



「臺北市中山區 96 年台北-台灣啤酒節活動」

問卷調查結果與分析報告

呂育誠*、顏子傑**

壹、問卷設計

本問卷調查之主要目的是期望藉由實證分析，來解釋臺北市政府中山區公所辦理 96 度台北-台灣啤酒節規劃活動項目、宣導效力及市民參與程度的數據驗證。本問卷分為兩大部分，分別測量受訪者之：（一）參與者對台北-台灣啤酒節活動之情形與感受滿意度瞭解；（二）基本資料。抽樣方法為便利抽樣法（convenience sampling）。

第一部份，針對受訪者提出活動感受滿意度相關問題，分別包括：是否參與過類似活動；由何種管道得知啤酒節訊息；對於活動項目、活動服務人員態度的滿意度調查；進而詢問參與者日後是否會繼續參與本區活動，並設計開放性的問題建議供參與活動者自由填答。

第二部份，是受訪者個人資料的填答，以作為受訪者特性分析之用。本份問卷主要是希望能夠藉由簡易的問題與歸納後，瞭解此項活動，參與者對於政府承辦社區相關活動後的想法和建議。

貳、問卷調查過程

本研究係針對「臺北市中山區 96 年台北-台灣啤酒節」進行問卷調查，於 2007 年 9 月 15 日活動結束後完成。由於經費與時間的限制，本研究無法對近千名參與活動的臺北市民直接進行普查，乃採用便利抽樣方式，總共發放 280 份問卷，回收的有效問卷為 273 份，有效回收率為 97.5% (273/280)，如下表 2-1 所

* 國立臺北大學公共行政暨政策學系副教授 連絡信箱：yclue@mail.ntpu.edu.tw

** 國立臺北大學公共行政暨政策學系學生 連絡信箱：chiehjayntpu@gmail.com

示。最後，資料處理與分析乃採用 SPSS for Windows 12.0 中文版統計套裝軟體進行相關檢定分析，進而針對各問題探討實證調查的結果。

表 2-1：問卷發放與回收狀況表

問卷統計個數	份數
問卷發放數	280 份
問卷回收數	273 份
有效問卷回收數	273 份
無效問卷回收數	0 份
有效回收率	97.5% (273/280)

※資料來源：作者自製。

參、問卷調查受訪者特性分析

本研究問卷調查樣本之特性包括性別、年齡、職業、教育程度等四類，茲分別分析如下：

一、性別

本研究受訪者「男性」之人數為 143 人，所佔比例為 52.4%；「女性」共 130 人，所佔比例為 47.6%。如表 3-1 所示：

表 3-1：基本資料—性別

	次數	百分比%	有效百分比%
男	143	52.4	52.4
女	130	47.6	47.6
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

二、年齡

受訪者的年齡以「31-40 歲」者最多，共 75 人，所佔比例為 27.5%；其次為「41~50 歲」者，共 60 人，所佔比例為 22.0%。人數最少的為「20 歲以下」者，

19 人，其有效百分比僅為 7.0%。如表 3-2 所示：

表 3-2：基本資料—年齡

	次數	百分比%	有效百分比%
20 歲以下	19	7.0	7.0
21-30 歲	43	15.7	15.7
31-40 歲	75	27.5	27.5
41-50 歲	60	22.0	22.0
51-60 歲	52	19.0	19.0
60 歲以上	24	8.8	8.8
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和		100.0	

※資料來源：作者自製。

三、職業

受訪者的職業以「服務業」為最多，其人數為 75 人，所佔比例為 27.5%；其次為「其他」，共計 74 人，其比例為 27.1%；最少為「自由業」僅佔 9.5%。如表 3-4 所示：

表 3-4：基本資料—職業

	次數	百分比%	有效百分比%
電子業	29	10.6	10.7
服務業	75	27.5	27.8
自由業	26	9.5	9.6
家庭主婦	29	10.6	10.7
軍公教	37	13.6	13.7
其他	74	27.1	27.4
總和	270	98.9	100.0
遺漏值	3	1.1	
總和	273	100.0	

四、教育程度

受訪者的教育程度以「大學」為最多，其人數共 74 人，所佔比例達 27.1%；

其次為「高中職」，其人數共 71 人，比例為有效問卷的 26.7%；最少為「國小及以下」僅佔總量的 5.1%。如表 3-3 所示：

表 3-3：基本資料—教育程度

	次數	百分比%	有效百分比%
國小及以下	14	5.1	5.2
國中	25	8.4	8.6
高中職	71	26.7	27.1
專科	57	20.9	21.2
大學	74	27.1	27.5
碩士以上	28	10.3	10.4
總和	269	98.5	100.0
遺漏值	4	1.5	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

