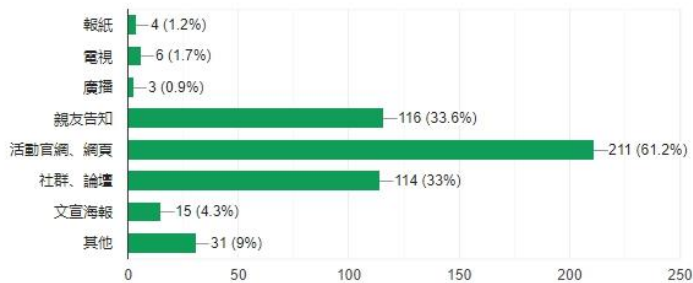


# 5-1 遊客意見分析

## 1. 請問您是從何處知道本次的活動？(可複選)

圖 7

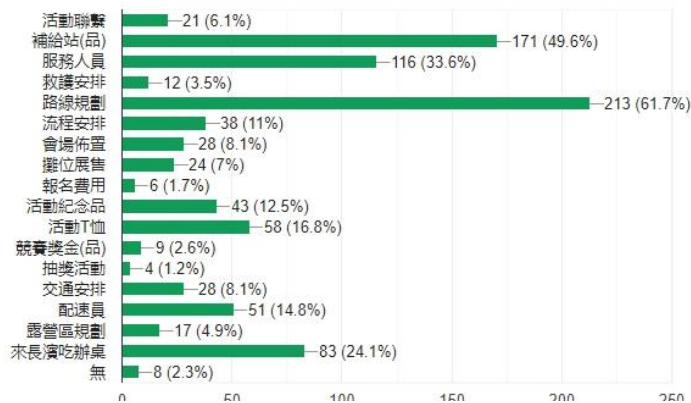
345 則回應



## 2. 請問您對本活動最滿意的部分為何？(最多可選3項)

圖 8

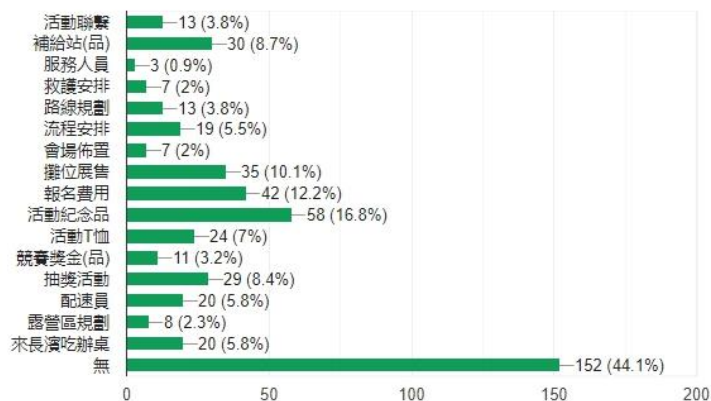
345 則回應



## 3. 請問您對本活動最不滿意的部分為何？(最多可選3項)

圖 9

345 則回應



## 5-1遊客意見分析

4.請問你對於今年起跑時間提早到04:50(全馬/半馬)、05:00(樂活組), 感受如何呢?

345 則回應

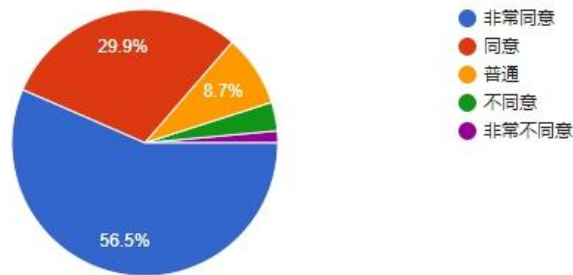


圖10

(圖7)得知活動消息管道的部分，大部分的跑友是透過活動官網、網頁得知，另外有33%選手透過社群、論壇，因此顯示活動網路宣傳部分是有效果的。此外有33%選手透過親友，表示活動已經有打出知名度並建立出口碑。

