

111 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：潘沅群、謝宜秀

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	15
四、職業	16
五、平均所得	17
六、居住地區	19
七、家庭狀況	21
八、觀眾主要興趣	22
九、觀眾最常使用的傳播媒體（複選）	23
十、小結	24
貳、觀眾行為調查分析	31
一、觀眾參觀頻率	31
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	47
參、各項服務滿意度分析	48

一、整體硬體設施（設備）滿意度	50
二、整體展覽滿意度	52
三、整體人員及服務滿意度	54
肆、重要表現程度分析	56
一、國立臺灣博物館系統	56
二、國立臺灣博物館（本館）	60
三、古生物館	63
四、南門館	66
五、鐵道部園區	69
伍、參觀的整體滿意度、再訪與推薦分析	72
一、各館整體滿意度	72
二、觀眾之再訪與推薦意願	74
陸、交叉分析	77
一、性別與滿意度交叉分析	77
二、性別與硬體設施滿意度交叉分析	78
三、性別與展覽滿意度交叉分析	79
四、性別與人員服務滿意度交叉分析	80
第肆章、結論與建議	82
壹、結論	82
一、根據「人口統計特質分析」提出建議	82
二、根據「行為調查分析」提出建議	85
三、根據「各項服務滿意度分析」提出建議	86
四、根據「重要表現程度」提出建議	87
五、對於「明年度調查」提出建議	88
參考資料或文獻：	89
附錄、111 年「國立臺灣博物館觀眾滿意度調查」問卷	90

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、109及110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111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(111)年因受到新冠肺炎本土疫情影響，1-5月配合防疫政策暫緩發放，於6月開始調查，調查時間為111年6月至11月。

（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，本次問卷設計一種語言版本，版本為中文。

（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110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111年6月18日至11月19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，古生物館於6月進行整修因此問卷延後至7月開始發放，共發放811份問卷，扣除1份無效樣本，有效問卷為810份，問卷回收率為99.87%，其中臺博館本館有263份有效問卷、古生物館為265份有效問卷、南門館為60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
	3-5 月	本土疫情		3-5 月	本土疫情
	6 月	40		6 月	30
	7-9 月	51		7-9 月	46
	10-11 月	51		10-11 月	45
總計 263 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
	3-5 月	本土疫情		3-5 月	本土疫情
	6 月	0		6 月	0
	7-9 月	72		7-9 月	63
	10-11 月	70		10-11 月	60
總計 265 份					
南門館					
假日/ 國定假日	日期	發放份數	平日	日期	發放份數
	3-5 月	本土疫情		3-5 月	
	6 月	10		6 月	
	7-9 月	30		7-9 月	
	10-11 月	20		10-11 月	
總計 60 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
	3-5 月	本土疫情		3-5 月	本土疫情
	6 月	30		6 月	30
	7-9 月	42		7-9 月	40
	10-11 月	40		10-11 月	40
總計 222 份					
四館共總計 810 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799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58.32%（466人）、男性為41.68%（333人），女性較男性多出16.64%（133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43.02%（111人）、女性為56.98%（147人），古生物館男性為41.92%（109人）、女性58.08%（151人），南門館男性36.66%（22人）、女性為63.33%（38人），但在鐵道部園區男女比例較接近為一半一半，鐵道部園區男性45.07%（100人）、女性為54.3%（121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	466	58.32%	147	56.98%	151	58.08%	38	63.33%	120	54.30%
男性	333	41.68%	111	43.02%	109	41.92%	22	36.66%	101	45.07%
總計	799	100%	258	100%	260	100%	60	100%	221	100%

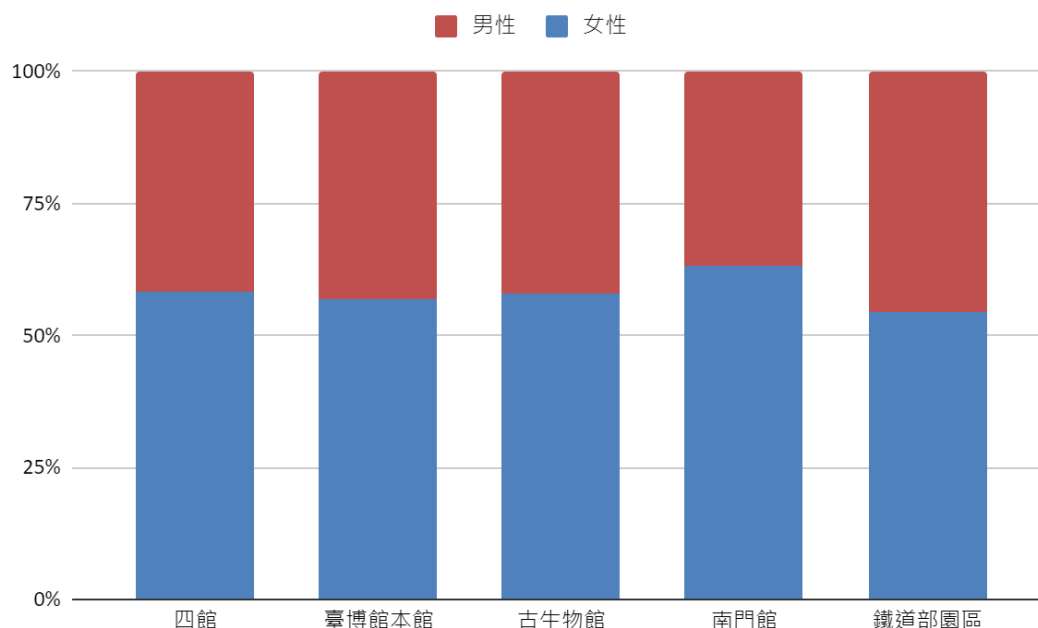


圖 2、觀眾性別比例分析圖

二、年齡

從本次之觀眾年齡調查中可知，在800份有效問卷中，參觀臺博館系統的核心觀眾群以年齡層30-39 歲之區間居多，共佔了34.25% (274人)，其次為「20-29歲」，佔了29.00% (232人)，而以「65歲以上」之觀眾最少，僅占0.88% (7人)。

