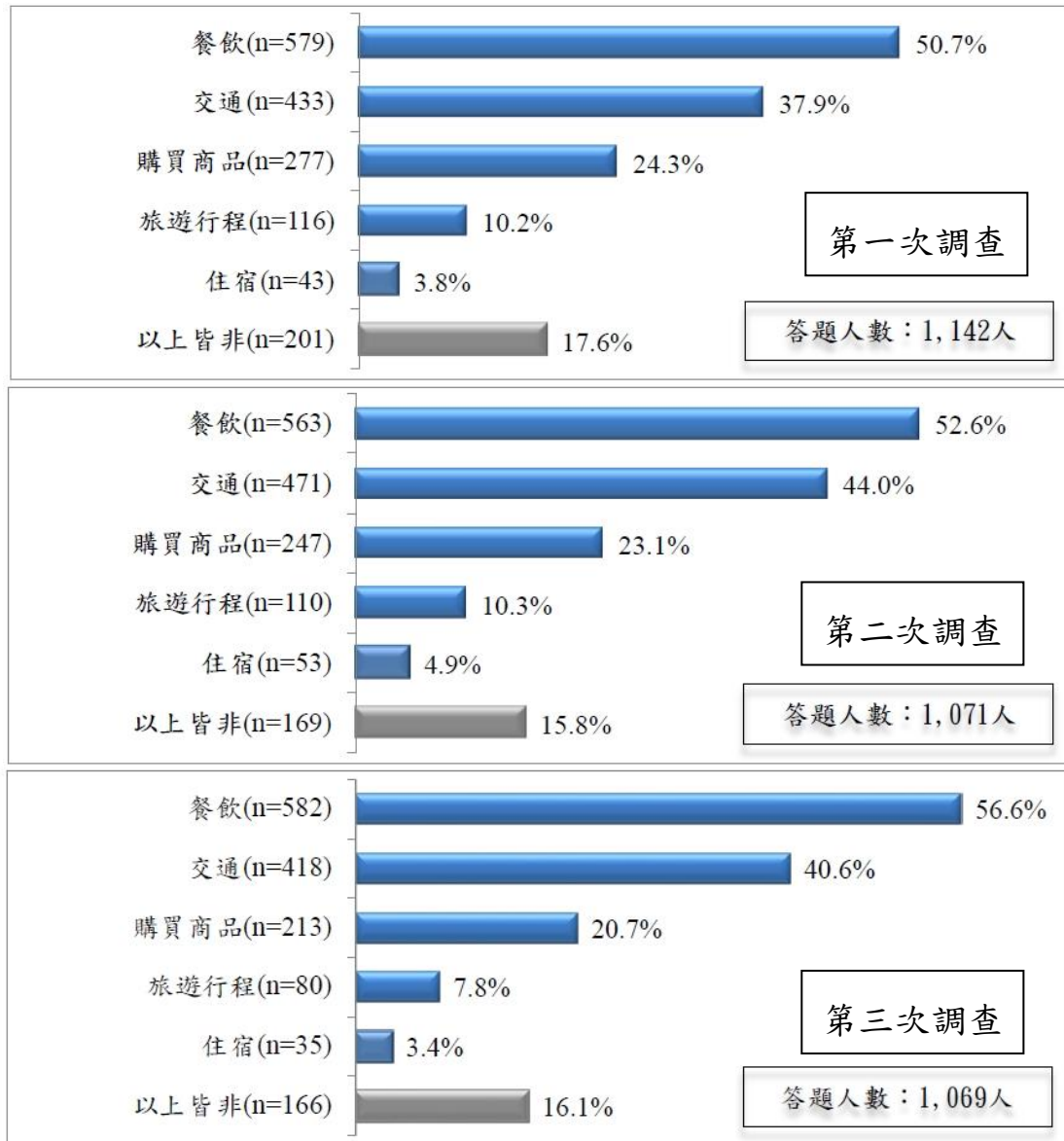


圖 1 消費項目調查統計圖

#### 肆、博覽會各項滿意度分析

受訪者對於博覽會各項滿意度及問題反映為本府辦理大型展演活動之重要探討項目，為瞭解活動辦理之整體績效，首先，就博覽會展覽內容及表演活動滿意度，調查結果顯示，受訪者對於博覽會的展覽內容及表演活動多數表示滿意，綜觀三次調查結果，滿意度均達九成一以上，如圖 2。

