

**110 年度國立臺灣博物館
服務滿意度調查報告**

執行單位：藝聯有限公司

計畫主持人：林詠能

研究助理：許家瑋

目錄

第壹章、緒論.....	4
壹、前言.....	4
貳、調查動機.....	5
參、調查目的.....	5
第貳章、調查概述.....	6
壹、研究設計與實施.....	6
一、研究方法.....	6
二、問卷調查.....	7
貳、資料處理與分析.....	10
第參章、調查結果分析.....	11
壹、觀眾人口統計特質分析.....	11
一、性別.....	11
二、年齡.....	12
三、教育程度.....	14
四、職業.....	15
五、平均所得.....	16
六、居住地區.....	18
七、家庭狀況.....	20
八、觀眾主要興趣.....	21
九、觀眾最常使用的傳播媒體（複選）.....	22
十、小結.....	24
貳、觀眾行為調查分析.....	30
一、觀眾參觀頻率.....	30
二、參觀各展館程度（複選）.....	33
三、觀眾獲知訊息之管道（複選）.....	36
四、參觀原因（複選）.....	38
五、偏好的博物館類型（複選）.....	41
六、消費的程度與項目.....	43
七、小結.....	45
參、各項服務滿意度分析.....	46
一、整體硬體設施（設備）滿意度.....	48
二、整體展覽滿意度.....	50

三、整體人員及服務滿意度	52
肆、重要表現程度分析	54
一、國立臺灣博物館系統	54
二、國立臺灣博物館（本館）	58
三、古生物館	61
四、南門館	64
五、鐵道部園區	67
伍、參觀的整體滿意度、再訪與推薦分析	70
一、各館整體滿意度	70
二、觀眾之再訪與推薦意願	72
陸、交叉分析	74
一、性別與滿意度交叉分析	74
二、性別與硬體設施滿意度交叉分析	75
三、性別與展覽滿意度交叉分析	76
四、性別與人員服務滿意度交叉分析	77
第肆章、結論與建議	78
壹、結論	78
一、根據「人口統計特質分析」提出建議	78
二、根據「行為調查分析」提出建議	81
三、根據「各項服務滿意度分析」提出建議	82
四、根據「重要表現程度」提出建議	83
五、對於「明年度調查」提出建議	84
參考資料或文獻：	85
附錄一、110年「國立臺灣博物館觀眾滿意度調查」問卷	86
附錄二、觀眾其他意見	89

第壹章、緒論

壹、前言

博物館是社會教育機構，在文化與社會永續發展上扮演重要角色。各國無不傾注大量人力、物力，積極建設博物館事業，不僅為滿足教育傳播及休憩觀光的需求，更能藉以提升國家文化形象。

由於時代急遽演進，社會生活型態改變，博物館的角色隨著社會需求期待和自我專業期待的轉變，日趨多元。面對眾多文化機構和休閒娛樂事業的競爭壓力，以及博物館專業水準的提升，博物館的經營已不能侷限在傳統的展示、教育、宣傳及服務方式。企業管理中客製化的精神與實踐也正是現代博物館所需具備的營運發展理念。然而，若欲提供適於觀眾的展覽活動及服務，博物館必須瞭解觀眾的特性與需求，觀眾研究即是博物館不可忽視的要務（劉婉珍，2008）。

國立臺灣博物館(以下簡稱「臺博館」)作為國家博物館，為發展更佳觀眾服務品質，並充沛國家文化創意產業環境整備，企以符合社會科學標準程序的調查研究過程為橋梁，瞭解臺博館主要觀眾族群之需求與意見回饋，藉以使臺博館提供之展覽、服務更臻完善。臺博館實施觀眾參觀滿意度數年，但因預算限制、人力有限等因素，總未能做縱貫性、全面性及系統性之調查研究。因此，歷年實施之觀眾意見及滿意度調查往往失於片段、零碎，無從以時間的軸線及脈絡，做長期比較和趨勢觀察。有鑑於此，本研究計畫旨在延續104、105、107、108及109年度的調查研究基礎，從總體調查之向度，持續蒐集本館觀眾意見資訊，瞭解國內民眾對臺博館參觀的滿意度。調查後分析研討結果將作為日後展覽空間設計、行銷規畫、服務品質提升、開發客群等行政改進參考依據，以強化臺博館核心競爭價值。

貳、調查動機

藝聯有限公司接受國立臺灣博物館委託，針對其主要四個展館—本館、古生物館、南門館、鐵道部園區（以下簡稱鐵道部），進行110年度之觀眾調查，以了解觀眾意見及對各項服務的滿意度與需求，強化與觀眾的關係，並提升觀眾對本館服務品質的滿意度，更可同時作為未來加強與改善服務之參考依據。在瞭解觀眾特質之基礎上，針對「整體硬體設施（設備）」、「整體展覽」與「整體人員及服務」等三大項目進行觀眾服務品質滿意度調查。同時，為了解觀眾入館前與參觀後的重視與滿意度情形，另外增加重要表現程度分析法，以進一步剖析觀眾對本館各項服務的重視程度與感受程度之差異，以做為臺博館未來資源投注之參考。

參、調查目的

為瞭解臺博館觀眾之特徵、持續蒐集觀眾意見資訊。調查後分析研討結果，作為日後展覽空間設計、行銷規畫、服務品質提升、開發客群等行政改進參考依據，本研究調查目的為：

一、瞭解國立臺灣博物館系統觀眾的特質：

經由本調查進行觀眾的人口統計變項與分析，以了解觀眾的特質，以對參訪觀眾之特徵與特性進行初步掌握，做為未來需求的預測與服務的調整與改善之基礎。

二、調查觀眾的滿意度：

針對國立臺灣博物館系統（下稱臺博館）系統整體環境設施、展覽內容與人員服務品質等各個不同之項目，進行觀眾滿意度調查，以了解觀眾對臺博館系統各項服務之感受與需求，並以此量化研究結果為基礎，彙整不滿意之觀眾的意見，據以做為改善特定服務之參考依據。

三、可進行歷年之比較與分析：

透過歷年性調查比較，掌握觀眾特性及服務滿意度之變化趨勢，做為未來長期策略規劃擬定之參考依據。

第貳章、調查概述

壹、研究設計與實施

一、研究方法

(一) 調查對象：

本次調查依我國政府文化統計規範，調查參觀民眾之各項意見。抽樣對象包含來參訪臺博館本館、古生物館、南門館及鐵道部園區之12歲以上購票觀眾（包含免票優待之觀眾）。調查項目包含整體環境設施、展覽內容、人員服務、參觀前後的重視程度與滿意程度，及觀眾基本人口變項等資料。

(二) 調查地點：

臺博館本館、古生物館、南門館及鐵道部園區各展館出入口處及服務台，進行出口調查。

(三) 調查實施時間：今(110)年因受到新冠肺炎本土疫情影響，5-7月配合三級防疫政策閉館，7月27日起至110年10月3日止實施全館預約制，暫緩發放，於10-11月重啟調查，調查時間為110年3月至5月中；10月至11月初。

(四) 抽樣方法：採系統隨機抽樣。

(五) 問卷版本：

為同時調查國外觀眾對臺博館系統的意見與滿意度，本次問卷設計兩種語言版本，分別為中文與英文。

(六) 抽樣依據：

考量觀眾型態、參觀月份、展館地點、時段與及平日/假日之觀眾對臺博物館滿意度可能產生差異。故依據參觀月份、展館地點、時段與及平日/假日做為完成樣本配置依據。

(七) 完成樣本數規劃：本調查預計完成800份有效問卷。

(八) 各展館應完成樣本數：

依據109年度4館之參觀人次進行樣本配置，各展館樣本配置如下：

表 1、各展館應完成樣本數

展館名稱	人數	佔比	應完成樣本數
臺灣博物館本館	177,894	32.66%	260
古生物館	181,317	33.28%	260
南門館	39,775	7.3%	60
鐵道部園區	145,757	26.76%	220
總計	544,743	100%	800

二、問卷調查

(一) 問卷內容設計 (調查問卷詳如附錄)：

本研究共分為四大部分，第一部分為「觀眾行為調查」，第二部分為「觀眾重要(重視度)－表現(滿意度)程度」，第三部分為「受訪者基本資料」，第四部份為「其他意見」，在量表部分，採用Likert Scale五點計分評量法來計分，共15題，填答選項分為(5)非常滿意(4)滿意(3)普通(2)不滿意(1)非常不滿意。並設計不適用之選項，以排除遺漏題。各項目主要衡量內容說明如下：

- i. 觀眾行為：主要係為瞭解參訪博物館觀眾之基本行為特性。其內容包含：臺博館參觀次數、博物館參觀次數、參觀展館、未參觀原因、訊息取得管道、吸引參觀原因、通常參觀原因、有興趣之博物館類型、館內消費情況。
- ii. 受訪者基本資料：主要瞭解參觀觀眾的基本特質，以利掌握特定族群的型態特質。其內容包含：性別、年齡、教育程度、職業、所得、居住地、是否有子女、興趣及常使用的傳播媒體。
- iii. 觀眾滿意度及重要性：主要瞭解參觀觀眾對各項服務之滿意度及重要性意見，其內容包含：硬體設施(設備)、展覽、人員服務等。
- iv. 忠誠度及其他意見：主要瞭解參觀觀眾對「再訪」及「推薦」臺博館的意願及其他意見。其內容包含改善意見及其他相關建議等。

(二) 研究步驟：

1. 文獻探討及初步分析
2. 將問卷置入 MuseSurvey
3. 問卷調查
4. 資料整理與分析
5. 撰寫研究報告

(三) 樣本數：

研究團隊於110年3月1日至11月10日，使用附錄之問卷進行正式調查，選取平日與假日進行調查，共發放822份問卷，扣除1份無效樣本，有效問卷為821份，問卷回收率為99.88%，其中臺博館本館有273份有效問卷、古生物館為263份有效問卷、南門館為63份有效問卷、鐵道部園區為222份有效問卷（詳見表2）。

本研究使用問卷平臺網站MuseSurvey進行問卷發放，因此填答過程由訪員與觀眾共同填寫，過程透過訪員的指導與協助，來收回本次之調查問卷。

表 2、問卷發放份數統計表

國立臺灣博物館本館					
假日/ 國定假日	日期	發放份數	平日	日期	發放份數
	3月	39		3月	35
	4-6月	45		4-6月	22
	7-9月	本土疫情		7-9月	本土疫情
	10-11月	58		10-11月	74
總計 273 份					
古生物館					
假日/ 國定假日	日期	發放份數	平日	日期	發放份數
	3月	40		3月	30
	4-6月	37		4-6月	22
	7-9月	本土疫情		7-9月	本土疫情
	10-11月	66		10-11月	68
總計 263 份					
南門館					
假日/ 國定假日	日期	發放份數	平日	日期	發放份數
	3月	17		3月	/
	4-6月	本土疫情		4-6月	
	7-9月	本土疫情		7-9月	
	10-11月	46		10-11月	
總計 63 份					
鐵道部園區					
假日/ 國定假日	日期	發放份數	平日	日期	發放份數
	3月	35		3月	26
	4-6月	35		4-6月	本土疫情
	7-9月	本土疫情		7-9月	本土疫情
	10-11月	54		10-11月	74
總計 222 份					
四館共總計 821 份					

貳、資料處理與分析

本研究之問卷資料處理與分析採用：

(一) 次數分配

(二) 重要表現程度分析 (IPA)：

IPA分析法是為瞭解民眾對於某項服務的重視程度與實際的感受程度，並可提供機構在改善服務品質上的優先順序(圖1)。操作方式是先計算各別題項的重要與表現程度平均數，將這些平均值置入二維矩陣中，再以所有題項的平均值為分隔點，形成四個象限，利用各別題項的相對位置，描述此服務項目的表現情形，並提出服務的改善策略與建議。重要表現程度分析矩陣圖如下：



圖 1、重要表現程度矩陣圖

第參章、調查結果分析

壹、觀眾人口統計特質分析

一、性別

本次研究結果顯示，參觀臺博館系統的觀眾中，以女性觀眾居多，與國內外相關博物館觀眾之研究，普遍以女性觀眾居多之情況相符，顯示女性觀眾在博物館之參與上，較男性更為積極。

在801份有效問卷中，女性觀眾與男性觀眾比例四捨五入後接近6：4，女性為59.68%（478人）、男性為40.32%（323人），女性較男性多出19.35%（155人）。各個分館的研究結果也呈現類似之比例分佈，臺博館本館男性為41.54%（108人）、女性為58.46%（152人），古生物館男性為36.29%（94人）、女性63.71%（165人），南門館男性30.65%（19人）、女性為69.35%（43人），但在鐵道部園區男女比例大約為一半一半，鐵道部園區男性46.36%（102人）、女性為53.64%（118人）。

總體來說近三年整體觀眾性別組成大致維持類似比例，以女性觀眾為主。

表 3、觀眾性別比例統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
女性	478	59.68%	152	58.46%	165	63.71%	43	69.35%	118	53.64%
男性	323	40.32%	108	41.54%	94	36.29%	19	30.65%	102	46.36%
總計	801	100%	260	100%	259	100%	62	100%	220	100%

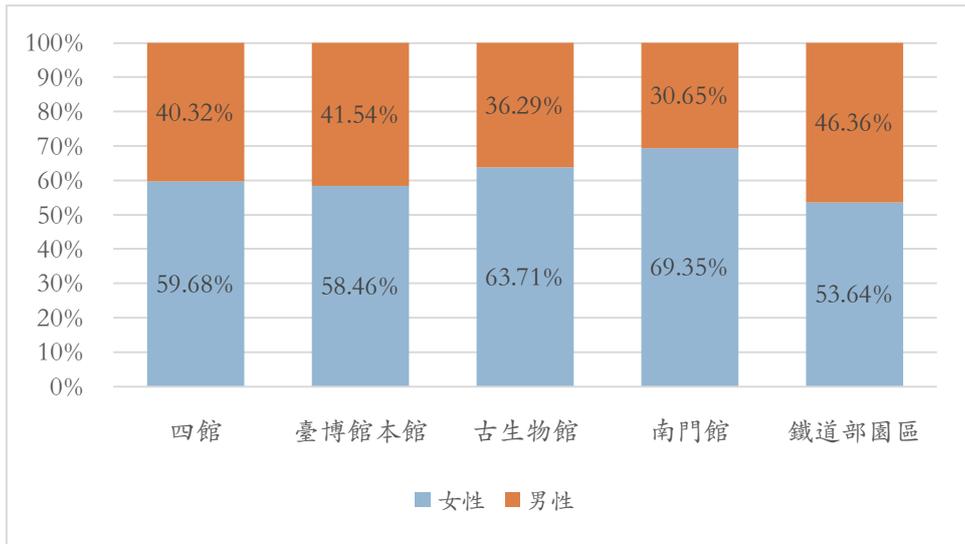


圖 2、觀眾性別比例分析圖

二、年齡

從本次之觀眾年齡調查中可知，在804份有效問卷中，參觀臺博館系統的核心觀眾群以年齡層20-29歲之區間居多，共佔了31.84%(256人)，其次為「30-39歲」，佔了30.85%(248人)，而以「65歲以上」之觀眾最少，僅占1.12%(9人)。

其中，臺博館本館的觀眾年齡層，主要分布在20-29歲(43.30%)，相較去年的31.10%，增加了12.20%。而古生物館及鐵道部之主要觀眾年齡則為提高為30-39歲(古生物31.66%、鐵道部38.91%)次之則為20-29歲(古生物30.50%、鐵道部24.43%)。

參觀南門館的年齡層與去年相同，核心觀眾群屬於中壯年人口，最主要之年齡層為30-39歲，佔了46.07%(29人)，其次為40-49歲，佔了25.4%(16人)。

整體核心觀眾年齡組成與去年調查結果類似，然而在各館略有不同，古生物館、鐵道部園區主要年齡層有提高至30-39歲族群，另15歲以下及60歲以上的族群略有減少，可能與今年本土疫情有關，建議接下來持續調查觀察。

表 4、觀眾年齡統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
14歲以下	14	1.74%	5	1.92%	5	1.93%	0	0.00%	4	1.81%
15-19歲	42	5.22%	20	7.66%	16	6.18%	0	0.00%	6	2.71%
20-29歲	256	31.84%	113	43.30%	79	30.50%	10	15.87%	54	24.43%
30-39歲	248	30.85%	51	19.54%	82	31.66%	29	46.03%	86	38.91%
40-49歲	172	21.39%	45	17.24%	58	22.39%	16	25.40%	53	23.98%
50-59歲	52	6.47%	20	7.66%	9	3.47%	6	9.52%	17	7.69%
60-64歲	11	1.37%	2	0.77%	6	2.32%	2	3.17%	1	0.45%
65歲以上	9	1.12%	5	1.92%	4	1.54%	0	0.00%	0	0.00%
總計	804	100%	261	100%	259	100%	63	100%	221	100%

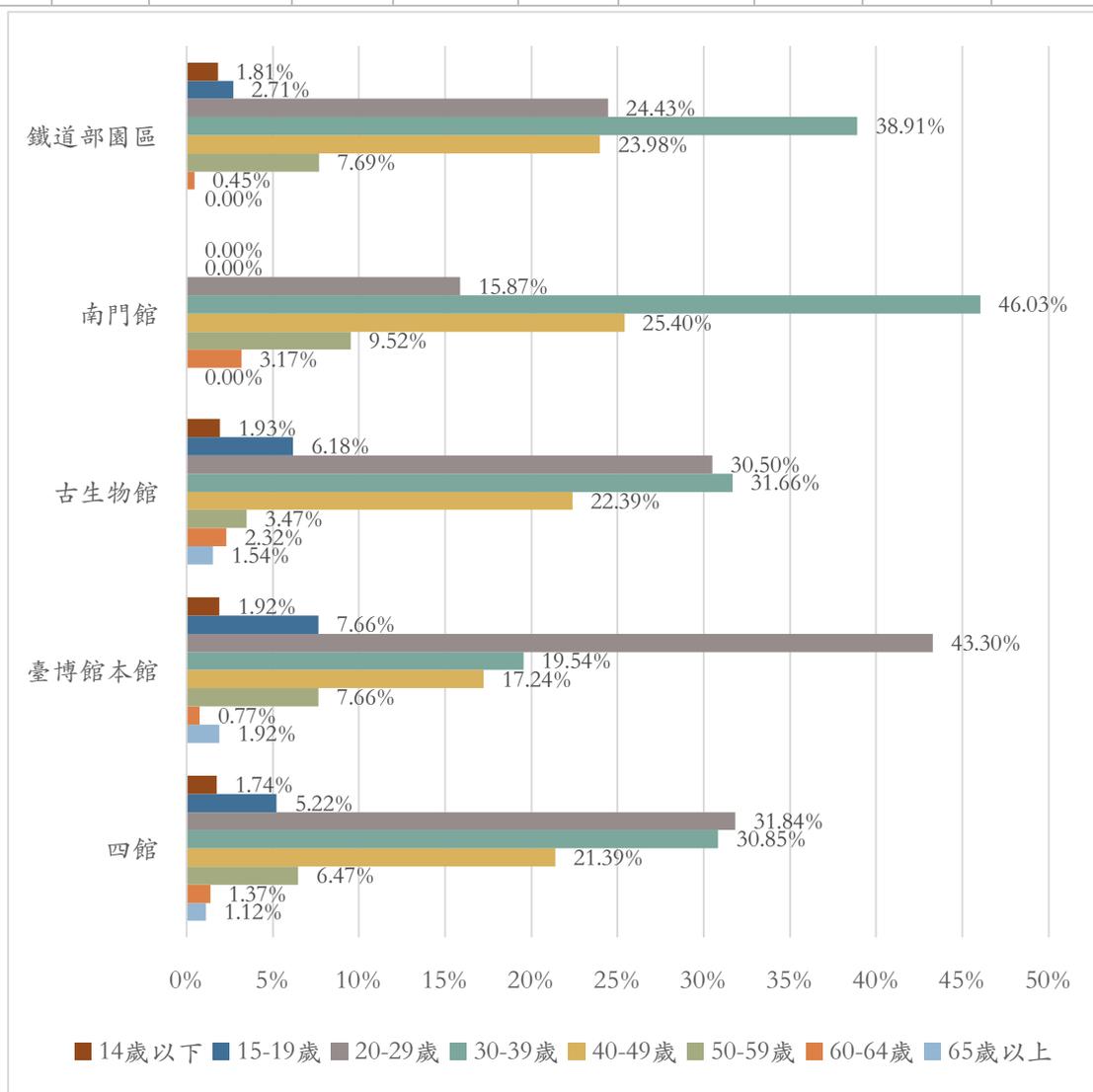


圖 3、觀眾年齡統計圖

三、教育程度

本次調查結果顯示，在804份有效問卷中，大學（專）教育程度之觀眾為參觀臺博館系統的主要觀眾，佔了64.93%（522人），其次為研究所以上之教育程度的觀眾，共佔23.63%（190人），符合博物館觀眾普遍以教育程度較高之高學歷者居多的情況。

各個分館的研究結果也呈現類似的分佈比例，臺博館本館大學（專）之觀眾比例為62.93%（163人），古生物館大學（專）觀眾68.97%（180人），南門館大學（專）觀眾比例為61.90%（39人），鐵道部園區大學（專）觀眾比例為63.35%（140人）。

整體調查結果與去年呈現類似比例，但在各館的組成上，今年大學（專）之觀眾比例最高的館為古生物館（108年為臺博館本館、109年為鐵道部園區），在研究所以上之觀眾比例最高為南門館（108年為南門館、109年為鐵道部園區）。

表 5、觀眾教育程度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
初中以下	15	1.87%	5	1.93%	6	2.30%	0	0.00%	4	1.81%
高中（職）	67	8.33%	24	9.27%	26	9.96%	3	4.76%	14	6.33%
大學（專）	522	64.93%	163	62.93%	180	68.97%	39	61.90%	140	63.35%
碩士	190	23.63%	61	23.55%	48	18.39%	19	30.16%	62	28.05%
博士	10	1.24%	6	2.32%	1	0.38%	2	3.17%	1	0.45%
總計	804	100%	259	100%	261	100%	63	100%	221	100%

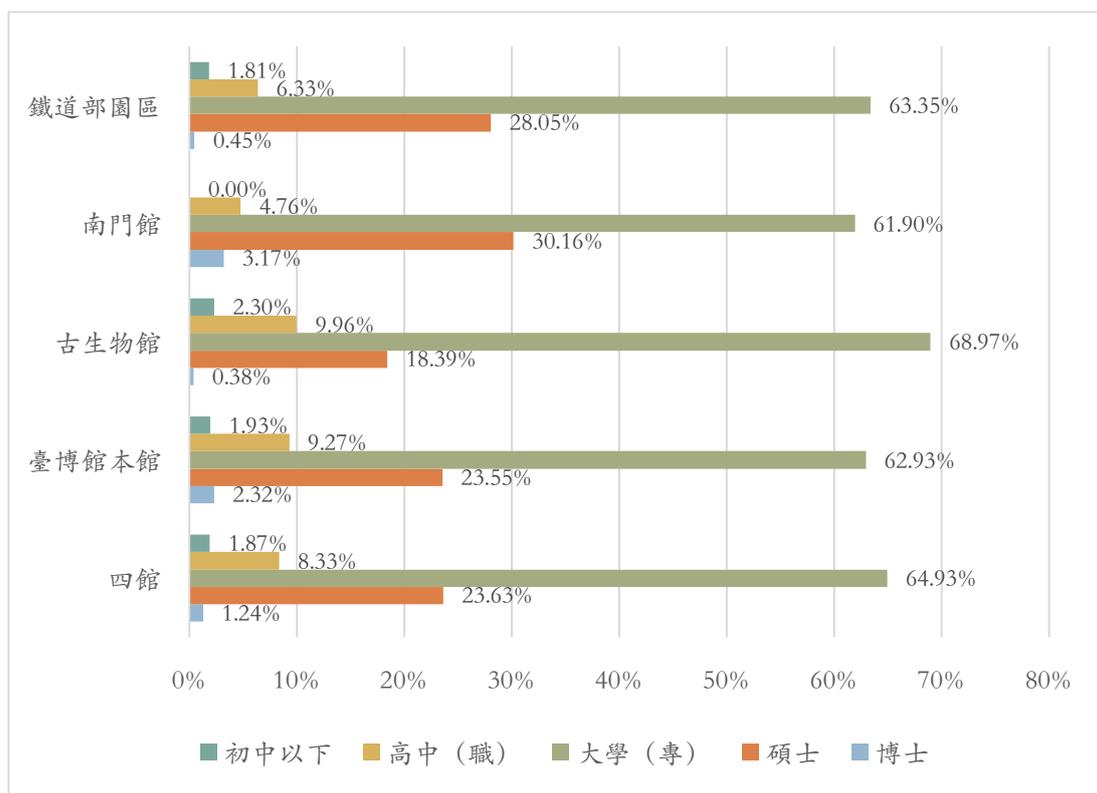


圖 4、觀眾教育程度統計圖

四、職業

根據本次調查結果統計，臺博館系統的觀眾多為民間企業之工作人員，佔 41.52% (306人)，其次為學生，佔 24.15% (178人)，而職業為軍公教位居第三，佔了 17.91% (132人)。