其中，臺博館本館的觀眾年齡層，主要分布在30-39歲 (32.32%)，相較去年的19.54%，增加了12.78%。而古生物館及鐵道部之主要觀眾年齡也為30-39歲 (古生物31.70%、鐵道部34.23%) 次之則為20-29歲 (古生物29.28%、鐵道部29.28%)。

參觀南門館的年齡層有年輕化趨勢，核心觀眾群逐漸移往年輕族群，最主要之年齡層為30-39歲，佔了50.00% (30人)，其次為20-29 歲，佔了30.00% (18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，本館主要年齡層提升至30-39歲族群，古生物館、鐵道部園區主要年齡層維持在30-39歲族群，南門館年齡層有下移現象，建議接下來持續調查觀察南門館。

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	12	1.50%	3	1.15%	6	2.29%	0	0.00%	3	1.38%
15-19 歲	51	6.38%	26	10.00%	13	4.96%	1	1.67%	11	5.07%
20-29 歲	232	29.00%	77	29.62%	72	27.48%	18	30.00%	65	29.95%
30-39 歲	274	34.25%	85	32.69%	84	32.06%	30	50.00%	76	35.02%
40-49 歲	177	22.13%	46	17.69%	67	25.57%	8	13.33%	56	25.81%
50-59 歲	39	4.88%	16	6.15%	18	6.87%	2	3.33%	3	1.38%
60-64 歲	8	1.00%	3	1.15%	2	0.76%	1	1.67%	2	0.92%
65 歲以上	7	0.88%	4	1.54%	1	0.38%	0	0.00%	2	0.92%
總計	800	100%	260	100%	262	100%	60	100%	217	100%

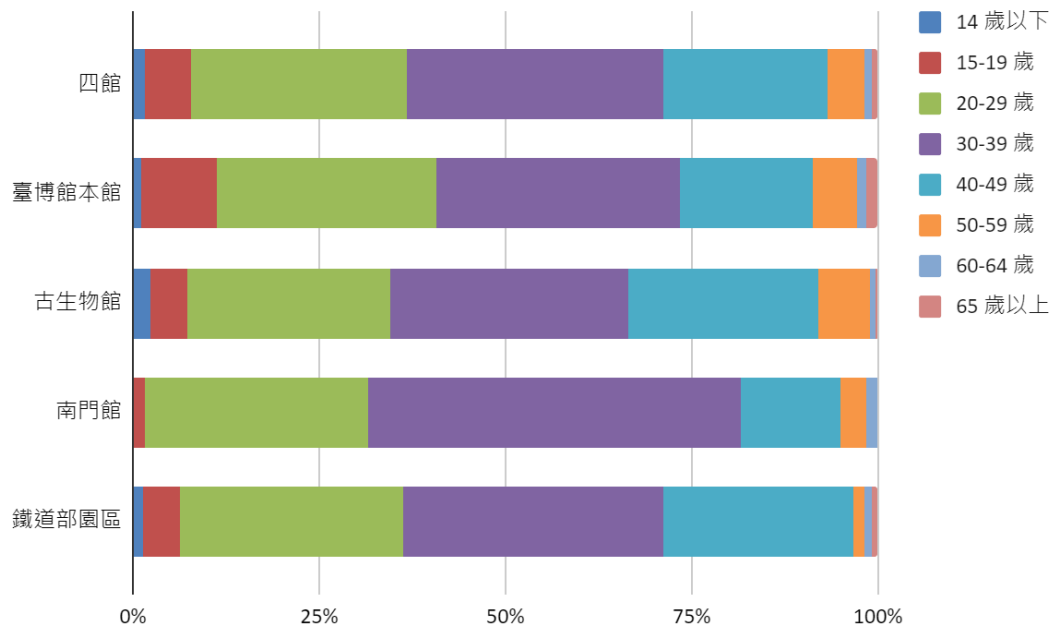


圖 3、觀眾年齡統計圖

三、教育程度

本次調查結果顯示，在810份有效問卷中，扣除10份拒答之後，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68.13%（545人），其次為研究所以以上之教育程度的觀眾，共佔21.25%（170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66.02%（171人），古生物館大學（專）觀眾66.15%（172人），南門館大學（專）觀眾比例為70.00%（42人），鐵道部園區大學（專）觀眾比例為69.68%（154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南門館（108年為臺博館本館、109年為鐵道部園區、110年為古生物館），在研究所以以上之觀眾比例最高為臺博館本館（108年為南門館、109年為鐵道部園區、110年為南門館）。

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	20	2.50%	8	3.09%	6	2.31%	0	0.00%	4	1.81%
高中（職）	65	8.13%	20	7.72%	26	10.00%	5	8.33%	13	5.88%
大學（專）	545	68.13%	171	66.02%	172	66.15%	42	70.00%	154	69.68%
研究所及以上	170	21.25%	60	23.17%	56	21.54%	13	21.67%	50	22.62%
總計	800	100%	259	100%	260	100%	60	100%	221	100%