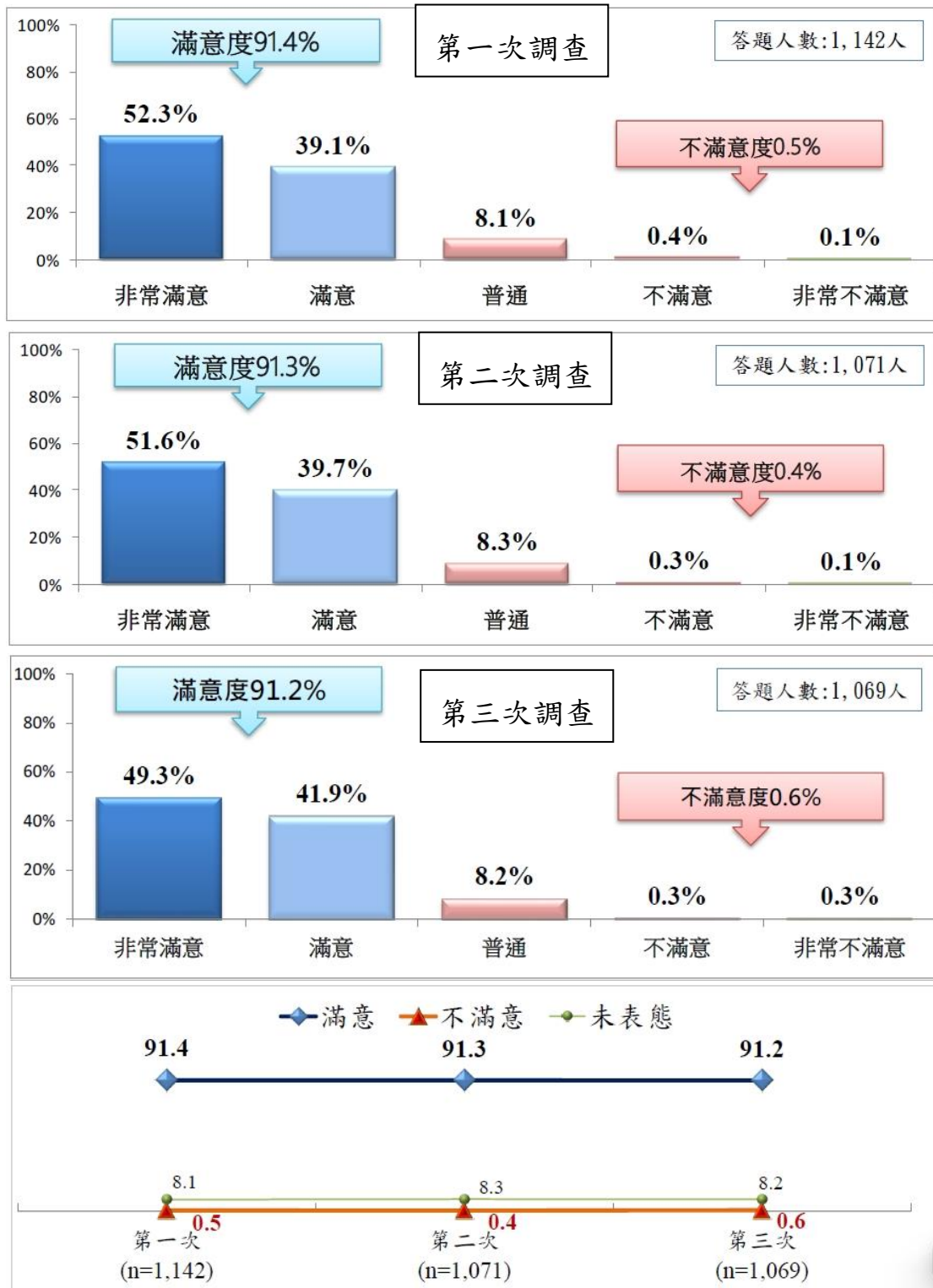


圖 2 博覽會展覽內容及表演活動滿意度統計

進一步檢視展覽內容及表演活動滿意度是否存在性別差異情形，交叉表如表 8，三次調查結果顯示，男性對於展覽內容及表演活動滿意度滿意百分比皆較女性略高。

表 8 受訪者博覽會展覽內容及表演活動滿意度與性別交叉表

	第一次調查			第二次調查			第三次調查		
	男	女	拒答	男	女	拒答	男	女	拒答
個數	465	665	12	422	630	19	421	630	18
百分比(%)	40.7	58.2	1.1	39.4	58.8	1.8	39.4	58.9	1.7
滿意合計 (%)	92.5	91.3	50.0	94.5	89.5	78.9	91.9	91.3	72.2
非常滿意	57.0	49.3	33.3	53.3	50.6	47.4	55.3	45.2	50.0
滿意	35.5	42.0	16.7	41.2	38.9	31.6	36.5	46.0	22.2
普通	6.2	8.7	50.0	4.7	10.3	21.1	7.2	8.4	27.8
不滿意合計 (%)	1.3	-	-	0.7	0.2	-	1.0	0.4	-
不滿意	1.1	-	-	0.5	0.2	-	0.5	0.2	-
非常不滿意	0.2	-	-	0.2	-	-	0.5	0.2	-