各個分館的研究結果中，本館、古生物館、南門館及鐵道部園區四館均為同樣為「民間企業」位居第一，分別佔了 35.48% (88人)、39.32% (92人)、55.36% (31人)、47.74% (95人)。與去年相同，本館、古生物館及鐵道部皆以學生族群次之，分別為 35.08% (87人)、21.79% (51人)、18.09% (36人)。但與去年不同的是，南門館的部份次之則為軍公教人員 19.64% (去年次之為學生)。選填「其他」之觀眾職業包含了代理老師、醫療業、自由業、服務業、新聞媒體業、旅遊業、保母、家管、資訊業、金融業、保險業、設計業等，顯示參觀觀眾背景之多元。

比較去年的調查，南門館的軍公教人員增加不少，由 12.24% 增加到 19.66%。

表 6、觀眾職業統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
軍公教人員	132	17.91%	41	16.53%	46	19.66%	11	19.64%	34	17.09%
學生	178	24.15%	87	35.08%	51	21.79%	4	7.14%	36	18.09%
民間企業	306	41.52%	88	35.48%	92	39.32%	31	55.36%	95	47.74%
無	121	16.42%	32	12.90%	45	19.23%	10	17.86%	34	17.09%
其他	737	100%	248	100%	234	100%	56	100%	199	100%
總計	132	17.91%	41	16.53%	46	19.66%	11	19.64%	34	17.09%

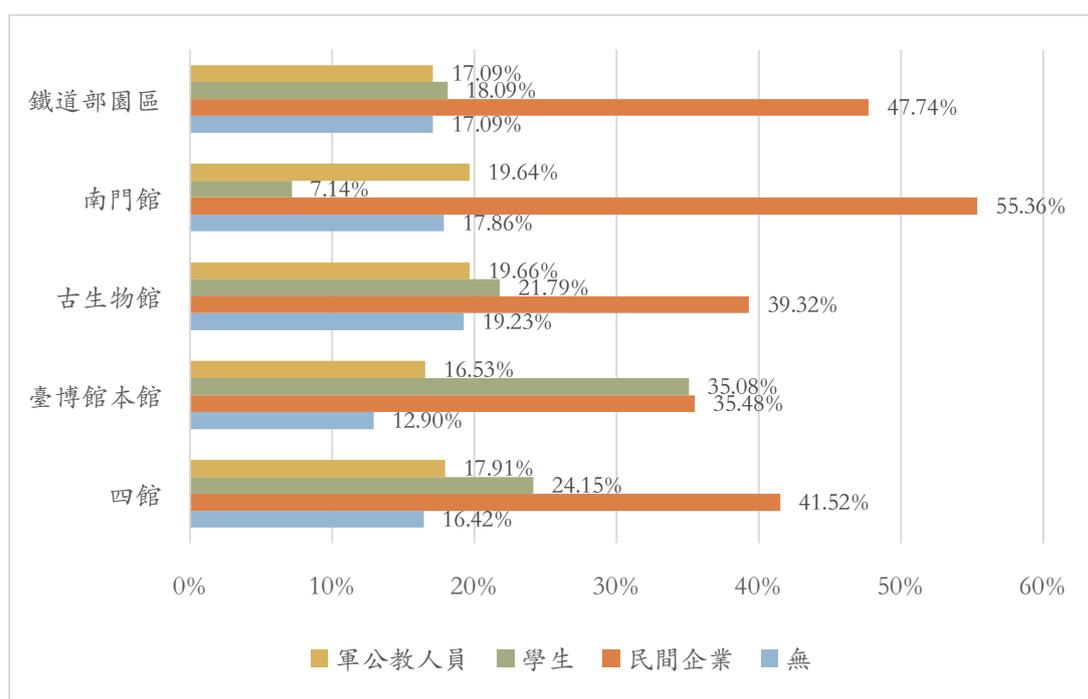


圖 5、觀眾職業統計圖

五、平均所得

從本次調查結果可知，在790份有效問卷中，臺博館系統觀眾平均收入多為「4萬元-未滿6萬元」之族群，佔了24.94%（197人），與四成之觀眾為民間企業之工作人員相關，次之為「無收入」之觀眾，佔20.89%（165人），而平均所得為「20,008元-未滿4萬元」者位居第三，佔20.00%（158人）。

在各個分館的研究結果中，臺博館本館以「無收入」之觀眾最多25.1%（64人）其次為「4萬元-未滿6萬元」之觀眾22.75%（58人），與去年呈現類似分佈。

而古生物館則與去年較不相同，去年主要以無收入為主，今年則是「4萬元-未滿6萬元」佔大宗27.73%（71人），其次才是「無收入」24.61%（63人）。

另一方面，南門館與鐵道部園區同時以「4萬元-未滿6萬元」（南門館27.42%，鐵道部23.5%）及「6萬元以上」（南門館27.42%，鐵道部23.5%）之觀眾佔比最高，整體調查結果大致與去年類似。

表 7、觀眾平均所得統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
無收入	165	20.89%	64	25.10%	63	24.61%	6	9.68%	32	14.75%
未滿 20,008 元(基本工資)	65	8.23%	27	10.59%	14	5.47%	3	4.84%	21	9.68%
20,008 元-未滿 4 萬元	158	20.00%	50	19.61%	46	17.97%	11	17.74%	51	23.50%
4 萬元-未滿 6 萬元	197	24.94%	58	22.75%	71	27.73%	17	27.42%	51	23.50%
6 萬元以上	122	15.44%	27	10.59%	41	16.02%	17	27.42%	37	17.05%
不知道/拒答	83	10.51%	29	11.37%	21	8.20%	8	12.90%	25	11.52%
總計	790	100%	255	100%	256	100%	62	100%	217	100%

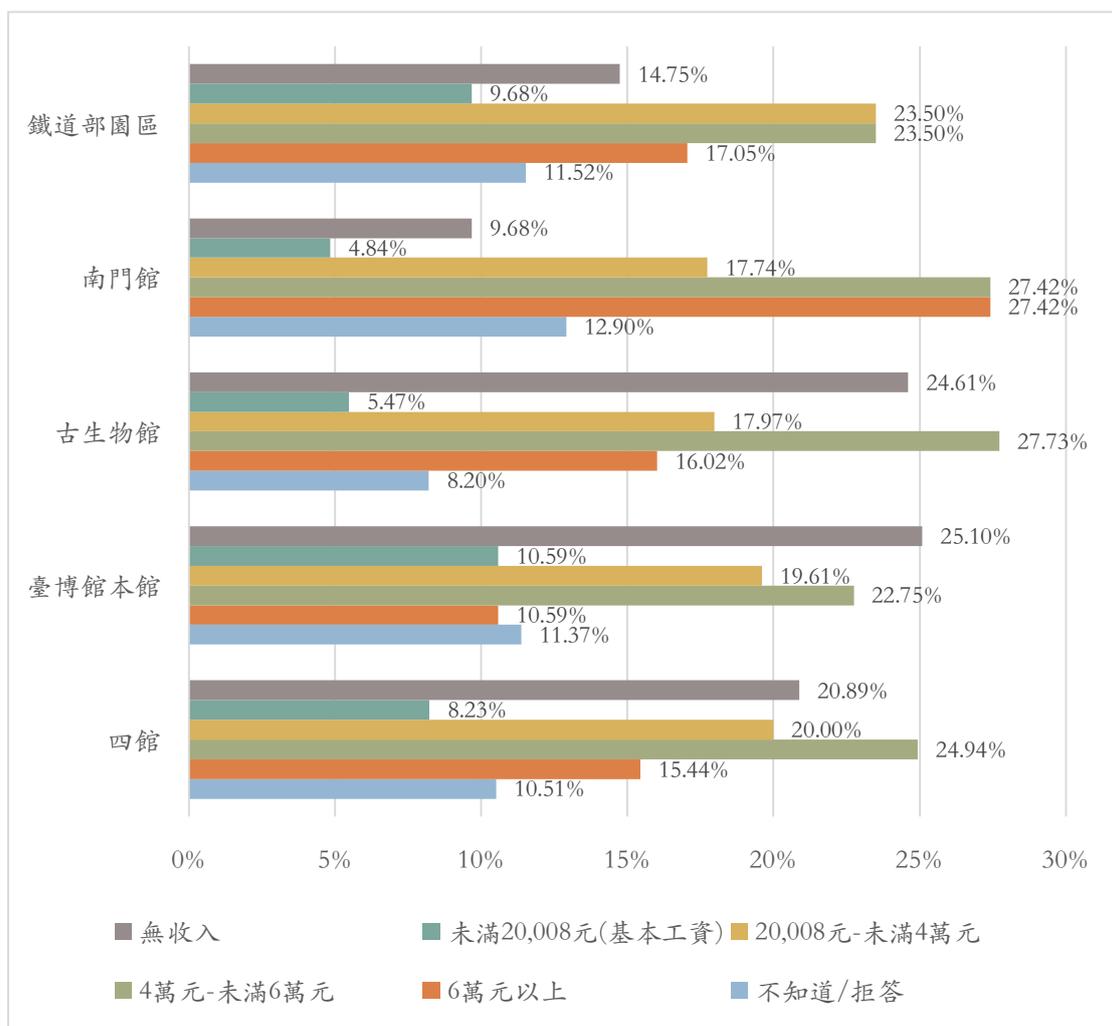


圖 6、觀眾平均所得統計圖

六、居住地區

根據調查結果顯示，本國觀眾當中，以「北北基宜」之觀眾為臺博館系統的主要來源地區，在492份有效問卷中，共有74.39%（366人）來自此地區。其次為桃竹苗地區，共佔14.85%（30人），位居第三為來自中彰投地區之觀眾，共佔13.37%（27人）

在各分館方面，占比最多的同樣為「北北基宜」，臺博館本館有74.45%（102人）、古生物館有68.42%（117人），而南門館更有九成五的觀眾（41人）來自此區，鐵道部園區則有75.18%（106人）。今年四館第二高皆為桃竹苗地區（本館13.14%，古生物館15.79%，南門館2.33%，鐵道部10.64%）。

與去年相比，北北基宜之觀眾由51.98%增加到74.39%，外縣市來的觀眾略減，可能與本土疫情爆發後，民眾出門大多以週邊生活圈為主，跨縣市移動減少有關。

表8、國內觀眾居住地統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北北基宜	366	74.39%	102	74.45%	117	68.42%	41	95.35%	106	75.18%
桃竹苗	61	12.40%	18	13.14%	27	15.79%	1	2.33%	15	10.64%
中彰投	25	5.08%	10	7.30%	9	5.26%	1	2.33%	5	3.55%
雲嘉南	18	3.66%	4	2.92%	7	4.09%	0	0.00%	7	4.96%
高屏	17	3.46%	3	2.19%	7	4.09%	0	0.00%	7	4.96%
花東	5	1.02%	0	0.00%	4	2.34%	0	0.00%	1	0.71%
澎金馬	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
總計	492	100%	137	100%	171	100%	43	100%	141	100%

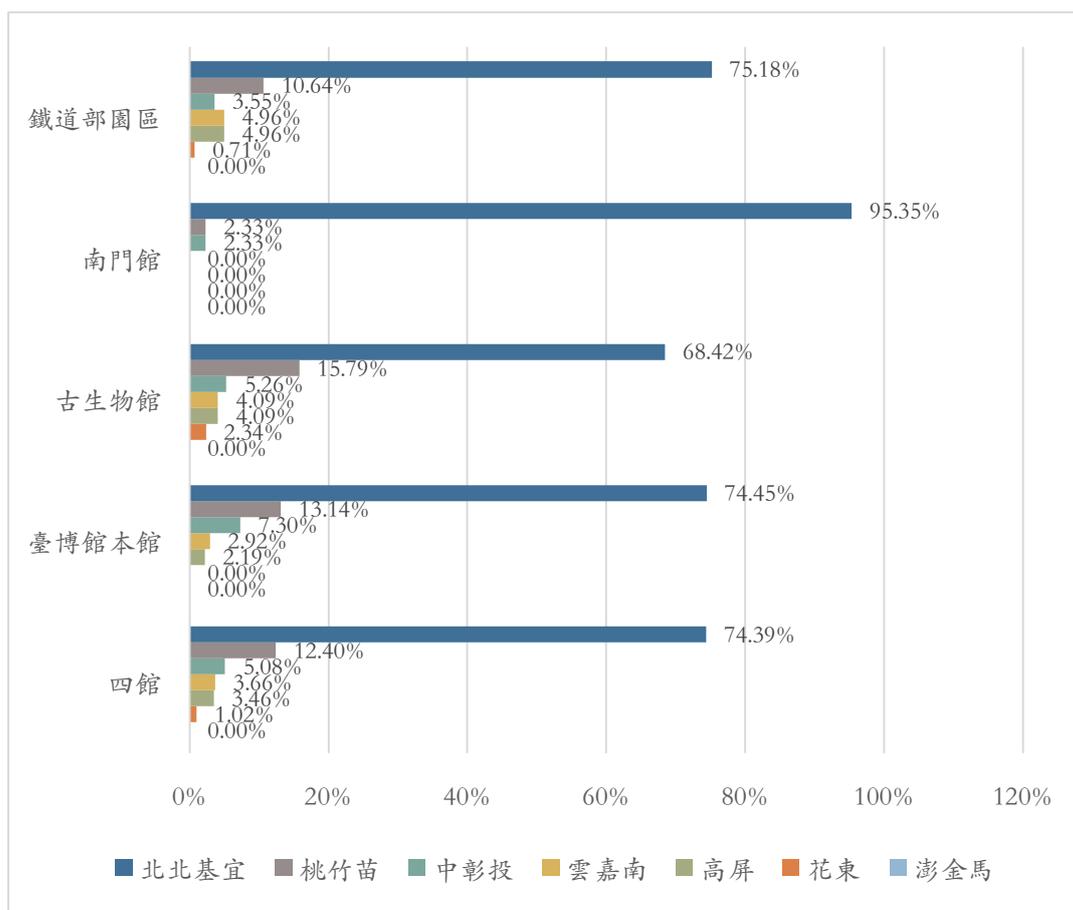


圖 7、國內觀眾居住地統計圖

另一方面，因新冠狀肺炎影響，今年仍持續進行邊境管制相關策略，外國觀眾仍然不多，根據有留下資訊的觀眾，本館有一位來自英國的觀眾，鐵道部有一位來自美加的觀眾。在問卷填答的部分，由於是請觀眾填寫國碼，觀眾跳過比率較高，建議未來可改為選擇題。

七、家庭狀況

從統計結果中可知，臺博館系統之觀眾多為「無子女」者，在801份有效問卷中，佔56.18%(450人)，為近六成左右之觀眾，而「有子女」者共佔43.82%(351人)，大致為6:4。

各分館統計結果中，本館、南門館及鐵道部園區主要皆為無子女觀眾，分別佔69.50%、64.52%、50.23%。而古生物館則已有子女觀眾為主54.02%。與去年的分佈較不相同，可能與展覽主題有關。從整體來看，相較去年有子女觀眾的比例略有增加，但仍以無子女為主，須持續調查觀察。

表 9、觀眾家庭狀況統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
1位(含)以上子女	351	43.82%	79	30.50%	141	54.02%	22	35.48%	109	49.77%
無任何子女	450	56.18%	180	69.50%	120	45.98%	40	64.52%	110	50.23%
總計	801	100%	259	100%	261	100%	62	100%	219	100%

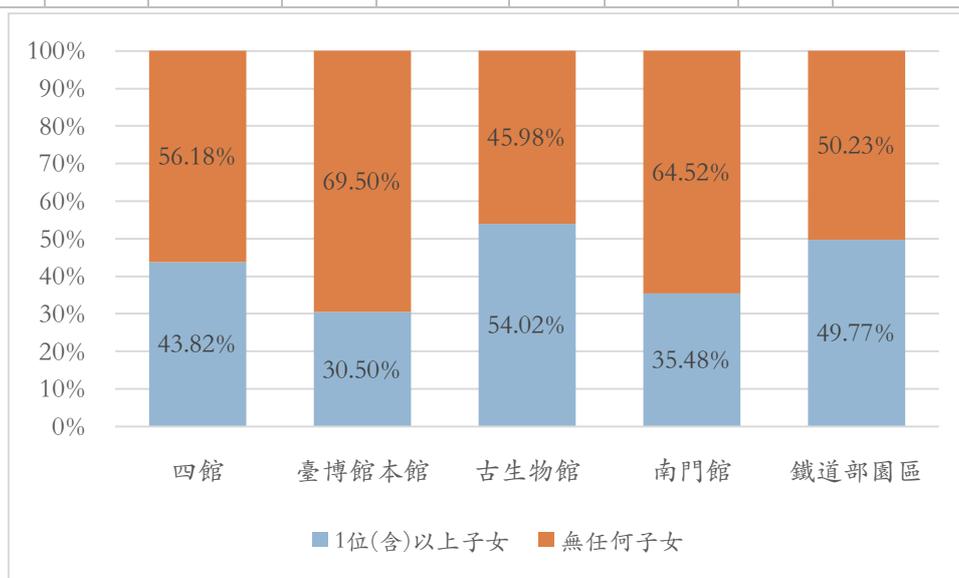


圖 8、觀眾家庭狀況統計圖

八、觀眾主要興趣

本次調查結果顯示，「藝文活動」為臺博館系統觀眾之主要興趣，在766份有效問卷中，佔了47.39%（363人），次要為「歷史文物」，佔20.37%（156人），而最後依序為「運動休閒」、「自然生態」、「資訊科技」，分別佔了17.23%（132人）、10.44%（80人）、4.57%（35人）。

在各分館的統計結果中，可知臺博館本館、古生物館與南門館均呈現相同分佈比例。均為「藝文活動」為最多，分別為46.22%（116人）、45.71%（112人）、61.67%（37人），「歷史文物」為次之，分別佔20.32%（51人）、23.27%（57人）、13.33%（8人）。然而鐵道部園區雖然也是以「藝文活動」最高46.67%（98人），但第二高者為「運動休閒」21.43%（45人）。

除了鐵道部與去年較不相同外，另外三館調查呈現類似分佈。

表 10、觀眾主要興趣統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
藝文活動	363	47.39%	116	46.22%	112	45.71%	37	61.67%	98	46.67%
運動休閒	132	17.23%	45	17.93%	35	14.29%	7	11.67%	45	21.43%
歷史文物	156	20.37%	51	20.32%	57	23.27%	8	13.33%	40	19.05%
資訊科技	35	4.57%	5	1.99%	11	4.49%	3	5.00%	16	7.62%
自然生態	80	10.44%	34	13.55%	30	12.24%	5	8.33%	11	5.24%
其他	766	100%	251	100%	245	100%	60	100%	210	100%
總計	363	47.39%	116	46.22%	112	45.71%	37	61.67%	98	46.67%

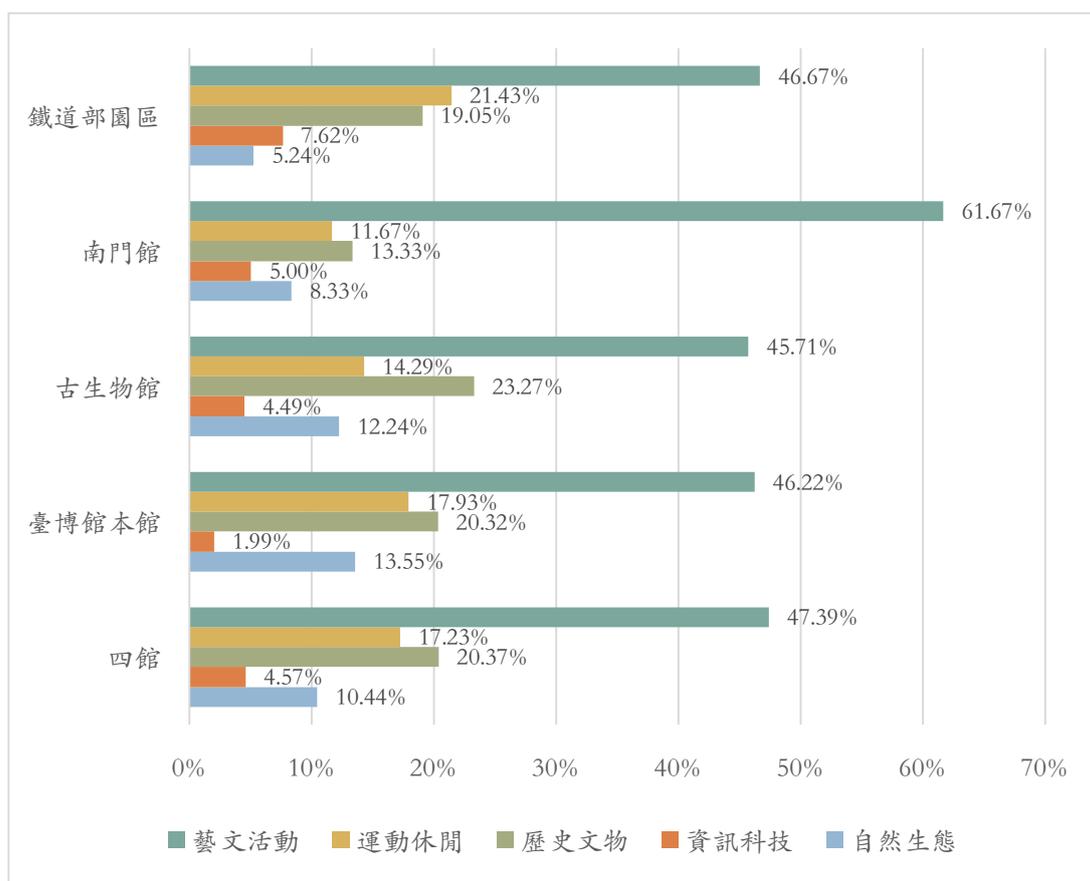


圖 9、觀眾主要興趣統計圖

九、觀眾最常使用的傳播媒體（複選）

從統計結果中可知，臺博館系統之觀眾最常使用的傳播媒體為「Facebook」，佔整體之37.90%（國立臺灣博物館本館38.78%、古生物館37.56%、南門館34.48%、鐵道部園區38.40%），次之為佔25.31%之「Line」（國立臺灣博物館本館26.53%、古生物館25.11%、南門館25.00%、鐵道部園區24.44%），第三則是佔17.14%之「電視」（臺博館本館16.84%、古生物館18.00%、南門館18.10%、鐵道部園區16.21%）。在「其他社群網站」的部分，包含了Instagram；在「其他網路媒體」的部分，則包含：Youtube。與去年調查相比較無太大差異。

表 11、觀眾最常使用的傳播媒體統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
電視	233	17.14%	66	16.84%	81	18.00%	21	18.10%	65	16.21%
廣播	61	4.49%	13	3.32%	25	5.56%	5	4.31%	18	4.49%
報章雜誌	95	6.99%	19	4.85%	31	6.89%	10	8.62%	35	8.73%
Facebook	515	37.90%	152	38.78%	169	37.56%	40	34.48%	154	38.40%
Line	344	25.31%	104	26.53%	113	25.11%	29	25.00%	98	24.44%
其他社群網站	80	5.89%	28	7.14%	20	4.44%	8	6.90%	24	5.99%
其他網路媒體	31	2.28%	10	2.55%	11	2.44%	3	2.59%	7	1.75%
總計	1359	100%	392	100%	450	100%	116	100%	401	100%

