

國立臺灣師範大學管理學院高階經理人企業管理碩士在職專班
碩士學位論文

Program of Executive Master of Business Administration
College of Management
National Taiwan Normal University
Master Thesis

國人花卉購買頻率調查
Survey of Flower Purchase Frequency of Taiwan



學生姓名：廖美玲

學生姓名：Mei-Lin Liao

指導教授：沈永正博士

Advisor：Yung-Cheng Shen Ph. D.

中華民國 107 年 6 月

Jun, 2018

摘要

隨著國人生活水準逐漸獲得改善,對於美的需求也日益提高,花卉即是生活中跟「美」最為相關且隨手可得的物品之一,雖然花卉的生命週期非常短,很容易被取代,且不易整年供貨,也很困難產品規格化,產品不耐儲存和運送,但目前台灣花卉主要以出口至海外為主,對於台灣本土花卉消費的研究十分稀少,為此本研究以台灣中華民國國民為研究對象,並納入國人對參與花卉營銷的程度、使用花卉佈置居家環境程度以及影響參加花藝課程意願之因素當作國人購買花卉意願之因素,探討主要影響國人購買花卉意願之重要因素。

關鍵字: 花卉 購買意願 頻率 居家佈置 花藝展 設計裝潢



Abstract

As the living standard in Taiwan gradually improves, the desire for beauty is also increasing. Flower is one of the most relevant and readily available beauty item in Taiwan. The life cycle of flowers is very short, easily substituted by something else and not easy to fully get supplied for the whole year. It is also difficult to be standardized. Product is also very hard for storage and shipping. In Taiwan, flowers are mainly exported to overseas and the research on Taiwan' s native flower consumption is rare. The purpose of this research is to study conduct flower consumption of Taiwan' s Republic of China nationals. The topics of study cover the degree of participation of the people in flower marketing, the degree of use of floral arrangements in the home environment and factors that influence the willingness to participate in floral courses. In addition, the research studies a factor in the willingness of the people to buy flowers and important factors that mainly affect Chinese people' s willingness to purchase flowers.

Key words: flower, purchase, frequency, home environment, flower show, design decoratio.

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究流程	3
第二章 文獻探討	5
第一節 購買花卉意願之定義與相關研究	5
第二節 參與花卉營銷程度之定義與相關研究	7
第三節 使用花卉佈置居家環境程度之定義與相關研究	9
第三章 研究方法	11
第一節 抽樣方法與研究對象	11
第二節 研究工具	12
第三節 資料分析方法	15
第四章 研究結果	17
第一節 問卷信度分析	17
第二節 樣本結構分析	19
第三節 問卷敘述性統計分析	21
第四節 不同背景變項在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之因素等變項之差異性檢定	26
第五節 購買花卉意願在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之因素等變項之相關分析	106
第五章 結論與建議	110
第一節 研究結論	110
第二節 研究建議	115
第三節 未來研究建議	116
參考文獻	117
附錄一 研究問卷	120

表次

表 1 購買花卉意願問卷題目	13
表 2 參與花卉營銷程度問卷題目	13
表 3 使用花卉佈置居家環境程度問卷題目	14
表 4 Cronbach's α 係數的判斷準則	15
表 5 購買花卉頻率問卷信度分析	17
表 6 參與花卉營銷程度問卷信度分析	18
表 7 使用花卉佈置居家環境程度問卷信度分析	18
表 8 樣本結構分析表	19
表 9 請問您過去三個月中買花的次數為?	21
表 10 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品	21
表 11 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置	21
表 12 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶	22
表 13 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	22
表 14 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	22
表 15 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	22
表 16 請問您三個月內平均買花的金額為?	22
表 17 請問您最常買花的地點為?(可複選)	23
表 18 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	23
表 19 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	23
表 20 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	23
表 21 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	23
表 22 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	24
表 23 請問您平常有參加花卉促銷嗎?	24
表 24 請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	24
表 25 請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?	25
表 26 請問您花卉佈置居家環境的金額為?	25
表 27 請問您的性別 1?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表	26
表 28 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表	27
表 29 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表	27
表 30 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表	27
表 31 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表	28
表 32 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表	28
表 33 請問您的性別 1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表	28
表 34 請問您的性別 1?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表	29
表 35 請問您的性別 1?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表	29

表 36 請問您的性別 1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表	30
表 37 請問您的性別 1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表	30
表 38 請問您的性別 1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表	31
表 39 請問您的性別 1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表	31
表 40 請問您的性別 1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表	31
表 41 不同性別受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	32
表 42 請問您的性別 1?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表	33
表 43 請問您的性別 1?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表	33
表 44 不同性別受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	33
表 45 不同性別受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	34
表 46 請問您的年齡(年齡層)*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表	35
表 47 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表	35
表 48 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表	36
表 49 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表	37
表 50 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表	37
表 51 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表	38
表 52 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表	38
表 53 請問您的年齡(年齡層)*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表	39
表 54 請問您的年齡(年齡層)*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表	41
表 55 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表	41
表 56 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表	42
表 57 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表	42
表 58 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表	43
表 59 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表	44
表 60 不同年齡層受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	44
表 61 請問您的年齡(年齡層)*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表	47
表 62 請問您的年齡(年齡層)*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表	47
表 63 不同年齡層受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	48
表 64 請問您的年齡(年齡層)*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表	48
表 65 請問您的年齡(年齡層)*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表	49

表 66	不同年齡層受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	49
表 67	請問您的居住地點為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表.....	50
表 68	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表	51
表 69	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表	51
表 70	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表	51
表 71	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表	52
表 72	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表	52
表 73	請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表	53
表 74	請問您的居住地點為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表.....	53
表 75	請問您的居住地點為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表	54
表 76	請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表	55
表 77	請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表	55
表 78	請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表	55
表 79	請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表	56
表 80	請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表	56
表 81	不同居住地區受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	57
表 82	請問您的居住地點為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表.. 錯誤! 尚未定義書籤。	
表 83	請問您的居住地點為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表.....	58
表 84	不同居住地區受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	59
表 85	請問您的居住地點為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表	59
表 86	請問您的居住地點為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表.....	60
表 87	不同居住地區受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	60
表 88	請問您的最高學歷為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表.....	61
表 89	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表	62
表 90	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表	62
表 91	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表	63
表 92	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表	63
表 93	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表	64
表 94	請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表	

又列表.....	64
表 95 請問您的最高學歷為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表.....	65
表 96 請問您的最高學歷為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表.....	66
表 97 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表.....	66
表 98 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表.....	67
表 99 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表.....	67
表 100 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表.....	68
表 101 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表.....	68
表 102 不同教育程度受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	69
表 103 請問您的最高學歷為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表	71
表 104 請問您的最高學歷為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表....	71
表 105 不同教育程度受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	71
表 106 請問您的最高學歷為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表	72
表 107 請問您的最高學歷為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表.....	72
表 108 不同教育程度受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	73
表 109 請問您的年收入為?*請問您過去三箇月中買花的次數為? 交叉列表.....	74
表 110 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表.....	74
表 111 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表.....	75
表 112 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表.....	76
表 113 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表.....	76
表 114 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表.....	77
表 115 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表.....	77
表 116 請問您的年收入為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表.....	78
表 117 請問您的年收入為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表.....	80
表 118 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表.....	81
表 119 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表.....	82
表 120 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表.....	82
表 121 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表.....	83
表 122 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表.....	84
表 123 不同年收入受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	84

表 124	請問您的年收入為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表	87
表 125	請問您的年收入為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表.....	88
表 126	不同年收入受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	88
表 127	請問您的年收入為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表	89
表 128	請問您的年收入為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表.....	89
表 129	不同年收入受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	90
表 130	請問您的宗教信仰為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表.....	92
表 131	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表	92
表 132	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表	93
表 133	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表	93
表 134	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表	94
表 135	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表	94
表 136	請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表	95
表 137	請問您的宗教信仰為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表.....	95
表 138	請問您的宗教信仰為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表.....	97
表 139	請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複 選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表	97
表 140	請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複 選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表	98
表 141	請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複 選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表	98
表 142	請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複 選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表	99
表 143	請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複 選)_5 節慶促銷活動 交叉列表	100
表 144	不同宗教信仰受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定	100
表 145	請問您的宗教信仰為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表	102
表 146	請問您的宗教信仰為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表.....	103
表 147	不同宗教信仰受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定	103
表 148	請問您的宗教信仰為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境 嗎? 交叉列表	103
表 149	請問您的宗教信仰為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表.....	104
表 150	不同宗教信仰受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定	104
表 151	各構面之相關	109

圖次

圖 1 研究流程	4
----------------	---



第一章 緒論

本研究第一章緒論包含三個部分進行說明，第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的，第三節為研究流程。

第一節 研究背景與動機

台灣是一個位於熱帶的島嶼，不僅地勢起伏大，更擁有許多得天獨厚的氣候與環境，適合種植各式各樣的花卉。花卉是一種具有高附加價值的產業，早期台灣的花卉生產，早期大都是零星栽培居多，進入 1980 年代以後，逐漸轉型為以專業化和企業化的經營方式發展。李皇照(2004)指出近幾年在政府的重視與努力輔導下，花卉外銷日逐漸回溫，國人對於花卉的關注與喜愛程度亦日益高漲，過去二十餘年間，花卉栽植面積亦不斷擴大。根據行政院農業委員會所出版之農業統計年報指出，1990 年花卉種植面積約 6206 公頃，2016 年已增加至 14409 公頃，其中花卉種植種類的變化，也反映出台灣消費市場對花卉產品偏好和需求正在不斷改變。

陳鵬宇(2009)認為一個國家的花卉消費水準常被視為社會精神文明的一項指標，和該國的經濟發展、社會文化、產業發達程度以及國民花卉消費知識水平息息相關。雖然台灣每人年均花卉支出金額缺乏確切的統計數據，但根據李皇照(2004)依據供給面與運銷面所估計出的結果，每人年均對於花卉的支出約為 25-30 美元，雖然與其他主要消費國家相比仍有一段很長的路要走，但每年的花卉交易總額仍不斷地在提升，隨著社會上對於居家空間、環境綠化、生態自然、養生健康的關注與聲量日益提高，未來台灣花卉市場的成長潛力仍然值得我們期待。

綜上所述，為了更了解國人在花卉消費上的態度，本研究以國人花卉購買頻率調查為研究主題，探討國內花卉消費族群，以多面向的問卷題目來了解國人在購買花卉意願、參加花卉營銷程度以及使用花卉佈置居家環境程度。

第二節 研究目的

根據上述研究背景與動機得知，隨著國人生活水準逐漸獲得改善，對於「美的需求」也日益提高，花卉即是生活中跟「美」最為相關且隨手可得的物品之一，雖然花卉的生命週期非常短，很容易被取代，且不易整年供貨，也很困難產品規格化，產品不耐儲存和運送，但目前台灣花卉主要以出口至海外為主，對於台灣本土花卉消費的研究十分稀少，為此本研究以台灣中華民國國民為研究對象，並納入國人對參與花卉營銷的程度、使用花卉布置居家環境程度以及影響參加花藝課程意願之因素當作國人購買花卉意願之因素，探討主要影響國人購買花卉意願之重要因素。因此，本研究如後提出三項研究目的：

- 一、國人參與花卉營銷的程度，是否對購買花卉意願具有顯著正向影響力。
- 二、國人使用花卉布置居家環境程度，是否對購買花卉意願具有顯著正向影響力。
- 三、本研究結果可提供給台灣花卉產業做為行銷策略之參考依據。



第三節 研究流程

本研究流程共分為八個階段著手進行，第一階段為確立研究背景與動機，研究者根據自身研究興趣主題廣泛蒐集相關資料，了解目前社會現況以及過去研究不足之處，藉此提出目前相關研究議題可繼續發展之方向，進而確立第二階段的研究目的，根據研究目的大量搜尋與閱讀相關研究，彙整過去研究學者對於本研究愈探討變數的定義，以及變數之間的理論關係，並在此過程中，撰寫第三階段的文獻探討，說明各變數之定義、構面與相關研究結果之發現。再進入第四階段，思考本研究可行且適合的研究方法。因本研究預計以問卷調查法為主，所以第五階段為設計研究問卷之題目內容，待確認問卷內容符合研究議題所需，即可進入第六階段發放與回收問卷，等待問卷回收份數達到預期之目標時，則可開始第七階段，著手整理問卷資料，剔除無效問卷資料，再進行後續的問卷數據資料統計分析作業。最後第八階段為結論與建議，本研究根據研究分析的結果說明研究的主要發現與結論，參考過去相似研究提出討論，並提出影響國人購買花卉意願之重要因素，同時，瞭解國人對於美麗事物購買意願之關鍵因素。



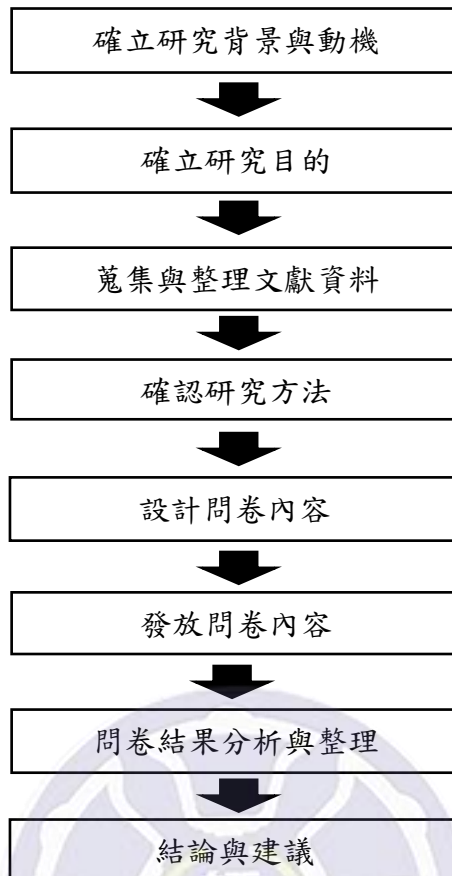


圖 1 研究流程

資料來源：蔡旭輝(2018)。影響青少年購買意願的相關因素探討—以五月天演唱會為例（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，台北市。

第二章 文獻探討

本研究第二章文獻探討包含三個部分進行說明，第一節為購買花卉意願之定義與相關研究，第二節為參與花卉營銷程度之定義與相關研究，第三節為使用花卉佈置居家環境程度之定義與相關研究。

第一節 購買花卉意願之定義與相關研究

一、購買花卉意願之定義

在購買意願定義方面，Dodds, Monroe, and Grewal(1991)認為購買意願指消費者企圖購買此產品的可能性。Spears and Singh (2004)則把購買意願定義為「個人為了購買某項產品而有意識地做出的努力」，購買意願也是消費者計劃購買特定產品所採取的行動。

在購買意願的功能與來源方面，Schiffman and Kanuk(2000)認為購買意願可衡量消費者購買某項產品時的可能性，購買意願愈高表示購買的機率愈大。Liebermann and Flint-Goor(1996)指出消費者獲取資訊的來源會使消費者偏好產生差異，進而影響其購買意願。Zeithaml(1988)和 Dodds, Monroe, and Grewal(1991)則認為消費者的購買意願通常在知覺上獲得利益與價值之後，才會產生購買意願。Broniarczyk & Alba(1994)、Keller & Aaker(1992)和 Morwitz, Johnson, & Schmittlein(1993)亦表示購買意願通常被用於廣告行銷的各個領域中，包括廣告文案前測、後續追蹤調查、品牌評估和品牌延伸等。

整合上述，本研究採用整體購買意願之概念，試圖於購買意願衡量題目中納入上述不同購買意願構面之意涵以及本研究探討之主題，將購買意願定義為「國人購買花卉的可能性或機率」。

二、購買花卉意願之相關研究

早期花卉消費研究多半以問卷方式進行調查，吳明珠(2000)和楊葆茜(1995)的研究即是以總體的角度來解釋國內花卉的消費情形，潘德芳(2000)和廖思婷(2003)則是利用市場區隔原理將消費者分類。

楊葆茜(1995)認為消費者購買花卉的動機包含個人嗜好、美化庭園、送禮、節日以及美化居家環境等因素。吳明珠(2000)和楊葆茜(1995)指出消費者購買花卉時會考慮的

因素有種類、顏色、形狀、品質、耐久情形、栽培難易度、價格、買給誰、預算、個人喜好、安全衛生、組合、氣氛、用途與花語等。但潘明全、蔡健雄、許恆明（1999）針對台北市與東京都消費者在花卉的消費研究中，則指出兩地的消費者最普遍重視價格與品質（各佔 70.7%、40.7%），顯示消費者事實上在感性之餘，仍相當理性。

整合上述以及本研究之主題，將購買花卉意願定義為國人對購買花卉的可能性或機率，故將購買花卉意願分為「買花次數」、「什麼情況下買花」、「買花金額」、「買花地點」與「何種方式會增加買花意願」等五個構面進行衡量。



第二節 參與花卉營銷程度之定義與相關研究

一、參與花卉營銷程度之定義

在價格的促銷上，Raghubir and Kim(1999)認為價格促銷是指在進行銷售活動時，針對某項產品或服務給予較低售價的動作，或是在相同價格時給予較多的產品或是服務。國內學者王又鵬(1993)對減價優待(Price-Off) 的定義則是在產品的標籤或是外包裝上，註明給消費者的價格優惠。Hoyer 及 Brown (1990)亦說明了價格促銷目的即在於使追尋成本極小化的消費者，在面對價格變化程度較高時，能提高其消費量。

在促銷對象方面，Kotler(2000)因著對象不同，將促銷活動分為消費者促銷活動(Consumer Promotion)、商業促銷活動(Trade Promotion)以及銷售人員促銷活動(Sale Force Promotion)三種，其中商業促銷活動與銷售人員促銷活動的目的通常是在強化消費者促銷之效果。Hsu、Wang and Wen(2006)及 Raghubir and Kim(1999)則認為當廠商要獲得立即的市場反應時，多會採取價格促銷，以提供經濟誘因、吸引消費者消費。

在展覽的定義與功能方面，陳芳倩(1994)認為展覽是一項思想的闡釋工作，它包含以往史實的解說和特定事物新發展的宣導和教導。其展覽的功能，在於一方面要將先民的生活文化提供給大眾欣賞，使參觀者對生活演進及文化傳承有所了解。另一方面要推展現代生活的美術活動以喚起民眾關懷社會環境的能力，發現生活週遭美的情趣。

整合上述，本研究採用促銷活動與參與文藝活動之概念，試圖於參與花卉營銷程度衡量題目中納入上述不同構面之意涵以及本研究探討之主題，將參與花卉營銷程度定義為「國人對於參與花卉促銷以及展覽的接受度與意願」。

二、參與花卉營銷程度之相關研究

陳怡臻(1998)提出 1980 年以前為台灣花卉產業的創始期，當時以台北橋頭為最主要的集散零售批發市場，經營者大多以傳統的叫賣的方式進行，交易方式也停留在口頭議價為主。在 1972 年正式立法核可下，台灣成立了第一個以花卉推廣為宗旨的「財團法人台灣區花卉發展協會」，開啟了國內早期的花卉推廣宣傳活動。