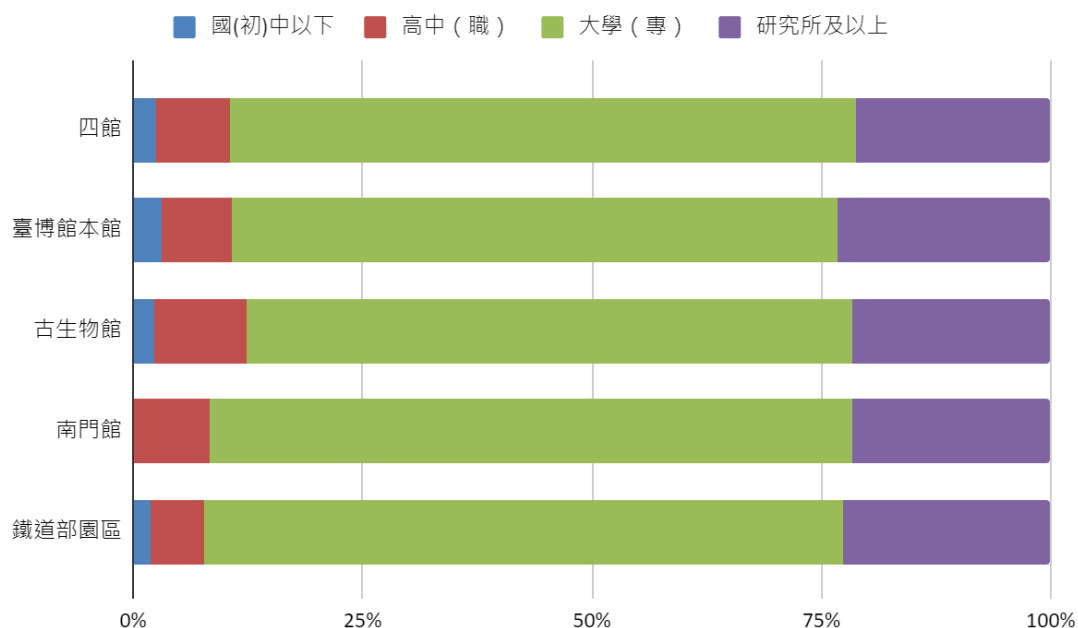


圖 4、觀眾教育程度統計圖

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49.26%（399人），其次為學生，佔17.9%（145人），而職業為軍公教位居第三，佔了12.47%（101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42.29%（107人）、50.59%（128人）、53.33%（32人）、61.4%（132人）。與去年相同，本館、古生物及鐵道部皆以學生族群次之，分別為26.48%（67人）、17.79%（45人）、12.09%（26人）。但與去年不同的是，南門館的部份次之則為學生族群13.33%（去年次之為軍公教人員），但是今年學生族群比例有明顯下滑，推測原因為學生尚未習慣疫情後新生活型態。選填「其他」之觀眾職業包含了補教老師、醫療業、業務、服務業、插畫家、旅遊業、工程師、家管、資訊業、金融業、財團法人、牧師等，顯示參觀觀眾背景之多元。

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		鐵道部圈	
	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	101	12.47%	33	13.04%	41	16.21%	6	10.00%	22	10.23%
學生	145	17.90%	67	26.48%	45	17.79%	8	13.33%	26	12.09%
民間企業	399	49.26%	107	42.29%	128	50.59%	32	53.33%	132	61.40%
無	93	11.48%	33	13.04%	31	12.25%	7	11.67%	24	11.16%
其他	43	8.89%	13	5.14%	7	2.77%	7	11.67%	11	5.12%
總計	781	100%	253	100%	253	100%	60	100%	215	100%

