

「2022 海芋季活動問卷調查結果性別分析」

一、前言

「桃園彩色海芋季」自106年辦理至今，桃園溪海休閒農業區挾著在地草花切花產業之優勢與交通便利之便，蛻變為成熟且具品牌特色的大型花卉活動，並成功促進在地農業與觀光發展，。本活動之策展主軸「戀人勝地，幸福桃園」，近年來已不受限於愛情主題的框架，以幸福經濟議題為導向，著重「療芋感」的營造，打造男女老少皆宜的花園城市品牌形象。

為評估活動成效，探查本活動各項服務設施及遊憩環境之適切性及滿意程度，並作為日後同類型活動之參考，「2022桃園彩色海芋季」針對來訪的遊客們進行問卷調查，了解不同族群之需求與重視的面向。藉由相關分析，期待本活動的展示主題、服務項目、環境營造等皆可回應各性別及年齡族群之需求，建構友善的休憩環境。

二、問卷設計

本活動之問卷內容共包含三大面向：

- (一)遊客資訊：基本資料、遊客參觀行為。
- (二)活動感受：動機、展示構成與活動內容、設施規劃與服務，整體感受等。
- (三)開放式設計：詢問受訪者推薦理由、不推薦理由、其他意見與建議。

本次共回收878份問卷，其中刪除一半以上未填寫之無效問卷7份，共得871份有效問卷進行分析。

2022 桃園彩色海芋季「芋見愛神」遊客問卷調查

問卷編號：_____

您好！

這是一份關於本次活動的意見調查。您的寶貴意見除作為評估活動成效之用外，亦是未來活動舉辦的重要參考，懇請您撥出時間盡可能完整填答，再次感謝您的付出！

敬祝 健康快樂

桃園市政府 敬上

一、請問您此次前來參觀桃園彩色海芋季的動機為何？（複選）

- ☐ 因為曾經參加過
 ☐ 媒體宣傳的影響
 ☐ 專門來看海芋田景致
☐ 來參與周邊活動
 ☐ 「芋見愛神-遇見愛」主題裝置吸引
 ☐ 其他

二、請問您對本次活動內容與服務的感受程度為何《請圈選最適合的答項》

展示構成	非常 滿意	滿意	普通	意 不 滿	非常 意 不 滿
1. 空間規劃的適切性	5	4	3	2	1
2. 展示內容的吸引力	5	4	3	2	1
3. 參觀動線的合宜性	5	4	3	2	
4. 展區內指標設置	5	4	3	2	1
5. 展示與活動的說明牌	5	4	3	2	1
6. 休憩的環境/設備	5	4	3	2	1
7. 療芋市集的規劃	5	4	3	2	1
8. 假日主題活動 (□未參與)	5	4	3	2	1
9. DIY 體驗活動 (□未參與)	5	4	3	2	1
服務項目					
1. 活動地點的位置與交通可及性	5	4	3	2	1
2. 到達活動場地的指標 相關資訊	5	4	3	2	1
3. 停車空間的方便性 (□未使用)	5	4	3	2	1
4. 活動場地的 潔管理		4	3	2	1
5. 友善環境的規劃-無障礙路線	5	4	3	2	1
6. 工作人員的服務與態度	5	4	3	2	1
7. 廁所的數量及如廁環境	5	4	3	2	1
8. 場區內所銷售的產品	5	4	3	2	1

三、對本活動的整體觀感	非常 同意	同意	普通	不 同 意	非常 不 同 意
1. 整體而言，我滿意此次桃園彩芋季	5	4	3	2	1
2. 桃園彩芋季有助於桃園花卉產業的提升	5	4	3	2	1
3. 桃園適合舉辦此類型的活動	5	4	3	2	1
4. 促進花卉蔬果、農特產品及觀光的发展	5	4	3	2	1

5. 感受到幸福歡樂 氛圍	5	4	3	2	1
6. 我願意向別人推薦桃園彩芋季	5	4	3	2	1
7. 我願意再參加下一次的桃園彩芋季	5	4	3	2	1

※請問你願意再來或推薦別人來的原因是

請問你不願意再來或不推薦別人來的原因是

四、請問在 2022 桃園彩色海芋季「芋見愛神-遇見愛」您喜愛的作品有哪些？（複選）

- ☐ 吼唷愛-魔龍
 ☐ 歡迎愛-入口意象
 ☐ 愛一生-月老
 ☐ 熱情-丘比特
☐ 愛情麵包-財神爺
 ☐ 愛撩-牛郎織女
 ☐ 愛自己-維納斯
 ☐ 這是真愛-主舞台

五、基本資料及參觀行為

1. 性別 ☐男 ☐女 ☐其他
2. 年齡 ☐19 歲以下 ☐20-29 歲 ☐30-39 歲 ☐40-49 歲 ☐50-59 歲 ☐60 歲(含)以上
3. 婚姻狀況 ☐未婚 ☐已婚無小孩 ☐已婚有小孩 ☐其他_____
4. 使用的交通工具 ☐接駁車 ☐機場捷運 ☐公車 ☐機車 ☐自行車
 （選） ☐自用車 ☐火車/台鐵 ☐高鐵 ☐計程車 ☐其他_____
5. 請問您目前居住地：☐桃園
☐北部(基北竹苗) ☐中部(中彰投雲) ☐南部(嘉南高屏)
☐東部(宜花東)及外島 ☐其他_____

其他意見或建議：

～問卷到此結束，煩請再次確認所有題項均填答完整，謝謝您的配合！～

三、參觀動機

由表3-1可知，在2022桃園彩色海芋季所抽樣之受訪者中，參與動機比例最高者為「因為曾經參加過」，次之為「專門來看海芋田景致」，而最低者為「來參與周邊活動」。本項統計顯示，近幾年桃園彩色海芋季已愈趨成熟，並已打造其特有的品牌口碑，因而能吸引遊客多次造訪。

表 3-1：參觀動機之次數分配(複選)

參觀動機問項	男	女	總次數	百分比 %
因為曾經參加過	119	240	359	44.54
受媒體宣傳的影響	75	127	202	25.06
專門來看海芋田景致	120	224	344	42.68
來參與周邊活動	24	22	46	5.71
受主題裝置吸引	75	91	166	20.60
其他	10	24	34	4.22