1980 年至 1990 年代中期則為花卉產業的開拓期，期間設立的「台灣區花卉輸出業同業公會」不僅負責輔導國產花卉拓展外銷業務，也將國外花卉最新的流行動態帶入台灣，使台灣花卉產業不與國際脫軌。林嬰倫(2006)與王內建(2009)亦指出此時期通路

機制日益完善，加上國民所得的提升，台灣人民開始注重生活品味，花卉批發市場開始使用電腦化連線交易的拍賣設備，使花卉產業更為數字化與現代化，成為另一種具有高利潤產值的產業。

1997 年後則為台灣花卉市場發展的穩定期，政府開始會和民間業者合作舉辦多場大型花卉展覽以及花卉產品的宣傳推廣活動，深化了大眾對於花卉文化的了解。但林嬰倫(2006)亦指出 1997 年後花卉整體供貨總量逐漸趨緩，可能原因是供給數量、品質、可替代性、產品生命週期、促銷活動已不足以滿足消費口味日益複雜的台灣市場。

綜上所述，價格、獲取資訊(看展覽)為影響國人購買花卉意願的關鍵因素，為此本研究採用「參與花卉營銷程度」當作影響國人購買花卉意願之主要因素，探討國人對參與花卉營銷程度與購買花卉意願之關係，並探討不同背景變項在對參與花卉營銷程度之差異。



第三節 使用花卉佈置居家環境程度之定義與相關研究

一、使用花卉布置居家環境程度之定義

黃莉涓(2014)認為現代人物質生活充裕，對生活各方面的要求已經不單只有實用上的功能，唯有商品要具有特色才能獲得大眾青睞，其中以具內涵、能表現個人風格及生活品味與態度的商品較能感動人心。在經濟部中小企業處的「中小企業感質優化計畫」中所提出的「感質」元素，亦指的是一種生活的意義與情感滿足，促使人心感到浪漫、觸動消費者內心的情感，其中包含了魅力、美感、創意、精緻與工學等五個因素。

潘忠煜與楊士鴻(2013)亦指出購買物品的動機已經不再單純為解決生活上的不便，而是滿足心靈上情感上的需求，透過使用生活用品來傳遞感受、經驗與回憶，享受好的感質商品以帶給我們的愉悅所產生的幸福滿足感。

黃莉涓(2014)亦提出生活美學指的是一種面對生活環境的態度和美感能力，也是尊重自己、尊重他人與尊重環境的展現。另外，美感是人類與生俱來的一部分，只要細細培養即能廣泛的利用在生活裡，提升精神生活的品質。

整合上述，為了量化國人利用花卉提升的生活品質，本研究採用探討是否有請人專門以花卉裝飾居家環境與其支付的金錢多寡之概念，試圖於使用花卉佈置居家環境程度衡量題目中納入上述不同構面之意涵以及本研究探討之主題，將使用花卉佈置居家環境程度定義為「國人對於使用花卉裝飾居家環境以提升生活品質的努力程度」。

二、使用花卉布置居家環境程度之相關研究

Bhatti and Church(2001)認為有別於其他的園藝活動，都市居家園藝牽涉更廣泛的家庭關係、生活經驗、空間設計、情感認同與家務分工等範疇，特別是與自己的父母親、小孩、親戚和好友之間最真實的互動與想像，活動當下的實踐也常勾起童年時代的記憶、充滿懷舊情感。畢恆達(2001)則對於「家」有了一番詮釋，「它必須要經由持續個人化、經營與情感的投入才可能成為家，家包含了我們的賦予空間的心理、社會與文化意義。所以金錢可以買到住屋，卻無法買到一個家。」

Hoyle(1991)亦認為作為居家空間的一部分，研究庭院與園藝活動，有助於提升當代對家的意義的理解。另外，庭院的意義是多面向的，不僅蘊含著重要的概念，更包含我們的感官、歷史以及對文化政治的關係。此論點亦獲得 Bhatti and Church(2001)的

認同，園藝的實踐、庭院的形式與設計，除了要考慮階級因素外，和年齡、性別、收入、時間、娛樂態度都有很大的關係，也反映出不同的文化與國族認同，如世界各大城市中可見的空中花園，就顯示出庭院多元的意義與社會脈絡。

Power(2005)指出當把植物作為觀賞之用時，單一植物的重要性在於對整體景觀配置的貢獻。花卉本身的花朵不僅提供我們漂亮可愛、色彩繽紛的感受，葉子的形狀、質地也成為凸顯主題的重要選擇。Hitchings(2003)亦提出當庭院成為展演空間時，就必須選擇正確的素材與適合的植物，以凸顯其「價值」。

綜上所述，家的感覺與適當的植物配置(專家協助與收費)亦可能成為影響國人購買花卉意願的關鍵因素，為此本研究採用「使用花卉布置居家環境程度」當作影響國人購買花卉意願之主要因素，探討國人對使用花卉布置居家環境程度與購買花卉意願之關係，並探討不同背景變項在對使用花卉布置居家環境程度之差異。



第三章 研究方法

本研究第三章包含三個部分進行說明，第一節為抽樣方法與研究對象，第二節為研究工具，第三節為資料分析方法。

第一節 抽樣方法與研究對象

本研究旨在探討國人購買花卉之意願，所以本研究以居住在台灣的中華民國國民為研究對象，採用便利性取樣，預計蒐集 250 位中華民國國民接受本研究的問卷調查，為避免受到地區與時間的限制，本研究主要採用網路問卷的形式，供願意協助問卷調查之中華民國國民填答，預計於 2018 年 2 月 28 日至 2018 年 3 月 31 日期間發放問卷，待確認回收足夠份數之問卷後，再進行後續的統計分析作業。



第二節 研究工具

一、個人基本資料

本研究主要蒐集受試者「性別」、「年齡層」、「居住地區」、「教育程度」、「職業別」、「年收入」以及「宗教信仰」等七項個人背景變項，探討不同人口背景變項之受試者在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」之差異性。

二、購買花卉意願問卷設計

本研究購買花卉意願問卷主要參考並修改王內建(2010)設計之「消費者花卉購買行為之研究」問卷題項內容，共計 5 題，「過去三個月中買花的次數」採用 4 點選項進行評分，共分成「沒有」、「1~2 次」、「3~5 次」及「6 次以上」等四個尺度；「何種情況下會買花」採用 6 點選項進行評分，共分成「節慶禮品」、「居家佈置」、「婚喪喜慶」、「公益活動」、「商業用途」及「個人喜好」等六個尺度；「三個月內平均買花的金額」採用 7 點選項進行評分，共分成「100 元以下」、「101~300 元」、「301~500 元」、「501~1000 元」、「1001~3000 元」、「3001~5000 元」及「5001 元以上」等七個尺度；「最常買花的地點」採用 4 點選項進行評分，共分成「花店」、「花卉市場」、「花店」及「路邊攤」等四個尺度；「何種方式會增加您購買花卉的意願」採用 5 點選項進行評分，共分成「搭配花藝課程教學」、「與弱勢團體合辦公益活動」、「於花博、花藝展覽推出新產品」、「與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案」及「節慶促銷活動」等五個尺度，當得分越高，表示受試者購買花卉意願程度愈高，表 1 為本研究購買花卉意願問卷之衡量題項。

表 1 購買花卉意願問卷題目

概念	衡量提項
購買花卉 意願	1.請問您過去三個月中買花的次數為?
	2.請問您在何種情況下會買花?(可複選)
	3.請問您三個月內平均買花的金額為?
	4.請問您最常買花的地點為?
	5.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)

資料來源：王內建(2010)。消費者花卉購買行為之研究(未出版之碩士論文)。大葉大學，彰化縣。

三、參與花卉營銷程度問卷設計

本研究參與花卉營銷程度問卷主要參考並修改黃俊傑(2011)設計之「服務設計、展覽體驗、體驗價值、顧客滿意度與推薦意願之關聯研究-以 2010 年台北國際花卉博覽會為例」問卷題項內容，共計 2 題，「平常是否參加花卉促銷」採用 2 點選項進行評分，共分成「是」與「否」等兩個尺度；「平均三個月會去看花卉展幾次」採用 4 點選項進行評分，共分成「沒有」、「1~2 次」、「3~5 次」及「6 次以上」等四個尺度，當得分越高，表示受試者參與花卉營銷程度愈高，表 2 為本研究參與花卉營銷程度問卷之衡量題項。

表 2 參與花卉營銷程度問卷題目

概念	衡量提項
參與花卉 營銷程度	1.請問您平常有參加花卉促銷嗎?
	2.請問您平均三個月會去看花卉展幾次?

資料來源：黃俊傑(2011)。服務設計、展覽體驗、體驗價值、顧客滿意度與推薦意願之關聯研究-以 2010 年台北國際花卉博覽會為例(未出版之碩士論文)。國立政治大學，台北市。

四、使用花卉佈置居家環境程度問卷設計

本研究使用花卉佈置居家環境問卷主要參考並修改王雯玲(2000)設計之「審美生活之室內空間觀-以藝文人士之居家佈置為例」問卷題項內容，共計 2 題，「請過設計裝

潢公司使用花卉佈置居家環境」採用 2 點選項進行評分，共分成「是」與「否」等兩個尺度;「花卉佈置居家環境的金額」採用 4 點選項進行評分，共分成「1000 元以下」、「1001~5000 元」、「5001~10000 元」及「10001 元以上」等四個尺度，當得分越高，表示受試者使用花卉佈置居家環境程度愈高，表 3 為本研究使用花卉佈置居家環境程度問卷之衡量題項。

表 3 使用花卉佈置居家環境程度問卷題目

概念	衡量提項
使用花卉佈置 居家環境程度	1.請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?
	2.請問您花卉佈置居家環境的金額為?

資料來源：王雯玲(2010)。審美生活之室內空間觀-以藝文人士之居家佈置為例(未出版之碩士論文)。東海大學，台中市。



第三節 資料分析方法

本研究使用 IBM SPSS 版本 22 進行問卷數據資料分析，本研究主要採用「問卷信度分析」、「敘述性統計分析」、「獨立樣本 t 檢定」、「單因子變異數分析」以及「皮爾遜積差相關分析」等五種統計分析，如後詳述各統計分析之基本概念與使用情況：

一、信度分析(Reliability Analysis)

本研究採用內部一致性的 Cronbach's α 係數作為評斷問卷是否具有的一致性之標準，並採用吳明隆(2007)提出之標準，指出 Cronbach's α 係數至少需為 0.7 以上，表示該問卷具有可接受的信度水準，若當 Cronbach's α 係數為 0.5 以下，表示該問卷的信度相當不理想，需要捨棄該問卷，詳細的判斷標準如表 4 所示。

表 4 Cronbach's α 係數的判斷準則

Cronbach's α 係數	構念	整體問卷
$\alpha \geq .90$	非常理想	非常理想
$.80 \leq \alpha < .90$	理想	佳
$.70 \leq \alpha < .80$	佳	可以接受
$.60 \leq \alpha < .70$	尚佳	勉強接受，最好增列題項或修改語局
$.50 \leq \alpha < .60$	可以接受，增列題項或修改語句	不理想，重新編製或修訂
$\alpha < .50$	不理想，捨棄不用	非常不理想，捨棄不用

資料來源：吳明隆(2007) SPSS 統計應用學習實務--問卷分析與應用統計。台北：知城。

二、敘述性統計分析(Descriptive Statistic Analysis)

本研究採用敘述性統計分析中的次數與百分比，說明研究受試者的人口背景變項分布情況，同時亦採用平均數與標準差，說明問卷各個題項平均得分之情況。

三、獨立樣本 t 檢定(Independent Samples t-test)

獨立樣本 t 檢定為探討兩個變數在依變數得分的差異情況，本研究採用此檢定法探討性別以及購買花卉頻率(「過去三個月中買花次數」、「何種情況下會買花」、「三個月內平均買花的金額」、「最常買花的地點」、「何種方式會增加購買花卉的意願」)在參與花卉營銷程度(「平常是否有參加花卉促銷」、「平均三個月會去看花卉展幾次」)、以及使用花卉佈置居家環境程度(「是否請過設計裝潢公司使用花卉布置居家環境」、「使用花卉佈置居家環境金額」)之平均得分差異情況。

四、單因子變異數分析(One-Way ANOVA Analysis)

單因子變異數分析為探討三個變數以上在依變數得分的差異情況，本研究採用此檢定法探討教育程度、年收入以及居住地區的時間在參與花卉營銷程度(「平常是否有參加花卉促銷」、「平均三個月會去看花卉展幾次」)以及使用花卉佈置居家環境程度(「是否請過設計裝潢公司使用花卉布置居家環境」、「使用花卉佈置居家環境金額」)之平均得分差異情況。

五、皮爾遜積差相關分析(Pearson Correlation Analysis)

本研究採用皮爾遜積差相關分析探討兩個變數之間的關聯性程度，且因相關係數為標準化係數，其數值會介於正負 1 之間，當相關係數愈接近正負 1 時，表示兩個變數之間的關聯性程度愈高，反之當相關係數愈接近 0 時，表示兩個變數之間的關聯性程度愈低，其中正負係表示變數的正負向關係，為此本研究採用此分析法探討參與花卉營銷程度(「平常是否有參加花卉促銷」、「平均三個月會去看花卉展幾次」)以及使用花卉佈置居家環境程度(「是否請過設計裝潢公司使用花卉布置居家環境」以及「使用花卉佈置居家環境金額」)之間的關聯性強弱程度。

第四章 研究結果

本章研究結果共計包含六個部分，第一節為問卷信度分析，第二節為樣本結構分析，第三節為問卷敘述性統計分析，第四節為不同背景變項在參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之差異性檢定，第五節為購買花卉意願在參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度等變項之相關分析。

第一節 問卷信度分析

一、購買花卉頻率

購買花卉頻率的 Cronbach's α 係數為 0.585，Cronbach's α 係數高於 0.5 以上，表示購買花卉意願問卷仍具有一定程度的內部一致性。另外，為了保留購買花卉意願變項的完整性，故保留了「請問您最常買花的地點」、「請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動」。

表 5 購買花卉頻率問卷信度分析

構面	題目	更正後項目總數相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	Cronbach's α 值
購買花卉意願	1.請問您過去三個月中買花的次數為	.497	.507	0.585
	2.請問您在何種情況下會買花可複選_1節慶禮品	.110	.584	
	3.請問您在何種情況下會買花可複選_2居家佈置	.308	.560	
	4.請問您在何種情況下會買花可複選_3婚喪喜慶	.405	.535	
	5.請問您在何種情況下會買花可複選_4公益活動	.454	.531	
	6.請問您在何種情況下會買花可複選_5商業用途	.457	.526	
	7.請問您在何種情況下會買花可複選_6個人喜好	.197	.573	
	8.請問您三個月內平均買花的金額為	.389	.554	
	9.請問您最常買花的地點為	-.059	.619	
	10.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	.228	.567	
	11.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	.176	.576	
	12.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	.155	.579	
	13.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	.134	.581	
	14.請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	-.129	.611	

二、參與花卉營銷程度

參與花卉營銷程度的 Cronbach's α 係數為 0.619，Cronbach's α 係數高於 0.6 以上，表示參與花卉營銷程度問卷仍具有一定程度的內部一致性。

表 6 參與花卉營銷程度問卷信度分析

構面	題目	更正後項目總數相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	Cronbach's α 值
參與花卉營銷程度	1.請問您平常有參加花卉促銷嗎	.521	NA	0.619
	2.請問您平均三個月會去看花卉展幾次	.521	NA	

三、使用花卉佈置居家環境程度

使用花卉佈置居家環境程度的 Cronbach's α 係數為 0.201，Cronbach's α 係數僅 0.201，表示使用花卉佈置居家環境程度問卷仍須加強內部一致性。

表 7 使用花卉佈置居家環境程度問卷信度分析

構面	題目	更正後項目總數相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	Cronbach's α 值
使用花卉佈置居家環境程度	1.請問您是否有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境	.142	NA	0.201
	2.請問您花卉佈置居家環境的金額為	.142	NA	

第二節 樣本結構分析

本研究共計發放 304 份問卷，回收 261 份有效問卷，總計有效問卷回收率為 85.85%。採用人數和百分比說明人口變項之分布情況，性別以「女性」為居多，共計 142 位，占總樣本數 54.4%；年齡層以「41 歲~50 歲」為居多，共計 102 位，占總樣本數 39.1%；居住地點以「北部」居多共計 252 位，占總樣本數 96.6%；教育程度以「碩士」為居多，共計 124 位，占總樣本數 47.5%；職業別以「服務業」為居多，共計 57 位，占總樣本數 21.8%；個人年收入以「150 萬 01 元以上」為居多，共計 69 位，占總樣本數 26.4%；宗教信仰以「佛教」為居多，共計 101 位，占總樣本數 38.7%。

表 8 樣本結構分析表

背景變數	細項	人數	百分比(%)
性別	男生	119	45.6
	女生	142	54.4
年齡層	21歲~30歲	14	5.4
	31歲~40歲	49	18.8
	41歲~50歲	102	39.1
	51歲~60歲	79	30.3
	61歲~70歲	14	5.4
	71歲以上	3	1.1
居住地區	北部	252	96.6
	中部	3	1.1
	南部	6	2.3
教育程度	國小	1	0.4
	國中	1	0.4
	高中	30	11.5
	大學(大專)	96	36.8
	碩士	124	47.5
	博士	9	3.4
職業別	農林漁牧業	3	1.1
	交通運輸業	4	1.5
	餐旅業	2	.8
	建築工程業	14	5.4

	製造業	20	7.7
	大眾傳播業	4	1.5
	醫務人員	5	1.9
	醫務人員	11	4.2
	金融業	29	11.1
	服務業	57	21.8
	電子業	22	8.4
	資訊業	14	5.4
	通信業	4	1.5
	自由業	12	4.6
	商業	28	10.7
	家管	14	5.4
	退休	12	4.6
	學生	6	2.3
年收入	50萬元以下	49	18.8
	50萬01元~70萬元	22	8.4
	70萬01元~90萬元	22	8.4
	90萬01元~110萬元	44	16.9
	110萬01元~130萬元	29	11.1
	130萬01元~150萬元	26	10.0
	150萬01元以上	69	26.4
宗教信仰	佛教	101	38.7
	道教	52	19.9
	天主教	3	1.1
	基督教	20	7.7
	無	85	32.6

第三節 問卷敘述性統計分析

一、購買花卉意願

表 9 至表 22 為購買花卉意願之描述性統計，從各表百分比中可發現，受訪者三個月內買花次數多為 1~2 次(46.7%)、在節慶禮品(59%)與居家佈置(56.3%)等目的下，受訪者較會買花、三個月內平均買花金額多半落在 1001~3000 元(22.2%)、花店(44.1%)與花卉市場(45.2%)是受訪者最常買花的地點以及只有在節慶促銷活動(60.5%)下，受訪者才最有可能提高買花意願。

表 9 請問您過去三個月中買花的次數為?

		次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效	沒有	78	29.9	29.9	29.9
	1~2次	122	46.7	46.7	76.6
	3~5次	43	16.5	16.5	93.1
	6次以上	18	6.9	6.9	100.0
	總計	261	100.0	100.0	

表 10 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品

		次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效	否	107	41.0	41.0	41.0
	是	154	59.0	59.0	100.0
	總計	261	100.0	100.0	

表 11 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置

		次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效	否	114	43.7	43.7	43.7
	是	147	56.3	56.3	100.0
	總計	261	100.0	100.0	

表 12 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	175	67.0	67.0	67.0
是	86	33.0	33.0	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 13 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	228	87.4	87.4	87.4
是	33	12.6	12.6	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 14 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	182	69.7	69.7	69.7
是	79	30.3	30.3	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 15 請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	149	57.1	57.1	57.1
是	112	42.9	42.9	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 16 請問您三個月內平均買花的金額為?