有關受訪者對博覽會官方網站及社群平台操作使用滿意度調查，調查結果顯示，受訪者對於博覽會工作人員服務品質與態度滿意度均高達八成六以上，三次調查結果顯示，滿意度分別為 87.7%、89.0%、86.7%。三次調查比較，滿意度無顯著跌幅變動，如圖 3。

將受訪者對博覽會官方網站及社群平台操作使用滿意度和基本資料進行卡方獨立性檢定，不同性別、年齡、居住地區、族群等基本資料受訪者，對博覽會官方網站及社群平台操作使用滿意度均無顯著差異。

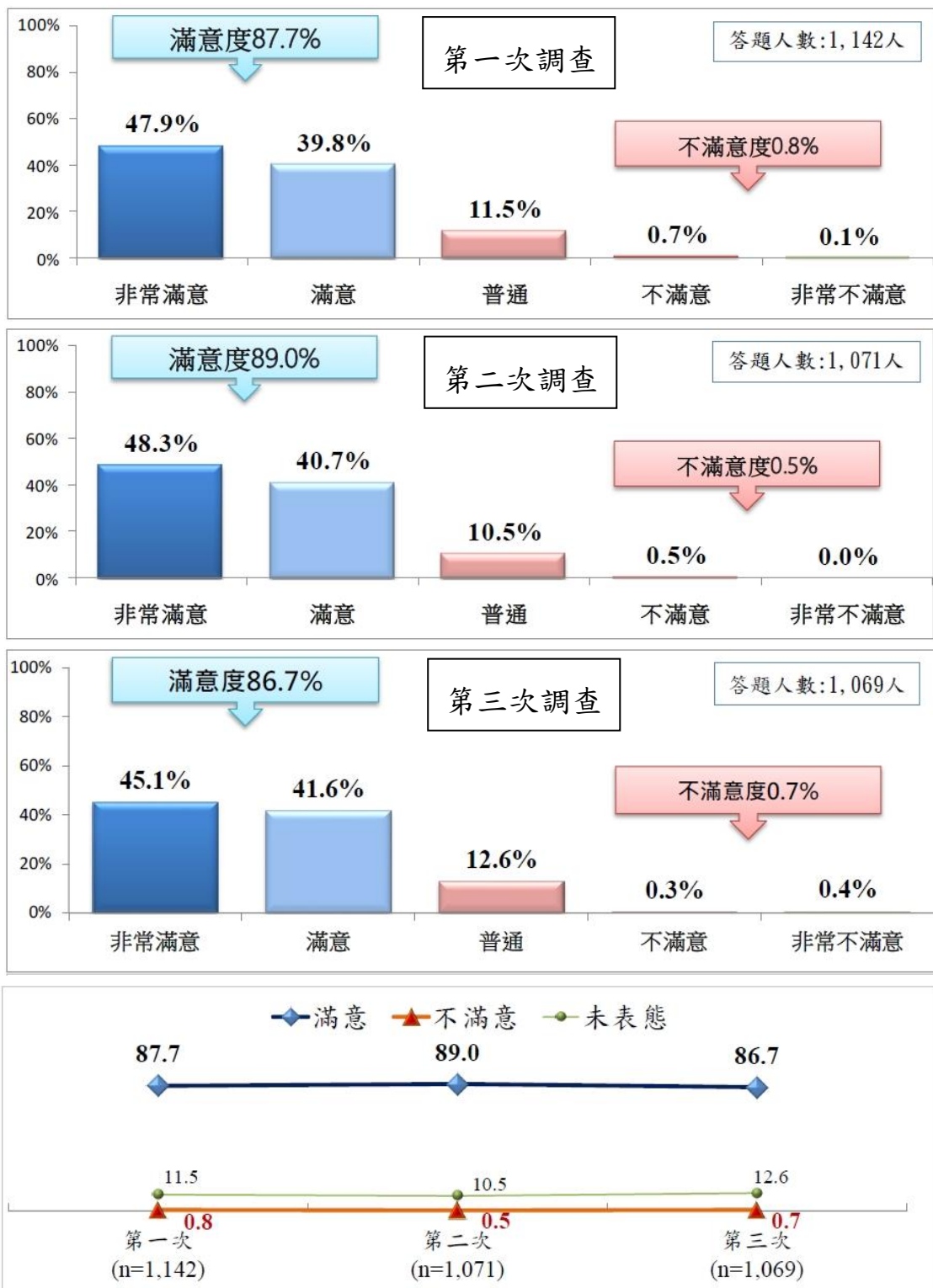


圖 3 博覽會官方網站及社群平台操作使用滿意度統計

有關對博覽會的工作人員服務品質與態度滿意度調查，調查結果顯示，受訪者對於博覽會工作人員服務品質與態度滿意度高達九成五，三次調查結果顯示，滿意度分別為 97.2%、95.7%、95.1%。三次調查