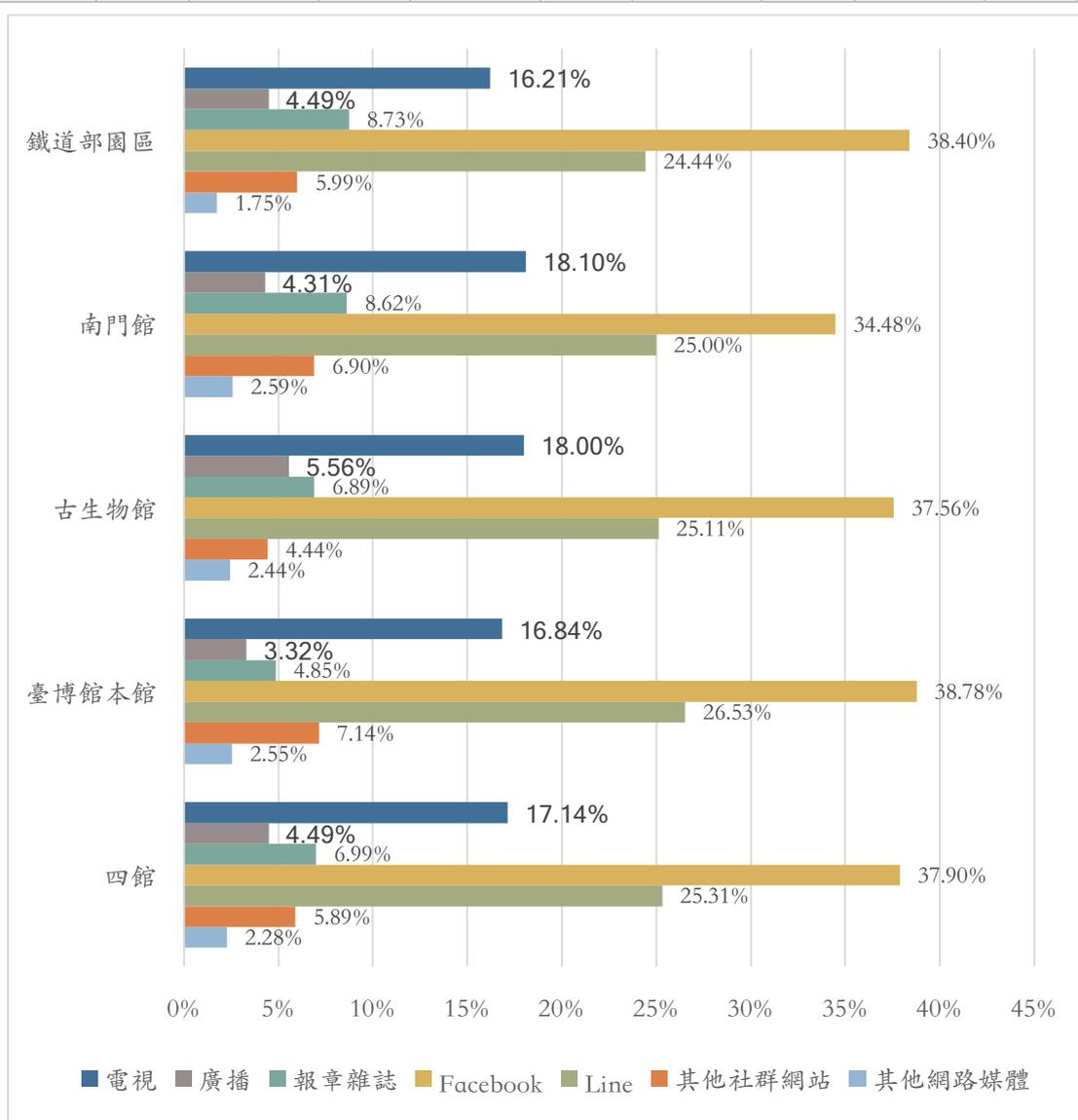


圖 10、觀眾最常使用的傳播媒體統計圖

十、小結

從以上調查結果中，我們可描繪出參觀臺博館系統的主要觀眾圖像為女性，年齡在20-39歲之間，無子女，居住地區為北北基宜，教育程度在大學以上的民間企業之工作者或學生，平均所得為4萬元-未滿6萬元或無收入，主要興趣為藝文活動。最常使用的傳播媒體為Facebook以及Line。

從各分館來看，臺博館本館與鐵道部園區之主要觀眾年齡層為20-39歲，同樣以無子女之女性為主要觀眾；古生物館以有子女之女性觀眾為主，30-39歲為主要年齡區間；而南門館觀眾同樣以女性為主，但年齡層稍高，分布於30-49歲間，無子女為主。（上述各細部數據請見表12至表16）。

表 12、國立臺灣博物館系統觀眾個人屬性變項分析表

臺灣博物館系統							
個人屬性變項		次數	百分比	個人屬性變項		次數	百分比
性別	女	478	59.68%	家庭狀況	有子女	351	43.82%
	男	323	40.32%		無子女	450	56.18%
年齡	14 歲以下	14	1.74%	職業	軍公教人員	132	17.91%
	15-19	42	5.22%		學生	178	24.15%
	20-29	256	31.84%		民間企業	306	41.52%
	30-39	248	30.85%		無	121	16.42%
	40-49	172	21.39%				
	50-59	52	6.47%	居住地	北北基宜	366	74.39%
	60-64	11	1.37%		桃竹苗	61	12.40%
	65 以上	9	1.12%		中彰投	25	5.08%
教育程度	初中以下	15	1.87%		雲嘉南	18	3.66%
	高中(職)	67	8.33%		高屏	17	3.46%
	大學(專)	522	64.93%	花東	5	1.02%	
	碩士	190	23.63%	澎金馬	0	0.00%	
	博士	10	1.24%				
所平均得	無收入			165		20.89%	
	未滿 20,008 元			65		8.23%	
	20,008 元-未滿 4 萬元			158		20.00%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			197		24.94%	
	6 萬元以上			122		15.44%	
	不知道/拒答			83		10.51%	
共 821 人							

表 13、國立臺灣博物館本館觀眾個人屬性變項分析表

國立臺灣博物館本館							
個人屬性變項		次數	百分比	個人屬性變項		次數	百分比
性別	女	152	58.46%	家庭狀況	有子女	79	30.50%
	男	108	41.54%		無子女	180	69.50%
年齡	14歲以下	5	1.92%	職業	軍公教人員	41	16.53%
	15-19	20	7.66%		學生	87	35.08%
	20-29	113	43.30%		民間企業	88	35.48%
	30-39	51	19.54%		無	32	12.90%
	40-49	45	17.24%				
	50-59	20	7.66%	居住地	北北基宜	102	74.45%
	60-64	2	0.77%		桃竹苗	18	13.14%
	65以上	5	1.92%		中彰投	10	7.30%
教育程度	初中以下	5	1.93%		雲嘉南	4	2.92%
	高中(職)	24	9.27%		高屏	3	2.19%
	大學(專)	163	62.93%	花東	0	0.00%	
	碩士	61	23.55%	澎金馬	0	0.00%	
	博士	6	2.32%		102	74.45%	
平均所得	無收入			64		25.10%	
	未滿 20,008 元			27		10.59%	
	20,008 元-未滿 4 萬元			50		19.61%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			58		22.75%	
	6 萬元以上			27		10.59%	
	不知道/拒答			29		11.37%	
共 273 人							

表 14、古生物館觀眾個人屬性變項分析表

古生物館							
個人屬性變項		次數	百分比	個人屬性變項		次數	百分比
性別	女	165	63.71%	家庭狀況	有子女	141	54.02%
	男	94	36.29%		無子女	120	45.98%
年齡	14歲以下	5	1.93%	職業	軍公教人員	46	19.66%
	15-19	16	6.18%		學生	51	21.79%
	20-29	79	30.50%		民間企業	92	39.32%
	30-39	82	31.66%		無	45	19.23%
	40-49	58	22.39%				
	50-59	9	3.47%	居住地	北北基宜	117	68.42%
	60-64	6	2.32%		桃竹苗	27	15.79%
	65以上	4	1.54%		中彰投	9	5.26%
教育程度	初中以下	6	2.30%		雲嘉南	7	4.09%
	高中(職)	26	9.96%		高屏	7	4.09%
	大學(專)	180	68.97%	花東	4	2.34%	
	碩士	48	18.39%	澎金馬	0	0.00%	
	博士	1	0.38%				
平均所得	無收入			63		24.61%	
	未滿 20,008 元			14		5.47%	
	20,008 元-未滿 4 萬元			46		17.97%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			71		27.73%	
	6 萬元以上			41		16.02%	
	不知道/拒答			21		8.20%	
共 263 人							

表 15、南門館觀眾個人屬性變項分析表

南門館							
個人屬性變項		次數	百分比	個人屬性變項		次數	百分比
性別	女	43	69.35%	家庭狀況	有子女	22	35.48%
	男	19	30.65%		無子女	40	64.52%
年齡	14歲以下	0	0.00%	職業	軍公教人員	11	19.64%
	15-19	0	0.00%		學生	4	7.14%
	20-29	10	15.87%		民間企業	31	55.36%
	30-39	29	46.03%		無	10	17.86%
	40-49	16	25.40%				
	50-59	6	9.52%	居住地	北北基宜	41	95.35%
	60-64	2	3.17%		桃竹苗	1	2.33%
	65以上	0	0.00%		中彰投	1	2.33%
教育程度	初中以下	0	0.00%		雲嘉南	0	0.00%
	高中(職)	3	4.76%		高屏	0	0.00%
	大學(專)	39	61.90%	花東	0	0.00%	
	碩士	19	30.16%	澎金馬	0	0.00%	
	博士	2	3.17%				
平均所得	無收入			6		9.68%	
	未滿 20,008 元			3		4.84%	
	20,008 元-未滿 4 萬元			11		17.74%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			17		27.42%	
	6 萬元以上			17		27.42%	
	不知道/拒答			8		12.90%	
共 63 人							

表 16、鐵道部園區觀眾個人屬性變項分析表

鐵道部園區							
個人屬性變項		次數	百分比	個人屬性變項		次數	百分比
性別	女	118	53.64%	家庭 狀況	有子女	109	49.77%
	男	102	46.36%		無子女	110	50.23%
年齡	14 歲以下	4	1.81%	職業	軍公教 人員	34	17.09%
	15-19	6	2.71%		學生	36	18.09%
	20-29	54	24.43%		民間企業	95	47.74%
	30-39	86	38.91%		無	34	17.09%
	40-49	53	23.98%				
	50-59	17	7.69%	居住地	北北基宜	106	75.18%
	60-64	1	0.45%		桃竹苗	15	10.64%
	65 以上	0	0.00%		中彰投	5	3.55%
教育 程度	初中以下	4	1.81%		雲嘉南	7	4.96%
	高中(職)	14	6.33%		高屏	7	4.96%
	大學(專)	140	63.35%	花東	1	0.71%	
	碩士	62	28.05%	澎金馬	0	0.00%	
	博士	1	0.45%				
平均 所得	無收入			32		14.75%	
	未滿 20,008 元			21		9.68%	
	20,008 元-未滿 4 萬元			51		23.50%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			51		23.50%	
	6 萬元以上			37		17.05%	
	不知道/拒答			25		11.52%	
共 222 人							

貳、觀眾行為調查分析

一、觀眾參觀頻率

從本次統計結果顯示，在參觀臺博館系統之觀眾當中，以過去未曾參觀過臺博館之觀眾為多，佔54.23%（410人）。而另一方面，過去曾到過臺博館系統之觀眾佔45.77%（346人）。在各分館中，本館以曾經參觀過的觀眾為主60.17%（139人）。而古生物館、南門館及鐵道部園區則以未曾參觀過的觀眾為主，分別為55.78%、69.64%、64.76%。

相較去年調查結果顯示，臺博館系統仍以未曾參觀過觀眾為主，但今年曾經來過的觀眾有略增。

表 17、是否曾經參觀過臺灣博物館系統統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
是	346	45.77%	139	60.17%	111	44.22%	17	30.36%	79	36.24%
否	410	54.23%	92	39.83%	140	55.78%	39	69.64%	139	63.76%
總計	756	100%	231	100%	251	100%	56	100%	218	100%

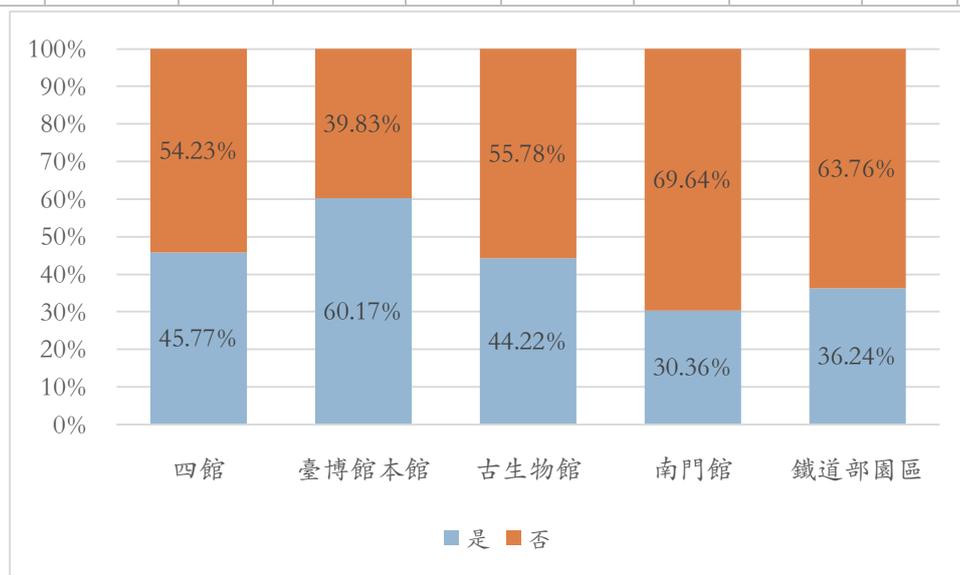


圖 11、是否曾經參觀過臺灣博物館系統統計圖

而從過去12個月內參觀臺博館次數可以發現，從四館綜合來看可知，在746份有效問卷中，可發現大約七成七的觀眾均為新觀眾。

在各分館的調查研究中，也可看到四館均以新觀眾為主，本館72.27%(185人)、古生物館79.34%(192人)、南門館85.45%(47人)、鐵道部園區79.79%(154人)。與去年調查結果相比，整體來說，雖然都是以新觀眾為主，但今年再訪的觀眾22.52%較去年的再訪觀眾13.74%有增加不少。建議需持續觀察，是否為本土疫情所帶來的影響。

表 18、過去一年參觀臺灣博物館系統次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
1次	578	77.48%	185	72.27%	192	79.34%	47	85.45%	154	79.79%
2次	101	13.54%	41	16.02%	28	11.57%	6	10.91%	26	13.47%
3次以上	67	8.98%	30	11.72%	22	9.09%	2	3.64%	13	6.74%
總計	746	100%	256	100%	242	100%	55	100%	193	100%

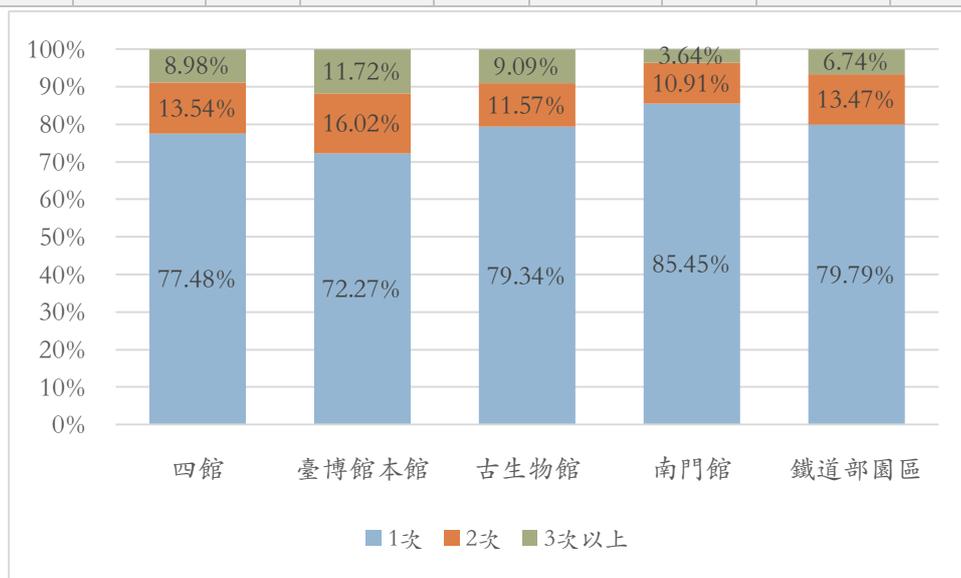


圖 12、過去一年參觀過臺灣博物館系統次數統計圖

而再進一步從填答者過去12個月內參觀所有博物館/美術館的次數可知，從四館綜合來看，非經常性觀眾佔74.64%(577人)，經常性觀眾佔25.36%(196人)。而在各分館的調查研究中顯示，臺博館本館有22.31%經常性觀眾；古生物館有19.20%經常性觀眾；南門館有38.33%經常性觀眾；鐵道部園區有32.55%經常性觀眾。與去年類似在四館中，南門館有較高比例的經常性觀眾參觀。

然而，與去年調查結果相比，經常性觀眾之比例下降6.95%（經常性觀眾109年32.31%、108年34.63%）。此部分亦有可能與疫情有關，建議持續進行調查追蹤觀察。

表 19、過去一年參觀博物館/美術館次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
1次	440	56.92%	145	57.77%	166	66.40%	25	41.67%	104	49.06%
2次	137	17.72%	50	19.92%	36	14.40%	12	20.00%	39	18.40%
3次以上	196	25.36%	56	22.31%	48	19.20%	23	38.33%	69	32.55%
總計	773	100%	251	100%	250	100%	60	100%	212	100%

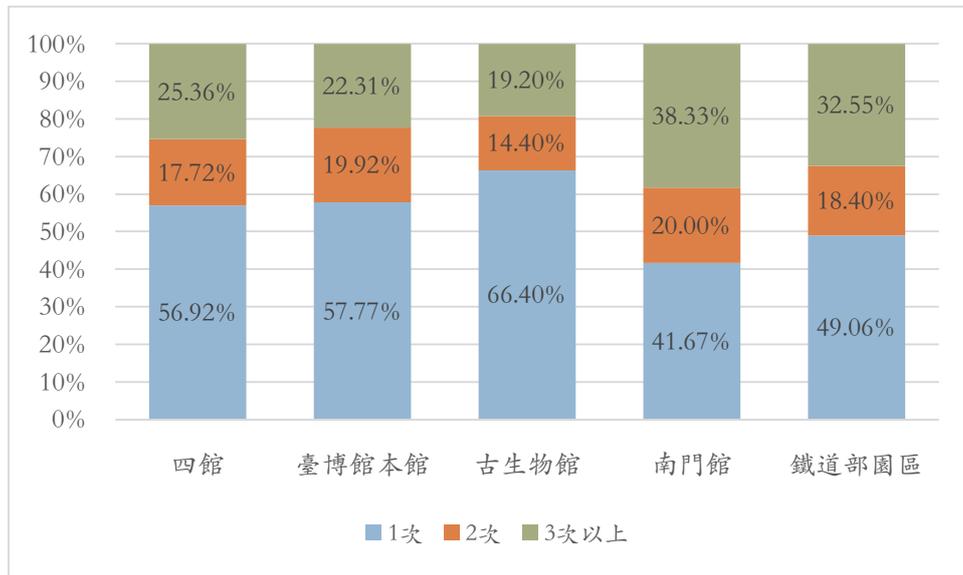


圖 13、過去一年參觀過博物館/美術館次數統計圖

二、參觀各展館程度（複選）

在詢問觀眾參觀當日參觀各展館的程度，調查結果顯示當日參觀臺灣博物館本館之觀眾當中，有參觀古生物館、南門館及鐵道部園區之觀眾分別佔30.34%（125人）、4.13%（17人）以及2.43%（10人）；當日參觀古生物館之觀眾當中，有參觀臺博館本館、南門館及鐵道部園區之觀眾分別佔34.11%（146人）、1.40%（6人）以及4.67%（20人）；當日參觀南門館之觀眾當中，有參觀臺博館本館、古生物館及鐵道部園區之觀眾分別佔13.95%（12人）、8.14%（7人）以及6.98%（6人）；而當日參觀鐵道部園區之觀眾當中，有參觀臺博館本館、古生物館及南門館之觀眾分別佔17.57%（52人）、9.8%（29人）以及8.78%（26人）。

綜上所述，參觀古生物館之觀眾，同時也參觀臺博館本館之比例較高，佔三成四（109年為三成八、108年為四成）；而參觀本館也會參觀古生物館的觀眾，佔三成（109、108年同為近三成）。應與觀眾購買一張票即可參觀此兩館有關，且此兩館之距離較近。與去年調查結果比較，參觀本館且又參觀古生物館之觀眾略升。

因距離之關係，此兩館之觀眾會參觀南門館、鐵道部園區之比例較低，但與去年數據比較，參觀古生物館又去鐵道部園區之觀眾有微幅成長（110年4.67%，109年2.87%）。參觀鐵道部又去南門館之觀眾也有微幅增加（110年8.78%，109年4.57%）。

表 20、觀眾參觀各展館程度次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
臺博館本館	470	38.46%	260	63.11%	146	34.11%	12	13.95%	52	17.57%
古生物館	417	34.12%	125	30.34%	256	59.81%	7	8.14%	29	9.80%
南門館	110	9.00%	17	4.13%	6	1.40%	61	70.93%	26	8.78%
鐵道部園區	225	18.41%	10	2.43%	20	4.67%	6	6.98%	189	63.85%
總計	1222	100%	412	100%	428	100%	86	100%	296	100%

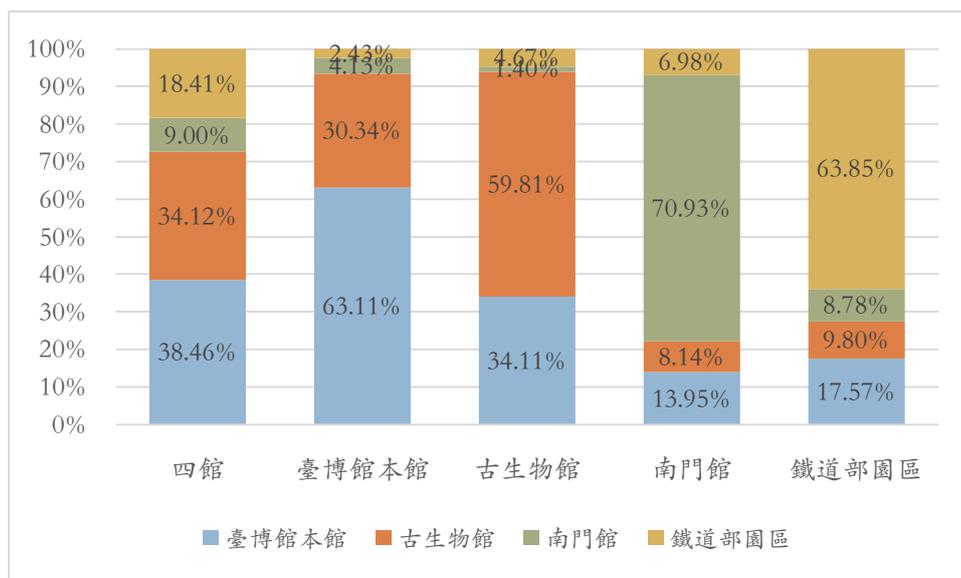


圖14、觀眾參觀各展館程度次數統計圖

而在未參觀其他展館原因統計分析中顯示，可知參觀臺博館系統之觀眾未參觀其他展館之原因以「時間不夠」以及「不知道有其他展館」為主要兩大原因，分別各佔53.39%（504人）、10.81%（102人），次之項目依序為「距離太遠」以及「不知道地點」，分別各佔9.22%及6.04%，最後則是「沒有興趣」4.56%（43人）。另一方面，「所有展館皆參觀」佔了16.00%（151人），可知在本次調查中，四館同時參觀之觀眾比例不高。

從各分館之統計結果中可知，臺博館本館觀眾未參觀其他展館原因以「時間不夠」（55.56%）、及「不知道有其他展館」（11.78%）為前兩大主要原因，第三則為「距離太遠」（6.06%）；而古生物館最主要原因依序為「時間不夠」（50.80%）、「距離太遠」（11.90%）及「不知道有其他展館」（10.61%）為主要的原因；南門館之觀眾，最主要原因為「時間不夠」，佔比達53.62%，次之原因為「不知道有其他展館」（10.14%），第三則是「距離太遠」（7.25%）；鐵道部園區之觀眾，最主要原因為「時間不夠」（53.93%），次之原因為「不知道地點」及「距離太遠」均佔10.11%。顯示「他館資訊」及「地理位置」對於觀眾參觀其他館的影響。