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 100元以下	50	19.2	19.2	19.2
101~300元	29	11.1	11.1	30.3
301~500元	35	13.4	13.4	43.7
501~1000元	54	20.7	20.7	64.4
1001~3000元	58	22.2	22.2	86.6
3001~5000元	22	8.4	8.4	95.0
5001元以上	13	5.0	5.0	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 17 請問您最常買花的地點為?(可複選)

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 花店	115	44.1	44.1	44.1
花卉市場	118	45.2	45.2	89.3
網路花店	15	5.7	5.7	95.0
路邊攤	13	5.0	5.0	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 18 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	180	69.0	69.0	69.0
是	81	31.0	31.0	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 19 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	180	69.0	69.0	69.0
是	81	31.0	31.0	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 20 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	213	81.6	81.6	81.6
是	48	18.4	18.4	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 21 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比

有效	否	185	70.9	70.9	70.9
	是	76	29.1	29.1	100.0
	總計	261	100.0	100.0	

表 22 請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效				
否	103	39.5	39.5	39.5
是	158	60.5	60.5	100.0
總計	261	100.0	100.0	

二、參與花卉營銷程度

表 23 與表 24 為參與花卉營銷程度之描述性統計，從各表百分比中可發現，大部分受訪者平常都不會參加花卉促銷(85.4%)，只有約一成五的受訪者會參加花卉促銷(14.6%)；平均三個月內也不會去看花卉展(68.2%)，只有約兩成五會去看花展(26.5%)。

表 23 請問您平常有參加花卉促銷嗎？

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效				
否	223	85.4	85.4	85.4
是	38	14.6	14.6	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 24 請問您平均三個月會去看花卉展幾次？

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效				
沒有	178	68.2	68.2	68.2
1~2次	70	26.8	26.8	95.0
3~5次	10	3.8	3.8	98.9
6次以上	3	1.1	1.1	100.0
總計	261	100.0	100.0	

三、使用花卉佈置居家環境程度

表 25 與表 26 為使用花卉佈置居家環境程度之描述性統計，從各表百分比中可發現，

大部分受訪者平常也不會請設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境(87.7%)，只有約一成的受訪者會請設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境(12.3%)；大部分受訪者的花卉佈置居家環境的金額也偏低，都落在 1000 元以下(57.9%)，其次則落在 1001 元~5000 元 (32.2%)。

表 25 請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎？

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 否	229	87.7	87.7	87.7
是	32	12.3	12.3	100.0
總計	261	100.0	100.0	

表 26 請問您花卉佈置居家環境的金額為？

	次數	百分比	有效的百分比	累積百分比
有效 1000元以下	151	57.9	57.9	57.9
1001~5000元	84	32.2	32.2	90.0
5001~10000元	21	8.0	8.0	98.1
10001元以上	5	1.9	1.9	100.0
總計	261	100.0	100.0	

第四節 不同背景變項在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之因素等變項之差異性檢定

一、性別

本研究採用獨立樣本 t 檢定，探討不同性別的研究對象，在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形，分析結果如表 27 至表 47 所示。

本研究發現，性別在購買花卉意願問卷之差異性檢定中，「三個月中買花的次數」、「何種情況下會買花_6 個人喜好」、「何種方式會增加您購買花卉的意願_1 搭配花藝課程教學」以及「何種方式會增加您購買花卉的意願_5 節慶促銷活動」等構面平均得分，均達顯著差異水準($p < .05$)，其中女性受試者的三個月中買花次數、何種情況下會買花_6 個人喜好、何種方式會增加您購買花卉的意願_1 搭配花藝課程教學的平均得分，顯著高於男性受試者；男性受試者的何種方式會增加您購買花卉的意願_5 節慶促銷活動平均得分，則顯著高於女性受試者。

另一方面，性別在參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故性別因素在這兩個變項中，並不是關鍵因素。

表 27 請問您的性別1?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

			請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的性別 1?	女	計數	38	62	27	15	142
		佔總計的百分比	14.6%	23.8%	10.3%	5.7%	54.4%
	男	計數	40	60	16	3	119
		佔總計的百分比	15.3%	23.0%	6.1%	1.1%	45.6%
總計		計數	78	122	43	18	261
		佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0%

表 28 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
			否	是	
請問您的性別 1?	女	計數	54	88	142
		佔總計的百分比	20.7%	33.7%	54.4%
	男	計數	53	66	119
		佔總計的百分比	20.3%	25.3%	45.6%
總計		計數	107	154	261
		佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%

表 29 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	57	85	142
		佔總計的百分比	21.8%	32.6%	54.4%
	男	計數	57	62	119
		佔總計的百分比	21.8%	23.8%	45.6%
總計		計數	114	147	261
		佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%

表 30 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	97	45	142
		佔總計的百分比	37.2%	17.2%	54.4%
	男	計數	78	41	119
		佔總計的百分比	29.9%	15.7%	45.6%
總計		計數	175	86	261

佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%
---------	-------	-------	--------

表 31 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	122	20	142
		佔總計的百分比	46.7%	7.7%	54.4%
	男	計數	106	13	119
		佔總計的百分比	40.6%	5.0%	45.6%
總計		計數	228	33	261
		佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

表 32 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	99	43	142
		佔總計的百分比	37.9%	16.5%	54.4%
	男	計數	83	36	119
		佔總計的百分比	31.8%	13.8%	45.6%
總計		計數	182	79	261
		佔總計的百分比	69.7%	30.3%	100.0%

表 33 請問您的性別1?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	68	74	142
		佔總計的百分比	26.1%	28.4%	54.4%
	男	計數	81	38	119

	佔總計的百分比	31.0%	14.6%	45.6%
總計	計數	149	112	261
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%

表 34 請問您的性別1?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

		請問您三個月內平均買花的金額為?							總計
		100元 以下	101~300 元	301~500 元	501~1000 元	1001~3000 元	3001~5000 元	5001元以 上	
請問 您的 性別 1?	女 計數	26	18	19	31	29	11	8	142
	佔總計的百分比	10.0%	6.9%	7.3%	11.9%	11.1%	4.2%	3.1%	54.4%
男 計數		24	11	16	23	29	11	5	119
	佔總計的百分比	9.2%	4.2%	6.1%	8.8%	11.1%	4.2%	1.9%	45.6%
總計	計數	50	29	35	54	58	22	13	261
	佔總計的百分比	19.2%	11.1%	13.4%	20.7%	22.2%	8.4%	5.0%	100.0%

表 35 請問您的性別1?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的性別 1?	女	計數	62	66	7	7	142
		佔總計的百分比	23.8%	25.3%	2.7%	2.7%	54.4%
	男	計數	53	52	8	6	119
		佔總計的百分比	20.3%	19.9%	3.1%	2.3%	45.6%
總計		計數	115	118	15	13	261
		佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%

表 36 請問您的性別1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1
搭配花藝課程教學 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_1 搭配花藝課程教學		總計
			否	是	
請問您的性別 1?	女	計數	83	59	142
		佔總計的百分比	31.8%	22.6%	54.4%
	男	計數	97	22	119
		佔總計的百分比	37.2%	8.4%	45.6%
總計		計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 37 請問您的性別1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與
弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您 購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的性別 1?	女	計數	102	40	142
		佔總計的百分比	39.1%	15.3%	54.4%
	男	計數	78	41	119
		佔總計的百分比	29.9%	15.7%	45.6%
總計		計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 38 請問您的性別1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品		總計
			否	是	
請問您的性別 1?	女	計數	118	24	142
		佔總計的百分比	45.2%	9.2%	54.4%
	男	計數	95	24	119
		佔總計的百分比	36.4%	9.2%	45.6%
總計		計數	213	48	261
		佔總計的百分比	81.6%	18.4%	100.0%

表 39 請問您的性別1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	101	41	142
		佔總計的百分比	38.7%	15.7%	54.4%
	男	計數	84	35	119
		佔總計的百分比	32.2%	13.4%	45.6%
總計		計數	185	76	261
		佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%

表 40 請問您的性別1?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動		總計
			否	是	
請問您的性別1?	女	計數	64	78	142
		佔總計的百分比	24.5%	29.9%	54.4%

	男	計數	39	80	119
		佔總計的百分比	14.9%	30.7%	45.6%
總計		計數	103	158	261
		佔總計的百分比	39.5%	60.5%	100.0%

表 41 不同性別受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

變數	性別	顯著性
請問您過去三個月中買花的次數為?	女性	.008**
	男性	.006**
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品	女性	.289
	男性	.290
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置	女性	.210
	男性	.210
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶	女性	.688
	男性	.674
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	女性	.235
	男性	.205
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	女性	.470
	男性	.448
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	女性	.001**
	男性	.001**
請問您三個月內平均買花的金額為?	女性	.862
	男性	.862
請問您最常買花的地點為?(可複選)	女性	.907
	男性	.908
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	女性	.001**
	男性	.000***
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	女性	.995
	男性	.995
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	女性	.347
	男性	.357
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	女性	.924
	男性	.924
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	女性	.043*
	男性	.042*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 42 請問您的性別1?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表

			請問您平常有參加花卉 促銷嗎?		總計
			否	是	
請問您的性別 1?	女	計數	125	17	142
		佔總計的百分比	47.9%	6.5%	54.4%
	男	計數	98	21	119
		佔總計的百分比	37.5%	8.0%	45.6%
總計		計數	223	38	261
		佔總計的百分比	85.4%	14.6%	100.0%

表 43 請問您的性別 1?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

			請問您平均三個月會去看花卉展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的性別 1?	女	計數	98	35	7	2	142
		佔總計的百分比	37.5%	13.4%	2.7%	0.8%	54.4%
	男	計數	80	35	3	1	119
		佔總計的百分比	30.7%	13.4%	1.1%	0.4%	45.6%
總計		計數	178	70	10	3	261
		佔總計的百分比	68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%

表 44 不同性別受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

變數	性別	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	女性	.197
	男性	.203
請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	女性	.820
	男性	.818

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 45 請問您的性別1?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表

	請問您有請過設計裝潢公司 使用花卉佈置居家環境嗎?	總計
--	------------------------------	----

	否	是	
請問您的性別 女	126	16	142
1? 男	103	16	119
總計	229	32	261

表 46 請問您的性別 1?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

	請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
	1000元以下	1001~5000元	5001~10000元	10001元以上	
請問您的性別 女	85	47	8	2	142
1? 男	66	37	13	3	119
總計	151	84	21	5	261

表 47 不同性別受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

變數	性別	顯著性
請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?	女性	.595
	男性	.597
請問您花卉佈置居家環境的金額為?	女性	.187
	男性	.193

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

二、年齡層

本研究採用單因子變異數分析，探討不同年齡層的研究對象，在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形，分析結果如表 48~68 所示。

研究結果發現：年齡層在參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定中，「過去三個月買花的次數」、「三個月內平均買花的金額為」、「何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，71 歲以上的受試者在過去三個月買花次數構面平均得分顯著高於 21 歲~30 歲受試者；71 歲以上的受試者在三個月內平均買花的金額構面平均得分顯著高於 21 歲~30 歲受試者；21 歲~30 歲受試者在三何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動構面平均得分顯著高於 71 歲以上的

受試者。年齡層在購買花卉意願問卷之差異性檢定中，「平常是否有參加花卉促銷」與「平均三個月會去看花卉展幾次」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，61~70 歲的受試者在平常是否有參加花卉促銷構面平均得分顯著高於 21 歲~30 歲受試者；61~70 歲的受試者在平均三個月會去看花卉展幾次構面平均得分顯著高於 31 歲~40 歲受試者。

另一方面，年齡層在使用花卉佈置居家環境程度之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故年齡層因素在使用花卉佈置居家環境程度變項中，並不是關鍵因素。

表 48 請問您的年齡(年齡層)*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

			請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	9	5	0	0	14
		佔總計的百分比	3.4%	1.9%	0.0%	0.0%	5.4%
	31歲~40歲	計數	24	16	5	4	49
		佔總計的百分比	9.2%	6.1%	1.9%	1.5%	18.8%
	41歲~50歲	計數	25	53	20	4	102
		佔總計的百分比	9.6%	20.3%	7.7%	1.5%	39.1%
	51歲~60歲	計數	19	41	14	5	79
		佔總計的百分比	7.3%	15.7%	5.4%	1.9%	30.3%
	61歲~70歲	計數	1	6	3	4	14
		佔總計的百分比	0.4%	2.3%	1.1%	1.5%	5.4%
	71歲以上	計數	0	1	1	1	3
		佔總計的百分比	0.0%	0.4%	0.4%	0.4%	1.1%
總計	計數	78	122	43	18	261	
	佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0%	

表 49 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表

	請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
	否	是	

請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	6	8	14
		佔總計的百分比	2.3%	3.1%	5.4%
	31歲~40歲	計數	19	30	49
		佔總計的百分比	7.3%	11.5%	18.8%
	41歲~50歲	計數	40	62	102
		佔總計的百分比	15.3%	23.8%	39.1%
	51歲~60歲	計數	33	46	79
		佔總計的百分比	12.6%	17.6%	30.3%
	61歲~70歲	計數	8	6	14
		佔總計的百分比	3.1%	2.3%	5.4%
	71歲以上	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
總計		計數	107	154	261
		佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%

表 50 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	7	7	14
		佔總計的百分比	2.7%	2.7%	5.4%
	31歲~40歲	計數	23	26	49
		佔總計的百分比	8.8%	10.0%	18.8%
	41歲~50歲	計數	43	59	102
		佔總計的百分比	16.5%	22.6%	39.1%
	51歲~60歲	計數	35	44	79
		佔總計的百分比	13.4%	16.9%	30.3%
	61歲~70歲	計數	4	10	14
		佔總計的百分比	1.5%	3.8%	5.4%
	71歲以上	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計		計數	114	147	261
		佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%

表 51 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	14	0	14
		佔總計的百分比	5.4%	0.0%	5.4%
	31歲~40歲	計數	32	17	49
		佔總計的百分比	12.3%	6.5%	18.8%
	41歲~50歲	計數	65	37	102
		佔總計的百分比	24.9%	14.2%	39.1%
	51歲~60歲	計數	52	27	79
		佔總計的百分比	19.9%	10.3%	30.3%
	61歲~70歲	計數	10	4	14
		佔總計的百分比	3.8%	1.5%	5.4%
	71歲以上	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計	計數	175	86	261	
	佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%	

表 52 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	13	1	14
		佔總計的百分比	5.0%	0.4%	5.4%
	31歲~40歲	計數	42	7	49
		佔總計的百分比	16.1%	2.7%	18.8%
	41歲~50歲	計數	94	8	102
		佔總計的百分比	36.0%	3.1%	39.1%
	51歲~60歲	計數	66	13	79
		佔總計的百分比	25.3%	5.0%	30.3%
	61歲~70歲	計數	11	3	14
		佔總計的百分比	4.2%	1.1%	5.4%

	71歲以上	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計		計數	228	33	261
		佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

表 53 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	13	1	14
		佔總計的百分比	5.0%	0.4%	5.4%
	31歲~40歲	計數	33	16	49
		佔總計的百分比	12.6%	6.1%	18.8%
	41歲~50歲	計數	66	36	102
		佔總計的百分比	25.3%	13.8%	39.1%
	51歲~60歲	計數	56	23	79
		佔總計的百分比	21.5%	8.8%	30.3%
	61歲~70歲	計數	11	3	14
		佔總計的百分比	4.2%	1.1%	5.4%
	71歲以上	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
總計	計數	182	79	261	
	佔總計的百分比	69.7%	30.3%	100.0%	

表 54 請問您的年齡(年齡層)*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	10	4	14
		佔總計的百分比	3.8%	1.5%	5.4%
	31歲~40歲	計數	30	19	49
		佔總計的百分比	11.5%	7.3%	18.8%
	41歲~50歲	計數	58	44	102
		佔總計的百分比			

	佔總計的百分比	22.2%	16.9%	39.1%
51歲~60歲	計數	42	37	79
	佔總計的百分比	16.1%	14.2%	30.3%
61歲~70歲	計數	8	6	14
	佔總計的百分比	3.1%	2.3%	5.4%
71歲以上	計數	1	2	3
	佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
總計	計數	149	112	261
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%

表 55 請問您的年齡(年齡層)*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

			請問您三個月內平均買花的金額為?							總計
			100元 以下	101~30 0元	301~50 0元	501~100 0元	1001~300 0元	3001~500 0元	5001 元以上	
請問 您的 年齡 (年齡 層)	21 歲	計數	5	2	3	4	0	0	0	14
	~3 0歲	佔總計 的百分比	1.9%	0.8%	1.1%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0 %	5.4%
	31 歲	計數	15	6	3	15	5	4	1	49
	~4 0歲	佔總計 的百分比	5.7%	2.3%	1.1%	5.7%	1.9%	1.5%	0.4 %	18.8%
	41 歲	計數	19	4	13	22	36	5	3	102

~5 0歲	估 總 計 的 百 分 比	7.3%	1.5%	5.0%	8.4%	13.8%	1.9%	1.1 %	39.1%
51 歲 ~6 0歲	計 數 估 總 計 的 百 分 比	10 3.8%	14 5.4%	12 4.6%	11 4.2%	13 5.0%	12 4.6%	7 2.7 %	79 30.3%
61 歲 ~7 0歲	計 數 估 總 計 的 百 分 比	1 0.4%	2 0.8%	4 1.5%	1 0.4%	4 1.5%	0 0.0%	2 0.8 %	14 5.4%
71 歲 以 上	計 數 估 總 計 的 百 分 比	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0 %	3 1.1%
總計	計 數	50	29	35	54	58	22	13	261

佔總計的百分比	19.2%	11.1%	13.4%	20.7%	22.2%	8.4%	5.0%	100.0%
---------	-------	-------	-------	-------	-------	------	------	--------

表 56 請問您的年齡(年齡層)*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	5	7	1	1	14
		佔總計的百分比	1.9%	2.7%	0.4%	0.4%	5.4%
	31歲~40歲	計數	20	18	10	1	49
		佔總計的百分比	7.7%	6.9%	3.8%	0.4%	18.8%
	41歲~50歲	計數	52	44	3	3	102
		佔總計的百分比	19.9%	16.9%	1.1%	1.1%	39.1%
	51歲~60歲	計數	33	40	1	5	79
		佔總計的百分比	12.6%	15.3%	0.4%	1.9%	30.3%
	61歲~70歲	計數	4	8	0	2	14
		佔總計的百分比	1.5%	3.1%	0.0%	0.8%	5.4%
	71歲以上	計數	1	1	0	1	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.4%	0.0%	0.4%	1.1%
總計	計數	115	118	15	13	261	
	佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%	

表 57 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	12	2	14
		佔總計的百分比	4.6%	0.8%	5.4%
	31歲~40歲	計數	34	15	49