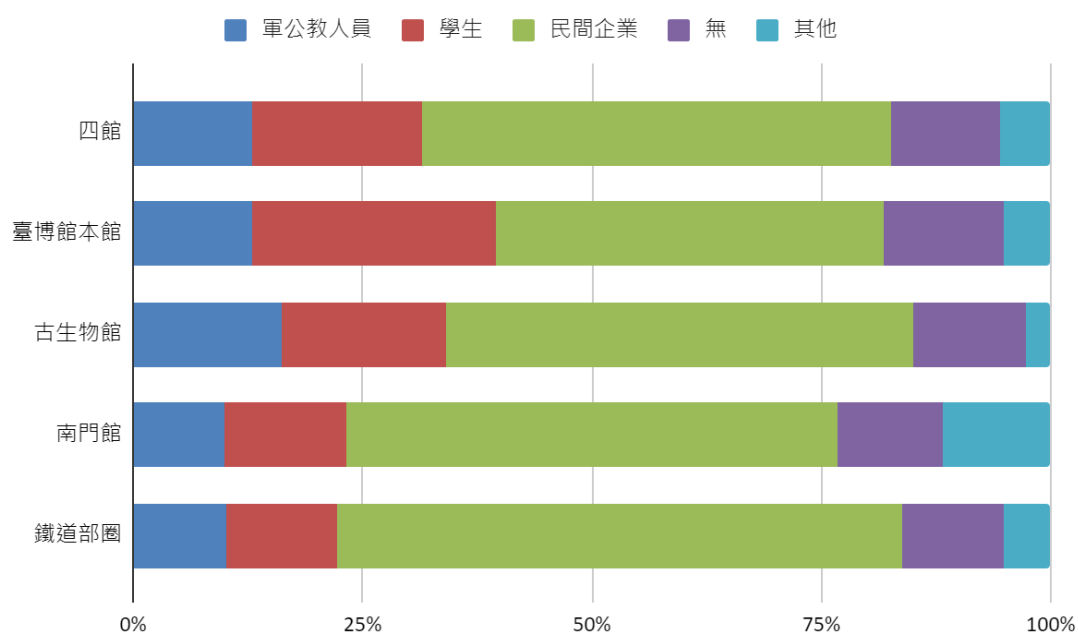


圖 5、觀眾職業統計圖

五、平均所得

從本次調查結果可知，在796份有效問卷中，臺博館系統觀眾平均收入多為「25,050元-未滿4萬元」之族群，佔了27.51%（219人），其中七成之觀眾為民間企業之工作人員相關，次之為「4萬元-未滿6萬元」之觀眾，佔22.36%（178人），而平均所得為「無收入」者位居第三，佔 17.46%（139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22.27%（57 人）其次為「25,050元-未滿4萬元」之觀眾21.88%（56人），與去年次多

觀眾為「4萬元-未滿6萬元」較不同，古生物館則與去年相同，觀眾收入為「4萬元-未滿6萬元」佔大宗25.00%(65人)，其次為「25,050元-未滿4萬元」21.92%(57人)與去年「無收入」佔第二有些許差異。

另一方面，南門館與鐵道部園區同時以「25,050元-未滿4萬元」(南門館48.33%，鐵道部35.00%)之觀眾佔比最高，與去年「4萬元-未滿6萬元」為第一有不同，其餘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	139	17.46%	57	22.27%	46	17.69%	6	10.00%	30	13.64%
未滿 25,250 元 (基本工資)	55	6.91%	20	7.81%	13	5.00%	8	13.33%	14	6.36%
25,250 元 -未滿 4 萬元	219	27.51%	56	21.88%	57	21.92%	29	48.33%	77	35.00%
4 萬元 -未滿 6 萬元	178	22.36%	54	21.09%	65	25.00%	7	11.67%	52	23.64%
6 萬元以上	120	15.08%	37	14.45%	48	18.46%	3	5.00%	32	14.55%
不知道/拒答	85	10.68%	32	12.50%	31	11.92%	7	11.67%	15	6.82%
總計	796	100%	256	100%	260	100%	60	100%	220	100%

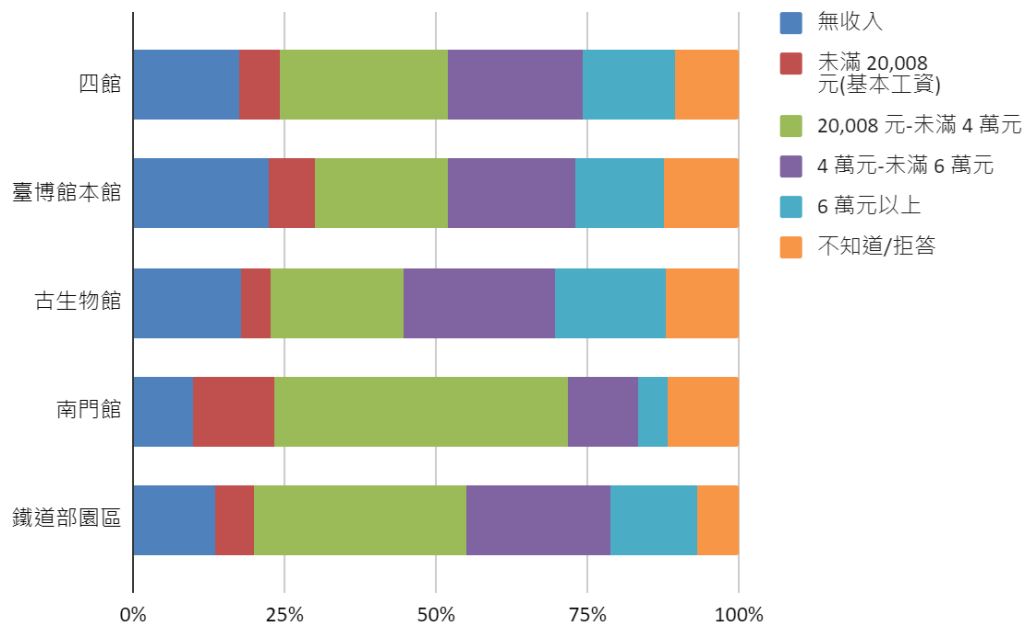


圖 6、觀眾平均所得統計圖

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796份有效問卷中，共有77.74%（618人）來自此地區。其次為桃竹苗地區，共佔11.82%（94人），位居第三為來自中彰投地區之觀眾，共佔5.16%（41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77.13%

（199人）、古生物館有71.92%（187人），而南門館及鐵道部園區更有八成三的觀眾（南門館50人、鐵道部園區182人）來自此區，。今年四館第二高皆為桃竹苗地區（本館12.40%，古生物館14.23%，南門館8.33%，鐵道部9.17%）。

與去年相比，北北基宜之觀眾由74.39%增加到77.74%，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	618	77.74%	199	77.13%	187	71.92%	50	83.33%	182	83.49%
桃竹苗	94	11.82%	32	12.40%	37	14.23%	5	8.33%	20	9.17%
中彰投	41	5.16%	14	5.43%	18	6.92%	1	1.67%	8	3.67%
雲嘉南	8	1.01%	3	1.16%	3	1.15%	3	5.00%	0	0.00%
高屏	29	3.65%	9	3.49%	12	4.62%	1	1.67%	7	3.21%
花東	5	0.63%	1	0.39%	3	1.15%	0	0.00%	1	0.46%
澎金馬	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
總計	796	100%	258	100%	260	100%	60	100%	218	100%