肆、次數分析

(一) 臺北市市民參與類似活動方面：

臺北市市民參與類似活動的次數，經統計結果，有效樣本 273 位當中，未曾參與的市民佔 58.6%（160 人），第一次參與的市民佔 24.2%（66 人），第二次佔 22.1%（33 人），參與三次以上的市民較少，佔 5.1%（14 人）。由此顯示：大多數參與台北-台灣啤酒節的市民以首次參加者為主，足見社區活動之參與仍未普及於大多數市民，日後應多加宣傳，並且強化活動內容使舊雨新知皆樂意參與。以上分析數據，如下表 4-1 所示：

表 4-1：臺北市市民參與類似活動方面分析表

	次數	百分比%	有效百分比%
未曾參加	160	58.6	58.6
一次	66	24.2	24.2
二次	33	22.1	22.1
三次以上	14	5.1	5.1
總合	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

(二) 臺北市市民活動獲取訊息來源方面：

臺北市市民活動獲取訊息來源的管道途徑，經統計結果，有效樣本 273 位當中，經由區公所網站得知的市民佔 8.8% (24 人)，以海報及 DM 得知的市民佔 18.3% (50 人)，透過媒體報導而得知者達 30.8% (84 人)，藉由宣傳旗幟得知者佔了 7.7% (21 人)，而由親友告知的市民則達 25.6%(70 人)，以其他方式得知的市民佔 8.8(24 人)。由此顯示出：透過媒體報導而得知者佔大多數，可見利用媒體行銷活動有相當效益。其次為親友告知來參與活動的市民，海報張貼也達到一定的效果；經由區公所網站而得知的市民為數不多，應加強市民對該網站的運用度，而豎立宣傳旗幟似乎是最不具效益的宣傳方式。以上分析數據，如下表 4-2 所示：

表 4-2：臺北市市民活動獲取訊息來源方面分析表

	次數	百分比%	有效百分比%
區公所網站	24	8.8	8.8
海報及 DM	50	18.3	18.3
媒體報導	84	30.8	30.8
宣傳旗幟	21	7.7	7.7
親友告知	70	25.6	25.6
其他	24	8.8	8.8
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

(三) 臺北市市民對於本次活動項目方面：

經統計結果，本次活動項目以主舞台藝文表演（原民歌手、新移民樂團、中東舞蹈等）最能吸引市民，所佔比例為 37.7% (103 人)；其次為園區導覽受到傾矚佔 17.2% (47 人)；開幕活動亦獲得 13.9% (38 人) 市民支持，而公益觀念宣

導攤位的比例最低，僅佔 8.8%（24 人）。以上分析數據，如下頁表 4-3 所示：

表 4-3：臺北市市民本次活動最滿意項目方面分析表

	次數	百分比%	有效百分比%
開幕活動	38	13.9	13.9
主舞台藝文表演	103	37.7	37.7
園區導覽	47	17.2	17.2
創意市集	32	11.7	11.7
公益觀念宣導攤位	24	8.8	8.8
古蹟倉庫流行音樂演唱會	29	10.6	10.6
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

（四）臺北市市民對於本次活動滿意度方面：

台北市民對於本次活動之滿意度經統計結果，非常滿意者佔總有效樣本 27.5%（75 人），滿意者佔 66.7%（182 人），兩者合計之滿意度高達 94.2%，可見市民對於本次活動相當滿意，類似的相關活動值得持續辦理。如表 4-4 所示：

表 4-4：臺北市市民本次活動滿意度方面分析表

	次數	百分比%	有效百分比%
非常滿意	75	27.5	27.5
滿意	182	66.7	66.7
無意見	12	4.4	4.4
不滿意	3	1.1	1.1
非常不滿意	1	0.4	0.4
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

(五) 臺北市市民對於本區活動日後參與度方面：

經統計結果，受訪市民中 99.3% (271 人) 表示日後願意繼續參與本區活動，足見民眾對於活動之目的與活動內容之認同。以上分析數據，如下表 4-5 所示：

表 4-5：臺北市市民日後活動參與度方面分析表

	次數	百分比%	有效百分比%
會	271	99.3	99.3
不會	2	0.7	0.7
總和	273	100.0	100.0
遺漏值	0	0.0	
總和	273	100.0	