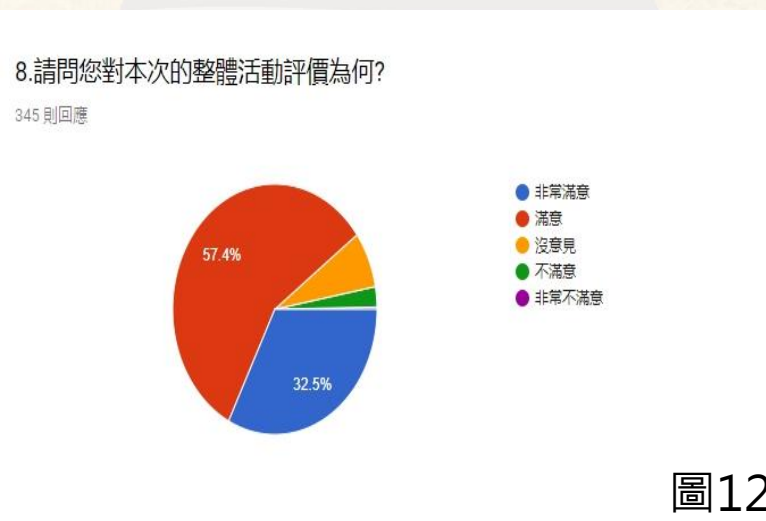
(圖8.圖9)大部分選手皆對於賽事路線、補給品、服務人員非常滿意，而不滿意的部分因今年無現金抵用券，選手想在賽後能吃點東西，但卻是抽獎模式，選手對此有點失望。

(圖10)今年把賽事提前到4:50起跑，大多數的選手(86%)對此是同意的。

## 5-1遊客意見分析

根據(圖11)調查，有9成的選手都願意再次參加賽事，而整體滿意度的部分將近九成選手都選擇滿意或非常滿意。

長濱雙浪金剛馬拉松今年舉辦第四屆，一樣獲得跑友的喜愛。我們也期待未來能不斷的給參加者帶來更多元的活動內容以及賽事規劃，讓參賽者每一年都能有不同的體驗，同時也有效提升東海岸運動觀光契機。



## 5-1商家意見調查分析

針對金剛馬拉松活動長濱地區合作業者以及活動現場攤位意見調查表，總計回收有效問券28份。其中在活動整體滿意程度，佔14%業者感到非常滿意，43%回覆滿意(圖一)。活動宣傳滿意度的部分，大多業者給於好評，36%業者感到滿意，11%業者感到非常滿意(圖二)。在業者營收的數據來看，全數業者都獲得不錯的營收，大致都有達到成長目標(圖三) 最後，在業者未來合作意願的調查中，將近九成業者有意願再次合作(圖四)。

圖1 活動整體規劃



圖2

活動宣傳

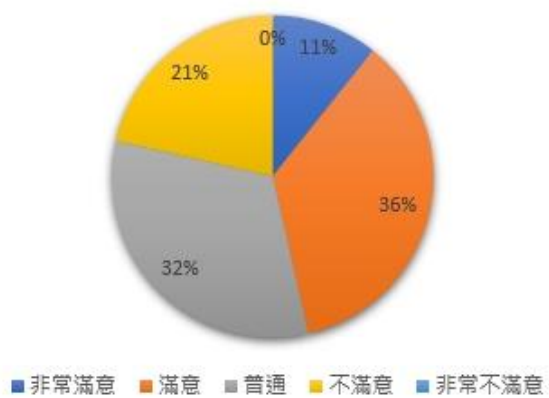


圖3活動期間整體營收(店家)

