

八、種苗產業輔導與技術服務

一 教育訓練

林勝富

本場積極從事種苗科技之研發工作之外，並提供了最佳之教育訓練場所。民國97年本場辦理之種苗技術訓練班、研討會、座談會如表8-1。

表8-1、97年辦理訓練班、研討會、座談會一覽表

日期	班別	參加人數	參加對象
06.11~06.13	新農業運動-築巢計畫訓練(蔬菜類)	26	社會青年
06.23~06.27	新農業運動-園丁計畫訓練	30	一般民衆
06.30~07.04	新農業運動-園丁計畫訓練	30	一般民衆
07.14~07.15	最新種子處理技術研習會	60	種子業者
07.14~07.25	植物組織培養技術訓練班基礎班	30	組培業者、農民
07.30~08.01	新農業運動-築巢計畫訓練(休閒農業)	23	社會青年
08.04~08.08	新農業運動-園丁計畫訓練	30	一般民衆
08.13~08.15	新農業運動-築巢計畫訓練(菇類)	25	社會青年
08.18~08.29	植物組織培養技術訓練班基礎班	30	組培業者、農民
08.19	種苗生技業者座談會	130	組培業者
08.25	馬鈴薯產業座談會	60	馬鈴薯業者、 農政機關
08.27	胡瓜新品種-種苗二號(青寶)觀摩會	70	農民
09.01~09.05	新農業運動-園丁計畫訓練進階班(蔬菜育苗技術)	30	一般民衆
09.15~09.19	植物組織培養技術訓練班進階班	29	組培業者、農民
09.24	種苗業者登記管理系統操作講習會	20	縣市政府種苗 業務主辦人

表8-1、97年辦理訓練班、研討會、座談會一覽表(續)

日期	班別	參加人數	參加對象
09.24~09.26	新農業運動-築巢計畫訓練(菇類)	18	社會青年
10.07~10.09	新農業運動-築巢計畫訓練(休閒農業)	23	社會青年
10.22~10.24	新農業運動-築巢計畫訓練(花卉類)	21	社會青年
10.23	仙履蘭產業發展座談會	80	仙履蘭業者
10.28	植物新品種檢定講習會	50	各試驗場所
11.12~11.14	新農業運動-築巢計畫訓練(蔬菜類)	27	社會青年
11.21	全球氣候變遷與種苗產業因應研討會	70	種苗業者與學術機關
11.24~12.05	植物組織培養技術訓練班基礎班	27	組培業者、農民
12.10~12.12	新農業運動-築巢計畫訓練(花卉類)	22	社會青年

二 農民服務－接待參訪

林勝富

本場致力種苗科技研發之成果，已成為各級農會、機關學校及團體參訪觀摩之參訪點。民國97年全年來場參觀團體計76團次3,023人次，主要以香藥草種原圃、植物組織培養、蔬菜花卉品種改良及育苗技術等為參訪項目。參訪團體以農會、各級學校為最多，其次包括農研單位、社區發展協會、產業協會等單位。

三 種苗技術訓練及農業職能標準在農業推廣之研究

林勝富

種苗為重要之內外銷農產品，但因生產成本過高，相對削弱其產品競爭能力，為解決此一問題，當從提高品質及降低生產成本二方面規劃因應。種苗產業遭遇之共同問題諸如市場資訊之掌握、行銷通路、生產策略調整、量產技術之瓶頸等均非個別業者之能力可以突破，因此，除積極辦理組織培養苗生產及管理技術之訓練外，對於訓練之成效以及推廣服務品質並應持續給予評估與改進，以符合產業之需求。

本場辦理技術訓練，學員在課程安排、訓練日數、訓練設備與環境、訓練教材內容、採用訓練方法以及講師陣容等項目，學員均有良好之反應(85%以上)，雖然整體滿意度達到82.13%，但在康樂輔導(30.38%)及伙食(65.83%)等2項尚有很大

之改進空間。學習層次評估上則由49.3分(100%)進步至73.0分(149%)。

農業漂鳥築巢計畫之建議

1. 築巢營結訓學員未來投入農業工作意願高

有(23.3%)學員表示「未來3年內會投入農業工作」,有(15.7%)表示「未來10年內會投入農業工作」。建議未來課程規劃上,可加強提供有發展潛力產業的訓練課程,以協助學員對農業經營有更深入及實務的認識及瞭解。

2. 最感興趣的農業項目為「香草、保健植物」

「築巢營」學員未來最有興趣發展的農業項目以「香草、保健植物」為最高;其次為「蔬菜種植」及「花卉」;建議未來在規劃「築巢營」課程時,可以針對上述農業項目加以介紹,以提供有意從農學員對該產業有更多的認識與瞭解。