和去年調查結果比較，「時間不夠」呈現類似佔比，這也顯示觀眾對於參觀館有一定的時間安排，如何能夠吸引觀眾增加安排在跨館的時間，亦是一個重點。

表 21、觀眾未參觀其他展館原因次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
所有展館皆參觀	151	16.00%	54	18.18%	44	14.15%	14	20.29%	39	14.61%
沒有興趣	43	4.56%	10	3.37%	22	7.07%	3	4.35%	8	3.00%
不知道有其他展館	102	10.81%	35	11.78%	33	10.61%	7	10.14%	27	10.11%
不知道地點	57	6.04%	15	5.05%	17	5.47%	3	4.35%	22	8.24%
距離太遠	87	9.22%	18	6.06%	37	11.90%	5	7.25%	27	10.11%
時間不夠	504	53.39%	165	55.56%	158	50.80%	37	53.62%	144	53.93%
總計	944	100%	297	100%	311	100%	69	100%	267	100%

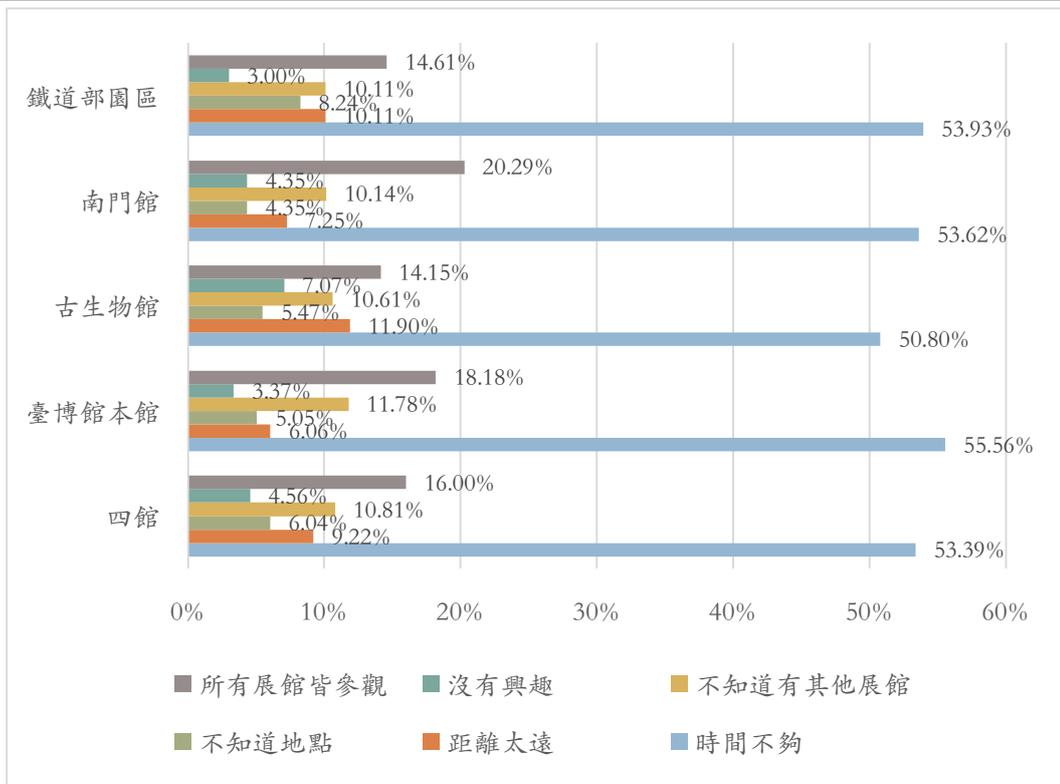


圖 15、觀眾未參觀其他展館原因次數統計圖

三、觀眾獲知訊息之管道（複選）

從此次調查統計中顯示，「親友介紹」為最主要獲知訊息管道，佔了38.97%（385人），可知口碑效應對國立臺灣博物館系統之重要性。次之為「臺博館官方網站」25.00%（247人）。第三則為「臺博館Facebook」10.43%（103人）。其他依序則為「雜誌/新聞報導」6.07%、「臺博館摺頁」4.66%、「其他相關網站」4.55%、「捷運站宣傳看板」4.05%等。

在各分館的統計結果中，本館、古生物館、鐵道部園區前三位主要訊息來源與整體相同，第一為「親友介紹」，三館分別佔35.41%、43.05%、36.45%；次之則為「臺博館官方網站」，三館分別佔29.18%、25.83%、20.65%；第三則為「臺博館Facebook」，三館分別佔12.46%、8.94%、10.32%。南門館則略有不同，第一與第二同樣為「親友介紹」47.89%、「臺博館官方網站」22.54%，在第三則是「臺博館摺頁」11.27%。

整體與去年相比，在親友介紹及官方網站均有略提升，但在Facebook的部分略有減少。

表 22、觀眾獲知訊息管道次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
臺博館官方網站	247	25.00%	89	29.18%	78	25.83%	16	22.54%	64	20.65%
臺博館 Facebook	103	10.43%	38	12.46%	27	8.94%	6	8.45%	32	10.32%
親友介紹	385	38.97%	108	35.41%	130	43.05%	34	47.89%	113	36.45%
臺博館摺頁	46	4.66%	12	3.93%	14	4.64%	8	11.27%	12	3.87%
捷運站宣傳看板	40	4.05%	14	4.59%	8	2.65%	1	1.41%	17	5.48%
電視/廣播	38	3.85%	13	4.26%	5	1.66%	1	1.41%	19	6.13%
雜誌/新聞報導	60	6.07%	12	3.93%	16	5.30%	0	0.00%	32	10.32%
App 程式	22	2.23%	7	2.30%	9	2.98%	0	0.00%	6	1.94%
其他相關網站	45	4.55%	12	3.93%	14	4.64%	5	7.04%	14	4.52%
其他	2	0.20%	0	0.00%	1	0.33%	0	0.00%	1	0.32%
總計	988	100%	305	100%	302	100%	71	100%	310	100%

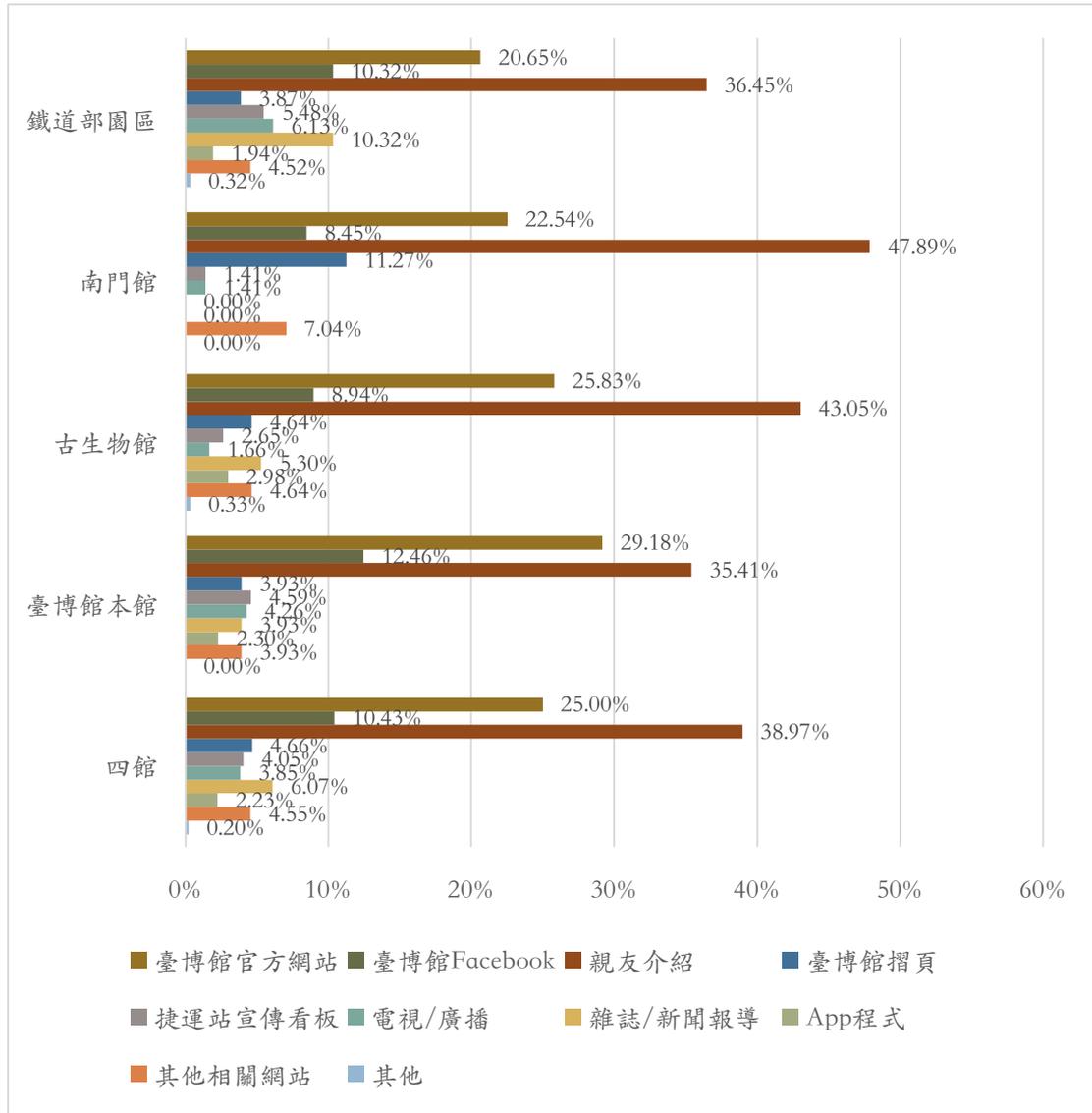


圖 16、觀眾獲知訊息管道次數統計圖

四、參觀原因（複選）

從此統計結果中可知，臺博館系統之觀眾參觀原因多為「對展覽有興趣」，佔了36.09%（406人），次之依序為「帶小孩參觀」以及「路過附近，順道參觀」，各分別佔了25.42%（286人）、16.27%（183人）。另一方面，因為「參加相關活動」而來的觀眾佔比最低，佔4.89%（55人）。由於今年受到疫情影響，許多活動都只能暫停或延期，可能使原本會因參與活動而來的觀眾減少。

本館與南門館的主要參觀原因相似，第一均為「對展覽有興趣」，分別佔39.78%、41.86%。第二則為「路過附近，順道參觀」，分別佔20.45%、22.09%。第三則為「帶小孩參觀」，分別佔17.09%、15.12%。

而古生物館與鐵道部園區前兩項原因相同，第一均為「對展覽有興趣」，分別佔35.18%、31.46%。第二則是「帶小孩參觀」，分別佔34.63%、27.10%。第三則不相同，古生物館第三原因為「路過附近，順道參觀」12.19%，而鐵道部園區第三原則則是「被建築物吸引」17.45%。

今年調查與去年略有不同，南門館特別帶小孩來參觀的比例減少許多（110年15.12%，109年38.36%），鐵道部園區被建築物吸引的觀眾增加（110年17.45%，109年4.64%）。

表 23、觀眾參觀臺博館系統原因次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
對展覽有興趣	406	36.09%	142	39.78%	127	35.18%	36	41.86%	101	31.46%
帶小孩參觀	286	25.42%	61	17.09%	125	34.63%	13	15.12%	87	27.10%
參加相關活動	55	4.89%	20	5.60%	14	3.88%	7	8.14%	14	4.36%
路過附近，順道參觀	183	16.27%	73	20.45%	44	12.19%	19	22.09%	47	14.64%
工作或課業需求	68	6.04%	32	8.96%	16	4.43%	4	4.65%	16	4.98%
被建築物吸引	127	11.29%	29	8.12%	35	9.70%	7	8.14%	56	17.45%
總計	1125	100%	357	100%	361	100%	86	100%	321	100%

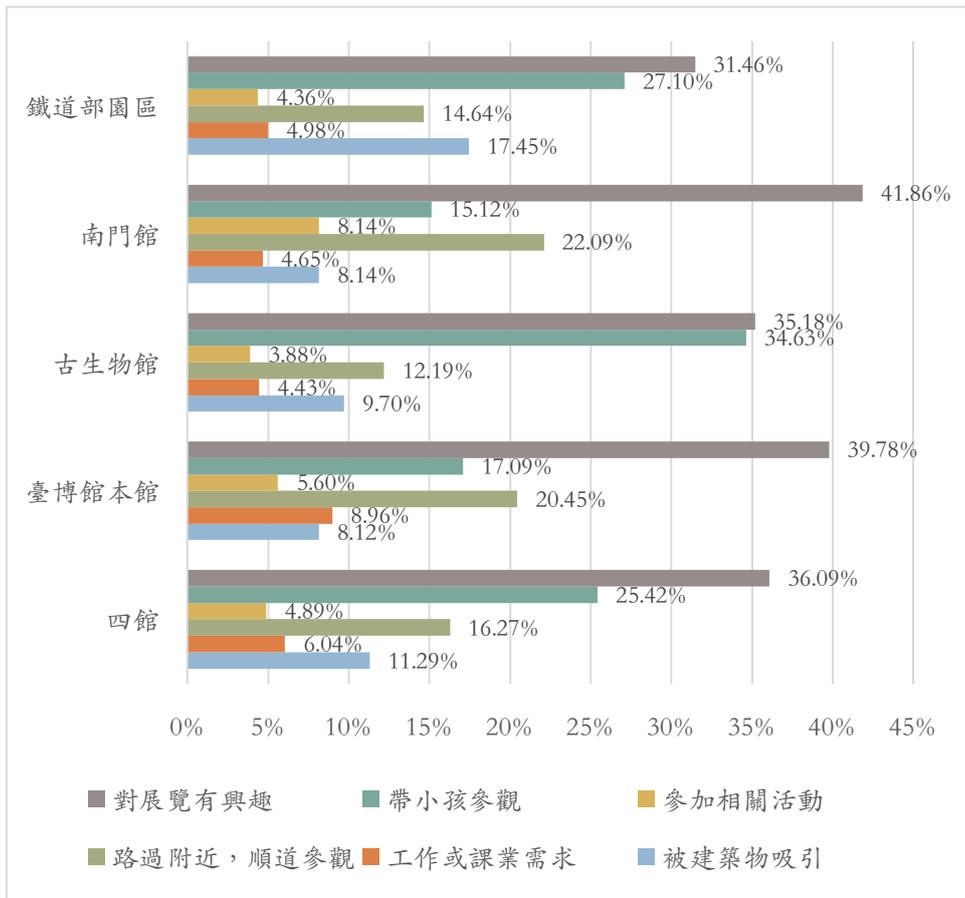


圖17、觀眾參觀臺博館系統原因次數統計圖

而再進一步瞭解觀眾通常參觀博物館原因，最主要為「對展覽有興趣」，佔40.93%(562人)，位居第二之原因為「帶小孩參觀」，佔了20.54%(282人)，第三則為「路過附近，順道參觀」12.02%(165人)。而「被建築物吸引」、「參加相關活動」、「工作或課業需求」依序佔比11.43%(157人)、9.32%(128人)、5.75%(79人)。

表 24、觀眾通常參觀原因次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
對展覽有興趣	562	40.93%	186	42.08%	184	42.59%	51	44.74%	141	36.62%
帶小孩參觀	282	20.54%	57	12.90%	128	29.63%	14	12.28%	83	21.56%
參加相關活動	128	9.32%	49	11.09%	25	5.79%	15	13.16%	39	10.13%
路過附近，順道參觀	165	12.02%	69	15.61%	40	9.26%	17	14.91%	39	10.13%
工作或課業需求	79	5.75%	31	7.01%	20	4.63%	3	2.63%	25	6.49%
被建築物吸引	157	11.43%	50	11.31%	35	8.10%	14	12.28%	58	15.06%
總計	1373	100%	442	100%	432	100%	114	100%	385	100%

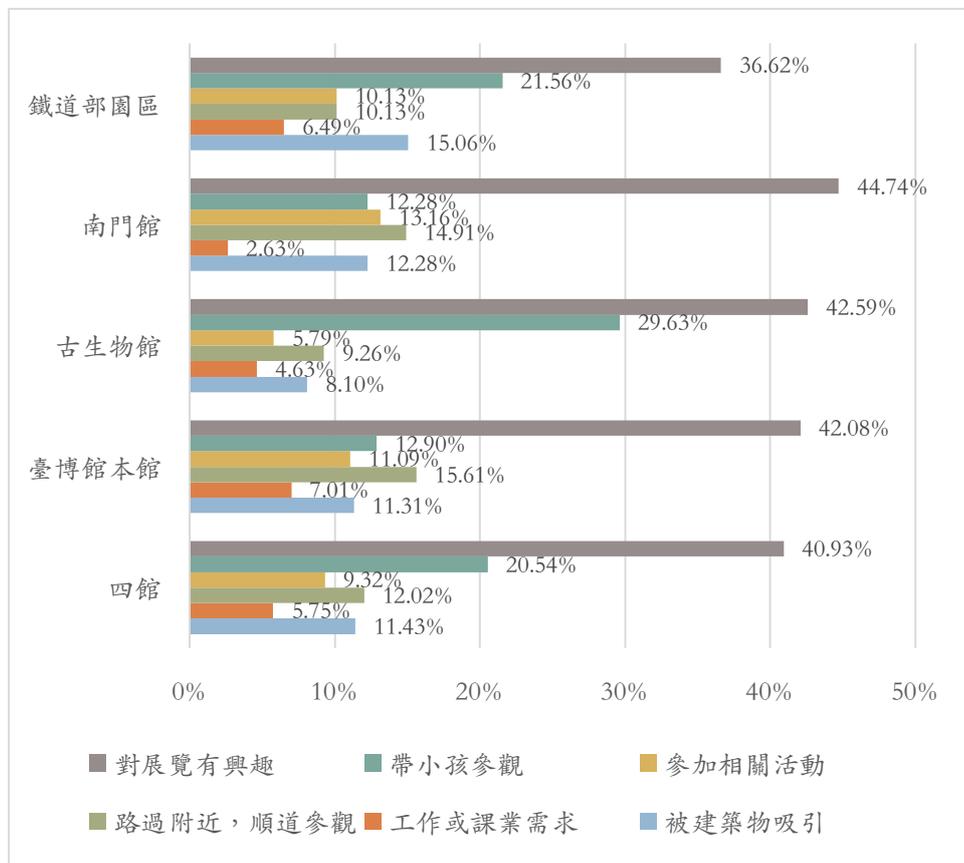


圖 18、觀眾通常參觀原因次數統計圖

五、偏好的博物館類型（複選）

在本次調查研究中顯示，臺博館系統之觀眾其偏好之博物館類型主要為「綜合型博物館」（16.88%）、「歷史類博物館」（16.67%）以及「自然（史）博物館」（15.07%），「藝術類博物館」（13.81%）、「科學類博物館」（13.43%）次之，主要之各項目差距並不懸殊。另一方面，佔比最少、觀眾最不偏好的博物館類型為「大學博物館」4.22%（121人）。

在各個分館之統計結果中可知，臺博館本館之觀眾最偏好「綜合型博物館」18.07%（167人），次之依序為「歷史類博物館」16.67%以及「自然（史）博物館」15.07%。古生物館之觀眾主要偏好「自然（史）博物館」17.65%（158人）、「歷史類博物館」及「綜合型博物館」次之，分別各佔15.53%及15.08%。南門館方面，其觀眾主要偏好「歷史類博物館」及「藝術類博物館」均為15.61%（42人），其次則為「綜合型博物館」與「自然（史）博物館」均為15.24%。而鐵道部園區觀眾最偏好「綜合型博物館」18.10%（141人），次之依序為「歷史類博物館」17.84%以及「藝術類博物館」13.99%。

與去年調查結果相比，今年調查顯示臺博館觀眾偏好的博物館類型排序和去年並無太多差異。

表 25、偏好的博物館類型次數統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
綜合型博物館	484	16.88%	167	18.07%	135	15.08%	41	15.24%	141	18.10%
歷史類博物館	478	16.67%	158	17.10%	139	15.53%	42	15.61%	139	17.84%
藝術類博物館	396	13.81%	128	13.85%	117	13.07%	42	15.61%	109	13.99%
自然(史)博物館	432	15.07%	139	15.04%	158	17.65%	41	15.24%	94	12.07%
科學類博物館	385	13.43%	116	12.55%	133	14.86%	36	13.38%	100	12.84%
大學博物館	121	4.22%	40	4.33%	30	3.35%	11	4.09%	40	5.13%
工藝類博物館	226	7.88%	64	6.93%	64	7.15%	26	9.67%	72	9.24%
考古類博物館	345	12.03%	112	12.12%	119	13.30%	30	11.15%	84	10.78%
總計	2867	100%	924	100%	895	100%	269	100%	779	100%

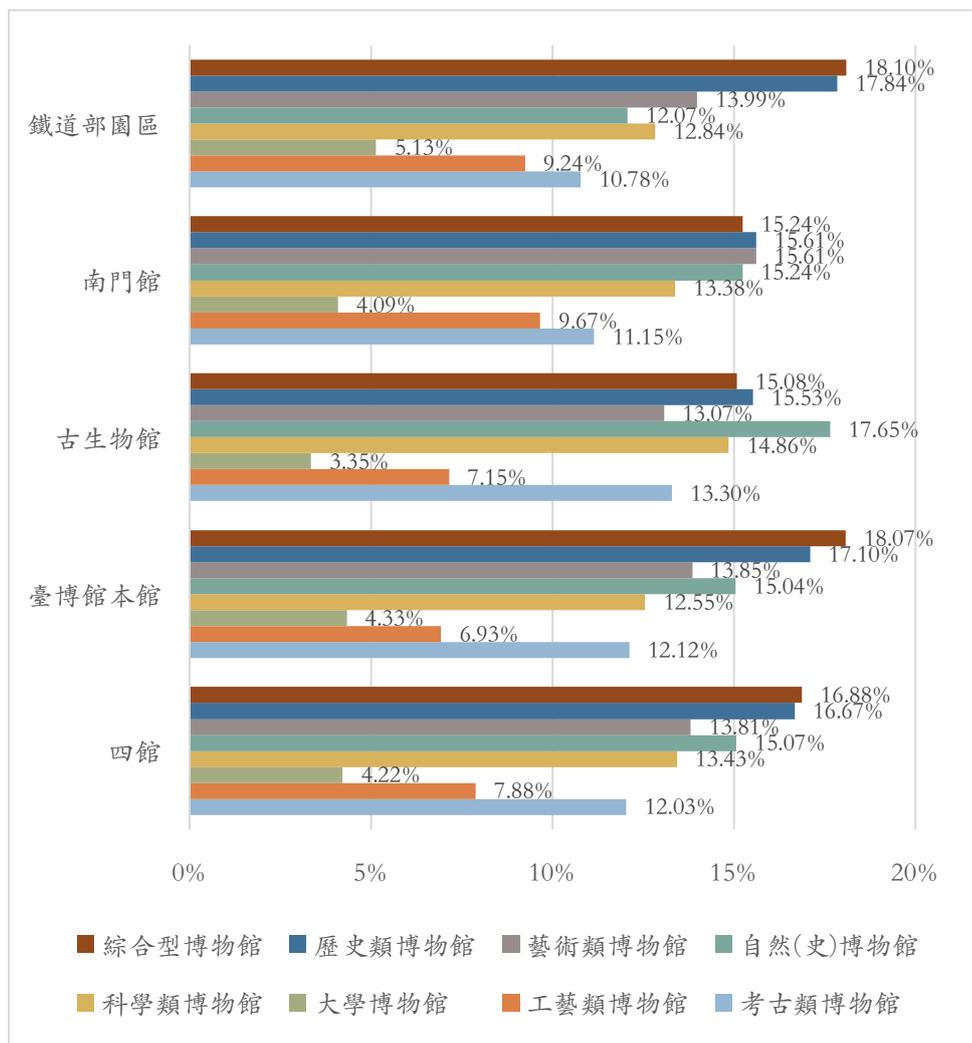


圖19、偏好的博物館類型次數統計圖

六、消費的程度與項目

從四館整體的統計結果中可知，大部分至臺博館系統參觀的觀眾是沒有消費的，在804份有效問卷中，無消費之觀眾佔了高達八成，有84.08%（676人），而有消費之觀眾佔了不到二成，僅15.92%（128人）。各分館的統計結果也為相似之分佈比例，臺博館本館無消費之觀眾佔89.51%（239人），有消費者佔10.49%（28人）；古生物館無消費以及有消費之觀眾分別各佔了80.69%（209人）及19.31%（50人）；而南門館無消費之觀眾佔四館最高98.39%（61人）有消費之觀眾1.61%（1人）；鐵道部園區則是有消費之觀眾佔四館最高22.69%（49人）無消費之觀眾77.31%（167人）。從此統計結果可知，各分館之消費程度皆不高，只有少數觀眾會有消費行為。整體來說，與去年調查結果類似。