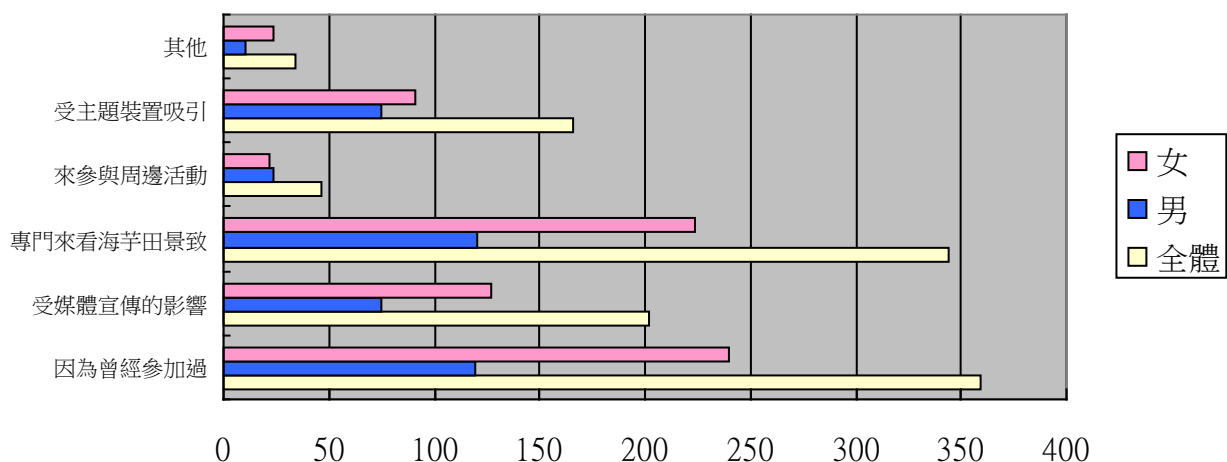


圖3-1：參觀動機結構次數分配圖

四、活動滿意度

本次問卷分別針對活動的「展示構成」、「設施規劃與服務」和「整體活動觀感」對受訪者進行滿意度調查。

(一)展示構成

由表4-1可知，所有受訪遊客在「展示構成」方面，滿意度百分比較高者為「空間規劃的適切性」，其次是「參觀動線的合宜性」及「展示與活動的說

明牌」。各項目滿意度百分比介於80~87%，顯示多數受訪者對活動展示內容具高度肯定；滿意百分比較低者為「DIY體驗活動」及「假日主題活動」，此為後續可以再強化改善者。

表 4-1：活動內容滿意程度之次數分配表

	非常 不滿意	不 滿意	普 通	滿 意	非常 滿意	有 效 樣 本 數	平 均 數	滿 意 百 分 比 %
空間規劃的適切性	2	10	95	433	330	870	4.24	87.70
展示內容的吸引力	1	9	112	409	336	867	4.23	85.93
參觀動線的合宜性	1	12	95	410	338	856	4.25	87.38
展區內指標設置	0	11	105	397	348	861	4.26	86.53
展示與活動的說明牌	0	12	99	396	354	861	4.27	87.11
休憩的環境/設施	2	19	133	371	333	858	4.18	82.05
療芋市集的規劃	0	14	124	390	324	852	4.20	83.80
假日主題活動	2	6	60	161	131	360	4.15	81.11
DIY 體驗活動	2	6	53	135	119	315	4.15	80.63

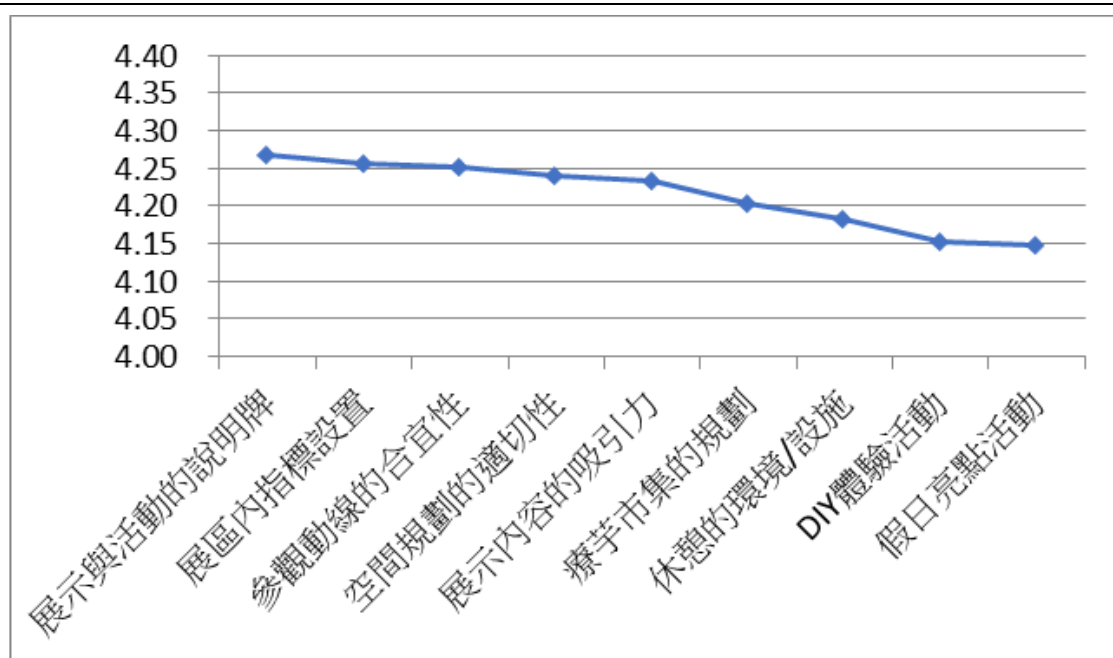


圖4-1：對活動內容之滿意度平均值分布圖～依滿意度高低排序

(二)設施規劃與服務

由表4-2可知，受訪遊客在「設施規劃與服務」方面，滿意度百分比較高者為「工作人員的服務與態度」，其次是「活動場地的清潔管理」，較低者為「停車空間的方便性」、「活動地點的位置與交通可及性」及「場區內所銷售的產品」。