比較，滿意度無顯著跌幅變動，如圖 4。

將工作人員服務品質與態度滿意度和基本資料進行卡方獨立性檢定，不同性別、年齡、居住地區、族群等基本資料受訪者，對展覽內容及表演活動滿意度均無顯著差異。

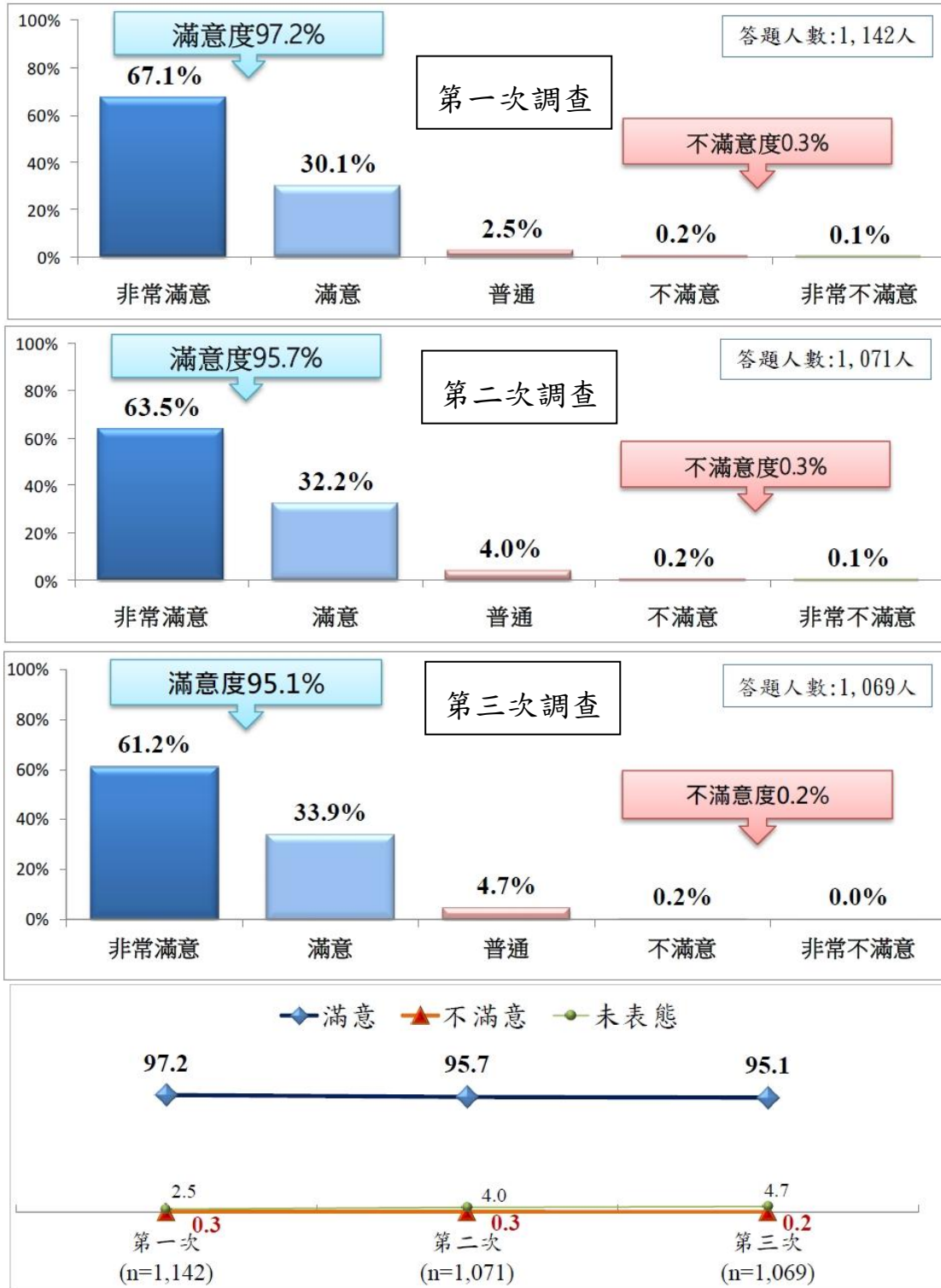


圖 4 工作人員服務品質與態度滿意度統計

為達成性別友善環境，世界客家博覽會各展館中，除無障礙設施外，亦設有哺集乳室，以利有需求民眾使用，有關博覽會公共環境衛生滿意度，依據調查結果，受訪者對於博覽會公共環境衛生滿意度，約九成二表示滿意，三次調查結果之滿意度分別為 95.6%、94.4%、92.9%。比較三次調查，滿意度無顯著跌幅變動，如圖 5。