	佔總計的百分比	13.0%	5.7%	18.8%
41歲~50歲	計數	69	33	102
	佔總計的百分比	26.4%	12.6%	39.1%
51歲~60歲	計數	55	24	79
	佔總計的百分比	21.1%	9.2%	30.3%
61歲~70歲	計數	8	6	14
	佔總計的百分比	3.1%	2.3%	5.4%
71歲以上	計數	2	1	3
	佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計	計數	180	81	261
	佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 58 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	10	4	14
		佔總計的百分比	3.8%	1.5%	5.4%
	31歲~40歲	計數	36	13	49
		佔總計的百分比	13.8%	5.0%	18.8%
	41歲~50歲	計數	62	40	102
		佔總計的百分比	23.8%	15.3%	39.1%
	51歲~60歲	計數	57	22	79
		佔總計的百分比	21.8%	8.4%	30.3%
	61歲~70歲	計數	12	2	14
		佔總計的百分比	4.6%	0.8%	5.4%
	71歲以上	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	總計	計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 59 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_3 於花博、花藝展覽推出 新產品		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡 層)	21歲~30歲	計數	11	3	14
		佔總計的百分比	4.2%	1.1%	5.4%
	31歲~40歲	計數	40	9	49
		佔總計的百分比	15.3%	3.4%	18.8%
	41歲~50歲	計數	87	15	102
		佔總計的百分比	33.3%	5.7%	39.1%
	51歲~60歲	計數	60	19	79
		佔總計的百分比	23.0%	7.3%	30.3%
	61歲~70歲	計數	12	2	14
		佔總計的百分比	4.6%	0.8%	5.4%
71歲以上	計數	3	0	3	
	佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%	
總計	計數	213	48	261	
	佔總計的百分比	81.6%	18.4%	100.0%	

表 60 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_4 與室內設計裝修公司 合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡 層)	21歲~30歲	計數	10	4	14
		佔總計的百分比	3.8%	1.5%	5.4%
	31歲~40歲	計數	36	13	49
		佔總計的百分比	13.8%	5.0%	18.8%
	41歲~50歲	計數	67	35	102
		佔總計的百分比	25.7%	13.4%	39.1%
	51歲~60歲	計數	60	19	79
		佔總計的百分比	23.0%	7.3%	30.3%

	61歲~70歲	計數	11	3	14
		佔總計的百分比	4.2%	1.1%	5.4%
	71歲以上	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
總計		計數	185	76	261
		佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%

表 61 請問您的年齡(年齡層)*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_5 節慶促銷活動		總計
			否	是	
請問您的年齡(年齡 層)	21歲~30歲	計數	5	9	14
		佔總計的百分比	1.9%	3.4%	5.4%
	31歲~40歲	計數	16	33	49
		佔總計的百分比	6.1%	12.6%	18.8%
	41歲~50歲	計數	43	59	102
		佔總計的百分比	16.5%	22.6%	39.1%
	51歲~60歲	計數	29	50	79
		佔總計的百分比	11.1%	19.2%	30.3%
	61歲~70歲	計數	9	5	14
		佔總計的百分比	3.4%	1.9%	5.4%
	71歲以上	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
總計	計數	103	158	261	
	佔總計的百分比	39.5%	60.5%	100.0%	

表 62 不同年齡層受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

構面	年齡層	顯著性
請問您過去三個月中 買花的次數為?	A.21歲~30歲	.000***
	B.31歲~40歲	
	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	

	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.872
會買花?(可複選)_1	B.31歲~40歲	
節慶禮品	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.783
會買花?(可複選)_2	B.31歲~40歲	
居家佈置	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.367
會買花?(可複選)_3	B.31歲~40歲	
婚喪喜慶	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.987
會買花?(可複選)_4	B.31歲~40歲	
公益活動	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.347
會買花?(可複選)_5	B.31歲~40歲	
商業用途	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您在何種情況下	A.21歲~30歲	.750
會買花?(可複選)_6	B.31歲~40歲	
個人喜好	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	

請問您三個月內平均買花的金額為?	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.022*
請問您最常買花的地點為?(可複選)	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.135
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.298
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.021*
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.813
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.430
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲	.390

意願?(可複選)_5 C.41歲~50歲
 D.51歲~60歲
 E.61歲~70歲
 F.71歲以上

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 63 請問您的年齡(年齡層)*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表

			請問您平常有參加花卉 促銷嗎?		總計
			否	是	
請問您的年齡(年 齡層)	21歲~30歲	計數	14	0	14
		佔總計的百分比	5.4%	0.0%	5.4%
	31歲~40歲	計數	43	6	49
		佔總計的百分比	16.5%	2.3%	18.8%
	41歲~50歲	計數	89	13	102
		佔總計的百分比	34.1%	5.0%	39.1%
	51歲~60歲	計數	67	12	79
		佔總計的百分比	25.7%	4.6%	30.3%
	61歲~70歲	計數	8	6	14
		佔總計的百分比	3.1%	2.3%	5.4%
	71歲以上	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計	計數	223	38	261	
	佔總計的百分比	85.4%	14.6%	100.0%	

表 64 請問您的年齡(年齡層)*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

			請問您平均三個月會去看花卉展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的年齡(年齡層)	21歲~30歲	計數	10	3	1	0	14
		佔總計的百分比	3.8%	1.1%	0.4%	0.0%	5.4%
	31歲~40歲	計數	41	7	1	0	49
		佔總計的百分比	15.7%	2.7%	0.4%	0.0%	18.8%
	41歲~50歲	計數	75	24	2	1	102
		佔總計的百分比	28.7%	9.2%	0.8%	0.4%	39.1%

	佔總計的百分比	28.7%	9.2%	0.8%	0.4%	39.1%
51歲~60歲	計數	48	28	3	0	79
	佔總計的百分比	18.4%	10.7%	1.1%	0.0%	30.3%
61歲~70歲	計數	2	7	3	2	14
	佔總計的百分比	0.8%	2.7%	1.1%	0.8%	5.4%
71歲以上	計數	2	1	0	0	3
	佔總計的百分比	0.8%	0.4%	0.0%	0.0%	1.1%
總計	計數	178	70	10	3	261
	佔總計的百分比	68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%

表 65 不同年齡層受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

構面	年齡層	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	A.21歲~30歲	.025*
	B.31歲~40歲	
	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	
請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	A.21歲~30歲	.000***
	B.31歲~40歲	
	C.41歲~50歲	
	D.51歲~60歲	
	E.61歲~70歲	
	F.71歲以上	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 66 請問您的年齡(年齡層)*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?
交叉列表

			請問您有請過設計裝潢公司 使用花卉佈置居家環境嗎?		總計
			否	是	
請問您的年齡 (年齡層)	21歲~30歲	計數	13	1	14
		佔總計的百分比	5.0%	0.4%	5.4%

31歲~40歲	計數	44	5	49
	佔總計的百分比	16.9%	1.9%	18.8%
41歲~50歲	計數	87	15	102
	佔總計的百分比	33.3%	5.7%	39.1%
51歲~60歲	計數	71	8	79
	佔總計的百分比	27.2%	3.1%	30.3%
61歲~70歲	計數	12	2	14
	佔總計的百分比	4.6%	0.8%	5.4%
71歲以上	計數	2	1	3
	佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
總計	計數	229	32	261
	佔總計的百分比	87.7%	12.3%	100.0%

表 67 請問您的年齡(年齡層)*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

		請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
		1000元 以下	1001~5000 元	5001~10000 元	10001元 以上	
請問您的年 齡(年齡層)	21歲~30歲 計數	12	1	1	0	14
	佔總計的百分比	4.6%	0.4%	0.4%	0.0%	5.4%
	31歲~40歲 計數	28	18	2	1	49
	佔總計的百分比	10.7%	6.9%	0.8%	0.4%	18.8%
	41歲~50歲 計數	57	35	8	2	102
	佔總計的百分比	21.8%	13.4%	3.1%	0.8%	39.1%
	51歲~60歲 計數	44	27	7	1	79
	佔總計的百分比	16.9%	10.3%	2.7%	0.4%	30.3%
	61歲~70歲 計數	8	3	2	1	14
	佔總計的百分比	3.1%	1.1%	0.8%	0.4%	5.4%
	71歲以上 計數	2	0	1	0	3
	佔總計的百分比	0.8%	0.0%	0.4%	0.0%	1.1%
	總計 計數	151	84	21	5	261
	佔總計的百分比	57.9%	32.2%	8.0%	1.9%	100.0%

表 68 不同年齡層受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

構面	年齡層	顯著性
----	-----	-----

請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.747
請問您花卉佈置居家環境的金額為?	A.21歲~30歲 B.31歲~40歲 C.41歲~50歲 D.51歲~60歲 E.61歲~70歲 F.71歲以上	.565

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

三、居住地區

本研究採用單因子變異數分析，探討不同居住地區的研究對象，在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形，

表 69 請問您的居住地點為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

			請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的居住地點 為?	北部	計數	76	116	42	18	252
		佔總計的百分比	29.1%	44.4%	16.1%	6.9%	96.6%
	中部	計數	1	2	0	0	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	1.1%
	南部	計數	1	4	1	0	6
		佔總計的百分比	0.4%	1.5%	0.4%	0.0%	2.3%
總計	計數	78	122	43	18	261	
	佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0 %	

分析結果如表 69~89 所示。

研究結果發現：居住地區在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故

居住地區因素在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度變項中，並不是關鍵因素。

表 70 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	104	148	252
		佔總計的百分比	39.8%	56.7%	96.6%
	中部	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
	南部	計數	2	4	6
		佔總計的百分比	0.8%	1.5%	2.3%
總計	計數	107	154	261	
	佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%	

表 71 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	111	141	252
		佔總計的百分比	42.5%	54.0%	96.6%
	中部	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
	南部	計數	2	4	6
		佔總計的百分比	0.8%	1.5%	2.3%
總計		計數	114	147	261
		佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%

表 72 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	169	83	252
		佔總計的百分比	64.8%	31.8%	96.6%
	中部	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	南部	計數	4	2	6
		佔總計的百分比	1.5%	0.8%	2.3%
總計	計數	175	86	261	
	佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%	

表 73 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	220	32	252
		佔總計的百分比	84.3%	12.3%	96.6%
	中部	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	南部	計數	5	1	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	2.3%
總計	計數	228	33	261	
	佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%	

表 74 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	177	75	252
		佔總計的百分比	67.8%	28.7%	96.6%
	中部	計數	0	3	3
		佔總計的百分比	0.0%	1.1%	1.1%

	南部	計數	5	1	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	2.3%
總計		計數	182	79	261
		佔總計的百分比	69.7%	30.3%	100.0%

表 75 請問您的居住地點為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好
交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	145	107	252
		佔總計的百分比	55.6%	41.0%	96.6%
	中部	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	南部	計數	2	4	6
		佔總計的百分比	0.8%	1.5%	2.3%
總計	計數	149	112	261	
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%	

表 76 請問您的居住地點為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

			請問您三個月內平均買花的金額為?						總計	
			100元以下	101~300元	301~500元	501~1000元	1001~3000元	3001~5000元		5001元以上
請問您的居住地點為?	北部	計數	48	27	35	52	56	21	13	252
		佔總計的百分比	18.4%	10.3%	13.4%	19.9%	21.5%	8.0%	5.0%	96.6%
	中部	計數	1	0	0	1	0	1	0	3

	佔總計的百分比	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%	1.1%
南部	計數	1	2	0	1	2	0	0	6
	佔總計的百分比	0.4%	0.8%	0.0%	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	2.3%
總計	計數	50	29	35	54	58	22	13	261
	佔總計的百分比	19.2%	11.1%	13.4%	20.7%	22.2%	8.4%	5.0%	100.0%

表 77 請問您的居住地點為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的居住地點為?	北部	計數	112	114	15	11	252
		佔總計的百分比	42.9%	43.7%	5.7%	4.2%	96.6%
	中部	計數	1	1	0	1	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.4%	0.0%	0.4%	1.1%
	南部	計數	2	3	0	1	6
		佔總計的百分比	0.8%	1.1%	0.0%	0.4%	2.3%
總計		計數	115	118	15	13	261

佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%
---------	-------	-------	------	------	--------

表 78 請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	173	79	252
		佔總計的百分比	66.3%	30.3%	96.6%
	中部	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	南部	計數	4	2	6
		佔總計的百分比	1.5%	0.8%	2.3%
總計		計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 79 請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	173	79	252
		佔總計的百分比	66.3%	30.3%	96.6%
	中部	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	南部	計數	5	1	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	2.3%
總計	計數		180	81	261
	佔總計的百分比		69.0%	31.0%	100.0%

表 80 請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_3 於花博、花藝展覽推出 新產品		總計
			否	是	
請問您的居住地點 為?	北部	計數	206	46	252
		佔總計的百分比	78.9%	17.6%	96.6%
	中部	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	南部	計數	5	1	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	2.3%
總計	計數		213	48	261
	佔總計的百分比		81.6%	18.4%	100.0%

表 81 請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_4 與室內設計裝修公司 合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的居住地點 為?	北部	計數	178	74	252
		佔總計的百分比	68.2%	28.4%	96.6%
	中部	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	南部	計數	5	1	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	2.3%
總計	計數	185	76	261	
	佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%	

表 82 請問您的居住地點為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表

		請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	總計
--	--	-------------------------------------	----

			否	是	
請問您的居住地點為?	北部	計數	102	150	252
		佔總計的百分比	39.1%	57.5%	96.6%
	中部	計數	0	3	3
		佔總計的百分比	0.0%	1.1%	1.1%
	南部	計數	1	5	6
		佔總計的百分比	0.4%	1.9%	2.3%
總計	計數		103	158	261
	佔總計的百分比		39.5%	60.5%	100.0%

表 83 不同居住地區受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

構面	居住地區	顯著性
請問您過去三個月中買花的次數為?	A.北部 B.中部 C.南部	.794
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品	A.北部 B.中部 C.南部	.894
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置	A.北部 B.中部 C.南部	.818
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶	A.北部 B.中部 C.南部	.992
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	A.北部 B.中部 C.南部	.910
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	A.北部 B.中部 C.南部	.225
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	A.北部 B.中部 C.南部	.472
請問您三個月內平均買花的金額為?	A.北部 B.中部	.827

表 84 請問您的居住地點為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

	C.南部	
請問您最常買花的地點為?(可複選)	A.北部	.260
	B.中部	
	C.南部	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	A.北部	.699
	B.中部	
	C.南部	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	A.北部	.825
	B.中部	
	C.南部	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	A.北部	.836
	B.中部	
	C.南部	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	A.北部	.787
	B.中部	
	C.南部	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	A.北部	.187
	B.中部	
	C.南部	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

			請問您平均三個月會去看花卉展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的居住地點為?	北部	計數	171	68	10	3	252
		佔總計的百分比	65.5%	26.1%	3.8%	1.1%	96.6%
	中部	計數	2	1	0	0	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	0.0%	0.0%	1.1%
	南部	計數	5	1	0	0	6
		佔總計的百分比	1.9%	0.4%	0.0%	0.0%	2.3%
總計	計數		178	70	10	3	261
	佔總計的百分比		68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%

表 85 不同居住地區受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

構面	居住地區	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	A.北部	.455
	B.中部	
	C.南部	
請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	A.北部	.690
	B.中部	
	C.南部	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 86 請問您的居住地點為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表

			請問您有請過設計裝潢公司 使用花卉佈置居家環境嗎?		總計
			否	是	
請問您的居住地點 為?	北部	計數	220	32	252
		佔總計的百分比	84.3%	12.3%	96.6%
	中部	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	南部	計數	6	0	6
		佔總計的百分比	2.3%	0.0%	2.3%
總計		計數	229	32	261

佔總計的百分比	87.7%	12.3%	100.0%
---------	-------	-------	--------

表 87 請問您的居住地點為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

			請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
			1000元 以下	1001~5000 元	5001~10000 元	10001元 以上	
請問您的居住 地點為?	北 部	計數	143	84	20	5	252
		佔總計的 百分比	54.8%	32.2%	7.7%	1.9%	96.6%
	中 部	計數	2	0	1	0	3
		佔總計的 百分比	0.8%	0.0%	0.4%	0.0%	1.1%
	南 部	計數	6	0	0	0	6
		佔總計的 百分比	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%
總計		計數	151	84	21	5	261
		佔總計的 百分比	57.9%	32.2%	8.0%	1.9%	100.0%

表 88 不同居住地區受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

構面	居住地區	顯著性
請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?	A.北部	.524
	B.中部	
	C.南部	
請問您花卉佈置居家環境的金額為?	A.北部	.176
	B.中部	
	C.南部	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

四、教育程度

本研究採用單因子變異數分析,探討不同教育程度的研究對象,在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形,

分析結果如表 90~110 所示。

由於國小與國中受試者只有一位，為了統計方便，因此分析前先進行了重新編碼為同一變數，將國小、國中與高中合併，形成「高中(含)以下」、「大學(大專)」、「碩士」和「博士」等 4 個新選項。

研究結果發現：教育程度在購買花卉意願問卷之差異性檢定中，「何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品」、「三個月內平均買花的金額」、「最常買花的地點」、「何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，博士學歷的受試者在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品構面平均得分顯著高於高中(含)以下學歷受試者；博士學歷的受試者在三個月內平均買花的金額構面平均得分顯著高於大學(大專)學歷受試者；高中(含)以下學歷受試者在最常買花的地點構面平均得分顯著高於博士學歷受試者；博士學歷的受試者在何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動構面平均得分顯著高於大學(大專)學歷受試者。

教育程度在參與花卉營銷程度之差異性檢定中，「平常是否有參加花卉促銷」、「平均三個月會去看花卉展幾次」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，高中(含)以下學歷的受試者在平常是否有參加花卉促銷構面平均得分顯著高於博士學歷受試者；博士學歷受試者在平常是否有參加花卉促銷構面平均得分顯著高於大學(大專)受試者。

另一方面，教育程度在使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故教育程度因素在使用花卉佈置居家環境程度變項中，並不是關鍵因素。

表 89 請問您的最高學歷為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

		請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
		沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	9	12	7	4	32
	計數					
	佔總計的百分比	3.4%	4.6%	2.7%	1.5%	12.3%

	大學(大專)	計數	33	49	9	5	96
		佔總計的百分比	12.6%	18.8%	3.4%	1.9%	36.8%
	碩士	計數	35	56	25	8	124
		佔總計的百分比	13.4%	21.5%	9.6%	3.1%	47.5%
	博士	計數	1	5	2	1	9
		佔總計的百分比	0.4%	1.9%	0.8%	0.4%	3.4%
總計		計數	78	122	43	18	261
		佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0%

表 90 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	21	11	32
		佔總計的百分比	8.0%	4.2%	12.3%
	大學(大專)	計數	43	53	96
		佔總計的百分比	16.5%	20.3%	36.8%
	碩士	計數	42	82	124
		佔總計的百分比	16.1%	31.4%	47.5%
	博士	計數	1	8	9
		佔總計的百分比	0.4%	3.1%	3.4%
總計		計數	107	154	261
		佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%

表 91 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	15	17	32
		佔總計的百分比	5.7%	6.5%	12.3%
	大學(大專)	計數	48	48	96
		佔總計的百分比	18.4%	18.4%	36.8%
	碩士	計數	45	79	124
		佔總計的百分比	17.6%	30.3%	47.9%

	佔總計的百分比	17.2%	30.3%	47.5%
博士	計數	6	3	9
	佔總計的百分比	2.3%	1.1%	3.4%
總計	計數	114	147	261
	佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%