表 4-2：設施規劃與服務滿意程度之次數分配表

	非常 不滿意	不 滿意	普 通	滿 意	非常 滿意	有 效 樣 本 數	平 均 數	滿 意 百 分 比 %
活動地點的位置與交通可及性	8	28	153	348	326	863	4.11	78.10
到達活動場地的指標與相關資訊	8	16	131	364	341	860	4.18	81.98
停車空間的方便性	20	34	131	237	214	636	3.93	70.91
活動場地的清潔管理	2	6	81	386	380	855	4.33	89.59
友善環境的規劃-無障礙路線	1	13	98	362	385	859	4.30	86.96
工作人員的服務與態度	0	1	54	327	480	862	4.49	93.62
廁所數量與如廁環境	1	12	123	377	348	861	4.23	84.20
場區內所銷售的產品	4	13	171	375	299	862	4.10	78.19

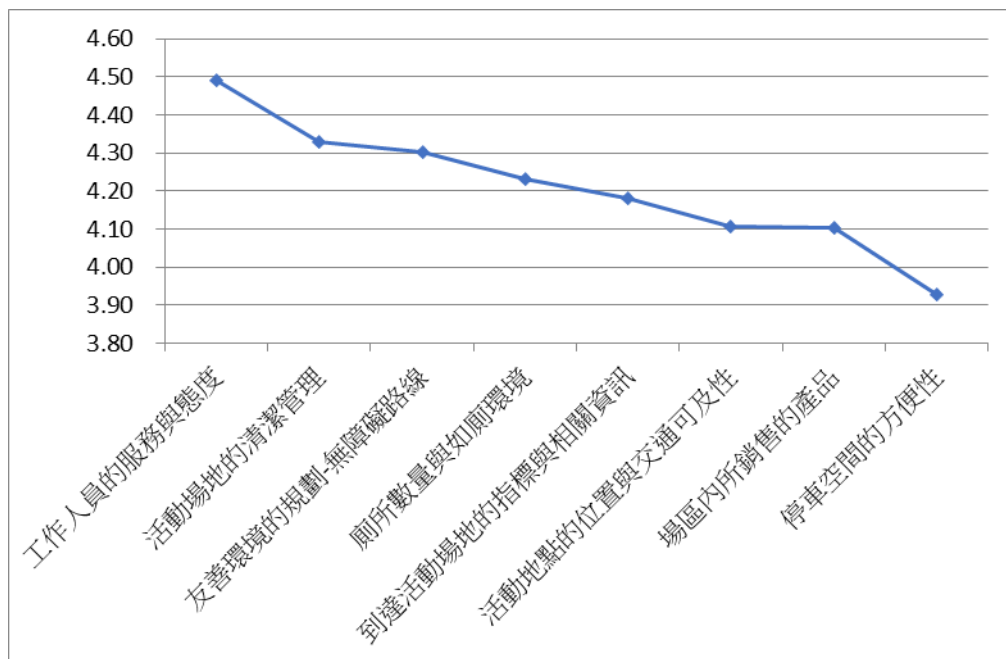


圖4-2：對設施規劃與服務之滿意度平均值分布圖～依滿意度高低排序

(三)整體感受

另外，針對遊客的「整體感受」，由表4-3可知，有超過87%的受訪者對於活動的滿意度、忠誠度及活動的正向效益是表示認同的。有高達91.71%的受訪者認為「桃園適合舉辦此類型的活動」，89.15%的受訪者認同此活動「促進花卉蔬果、農特產品及觀光的发展」，顯見絕大部分的遊客對與活動具有高度認同，並認可活動對於在地產業提振的正向價值。

表 4-3：整體感受與價值認同之次數分配表

	非常 不同意	不 同意	普 通	同 意	非 常 同意	有 效 樣 本 數	平 均 數	同 意 百 分 比 %
整體而言，我滿意此次桃園彩芋季	1	3	107	399	361	871	4.28	87.26
桃園彩芋季有助於桃園花卉產業的 提升	1	7	88	381	388	865	4.33	88.90
桃園適合舉辦此類型的活動	1	2	69	374	422	868	4.40	91.71
促進花卉蔬果、農特產品及觀光的發 展	0	6	88	357	415	866	4.36	89.15
感受到幸福歡樂的氛圍	0	9	89	356	414	868	4.35	88.71
我願意向別人推薦桃園彩芋季	1	9	77	352	427	866	4.38	89.95
我願意再參加下一次的桃園彩芋季	2	9	69	346	439	865	4.40	90.75