表 26、消費程度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有消費	128	15.92%	28	10.49%	50	19.31%	1	1.61%	49	22.69%
無消費	676	84.08%	239	89.51%	209	80.69%	61	98.39%	167	77.31%
總計	804	100%	267	100%	259	100%	62	100%	216	100%

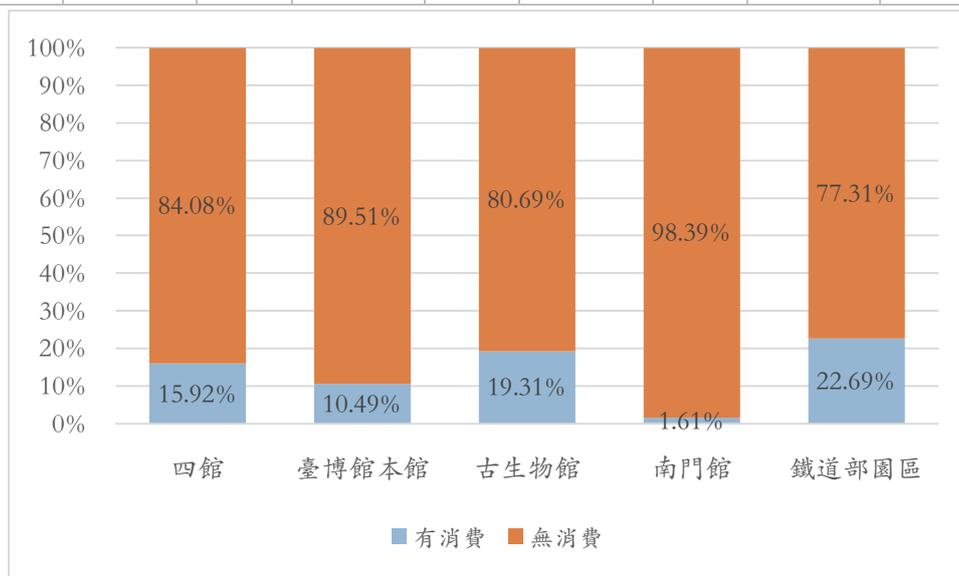


圖 20、消費程度統計圖

另一方面，在消費項目的部分，可知在有消費的觀眾當中，其大多選擇的消費項目為「紀念品」，共佔了54.19%（97人），次之為「餐廳飲食」35.20%（63人），而最後一項為「書籍」，佔10.61%（19人）。在各分館的統計結果中，國立臺灣博物館本館之觀眾大多選擇消費「紀念品」，佔60.00%，次之依序為「餐廳飲食」以及「書籍」，分別佔25.71%（9人）、14.29%（5人），由於本館並無附設餐飲設施，此部分之觀眾部分亦有參觀古生物館，可能於古生物館有進行餐飲類消費故有此選答；而古生物館之觀眾同樣也以「紀念品」為多數，佔了69.49%（41人），次之依序為「餐廳飲食」以及「書籍」，分別佔16.95%（10人）及13.56%（8人）；而南門館、鐵道部園區與其他兩館較不同，以「餐廳飲食」為其多數觀眾之消費項目，分別佔100.0%（3人）、50.00%（41人），「紀念品」次之42.68%（35人），在觀眾的消費項目上，大致與去年調查結果類似。

表 27、消費項目統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
餐廳飲食	63	35.20%	9	25.71%	10	16.95%	3	100.00%	41	50.00%
紀念品	97	54.19%	21	60.00%	41	69.49%	0	0.00%	35	42.68%
書籍	19	10.61%	5	14.29%	8	13.56%	0	0.00%	6	7.32%
總計	179	100%	35	100%	59	100%	3	100%	82	100%

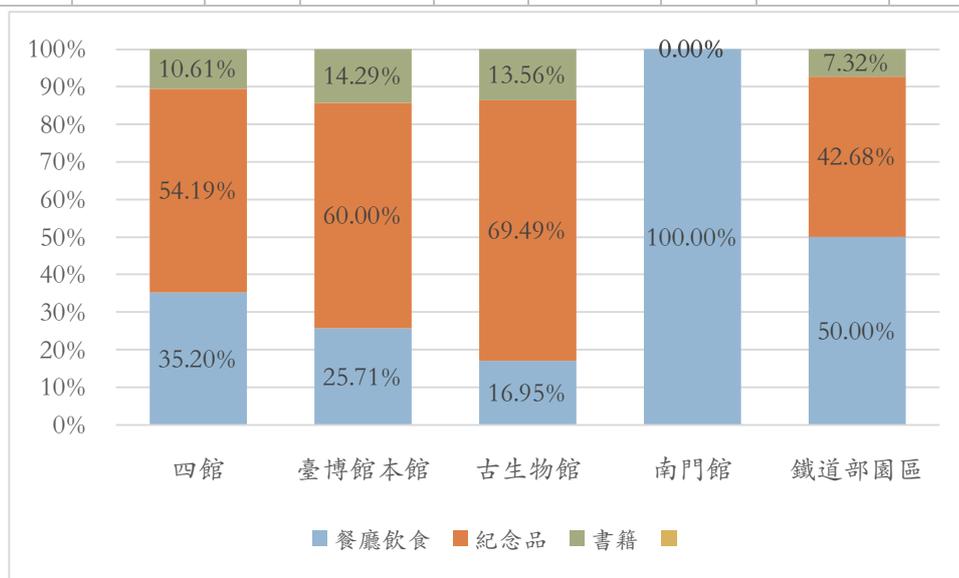


圖 21、消費項目統計圖

七、小結

從觀眾行為研究調查中可知，臺博館系統之觀眾以未曾參觀過臺博館系統之非經常性觀眾為主，因時間不夠或不知道有其他展館的情況下，以參觀其當下造訪臺博館館舍為主，主要訊息來源多為親友的介紹，而部分的人則是從臺博館官網或臺博館Facebook得知訊息，主要參觀原因為本身對展覽有興趣且偏好綜合型、歷史類或自然(史)之博物館，但多數觀眾並沒有在博物館消費。在有消費的觀眾中，則以紀念品以及餐廳飲食為主要的消費選擇項目。

參、各項服務滿意度分析

本次問卷調查透過Likert五點量表分析觀眾參觀臺博館系統（以下簡稱臺博系統）各項服務之滿意度，包含「整體硬體設施（設備）」、「整體展覽滿意度」以及「整體人員及服務」三大項，本次研究將填答選項設定為：

「非常滿意」—5 分

「滿意」—4 分

「普通」—3 分

「不滿意」—2 分

「非常不滿意」—1 分

計算公式為〔（填答「滿意」與「非常滿意」之觀眾樣本數/有效樣本數）x100=該提儉意度百分比（%）〕

從統計結果可知，臺博系統在各項服務當中，對「整體人員及服務」之滿意度最高，滿意度為92.89%，次之為「整體展覽」91.36%，而「整體硬體設施（設備）」位居第三，89.42%，總平均為91.22%。

在各分館的統計當中，臺博館本館之觀眾最為滿意之項目為「整體展覽」95.16%，其次為「整體人員及服務」、「整體硬體設施（設備）」滿意度分別為93.90%、91.02%；古生物館之觀眾則對「整體人員及服務」項目最為滿意，滿意度93.82%，其次之依序為「整體展覽」以及「整體硬體設施（設備）」，滿意度分別為92.26%、90.93%；南門館之觀眾則是對「整體人員及服務」滿意度最高92.77%，其次之依序為「整體展覽」以及「整體硬體設施（設備）」，滿意度為88.96%、86.83%；鐵道部園區之觀眾對「整體人員及服務」項目最為滿意，滿意度91.06%，次之依序為「整體展覽」以及「整體硬體設施（設備）」，滿意度89.07%、88.91%。整體而言從滿意度觀之，各分館中以本館滿意度最高93.36%。

整體各項服務滿意度與去年調查結果相比，整體與四館除了南門館與鐵道部略有下降外，個別滿意度均有提升（整體110年為91.22%，109年為89.37%；本館110年93.36%，109年86.98%；古生物館110年92.33%，109年90.67%；南門館110年89.52%，109年91.45%；鐵道部園區110年89.68，109年88.34%）

表 28、各項服務滿意度分析表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	百分比	排序								
整體硬體設施 (設備) 平均數 4.33	89.42%	3	91.02%	3	90.93%	3	86.83%	3	88.91%	3
整體展覽 平均數 4.35	91.36%	2	95.16%	1	92.26%	2	88.96%	2	89.07%	2
整體人員及服務 平均數 4.45	92.89%	1	93.90%	2	93.82%	1	92.77%	1	91.06%	1
總平均	91.22%		93.36%		92.33%		89.52%		89.68%	

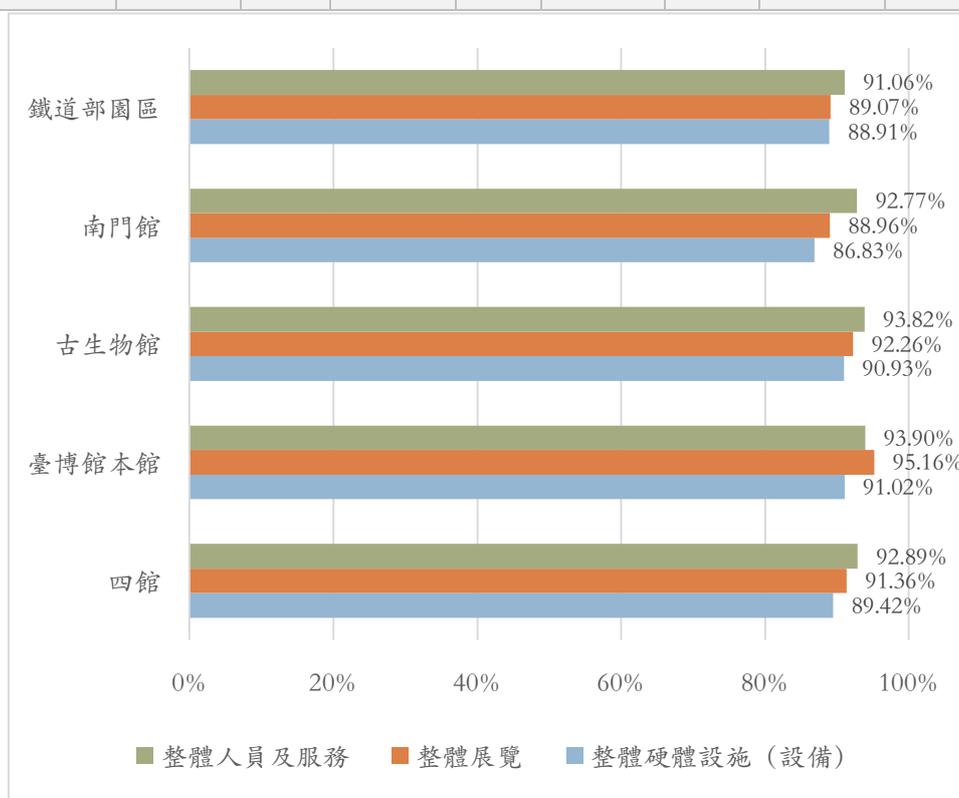


圖 22、各項服務滿意度統計圖

一、整體硬體設施（設備）滿意度

從統計結果中可知，整體硬體設施（設備）六個項目方面，臺博系統之觀眾對「建築空間」以及「溫濕度空調」滿意度最高，滿意度分別為94.69%、93.07%，第三項目為「館內外標示」92.50%、「廁所清潔」89.86%、「休憩設備」85.44%，最後平均滿意度最低項目為「無障礙設施」80.99%。

在各分館之研究調查中顯示，臺博館本館之觀眾最滿意之項目為「建築空間」97.18%，次之依序為「館內外標示」、「廁所清潔」、「休憩設施」，滿意度分別為94.42%、92.89%、90.91%，滿意度較低項目為「溫濕度空調」及「無障礙設施」分別為90.21%、80.53%；古生物館之觀眾則對「建築空間」最為滿意95.95%，次之依序為「溫濕度空調」及「館內外標示」，分別為93.22%、92.37%，滿意度最低之項目為滿意度85.96%的「休憩設備」；而南門園區則為「溫濕度空調」及「建築空間」最讓觀眾滿意，滿意度分別為94.83%、91.94%，而滿意度最低之項目為「無障礙設施」72.97%；鐵道部園區之觀眾則對「溫濕度空調」最為滿意94.03%，其次為「建築空間」93.69%，滿意度最低之項目為滿意度80.95%的「無障礙設施」。

表 29、整體硬體設施（設備）滿意度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	百分比	排序								
建築空間(4.42)	94.69%	1	97.18%	1	95.95%	1	91.94%	2	93.69%	2
館內外標示(4.36)	92.50%	3	94.42%	2	92.37%	3	91.67%	3	91.54%	3
休憩設備(4.23)	85.44%	5	90.91%	4	85.96%	6	80.70%	5	84.18%	5
廁所清潔(4.38)	89.86%	4	92.89%	3	88.58%	5	88.89%	4	89.06%	4
無障礙設施(4.22)	80.99%	6	80.53%	6	89.50%	4	72.97%	6	80.95%	6
溫濕度空調(4.37)	93.07%	2	90.21%	5	93.22%	2	94.83%	1	94.03%	1
總平均(4.33)	89.42%		91.02%		90.93%		86.83%		88.91%	

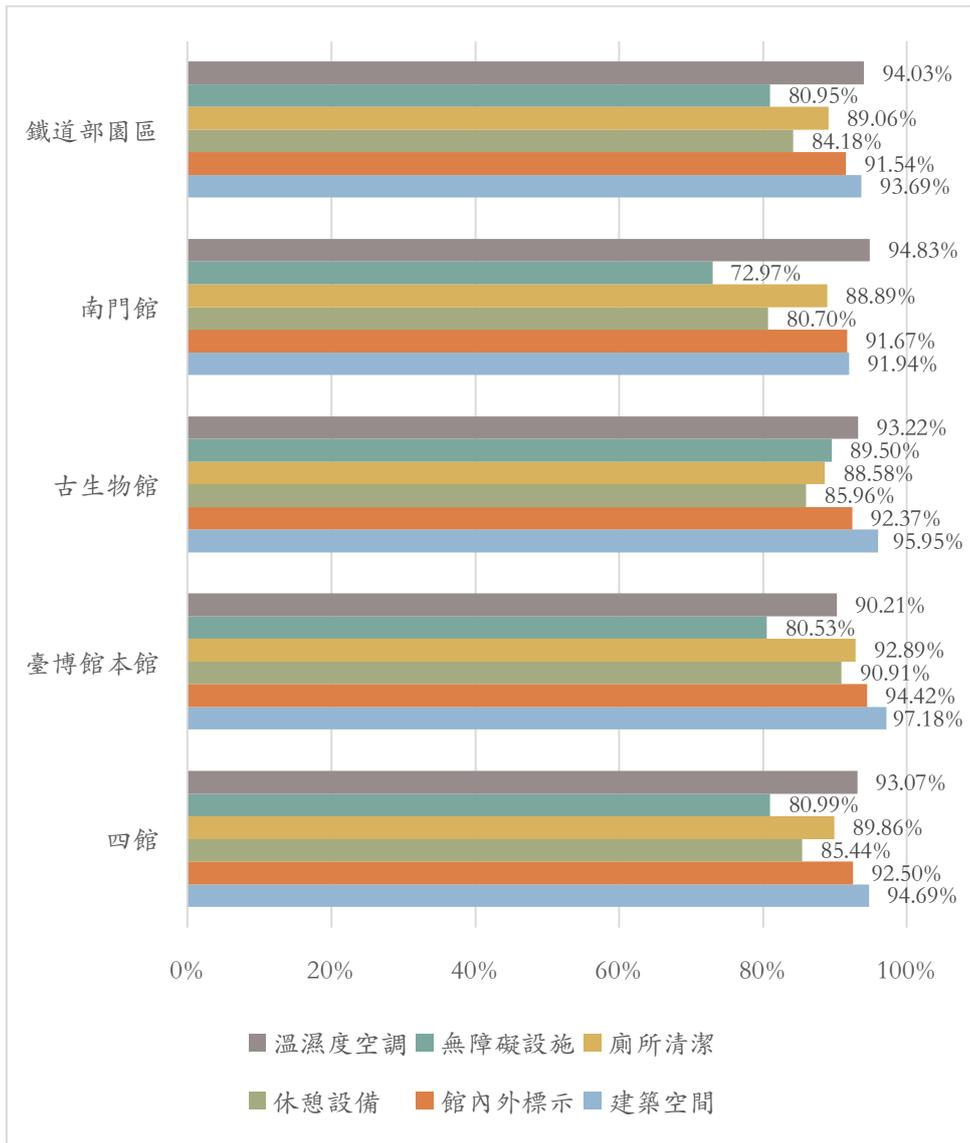


圖 23、整體硬體設施（設備）滿意度平均數統計圖

二、整體展覽滿意度

在本次調查研究中可知，在整體展覽之五個項目方面，臺博系統之觀眾對「展示主題」之滿意度最高，滿意度93.74%，次之依序為「展示內容」、「展場氣氛」以及「展示手法」，分別為92.71%、92.25%、89.47%，滿意度最低之項目為展覽「展場動線」88.64%。

四館中，臺博館本館之觀眾最滿意「展示內容」，滿意度為97.47%，次之為「展場氣氛」97.02%、「展示主題」95.97%，滿意度最低之項目為90.42%之「展場動線」；而古生物館之觀眾對「展示主題」最為滿意94.42%，其次為「展示內容」、「展示手法」依序為92.71%以及91.77%，滿意度最低之項目為「展場動線」90.98%；南門館之觀眾最滿意項目為「展場氣氛」，滿意度平均數為91.07%，「展示主題」次之90.32%，最不滿意之項目為「展示手法」，滿意度為83.93%；而鐵道部園區之觀眾對「展示主題」最為滿意94.23%，其次為「展示內容」、「展場氣氛」依序為91.00%以及89.52%，滿意度最低之項目為「展場動線」83.33%。

表 30、整體展覽滿意度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	百分比	排序								
展示主題(4.41)	93.74%	1	95.97%	3	94.42%	1	90.32%	2	94.23%	1
展場動線(4.30)	88.64%	5	90.42%	5	90.98%	5	89.83%	3	83.33%	5
展示內容(4.38)	92.71%	2	97.47%	1	92.71%	2	89.66%	4	91.00%	2
展示手法(4.31)	89.47%	4	94.92%	4	91.77%	3	83.93%	5	87.25%	4
展場氣氛(4.37)	92.25%	3	97.02%	2	91.39%	4	91.07%	1	89.52%	3
總平均(4.35)	91.36%		95.16%		92.26%		88.96%		89.07%	

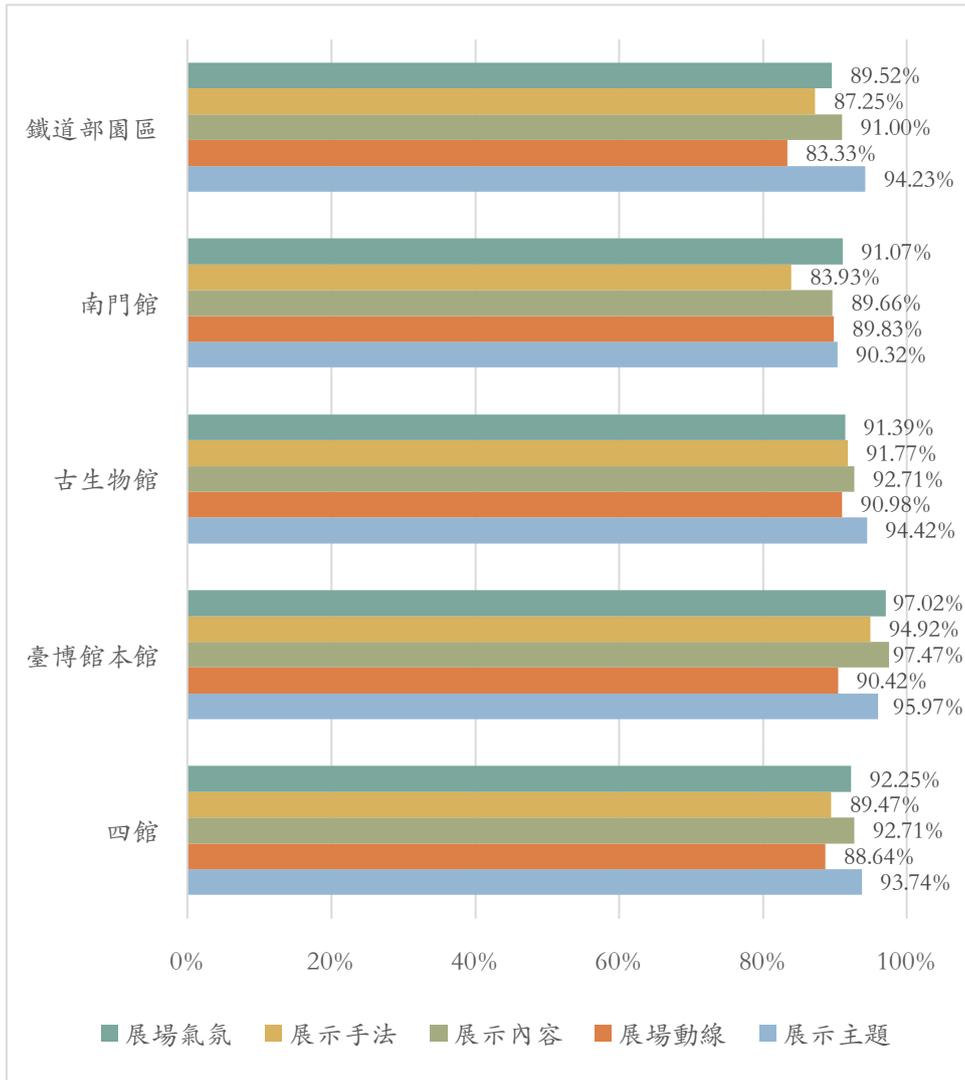


圖 24、整體展覽滿意度統計圖

三、整體人員及服務滿意度

在本次統計結果中顯示，在整體人員及服務之四個項目方面，臺博系統之觀眾對「人員服務品質」最為滿意，滿意度為94.85%，次之為「人員態度」以及「人員專業度」，分別為93.70%與91.91%，滿意度最低之項目為「導覽服務品質」，滿意度為91.10%。

而各分館的統計結果中，臺博館本館之觀眾最為滿意之項目依序為「人員服務品質」（滿意度為97.08%）、「人員態度」（滿意度為95.93%）、「人員專業度」（滿意度為91.63%）以及「導覽服務品質」（滿意度為90.95%）；古生物館觀眾之滿意程度則依序為「人員服務品質」（滿意度為96.62%）、「人員態度」（滿意度為96.05%）、「導覽服務品質」（滿意度為92.04%）以及「人員專業度」（滿意度為90.56%）；南門園區之觀眾則對「人員專業度」（滿意度為94.00%）最為滿意，次之依序為「人員服務品質」（滿意度為92.98%）、「導覽服務品質」（滿意度為92.31%）、「人員態度」（滿意度91.80%）；鐵道部園區觀眾之滿意程度則依序為「人員服務品質」（滿意度為92.72%）、「人員專業度」（滿意度為91.46%）、「人員態度」（滿意度為91.00%）以及「導覽服務品質」（滿意度為89.08%）。