表 92 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	29	3	32
		佔總計的百分比	11.1%	1.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	63	33	96
		佔總計的百分比	24.1%	12.6%	36.8%
	碩士	計數	77	47	124
		佔總計的百分比	29.5%	18.0%	47.5%
	博士	計數	6	3	9
		佔總計的百分比	2.3%	1.1%	3.4%
總計	計數	175	86	261	
	佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%	

表 93 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	29	3	32
		佔總計的百分比	11.1%	1.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	81	15	96
		佔總計的百分比	31.0%	5.7%	36.8%
	碩士	計數	109	15	124
		佔總計的百分比	41.8%	5.7%	47.5%
	博士	計數	9	0	9
		佔總計的百分比	3.4%	0.0%	3.4%

總計	計數	228	33	261
	佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

表 94 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	26	6	32
		佔總計的百分比	10.0%	2.3%	12.3%
	大學(大專)	計數	69	27	96
		佔總計的百分比	26.4%	10.3%	36.8%
	碩士	計數	78	46	124
		佔總計的百分比	29.9%	17.6%	47.5%
	博士	計數	9	0	9
		佔總計的百分比	3.4%	0.0%	3.4%
總計	計數	182	79	261	
	佔總計的百分比	69.7%	30.3%	100.0%	

表 95 請問您的最高學歷為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	16	16	32
		佔總計的百分比	6.1%	6.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	56	40	96
		佔總計的百分比	21.5%	15.3%	36.8%
	碩士	計數	73	51	124
		佔總計的百分比	28.0%	19.5%	47.5%
	博士	計數	4	5	9
		佔總計的百分比	1.5%	1.9%	3.4%
總計	計數	149	112	261	
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%	

表 96 請問您的最高學歷為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

		請問您三個月內平均買花的金額為?						總計
		100元 以下	101~300 元	301~500 元	501~1000 元	1001~3000 元	3001~5000 元	5001 元以 上
請問您的最高學歷為?	高中 (含以下)	4 1.5%	7 2.7%	4 1.5%	5 1.9%	4 1.5%	4 1.5%	4 1.5%
	計數	21	15	13	24	16	5	2
	佔總計的百分比	8.0%	5.7%	5.0%	9.2%	6.1%	1.9%	0.8%
	總計	96						
大學 (大專)	高中 (含以下)	25 9.6%	5 1.9%	17 6.5%	24 9.2%	35 13.4%	13 5.0%	5 1.9%
	計數	25	5	17	24	35	13	5
	佔總計的百分比	9.6%	1.9%	6.5%	9.2%	13.4%	5.0%	1.9%
	總計	124						
碩士	高中 (含以下)	0 0%	2 0.8%	1 0.4%	1 0.4%	3 1.2%	0 0%	2 0.8%
	計數	0	2	1	1	3	0	2
	佔總計的百分比	0%	0.8%	0.4%	0.4%	1.2%	0%	0.8%
	總計	9						
博士	高中 (含以下)	0 0%	2 0.8%	1 0.4%	1 0.4%	3 1.2%	0 0%	2 0.8%
	計數	0	2	1	1	3	0	2
	佔總計的百分比	0%	0.8%	0.4%	0.4%	1.2%	0%	0.8%
	總計	9						

	佔總計的百分比	0.0%	0.8%	0.4%	0.4%	1.1%	0.0%	0.8%	3.4%
總計	計數 佔總計的百分比	50 19.2%	29 11.1%	35 13.4%	54 20.7%	58 22.2%	22 8.4%	13 5.0%	261 100.0%

表 97 請問您的最高學歷為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	6	18	2	6	32
		佔總計的百分比	2.3%	6.9%	0.8%	2.3%	12.3%
	大學(大專)	計數	45	41	6	4	96
		佔總計的百分比	17.2%	15.7%	2.3%	1.5%	36.8%
	碩士	計數	59	55	7	3	124
		佔總計的百分比	22.6%	21.1%	2.7%	1.1%	47.5%
	博士	計數	5	4	0	0	9
		佔總計的百分比	1.9%	1.5%	0.0%	0.0%	3.4%
總計	計數	115	118	15	13	261	
	佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%	

表 98 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表

	請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	總計
--	---------------------------------------	----

		否	是		
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	18	14	32
		佔總計的百分比	6.9%	5.4%	12.3%
	大學(大專)	計數	67	29	96
		佔總計的百分比	25.7%	11.1%	36.8%
	碩士	計數	90	34	124
		佔總計的百分比	34.5%	13.0%	47.5%
	博士	計數	5	4	9
		佔總計的百分比	1.9%	1.5%	3.4%
總計	計數	180	81	261	
	佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%	

表 99 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	24	8	32
		佔總計的百分比	9.2%	3.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	68	28	96
		佔總計的百分比	26.1%	10.7%	36.8%
	碩士	計數	79	45	124
		佔總計的百分比	30.3%	17.2%	47.5%
	博士	計數	9	0	9
		佔總計的百分比	3.4%	0.0%	3.4%
總計	計數	180	81	261	
	佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%	

表 100 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	總計
--	--	--	--	----

		否	是		
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	29	3	32
		佔總計的百分比	11.1%	1.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	78	18	96
		佔總計的百分比	29.9%	6.9%	36.8%
	碩士	計數	98	26	124
		佔總計的百分比	37.5%	10.0%	47.5%
	博士	計數	8	1	9
		佔總計的百分比	3.1%	0.4%	3.4%
總計	計數	213	48	261	
	佔總計的百分比	81.6%	18.4%	100.0%	

表 101 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_4 與室內設計裝修公司 合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的最高學歷 為?	高中(含以下)	計數	23	9	32
		佔總計的百分比	8.8%	3.4%	12.3%
	大學(大專)	計數	68	28	96
		佔總計的百分比	26.1%	10.7%	36.8%
	碩士	計數	86	38	124
		佔總計的百分比	33.0%	14.6%	47.5%
	博士	計數	8	1	9
		佔總計的百分比	3.1%	0.4%	3.4%
總計	計數	185	76	261	
	佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%	

表 102 請問您的最高學歷為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	總計
--	--	--	-------------------------------------	----

			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	18	14	32
		佔總計的百分比	6.9%	5.4%	12.3%
	大學(大專)	計數	40	56	96
		佔總計的百分比	15.3%	21.5%	36.8%
	碩士	計數	44	80	124
		佔總計的百分比	16.9%	30.7%	47.5%
	博士	計數	1	8	9
		佔總計的百分比	0.4%	3.1%	3.4%
總計		計數	103	158	261
		佔總計的百分比	39.5%	60.5%	100.0%

表 103 不同教育程度受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

構面	教育程度	顯著性
請問您過去三個月中買花的次數為?	A.高中(含)以下	.111
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品	A.高中(含)以下	.002**
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置	A.高中(含)以下	.095
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶	A.高中(含)以下	.128
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	A.高中(含)以下	.357
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	A.高中(含)以下	.259
	B.大學(大專)	

	C.碩士	
	D.博士	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	A.高中(含)以下	.694
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您三個月內平均買花的金額為?	A.高中(含)以下	.044*
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您最常買花的地點為?(可複選)	A.高中(含)以下	.000***
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	A.高中(含)以下	.786
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	A.高中(含)以下	.154
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	A.高中(含)以下	.492
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案	A.高中(含)以下	.670
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動	A.高中(含)以下	.050*
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 104 請問您的最高學歷為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表

			請問您平常有參加花卉促銷嗎?		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	22	10	32
		佔總計的百分比	8.4%	3.8%	12.3%
	大學(大專)	計數	84	12	96
		佔總計的百分比	32.2%	4.6%	36.8%
	碩士	計數	108	16	124
		佔總計的百分比	41.4%	6.1%	47.5%
	博士	計數	9	0	9
		佔總計的百分比	3.4%	0.0%	3.4%
總計	計數	223	38	261	
	佔總計的百分比	85.4%	14.6%	100.0%	

表 105 請問您的最高學歷為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

			請問您平均三個月會去看花卉展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	16	13	2	1	32
		佔總計的百分比	6.1%	5.0%	0.8%	0.4%	12.3%
	大學(大專)	計數	71	20	4	1	96
		佔總計的百分比	27.2%	7.7%	1.5%	0.4%	36.8%
	碩士	計數	86	34	4	0	124
		佔總計的百分比	33.0%	13.0%	1.5%	0.0%	47.5%
	博士	計數	5	3	0	1	9
		佔總計的百分比	1.9%	1.1%	0.0%	0.4%	3.4%
總計	計數	178	70	10	3	261	
	佔總計的百分比	68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%	

表 106 不同教育程度受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

構面	教育程度	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	A.高中(含)以下	.025*
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	

請問您平均三個月會去看花 卉展幾次?	A.高中(含)以下 B.大學(大專) C.碩士 D.博士	.039*
-----------------------	---------------------------------------	-------

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 107 請問您的最高學歷為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表

			請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?		總計
			否	是	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	29	3	32
		佔總計的百分比	11.1%	1.1%	12.3%
	大學(大專)	計數	86	10	96
		佔總計的百分比	33.0%	3.8%	36.8%
	碩士	計數	106	18	124
		佔總計的百分比	40.6%	6.9%	47.5%
	博士	計數	8	1	9
		佔總計的百分比	3.1%	0.4%	3.4%
總計	計數	229	32	261	
	佔總計的百分比	87.7%	12.3%	100.0%	

表 108 請問您的最高學歷為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

			請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
			1000元以下	1001~5000元	5001~10000元	10001元以上	
請問您的最高學歷為?	高中(含以下)	計數	19	8	4	1	32
		佔總計的百分比	7.3%	3.1%	1.5%	0.4%	12.3%
	大學(大專)	計數	62	26	6	2	96
		佔總計的百分比	23.8%	10.0%	2.3%	0.8%	36.8%
	碩士	計數	65	47	11	1	124
		佔總計的百分比					

	佔總計的百分比	24.9%	18.0%	4.2%	0.4%	47.5%
博士	計數	5	3	0	1	9
	佔總計的百分比	1.9%	1.1%	0.0%	0.4%	3.4%
總計	計數	151	84	21	5	261
	佔總計的百分比	57.9%	32.2%	8.0%	1.9%	100.0%

表 109 不同教育程度受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

構面	教育程度	顯著性
請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎？	A.高中(含)以下	.768
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	
請問您花卉佈置居家環境的金額為？	A.高中(含)以下	.563
	B.大學(大專)	
	C.碩士	
	D.博士	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

五、年收入

本研究採用單因子變異數分析，探討不同年收入的研究對象，在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形，分析結果如表 111~131 所示。

研究結果發現：年收入在購買花卉意願問卷之差異性檢定中，「請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途」、「請問您三個月內平均買花的金額為？」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，年收入 90 萬 01 元~110 萬元的受試者在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途構面平均得分顯著高於年收入 50 萬 01 元~70 萬元受試者；年收入 150 萬 01 元以上的受試者在三個月內平均買花的金額構面平均得分顯著高於年收入 50 萬元以下受試者。

年收入在使用花卉佈置居家環境程度之差異性檢定中，「花卉佈置居家環境的金額」構面平均得分，達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，年收入 150 萬 01 元以上的受試者在花卉佈置居家環境的金額構面平均得分顯著高於年收入 50 萬元以下受試者。

另一方面，年收入在參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故年收入因素在參與花卉營銷程度變項中，並不是關鍵因素。

表 110 請問您的年收入為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

			請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	18	19	8	4	49
		佔總計的百分比	6.9%	7.3%	3.1%	1.5%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	10	10	1	1	22
		佔總計的百分比	3.8%	3.8%	0.4%	0.4%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	2	15	5	0	22
		佔總計的百分比	0.8%	5.7%	1.9%	0.0%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	13	22	7	2	44
		佔總計的百分比	5.0%	8.4%	2.7%	0.8%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	8	17	3	1	29
		佔總計的百分比	3.1%	6.5%	1.1%	0.4%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	8	14	4	0	26
		佔總計的百分比	3.1%	5.4%	1.5%	0.0%	10.0%
	150萬01元以上	計數	19	25	15	10	69
		佔總計的百分比	7.3%	9.6%	5.7%	3.8%	26.4%
總計	計數	78	122	43	18	261	
	佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0%	

表 111 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品 交叉列表

	請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
	否	是	

請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	25	24	49
		佔總計的百分比	9.6%	9.2%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	11	11	22
		佔總計的百分比	4.2%	4.2%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	9	13	22
		佔總計的百分比	3.4%	5.0%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	21	23	44
		佔總計的百分比	8.0%	8.8%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	9	20	29
		佔總計的百分比	3.4%	7.7%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	10	16	26
		佔總計的百分比	3.8%	6.1%	10.0%
	150萬01元以上	計數	22	47	69
		佔總計的百分比	8.4%	18.0%	26.4%
總計		計數	107	154	261
		佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%

表 112 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	23	26	49
		佔總計的百分比	8.8%	10.0%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	10	12	22
		佔總計的百分比	3.8%	4.6%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	10	12	22
		佔總計的百分比	3.8%	4.6%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	14	30	44
		佔總計的百分比	5.4%	11.5%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	18	11	29
		佔總計的百分比	6.9%	4.2%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	10	16	26
		佔總計的百分比	3.8%	6.1%	10.0%
	150萬01元以上	計數	29	40	69
		佔總計的百分比			

	佔總計的百分比	11.1%	15.3%	26.4%
總計	計數	114	147	261
	佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%

表 113 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	39	10	49
		佔總計的百分比	14.9%	3.8%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	18	4	22
		佔總計的百分比	6.9%	1.5%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	16	6	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	25	19	44
		佔總計的百分比	9.6%	7.3%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	17	12	29
		佔總計的百分比	6.5%	4.6%	11.1%
總計		計數	175	86	261
		佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%

表 114 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	43	6	49
		佔總計的百分比	16.5%	2.3%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	21	1	22
		佔總計的百分比	8.0%	0.4%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	21	1	22
		佔總計的百分比	8.0%	0.4%	8.4%

90萬01元~110萬元	計數	37	7	44
	佔總計的百分比	14.2%	2.7%	16.9%
110萬01元~130萬元	計數	25	4	29
	佔總計的百分比	9.6%	1.5%	11.1%
130萬01元~150萬元	計數	22	4	26
	佔總計的百分比	8.4%	1.5%	10.0%
150萬01元以上	計數	59	10	69
	佔總計的百分比	22.6%	3.8%	26.4%
總計	計數	228	33	261
	佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

表 115 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	40	9	49
		佔總計的百分比	15.3%	3.4%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	18	4	22
		佔總計的百分比	6.9%	1.5%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	18	4	22
		佔總計的百分比	6.9%	1.5%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	28	16	44
		佔總計的百分比	10.7%	6.1%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	24	5	29
		佔總計的百分比	9.2%	1.9%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	16	10	26
		佔總計的百分比	6.1%	3.8%	10.0%
	150萬01元以上	計數	38	31	69
		佔總計的百分比	14.6%	11.9%	26.4%
總計	計數		182	79	261
	佔總計的百分比		69.7%	30.3%	100.0%

表 116 請問您的年收入為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表

		請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	總計
--	--	---------------------------	----

			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	25	24	49
		佔總計的百分比	9.6%	9.2%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	11	11	22
		佔總計的百分比	4.2%	4.2%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	16	6	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	22	22	44
		佔總計的百分比	8.4%	8.4%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	16	13	29
		佔總計的百分比	6.1%	5.0%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	14	12	26
		佔總計的百分比	5.4%	4.6%	10.0%
	150萬01元以上	計數	45	24	69
		佔總計的百分比	17.2%	9.2%	26.4%
總計	計數	149	112	261	
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%	

表 117 請問您的年收入為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

			請問您三個月內平均買花的金額為?							總計
			100元以下	101~300元	301~500元	501~1000元	1001~3000元	3001~5000元	5001元以上	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	10	12	12	8	3	2	2	49
		佔總計的百分比	3.8%	4.6%	4.6%	3.1%	1.1%	0.8%	0.8%	18.8%
	50萬元	計數	5	5	2	4	2	4	0	22

01 元 ~70 萬元	估 總 計 的 百 分 比	1.9%	1.9%	0.8%	1.5%	0.8%	1.5%	0.0 %	8.4%
70 萬 01 元 ~90 萬元	計 數 估 總 計 的 百 分 比	4	2	1	10	4	1	0	22
90 萬 01 元 ~11 0萬元	計 數 估 總 計 的 百 分 比	1.5%	0.8%	0.4%	3.8%	1.5%	0.4%	0.0 %	8.4%
110 萬 01 元 ~13 0萬元	計 數 估 總 計 的 百 分 比	10	4	3	12	11	3	1	44
130 萬	計 數	3.8%	1.5%	1.1%	4.6%	4.2%	1.1%	0.4 %	16.9%
110 萬 01 元 ~13 0萬元	計 數 估 總 計 的 百 分 比	4	3	5	5	10	0	2	29
130 萬	計 數	1.5%	1.1%	1.9%	1.9%	3.8%	0.0%	0.8 %	11.1%
130 萬	計 數	3	2	6	5	7	3	0	26

01 元 ~15 0萬元	佔 總 計 的 百 分 比	1.1%	0.8%	2.3%	1.9%	2.7%	1.1%	0.0 %	10.0%
150 萬 01 元 以 上	計 數 佔 總 計 的 百 分 比	14	1	6	10	21	9	8	69
		5.4%	0.4%	2.3%	3.8%	8.0%	3.4%	3.1 %	26.4%
總計	計 數 佔 總 計 的 百 分 比	50	29	35	54	58	22	13	261
		19.2 %	11.1%	13.4%	20.7%	22.2%	8.4%	5.0 %	100.0 %

表 118 請問您的年收入為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的年 收入為?	50萬元以下	計數	15	28	2	4	49
		佔總計的百分比	5.7%	10.7%	0.8%	1.5%	18.8%
	50萬01元~70 萬元	計數	9	10	0	3	22
		佔總計的百分比	3.4%	3.8%	0.0%	1.1%	8.4%
	70萬01元~90 萬元	計數	10	10	0	2	22
		佔總計的百分比	3.8%	3.8%	0.0%	0.8%	8.4%
	90萬01元	計數	21	16	6	1	44

~110萬元	佔總計的百分比	8.0%	6.1%	2.3%	0.4%	16.9%
110萬01元	計數	12	15	1	1	29
~130萬元	佔總計的百分比	4.6%	5.7%	0.4%	0.4%	11.1%
130萬01元	計數	10	14	2	0	26
~150萬元	佔總計的百分比	3.8%	5.4%	0.8%	0.0%	10.0%
150萬01元以上	計數	38	25	4	2	69
	佔總計的百分比	14.6%	9.6%	1.5%	0.8%	26.4%
總計	計數	115	118	15	13	261
	佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%

表 119 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表

			請問您以下何種方式 會增加您購買花卉的 意願?(可複選)_1 搭配 花藝課程教學		總計
			否	是	
請問您的年收 入為?	50萬元以下	計數	31	18	49
		佔總計的百分比	11.9%	6.9%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	17	5	22
		佔總計的百分比	6.5%	1.9%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	16	6	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
	90萬01元~110萬 元	計數	26	18	44
		佔總計的百分比	10.0%	6.9%	16.9%
	110萬01元~130萬 元	計數	21	8	29
		佔總計的百分比	8.0%	3.1%	11.1%
	130萬01元~150萬 元	計數	17	9	26
		佔總計的百分比	6.5%	3.4%	10.0%
	150萬01元以上	計數	52	17	69
		佔總計的百分比	19.9%	6.5%	26.4%
總計	計數	180	81	261	
	佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%	