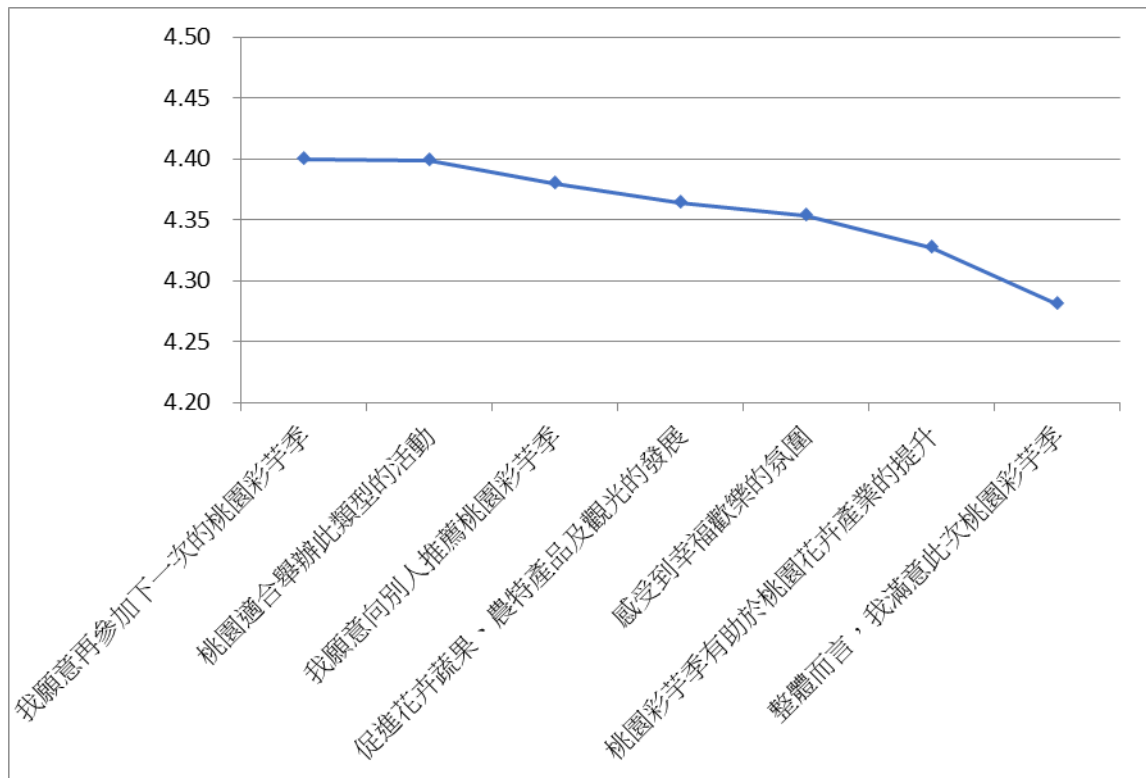


圖4-3：整體感受與價值認同平均值分布圖～依高低排序

(四)不同性別的滿意度分析

本案分析男性與女性分別針對活動的滿意度，大體而言，男性與女性滿意的項目排序相同，而男性較女性在多數項目的感受是更滿意的。

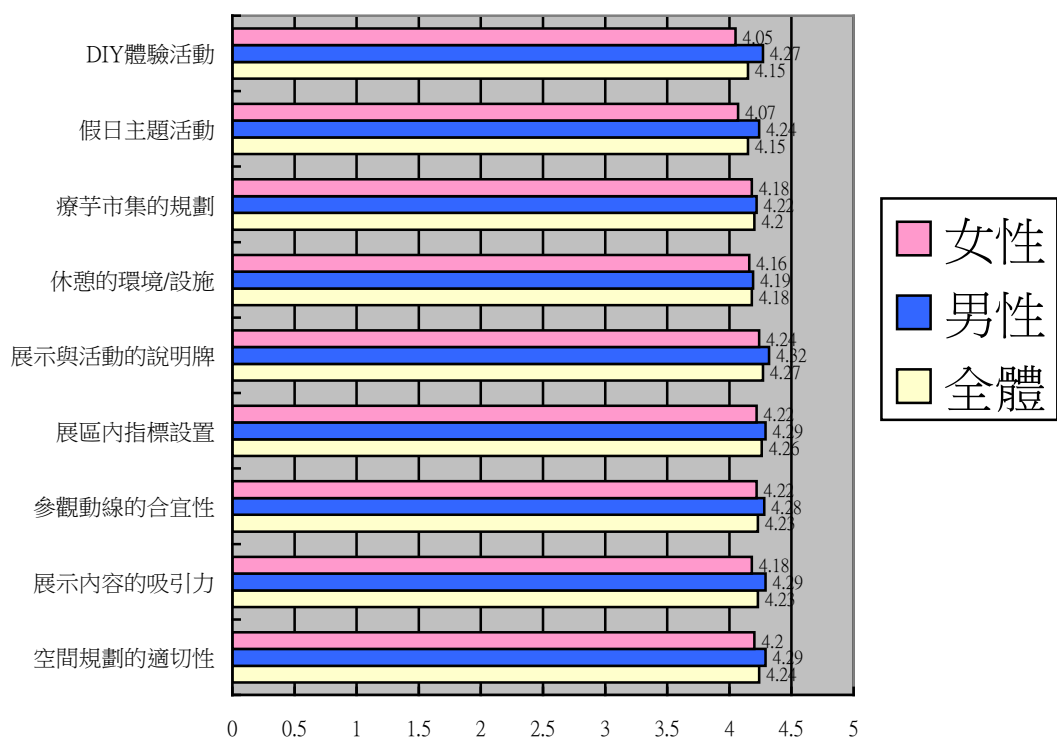


圖4-4：對展示構成與活動內容之滿意度平均值分配圖

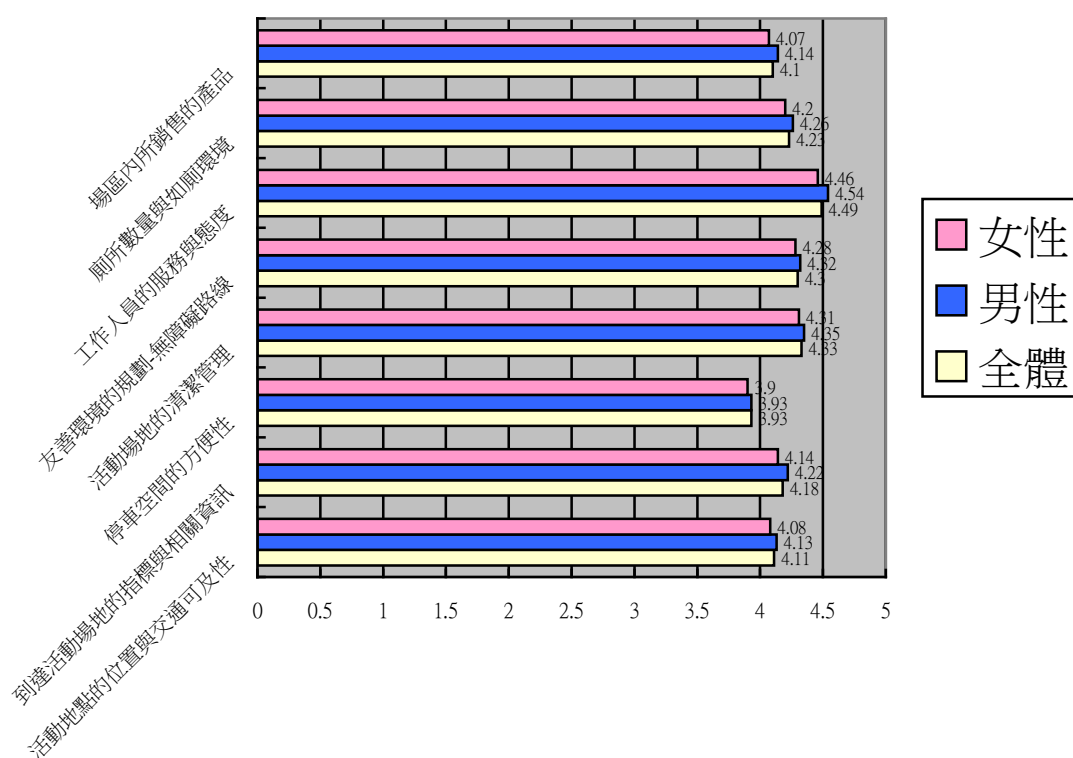


圖4-5：對設施規劃與服務之滿意度平均值分配圖

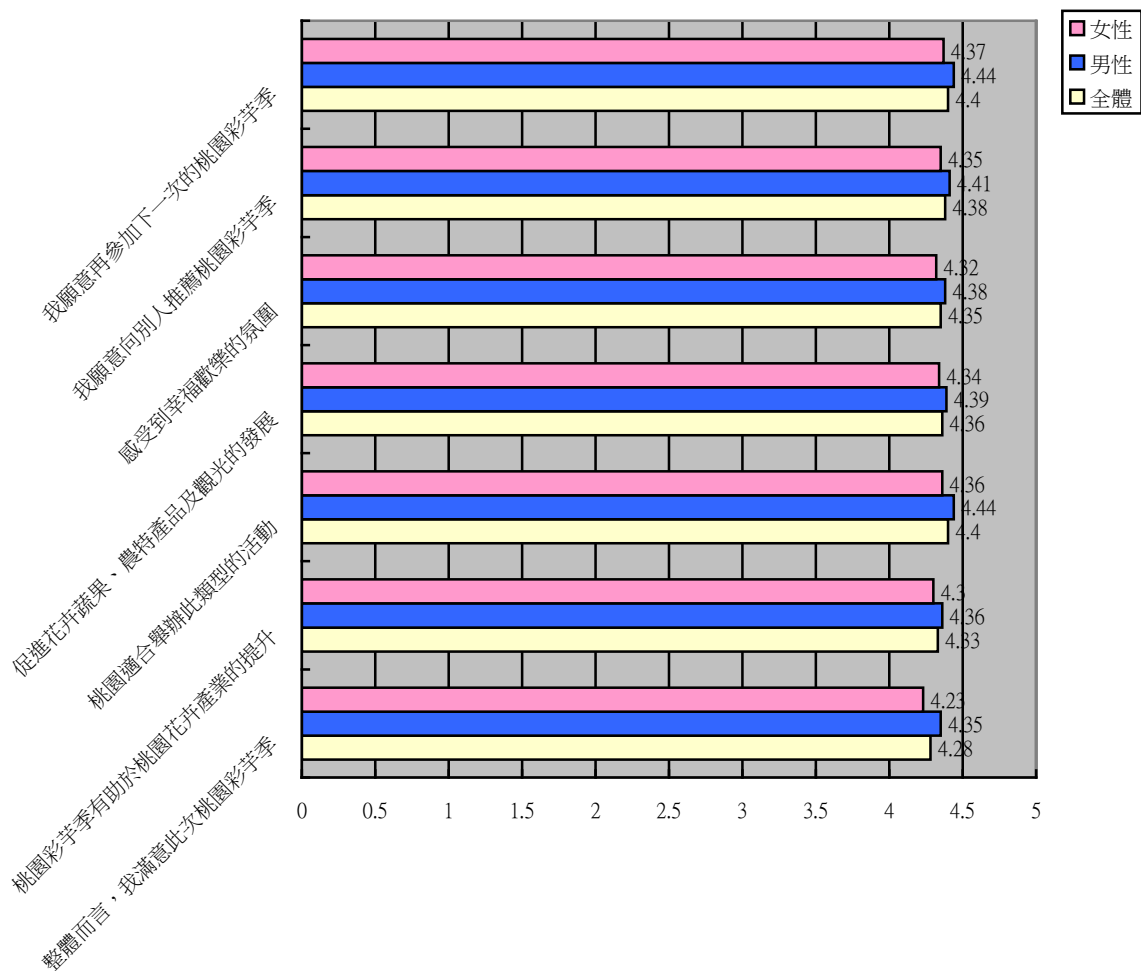


圖4-6：對整體感受之滿意度平均值分配圖

其中，針對滿意度差異資料進行t檢定分析，以辨析各個項目中男性與女性達顯著差異之項目。(如表4-4)男性較女性更為滿意者，有達顯著差異者為以下項目：「展示內容的吸引力」及「DIY體驗活動」。其餘項目，雖男性與女性滿意程度略有差異，卻未達顯著差異。

由此可知，男性與女性於各項目之滿意程度大致相同，且平均滿意程度除了「停車空間的方便性」外，其餘均達80%以上，顯見本活動與空間規劃、設施服務及整體感受等，男女之間並未有顯著差異，且活動大致可符合各性別遊客的需求與認同。

表 4-4：性別是否在各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

		N	平均數	標準偏差	T	顯著性 (雙尾)
展示構成與活動內容						
空間規劃的適切性	男	286	4.29	.741	1.619	.106
	女	551	4.20	.689		
展示內容的吸引力	男	286	4.29	.714	2.087	.037
	女	548	4.18	.721		
參觀動線的合宜性	男	280	4.28	.753	.998	.319