表 31、整體人員及服務滿意度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	百分比	排序								
人員態度(4.52)	93.70%	2	95.93%	2	96.05%	2	91.80%	4	91.00%	3
人員專業度(4.41)	91.91%	3	91.63%	3	90.56%	4	94.00%	1	91.46%	2
人員服務品質(4.47)	94.85%	1	97.08%	1	96.62%	1	92.98%	2	92.72%	1
導覽服務品質(4.40)	91.10%	4	90.95%	4	92.04%	3	92.31%	3	89.08%	4
總平均(4.45)	92.89%		93.90%		93.82%		92.77%		91.06%	

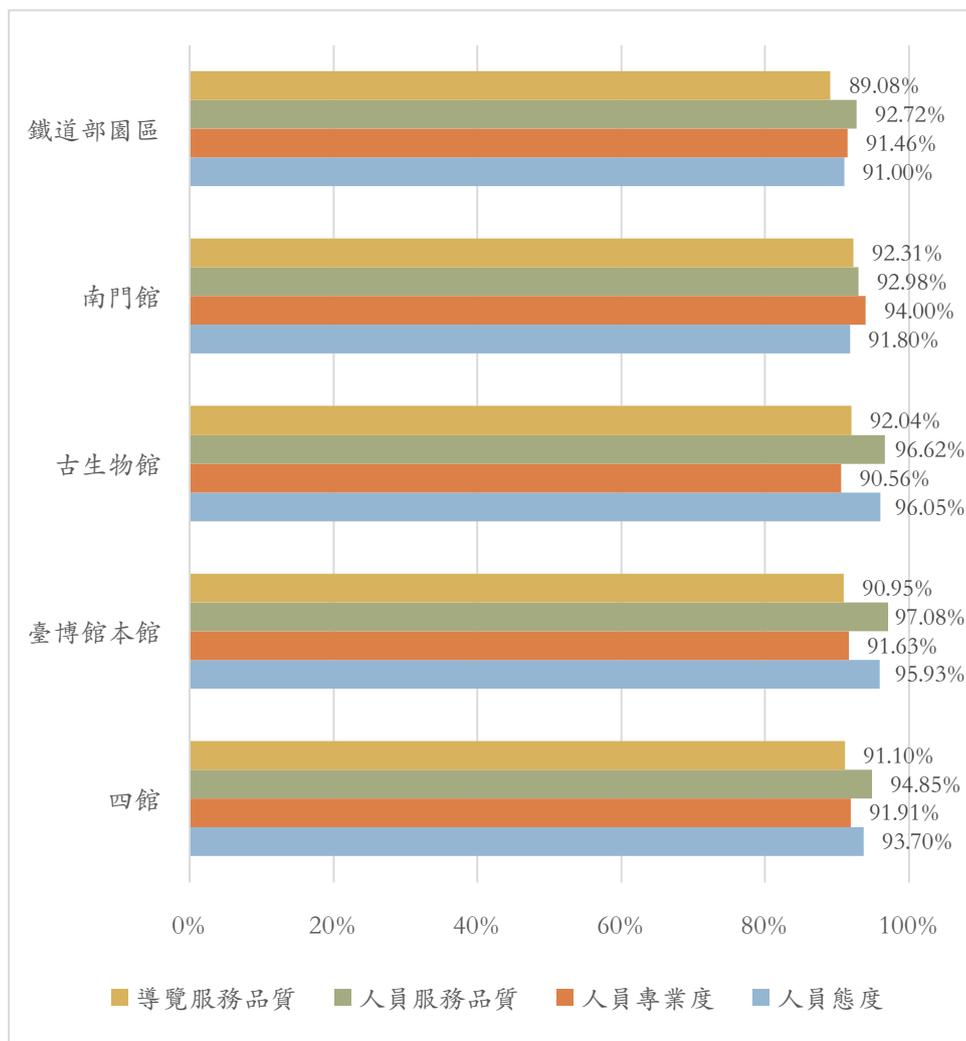


圖 25、整體人員及服務滿意度平均數統計圖

肆、重要表現程度分析

本館使用重要-表現程度分析法(Importance-Performance Analysis, IPA)，以Likert五點量表為尺度，針對「整體硬體設施(設備)」、「整體展覽滿意度」以及「整體人員及服務」三大項進行問卷調查，依本研究量表之設計，填答選項設定如下：

「非常重要」—5 分

「重要」—4 分

「普通」—3 分

「不重要」—2 分

「非常不重要」—1 分

計算公式為〔各觀眾填答之分數總和/有效樣本數=該題平均數〕，為該題之總平均重視程度。

一、國立臺灣博物館系統

(一)、預期重要性

由調查結果中顯示，臺博系統之觀眾其整體預期重要性，為平均值4.37，表示臺博系統觀眾對各項服務有相當程度的重視，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示主題」、「展示內容」以及「人員專業度」與「導覽服務品質」，平均值分別為4.47、4.46 以及4.41，重視程度較低之項目為「無障礙設施」，平均值為 4.23。

(二)參與滿意度

從本次統計結果中可知，臺博系統之觀眾其整體參與滿意度，為平均值4.37，其中，最滿意之項目為平均值4.52 之「人員態度」，次之為「人員服務品質」及「建築空間」，平均值均為4.47、4.42，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「無障礙設施」，平均值4.18。

(三)重要/表現程度落差

為了解觀眾的事前預期程度以及參觀後滿意程度之關係，依本分析法將滿意程度之平均值減去重視程度之平均值，以得出重視/表現程度之落差，「正值」表示滿意程度大於重視程度（表現程度高於觀眾之預期重要性，觀眾整體滿意度將提高），「負值」表示滿意程度小於重視程度（預期重要性高於表現程度，觀眾整體滿意度將降低），此為衡量觀眾整體重視程度與參觀滿意度之關係的重要指標。

而本次的調查結果當中，整體項目之重要/表現之落差為0分，顯示整體滿意程度等於重視程度。其中，正之項目包含「人員態度」、「建築空間」、「休憩設備」以及「人員服務品質」等，負之項目則有「展場動線」、「展示內容」、「展示手法」以及「展示主題」等。

表 32、重要表現程度分析表（四館）

項目	平均值	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）		4.37	4.37	0.00	
1.建築空間		4.32	4.42	0.11	2▲
2.館內外標示		4.37	4.36	-0.01	7▽
3.休憩設備		4.15	4.23	0.08	3▲
4.廁所清潔		4.40	4.38	-0.02	10▽
5.無障礙設施		4.23	4.18	-0.05	11▽
6.溫濕度空調		4.32	4.37	0.05	5▲
7.展示主題		4.47	4.41	-0.05	12▽
8.展場動線		4.39	4.30	-0.10	15▽
9.展示內容		4.46	4.38	-0.08	14▽
10.展示手法		4.39	4.31	-0.08	13▽
11.展場氣氛		4.40	4.37	-0.02	9▽
12.人員態度		4.40	4.52	0.13	1▲
13.人員專業度		4.41	4.41	0.00	6▲
14.人員服務品質		4.39	4.47	0.08	4▲
15.導覽服務品質		4.41	4.40	-0.01	8▽

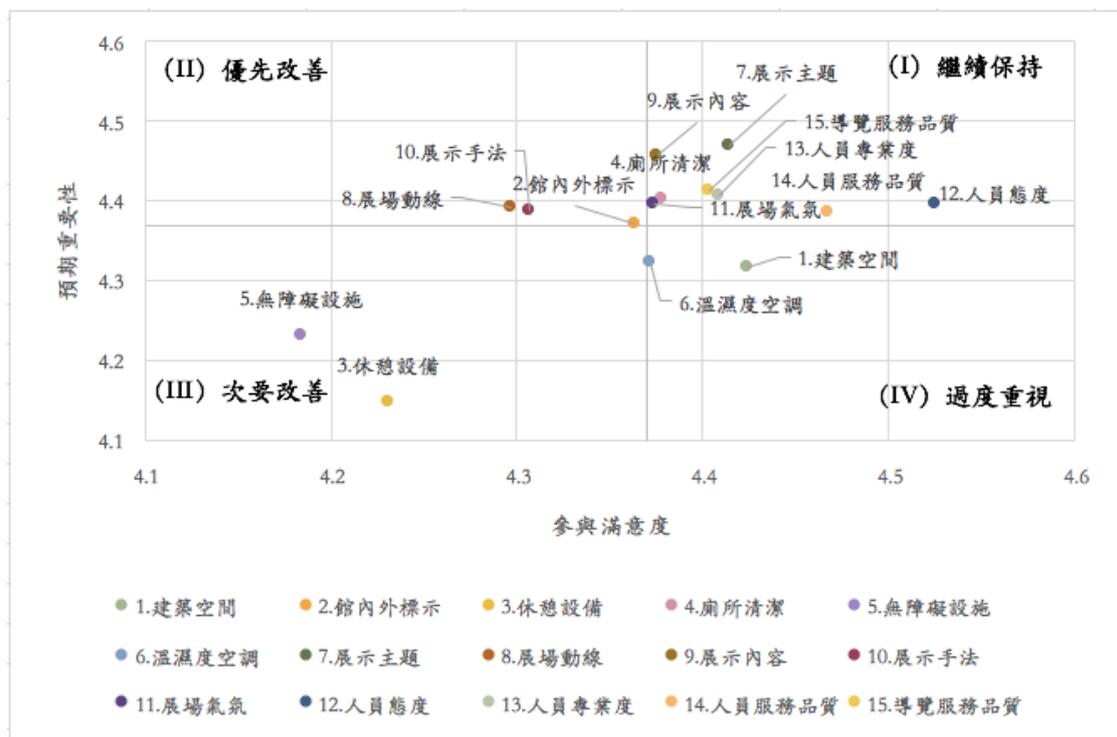
(四)重要/表現程度分析 (IPA分析)

本次調查結果顯示，「廁所清潔」、「展示主題」、「展示內容」、「展場氣氛」、「人員態度」、「人員專業度」、「人員服務品質」及「導覽服務品質」此八項位於第一象限 (I)，表示臺博系統之觀眾對此服務的重視程度與滿意程度皆佳，為臺博系統的優勢，應繼續保持。

「館內外標示」、「展場動線」以及「展示手法」位於第二象限 (II)，表示觀眾之重視程度高但滿意程度低，為需優先改善重點項目。

「休憩設備」、「無障礙設施」位於第三象限 (III)，表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視優先項目之改善程度以及臺博系統之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

「建築空間」、「溫濕度空調」位於第四象限 (IV)，表示觀眾之滿意程度高但重視度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至優先改善項目(II)。



	(I) 繼續保持	(II) 優先改善	(III) 次要改善	(IV) 過度重視
110年	4.廁所清潔 7.展示主題 9.展示內容 11.展場氣氛 12.人員態度 13.人員專業度 14.人員服務品質 15.導覽服務品質	2.館內外標示 8.展場動線 10.展示手法	3.休憩設備 5.無障礙設施	1.建築空間 6.溫濕度空調
109年	1.建築空間 7.展示主題 11.展場氣氛 12.人員態度 13.人員專業度 14.人員服務品質 15.導覽服務品質	4.廁所清潔 6.溫濕度空調 8.展場動線 9.展示內容	2.館內外標示 3.休憩設備 5.無障礙設施 10.展示手法	15.導覽服務品質

圖 26、重要表現程度矩陣圖（四館）

二、國立臺灣博物館（本館）

（一）、預期重要性

由調查結果中顯示，臺博館本館之觀眾其整體預期重要性，為平均值4.36，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示內容」、「展示主題」、「展示手法」以及「人員專業度」，平均值分別為4.46、4.44、4.44以及 4.2，重視程度較低之項目為「休憩設備」平均值為4.11。

（二）參與滿意度

從本次統計結果中可知，臺博館本館之觀眾其整體參與滿意度，為平均值4.44，其中，最滿意之項目為均為平均值4.55之「建築空間」，次之為「人員態度」與「人員服務品質」，平均值均為4.53與4.52，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「無障礙設施」，平均值4.22。

（三）重要/表現程度落差

而本次的調查結果當中，整體項目之重要/表現之落差為0.07分，顯示整體滿意程度大於重視程度，其中，正值之項目包含「休憩設備」、「建築空間」、「人員態度」以及「廁所清潔」等，負值之項目則有「展場動線」、「無障礙設施」、「展示手法」以及「人員專業度」等。

表 33、重要表現程度分析表（本館）

項目	平均值	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）		4.36	4.44	0.07	
1.建築空間		4.34	4.55	0.21	2▲
2.館內外標示		4.38	4.43	0.05	8▲
3.休憩設備		4.11	4.36	0.25	1▲
4.廁所清潔		4.35	4.48	0.13	4▲
5.無障礙設施		4.25	4.22	-0.03	14▽
6.溫濕度空調		4.33	4.36	0.03	11▲
7.展示主題		4.44	4.49	0.05	7▲
8.展場動線		4.40	4.34	-0.06	15▽
9.展示內容		4.46	4.49	0.03	10▲
10.展示手法		4.44	4.43	-0.01	13▽
11.展場氣氛		4.39	4.49	0.10	6▲
12.人員態度		4.37	4.53	0.16	3▲
13.人員專業度		4.42	4.42	0.00	12▲
14.人員服務品質		4.39	4.52	0.13	5▲
15.導覽服務品質		4.38	4.42	0.05	9▲

(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「展示主題」、「展示內容」、「展場氣氛」、「人員態度」及「人員服務品質」此五項位於第一象限（I）表示重視程度與滿意程度的評價皆高，落在此象限中的服務項目應該繼續保持。

而「館內外標示」、「展場動線」、「展示手法」以及「人員專業度」此三項位於第二象限（II），重視程度高但是滿意程度不佳，此象限的服務屬性是應優先加強改善的重點。

第三象限（III）中，「休憩設備」、「無障礙設施」以及「溫濕度空調」此五項表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視優先項目之改善程度以及臺博本館之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

而「建築空間」、「廁所清潔」位於第四象限（IV），表示觀眾之滿意程度高但重視程度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至第二象限優先改善項目上（II）。



圖 27、重要表現程度矩陣圖（本館）

三、古生物館

(一)、預期重要性

由調查結果中顯示，古生物館之觀眾其整體預期重要性，為平均值4.43，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示內容」、「展示主題」、「人員專業度」以及「導覽服務品質」，平均值分別為4.54、4.53、4.49以及4.49，重視程度較低之項目為「休憩設備」，平均值為 4.18。

(二)參與滿意度

從本次統計結果中可知，古生物館之觀眾其整體參與滿意度，為平均值4.39，其中，最滿意之項目為平均值4.55之「人員態度」，其次為「人員服務品質」4.51、「人員專業度」平均值為4.47，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「休憩設備」，平均值 4.24。

(三)重要/表現程度落差

而本次的調查結果當中，整體項目之重要/表現之落差為-0.04，顯示整體滿意程度小於重視程度，其中，正值之項目包含「人員態度」、「人員服務品質」、「休憩設備」以及「建築空間」等，負值之項目則有「展示內容」、「展示主題」、「展示手法」以及「展場動線」等。

表 34、重要表現程度分析表（古生物館）

	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）	4.43	4.39	-0.04	
1.建築空間	4.37	4.40	0.04	4▲
2.館內外標示	4.39	4.31	-0.07	10▽
3.休憩設備	4.18	4.24	0.06	3▲
4.廁所清潔	4.43	4.35	-0.08	11▽
5.無障礙設施	4.35	4.32	-0.03	7▽
6.溫濕度空調	4.44	4.44	0.00	5▲
7.展示主題	4.53	4.42	-0.12	14▽
8.展場動線	4.47	4.36	-0.10	12▽
9.展示內容	4.54	4.38	-0.17	15▽
10.展示手法	4.46	4.35	-0.12	13▽
11.展場氣氛	4.41	4.36	-0.05	8▽
12.人員態度	4.45	4.55	0.09	1▲
13.人員專業度	4.49	4.47	-0.02	6▽
14.人員服務品質	4.44	4.51	0.06	2▲
15.導覽服務品質	4.49	4.43	-0.05	9▽

(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「溫濕度空調」、「展示主題」、「人員態度」、「人員專業度」、「人員服務品質」及「導覽服務品質」此六項位於第一象限（I），表示古生物館之觀眾對這些服務的重視程度與滿意程度皆佳，為此館之優勢，應繼續保持。

「廁所清潔」、「展場動線」、「展示內容」及「展示手法」此四項位於第二象限（II），表示觀眾之重視程度高但滿意程度低，為需優先改善之重點項目。

「館內外標示」、「休憩設備」、「無障礙設施」及「展場氣氛」位於第三象限（III），表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視古生物館之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

「建築空間」位於第四象限(IV)，表示觀眾之滿意程度高但重視程度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至優先改善項目(II)。

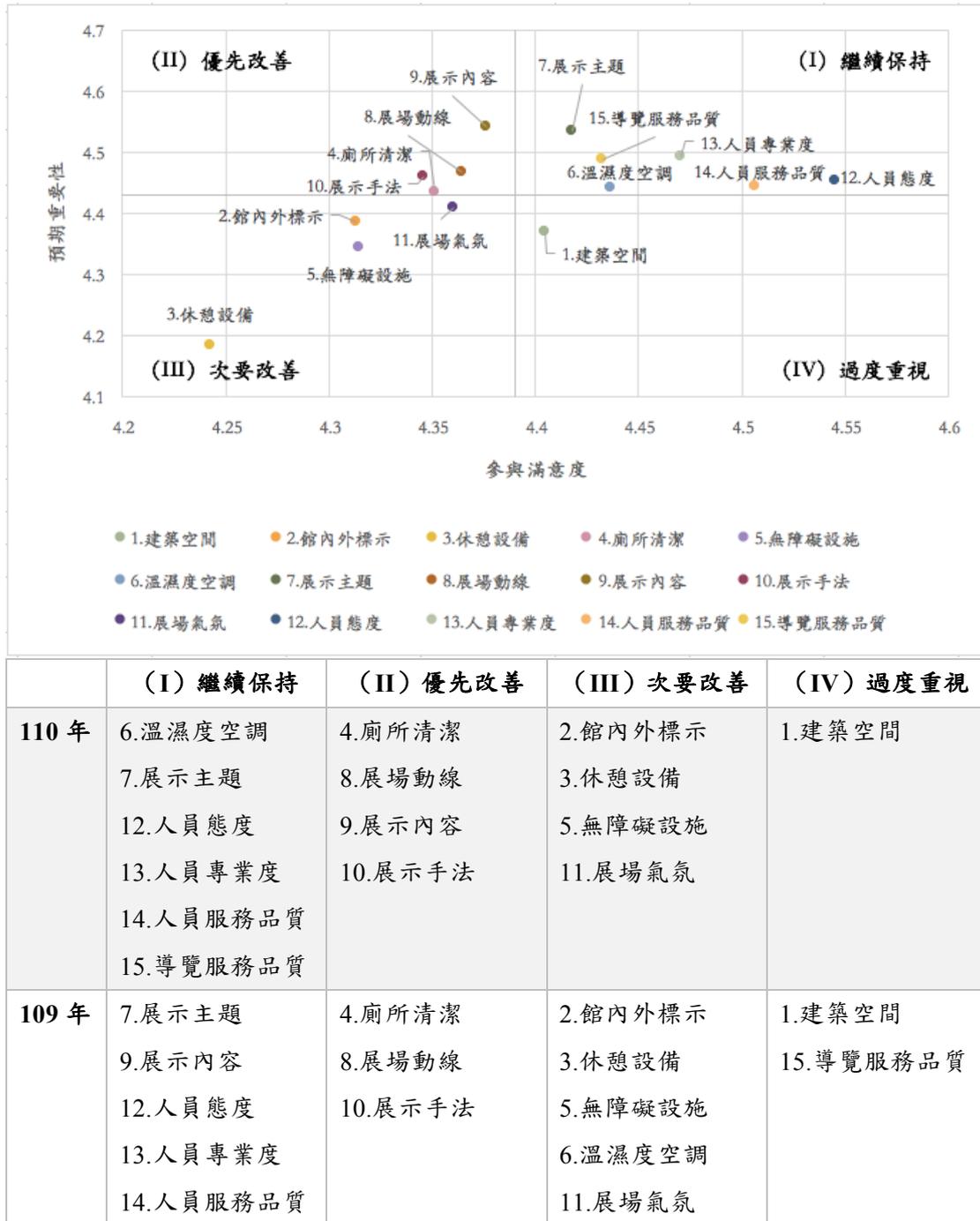


圖 28、重要表現程度矩陣圖 (古生物館)

四、南門館

(一)、預期重要性

由調查結果中顯示，南門館之觀眾其整體預期重要性，為平均值4.29，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示主題」、「導覽服務品質」、「人員態度」以及「廁所清潔」，平均值分別為4.45、4.41、4.39以及4.38，重視程度較低之項目為「無障礙設施」平均值為4.00。

(二)參與滿意度

從本次統計結果中可知，南門館之觀眾其整體參與滿意度，為平均值4.31，其中，最滿意之項目為平均值4.56之「人員態度」，次之為「人員服務品質」平均值皆為4.40，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「休憩設備」，平均值4.12。

(三)重要/表現程度落差

本次的調查結果當中，整體之項目重要/表現之落差為0.03，顯示整體滿意程度大於重視程度，其中，正值之項目包含「建築空間」、「人員態度」、「溫濕度空調」以及「人員專業度」等，負值之項目則有「展示主題」、「展示內容」、「展示手法」以及「展場氣氛」等。

表 35、重要表現程度分析表（南門館）

	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）	4.29	4.31	0.03	
1.建築空間	4.15	4.32	0.18	1▲
2.館內外標示	4.32	4.38	0.07	6▲
3.休憩設備	4.12	4.12	0.00	8▲
4.廁所清潔	4.38	4.38	0.00	9▲
5.無障礙設施	4.00	4.03	0.03	7▲
6.溫濕度空調	4.22	4.34	0.12	3▲
7.展示主題	4.45	4.34	-0.11	15▽
8.展場動線	4.31	4.31	0.00	10▲
9.展示內容	4.34	4.28	-0.07	14▽
10.展示手法	4.23	4.18	-0.05	13▽
11.展場氣氛	4.32	4.29	-0.04	12▽
12.人員態度	4.39	4.56	0.16	2▲
13.人員專業度	4.30	4.38	0.08	4▲
14.人員服務品質	4.33	4.40	0.07	5▲
15.導覽服務品質	4.41	4.38	-0.03	11▽

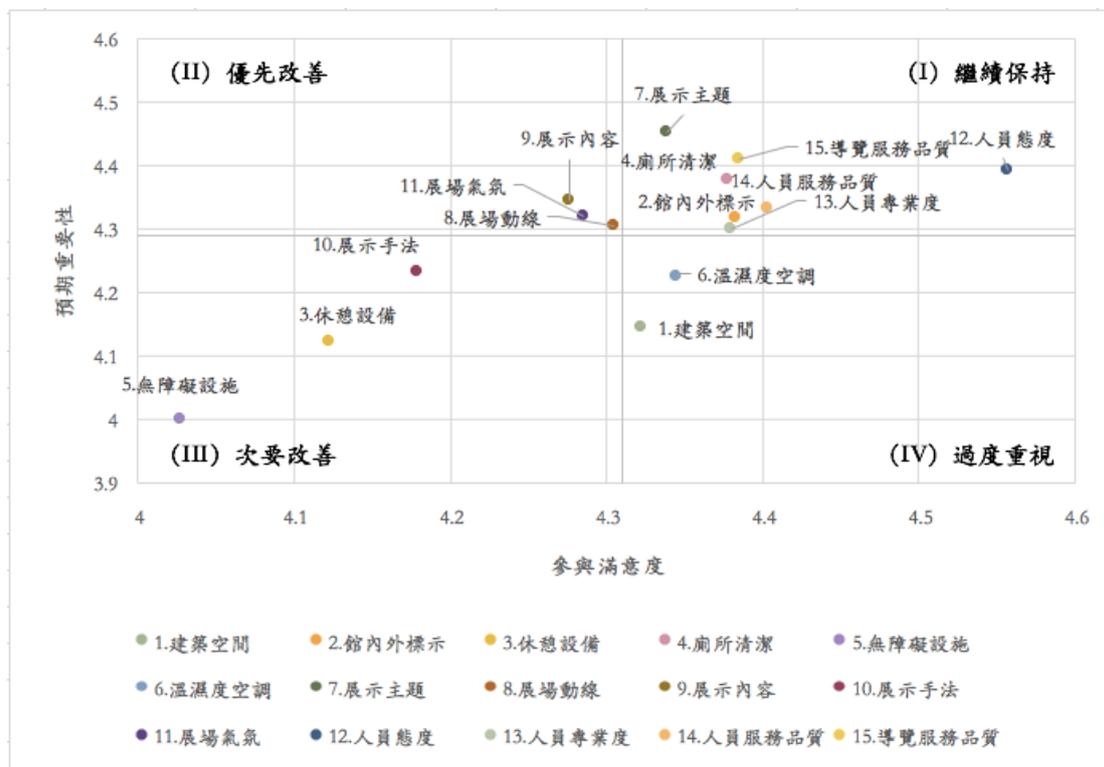
(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「館內外標示」、「廁所清潔」、「展示主題」、「人員態度」、「人員專業度」、「人員服務品質」以及「導覽服務品質」共七項位於第一象限（I），表示南門館之觀眾對這些服務的重視程度與滿意程度皆佳，為此分館的優勢，應繼續保持。