3. 最需要政府輔導「生產技術」及「行銷管理」

從學員最需要輔導的項目分析結果,建議未來除了提供農業專業訓練課程外,針對學員有意發展的農(漁)產業,規劃於「築巢營」及「農民農業專業訓練」專業課程中提供「生產技術」及「行銷管理」等專業訓練及新知。

4. 未來從農最迫切需要的資源是「專業技術」、「土地」及「資金」

從分析結果發現,學員對「專業技術」、「土地」及「資金」等資源有迫切的需求。建議政府未來在課程規劃上,除持續提供結訓學員「農民農業專業訓練」

課程外,並針對學員從農面臨的「土地」及「資金」問題,規劃邀請關單位講授找農地及申請資金的法令規定及實務作法,並邀請歷屆已從農的漂鳥結訓學員或專業達人分享從農經驗,讓有意從農的漂鳥學員能更快地投入農業。

四 2008年植物組織培養種苗業者現況調查與分析

蔡瑜卿、廖玉珠、周明燕、黃少鵬

有鑑於植物組織培養種苗產業近幾年來變動相當大,為了解現今產業狀況,加強服務組織培養種苗業者(以下簡稱組培業者),97年度調查組培業者的生產作物種類、經營型態、規模、成本分析及自我需求評估等項目,寄發問卷及電訪約90份,回收61份業者資料進行統計分析,以下為調查結果之節錄。本次調查時並請業者提供簡介、經營理念、服務項目與照片等資料,編印2000冊業者名錄,寄發1,433冊提供政府部門及上下游業者參考。

1. 基本資料與產品類別分析

本次調查組織培養種苗業者中有向縣市政府辦理種苗業者登記者佔70.5%、辦理公司登記者佔42.6%。其經營所在地與作物生產的區域有一致性的趨勢,86.9%分布在台灣中南部地區。調查61家組培業者生產的作物種類為91.8%有生產蘭科作物、11.5%生產切花作物、13.1%生產觀

賞花木、19.7%生產特用作物、18.0%生產蔬菜及果樹作物(如圖8-1)。其中專業生產蘭花作物之業者約佔65.6%，當中生產蝴蝶蘭為85.5%、文心蘭40.0%、嘉德麗雅蘭34.5%、拖鞋蘭32.7%、虎頭蘭27.3%、國蘭23.6%及其他蘭科作物18.2%

(如圖8-2)。經統計分析經營的型態屬於組培苗專業代工者佔19.7%、只生產自有產品不做代工生產者有27.9%、其餘52.4%為屬於綜合型種苗生產者生產自行選育品系或市面上流通品系，部分亦兼營代工生產。