※資料來源：作者自製。

(六) 臺北市市民對於活動辦理其他建議方面：

在開放式填答的意見收集中，我們發現共有 12 人進行其他建議的表達，市民多半對於參與啤酒節卻要自行購買啤酒有怨言，認為試喝時間應延長或是提供更多免費啤酒；無論在攤位、活動或是贈品上都應更多元化，另外交通動線也應有更加完善的規劃，參與者認為停車位及廁所難以尋覓，以上其他意見分析，如見下表 4-6 所示：

表 4-5：臺北市市民對於活動辦理其他建議方面分析表

編號	其他意見
01	需擴大宣傳
02	參與人數太少。
03	活動需更多元化。
04	啤酒應免費暢飲。
05	試喝時間應延長。
07	停車位太少。
08	找不到廁所。
09	應設立宣導教育車，使兒童也能瞭解此活動的目的。
10	餐廳可重新粉刷
11	讓室內也有演唱活動，甚至外租給企業使用
12	攤位太少，贈品太少

※資料來源：作者自製。

伍、卡方分析（交叉表）

（一）臺北市市民活動獲取訊息來源方面與年齡比較

關於臺北市市民參與本次活動後，對於獲取活動訊息的來源與參與者的年齡進行交叉比對後發現，20歲以下的市民大多經由親友告知而獲得活動訊息達10人；而21~60歲者透過媒體報導而知曉此活動有72人，其次是透過海報及DM得知者共44人；61歲以上的市民則是大多由媒體報導來得知此活動訊息佔9人。以上相關數據分析，如下表5-1所示：

表 5-1：臺北市市民活動獲取訊息來源方面與年齡比較分析表

	年齡						總和
	20歲以下	21~30	31~40	41~50	51~60	61歲以上	
如何得知 本次活動							
區公所網 站	0	5	5	7	5	2	24
海報及 DM	5	8	13	15	8	1	50
媒體報導	3	16	23	17	16	9	84
宣傳旗幟	0	2	5	8	2	4	21
親友告知	10	10	17	10	17	6	70
其他	1	2	12	3	4	2	24
總和	19	43	75	60	52	24	273

※資料來源：作者自製。

(二) 臺北市市民類似活動的參與次數與年齡比較

根據交叉表數據驗證後，30歲以下市民對類似活動的參與次數相較於其他年齡層是比較少的，如20歲以下市民第一次參與活動的人數為10人，21~30歲市民第一次參與活動的人數是28人；而31~40歲市民曾參與過類似活動兩次以上者達16人，40歲以上市民參與類似活動兩次以上者為26人。整體而言，年輕族群參與率普遍較低，可藉由擴大宣傳來吸引青年市民的加入。以上相關數據分析，如下頁表5-2所示：

表 5-2：臺北市市民類似活動的參與次數與年齡比較分析表

個數	年齡						總和
	20歲以下	21~30	31~40	41~50	51~60	61歲以上	
最近一年 零次	10	28	46	35	29	12	160
來,參加過 一次	7	12	13	15	13	6	66
幾次類似 二次	1	3	12	7	8	2	33
的社區活 二次以上	1	0	4	3	2	4	14
動							
總和	19	43	75	60	52	24	273

※資料來源：作者自製。

陸、T檢定

(一) 臺北市市民對於健行活動建議滿意度方面與性別比較

本研究針對性別之變項進行獨立樣本T檢定，分析變項對臺北市市民對於台北-台灣啤酒節活動服務人員滿意度有無差異，結果顯示無顯著性的差異。是故，以上之判讀相關分析，如下表6-1所示：

表 6-1：臺北市市民對於健行活動建議滿意度方面與性別比較分析表

題目	性別	平均數	標準差	t 檢定	顯著性 (雙尾)
您對於本次活動服務人員服務態度滿不滿意？	男	1.79	.59	.347	.729
	女	1.82	.61	.346	

p* $<$ 0.05 p** $<$ 0.01 p*** $<$ 0.001

※資料來源：作者自製。

柒、單因子變異數分析(One-Way ANOVA)

本研究針對性別、年齡、職業、學歷等變項，分別以單因子變異數統計方法，分析其對臺北市市民對於本次活動最吸引市民之項目有無差異。統計分析的結果顯示，僅有職業變項具有顯著性差異，即代表臺北市市民對於本次活動最吸引參與者之項目中，與其職業類別是有相關聯的。而其他變項結果顯示皆無顯著性的差異，因此，以上判讀之內容分析結果，如下表7-1、7-2、7-3、7-4所示：

表7-1：臺北市市民本次活動最滿意項目方面與性別比較分析表

題目	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
本次活動哪一項最吸引您	1. 男	143	3.08	1.59	1.861	.174
	2. 女	130	2.82	1.47		
	總和	273	2.96	1.54		