	女	543	4.22	.696		
展區內指標設置	男	284	4.29	.752	1.135	.257
	女	544	4.22	.698		
展示與活動的說明牌	男	285	4.32	.745	1.532	.126
	女	543	4.24	.698		
休憩的環境/設施	男	283	4.19	.834	.650	.516
	女	543	4.16	.770		
療芋市集的規劃	男	282	4.22	.725	.636	.525
	女	540	4.18	.756		
假日主題活動	男	125	4.24	.734	1.899	.058
	女	223	4.07	.824		
DIY 體驗活動	男	112	4.27	.771	2.244	.026
	女	192	4.05	.830		
設施規劃與服務						
活動地點的位置與交通可及性	男	284	4.13	.886	.806	.420
	女	546	4.08	.867		
到達活動場地的指標與相關資訊	男	284	4.22	.829	1.263	.207
	女	543	4.14	.826		
停車空間的方便性	男	220	3.93	1.070	.265	.791
	女	398	3.90	.997		
活動場地的清潔管理	男	281	4.35	.736	.681	.496
	女	543	4.31	.674		
友善環境的規劃-無障礙路線	男	284	4.32	.746	.638	.523
	女	542	4.28	.737		
工作人員的服務與態度	男	286	4.54	.635	1.723	.085
	女	543	4.46	.612		
廁所數量與如廁環境	男	286	4.26	.762	1.155	.248
	女	543	4.20	.745		
場區內所銷售的產品	男	285	4.14	.841	1.264	.207
	女	544	4.07	.779		