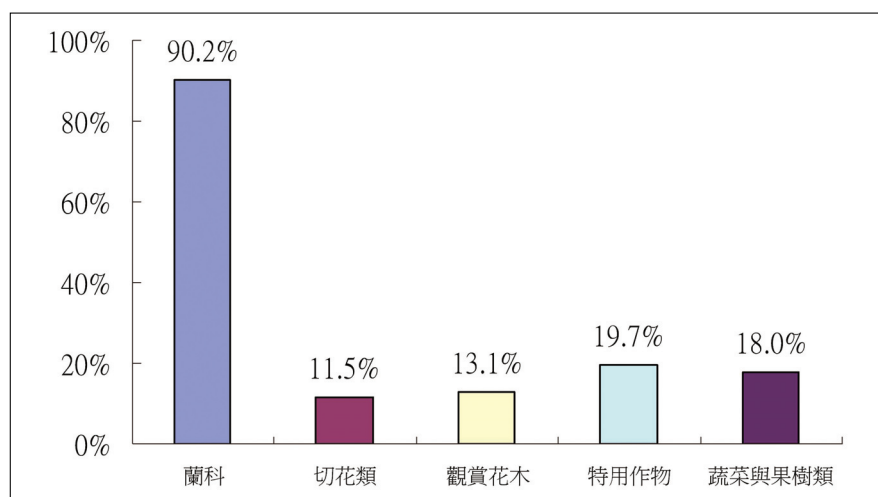


圖8-1、2008年台灣地區組織培養種苗業者經營作物種類

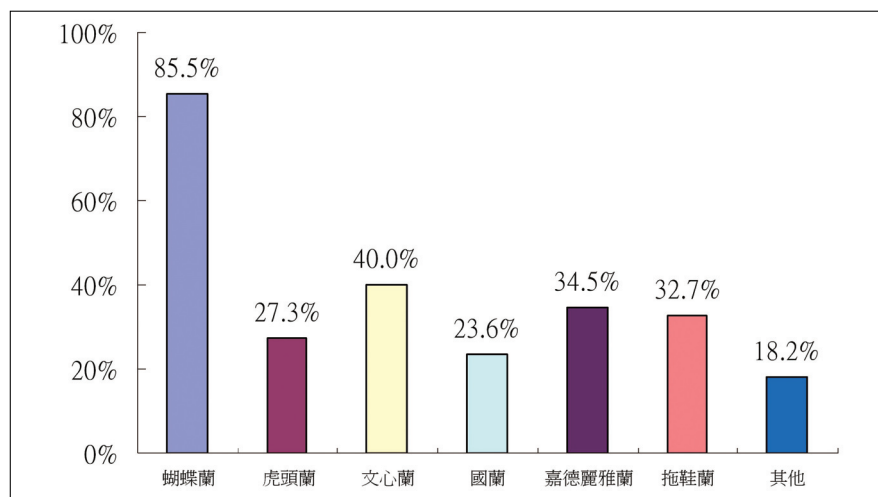


圖8-2、2008年台灣地區組織培養種苗業者經營蘭科作物之類別

2. 經營規模與設備分析

組織培養種苗業主要生產設備包括培養基配置設備、殺菌釜、無菌操作台、瓶苗培養室與培養瓶清洗設備、病毒檢測設備以及與育苗溫網室等，本次調查組培業者的經營規模除了設施設備外，尚包含員工人數，結果如表8-2。其中與生產規模關係最大者為無菌操作台數，以2008年組

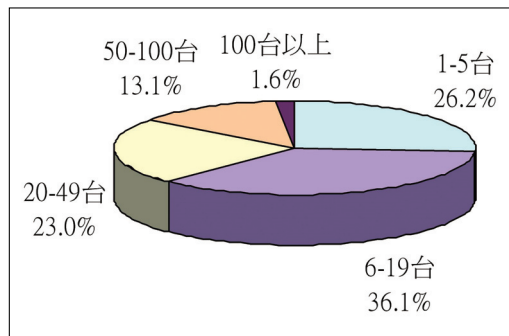


圖8-3、2008年台灣地區組織培養種苗業者操作台數

培業者操作台數進行規模分級，結果如圖8-3。

3. 產量與成本分析

因組培作物種類多、繁殖方式不同，以致各家的產能與產值差異大，加上業者願意提供本項資料的意願較低，僅能以調查資料估算組培業者平均產量為278.8萬株/年，56.9%瓶苗內銷、43.1%外銷。估算每家平均產值2,031萬元/年，內銷產值佔55.0%、外銷產值45.0%。進一步推估組培種苗產業至瓶苗階段總產值為11.1億元/年。

本次組培產業成本調查估算每家組培業者經營成本平均為1,911.5萬元/年，固定資產投資成本約為2,217萬元。各類成本如薪資、原物料、水電及能源、管銷、固定資產攤提等佔總成本之比例如圖8-4。以平均產值與成本計算其營業淨利率

表8-2、2008年組織培養種苗業者經營規模與設備調查統計表

調查項目	平均數值	備註
組織培養操作室面積	155.7坪	
瓶苗培養室面積	280.1坪	
育苗溫網室面積	3467.7坪	
無菌操作台	24.0台	產能利用率77.7%
培養基自動分注器	0.8台	普遍率為72.1%
殺菌釜容量	721.7瓶	
半自動洗瓶機	0.5台	普遍率為43.6%
全自動洗瓶機	0.2台	普遍率為18.0%
員工人數	40.3人	
組織培養作業人員	20.2人	佔員工總人數50.0%
研發人員	2.3人	普遍率50.8%
行政人員	5.2人	普遍率47.5%
幹部主管人數	7.8人	普遍率52.5%

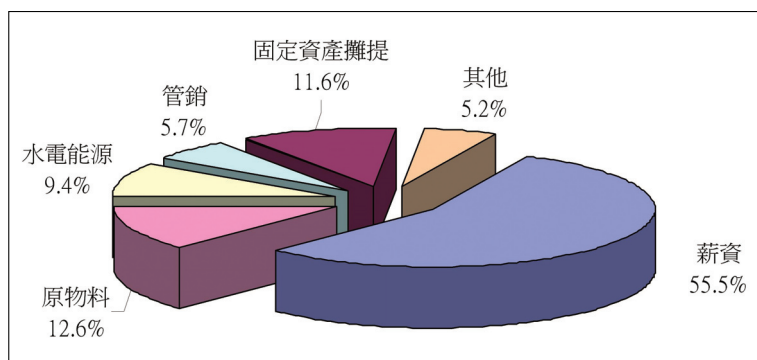


圖8-4、2008年台灣地區組織培養種苗業者經營成本分析

表8-3、組培業者需求調查結果

需求類別	需求項目與排序
技術面	產品品質穩定度提升、生產效能提升之技術 > 新作物組織培養技術的開發、塑膠組織培養瓶的開發 > 瓶苗儲運技術
流程管理面	接單與生產排程管控、生產流程標準化、節能規劃與管控、病毒檢測與管控 > 管理人才培訓、資訊條碼管理
市場行銷面	加強國外市場行銷 > 建立品牌及全球化佈局 > 智慧財產權管理與運用 > 國內市場行銷
農政單位可加強服務面	品質與產能提升、國外市場行銷資訊 > 自動化與資訊化能力提升、產學合作技術研發 > 推動優良組織培養場認證、病毒檢測服務 > 節能規劃與管控