$p^* < 0.05$ $p^{**} < 0.01$ $p^{***} < 0.001$

※ 資料來源：作者自製。

表7-2：臺北市市民本次活動最滿意項目方面與年齡比較分析表

題目	年齡	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
本次活動哪一項最吸引您	1. 20歲以下	19	2.95	1.54	1.056	.385
	2. 21-30	43	3.14	1.42		
	3. 31-40	75	3.11	1.66		
	4. 41-50	60	3.02	1.60		
	5. 51-60	52	2.54	1.38		
	6. 61歲以上	21	2.92	1.50		
	總和	273	2.96	1.54		

$p^* < 0.05$ $p^{**} < 0.01$ $p^{***} < 0.001$

※ 資料來源：作者自製。

表7-3：臺北市市民本次活動最滿意項目方面方面與職業比較分析表

題目	職業	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
本次活動哪一項最吸引您	1. 電子業	29	3.83	1.47	3.118	.009**
	2. 服務業	75	2.89	1.57		
	3. 自由業	26	2.50	1.56		
	4. 家庭主婦	29	2.55	1.30		
	5. 軍公教	37	2.73	1.47		
	6. 其他	74	3.07	1.52		
	總和	270	2.94	1.53		

$p^* < 0.05$ $p^{**} < 0.01$ $p^{***} < 0.001$

※ 資料來源：作者自製。

表 7-4：臺北市市民本次活動最滿意項目方面方面與學歷比較分析表

題目	學歷	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
3. 您對於本次活動地點滿不滿意？	1. 國小及以下	14	2.64	1.34	.563	.728
	2. 國中	23	2.83	1.72		
	3. 高中職	73	2.92	1.56		
	4. 專科	57	3.05	1.51		
	5. 大學	74	3.02	1.51		
	6. 碩士以上	28	2.57	1.37		
	總和	269	2.92	1.52		

$p^* < 0.05$ $p^{**} < 0.01$ $p^{***} < 0.001$

※資料來源：作者自製。

捌、研究發現

本問卷針對參與臺北市中山區公所辦理台北-台灣啤酒節所有參與民眾進行抽樣訪問，本問卷分為兩大部分，分別測量受訪者之：(一) 參與者對台北-台灣啤酒節活動之情形與感受滿意度瞭解；(二) 基本資料。統計分析之後，可將本實證研究的結果摘要整理如下：

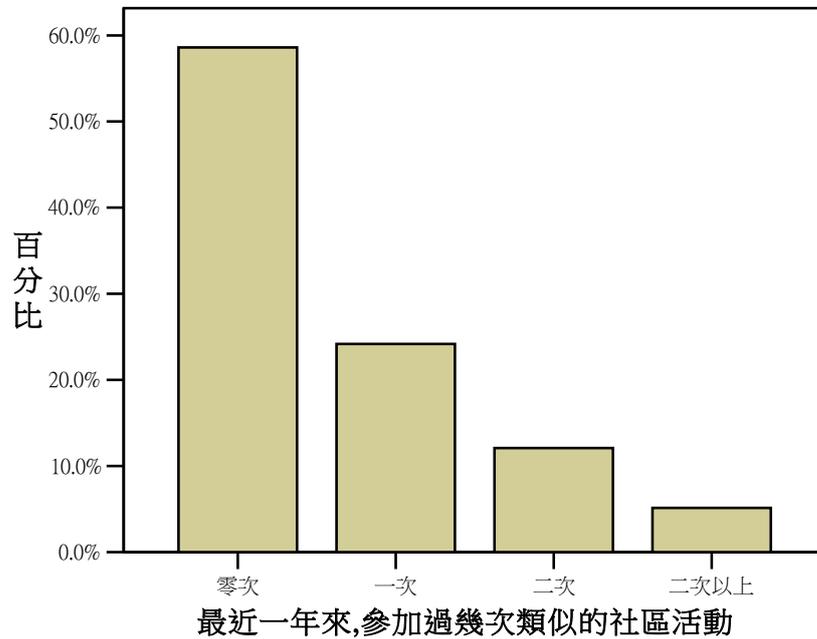
- 一、 受訪者中，男女比例接近1:1，以30~50歲的青壯年人口為最大眾，在青年參與度的比例仍有待提昇。職業則以服務業為主，其他（包含退休）及軍公教為輔，教育程度主要為大專院校，但高中職亦佔相當大的比重。
- 二、 受訪者中，之前從未參與過類似社區活動的市民高達五成以上，顯示本次活動在宣傳方面確有成效，且活動設計令受訪者滿意，表示日後仍願意參與之意願。在活動辦理上，除了保留住原有參與者外，仍應開創出新的參與者來源，使活動成員更為多元化。
- 三、 受訪者中，除 20 歲以下的市民外，大多藉由媒體報導來得知本次活動的訊息，可知現代人接收資訊來源以媒體為最大宗，日後辦理類似活動時亦可使用媒體資源來達成宣傳效果。
- 四、 本此參與活動的民眾，對於活動的內容、服務人員的服務態度及整體規劃是感到滿意的，數據呈現出高達94.2%的滿意度，對區公所辦理本項業務給予肯定與支持；但是，仍有部分民眾提出對活動時間的掌握及活動攤位的多元性提出抱怨，此謂有待強化的項目之一。
- 五、 受訪者對未來活動辦理之建議提出以下幾項：(一) 舉辦啤酒節應提供更多免費的啤酒讓民眾暢飲，試喝時間過於短暫。(二) 活動宣傳時間應更提早，使參與人數增加，達到市民同樂的目的。(三) 活動應更盛大舉辦，攤位、表演項目及贈品再多元化。