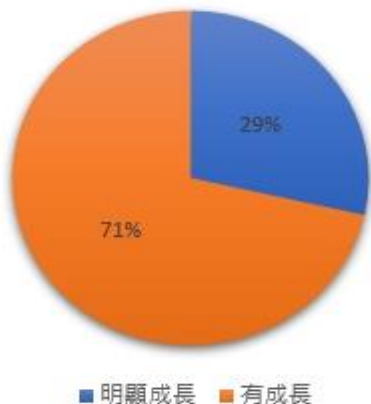
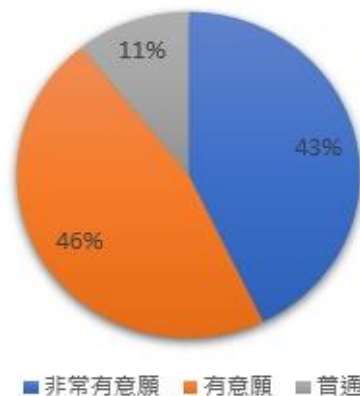


圖4未來是否有意願繼續合作



## 5-1 歷年參與人數分析

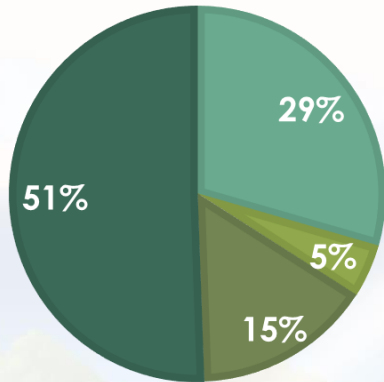
年份/組別	全馬組	半馬組	樂活組	總人數
2016	178	440	620	1238
2017	210	704	979	1893
2018	273	627	939	1839
2019	317	610	969	1896

根據金剛馬圖表顯示，2016年至2017年人數成長了1.5倍，而2017及2018年人數也維持在1800人上下，今年的全馬組突破300人，樂活組也快突破1000人，未來可以考慮在宣傳方面嘗試更多管道執行，讓更多跑者看到活動的資訊內容。

## 5-1 歷年參與區域分析

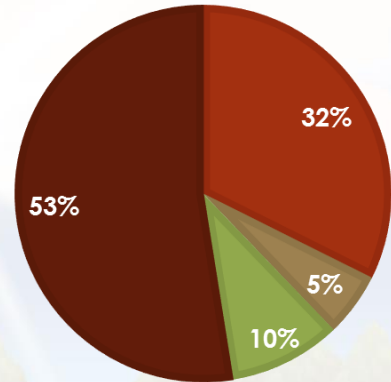
### 2016 金剛馬選手區域分布圖

■ 北部 ■ 中部 ■ 南部 ■ 東部&外島



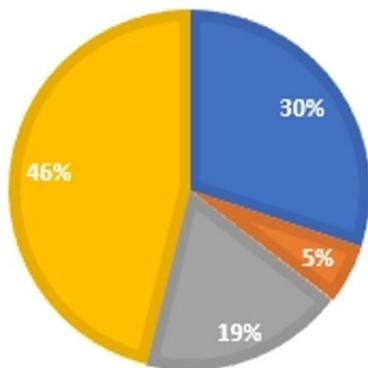
### 2017 金剛馬選手區域分布圖

■ 北部 ■ 中部 ■ 南部 ■ 東部&外島



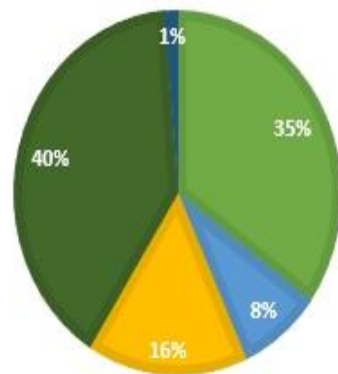
### 金剛馬選手區域 2018 分布圖

■ 北區 ■ 中區 ■ 南區 ■ 東部&外島



### 2019 金剛馬選手區域分布圖

■ 北部 ■ 中部 ■ 南部 ■ 東部&外島 ■ 外國地區



根據金剛馬圖表顯示，第一、二屆選手以東部地區為主，都佔了50%以上；而去年東部地區也是佔了46%，今年東部跟北部的人數差不多一樣，未來可以考慮除了在地的宣傳外嘗試在中部地區加強宣傳，讓更多跑友看到活動的資訊內容。