為6.27%，若再考量資產週轉率，本產業的投資報酬率相當低，屬於微利的產業，禁不起任何的風險。

4. 產業自我需求分析

目前組培業者在技術、流程管理、市場行銷方面的自我需求評估，以及認為農政單位可加強服務組培種苗產業的項目調查結果如表8-3，其中業界自我需求度高且希望農政單位加強服務項目，主要為品質穩定度與生產效能提升，以及提供國外市場行銷資訊。這與目前組織培養種苗業者屬中小型農企業型態，未普遍設立品管

部門、研發部門與國外業務部，以致對前述項目希望農政單位加強服務。

五 農業生技產業蝴蝶蘭種苗生產之製造費用結構探討

周明燕、廖玉珠、張定霖、游振昌、
陳駿季

依據組織培養產業之製造費用屬性，將製造費用分成硬體費用、物料費用及人

力費用等三大項，依不同的經營型態，此三項費用所佔比例也有所差異(表8-4)，綜合型栽培場的製造費用結構中硬體費用佔6.31%、物料費用佔33.1%、人力結構佔60.56%；專業代工場則分別為9.87%、30.36%及30.36%。綜合型栽培場除了硬體費用之比例較低外，物料費用及人力費用之比例皆較專業代工場高，本文將逐項探討各種費用之內涵及其比例。

1. 硬體費用分析

蝴蝶蘭單株硬體費用佔整體製造費用比例9.03%，綜合型栽培場為6.31%，專業代工場為9.87%。調查資料中，綜合型栽培場之硬體設備投入成本高，但相對設備效能也高，反映經營者對事業體的規劃較具長遠性，願意投入較高的資源在硬體設備上，追求經濟規模。

組培產業的硬體費用包含硬體設施費用、操作設備費用兩大項；操作室、培養

室等建置費用屬於硬體設施費用、儀器設備及雜項設備等費用皆歸為操作設備費，兩者費用佔總硬體費用的比例依不同營運型態而出現差異(表8-5)。

以每坪建造價比較，操作室的造價從數萬至十幾萬皆有，設置端視業主對設備等級的要求程度而異，不過從調查結果顯示綜合型栽培場對操作室的等級要求高，相對投入較高成本，專業代工場比較偏向中、小型規模，資本投入相對較低。瓶苗培養室更明顯呈現兩者不同營運規模所出現的成本差異，專業代工場之培養室面積需求較少，平均建造成本每坪約需3~4萬元，綜合型業者需要大面積的瓶苗培養室，平均造價成本每坪約需1萬元，顯見經濟規模對於硬體成本的差異性。

農業硬體設施費用折舊比例一般以10年計，組織培養產業之硬體費用每年每坪約為2500元且適用於兩種經營類型。至於每坪設備所能產生的效能(即可生產之種苗數量)綜合型業者每坪面積之生產效能高達10,000株苗，遠超過一般專業型代工場。

2. 物料費用分析

蝴蝶蘭之單株物料費用佔整體製造費用31%。比較經營型態之單株物料費用，綜合型栽培場為33.13%，專業代工場僅需30.36%。在物料費用上專業代工場即呈現專業代工之優勢。

舉凡組織培養過程中所需之原物料、包裝、水電、燃料、修繕及雜項費用皆歸入本項費用。各項費用所佔之比例，由於業者之成本管理尚未上軌道，極難提供詳

表8-4、蝴蝶蘭生技業者不同經營型態之種苗製造費用比較

	總比例	綜合型栽培場	專業代工場
硬體費用	9.03%	6.31%	9.87%
物料費用	31.00%	33.13%	30.36%
人力費用	59.97%	60.56%	59.83%

表8-5、不同營運型態之硬體費用結構比較表

	綜合型栽培場	專業代工場
硬體設施費用	65%	55%
操作設備費	35%	45%

細之會計資料，表8-6所提供之組培物料費用科目比例表乃由少數業者所提供，僅供參考。

3. 人力費用成本分析

眾所皆知，組織培養產業屬於高度人力密集型產業，調查結果顯示人力費用佔總製造費用59.97%，顯示人力將是該業態成長最關鍵的因素。

蝴蝶蘭單株人力費用佔整體製造費用比例，綜合型栽培場為60.56%，專業代工場為59.83%。綜合型栽培場之人力費用比例較專業代工場略高。

人力費用結構包含直接人工、行政職員薪資、保險費、員工退休金、加班費、生產獎金等科目，在此部份，即顯示出綜合型栽培場與專業代工場在營運結構上最大的差異點。專業代工場一般歸屬為農場，人力費用幾乎全數為直接人工費用；綜合型栽培場則已漸漸朝向公司型態發展或已轉型成公司，為了符合公司法及勞基法規範，人力費用的支出項目也相對增加。綜合型栽培場人力結構中除了直接的線上生產人力外，尚須配置管理人力，由業者所提供的人力費用結構（表8-7），可以了解完整的支出結構。