玖、相關建議

- 一、 活動參與以30~50歲青壯年居多，里辦公室應就老年人口進行重點的宣傳與動員。家庭主婦僅佔所有職業分類中的一成，活動設計可增加下酒菜的製作介紹及啤酒在生活上之應用等項目，讓家庭主婦對本活動更有參與感及向心力；另外，針對青年朋友的參與上，可以加強對中山區內之大專院校進行宣導，並結合各校康輔性、服務性或調酒社團進行合作。
- 二、 本次活動經由區公所網站得知訊息的受訪者為數不多，應提高本區市民對區公所網站的運用程度，加強網站的宣傳及維護功能；除了於區公所的網站上進行宣傳外，亦可與相關政府網站之廣告頁面或電子報發送。如：臺北市政府臺北電子報、行政院青輔會youth hub進行活動消息的傳達。
- 三、 活動前置作業方面，應先考量民眾停車是否便利，對周圍交通做好評估及規劃，否則將會降低民眾參與的意願；廁所位置是否醒目及數量是否充足也應做事先規劃，避免市民屆時找尋不到廁所。會場佈置可考量色彩搭配，如餐廳重新粉刷。
- 四、 啤酒節活動應擴大廠商的贊助量，使民眾能盡情暢飲，達到活動內容質與量均佳的程度；攤位設置亦增加招商數，使民眾有更多元的選擇，增添活動的精彩性。
- 五、 有獎徵答的時間上可再延長，在正式問答前宜先宣導觀念以加深民眾對議題的印象；部分市民反應發放的贈品數量過少，若能增加得獎機會，必可提升市民的參與興致。
- 六、 兼顧各年齡層的需求，18歲以下的市民雖無法飲酒，但可透過宣導攤位來瞭解活動意義。公益觀念宣導攤位應有更多動態的活動來與民同樂，藉由和民眾近距離接觸的機會來達到寓教於樂的功能。