整體感受

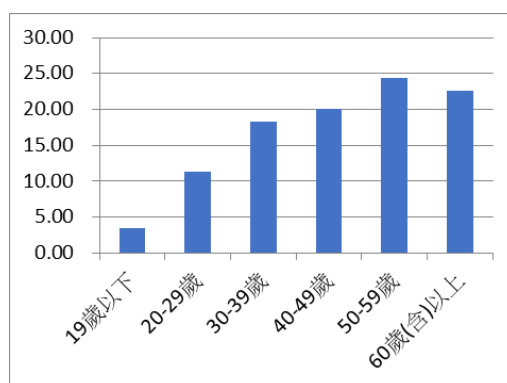
整體而言，我滿意此次桃園彩芋季	男	286	4.35	.662	1.021	.253
	女	552	4.23	.713		
桃園彩芋季有助於桃園花卉產業的提升	男	284	4.36	.681	1.216	.225
	女	549	4.30	.710		
桃園適合舉辦此類型的活動	男	285	4.44	.645	1.675	.094
	女	550	4.36	.663		
促進花卉蔬果、農特產品及觀光的发展	男	286	4.39	.671	1.101	.271
	女	548	4.34	.708		
感受到幸福歡樂的氛圍	男	286	4.38	.734	1.099	.272
	女	549	4.32	.697		
我願意向別人推薦桃園彩芋季	男	285	4.41	.705	1.096	.273
	女	548	4.35	.707		
我願意再參加下一次的桃園彩芋季	男	285	4.44	.708	1.484	.138
	女	547	4.37	.704		

(五)高齡者 vs 非高齡者的滿意度分析

本次受訪的對象中，以50~59歲者最多，60歲以上者次之。以下分析將以60歲為分界線，區分年長者與非年長者，討論年長者與非年長者針對各個項目的滿意程度區別。

年齡

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效 19 歲以下	29	3.33	3.39	3.39
20-29 歲	97	11.14	11.33	14.72
30-39 歲	156	17.91	18.22	32.94
40-49 歲	172	19.75	20.09	53.04
50-59 歲	209	24.00	24.42	77.45
60 歲(含)以上	193	22.16	22.55	100.00
總計	856	98.28	100.00	
未答	15	1.72		
總計	838	871	1	0.00



樣本年齡結構百分比分布圖

由表5-1可知，在設施規劃與服務之「活動場地的清潔管理」及「工作人員的服務與態度」項目上，高齡者的滿意度顯著較非高齡者為低。其餘項目，高齡者與非高齡者的滿意程度高低有別，卻未達顯著差異，顯見高齡者更為重視活動會場的清潔衛生，另外也可以推測高齡者現場會更需要工作人員的服務，因此對於工作人員服務的要求也較高。

此外，除了非高齡者在「停車空間的方便性」的滿意度低於8成外，其餘各個項目均達80%以上，也可以得知通常非高齡者因為更高程度非由大眾接駁車通往會場，因此對於停車空間的便利性有更高的需求。除此之外，本活動的空間規劃、設施服務及整體感受等，大致可符合高齡與非高齡遊客的需求與認同。

表 5-1：年齡是否在各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

		N	平均數	標準偏差	T	顯著性（雙尾）
展示構成與活動內容						
空間規劃的適切性	60 歲以上	192	4.21	.680	-.557	.578
	未滿 60 歲	663	4.25	.716		
展示內容的吸引力	60 歲以上	190	4.24	.691	.122	.903
	未滿 60 歲	662	4.23	.727		
參觀動線的合宜性	60 歲以上	184	4.24	.686	-.072	.943
	未滿 60 歲	659	4.25	.722		
展區內指標設置	60 歲以上	189	4.19	.704	-1.336	.182
	未滿 60 歲	657	4.27	.719		
展示與活動的說明牌	60 歲以上	189	4.23	.697	-.890	.374
	未滿 60 歲	657	4.28	.720		
休憩的環境/設施	60 歲以上	190	4.19	.732	.205	.838
	未滿 60 歲	653	4.18	.807		
療芋市集的規劃	60 歲以上	183	4.21	.696	.167	.867
	未滿 60 歲	654	4.20	.758		
假日主題活動	60 歲以上	93	4.19	.711	.767	.443
	未滿 60 歲	259	4.12	.824		
DIY 體驗活動	60 歲以上	75	4.12	.770	-.318	.751
	未滿 60 歲	233	4.15	.832		

設施規劃與服務

活動地點的位置與交通可及性	60 歲以上	189	4.14	.789	.637	.524
	未滿 60 歲	659	4.10	.892		
到達活動場地的指標與相關資訊	60 歲以上	190	4.17	.792	-.218	.827
	未滿 60 歲	655	4.18	.831		
停車空間的方便性	60 歲以上	143	4.03	.880		
	未滿 60 歲	479	3.90	1.058	1.504	.134
活動場地的清潔管理	60 歲以上	185	4.21	.747	-2.636	<u>.009</u>
	未滿 60 歲	656	4.36	.676		
友善環境的規劃-無障礙路線	60 歲以上	188	4.25	.714	-1.049	.295
	未滿 60 歲	656	4.31	.745		
工作人員的服務與態度	60 歲以上	192	4.39	.638	-2.669	<u>.008</u>
	未滿 60 歲	655	4.53	.607		
廁所數量與如廁環境	60 歲以上	190	4.15	.734		
	未滿 60 歲	656	4.25	.755	-1.711	.088
場區內所銷售的產品	60 歲以上	191	4.03	.781		
	未滿 60 歲	656	4.12	.806	-1.424	.155

整體感受

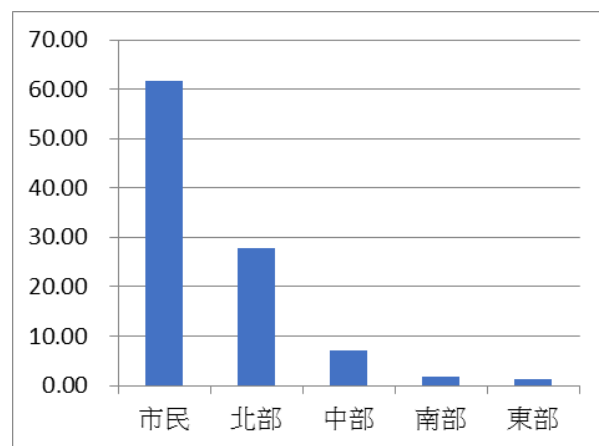
整體而言，我滿意此次桃園彩芋季	60 歲以上	193	4.26	.633		
	未滿 60 歲	663	4.29	.714	-.487	.626
桃園彩芋季有助於桃園花卉產業的提升	60 歲以上	190	4.28	.675	-1.025	.306
	未滿 60 歲	660	4.34	.705		
桃園適合舉辦此類型的活動	60 歲以上	191	4.29	.654	-2.635	<u>.009</u>
	未滿 60 歲	662	4.43	.651		
促進花卉蔬果、農特產品及觀光的发展	60 歲以上	190	4.31	.661	-1.192	.234
	未滿 60 歲	661	4.38	.698		
感受到幸福歡樂的氛圍	60 歲以上	192	4.30	.703	-1.135	.257
	未滿 60 歲	661	4.37	.705		
我願意向別人推薦桃園彩芋季	60 歲以上	192	4.33	.703	-1.128	.259
	未滿 60 歲	659	4.39	.701		
我願意再參加下一次的桃園彩芋季	60 歲以上	189	4.37	.714	-.750	.454
	未滿 60 歲	661	4.41	.698		