將博覽會公共環境衛生滿意度和基本資料進行卡方獨立性檢定，不同性別、年齡、居住地區、族群等基本資料受訪者，對展覽內容及表演活動滿意度均無顯著差異，公共環境衛生滿意度與性別交叉表如下表 9。

另依據世界客家博覽會世界館營運廠商自行統計之資料，活動期間 8 月至 10 月之間之哺集乳室使用次數調查，8 月份為 86 次，9 月份為 111 次，10 月份為 71 次。於活動期間，並未收到哺集乳室相關陳情或不良意見反映，於展覽辦理同時，亦關注哺乳婦女的權利，提供性別友善環境。



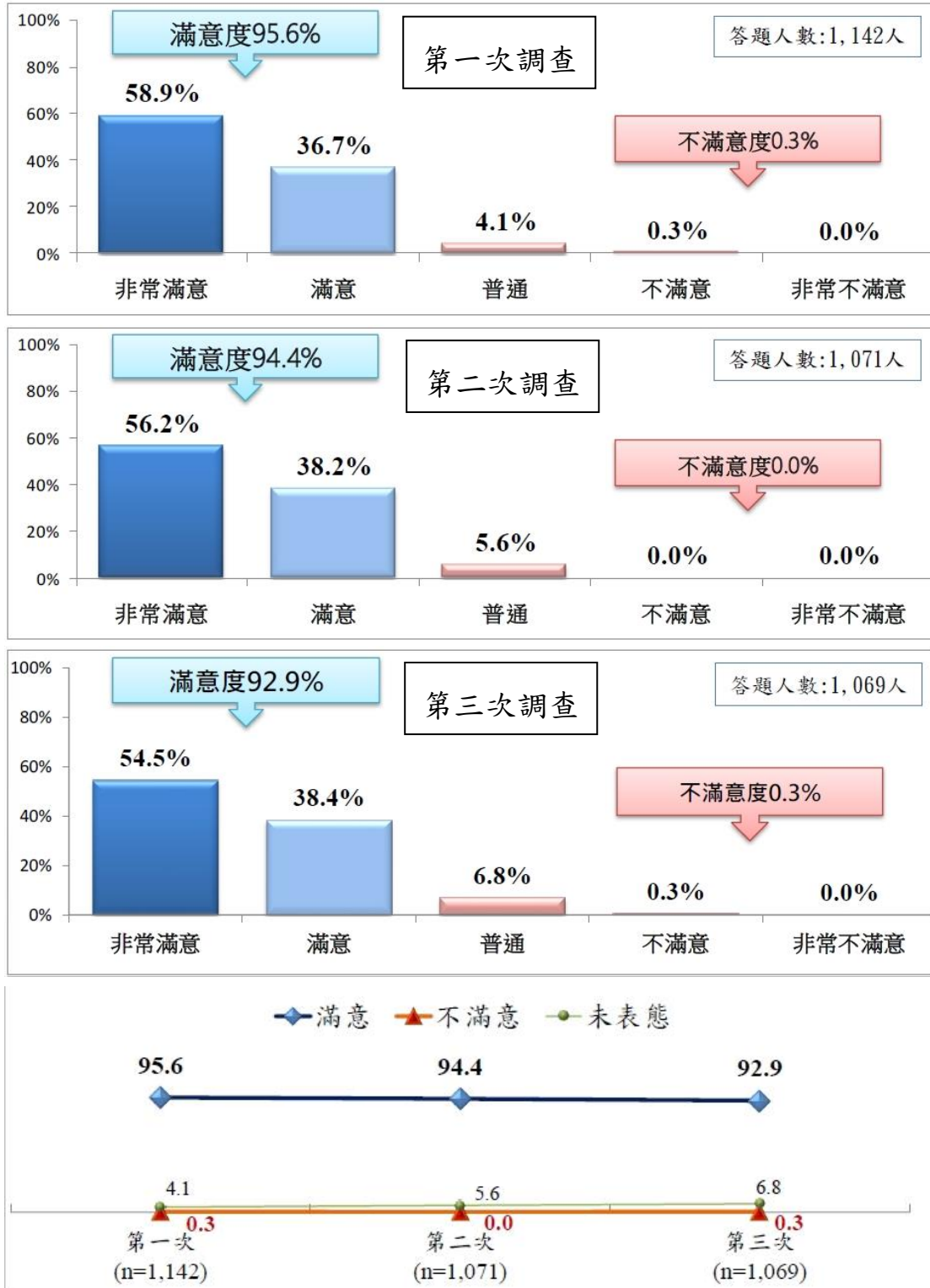


圖 5 博覽會公共環境衛生滿意度統計

表 9 受訪者博覽會公共環境衛生滿意度與性別交叉表

	第一次調查			第二次調查			第三次調查		
	男	女	拒答	男	女	拒答	男	女	拒答
個數	465	665	12	422	630	19	421	630	18
百分比(%)	40.7	58.2	1.1	39.4	58.8	1.8	39.4	58.9	1.7
滿意合計 (%)	95.5	96.4	58.3	95.3	93.8	94.7	93.1	93.4	72.2
非常滿意	61.3	57.7	33.3	57.6	55.2	57.9	58.3	52.0	55.6
滿意	34.2	38.6	25.0	37.7	38.6	36.8	34.8	41.4	16.7
普通	4.1	3.5	41.7	4.7	6.2	5.3	6.7	6.3	27.8
不滿意合計 (%)	0.4	0.2	-	-	-	-	0.2	0.3	-
不滿意	0.4	0.2	-	-	-	-	0.2	0.3	-
非常不滿意	-	-	-	-	-	-	-	-	-

有關世界館展覽空間規劃滿意度，調查結果九成二以上表示滿意，分別為 93.4%、93.4%、92.7%。比較三次調查，滿意度幾乎維持持平，如圖 6。展覽空間規劃滿意度與性別交叉表如下表 10。三次調查下，男性對展覽空間規劃滿意度的滿意百分比皆較女性略高。