表 120 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2
與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式 會增加您購買花卉的 意願?(可複選)_2 與弱 勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的年 收入為?	50萬元以下	計數	39	10	49
		佔總計的百分比	14.9%	3.8%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	15	7	22
		佔總計的百分比	5.7%	2.7%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	19	3	22
		佔總計的百分比	7.3%	1.1%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	26	18	44
		佔總計的百分比	10.0%	6.9%	16.9%
	110萬01元~130萬 元	計數	19	10	29
		佔總計的百分比	7.3%	3.8%	11.1%
	130萬01元~150萬 元	計數	18	8	26
		佔總計的百分比	6.9%	3.1%	10.0%
	150萬01元以上	計數	44	25	69
		佔總計的百分比	16.9%	9.6%	26.4%
總計	計數	180	81	261	
	佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%	

表 121 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複
選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

			請問您以下何種方式 會增加您購買花卉的 意願?(可複選)_3 於花 博、花藝展覽推出新產 品		總計
			否	是	
請問您的年收 入為?	50萬元以下	計數	42	7	49
		佔總計的百分比	16.1%	2.7%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	16	6	22

	佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
70萬01元~90萬元	計數	15	7	22
	佔總計的百分比	5.7%	2.7%	8.4%
90萬01元~110萬元	計數	39	5	44
	佔總計的百分比	14.9%	1.9%	16.9%
110萬01元~130萬元	計數	24	5	29
	佔總計的百分比	9.2%	1.9%	11.1%
130萬01元~150萬元	計數	22	4	26
	佔總計的百分比	8.4%	1.5%	10.0%
150萬01元以上	計數	55	14	69
	佔總計的百分比	21.1%	5.4%	26.4%
總計	計數	213	48	261
	佔總計的百分比	81.6%	18.4%	100.0%

表 122 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	38	11	49
		佔總計的百分比	14.6%	4.2%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	16	6	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	15	7	22
		佔總計的百分比	5.7%	2.7%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	29	15	44
		佔總計的百分比	11.1%	5.7%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	24	5	29
		佔總計的百分比	9.2%	1.9%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	19	7	26
		佔總計的百分比	7.3%	2.7%	10.0%
	150萬01元以上	計數	44	25	69
		佔總計的百分比			

	佔總計的百分比	16.9%	9.6%	26.4%
總計	計數	185	76	261
	佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%

表 123 請問您的年收入為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節
慶促銷活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5 節慶促銷活動		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	24	25	49
		佔總計的百分比	9.2%	9.6%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	7	15	22
		佔總計的百分比	2.7%	5.7%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	9	13	22
		佔總計的百分比	3.4%	5.0%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	16	28	44
		佔總計的百分比	6.1%	10.7%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	11	18	29
		佔總計的百分比	4.2%	6.9%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	13	13	26
		佔總計的百分比	5.0%	5.0%	10.0%
	150萬01元以上	計數	23	46	69
		佔總計的百分比	8.8%	17.6%	26.4%
總計	計數		103	158	261
	佔總計的百分比		39.5%	60.5%	100.0%

表 124 不同年收入受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

構面	年收入	顯著性
請問您過去三個月中買花的次數為?	A.50萬元以下	.122
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	

	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品?	A.50萬元以下	.304
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置	A.50萬元以下	.312
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶	A.50萬元以下	.084
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	A.50萬元以下	.418
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	A.50萬元以下	.049*
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	A.50萬元以下	.395
	B.50萬01元~70萬元	

	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您三個月內平均買花的金額為?	A.50萬元以下	.011*
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您最常買花的地點為?(可複選)	A.50萬元以下	.426
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	A.50萬元以下	.329
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	A.50萬元以下	.862
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	A.50萬元以下	.445
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	

	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您以下何種方式會增加	A.50萬元以下	.496
您購買花卉的意願?(可複	B.50萬01元~70萬元	
選)_4 與室內設計裝修公司	C.70萬01元~90萬元	
合作推出居家佈置方案	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您以下何種方式會增加	A.50萬元以下	.561
您購買花卉的意願?(可複	B.50萬01元~70萬元	
選)_5 節慶促銷活動	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 125 請問您的年收入為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表

			請問您平常有參加花卉促銷嗎?		總計
			否	是	
請問您的年收入為?	50萬元以下	計數	37	12	49
		佔總計的百分比	14.2%	4.6%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	21	1	22
		佔總計的百分比	8.0%	0.4%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	16	6	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	39	5	44
		佔總計的百分比	14.9%	1.9%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	25	4	29
		佔總計的百分比	9.6%	1.5%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	25	1	26
		佔總計的百分比	9.6%	0.4%	10.0%
	150萬01元以上	計數	60	9	69
		佔總計的百分比	23.0%	3.4%	26.4%

總計	計數	223	38	261
	佔總計的百分比	85.4%	14.6%	100.0%

表 126 請問您的年收入為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

			請問您平均三個月會去看花卉 展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的 年收入 為?	50萬元以下	計數	28	17	2	2	49
		佔總計的百分比	10.7%	6.5%	0.8%	0.8%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	16	6	0	0	22
		佔總計的百分比	6.1%	2.3%	0.0%	0.0%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	14	7	1	0	22
		佔總計的百分比	5.4%	2.7%	0.4%	0.0%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	30	11	3	0	44
		佔總計的百分比	11.5%	4.2%	1.1%	0.0%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	20	7	1	1	29
		佔總計的百分比	7.7%	2.7%	0.4%	0.4%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	20	5	1	0	26
		佔總計的百分比	7.7%	1.9%	0.4%	0.0%	10.0%
	150萬01元以上	計數	50	17	2	0	69
		佔總計的百分比	19.2%	6.5%	0.8%	0.0%	26.4%
總計	計數	178	70	10	3	261	
	佔總計的百分比	68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%	

表 127 不同年收入受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

構面	年收入	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	A.50萬元以下	.075
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	
	D.90萬01元~110萬元	
	E.110萬01元~130萬元	
	F.130萬01元~150萬元	
	G.150萬01元以上	
請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	A.50萬元以下	.380
	B.50萬01元~70萬元	
	C.70萬01元~90萬元	

D.90萬01元~110萬元

E.110萬01元~130萬元

F.130萬01元~150萬元

G.150萬01元以上

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 128 請問您的年收入為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表

			請問您有請過設計裝潢公司 使用花卉佈置居家環境嗎?		總計
			否	是	
請問您的年 收入為?	50萬元以下	計數	47	2	49
		佔總計的百分比	18.0%	0.8%	18.8%
	50萬01元~70萬元	計數	18	4	22
		佔總計的百分比	6.9%	1.5%	8.4%
	70萬01元~90萬元	計數	19	3	22
		佔總計的百分比	7.3%	1.1%	8.4%
	90萬01元~110萬元	計數	40	4	44
		佔總計的百分比	15.3%	1.5%	16.9%
	110萬01元~130萬元	計數	23	6	29
		佔總計的百分比	8.8%	2.3%	11.1%
	130萬01元~150萬元	計數	24	2	26
		佔總計的百分比	9.2%	0.8%	10.0%
	150萬01元以上	計數	58	11	69
		佔總計的百分比	22.2%	4.2%	26.4%
總計	計數		229	32	261
	佔總計的百分比		87.7%	12.3%	100.0 %

表 129 請問您的年收入為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

			請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
			1000元 以下	1001~5000 元	5001~10000 元	10001元 以上	
請問您的	50萬元以下	計數	41	6	2	0	49

年收入為?	佔總計的百分比	15.7%	2.3%	0.8%	0.0%	18.8%
50萬01元 ~70萬元	計數 佔總計的百分比	14 5.4%	6 2.3%	2 0.8%	0 0.0%	22 8.4%
70萬01元 ~90萬元	計數 佔總計的百分比	12 4.6%	7 2.7%	3 1.1%	0 0.0%	22 8.4%
90萬01元 ~110萬元	計數 佔總計的百分比	25 9.6%	17 6.5%	2 0.8%	0 0.0%	44 16.9%
110萬01元 ~130萬元	計數 佔總計的百分比	17 6.5%	8 3.1%	3 1.1%	1 0.4%	29 11.1%
130萬01元 ~150萬元	計數 佔總計的百分比	12 4.6%	11 4.2%	3 1.1%	0 0.0%	26 10.0%
150萬01元 以上	計數 佔總計的百分比	30 11.5%	29 11.1%	6 2.3%	4 1.5%	69 26.4%
總計	計數 佔總計的百分比	151 57.9%	84 32.2%	21 8.0%	5 1.9%	261 100.0%

表 130 不同年收入受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

構面	年收入	顯著性
請問您有請過設計裝潢公司 A.50萬元以下		.280
使用花卉佈置居家環境嗎? B.50萬01元~70萬元		
C.70萬01元~90萬元		
D.90萬01元~110萬元		
E.110萬01元~130萬元		
F.130萬01元~150萬元		
G.150萬01元以上		
請問您花卉佈置居家環境的金額為? A.50萬元以下		.004**
B.50萬01元~70萬元		
C.70萬01元~90萬元		

D.90萬01元~110萬元

E.110萬01元~130萬元

F.130萬01元~150萬元

G.150萬01元以上

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

六、宗教信仰

本研究採用單因子變異數分析，探討不同宗教信仰的研究對象，在「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」以及「使用花卉佈置居家環境程度」問卷平均得分之差異情形，分析結果如表 132~152 所示。

研究結果發現：宗教信仰在購買花卉意願問卷之差異性檢定中，「三個月中買花的次數」、「何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶」、「何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動」、「何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途」和「三個月內平均買花的金額」等構面平均得分，皆達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，天主教受試者在過去三個月中買花的次數構面平均得分顯著高於無信仰受試者；基督教受試者在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶構面平均得分顯著高於天主教受試者；基督教受試者在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動構面平均得分顯著高於天主教受試者；基督教受試者在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動構面平均得分顯著高於無信仰受試者；天主教受試者在三個月內平均買花的金額構面平均得分顯著高於無信仰受試者。

宗教信仰在參與花卉營銷之差異性檢定中，「平常是否有參加花卉促銷」及「平均三個月會去看花卉展幾次」構面平均得分，達顯著差異水準($p < .05$)。經 Scheffe'事後檢定比較結果得知，天主教受試者在平常是否有參加花卉促銷構面平均得分顯著高無信仰受試者；天主教受試者在平均三個月會去看花卉展幾次構面平均得分顯著高無信仰受試者。

另一方面，宗教信仰在使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定中，所有構面平均得分，均未達顯著差異水準($p < .05$)，故宗教信仰因素在使用花卉佈置居家環境程

度變項中，並不是關鍵因素。

表 131 請問您的宗教信仰為?*請問您過去三個月中買花的次數為? 交叉列表

			請問您過去三個月中買花的次數為?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	21	49	22	9	101
		佔總計的百分比	8.0%	18.8%	8.4%	3.4%	38.7%
	道教	計數	13	28	7	4	52
		佔總計的百分比	5.0%	10.7%	2.7%	1.5%	19.9%
	天主教	計數	1	0	1	1	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.0%	0.4%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	8	7	5	0	20
		佔總計的百分比	3.1%	2.7%	1.9%	0.0%	7.7%
	無	計數	35	38	8	4	85
		佔總計的百分比	13.4%	14.6%	3.1%	1.5%	32.6%
	總計	計數	78	122	43	18	261
		佔總計的百分比	29.9%	46.7%	16.5%	6.9%	100.0%

表 132 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品
交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_1 節慶禮品		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	36	65	101
		佔總計的百分比	13.8%	24.9%	38.7%
	道教	計數	23	29	52
		佔總計的百分比	8.8%	11.1%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	9	11	20
		佔總計的百分比	3.4%	4.2%	7.7%
	無	計數	37	48	85
		佔總計的百分比	14.2%	18.4%	32.6%
	總計	計數	107	154	261

佔總計的百分比	41.0%	59.0%	100.0%
---------	-------	-------	--------

表 133 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置
交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_2 居家佈置		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	40	61	101
		佔總計的百分比	15.3%	23.4%	38.7%
	道教	計數	17	35	52
		佔總計的百分比	6.5%	13.4%	19.9%
	天主教	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
	基督教	計數	10	10	20
		佔總計的百分比	3.8%	3.8%	7.7%
	無	計數	46	39	85
		佔總計的百分比	17.6%	14.9%	32.6%
總計	計數	114	147	261	
	佔總計的百分比	43.7%	56.3%	100.0%	

表 134 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶
交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_3 婚喪喜慶		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	66	35	101
		佔總計的百分比	25.3%	13.4%	38.7%
	道教	計數	31	21	52
		佔總計的百分比	11.9%	8.0%	19.9%
	天主教	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	基督教	計數	12	8	20
		佔總計的百分比	4.6%	3.1%	7.7%
	無	計數	63	22	85
		佔總計的百分比	24.1%	8.4%	32.6%

總計	計數	175	86	261
	佔總計的百分比	67.0%	33.0%	100.0%

表 135 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	84	17	101
		佔總計的百分比	32.2%	6.5%	38.7%
	道教	計數	47	5	52
		佔總計的百分比	18.0%	1.9%	19.9%
	天主教	計數	3	0	3
		佔總計的百分比	1.1%	0.0%	1.1%
	基督教	計數	17	3	20
		佔總計的百分比	6.5%	1.1%	7.7%
	無	計數	77	8	85
		佔總計的百分比	29.5%	3.1%	32.6%
	總計	計數	228	33	261
		佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

表 136 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	69	32	101
		佔總計的百分比	26.4%	12.3%	38.7%
	道教	計數	36	16	52
		佔總計的百分比	13.8%	6.1%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	11	9	20
		佔總計的百分比	4.2%	3.4%	7.7%
	無	計數	64	21	85
	總計	計數	228	33	261
		佔總計的百分比	87.4%	12.6%	100.0%

	佔總計的百分比	24.5%	8.0%	32.6%
總計	計數	182	79	261
	佔總計的百分比	69.7%	30.3%	100.0%

表 137 請問您的宗教信仰為?*請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好 交叉列表

			請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好		
			否	是	總計
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	57	44	101
		佔總計的百分比	21.8%	16.9%	38.7%
	道教	計數	29	23	52
		佔總計的百分比	11.1%	8.8%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	10	10	20
		佔總計的百分比	3.8%	3.8%	7.7%
	無	計數	51	34	85
		佔總計的百分比	19.5%	13.0%	32.6%
總計	計數	149	112	261	
	佔總計的百分比	57.1%	42.9%	100.0%	

表 138 請問您的宗教信仰為?*請問您三個月內平均買花的金額為? 交叉列表

			請問您三個月內平均買花的金額為?						總計	
			100元以下	101~300元	301~500元	501~1000元	1001~3000元	3001~5000元		5001元以上
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	10	10	14	24	22	13	8	101
		佔總計的百分比	3.8%	3.8%	5.4%	9.2%	8.4%	5.0%	3.1%	38.7%

道 教	計數 佔總 計的 百分比	9 3.4%	5 1.9%	7 2.7%	12 4.6%	15 5.7%	4 1.5%	0 0.0%	52 19.9%
天 主 教	計數 佔總 計的 百分比	1 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.4%	3 1.1%
基 督 教	計數 佔總 計的 百分比	4 1.5%	2 0.8%	1 0.4%	3 1.1%	4 1.5%	4 1.5%	2 0.8%	20 7.7%
無	計數 佔總 計的 百分比	26 10.0%	12 4.6%	13 5.0%	15 5.7%	16 6.1%	1 0.4%	2 0.8%	85 32.6%

總計	計數	50	29	35	54	58	22	13	261
	佔總計的百分比	19.2%	11.1%	13.4%	20.7%	22.2%	8.4%	5.0%	100.0%

表 139 請問您的宗教信仰為?*請問您最常買花的地點為?(可複選) 交叉列表

			請問您最常買花的地點為?(可複選)				總計
			花店	花卉市場	網路花店	路邊攤	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	41	49	3	8	101
		佔總計的百分比	15.7%	18.8%	1.1%	3.1%	38.7%
	道教	計數	20	27	4	1	52
		佔總計的百分比	7.7%	10.3%	1.5%	0.4%	19.9%
	天主教	計數	1	2	0	0	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	0.0%	0.0%	1.1%
	基督教	計數	13	3	2	2	20
		佔總計的百分比	5.0%	1.1%	0.8%	0.8%	7.7%
	無	計數	40	37	6	2	85
		佔總計的百分比	15.3%	14.2%	2.3%	0.8%	32.6%
總計	計數	115	118	15	13	261	
	佔總計的百分比	44.1%	45.2%	5.7%	5.0%	100.0%	

表 140 請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	67	34	101
		佔總計的百分比	25.7%	13.0%	38.7%
	道教	計數	36	16	52
		佔總計的百分比	13.8%	6.1%	19.9%

	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	15	5	20
		佔總計的百分比	5.7%	1.9%	7.7%
	無	計數	60	25	85
		佔總計的百分比	23.0%	9.6%	32.6%
總計		計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 141 請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2
與弱勢團體合辦公益活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	68	33	101
		佔總計的百分比	26.1%	12.6%	38.7%
	道教	計數	35	17	52
		佔總計的百分比	13.4%	6.5%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	14	6	20
		佔總計的百分比	5.4%	2.3%	7.7%
	無	計數	61	24	85
		佔總計的百分比	23.4%	9.2%	32.6%
總計		計數	180	81	261
		佔總計的百分比	69.0%	31.0%	100.0%

表 142 請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3
於花博、花藝展覽推出新產品 交叉列表

		請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_3 於花博、花藝展覽推出新產品	總計
--	--	--	----

			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	82	19	101
		佔總計的百分比	31.4%	7.3%	38.7%
	道教	計數	40	12	52
		佔總計的百分比	15.3%	4.6%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	18	2	20
		佔總計的百分比	6.9%	0.8%	7.7%
	無	計數	71	14	85
		佔總計的百分比	27.2%	5.4%	32.6%
總計	計數	213	48	261	
	佔總計的百分比	81.6%	18.4%	100.0%	

表 143 請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_4
與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_4 與室內設計裝修公司 合作推出居家佈置方案		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰 為?	佛教	計數	70	31	101
		佔總計的百分比	26.8%	11.9%	38.7%
	道教	計數	38	14	52
		佔總計的百分比	14.6%	5.4%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	13	7	20
		佔總計的百分比	5.0%	2.7%	7.7%
	無	計數	62	23	85
		佔總計的百分比	23.8%	8.8%	32.6%
總計	計數	185	76	261	
	佔總計的百分比	70.9%	29.1%	100.0%	

表 144 請問您的宗教信仰為?*請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_5
節慶促銷活動 交叉列表

			請問您以下何種方式會增加 您購買花卉的意願?(可複 選)_5 節慶促銷活動		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰 為?	佛教	計數	38	63	101
		佔總計的百分比	14.6%	24.1%	38.7%
	道教	計數	19	33	52
		佔總計的百分比	7.3%	12.6%	19.9%
	天主教	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
	基督教	計數	8	12	20
		佔總計的百分比	3.1%	4.6%	7.7%
	無	計數	37	48	85
		佔總計的百分比	14.2%	18.4%	32.6%
總計	計數	103	158	261	
	佔總計的百分比	39.5%	60.5%	100.0%	