營業體的規模攸關產出效益，在人力效益上即可明顯印證，綜合型公司每人每月可生產之效能高達11,000苗以上，是專業型代工場所望塵莫及。不過，由組培人力費用科目比例結構也可以了解，當農場轉型至農企業型態，組織人力增加，人力成本支出須符合勞基法的規範，健勞保及退休基金佔薪資結構5%，對於有心朝擴

表8-6、組培物料費用科目比例表

科目	百分比
組培原物料	50%
水電費	30%
雜項費用	15%
雜項購置	3%
燃料費	2%
修繕費	1%

表8-7、組培人力費用科目比例結構

直接人工	89.27%
員工薪資	0.45%
保險費	2.99%
員工退休金	1.78%
加班費	3.67%
生產獎金	1.85%
總計	100.00%

大經營規模的經營業主來說，是不得不面對的成本負荷。

本文探討只針對製造成本（直接人工、直接材料、製造費用）作分析，但有幾點成本以外的策略問題需納入思考分析：

1. 價值策略；公司永續經營首要追求的是價值最大化，市場價格定位單株的附加價值，以及銷售數量造成整體附加價值，這兩者平衡是經營定位中非常重要的課題。例如產量規模一樣的公司，因其定位不一樣，成本結構也會有差異，而造成獲利能力差異更大。
2. 經濟規模；經營者在組織內部價值活動與委外代工中，尋求最大的投資效益，委外策略會造成成本結構的差異，例如

人數規模一樣的公司，生產效率也差不多，但營收差異可能有一倍，造成獲利率、投資報酬率差距很大。

一個企業體的經營最重要的部份還是要回歸到投資報酬率，製造成本分析比較只能看出日常管理的紮實程度，其對企業獲利是有影響，但其影響還是有限的。我們在進行分析時可看出，製造成本差不多的公司，他們之間的獲利性差異很大(包括投資報酬率)，成長性差異也很大。若以每人創造營收當作生產力做比較，其高低之間差異達到一倍，關鍵就是經營策略的問題，包括市場定位、顧客的區隔、產品的策略以及外包策略的應用…等，因此，成本管理只是企業經營的一個基礎，最關鍵還是在策略性的應用。

本文所探討之綜合型栽培場及專業代工場在經營規模、人力結構都有顯著差異，製造成本之結構也有不同，但若以整體營運結果之獲利性及成長性來比較，兩者之差異立見高下，然而營運之策略涉及投入資本大小、營運風險高低及核心技術掌握程度，無法相提並論，僅能著重在各自領域裡練好基本功，蹲穩馬步後再追求事業體營運之提升。

六 人工培植拖鞋蘭登記及出口管理

蔡瑜卿

為促使我國人工繁殖的拖鞋蘭(芭菲

爾拖鞋蘭屬(*Paphiopedilum*)與鬚拉密拖鞋蘭屬(*Phragmipedium*)種苗順利出口，1999年農委會訂定拖鞋蘭登記及出口管理制度，指定本場為執行單位，辦理拖鞋蘭人工培植場證明登記及種苗出口管理相關事宜，經農委會核發拖鞋蘭人工培植場證明書者始得辦理人工培植拖鞋蘭出口。

97年元月共有綠意園藝花房、林昇輝、美琪蘭園、字芫蘭園、三和園藝工作室、順發蘭業中心、皇基股份有限公司七家拖鞋蘭業者申請拖鞋蘭人工培植場證明。其中皇基股份有限公司於3月26日撤案，因此3、4月間本場會同拖鞋蘭科技審議委員及相關縣市政府進行6家申請者實地勘查，4月間經農糧署召開拖鞋蘭科技審議委員會審核後通過，由農委會核發6家新申請者拖鞋蘭人工培植場證明書。97年度登記有效之拖鞋蘭人工培植場共有29家，這29家可向本場申辦拖鞋蘭種苗或切花出口申請案。

97年間辦理19家拖鞋蘭人工培植場拖鞋蘭種苗出口申請案260件，經核驗同意出口共計91,648株種苗、4,380枝切花，估計總出口產值約為2,281萬元。主要輸往歐洲、香港、美國、加拿大、日本、東南亞等23個國家地區(圖8-5)，輸出種類以單花之Maudiae Type 38.2%與Complex Type 23.1%、珍奇類17.3%為主(圖8-6)。