而「展場動線」、「展示內容」與「展場氣氛」位於第二象限（II），表示觀眾之重視程度高但滿意程度低，為需優先改善之重點項目。

「休憩設備」、「無障礙設施」、「展示手法」此三項位於第三象限（III），表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視優先項目之改善程度以及南門館之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

而「建築空間」與「溫濕度空調」位於第四象限（IV），表示觀眾之滿意程度高但重視程度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至優先改善項目（II）。



	(I) 繼續保持	(II) 優先改善	(III) 次要改善	(IV) 過度重視
110 年	2.館內外標示 4.廁所清潔 7.展示主題 12.人員態度 13.人員專業度 14.人員服務品質 15.導覽服務品質	8.展場動線 9.展示內容 11.展場氣氛	3.休憩設備 5.無障礙設施 10.展示手法	1.建築空間 6.溫濕度空調
109 年	1.建築空間 6.溫濕度空調 7.展示主題 11.展場氣氛 12.人員態度	2.館內外標示 4.廁所清潔 9.展示內容	3.休憩設備 5.無障礙設施 8.展場動線 10.展示手法 15.導覽服務品質	13.人員專業度 14.人員服務品質

圖 29、重要表現程度矩陣圖（南門館）

五、鐵道部園區

(一)、預期重要性

由調查結果中顯示，鐵道部園之觀眾其整體預期重要性，為平均值4.39，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示內容」、「展場氣氛」以及「廁所清潔」、「展示主題」，平均值分別為4.48、4.46及4.45，重視程度較低之項目為「休憩設備」，平均值為 4.17。

(二)參與滿意度

從本次統計結果中可知，鐵道部園之觀眾其整體參與滿意度，為平均值4.33，其中，最滿意之項目為平均值4.46之「人員態度」，其次為「人員服務品質」4.44、「建築空間」4.42，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「無障礙設施」及「展場動線」，平均值均為4.18。

(三)重要/表現程度落差

本次的調查結果當中，整體之項目重要/表現之落差為-0.05，顯示整體滿意程度小於重視程度，其中，正值之項目包含「人員態度」、「人員服務品質」、「溫濕度空調」以及「休憩設備」等，負值之項目則有「展場動線」、「無障礙設施」、「廁所清潔」以及「展示手法」等。

表 36、重要表現程度分析表（鐵道部）

	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）	4.39	4.33	-0.05	
1.建築空間	4.41	4.42	0.00	5▲
2.館內外標示	4.40	4.33	-0.07	9▽
3.休憩設備	4.17	4.20	0.03	4▲
4.廁所清潔	4.45	4.30	-0.15	13▽
5.無障礙設施	4.33	4.18	-0.15	14▽
6.溫濕度空調	4.30	4.34	0.04	3▲
7.展示主題	4.45	4.41	-0.04	7▽
8.展場動線	4.39	4.18	-0.22	15▽
9.展示內容	4.48	4.36	-0.13	11▽
10.展示手法	4.42	4.27	-0.15	12▽
11.展場氣氛	4.46	4.36	-0.10	10▽
12.人員態度	4.36	4.46	0.10	1▲
13.人員專業度	4.41	4.36	-0.05	8▽
14.人員服務品質	4.38	4.44	0.06	2▲
15.導覽服務品質	4.37	4.37	0.00	6▲

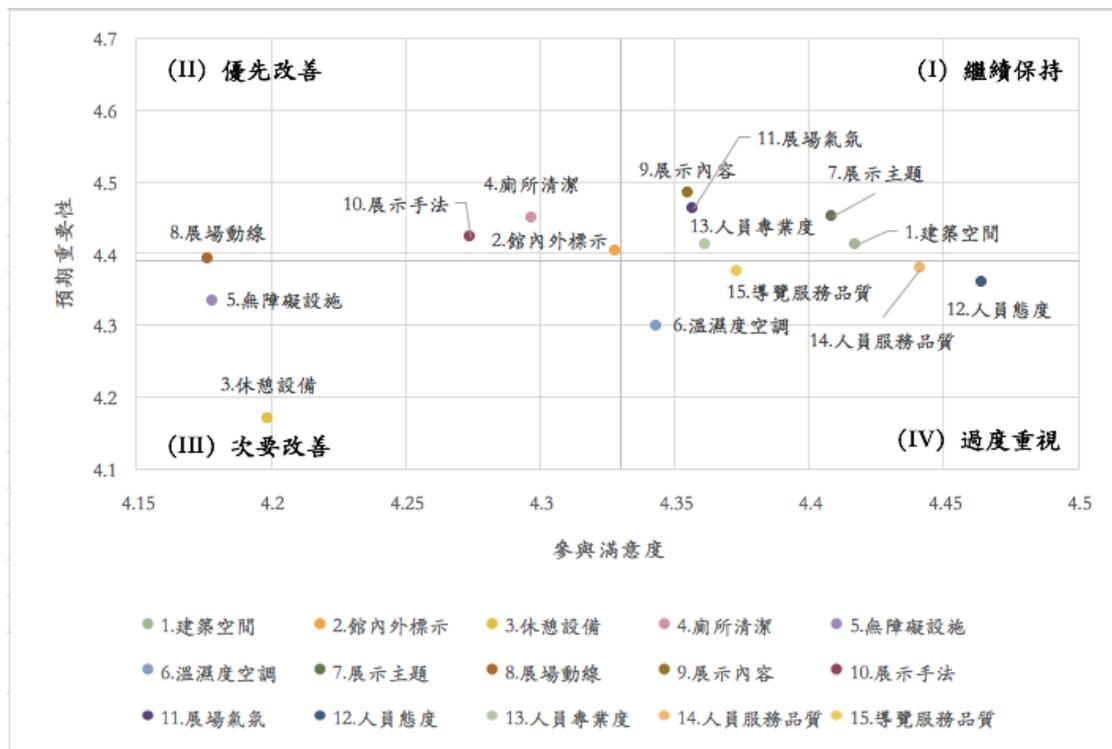
(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「建築空間」、「展示主題」、「展示內容」、「展場氣氛」以及「人員專業度」共五項位於第一象限（I），表示鐵道部之觀眾對這些服務的重視程度與滿意程度皆佳，為此分館的優勢，應繼續保持。

而「館內外標示」、「廁所清潔」、「展場動線」以及「展示手法」位於第二象限（II），表示觀眾之重視程度高但滿意程度低，為需優先改善之重點項目。

「休憩設備」、「無障礙設施」此兩項位於第三象限（III），表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視優先項目之改善程度以及鐵道部園區之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

而「溫濕度空調」、「人員態度」、「人員服務品質」與「導覽服務品質」位於第四象限（IV），表示觀眾之滿意程度高但重視程度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至優先改善項目（II）。



	(I) 繼續保持	(II) 優先改善	(III) 次要改善	(IV) 過度重視
110 年	1.建築空間 7.展示主題 9.展示內容 11.展場氣氛 13.人員專業度	2.館內外標示 4.廁所清潔 8.展場動線 10.展示手法	3.休憩設備 5.無障礙設施	6.溫濕度空調 12.人員態度 14.人員服務品質 15.導覽服務品質
109 年	1.建築空間 7.展示主題 9.展示內容 10.展示手法 11.展場氣氛 13.人員專業度	2.館內外標示 8.展場動線 15.導覽服務品質	3.休憩設備 4.廁所清潔 5.無障礙設施 6.溫濕度空調	12.人員態度 14.人員服務品質

圖 30、重要表現程度矩陣圖（鐵道部）

伍、參觀的整體滿意度、再訪與推薦分析

一、各館整體滿意度

從各館整體滿意度統計表中可知，在 801 份有效問卷中，臺博系統之觀眾普遍感到「非常滿意」，佔了 53.06%（425 人），而有 43.82%（351 人）認為「滿意」，有 3.12%（25 人）認為此次參觀之滿意程度為「普通」。

在各分館的部分，本館、古生物館及鐵道部園區觀眾超過半數皆感到「非常滿意」，分別為 57.09%、50.78%及 52.51%，「滿意」的則佔 41.76%、45.74%及 42.01%。而南門館主要為「滿意」50.79%，其次為「非常滿意」47.62%。

本次無觀眾表示不滿意或非常不滿意，相較去年調查，整體滿意度略有提升（109 年滿意度：55.76%，非常滿意：40.40%，平均數為 4.36）。

表 37、各館整體滿意度統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
非常滿意	425	53.06%	149	57.09%	131	50.78%	30	47.62%	115	52.51%
滿意	351	43.82%	109	41.76%	118	45.74%	32	50.79%	92	42.01%
普通	25	3.12%	3	1.15%	9	3.49%	1	1.59%	12	5.48%
不滿意	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
非常不滿意	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
總計	801	100%	261	100%	258	100%	63	100%	219	100%
平均數	4.50		4.56		4.47		4.46		4.47	

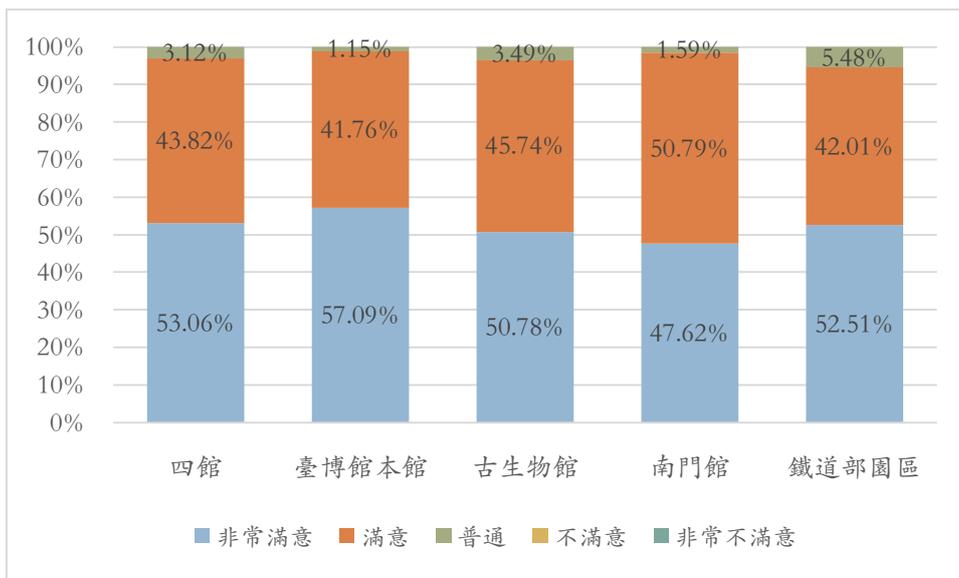


圖31、各館整體滿意度統計圖

二、觀眾之再訪與推薦意願

從本次調查研究結果可知，在 784 份有效問卷中，臺博系統之多數觀眾選擇「會再訪」，佔高達 98.21%（770 人），而「不會再訪」之觀眾僅占 1.79%（14 人）。

各分館之統計結果也呈現類似分佈比例，九成五以上觀眾願意再訪，臺博館本館 98.83%、古生物館 98.43%，南門館為 95.08%，鐵道部園區 98.12%。而不會再訪之觀眾只占少數，臺博館本館為 1.17%、古生物館為 1.57%、南門館為 4.92%，鐵道部園區 1.88%，顯示臺博館之觀眾再訪意願相當高。與去年相較，整體之再訪意願有微幅成長。

表 38、觀眾再訪意願統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會再訪	770	98.21%	253	98.83%	250	98.43%	58	95.08%	209	98.12%
不會再訪	14	1.79%	3	1.17%	4	1.57%	3	4.92%	4	1.88%
總計	784	100%	256	100%	254	100%	61	100%	213	100%

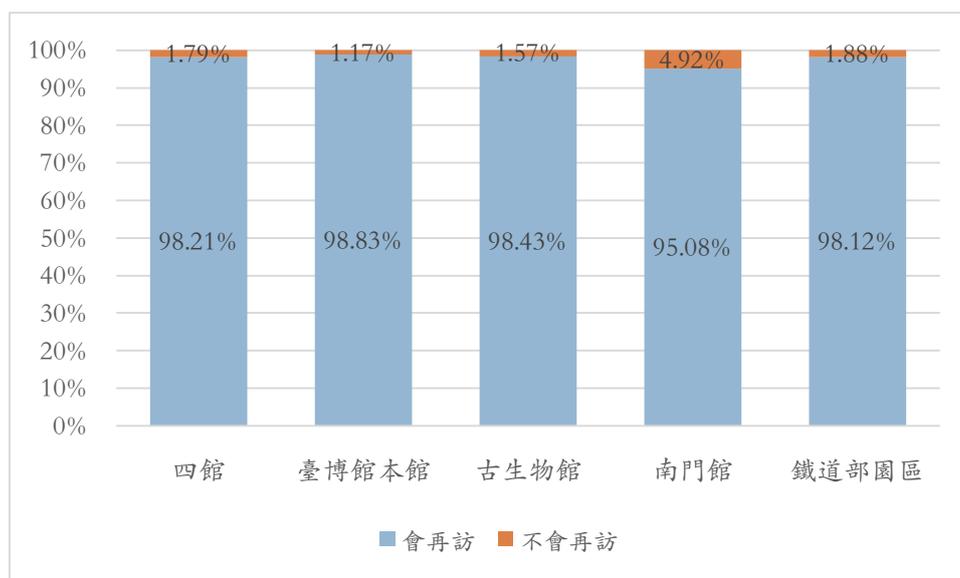


圖 32、觀眾再訪意願統計圖

而在推薦意願統計結果中可知，臺博系統之觀眾願意推薦 或願意於社群媒體上分享參觀/消費經驗之比例也相當高，在788份有效問卷中，有近九成（87.31%）的觀眾有此意願。而無推薦意願觀眾佔比為12.69%（100人）。在各分館中也呈現如此分佈比例，有意願之觀眾佔多數（臺博館本館為88.58%、古生物館為86.67%、南門館為82.26%、鐵道部園區為88.02%）。其中，以本館之推薦意願最高。此部分與去年調查相比，臺博館本館、古生物館與鐵道部園區之推薦意願均上升了，分別上升6.44%、0.81%及3.54%（109年臺博館本館：82.14%；古生物館：85.86；鐵道部園區：84.48%），以本館有最大的上升幅度。南門館則略為減少7.10%（109年南門館89.36%）。

表 39、推薦意願統計表

項目	四館		臺博館本館		古生物館		南門館		鐵道部園區	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	688	87.31%	225	88.58%	221	86.67%	51	82.26%	191	88.02%
不願意	100	12.69%	29	11.42%	34	13.33%	11	17.74%	26	11.98%
總計	788	100%	254	100%	255	100%	62	100%	217	100%



圖 33、推薦意願統計圖

陸、交叉分析

將觀眾性別與滿意度進行交叉分析，統計結果顯示，不同性別的對於參觀滿意度各項目均無顯著差異，以下將列出觀眾性別與各項滿意度交叉列表並說明。

一、性別與滿意度交叉分析

從統計結果可知，臺博系統在各項服務中，不分性別整體滿意度均超過90%（男：91.92%；女：91.95%）。不同性別在各項服務的滿意度排序也相同。「整體人員及服務」在男性與女性觀眾滿意度均為最高，分別為93.80%及93.24%，第二滿意為「整體展覽」（男：91.90%；女：92.32%），最後則是「整體硬體設施（設備）」（男：90.04%；女：90.29%）。此部分與去年調查相比，滿意度呈現一樣的排序。

表 40、性別與各項服務滿意度交叉分析表

項目	男		女	
	百分比	排序	百分比	排序
整體硬體設施（設備）	90.04%	3	90.29%	3
整體展覽	91.90%	2	92.32%	2
整體人員及服務	93.80%	1	93.24%	1
總平均	91.92%		91.95%	

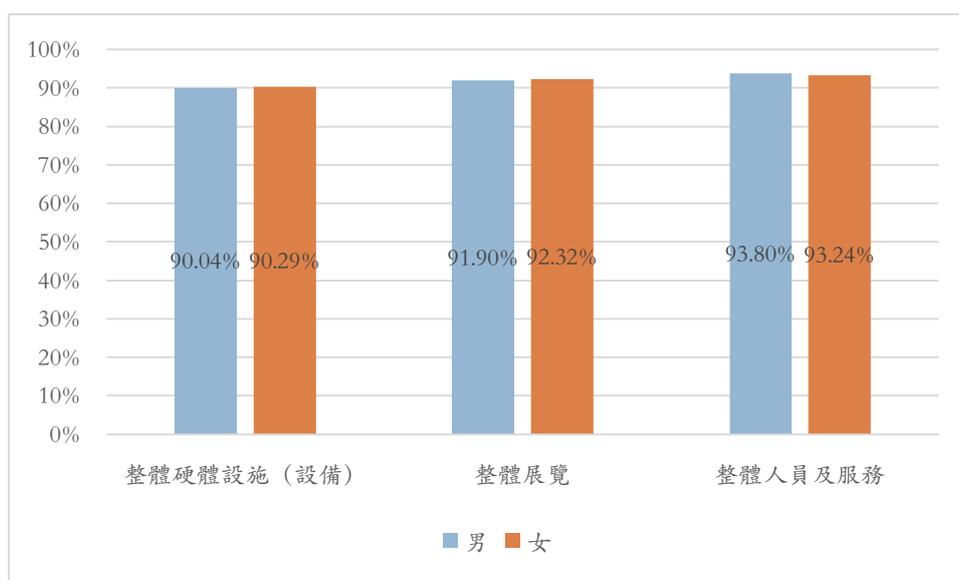


圖34、性別與各項服務滿意度分析圖

二、性別與硬體設施滿意度交叉分析

從統計結果中可知，整體硬體設施（設備）六個項目方面男女觀眾排名相同，男性觀眾最滿意的為「建築空間」95.72%，其次為「館內外標示」93.45%，第三則是「溫濕度空調」93.24%。女性觀眾最滿意的則是「建築空間」95.56%，其次為「館內外標示」92.38%，第三為「溫溼度空調」92.29%。

表 41、性別與硬體設施滿意度交叉分析表

項目	男		女	
	百分比	排序	百分比	排序
建築空間	95.72%	1	95.56%	1
館內外標示	93.45%	2	92.38%	2
休憩設備	85.26%	5	87.65%	5
廁所清潔	90.68%	4	89.90%	4
無障礙設施	81.89%	6	83.95%	6
溫濕度空調	93.24%	3	92.29%	3
總平均	90.04%		90.29%	

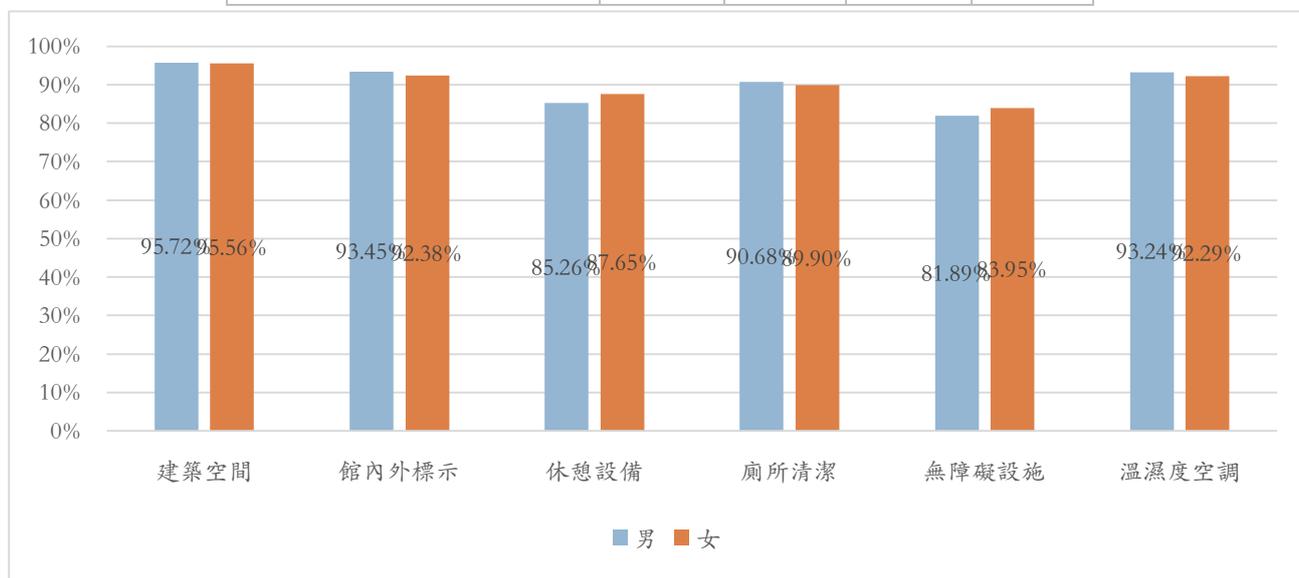


圖 35、性別與硬體設施滿意度分析圖

三、性別與展覽滿意度交叉分析

從統計結果中可知，展覽滿意度的五個項目方面，男性觀眾最滿意的為「展示內容」94.22%，其次為「展示主題」93.71%、「展場氣氛」91.47%；女性觀眾最滿意的則是「展示主題」95.42%，其次為「展場氣氛」93.71%、「展示內容」93.14%。而與去年相同，男女觀眾皆最不滿意的則是「展場動線」(男：88.96%；女：88.69%)。

表 42、性別與展覽滿意度交叉分析表

項目	男		女	
	百分比	排序	百分比	排序
展示主題	93.71%	2	95.42%	1
展場動線	88.96%	5	88.69%	5
展示內容	94.22%	1	93.14%	3
展示手法	91.16%	4	90.66%	4
展場氣氛	91.47%	3	93.71%	2
總平均	91.90%		92.32%	

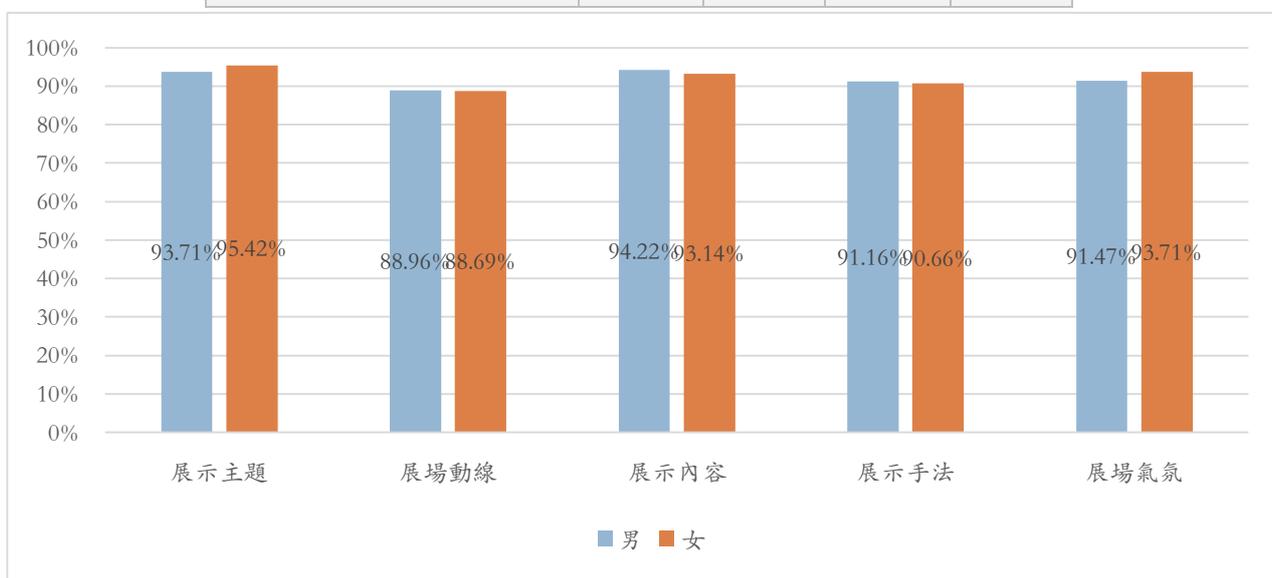


圖 36、性別與展覽滿意度分析圖

四、性別與人員服務滿意度交叉分析

從統計結果中可知，在人員服務四個項目方面，男女觀眾的滿意度排序相同。男性觀眾最滿意的為「人員服務品質」95.56%，其次為「人員態度」95.05%，第三則是「人員專業度」92.42%，第四為「導覽服務品質」92.19%。女性觀眾最滿意的亦是「人員服務品質」95.67%，其次為「人員態度」94.13%，第三為「人員專業度」93.06%，第四則是「導覽服務品質」90.11%。