(六)市民 vs.非市民的滿意度分析

本次調查的受訪者以市民最多，超過總受訪者的六成，外地遊客主要來自北部區域（27.72%），其次是中部區域（佔7.13%），南部區域及東部區域各佔1.87%及1.17%。。

居住地

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	市民	527	60.51	61.64	61.64
	北部	237	27.21	27.72	89.36
	中部	61	7.00	7.13	96.49
	南部	16	1.84	1.87	98.36
	東部	10	1.15	1.17	99.53
	其他	4	0.46	0.47	100.00
	總計	855	98.16	100.00	
未答		16	1.84		
總計		83	871	100.00	



樣本居住地結構百分比分布圖

以市民與非市民進行滿意度差異分析，不論是在展示構成與活動內容、設施規劃與服務，或整體感受方面，市民均略高於外地遊客，但多數未達到統計上之顯著差異，僅有在「展示與活動的說明牌」及「休憩的環境/設施」，市民的滿意度顯著較外地遊客為高。

另外，除了「停車空間的方便性」項目外，無論是否為市民，在各個項目的滿意度均達80%以上。

表 6-1：是否為市民在各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

		N	平均數	標準偏差	顯著性（雙尾）	
展示構成與活動內容					T	
空間規劃的適切性	外地	327	4.19	.670		
	市民	527	4.26	.729	-1.442	.150
展示內容的吸引力	外地	326	4.19	.703	-1.112	.266
	市民	525	4.25	.726		
參觀動線的合宜性	外地	321	4.20	.709	-1.506	.132
	市民	521	4.27	.717		
展區內指標設置	外地	324	4.19	.708	-1.830	.068
	市民	521	4.28	.721		

展示與活動的說明牌	外地	324	4.18	.739	-2.636	<u>.009</u>
	市民	521	4.31	.694		
休憩的環境/設施	外地	322	4.10	.832	-2.272	<u>.023</u>
	市民	520	4.22	.758		
療芋市集的規劃	外地	321	4.15	.763	-1.453	.146
	市民	515	4.22	.732		
假日主題活動	外地	138	4.10	.767	-.616	.538
	市民	213	4.15	.812		
DIY 體驗活動	外地	124	4.06	.820	-1.491	.137
	市民	182	4.20	.810		

設施規劃與服務

活動地點的位置與交通	外地	324	4.03	.909	-1.652	.099
可及性	市民	523	4.14	.848		
到達活動場地的指標與	外地	323	4.10	.826	-1.937	.053
相關資訊	市民	521	4.21	.820		
停車空間的方便性	外地	249	3.90	1.027	-.260	.795
	市民	375	3.93	1.016		
活動場地的清潔管理	外地	318	4.27	.721	-1.700	.090
	市民	522	4.35	.678		
友善環境的規劃-無障礙	外地	320	4.27	.769	-.953	.341
路線	市民	523	4.32	.718		
工作人員的服務與態度	外地	321	4.46	.646	-1.087	.277
	市民	526	4.51	.604		
廁所數量與如廁環境	外地	323	4.17	.771	-1.548	.122
	市民	523	4.25	.736		
場區內所銷售的產品	外地	324	4.04	.805	-1.752	.080
	市民	523	4.14	.792		

整體感受

整體而言，我滿意此次桃	外地	328	4.27	.665	-.140	.889
園彩芋季	市民	527	4.28	.715		
桃園彩芋季有助於桃園	外地	326	4.32	.671	-.145	.884
花卉產業的提升	市民	523	4.32	.717		
桃園適合舉辦此類型的	外地	327	4.38	.624	-.642	.521
活動	市民	525	4.41	.672		
促進花卉蔬果、農特產品	外地	325	4.33	.680	-1.026	.305
及觀光的发展	市民	525	4.38	.693		
感受到幸福歡樂的氛圍	外地	326	4.32	.703	-1.063	.288
	市民	526	4.37	.707		
我願意向別人推薦桃園	外地	325	4.36	.688	-.360	.719
彩芋季	市民	525	4.38	.712		

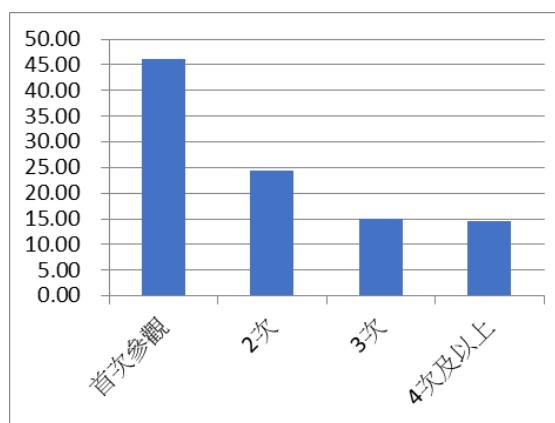
我願意再參加下一次的	外地	324	4.39	.688	-.224	.823
桃園彩芋季	市民	525	4.40	.712		

(七)初訪者 vs.重遊者的滿意度分析

本次受訪者中，以首次參觀彩色海芋季者為多數(46.24%)為多數。

參觀次數

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效 首次參觀	393	45.12	46.24	46.24
2 次	207	23.77	24.35	70.59
3 次	127	14.58	14.94	85.53
4 次及以上	123	14.12	14.47	100.00
總計	850	97.59	100.00	
未答 9	21	2.41		
總計	871	100.00		