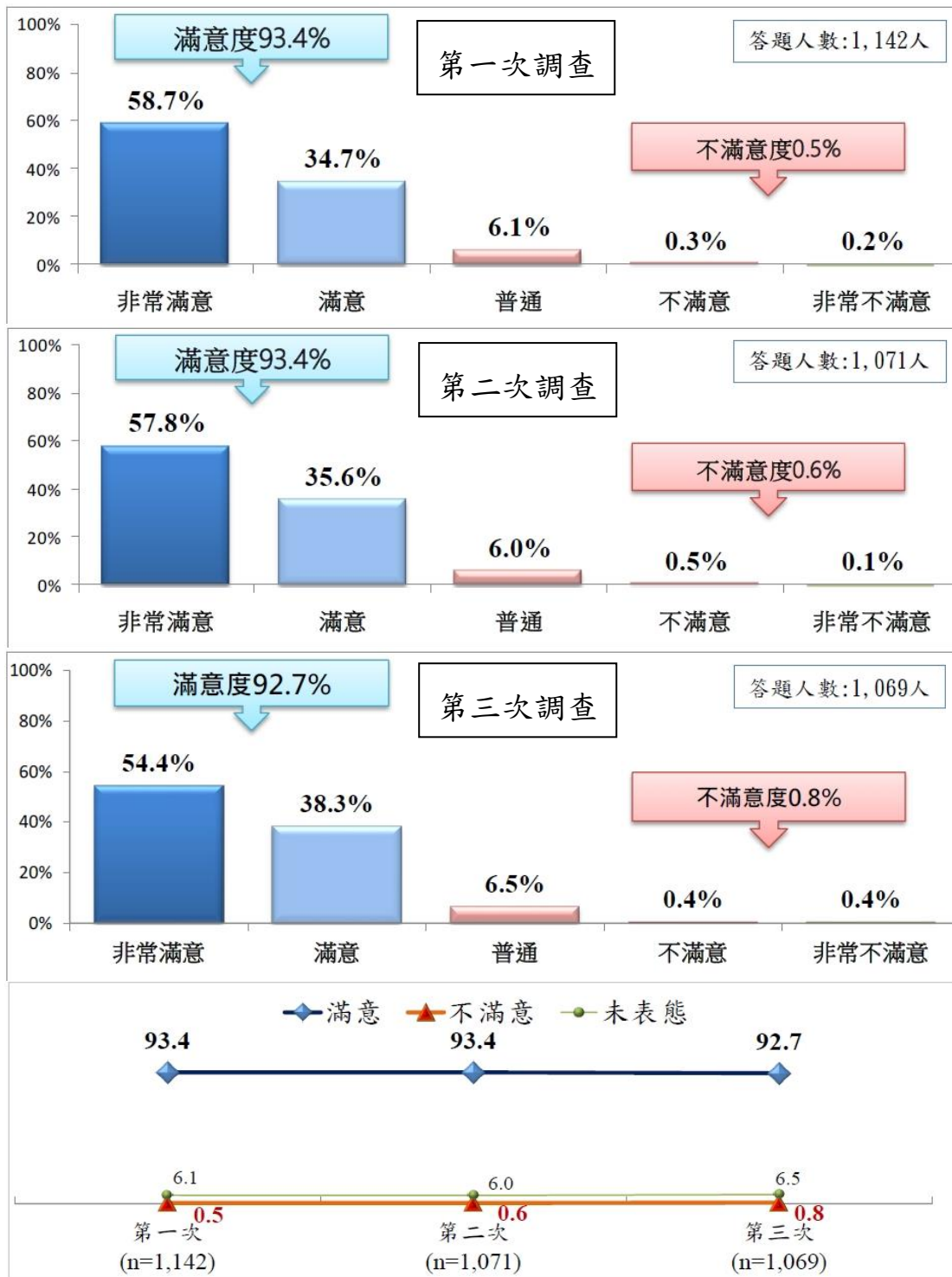


圖 6 世界館展覽空間規劃滿意度統計

表 10 受訪者展覽空間規劃滿意度與性別交叉表

	第一次調查			第二次調查			第三次調查		
	男	女	拒答	男	女	拒答	男	女	拒答
個數	465	665	12	422	630	19	421	630	18
百分比(%)	40.7	58.2	1.1	39.4	58.8	1.8	39.4	58.9	1.7
滿意合計 (%)	94.2	93.5	50.0	94.3	93.0	84.2	94.1	92.4	72.2
非常滿意	60.9	57.6	33.3	59.5	57.0	47.4	58.3	51.5	55.6
滿意	33.3	35.9	16.7	34.8	36.0	36.8	35.3	40.9	16.7
普通	5.2	6.0	50.0	5.2	6.5	10.5	5.2	6.8	27.8
不滿意合計	0.6	0.5	-	0.5	0.5	5.3	0.7	0.8	-
不滿意	0.4	0.3	-	0.5	0.3	5.3	0.2	0.5	-
非常不滿意	0.2	0.2	-	-	0.2	-	0.5	0.3	-

有關受訪者對於世界館整體環境與服務設施滿意度調查，結果顯示約九成四以上表示滿意，三次調查結果分別為 94.7%、95.2%、94.2%。三次滿意度無明顯變動，如圖 7。