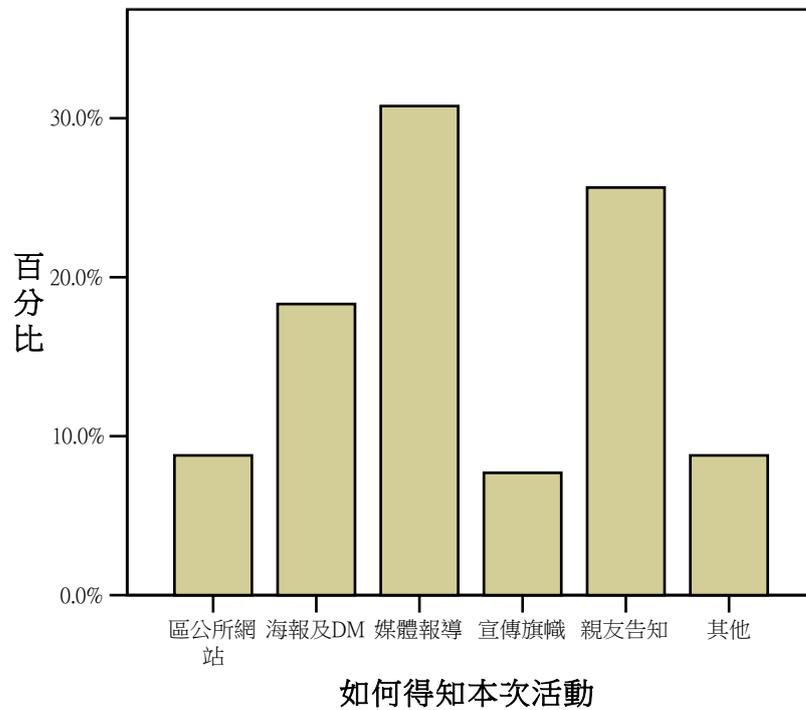
拾、附錄（圖表）

1. 最近一年來，您是否參與過類似活動？未曾參加1次2次3次以上



※資料來源：作者自製。

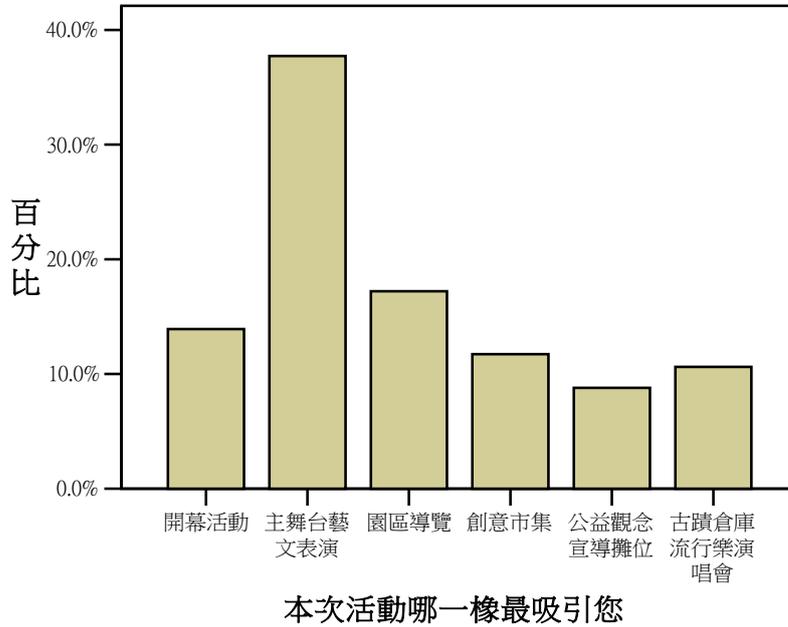
2. 請問您如何得知本次活動：區公所網站 海報及DM 媒體報導
宣傳旗幟 親友告知 其他：_____



※ 資料來源：作者自製。

3. 請問本次活動哪一項最吸引您：

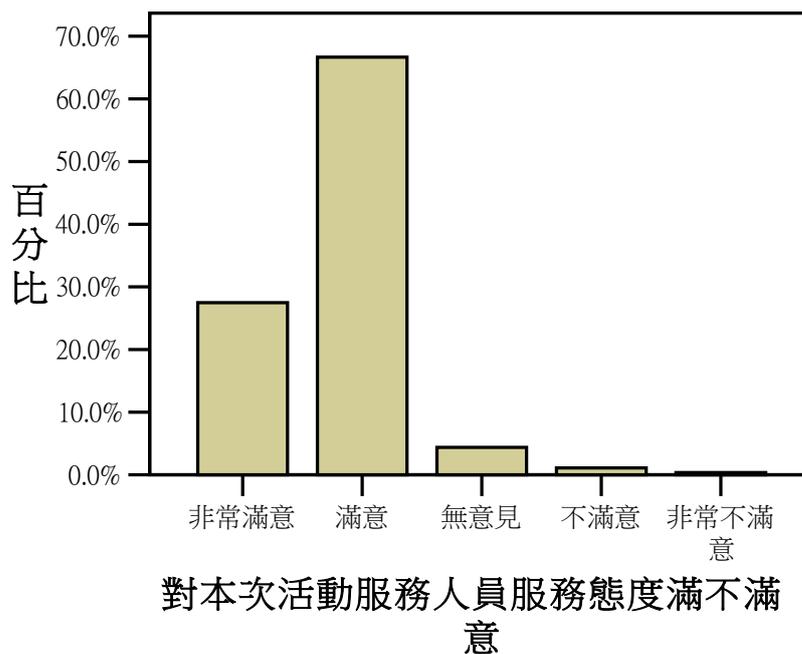
- 開幕活動 主舞台藝文表演（原民歌手、新移民舞團、中東舞蹈等）
園區導覽 創意市集 公益觀念宣導攤位 古蹟倉庫流行樂演唱會