表 145 不同宗教信仰受試者於購買花卉意願問卷之差異性檢定

構面	宗教信仰	顯著性
請問您過去三個月中買花的 次數為?	A.佛教	.010**
	B.道教	
	C.天主教	
	D.基督教	
	E.無	
請問您在何種情況下會買 花?(可複選)_1 節慶禮品	A.佛教	.632
	B.道教	
	C.天主教	
	D.基督教	
	E.無	
請問您在何種情況下會買 花?(可複選)_2 居家佈置	A.佛教	.114
	B.道教	
	C.天主教	
	D.基督教	
	E.無	
請問您在何種情況下會買	A.佛教	.015*

花?(可複選)_3 婚喪喜慶	B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_4 公益活動	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.025*
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_5 商業用途	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.006**
請問您在何種情況下會買花?(可複選)_6 個人喜好	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.930
請問您三個月內平均買花的金額為?	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.000***
請問您最常買花的地點為?(可複選)	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.822
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_1 搭配花藝課程教學	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.907
請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願?(可複選)_2 與弱勢團體合辦公益活動	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教	.974

	E.無	
請問您以下何種方式會增加 A.佛教	.787	
您購買花卉的意願?(可複 B.道教		
選)_3 於花博、花藝展覽推 C.天主教		
出新產品 D.基督教		
E.無		
請問您以下何種方式會增加 A.佛教	.943	
您購買花卉的意願?(可複 B.道教		
選)_4 與室內設計裝修公司 C.天主教		
合作推出居家佈置方案 D.基督教		
E.無		
請問您以下何種方式會增加 A.佛教	.917	
您購買花卉的意願?(可複 B.道教		
選)_5 節慶促銷活動 C.天主教		
D.基督教		
E.無		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 146 請問您的宗教信仰為?*請問您平常有參加花卉促銷嗎? 交叉列表

			請問您平常有參加花卉促銷嗎?		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	80	21	101
		佔總計的百分比	30.7%	8.0%	38.7%
	道教	計數	45	7	52
		佔總計的百分比	17.2%	2.7%	19.9%
	天主教	計數	1	2	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.8%	1.1%
	基督教	計數	17	3	20
		佔總計的百分比	6.5%	1.1%	7.7%
	無	計數	80	5	85
		佔總計的百分比	30.7%	1.9%	32.6%
總計	計數	223	38	261	
	佔總計的百分比	85.4%	14.6%	100.0%	

表 147 請問您的宗教信仰為?*請問您平均三個月會去看花卉展幾次? 交叉列表

			請問您平均三個月會去看花卉展幾次?				總計
			沒有	1~2次	3~5次	6次以上	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	62	31	7	1	101
		佔總計的百分比	23.8%	11.9%	2.7%	0.4%	38.7%
	道教	計數	35	17	0	0	52
		佔總計的百分比	13.4%	6.5%	0.0%	0.0%	19.9%
	天主教	計數	1	0	1	1	3
		佔總計的百分比	0.4%	0.0%	0.4%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	13	7	0	0	20
		佔總計的百分比	5.0%	2.7%	0.0%	0.0%	7.7%
	無	計數	67	15	2	1	85
		佔總計的百分比	25.7%	5.7%	0.8%	0.4%	32.6%
總計	計數		178	70	10	3	261
	佔總計的百分比		68.2%	26.8%	3.8%	1.1%	100.0%

表 148 不同宗教信仰受試者於參與花卉營銷程度問卷之差異性檢定

構面	宗教信仰	顯著性
請問您平常有參加花卉促銷嗎?	A.佛教	.004**
	B.道教	
	C.天主教	
	D.基督教	
	E.無	
請問您平均三個月會去看花卉展幾次?	A.佛教	.001***
	B.道教	
	C.天主教	
	D.基督教	
	E.無	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表 149 請問您的宗教信仰為?*請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎? 交叉列表

			請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎?		總計
			否	是	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	89	12	101
		佔總計的百分比	34.1%	4.6%	38.7%
	道教	計數	49	3	52
		佔總計的百分比	18.8%	1.1%	19.9%
	天主教	計數	2	1	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.4%	1.1%
	基督教	計數	15	5	20
		佔總計的百分比	5.7%	1.9%	7.7%
無		計數	74	11	85
		佔總計的百分比	28.4%	4.2%	32.6%
總計		計數	229	32	261
		佔總計的百分比	87.7%	12.3%	100.0%

表 150 請問您的宗教信仰為?*請問您花卉佈置居家環境的金額為? 交叉列表

			請問您花卉佈置居家環境的金額為?				總計
			1000元以下	1001~5000元	5001~10000元	10001元以上	
請問您的宗教信仰為?	佛教	計數	47	43	10	1	101
		佔總計的百分比	18.0%	16.5%	3.8%	0.4%	38.7%
	道教	計數	32	16	4	0	52
		佔總計的百分比	12.3%	6.1%	1.5%	0.0%	19.9%
	天主教	計數	2	0	1	0	3
		佔總計的百分比	0.8%	0.0%	0.4%	0.0%	1.1%
	基督教	計數	12	5	3	0	20
		佔總計的百分比	4.6%	1.9%	1.1%	0.0%	7.7%
無		計數	58	20	3	4	85
		佔總計的百分比	22.2%	7.7%	1.1%	1.5%	32.6%
總計		計數	151	84	21	5	261
		佔總計的百分比	57.9%	32.2%	8.0%	1.9%	100.0%

表 151 不同宗教信仰受試者於使用花卉佈置居家環境程度問卷之差異性檢定

構面	宗教信仰	顯著性
請問您有請過設計裝潢公司 使用花卉佈置居家環境嗎?	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.176
請問您花卉佈置居家環境的 金額為?	A.佛教 B.道教 C.天主教 D.基督教 E.無	.336

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$



第五節 購買花卉意願在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之因素等變項之相關分析

本研究對「購買花卉意願」、「參與花卉營銷程度」與「使用花卉佈置居家環境程度」等構面之皮爾森相關分析如表 30 所示。

一、購買花卉意願

- (1) 結果顯示購買花卉意願中的「過去三個月中買花的次數」與「買花情況?(可複選)_2 居家佈置」($r=.327, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_3 婚喪喜慶」($r=.135, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_4 公益活動」($r=.180, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_5 商業用途」($r=.137, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_6 個人喜好」($r=.302, p<.05$)、「三個月內平均買花的金額」($r=.638, p<.05$)、「增加意願方式_1 花藝課程教學」($r=.130, p<.05$)、「增加意願方式_3 於花藝展新產品」($r=.125, p<.05$)、「平常是否有參加花卉促銷」($r=.251, p<.05$)、「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.423, p<.05$)、「使用花卉佈置居家環境」($r=.161, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.304, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。
- (2) 購買花卉意願中的「買花情況(可複選)_1 節慶禮品」與「增加意願方式_2 弱勢團體公益」($r=.186, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。
- (3) 購買花卉意願中的「買花情況?(可複選)_2 居家佈置」與「買花情況?(可複選)_4 公益活動」($r=.137, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_6 個人喜好」($r=.124, p<.05$)、「三個月內平均買花的金額」($r=.198, p<.05$)、「增加意願方式_1 花藝課程教學」($r=.200, p<.05$)、「增加意願方式_3 於花藝展新產品」($r=.144, p<.05$)、「增加意願方式_4 居家佈置方案」($r=.207, p<.05$)、「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.153, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.230, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。
- (4) 購買花卉意願中的「買花情況?(可複選)_3 婚喪喜慶」與「買花情況?(可複選)_4

公益活動」($r=.744, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_5 商業用途」($r=.700, p<.05$)、「三個月內平均買花的金額」($r=.164, p<.05$)、「平常是否有參加花卉促銷」($r=.170, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(5) 購買花卉意願中的「買花情況?(可複選)_4 公益活動」與「買花情況?(可複選)_5 商業用途」($r=.768, p<.05$)、「買花情況?(可複選)_6 個人喜好」($r=.157, p<.05$)、「三個月內平均買花的金額」($r=.180, p<.05$)、「平常是否有參加花卉促銷」($r=.269, p<.05$)、「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.204, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.176, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(6) 購買花卉意願中的「買花情況?(可複選)_5 商業用途」與「三個月內平均買花的金額」($r=.251, p<.05$)、「增加意願方式_4 居家佈置方案」($r=.136, p<.05$)、「平常是否有參加花卉促銷」($r=.187, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.191, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(7) 購買花卉意願中的「買花情況?(可複選)_6 個人喜好」與「增加意願方式_3 於花藝展新產品」($r=.138, p<.05$)、「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.207, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(8) 購買花卉意願中的「三個月內平均買花的金額」與「平常是否有參加花卉促銷」($r=.127, p<.05$)、「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.247, p<.05$)、「使用花卉佈置居家環境」($r=.207, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.456, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(9) 購買花卉意願中的「增加意願方式_1 花藝課程教學」與「增加意願方式_2 弱勢團體公益」($r=.611, p<.05$)、「增加意願方式_3 於花藝展新產品」($r=.125, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(10) 購買花卉意願中的「增加意願方式_2 弱勢團體公益」與「增加意願方式_3 於花藝展新產品」($r=.189, p<.05$)構面都呈現顯著正相關。

(11) 購買花卉意願中的「增加意願方式_3 於花藝展新產品」與「平常是否有參加

花卉促銷」($r=.225, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.150, p<.05$)構面都呈現顯著正相關。

(12) 購買花卉意願中的「增加意願方式_4 居家佈置方案」與「使用花卉佈置居家環境」($r=.198, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.197, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(13) 購買花卉意願中的「增加意願方式_5 節慶促銷活動」與「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.198, p<.05$)構面呈現顯著正相關。

意即當受試者購買花卉意願愈高時，其在對「參與花卉營銷程度」下各個變項與「使用花卉佈置居家環境程度」下各個變項的平均得分愈高。

二、參與花卉營銷程度

(1) 結果顯示參與花卉營銷程度的「平常是否有參加花卉促銷」與「平均三個月會去看花卉展幾次」($r=.521, p<.05$)、「使用花卉佈置居家環境」($r=.177, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.142, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

(2) 參與花卉營銷程度的「平均三個月會去看花卉展幾次」與「使用花卉佈置居家環境」($r=.187, p<.05$)、「花卉佈置居家環境的金額」($r=.210, p<.05$)等構面都呈現顯著正相關。

意即當受試者參與花卉營銷程度愈高時，其在對「購買花卉意願」下特定變項(看展幾次)與「使用花卉佈置居家環境程度」下特定變項(使用)的平均得分愈高。

三、使用花卉佈置居家環境程度

(1) 結果顯示使用花卉佈置居家環境程度的「使用花卉佈置居家環境」與「花卉佈置居家環境的金額」($r=.302, p<.05$) 構面呈現顯著正相關。

意即當受試者使用花卉佈置居家環境程度愈高時，其在對「使用花卉佈置居家環境程度」下特定變項(佈置花卉金額)的平均得分愈高。

表 152 各構面之相關

相關																			
構面		A	B-1	B-2	B-3	B-4	B-5	B-6	C	D	E-1	E-2	E-3	E-4	E-5	F	G	H	I
A. 過去三個月中買花的次數	r	1	.049	.327**	.135*	.180**	.137*	.302**	.638**	-.038	.130*	.010	.125*	.056	-.106	.251**	.423**	.161**	.304**
	p		.430	.000	.029	.004	.027	.000	.000	.540	.036	.867	.044	.368	.088	.000	.000	.009	.000
B-1. 買花情況(可複選)_1 節慶禮品	r	.049	1	-.012	.087	.027	.034	-.112	.084	-.033	.087	.186**	.009	.003	.108	.013	-.106	.003	-.002
	p	.430		.853	.162	.665	.585	.072	.176	.595	.162	.003	.882	.965	.082	.837	.087	.964	.973
B-2. 買花情況?(可複選)_2 居家佈置	r	.327**	-.012	1	.081	.137*	.092	.124*	.198**	.076	.200**	.014	.144*	.207**	-.016	.101	.153*	.070	.230**
	p	.000	.853		.191	.027	.137	.046	.001	.224	.001	.818	.020	.001	.802	.105	.013	.259	.000
B-3. 買花情況?(可複選)_3 婚喪喜慶	r	.135*	.087	.081	1	.744**	.700**	.057	.164**	-.007	.017	.009	.087	.111	-.006	.170**	.104	.071	.116
	p	.029	.162	.191		.000	.000	.360	.008	.907	.784	.880	.162	.075	.928	.006	.093	.250	.060
B-4. 買花情況?(可複選)_4 公益活動	r	.180**	.027	.137*	.744**	1	.768**	.157*	.180**	-.039	.030	.055	.056	.102	-.042	.269**	.204**	.052	.176**
	p	.004	.665	.027	.000		.000	.011	.004	.533	.633	.376	.367	.099	.500	.000	.001	.403	.004
B-5. 買花情況?(可複選)_5 商業用途	r	.137*	.034	.092	.700**	.768**	1	.079	.251**	.007	.013	.051	.040	.136*	-.014	.187**	.076	.037	.191**
	p	.027	.585	.137	.000	.000		.202	.000	.916	.839	.412	.516	.028	.821	.002	.223	.557	.002
B-6. 買花情況?(可複選)_6 個人喜好	r	.302**	-.112	.124*	.057	.157*	.079	1	.121	.017	.092	.015	.138*	.041	-.060	.103	.207**	.101	.102
	p	.000	.072	.046	.360	.011	.202		.051	.781	.140	.809	.025	.513	.333	.097	.001	.104	.102
C. 三個月內平均買花的金額	r	.638**	.084	.198**	.164**	.180**	.251**	.121	1	-.093	.119	.058	.044	.108	-.032	.127*	.247**	.207**	.456**
	p	.000	.176	.001	.008	.004	.000	.051		.134	.054	.348	.482	.082	.607	.040	.000	.001	.000
D. 最常買花的地點	r	-.038	-.033	.076	-.007	-.039	.007	.017	-.093	1	-.017	-.024	.002	-.016	-.042	.094	.024	-.044	.020
	p	.540	.595	.224	.907	.533	.916	.781	.134		.783	.700	.974	.802	.500	.131	.697	.484	.747
E-1. 增加意願方式_1 花藝課程教學	r	.130*	.087	.200**	.017	.030	.013	.092	.119	-.017	1	.611**	.125*	.045	-.249**	.106	.069	-.001	-.012
	p	.036	.162	.001	.784	.633	.839	.140	.054	.783		.000	.043	.468	.000	.088	.267	.993	.846
E-2. 增加意願方式_2 弱勢團體公益	r	.010	.186**	.014	.009	.055	.051	.015	.058	-.024	.611**	1	.189**	-.002	-.149*	.075	-.010	-.067	-.005
	p	.867	.003	.818	.880	.376	.412	.809	.348	.700	.000		.002	.968	.016	.227	.873	.284	.941
E-3. 增加意願方式_3 於花藝展新產品	r	.125*	.009	.144*	.087	.056	.040	.138*	.044	.002	.125*	.189**	1	-.031	-.042	.225**	.118	.024	.150*
	p	.044	.882	.020	.162	.367	.516	.025	.482	.974	.043	.002		.616	.498	.000	.056	.698	.015
E-4. 增加意願方式_4 居家佈置方案	r	.056	.003	.207**	.111	.102	.136*	.041	.108	-.016	.045	-.002	-.031	1	-.104	-.002	.098	.198**	.197**
	p	.368	.965	.001	.075	.099	.028	.513	.082	.802	.468	.968	.616		.095	.980	.114	.001	.001
E-5. 增加意願方式_5 節慶促銷活動	r	-.106	.108	-.016	-.006	-.042	-.014	-.060	-.032	-.042	-.249**	-.149*	-.042	-.104	1	-.067	-.126*	-.009	-.058
	p	.088	.082	.802	.928	.500	.821	.333	.607	.500	.000	.016	.498	.095		.283	.042	.886	.351
F. 平常是否有參加花卉促銷	r	.251**	.013	.101	.170**	.269**	.187**	.103	.127*	.094	.106	.075	.225**	-.002	-.067	1	.521**	.177**	.142*
	p	.000	.837	.105	.006	.000	.002	.097	.040	.131	.088	.227	.000	.980	.283		.000	.004	.022
G. 平均三個月會去看花卉展幾次	r	.423**	-.106	.153*	.104	.204**	.076	.207**	.247**	.024	.069	-.010	.118	.098	-.126*	.521**	1	.187**	.210**
	p	.000	.087	.013	.093	.001	.223	.001	.000	.697	.267	.873	.056	.114	.042	.000		.002	.001
H. 使用花卉佈置居家環境	r	.161**	.003	.070	.071	.052	.037	.101	.207**	-.044	-.001	-.067	.024	.198**	-.009	.177**	.187**	1	.302**
	p	.009	.964	.259	.250	.403	.557	.104	.001	.484	.993	.284	.698	.001	.886	.004	.002		.000
I. 花卉佈置居家環境的金額	r	.304**	-.002	.230**	.116	.176**	.191**	.102	.456**	.020	-.012	-.005	.150*	.197**	-.058	.142*	.210**	.302**	1
	p	.000	.973	.000	.060	.004	.002	.102	.000	.747	.846	.941	.015	.001	.351	.022	.001	.000	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

第五章 結論與建議

本章結論與建議共計分為三個部分，第一節為研究結論，第二節為研究建議，第三節為未來研究建議。

第一節 研究結論

一、研究者之現況

本研究受試者以女性為居多，年齡層以 41~50 歲居多，居住地區以北部為最多，教育程度以碩士為居多，職業別以服務業居多，年收入以 150 萬 01 元以上為最多，宗教信仰則以佛教居多。

二、受試者背景變項在購買花卉意願、參與花卉營銷程度以及使用花卉佈置居家環境程度之差異

(一) 性別

本研究發現，在購買花卉意願部分，女性在過去三個月中買花的次數、何種情況下會買花以及何種方式會增加購買花卉的意願(1_搭配花藝課程教學)等平均得分皆高於男性，由此說明女性在日常生活中自行買花的頻率較高，表示在處理相關節慶與活動時，購買花卉等相關裝飾性事務及有意願參與花藝課程教學的也都是以女性為主的緣故。

在參與花卉營銷程度與使用花卉佈置居家環境程度部分，女性在三個月內看花卉展的平均得分高於男性，表示女性會出於自身喜愛到現場欣賞花卉，男性則在參加花卉促銷、請設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境以及花卉佈置居家環境金額的平均得分高於女性，顯示男性對於金額的敏感度略高於女性、金錢花費的主導權也在於男性。

(二) 年齡層

本研究發現，年齡層 21 歲~30 歲在何種方式會增加購買花卉的意願(搭配花藝課程教學與與弱勢團體合辦公益活動)平均分數高於其他年齡層；年齡層 31 歲~40 歲的人在何種方式會增加購買花卉的意願(節慶促銷活動)平均分數高於其他年齡層；年齡層