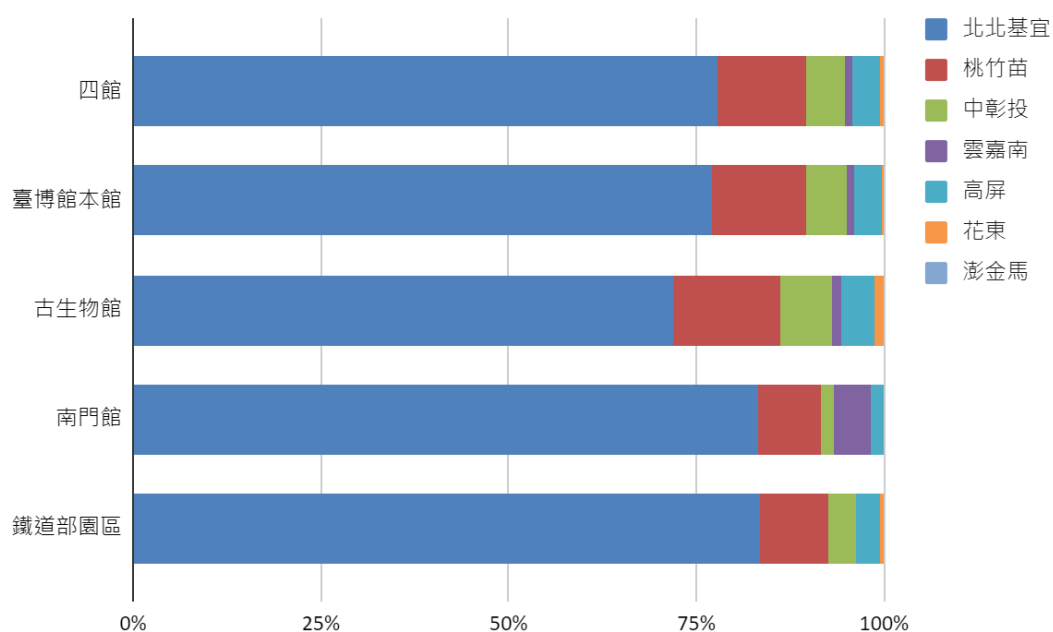


圖 7、國內觀眾居住地統計圖

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，本館有一位來自香港的觀眾。

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797份有效問卷中，佔59.22%(472人)，為近六成左右之觀眾，而「有子女」者共佔40.78%(325人)，大致為6:4。

各分館統計結果中，本館、古生物館、南門館及鐵道部園區主要皆為無子女觀眾，分別佔62.26%、56.92%、70.00%、55.45%。古生物館與去年的分佈較不相同，去年古生物館有子女之觀眾占多數。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	325	40.78%	97	37.74%	112	43.08%	18	30.00%	98	44.55%
無任何子女	472	59.22%	160	62.26%	148	56.92%	42	70.00%	122	55.45%
總計	797	100%	257	100%	260	100%	60	100%	220	100%

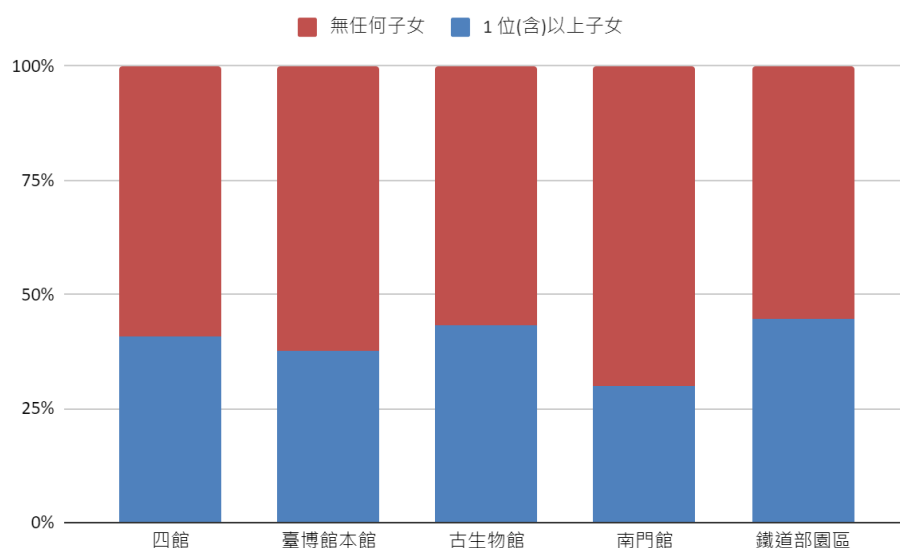


圖 8、觀眾家庭狀況統計圖

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789份有效問卷中，佔了44.66%（351人），次要為「運動休閒」，佔21.37%（156人），而最後依序為「歷史文物」、「自然生態」、「資訊科技」，分別佔了19.21%（151人）、10.69%（84人）、4.07%（32人）。

在各分館的統計結果中，可知南門館與鐵道部園區均呈現相同分佈比例。均為「藝文活動」為最多，分別為45.00%（27人）、50.00%（107人），「運動休閒」為次之，分別佔38.33%（23人）、19.63%（42人）。然而臺博館本館、古生物館雖然也是以「藝文活動」最高分別為46.09%（118人）、38.67%（99人），但臺博館本館第二高者為「運動休閒」與「歷史文物」並列均為18.75%（48人），古生物館以「歷史文物」為次高24.22%（62人）。