※資料來源：作者自製。

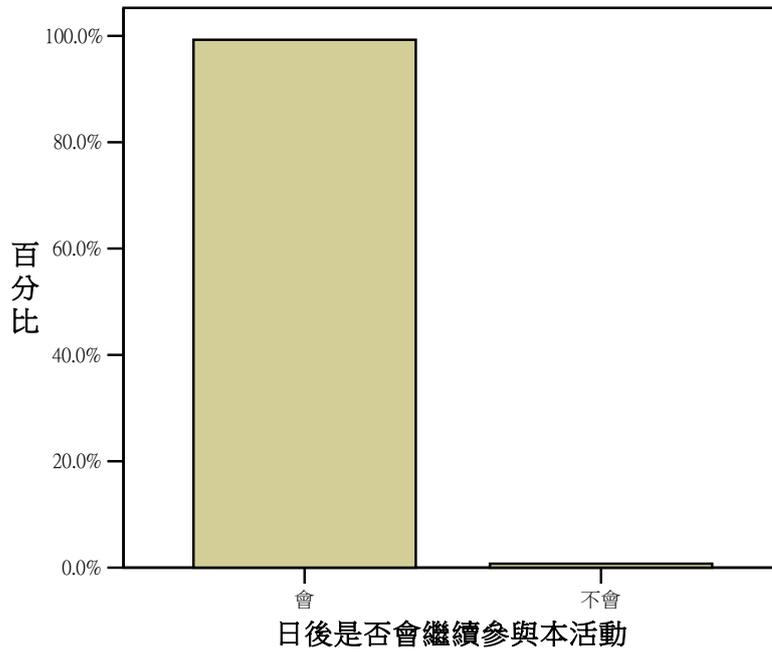
4. 請問您對本次活動服務人員服務態度滿不滿意？

- 非常滿意 滿意 無意見 不滿意 非常不滿意



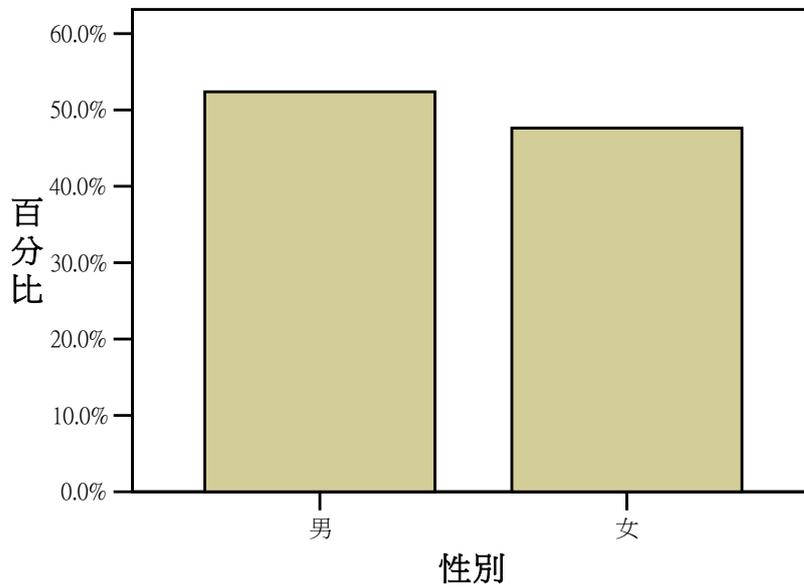
※資料來源：作者自製。

5. 請問您日後是否會繼續參與本區活動：會 不會



※ 資料來源：作者自製。

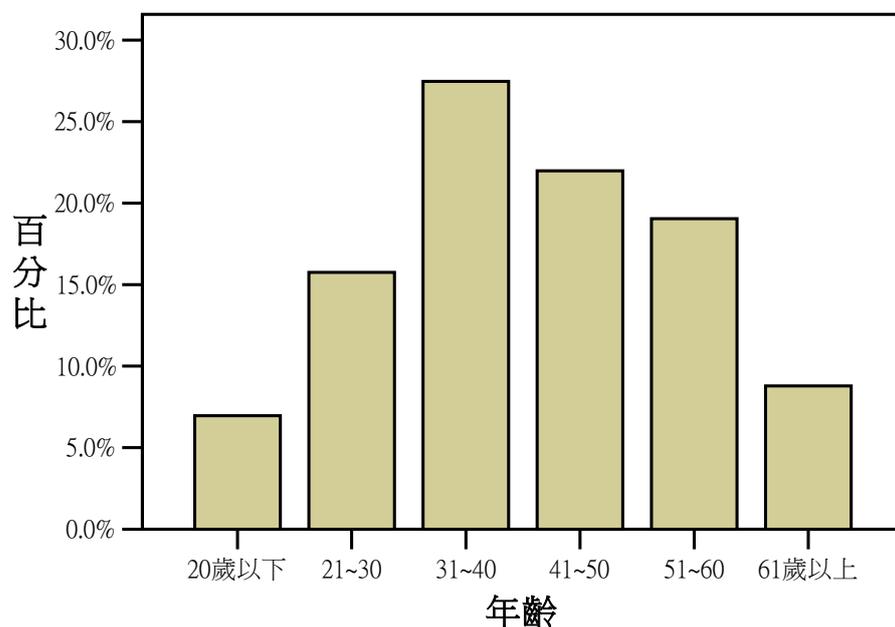
您的基本資料：1. 性別：男女



※資料來源：作者自製。