97年10月28日與台灣仙履蘭協會合辦「仙履蘭產業發展座談會」，同時舉辦拖鞋蘭銘花審查展示及拍賣活動，共吸引80餘位業者及研究人員參加。講題包括仙履蘭催花技術之研究、仙履蘭品種檢定草案

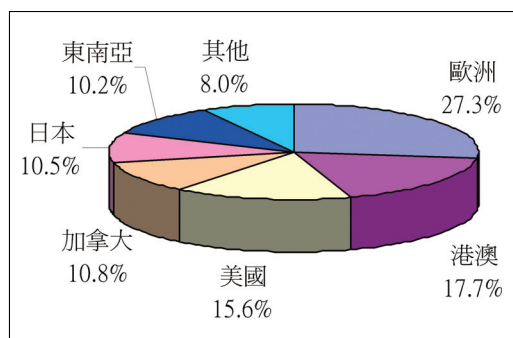


圖8-5、97年我國人工培植拖鞋蘭輸往國家地區之數量百分比

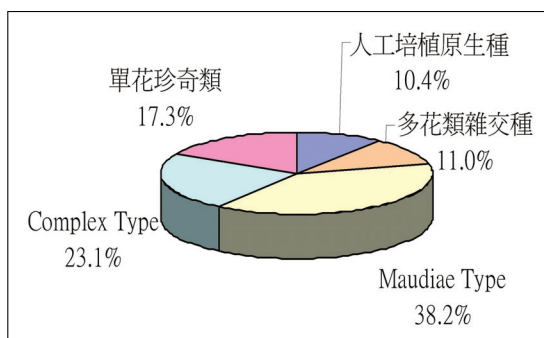


圖8-6、97年我國人工培植拖鞋蘭種苗出口種類百分比

介紹與拖鞋蘭登記及出口管理系統功能說明、農委會簽審通關作業平台—人工培植拖鞋蘭證明文件線上申辦說明、組織培養苗溫室產程管理資訊系統介紹、仙履蘭生技產業之開發與應用競爭型計畫介紹、仙履蘭產業發展新展望，藉此提供業者相關資訊與產官學溝通的機會。

七 種苗病毒驗證制度之施行現況

蔡瑜卿

本場依據動植物防疫檢疫局公告實施「植物種苗疫病蟲害驗證輔導要點」及相關作物之種苗病毒驗證作業須知，擔任豇豆、文心蘭及蝴蝶蘭等作物的種苗驗證制度的受理及檢查機關。

97年受理屏東縣里港鄉農會、本場申請栽培用、繁殖用豇豆種子病毒驗證申請案各1件，由本場檢查人員定期檢查與採樣。97年本場核發栽培用豇豆種子病毒驗證證明書2件共390公斤、栽培用豇豆種子

病毒驗證證明書1件2.3公斤。

95年原受理蝴蝶蘭種苗病毒驗證申請案6件及96年度新受理申請案3件，此9件申請案有關病毒驗證程序繼續依蝴蝶蘭種苗繁殖進度，經本場及台南區農業改良場之檢查人員實地檢查後，進行母本75個、母瓶146個與子瓶9個樣品之採樣並將樣品送農業試驗所進行CymMV與ORSV二種病毒檢定。統計本年度申請案採樣送檢定結果，母本第一次以酵素聯結抗體免疫測定法（簡稱ELISA）檢測39個樣品，合格率為92.3%，第二次以反轉錄聚合酶連鎖反應法（簡稱RT-PCR），36個樣品之合格率為72.2%，母瓶146個樣品以RT-PCR法檢定，合格率為77.4%。

本場於97年10月6日舉辦97年「豇豆種子病毒檢定驗證制度執行工作會議」邀集受理、檢查與檢定單位檢討豇豆種子病毒驗證制度的執行情形，並辦理豇豆種子病毒檢定驗證制度檢查人員訓練，以利本項工作執行經驗傳承與检查工作執行的一致性，提升驗證工作的品質。

八 花海休閒客層結構分析及效益研究

周明燕、黃少鵬、張定霖、陳國雄

1. 花海活動休閒客層結構及活動行為探討

花海活動期間，參訪人次高達百萬人，由調查結果顯示遊客之性別以女性為主，佔約6成；主要客層年齡分布以21~40歲為主、41~60歲年齡層次之。首次來到新社之遊客佔由遊客職業型態探討遊客屬性分佈(圖8-7)，以製造業17%最高，其次為學生15%、家庭主婦14%、服務業14%、軍公教人員13%。活動類型的主要以家庭型活動為多數，親友結伴出遊次之，這樣的結果也呼應客層年齡分布情況(圖8-8)。探討不同年齡層之遊客休閒旅遊活動型態，來參與花海活動之旅客以主要以踏青及休閒體驗活動佔最大數(圖8-9)。