今年四館興趣為「運動休閒」比例有顯著提升，建議持續調查觀察。

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	351	44.66%	118	46.09%	99	38.67%	27	45.00%	107	50.00%
運動休閒	168	21.37%	48	18.75%	55	21.48%	23	38.33%	42	19.63%
歷史文物	151	19.21%	48	18.75%	62	24.22%	9	15.00%	32	14.95%
資訊科技	32	4.07%	8	3.13%	11	4.30%	0	0.00%	13	6.07%
自然生態	84	10.69%	34	13.28%	29	11.33%	1	1.67%	20	9.35%
總計	786	100%	256	100%	256	100%	60	100%	214	100%

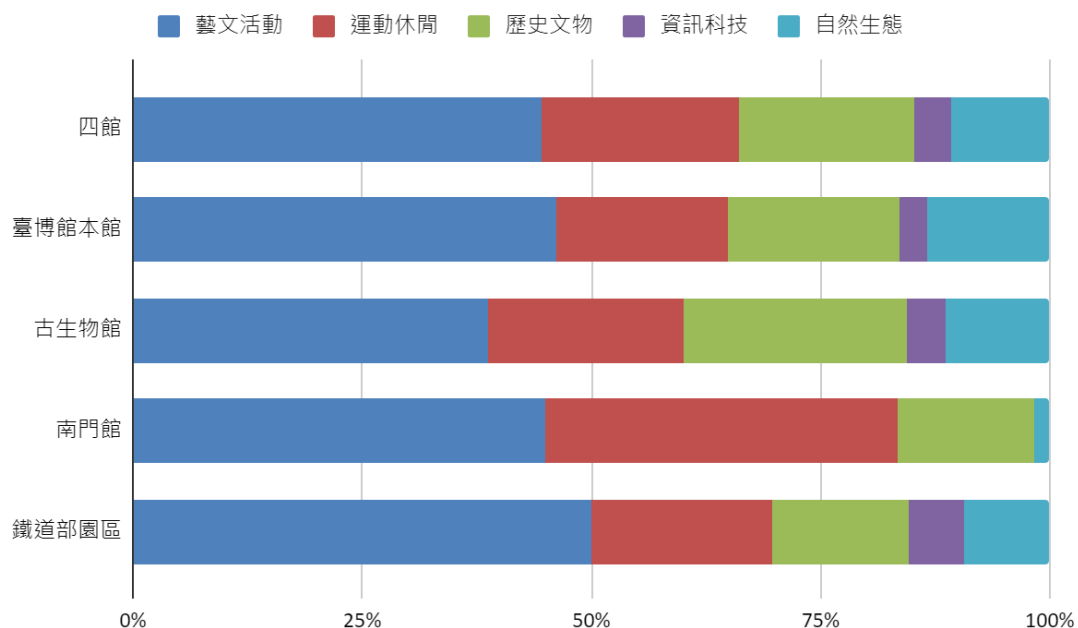


圖 9、觀眾主要興趣統計圖

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33.80%（國立臺灣博物館本館39.00%、古生物館34.40%、南門館10.00%、鐵道部園區33.49%），次之為佔23.34%之「IG」（國立臺灣博物館本館23.94%、古生物館22.40%、南門館13.33%、鐵道部園區26.51%），第三則是佔19.52%之「電視」（臺博館本館11.20%、古生物館15.20%、南門館70.00%、鐵道部園區20.47%），今年將「IG」從「其他社群網站」中移出另成一個選項，「IG」成為觀眾次多使用媒體也與來客年齡層下降符合。在「其他社群網站」的部分，包含了小紅書；在「其他網路媒體」的部分，則包含：Youtube。其餘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	153	19.52%	29	11.20%	38	15.20%	42	70.00%	44	20.47%
廣播	14	1.79%	5	1.93%	5	2.00%	0	0.00%	4	1.86%
報章雜誌	10	1.28%	5	1.93%	4	1.60%	0	0.00%	1	0.47%
Facebook	265	33.80%	101	39.00%	86	34.40%	6	10.00%	72	33.49%
Line	99	12.63%	35	13.51%	39	15.60%	2	3.33%	23	10.70%
IG	183	23.34%	62	23.94%	56	22.40%	8	13.33%	57	26.51%
其他社群網站	40	5.10%	14	5.41%	15	6.00%	1	1.67%	10	4.65%
其他網路媒體	20	2.55%	8	3.09%	7	2.80%	1	1.67%	4	1.86%
總計	784	100%	259	100%	250	100%	60	100%	215	100%