將世界館整體環境與服務設施滿意度和基本資料進行卡方獨立性檢定，不同性別、年齡、居住地區、族群等基本資料受訪者，對展覽內容及表演活動滿意度均無顯著差異。

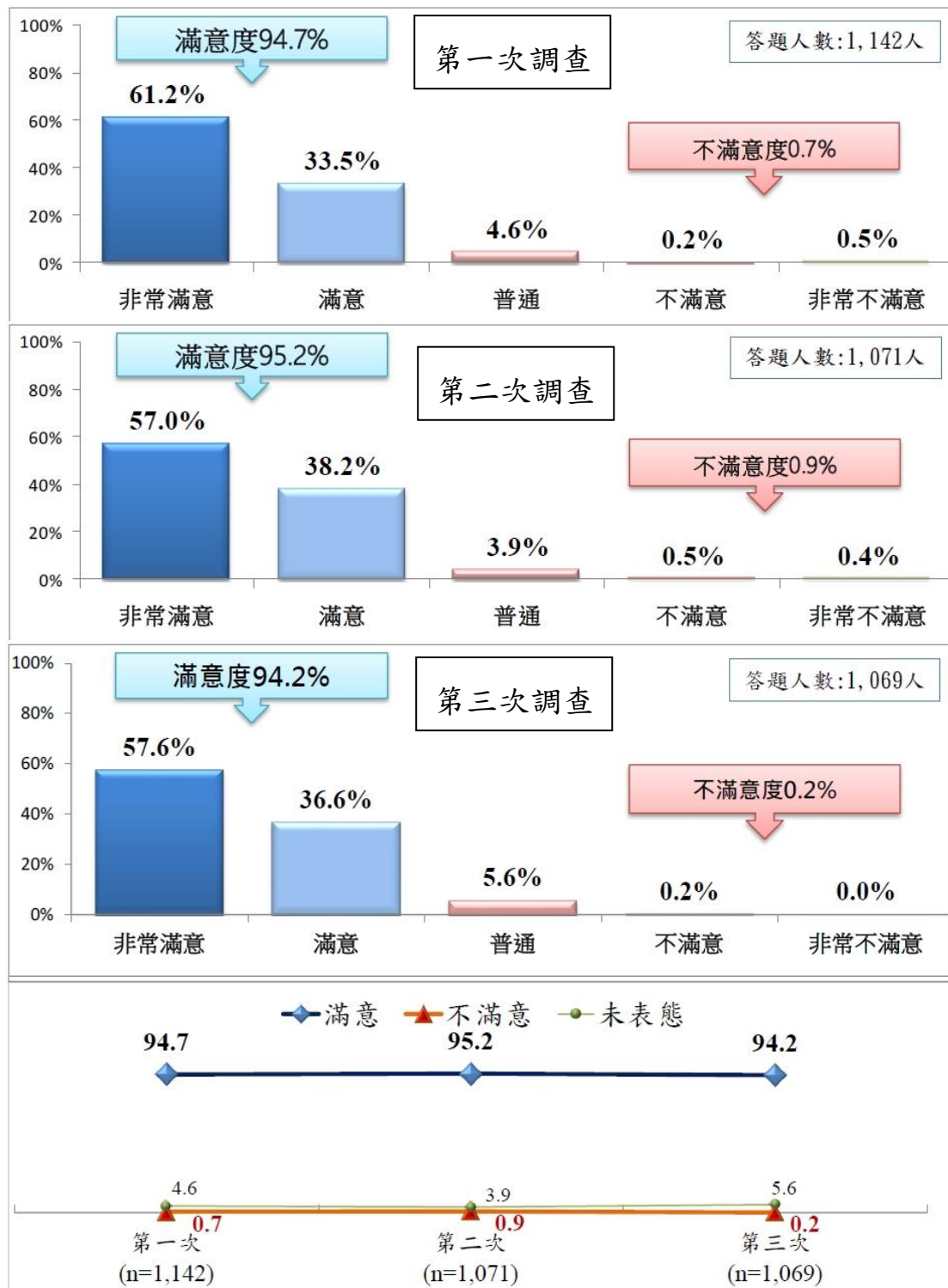


圖 7 世界館整體環境與服務設施滿意度統計

## 伍、結論與檢討建議

### 一、世界館各項規劃指標滿意度均超過九成

本案調查結果顯示，受訪者多為「桃園地區」及「北部地區」民眾，應爭取更多中南部民眾參與。受訪者年齡多為「31-40歲」及「41-

50歲」，多為中壯年人口。關於消費項目，主要是「餐飲」，其次為「交通」和「購買商品」，且購買伴手禮比例約四成，應可提供特色餐飲及開發更多紀念商品。另調查顯示受訪者都是以「自行開車」和搭「機場捷運」為主。另受訪者以「沒有參加博覽會旅遊行程」及「沒有參加導覽行程」比較高，顯示受訪者傾向較大之參展自由度，可考慮推出活動套票吸引參與。

依據問卷調查分析結果，「博覽會展覽內容及表演活動」、「工作人員服務品質與態度」、「博覽會公共環境衛生」、「展覽空間規劃」、「整體環境與服務設施」皆有高度滿意度，策展內容呈現世界客家文化，活動吸引國內外旅客到館參觀，顯示博覽會整體受到各界肯定，推動數位科技、文化藝術不遺餘力。