分析遊客到花海活動之交通工具，遊客利用私用轎車到活動地點者智73.4%，摩托車者17.9%、遊覽車4.4%，利用大眾

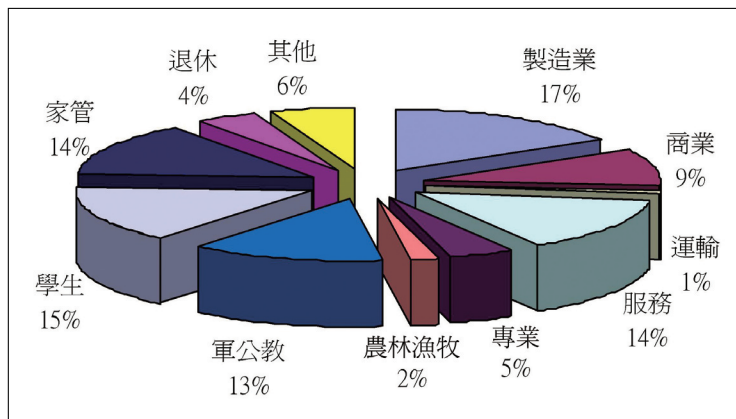


圖8-7、花海活動遊客屬性分布圖

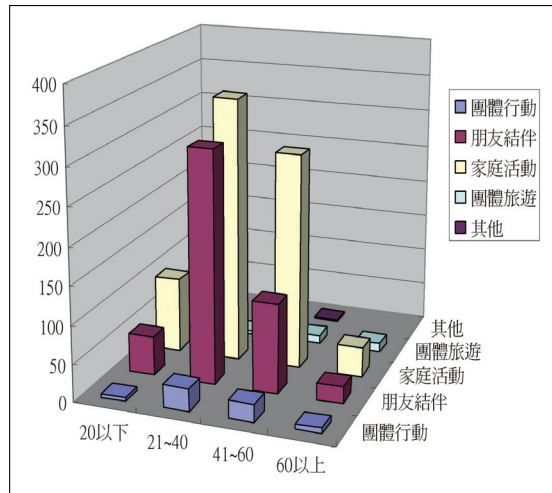


圖8-8、花海活動遊客年齡層分佈與活動類型比較

運輸工具來訪者僅有2.2%，這樣的結果也可以解釋活動期間新社地區交通打結的原因，主辦單位如何疏導交通，將是活動能否永續經營的關鍵要項。

2. 整體成效與周邊效益分析

據調查結果顯示，花海遊客中僅有28.9%是經常來訪的常客，其中偶爾來訪者佔42.6%、首次蒞臨新社者佔25.4%，

顯示新社花海行活動對新社地區客源開發有相當助益。遊客主要來自中部地區佔73%；北部地區的遊客次之佔21.2%、南部地區6.5%，僅有少數來自東部地區，顯見到新社花海活動的遊客分佈仍相當具有區域性，要將新社花海推動成全國性活動，尚待努力吸納外縣市遊客來