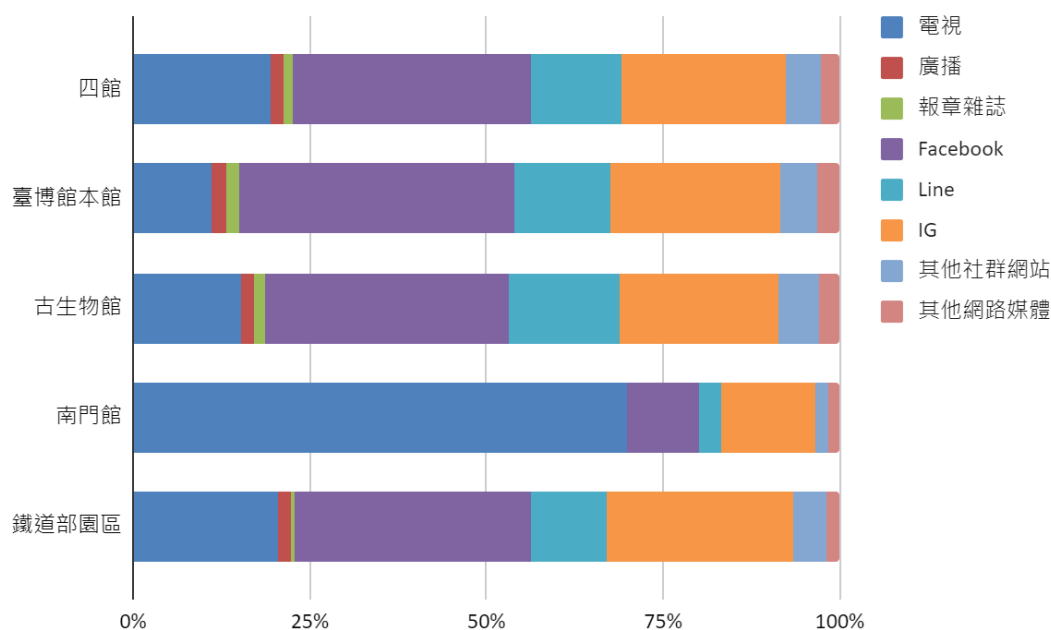


圖 10、觀眾最常使用的傳播媒體統計圖

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6萬元或收入為20,008元-未滿4萬元，主要興趣為藝文活動。最常使用的傳播媒體為Facebook以及IG。

從各分館來看，臺博館本館與南門館之主要觀眾年齡層為20-39歲，以無子女之女性為主要觀眾，古生物館與鐵道部園區年齡層較為廣泛20-49歲比例均十分接近，同樣以無子女之女性為主要觀眾。（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	466	58.32%	家庭 狀況	有子女	325	40.78%
	男	333	41.68%		無子女	472	59.22%
年齡	14 歲以下	12	1.50%	職業	軍公教 人員	101	12.47%
	15-19	51	6.38%		學生	145	17.90%
	20-29	232	29.00%		民間企業	399	49.26%
	30-39	274	34.25%		無	93	11.48%
	40-49	177	22.13%				
	50-59	39	4.88%	居住地	北北基宜	618	77.74%
	60-64	8	1.00%		桃竹苗	94	11.82%
	65 以上	7	0.88%		中彰投	41	5.16%
教育 程度	初中以下	20	2.50%		雲嘉南	8	1.01%
	高中(職)	65	8.13%	高屏	29	3.65%	
	大學(專)	545	68.13%	花東	5	0.63%	
	研究所及 以上	170	21.25%	澎金馬	0	0.00%	
所平均 得	無收入			139		17.46%	
	未滿 25,250 元			55		6.91%	
	25,250 元-未滿 4 萬元			219		27.51%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			178		22.36%	
	6 萬元以上			120		15.08%	
	不知道/拒答			85		10.68%	
共 796 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	147	56.98%	家庭	有子女	97	37.74%
	男	111	43.02%	狀況	無子女	160	62.26%
年齡	14 歲以下	3	1.15%	職業	軍公教人員	33	13.04%
	15-19	26	10.00%		學生	67	26.48%
	20-29	77	29.62%		民間企業	107	42.29%
	30-39	85	32.69%		無	33	13.04%
	40-49	46	17.69%				
	50-59	16	6.15%	居住地	北北基宜	199	77.13%
	60-64	3	1.15%		桃竹苗	32	12.40%
	65 以上	4	1.54%		中彰投	14	5.43%
教育程度	初中以下	8	3.09%		雲嘉南	3	1.16%
	高中(職)	20	7.72%	高屏	9	3.49%	
	大學(專)	171	66.02%	花東	1	0.39%	
	研究所及以上	60	23.17%	澎金馬	0	0.00%	
平均所得	無收入			57		22.27%	
	未滿 25,250 元			20		7.81%	
	25,250 元-未滿 4 萬元			56		21.88%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			54		21.09%	
	6 萬元以上			37		14.45%	
	不知道/拒答			32		12.50%	
共 263 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	151	58.08%	家庭	有子女	112	43.08%
	男	109	41.92%	狀況	無子女	148	56.92%
年齡	14 歲以下	6	2.29%	職業	軍公教人員	46	19.66%
	15-19	13	4.96%		學生	51	21.79%
	20-29	72	27.48%		民間企業	92	39.32%
	30-39	84	32.06%		無	45	19.23%
	40-49	67	25.57%				
	50-59	18	6.87%	居住地	北北基宜	187	71.92%
	60-64	2	0.76%		桃竹苗	37	14.23%
	65 以上	1	0.38%		中彰投	18	6.92%
教育程度	初中以下	6	2.31%		雲嘉南	3	1.15%
	高中(職)	26	10.00%	高屏	12	4.62%	
	大學(專)	172	66.15%	花東	3	1.15%	
	研究所及以上	56	21.54%	澎金馬	0	0.00%	
平均所得	無收入			46		17.69%	
	未滿 25,250 元			13		5.00%	
	25,250 元-未滿 4 萬元			57		21.92%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			65		25.00%	
	6 萬元以上			48		18.46%	
	不知道/拒答			31		11.92%	
共 265 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	38	63.33%	家庭 狀況	有子女	18	30.00%
	男	22	36.66%		無子女	42	70.00%
年齡	14 歲以下	0	0.00%	職業	軍公教 人員	6	10.00%
	15-19	1	1.67%		學生	8	13.33%
	20-29	18	30.00%		民間企業	32	53.33%
	30-39	30	50.00%		無	7	11.67%
	40-49	8	13.33%				
	50-59	2	3.33%	居住地	北北基宜	50	83.33%
	60-64	1	1.67%		桃竹苗	5	8.33%
	65 以上	0	0.00%		中彰投	1	1.67%
教育 程度	初中以下	0	0.00%		雲嘉南	3	5.00%
	高中(職)	5	8.33%	高屏	1	1.67%	
	大學(專)	42	70.00%	花東	0	0.00%	
	研究所及 以上	13	21.67%	澎金馬	0	0.00%	
平均 所得	無收入			6		10.00%	
	未滿 25,250 元			8		13.33%	
	25,250 元-未滿 4 萬元			29		48.33%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			7		11.67%	
	6 萬元以上			3		5.00%	
	不知道/拒答			7		11.67%	
共 60 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	120	54.30%	家庭 狀況	有子女	98	44.55%
	男	101	45.07%		無子女	122	55.45%
年齡	14 歲以下	3	1.38%	職業	軍公教 人員	22	10.23%
	15-19	11	5.07%		學生	26	12.09%
	20-29	65	29.95%		民間企業	132	61.40%
	30-39	76	35.02%		無	24	11.16%
	40-49	56	25.81%				
	50-59	3	1.38%	居住地	北北基宜	182	83.49%
	60-64	2	0.92%		桃竹苗	20	9.17%
	65 以上	2	0.92%		中彰投	8	3.67%
教育 程度	初中以下	4	1.81%		雲嘉南	0	0.00%
	高中(職)	13	5.88%	高屏	7	3.21%	
	大學(專)	154	69.68%	花東	1	0.46%	
	研究所及 以上	50	22.62%	澎金馬	0	0.00%	
平均 所得	無收入			30		13.64%	
	未滿 25,250 元			14		6.36%	
	25,250 元-未滿 4 萬元			77		25.00%	
	4 萬元-未滿 6 萬元			52		23.64%	
	6 萬元以上			32		14.55%	
	不知道/拒答			15		6.82%	
共 220 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，參觀1次之觀眾佔多數66.75%(536人)，其次為參觀兩次之觀眾23.29%(187人)，且參觀兩次之觀眾提升9.75%，可推測今年有較多回頭客。