樣本參觀次數結構百分比分布圖

其中，除「友善環境的規劃-無障礙路線」題項外，重遊者較初訪者的感受均較滿意或認同，且針對「活動地點與交通可及性」、「到達活動場地的指標及其他資訊」及「停車空間的方便性」項目，重遊者的滿意度顯著高於初訪者，一方面可以推測，重遊者對於環境更為熟悉，能依循往年的參觀經驗取得相應的資訊，另一方面也代表活動應該要提供更為清晰的交通指引與資訊傳達，讓初訪者也可以輕易抵達會場，減少資訊取得的交易成本。

在整體感受與認同的項目中，「促進花卉蔬果、農特產品及觀光的发展」及「我願意再參加下一次的桃園彩芋季」，重遊者均顯著較初訪者更為認同，顯見重遊者已然建構對於活動的認同感與忠誠度，對於本活動的整體價值認知也更為明確。

表 7-1：是否為初訪在各題項之獨立樣本 t 檢定摘要表

		N	平均數	標準偏差	T	顯著性 (雙尾)
展示構成與活動內容						
空間規劃的適切性	重遊	456	4.26	.719	.775	.439
	初訪	393	4.22	.695		
展示內容的吸引力	重遊	455	4.27	.727	1.697	.090

	初訪	392	4.19	.711		
參觀動線的合宜性	重遊	447	4.28	.725	1.432	.152
	初訪	389	4.21	.705		
展區內指標設置	重遊	451	4.28	.722	1.082	.280
	初訪	390	4.23	.714		
展示與活動的說明牌	重遊	449	4.31	.712	1.666	.096
	初訪	391	4.22	.723		
休憩的環境/設施	重遊	450	4.18	.812	.215	.830
	初訪	388	4.17	.767		
療芋市集的規劃	重遊	441	4.21	.751	.551	.582
	初訪	390	4.18	.739		
假日主題活動	重遊	185	4.17	.846		
	初訪	160	4.13	.736	.426	.670
DIY 體驗活動	重遊	154	4.21	.868		
	初訪	149	4.11	.746	1.081	.281
設施規劃與服務						
活動地點的位置與交通	重遊	453	4.16	.852	2.071	<u>.039</u>
可及性	初訪	389	4.04	.894		
到達活動場地的指標與	重遊	452	4.24	.800	2.328	<u>.020</u>
相關資訊	初訪	387	4.11	.848		
停車空間的方便性	重遊	329	4.00	.992		
	初訪	289	3.84	1.060	1.998	<u>.046</u>
活動場地的清潔管理	重遊	448	4.36	.691	1.222	.222
	初訪	386	4.30	.697		
友善環境的規劃-無障礙	重遊	454	4.30	.745	-.100	.920
路線	初訪	384	4.30	.732		
工作人員的服務與態度	重遊	453	4.51	.612	.459	.646
	初訪	389	4.49	.628		
廁所數量與如廁環境	重遊	453	4.26	.760	1.287	.198
	初訪	387	4.19	.744		
場區內所銷售的產品	重遊	453	4.12	.820	.570	.569
	初訪	388	4.09	.779		
整體感受						
整體而言，我滿意此次桃	重遊	457	4.30	.705	.990	.323
園彩芋季	初訪	393	4.25	.690		
桃園彩芋季有助於桃園	重遊	455	4.36	.693	1.373	.170
花卉產業的提升	初訪	390	4.29	.707		
桃園適合舉辦此類型的	重遊	456	4.43	.659	1.530	.126
活動	初訪	391	4.36	.653		
促進花卉蔬果、農特產品	重遊	454	4.41	.671	2.265	<u>.024</u>

及觀光的發展	初訪	392	4.31	.714		
感受到幸福歡樂的氛圍	重遊	455	4.38	.707	1.006	.315
	初訪	392	4.33	.705		
我願意向別人推薦桃園	重遊	453	4.42	.692	1.658	.098
彩芋季	初訪	392	4.34	.718		
我願意再參加下一次的	重遊	454	4.45	.694	2.331	.020
桃園彩芋季	初訪	390	4.34	.712		

五、結論與建議

本次問卷針對遊客訪問「2022桃園彩色海芋季」活動軟硬體設施及整體感受進行調查，確認本活動各項設施是否符合需求，並針對滿意度較低的項目進行改善，以作為其後辦理活動的依循。透過此份活動問卷報告，可觀測到各個不同族群針對各項目有不同高低程度的需求，爾後辦理活動，即可依據此份報告呈現的成果進行調整與修正。

經分析參觀動機與各項滿意度調查，可知本案辦理至今，已建立一定的口碑，吸引遊客多次參訪，且重遊者相對於初次參觀者，已建立更高的活動認同感與忠誠度，更願意持續參加來年的活動。除此之外，因彩色海芋花卉的獨特性，無論哪個性別，「專門來看海芋田景致」之動機皆較高，而海芋花卉的正面評價亦多，顯示本活動可符合絕大多數遊客之觀花需求。

現場環境設施、人員及整體感受部分，無論男女皆對活動皆有較高認同與評價，且滿意程度與排序皆相當。除此之外，少部分項目，例如「停車空間方便性」、「交通可及性」等地理因素，各性別、年齡及地域的遊客均呈現相對較低之滿意度，是需優先解決改善的要素，未來辦理活動應加強交通規劃，並且積極找尋適當停車空間。本項因涉及交通疏導，並應評估是否適宜及多大範圍進行交通單向及禁停管制之措施，爾後活動宜由交通局協助進行交通規劃之相關建議，並於交通管制時與警察局進行良好橫向溝通與配合，以減少遊客及周遭居民之怨言。

另「展示內容的吸引力」及「DIY體驗活動」，男性的滿意度顯著高於女性，未來可著重研析女性喜好的體驗活動與藝術展品風格(例如更為浪漫可愛的路線)，以更為多元與友善的角度進行規畫，本部分將透過本局於活動辦理時，由承攬廠商提出多元的規劃，共同研議最適合的執行方案，以滿足不同族群的

需求。

此外，雖本活動經現場觀測，或有流動廁所排隊的情形，且女性等候時間較男性長，本案滿意度分析卻未有男性滿意度顯著高於女性之情形。惟針對此情況，仍可由本局於未來活動規劃中，評估調整男女流動廁所比例，以減少各性別的排隊等候情形。

而以年齡分析本次活動滿意度，可探知年長者對於「活動場地的清潔管理」及「工作人員的服務與態度」有更高的需求與要求，因此在往後的活動，應該督導承攬廠商在人員的教育訓練方面，加強關懷年長者的需求。

整體而言，以活動成效進行分析，本活動大致可符合無論性別及年齡之多數人的需求。