您的基本資料：2. 年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲

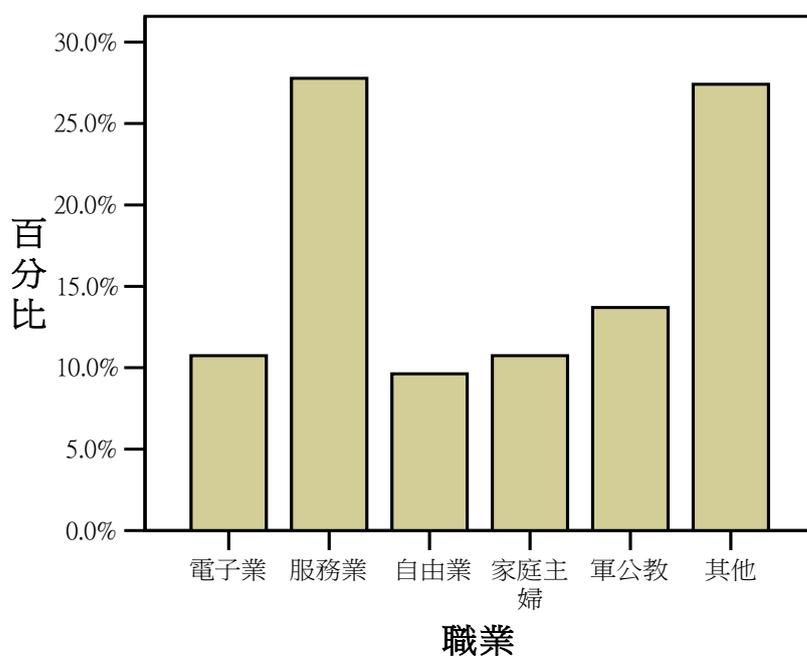
51~60歲 61歲以上



※ 資料來源：作者自製。

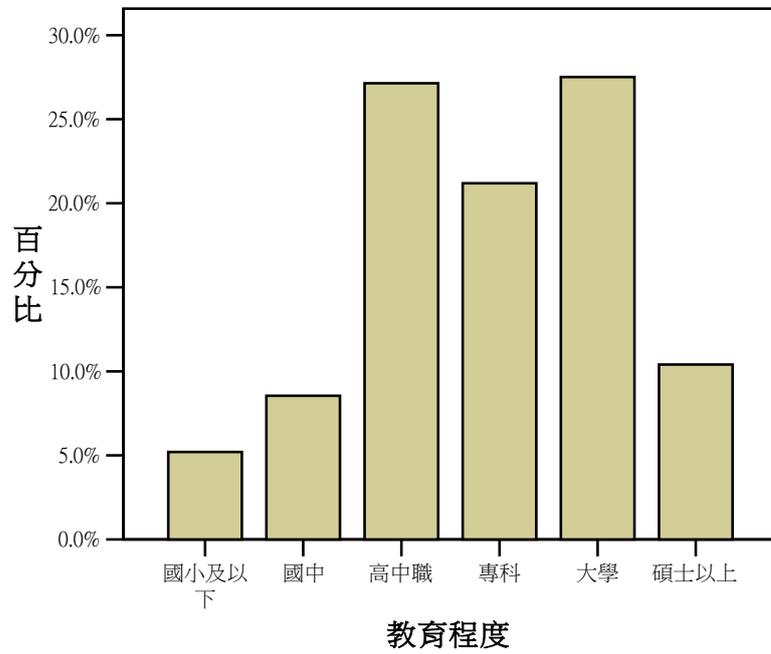
您的基本資料：3. 職業：電子業 服務業 自由 家庭主婦 軍公教

其他



※資料來源：作者自製。

您的基本資料：4. 教育程度：國小及以下 國中 高中職 專科
大學 碩士以上



※資料來源：作者自製。