41~50 歲的人在何種情況下會買花(婚喪喜慶與商業用途)平均分數高於其他年齡層；年齡層 51~60 歲的人在何種方式會增加購買花卉的意願(於花博、花藝展覽推出新產品)平均分數高於其他年齡層；年齡層 61~70 歲的人在何種情況下會買花(居家布置)、三個月內去看花卉展幾次以及佈置居家環境的金額等平均分數高於其他年齡層。

這顯示各年齡層重視的部分不盡相同，年輕人較喜歡參加賞鮮並關注公共議題、中壯年族群則因常是家中的主幹，故常是家中各種事務的主要決策者、老年族群則因屆退休年齡，故較有時間與金錢參與相關花卉展覽、佈置並花費金錢居家環境。

(三) 居住地區

本研究發現，居住地區在北部的人在過去三個月買花次數、何種情況下會買花(婚喪喜慶與商業用途)、何種方式會增加購買花卉的意願(搭配花藝課程教學與弱勢團體合辦公益活動)、平常是否參加花卉促銷、三個月內去看花卉展幾次與是否請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境等平均分數高於其他地區；居住在中部地區的人在何種情況下會買花(節慶禮品與居家布置)、三個月內平均買花金額、最常買花的地點、何種方式會增加購買花卉的意願(於花博、花藝展覽推出新產品與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案)以及佈置居家環境的金額等平均分數高於其他地區；居住在南部地區的人則在何種情況下會買花(節慶禮品、居家布置、公益活動與個人喜好)、何種方式會增加購買花卉的意願(節慶促銷活動)等平均分數高於其他地區。

這顯示居住在北部地區的人，接收到相關花藝資訊與公益活動的機會較中南部高、居住在中部地區的人偏好到實體店並對於金錢較敏感、居住在南部地區的人則是因為較多如謝神、出殯等傳統活動。

(四) 教育程度

本研究發現，高中(含)以下學歷的人在平常是否參加花卉促銷平均分數高於其他學歷；大學(大專)的人在何種情況下會買花(婚喪喜慶、公益活動與商業用途)以及最常買花的地點等平均分數高於其他學歷；碩士學歷的人在何種情況下會買花(居家布置)、何

種方式會增加購買花卉的意願(與弱勢團體合辦公益活動、於花博、花藝展覽推出新產品與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案)以及是否請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境等平均分數高於其他學歷；博士學歷的人則在過去三個月買花次數、何種情況下會買花(節慶禮品與個人喜好)、最常買花的地點、何種方式會增加購買花卉的意願(搭配花藝課程教學與節慶促銷活動)、三個月內去看花卉展幾次以及佈置居家環境的金額等平均分數高於其他學歷。

這顯示居住不同學歷的人接觸到花卉的管道與層次有差異，高中(含)以下學歷的人可能自己從事過花卉銷售或是在購買時因為經濟因素而較在意花卉是否有促銷；大學(大專)學歷的人則可能因工作需要，多半集中於花卉的功能性用途；碩士與博士學歷的人則為了實踐自身對於美的詮釋，故較著重於花卉的情感用途。

(五) 年收入

本研究發現，年收 50 萬元以下的人在最常買花的地點、何種方式會增加購買花卉的意願(搭配花藝課程教學)以及三個月內去看花卉展幾次平均分數高於其他年收入；年收入 50 萬 01 元~70 萬元的人在何種情況下會買花(個人喜好)以及何種方式會增加購買花卉的意願(節慶促銷活動)等平均分數高於其他年收入；年收入 70 萬 01 元~90 萬元的人在何種方式會增加購買花卉的意願(於花博、花藝展覽推出新產品)以及平常是否參加花卉促銷等平均分數高於其他年收入；年收入 90 萬 01 元~110 萬元的人則在何種情況下會買花(居家布置、婚喪喜慶、公益活動、商業用途與個人喜好)以及何種方式會增加購買花卉的意願(與弱勢團體合辦公益活動)等平均分數高於其他年收入；年收入 110 萬 01 元~130 萬元的人則在何種情況下會買花(節慶禮品)以及請設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境等平均分數高於其他年收入；年收入 150 萬 01 元以上的人則在過去三個月買花次數、三個月內平均買花金額、何種方式會增加購買花卉的意願(與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案)以及佈置居家環境的金額等平均分數高於其他年收入。

這顯示不同年收入的人在負擔花卉支出與金額高低有所差異，年收入偏低者較在意購買花卉的附加價值；年收入中等者購買花卉則多半未處理日常事務；年收入偏高者則

較有意願與能力支付較高費用聘請專業人士佈置居家環境。

(六) 宗教信仰

本研究發現，由於天主教在各項指標上都為首位，但因樣本數只有 3 位，本研究認為不足以代表台灣天主教信仰國人的真正認知，故不予採納；佛教信仰的人在過去三個月買花次數、何種情況下會買花(節慶禮品)、三個月內平均買花金額、最常買花的地點、平常是否參加花卉促銷、三個月內去看花卉展幾次以及佈置居家環境的金額等平均分數高於其他宗教信仰；道教信仰的人在何種情況下會買花(居家布置)、何種方式會增加購買花卉的意願(於花博、花藝展覽推出新產品與節慶促銷活動)等平均分數高於其他宗教信仰；基督教信仰的人在何種情況下會買花(婚喪喜慶、公益活動、商業用途與個人喜好)、何種方式會增加購買花卉的意願(與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案)以及請設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境等平均分數高於其他宗教信仰；無宗教信仰的人在何種方式會增加購買花卉的意願(搭配花藝課程教學與弱勢團體合辦公益活動)等平均分數高於其他宗教信仰。

這顯示由於台灣是個以佛道兩家為主的社會，其中佛教與道教的祭祀等相關儀式都需要用到大量的花卉，因此佛教在許多變數上都高於其他宗教信仰；基督教信仰的人與花卉的連結則多半著重於居家或工作上的設計與運用。

三、購買花卉意願在購買花卉意願、參與花卉營銷程度、使用花卉佈置居家環境程度之因素等變項之相關分析

本研究透過相關分析發現，「購買花卉意願中」、「參與花卉營銷程度」、「使用花卉佈置居家環境程度」中的等項構面彼此相關性高，其中相關係數 0.5 以上的部分，「何種情況下會買花_公益活動」與「何種情況下會買花_商業用途」的相關性最高、其次為「何種情況下會買花_公益活動」、「何種情況下會買花_婚喪喜慶」、再者為「何種情況下會買花_商業用途」與「何種情況下會買花_婚喪喜慶」、再者為「三個月內平均買花金額」與「過去三個月買花次數」、再者為「何種方式會增加購買花卉的意願_與弱勢團體合辦

公益活動」與「何種方式會增加購買花卉的意願_搭配花藝課程教學」，最後為「三個月內去看花卉展幾次」與「平常是否參加花卉促銷」。

這顯示國人在參與公益活動、商業用途、婚喪喜慶三項活動時，彼此在花卉消費上有相互提升的效果、三個月內買花金額與買花次數、弱勢團體合辦的公益活動與花藝課程教學彼此、三個月內去看花展幾次與參加花卉促銷也有正向關係。



第二節 研究建議

本研究基於分析結果提出以下兩點建議，提供吸引與提升國人購買花卉意願之具體建議，給花卉產業擬定行銷策略方案作為參考。

一、突破傳統節慶與特殊活動需求之定位

花卉有別其他作物，具有獨特的產業特性，例如消費者的消費習慣會隨著節慶或是潮流而有所改變，進而影響市場對於花卉的需求。另外，花卉對於國人來說並非民生必需品，多半是有特定活動才會購買，因此價格與數量的變化亦相當的劇烈與敏感。為了改善此困境，本研究建議花卉業者應當設法提高國人平時對於花卉的能見度，讓國人不再只有在特定節日才購買花卉應景，如與戲劇、電影產業合作，在消費者心中塑造美好之印象，如同巧克力或啤酒等，讓消費者平時就會購買花卉以犒賞自己或是抒發情緒。

二、開發花卉附加價值更高的產品

在產品特性方面，花卉的生命週期非常短、被取代性高、不易全年供貨、產品規格化困難、不耐儲存和運送，故花卉的運輸成本很高且必需克服檢疫，環保標章等障礙。本研究建議花卉業者不用拘泥於鮮花市場，可以與文創業者、演藝產業、餐飲業者甚至生技業者進行合作與交流，將花卉製作成乾燥花、永生花、鮮食、保健食品與保養品等，增加花卉在市場上的產品種類，突破傳統受環境因素的限制，提高獲利率。

第三節 未來研究建議

本研究因有限時間、人力與物力的限制，在許多議題的廣度上仍不夠周延，故希冀未來研究學者指導與改進，增加對此議題結果之豐富度，讓台灣花卉產業得以借鏡。

一、研究樣本之限制

本研究主要探討國人購買花卉意願之影響因素，了解台灣中華民國國民對於花卉的感知與行動程度，但根據樣本分析結果顯示，在年齡層方面，21 歲~30 歲、61 歲~70 歲以及 70 歲以上的人數分別只占總體 5.4%、5.4%與 1.1%；在居住地區方面，居住在北部的人數高達 96.6%，中南部的人數只佔總體 1.1%和 2.3%；在宗教信仰方面，天主教與基督教信仰的人數分別只占總體 1.1%與 7.7%，由此可知，與本研究所強調的「台灣整體國民」對於花卉的購買意願程度，有所落差，所以若要將本研究結果同時推論至台灣全體國民，可能會有所限制，建議未來研究學者在探討台灣全體國民議題時，應多蒐集年輕族群與老年族群、中南部居民、偏低學歷與博士學歷、非佛道信仰的樣本，以確保本研究具有代表性。

二、研究方法之限制

本研究採用問卷調查法蒐集國人購買花卉意願之資料並透過統計分析方法，獲取較為客觀與量化的研究結果，但由於消費者的購買動機與其行為相當複雜，難以僅憑幾項本研究所歸納的指標就得以透徹了解，為此本研究建議未來研究學者可以招募願意接受訪談的受試者，進行面對面訪談的質性面研究，透過研究者與受試者互動式的對談與交流，獲得更多訊息，了解受試者心中最真實的想法。

三、問卷設計之限制

本研究在問卷設計上並沒有採用李克特的五點式量表，因此在後續統計上較為紊亂，整體信度也偏低，數據的呈現也較為分散而無法做較為深入的分析與解釋，因此本研究建議未來研究學員應當採用較為統一的五點式或七點式量以利後續統計分析。

參考文獻

- 李皇照(2004) 台灣花卉園藝市場之拓展，台灣花卉園藝，200: 120-132。
- 陳鵬宇(2009) 綠活的想像與實踐：台北地區的園藝消費與居家自然(未出版之碩士論文)。
國立臺灣大學，台北市。
- 吳明珠(2000) 迷你觀葉植物和盆花室內觀賞品質與消費行為調查(未出版之碩士論文)。
國立臺灣大學，台北市。
- 楊葆茜(1995) 台北市與台中市家計單位花卉消費行為之分析(未出版之碩士論文)。國立
中興大學，台中市。
- 潘德芳(2000) 國產主要花卉之市場區隔，台灣地區重要農產品產銷研討會專集，297～
311。
- 廖思婷(2003) 觀葉植物消費行為之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣大學，台北市。
- 潘明全、蔡建雄、許恆明(1999)。台北市與東京都切花消費之研究。農產運銷，119，39-48。
- 陳芳倩(1994) 展覽藝術休閒之研究(未出版之碩士論文)，東海大學，台中市。
- 陳怡臻(1998) 觀全球花卉市場中的台灣花卉產業。生技／醫藥產業分析，87，1-9。
- 林嬰倫(2006) 花卉商品自用型消費與贈禮型消費之購買決策模型比較(未出版之碩士論
文)。大葉大學，彰化縣。
- 王內建(2009) 消費者花卉購買行為之研究(未出版之碩士論文)。大葉大學，彰化縣。
- 黃莉涓(2014) 手作布雜貨與居家布置之研究-以餐桌布置為例(未出版之碩士論文)。中原
大學，桃園市。
- 潘忠煜、楊士鴻(2013)，感質心體驗，品質月刊，34-36。
- 畢恆達(2001) 空間就是權力，台北：心靈工坊。
- 黃俊傑(2011) 服務設計、展覽體驗、體驗價值、顧客滿意度與推薦意願之關聯研究-以
2010 年台北國際花卉博覽會為例(未出版之碩士論文)。國立政治大學，台北市。
- 王雯玲(2010) 審美生活之室內空間觀-以藝文人士之居家佈置為例(未出版之碩士論文)。
東海大學，台中市。

吳明隆(2007) SPSS 統計應用學習實務--問卷分析與應用統計。台北：知城。

行政院農業委員會(2016) 農業統計年報，農業生產／作物生產／花卉類。取自

<http://agrstat.coa.gov.tw/sdweb/public/book/Book.aspx>

蔡旭輝(2018)。影響青少年購買意願的相關因素探討—以五月天演唱會為例（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，台北市。

Broniarczyk, S. M., & Alba, J. W. (1994). The importance of the brand in brand extension.

Journal of Marketing Research, 31(May), 214-228

Bhatti, M. and Church, A. (2001) Cultivating natures: Homes and gardens in late modernity,

Sociology, 35(2): 37-51.

Dodds, W. B., K. B. Monroe, and D. Grewal. "The Effects of Price, Brand, and Store

Information on Buyer's Product Evaluations." *Journal of Marketing Research*, 1991, Vol. 28, No.3, pp. 307-319.

Hoyer, W. D. and S. P. Brown(1990), "Effects of brand awareness on choice for a common, repeatpurchase product." *Journal of Consumer Research*, 17, No.2, pp. 141-8.

Hsu, T.H, Y. S. Wang, and S.C.Wen(2006), "Using the decomposed theory of planned behavior to analyze consumer behavioral intention towards mobile text message coupons." *Journal of Targeting*, 14, No. 4, pp. 309-26.

Hoyle, M. (1991) *The Story of Gardening*. London: Pluto Journeyman.

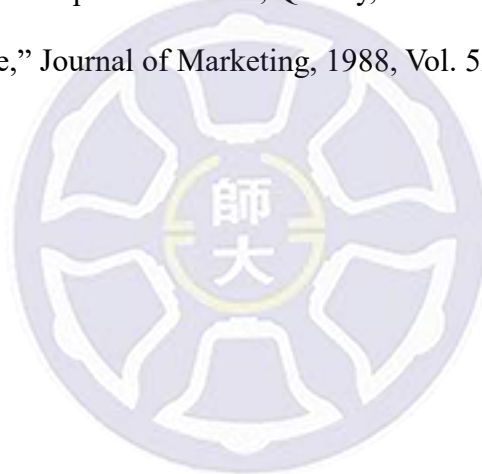
Hitchings, R. (2003) People, plants and performance: on actor network theory and the material pleasures of the private garden, *Social and Cultural Geography*, 4: 99-112.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.

Kotler, P.(2000), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 10th Edition, .NJ: Prentice Hall.

Liebermann, Y. and A. Flint-Goor. "Message Strategy by Product-Class Type: A Matching Model," *International Journal of Marketing Research*, 1996, Vol. 13, pp. 237-249.

- Morwitz, V. G., Johnson, E. J., & Schmittlein, D. C. (1993). Does measuring intent change behavior. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 46-61.
- Power, E. R. (2005) Human-Nature Relations in Suburban Gardens, *Australian Geographer*, 36 (2): 39-53.
- Raghubir, P. and C. Kim(1999), “When Do Price Promotion Affect Pretrial Brand Evaluations?” *Journal of Consumer Research*, 36, No.2, pp.211-22.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues and Research Advertising*, 26(2), 53-66.
- Schiffman, L. G. and L. L. Kanuk. *Consumer Behavior*, 2000, 7th ed., Prentice Hall, Inc.
- Zeithaml, V. A. “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesize of Evidence,” *Journal of Marketing*, 1988, Vol. 52, pp. 2-22.



附錄一 研究問卷

親愛的先生小姐您好：

這是一份學術問卷，主要是研究國人花卉購買頻率，懇請您能撥出寶貴的幾分鐘，就您最近一次購買花卉時，自身經驗與看法詳實填答，本問卷之題目並無所謂的標準答案，且所有資料均以無記名並採保密方式處理，所有資料僅供學術上分析之用，絕對不會損害個人隱私與權益，請您放心作答，謝謝撥冗填寫此問卷！

國立臺灣師範大學管理學院

指導老師：沈永正教授

研究生：廖美玲

一、購買花卉意願問卷

(一)請問您平常會逛花店或花市嗎？

☐是 ☐否

(二)請問您在何種情況下會買花？(可複選)

☐節慶禮品 ☐居家佈置 ☐婚喪禮慶 ☐公益活動 ☐商業用途

☐個人喜好

(三)請問您過去三個月中買花的次數為？

☐沒有 ☐1~2 次 ☐3~5 次 ☐6 次以上

(四)請問您最常買花的地點為？

☐花店 ☐花卉市場 ☐網路花店 ☐路邊攤

(五)請問您三個月內平均買花的金額為？

☐100 元以下 ☐101~300 元 ☐301 元~500 元 ☐501 元~1000 元

☐1001 元~3000 元 ☐3001 元~5000 元 ☐5001 元以上

(六)請問您以下何種方式會增加您購買花卉的意願？(複選題)

- ☐ 搭配花藝課程教學
- ☐ 與弱勢團體合辦公益活動
- ☐ 於花博、花藝展覽推出新產品
- ☐ 與室內設計裝修公司合作推出居家佈置方案
- ☐ 節慶促銷活動

二、參與花卉營銷程度問卷

(一)請問您平常有參加花卉促銷公益活動嗎？

- ☐ 是 ☐ 否

(二)請問您平均三個月會去看花卉展幾次？

- ☐ 沒有 ☐ 1~2 次 ☐ 3~5 次 ☐ 6 次

三、使用花卉佈置居家環境程度問卷

(一)請問您有請過設計裝潢公司使用花卉佈置居家環境嗎？

- ☐ 是 ☐ 否

(二)請問您花卉佈置居家環境的金額？

- ☐ 1000 元以下 ☐ 1001 元~5000 元 ☐ 5001 元~10000 元 ☐ 10001 元以上

四、受試者基本資料

(一)請問您的性別是？

- ☐ 男 ☐ 女

(二)請問您的年齡為？

- ☐ 21~30 歲 ☐ 31~40 歲 ☐ 41~50 歲 ☐ 51~60 歲 ☐ 61~70 歲
☐ 71 歲以上

(三)請問您的居住地區為？

☐北部 ☐中部 ☐南部

(四)請問您的最高學歷為？

☐國小 ☐國中 ☐高中 ☐大學(大專) ☐碩士 ☐博士

(五)請問您的職業為？

☐農林漁牧業 ☐交通運輸業 ☐餐旅業 ☐建築工程業 ☐製造業

☐大眾傳播業 ☐醫務人員 ☐軍公教 ☐金融業 ☐服務業 ☐電子業

☐資訊業 ☐通信業 ☐自由業 ☐商業 ☐家管 ☐待業中 ☐退休

☐學生

(六)請問您的年收入為？

☐50 萬元以下

☐50 萬 01 元~70 萬元

☐70 萬 01 元~90 萬元

☐90 萬 01 元~110 萬元

☐110 萬 01 元~130 萬元

☐130 萬 01 元~150 萬元

☐150 萬 01 元以上

(七)請問您的宗教信仰為？

☐佛教 ☐道教 ☐天主教 ☐基督教 ☐無