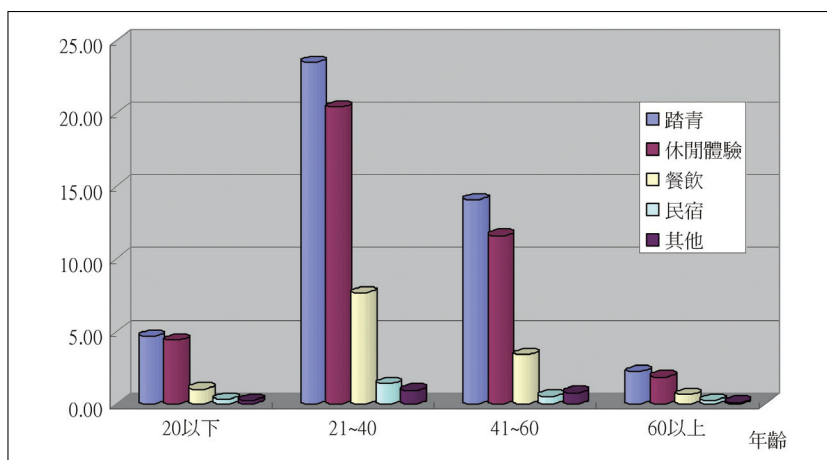


圖8-9、花海活動遊客年齡層分佈與休閒活動型態之關係

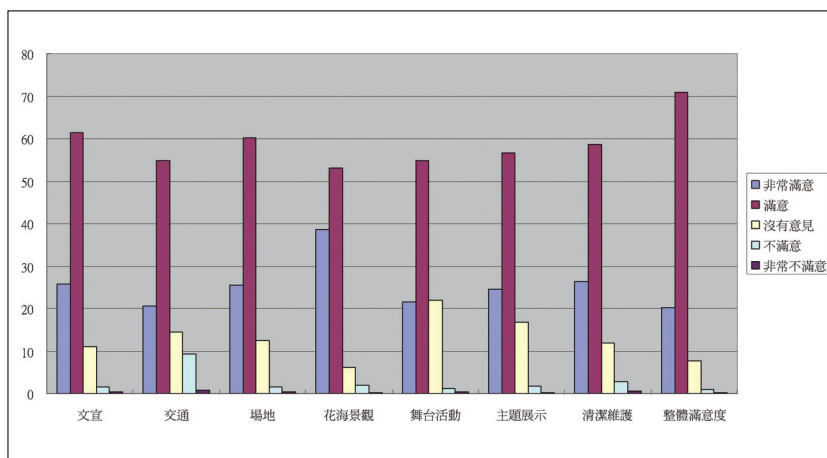


圖8-10、遊客對花海活動滿意度分析

訪。

本屆「新社花海行」系列活動整合新社、東勢、卓蘭、和平、石岡五個鄉鎮的休閒資源，以花海為輻射中心，推出「大山城休閒旅遊圈」，藉花海魅力吸引人潮，帶動大山城地區休閒旅遊產業發展，因此，除了吸引人潮到花海活動區參訪外，遊客是否能繼續順遊其他大山城休閒景點，成為本屆活動是否成功的一大重要

指標。透過調查，72%的遊客表示有順遊其他景點的計畫，計畫順遊地區依序為新社鄉54.3%、東勢鎮23.6%、石岡鄉12.8%、和平鄉7.9%，顯見花海活動已經產生輻射效應，將來可以更強化這個效應，以活動點為軸心，導引遊客向周邊旅遊消費，達到促進農村經濟活動之目標。

3. 顧客滿意度調查

遊客滿意度分析可做為下屆活動規劃

之依據，問卷設計分別由文宣資訊、交通管制、場地佈置服務、花海景觀、舞台活動、主題展示及展區清潔等七大構面來探討遊客對本次活動之滿意度，從圖8-10之調查結果顯示，從不同構面探討，則以花海景觀的滿意度最高，交通及活動區清潔維護的滿意度較低。參訪遊客對於新社花海活動整體而言都是表示肯定，整體滿意度高達91% (圖8-10)。

4. 未來休閒花海經營之改善措施

雖然遊客對整個花海活動持肯定態度，但整體而言活動仍有很大的改善空間，從遊客對活動的建議可顯示遊客對不同議題之關心程度。在建議內容中的其他項高達31%，內容主要是遊客對主辦單位表達感恩及加油，肯定並鼓勵主辦單位持續辦理相關的活動。除外，遊客的建議內容以交通議題、花海設計議題及廁所議題所佔比例最高 (圖8-11)。交通議題方面舉凡交通動線規劃欠佳、缺乏大眾運輸工具規劃、加強停車場規劃、提供交通資訊及停車場塵土飛揚等等都是遊客提出的主要內容。花海景觀方面許多意見表示花海景



觀缺少設計感、沒有主題、花卉種類應該再多樣化、缺少解說、指標不明、建議設攝影區等。公共衛生方面則抱怨廁所不足、距離太遠。至於活動展區地板太滑、垃圾亂丟、攤販區雜亂、環境設計、清潔維護尚不足、舞台被遮住；休息區的設計沒有椅子、缺避陽休息區、舞臺無遮陽等都有不少遊客提出意見；除了上述彙整出來的意見外，不少遊客也建議活動的設計可朝向藝術上街活動、發行花海郵票卡片等方面規劃。

5. 結論

由本次的調查分析明白顯示花海活動對於活絡農村經濟與發展上是值得肯定的，無論是在顧客滿意上或是經濟效益上都有達到原定之目標，對整個工作團隊來說應該是相當值得欣慰。遊客所提出的許多寶貴意見更是工作團隊在進行下一個活動規劃時最寶貴的建議。

新社花海活動占盡天時、地利、人和等優勢，一舉打開全省知名度，工作團隊除了更積極努力外，同時需要地方人士齊心努力，讓新社花海活動落實到社區運作，這將是該活動能否永續經營的關鍵因素。

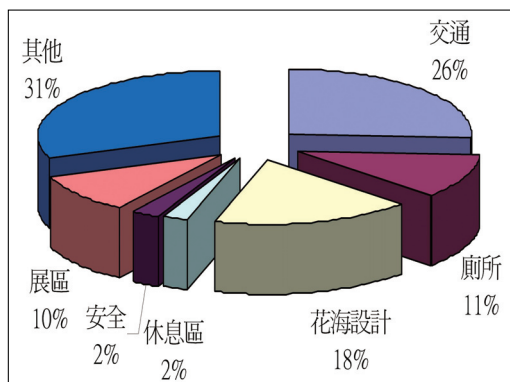


圖8-11、遊客對花海活動建議議題分布圖