並透過統計學之卡方檢定發現，各項滿意度，不因不同性別、年齡、居住地區、族群等基本資料存在顯著差異。活動規劃方式可作為本府未來其他大型活動辦理時，提供相關展覽及服務時之參考。

另為精進活動滿意度之調查提供之參考性，除本次問卷之滿意度面向問題，未來問卷亦可於問項中加入「這是第幾次來參加這項活動？」、「會不會想再來？」、「就本次活動感受提供寶貴建議」等問項，以了解本項活動吸引力和忠誠度，作為日後舉辦活動之參考。

## 二、本府未來大型展演活動辦理，應避免單獨使用兩性作為性別選項

依據本次調查結果，不同性別對於世界客家博覽會旅遊行程參與情況、展覽內容及表演活動滿意度，以及對世界館展覽空間規劃滿意度有些許差異。針對旅遊行程參與情況男性有參加的比例(29.9%)高於女性(22.8%)，男性對於展覽內容及表演活動滿意度滿意程度皆較女性略高，且對世界館展覽空間規劃滿意度，亦是男性高於女性。

另檢視本次調查問卷之設計，僅提供男、女之性別選項，較未納入多元性別理念，未來本府辦理相關大型展演活動相關問卷調查時，應避免單獨使用兩性作為性別選項，應提供「其他」選項，且問卷調查中缺少性別複分類，僅以男女問項區分差別，容易產生性別刻板印象疑慮，後續本府大型活動之問卷調查，應特別注意性別選項之設計。