表 43、性別與人員服務滿意度交叉分析表

項目	男		女	
	百分比	排序	百分比	排序
人員態度	95.05%	2	94.13%	2
人員專業度	92.42%	3	93.06%	3
人員服務品質	95.56%	1	95.67%	1
導覽服務品質	92.19%	4	90.11%	4
總平均	93.80%		93.24%	

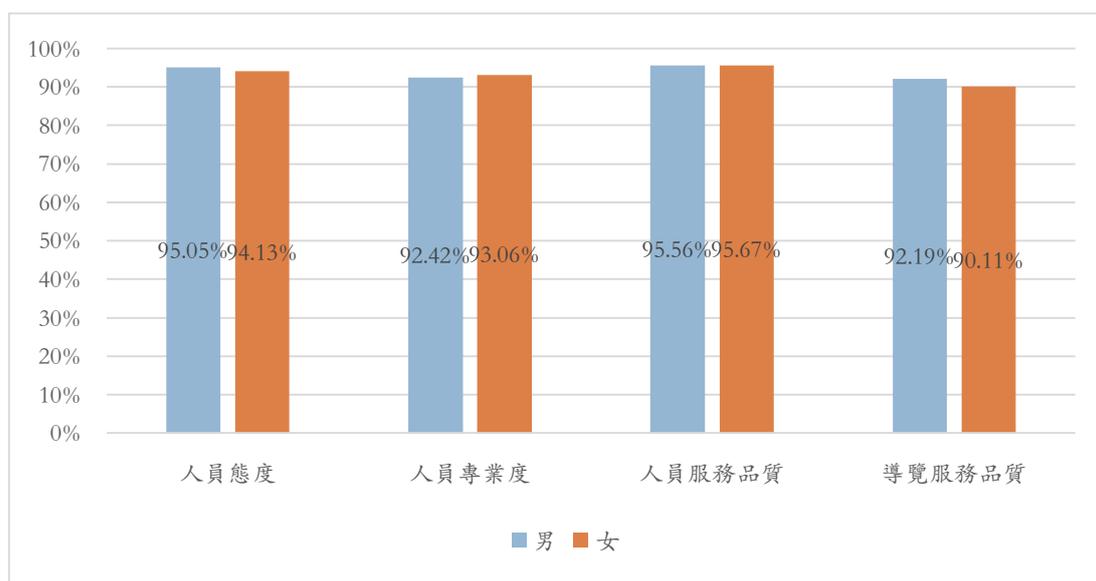


圖 37、性別與人員服務滿意度分析圖

第肆章、結論與建議

壹、結論

整體而言，可知臺博系統之服務獲得多數觀眾肯定，本次調查發現臺博系統觀眾之整體滿意度高、再訪意願以及推薦意願皆高，顯示本館服務水準維持在一定水平之上。以下將結合本次調查結果和方法提出對本館未來管理及研究方法之相關建議。

一、根據「人口統計特質分析」提出建議

1、觀眾人口統計特質

臺博館系統之觀眾以女性觀眾居多，女性與男性比例約為 6：4，同時又以青壯年人口以及中壯年人口為主。臺博系統以年齡層 20-39 歲之區間居多，共佔了 62.69%（504人），其次為佔了 21.39%（172人）之「40-49 歲」的年齡區間，而以「65歲以上」之觀眾最少，僅占 1.12%（9人）。

隨著臺灣整體人口老化及少子化現象造成人口結構的改變，接下來高齡觀眾人數應會逐漸增加，在研究結果中，相較去年調查結果，今年中壯年人口有增加，而高齡觀眾在今年較少，可能是由於本土疫情爆發，導致較容易重症的高齡人口減少外出有關。

除了針對現有主要核心觀眾（青壯年女性觀眾）設計展覽內容、教育推廣活動等服務外，亦須考慮在疫情時代，館方可提供什麼樣的防疫策略，以讓觀眾能夠安心參觀。

在性別的部分，本次調查也將觀眾性別與各項滿意度進行交叉分析，根據統計結果，觀眾的性別對於滿意度並未有顯著差異，顯示不同性別之觀眾對於臺博館系統所提供之硬體、展覽與服務皆感到滿意，應繼續保持。

2、觀眾教育程度

從本次調查中可知，教育程度在大學（專）以上之觀眾為臺博系統之主要觀眾群，其次為教育程度在研究所以上之觀眾，可知臺博系統之觀眾以高學歷者為大宗，在臺博系統策劃展覽內容與教育活動上，建議可視此主要群體之需求與意見為考慮因素之一，來開辦相關主題文化之活動等。

3、觀眾職業

臺博系統的觀眾多為民間企業之工作人員，佔41.52%（306人），其次為學生族群，佔24.15%（178人）。表示臺博系統除了社會人士外，還有約二成以上之觀眾為學生。建議在策劃展覽與教育活動時，可考慮此兩個群體之空閒時間（週休二日、國定假日、彈性放假等）以及主要需求（教育、社交、娛樂等）。在宣傳展覽與活動方面，可針對此兩大族群進行宣傳，建立活動宣傳聯絡網，如各公司之福委會、各校之老師、助教等，以利活動資訊之佈達。

4、觀眾平均所得

根據本次調查可知，觀眾平均所得多為「4萬元-未滿6萬元」之族群，共佔了24.94%（197人）。在觀眾收入的部分，顯示臺博系統之觀眾收入為中高階層。可考慮此族群之需求，開發付費之教推活動與課程。

5、觀眾居住地區

此次調查中可知，以「北北基宜」地區之觀眾為國立臺灣博物館系統的主要來源區，共佔74.39%（366人），較去年更多，應是受本土疫情爆發影響，民眾減少跨區移動，這部分可持續調查觀察。

6、觀眾家庭狀況

此次調查結果顯示，臺博系統之觀眾有近六成為「無子女」者，建議可針對成人觀眾規劃相關教育推廣活動。

7、觀眾主要興趣

本次調查結果顯示，「藝文活動」為臺博館系統觀眾主要興趣，佔了近五成47.39%（363人），次要為「歷史文物」，佔20.37%，建議未來館方在規劃展覽與教育推廣活動時，可往此些項目之方向辦理。

8、觀眾最常使用的傳播媒體

從統計結果中可知，臺博系統觀眾最常使用的傳播媒體為「Facebook」，佔整體之37.56%，次之為佔25.31%之「Line」，建議臺博館系統也可考慮使用Line@官方帳號進行活動宣傳與社群經營，以更接近生活的方式增加觀眾對臺博館的黏著性，並能及時掌握臺博館的活動展覽資訊。

二、根據「行為調查分析」提出建議

1、觀眾參觀頻率

從本次統計結果顯示，在參觀臺博系統之觀眾當中，以過去未曾參觀過臺博館觀眾為多，佔54.23%（410人），顯示約一半的觀眾未曾參觀過臺博館系統。與去年調查資料相比，曾經參觀過臺博館觀眾略增。而從過去 12 個月內參觀所有博物館/美術館的次數可知，非經常性觀眾仍佔多數74.64%（577人），經常性觀眾為25.36%（196人）。與去年調查結果相比，經常性觀眾略減，應增加更具深度之教育推廣活動，以維持並增加經常性與再訪觀眾。

2、觀眾參觀各展館程度

參觀古生物館之觀眾，同時也參觀臺博館本館之比例較高；而參觀本館也會參觀古生物館的觀眾亦高。應與觀眾購買一張票即可參觀此兩館有關，且此兩館之距離較近。因距離之關係，此兩館之觀眾會參觀南門館之比例較低。另一方面，參觀南門館與鐵道部園區之觀眾，參觀臺博館本館以及古生物館之比例皆低。但與去年調查結果比較，參觀古生物館又去鐵道部園區的觀眾有微幅成長，參觀鐵道部又去南門館的觀眾也有微幅增加。而未參觀其他展館的原因中以「時間不夠」53.39%（504人）及「不知道有其他展館」10.81%（102人）為主，顯示許多新觀眾可能並不知道有其他展館。建議館方在各館都還是能夠聯合推薦其他三館的展覽。而「時間不夠」一直是觀眾不去其他館的主因，顯示觀眾對於參觀有一定的時間安排，而如何能夠吸引觀眾願意增加安排跨館參觀的時間，亦是一個重點。

3、獲知訊息的管道

從此次調查統計中顯示，「親友介紹」為最主要獲知訊息的管道，佔了38.97%（385人），可知口碑效應對國立臺灣博物館系統之重要性，與去年調查結果相比，觀眾獲取資訊來源主要仍為「親友介紹」（38.97%，385人）及「臺博館官方網站」（25.00%，247人）及「臺博館Facebook」（10.43%，103人），顯示現在的宣傳管道，以數位平台為主。

4、參觀原因

臺博館系統之觀眾通常參觀博物館的主要三個原因為「對展覽有興趣」（36.09%，406人）、「帶小孩參觀」（25.42%，286人）、「路過附近，順道

參觀」(16.27%，183人)。而觀眾前來參觀臺博系統的原因，分別為「對展覽有興趣」(40.93%，562人)，次之依序為「帶小孩參觀」(20.54%，282人)以及「路過附近，順道參觀」(12.02%，165人)，與觀眾通常參觀博物館的主要原因相同。顯示展覽主題與內容對觀眾的吸引力佔較大原因，建議除了針對前述之觀眾特質進行展覽主題與內容規劃外，在展覽與活動的標題與主視覺設計上，也可多挹注心思，在觀眾路過看到展覽資訊時，能夠吸引其目光並激發其興趣前來館內參觀。

5、偏好的博物館類型

在本次調查研究中顯示，臺博系統之觀眾其偏好之博物館類型主要為「綜合型博物館」(16.88%，484人)、「歷史類博物館」(16.67%，478人)及「自然(史)博物館」(15.07%，432人)。與臺博館所展示的展品內容方向一致，建議未來可參考此調查統計結果，配合前述之觀眾需求與偏好，設計策劃相關活動以及教育內容。

6、消費的程度與項目

從此次統計結果中可知，約八成至臺博系統參觀的觀眾是沒有消費的，而有消費之觀眾佔約一成左右，主要消費項目為「紀念品」(54.19%，97人)。建議未來可調查觀眾對於紀念品品項內容之興趣，以及未消費觀眾為何沒有消費的原因進行探討，以更瞭解觀眾在館內的消費習性，並藉以規劃展覽紀念品之品項。

三、根據「各項服務滿意度分析」提出建議

從統計結果可知，臺博系統在各項服務當中，對「整體人員及服務」之滿意度最高，滿意度為92.89%，次之為「整體展覽」，為91.36%，而「整體硬體設施(設備)」位居第三，為89.42%。建議臺博系統若欲改善觀眾整體滿意程度，可根據在重要滿意度分析中，「整體硬體設施(設備)」最需改善之項目進行改善。整體各項服務滿意度與去年調查結果相比，整體與四館除了南門館與鐵道部園區外，個別滿意度均有提升，可持續保持，並關注南門館與鐵道部園區可改善的方向。

四、根據「重要表現程度」提出建議

參觀觀眾對臺博系統之服務重視程度整體平均數為 4.37 分，表示觀眾對臺博系統服務相當重視，觀眾對本館服務滿意度整體平均數為 4.37 分，表示觀眾對臺博系統服務較為滿意。其中，最重視與最滿意之項目不相同，最重視的項目為「展示主題」（平均值 4.47 分），最滿意之項目為「人員態度」（平均值 4.52 分）。

本次調查結果顯示，「廁所清潔」、「展示主題」、「展示內容」、「展場氣氛」、「人員態度」、「人員專業度」、「人員服務品質」以及「導覽服務品質」此八項位於第一象限（I），表示國立臺灣博物館系統之觀眾對此服務的重視程度與滿意程度皆佳，為臺博系統的優勢，應繼續保持。而「館內外標示」、「展場動線」以及「展示手法」位於第二象限（II），表示觀眾之重視程度高但滿意程度低，為需優先改善之重點項目。「休憩設備」、「無障礙設施」位於第三象限（III），表示觀眾雖滿意程度不高但重視程度也不高，為次要改善項目，可視優先項目之改善程度以及臺博系統之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。而「建築空間」、「溫濕度空調」位於第四象限（IV），表示觀眾之滿意程度高但重視程度不高，為過度重視之服務項目，可考慮將部分資源轉投入至優先改善項目（II）。

關於位於第二象限優先改善的項目「展場動線」以及「展示手法」，均為展覽相關。建議未來可針對展覽內容各面向進一步進行觀眾調查，以了解觀眾之需求與期待。另外也可藉由展區內志工、導覽人員於現場的觀察進行回饋，以更瞭解觀眾在展場內的參觀情況。

五、對於「明年度調查」提出建議

1、觀眾消費項目

由於四館在消費項目方面，各館所提供品項不同，建議可針對每館進行不同選項的調整。以更精確瞭解觀眾在各館的消費項目。

2、觀眾訊息來源

配合時下觀眾關注之熱門社群媒體，臺博館與時俱進，目前在社群媒體經營方面，對於Line及IG均有用心經營，建議明年在觀眾訊息來源的部分，新增此兩項目。

參考資料或文獻：

劉婉珍，2008。觀眾研究與博物館的營運發展。博物館學季刊，22(3):21-37。

110 年「國立臺灣博物館觀眾滿意度調查」問卷

地點	配置年月日	流水號

您好：

為瞭解您對於國立臺灣博物館各項服務之滿意度，本館特進行此次調查，您寶貴的意見可作為本館改善意見以及未來推廣之重要參照依據，煩請撥冗填寫以下問題，十分感謝您的協助。

國立臺灣博物館 教育推廣組敬上

A. 觀眾行為

A.1. 請問您曾經參觀過臺博館嗎？

- (1) 是 (2) 否

A.2. 過去一年內參觀過幾次臺博館？

- (1) 1 次 (2) 2 次 (3) 3 次以上

A.3. 請問過去 1 年內，您參觀過幾次博物館(包含本次)？

- (1) 1 次 (2) 2 次 (3) 3 次以上

A.4. 請問您今天參觀的展館為(可複選)？

- (1) 臺博館本館 (2) 古生物館(原土銀展示館) (3) 南門館 (3) 鐵道部園區

A.5. 請問今天您為何沒有參觀其他展館(可複選)？

- (1) 所有展館皆參觀 (2) 沒有興趣 (3) 不知道有其他展館
 (4) 不知道地點 (5) 距離太遠 (6) 時間不夠
 (7) 其他 _____

A.6. 請問您是從下列何種管道獲得臺博館的相關消息(可複選)？

- (1) 臺博館官方網站 (2) 臺博館 Facebook (3) 親友介紹
 (4) 臺博館網頁 (5) 捷運站宣傳看板 (6) 電視/廣播
 (7) 雜誌/新聞報導 (8) APP 程式，名稱為：_____
 (9) 其他相關網站，名稱或類型為：_____ (10) 其他 _____

A.7. 請問您今天來參觀臺博館的原因為何?(可複選)

- (1) 對展覽有興趣 (2) 帶小孩參觀 (3) 參加相關活動
 (4) 路過附近，順道參觀 (5) 工作或課業需求 (6) 被建築物吸引
 (7) 其他 _____

A.8. 請問您通常參觀博物館原因為何?(可複選)

- (1) 對展覽有興趣 (2) 帶小孩參觀 (3) 參加相關活動
 (4) 路過附近，順道參觀 (5) 工作或課業需求 (6) 被建築物吸引
 (7) 其他 _____

A.9.請問下列何者是您較有興趣參觀的博物館類型?(可複選)

- (1)綜合型博物館 (2)歷史類博物館 (3)藝術類博物館
 (4)自然(史)博物館 (5)科學類博物館 (6)大學博物館
 (7)工藝類博物館 (8)考古類博物館 (9)其他_____

A.10.請問您今天到臺博館有沒有在館區內的商店買東西消費呢?

- (1)有
 (2)無

A.11.請問您今日在館內館區內的消費的金額為(不含門票)?

A.12.請問您今天到臺博館在館區內的消費項目為何(可複選)?

- (1)餐廳飲食 (2)紀念品 (3)書籍 (4)無 (5)其他_____

B.各項服務滿意度及重要度

(非常滿意/非常重要=5、滿意/重要=4、普通=3、不滿意/不重要=2、非常不滿意/非常不重要=1)

B.1.臺博本館

參觀經驗	無經驗	重要度	滿意度
B.1.1.整體硬體設施(設備)			
1.1.建築空間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
1.2.館內外標示	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
1.3.休憩設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
1.4.廁所清潔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
1.5.無障礙設施	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
1.6.溫溼度空調	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
B.1.2.整體展覽			
2.1.展示主題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
2.2.展場動線	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
2.3.展示內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
2.4.展示手法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
2.5.展場氣氛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
B.1.3.整體人員及服務			
3.1.人員態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
3.2.人員專業度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
3.3.人員服務品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
3.4.導覽服務品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
B.1.4.整體		<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1

B.5.請問若有機會，您是否還會再來臺博館參觀？

- (1)是 (2)否

B.6.請問您是否願意推薦或於社群媒體上分享臺博館的參觀/消費經驗？

- (1)是 (2)否

C.受訪者基本資料

C.1.性別：

- (1)男 (2)女

C.2.年齡：

- (1)14歲以下 (2)15-19歲 (3)20-29歲 (4)30-39歲
 (5)40-49歲 (6)50-59歲 (7)60-64歲 (8)65歲以上

C.3.教育程度：

- (1)國(初)中或以下 (2)高中職 (3)大(專)學
 (4)碩士 (5)博士

C.4.職業：

- (1)軍公教人員 (2)學生 (3)民間企業
 (4)無 (5)其他_____

C.5.個人平均每月所得：

- (1)無收入 (2)未滿 20,008 元(基本工資) (3) 20,008 元-未滿 4 萬元
 (4) 4 萬元-未滿 6 萬元 (5)6 萬元以上 (6)不知道/拒答

C.6.居住地郵遞區號：

C.6.1若您為外國籍，請填國碼：

C.7.是否有子女：

- (1)是，_____人 (2)否

C.8.請問您的主要興趣為何？

- (1)藝文活動 (2)運動休閒 (3)歷史文物 (4)資訊科技
 (5)自然生態 (6)其他_____

C.9.請問您最常使用的傳播媒體為何？

- (1)電視 (2)廣播 (3)報章雜誌
 (4)Facebook (5)Line (6)其他社群網站_____
 (7)其他網路媒體_____ (8)其他_____

D.其他意見

D.1. 請問您是否對臺博館有其他的指教及建議？

～～ 本問卷到此結束，謝謝您的配合回答！ ～～

附錄二、觀眾其他意見

【臺博本館】

請問您是否對臺博館有其他的指教及建議？

• 硬體相關：

1. 佈展的氣味過大

• 展覽相關：

1. 多舉辦及增加國小以上至成人活動
2. 介紹的字太小了看起來有點吃力
3. 希望增添更多親子內容
4. 1.內容要常常更新才會再來參觀 2.環境維護的不錯
5. 互動裝置可以適當開放
6. 可以多一些特別展覽
7. 建議定期推出不同展覽內容
8. 館藏豐富，主題多元，宣傳不足
9. 恐龍化石類的可以增加 比如暴龍等
10. 多辦一些免費體驗活動
11. 建議可以多設計學習單，以供家長帶小孩時能有挑戰的感覺，也可以吸引小孩。

• 服務相關：

1. 問卷短一點

• 肯定：

1. 謝謝
2. 展場設計非常漂亮，內容引人入勝，真的很棒
3. Nice/讚/很棒
4. 很用心
5. 建築物很漂亮
6. 繼續保持 加油
7. 看到台博館的改變，越來越好，會想再來

【古生物館】

請問您是否對臺博館有其他的指教及建議？

• 硬體相關：

1. 商店下樓樓梯太陡，對小孩或抱嬰兒很危險
2. 洗手間洗手台太小 沒有擦手紙 地上都無法保持乾燥 很可惜
3. 古生物館外牆上無明顯標示「博物館」或類似字樣，反而寫「台灣土地銀行」。對沒來過的人可能會找不到。
4. 建議可設立休息椅
5. 大門無障礙設施不足
6. 地板有垃圾 善心撿起卻難尋一只垃圾桶

• 展覽相關：

1. 建議紀念品店可結合土銀展示館古蹟販售相關古錢幣的物品
2. 互動遊戲區可以再增加一些
3. 可以有更多的課程與更有趣適合3歲的導覽
4. 希望設置互動設施
5. 展示內容可以更加豐富，標示需要更清楚。動線可以改進
6. 可以在多點3c科技能夠與古文物展覽結合，小朋友藉由此方式與古文物互動
7. 能否加「最佳拍照點」，和「與虛擬恐龍的合照區」？
8. 展品標示字體可以再大一點
9. 增加互動裝置，或人員解說
10. 可以提供一個更好拍恐龍的角度
11. 土銀館，進去左手邊一堆鳥類標本那面牆，48黑鴉和畫眉好像放錯了，牆很美但不易認動物。

• 服務相關：

1. 導覽人員的素質可再提升，以溫和、專業來進行互動
2. 小孩太吵
3. 排隊速度加快
4. 很好，可提供餐飲服務

• 肯定：

1. 很好、很棒、整體非常好
2. 覺得很好，會再帶孩子來
3. 服務人員熱忱認真
4. 很棒 美觀
5. 持續保留，讓每一代能認識文化

【南門館】

請問您是否對臺博館有其他的指教及建議？

• 展覽相關：

1. 參觀的內容可以更豐富，互動型較佳
2. 能設專門在南門館才買的到的紀念品！

• 肯定：

1. 很喜歡～舒適的園區 ☺ □

【鐵道部園區】

請問您是否對臺博館有其他的指教及建議？

• 硬體相關：

1. 有一處特別陡峭的三階樓梯，需要設置扶手，方便老人家
2. 椅子可以多放一下，逛久了腳有點酸
3. 防疫期間動線更動，與文宣不同，有點迷路的感覺。
4. 疫情較趨緩，應適度開放互動區
5. 互動暫停有點可惜
6. Open up the balcony. More open cafeteria

• 展覽相關：

1. 應該更多互動性的展覽，過於靜態，可參考荷蘭的鐵道博物館
2. 動態模型可以多開幾場（2人）
3. 參觀動線的規劃非常糟
4. 二樓模型區很棒建議擴增

5. 增添線上語音導覽/增加網路導覽
6. 展出有許多漂亮的歷史文物，礙於古董，不能碰觸。若能選擇適當空間，擇兩三件複製品擺放，可讓觀眾置身過往，更有體驗歷史的新鮮感。另，餐飲部可賣火車便當嗎？
7. 模型管區可以更為細緻
8. 模型車種可以在多點
9. 販售部商品可以再思考改進
10. 互動性較少
11. 需要一些音樂的氛圍，可洽風潮音樂

• 服務相關：

1. 第一次來的時候並不知道有許多兒童相關措施可以使用。第二次來在參觀時遇到工作人員才知道相關資訊。也許在售票時售票人員就可以順便告知一下場次資訊，可以讓更多民眾掌握相關訊息。謝謝
2. 門票優惠不夠
3. 實名制會員卡是否可以不要填實名制表單節省排隊時間
4. 問卷題目太多了

• 肯定：

1. It's prefect.
2. 蠻有趣的館。也很漂亮
3. Thanks (2人)
4. 規劃很好 期待主題更新
5. 建議推廣宣傳，台博館鐵道園區很棒，應該讓更多人知道
6. 很讚，等很久了！
7. 環境舒適，期待有更多精彩的展出主題或是園區活動 (ex: 市集...等)
8. 很棒 (3人)
9. 超棒的，下次還要再來看