在各分館的調查研究中，也可看到四館均以來訪過一次觀眾為主，本館69.11%（179 人）、古生物館71.59%（189人）、南門館50.00%（30人）、鐵道部園區62.73%（138人）。與去年調查結果相比，整體來說，雖然都是以來訪過一次為主，但南門館來訪第二次之觀眾有顯著提高37.42%，推測為至南門館之觀眾多數為有特別規劃到訪，建議需持續觀察。

表 17、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	536	66.75%	179	69.11%	189	71.59%	30	50.00%	138	62.73%
2 次	187	23.29%	51	19.69%	52	19.70%	29	48.33%	55	25.00%
3 次以上	80	9.96%	29	11.20%	23	8.71%	1	1.67%	27	12.27%
總計	803	100%	259	100%	264	100%	55	100%	193	100%

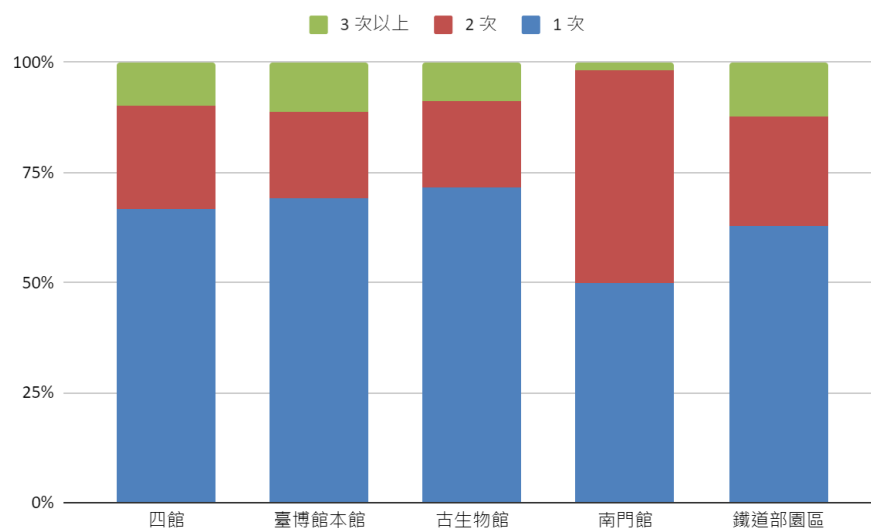


圖11、過去一年參觀過臺灣博物館系統次數統計圖

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74.62%(582人)，經常性觀眾佔25.38%(198人)。而在各分館的調查研究中顯示，臺博館本館有27.67%經常性觀眾；古生物館有27.67%經常性觀眾；南門館有5.26%經常性觀眾；鐵道部園區有25.35%經常性觀眾。與去年類似在四館中，南門館的經常性觀眾有變少趨勢。然而，與去年調查結果相比，經常性觀眾之比例提升0.02%(經常性觀眾110年25.36%、109年32.31%、108年34.63%)。此部分可能與疫情後復甦有關，建議持續進行調查追蹤觀察。

表 18、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	385	49.36%	119	47.04%	127	50.20%	31	54.39%	108	49.77%
2次	197	25.26%	64	25.30%	56	22.13%	23	40.35%	54	24.88%
3次以上	198	25.38%	70	27.67%	70	27.67%	3	5.26%	55	25.35%
總計	780	100%	253	100%	253	100%	57	100%	217	100%

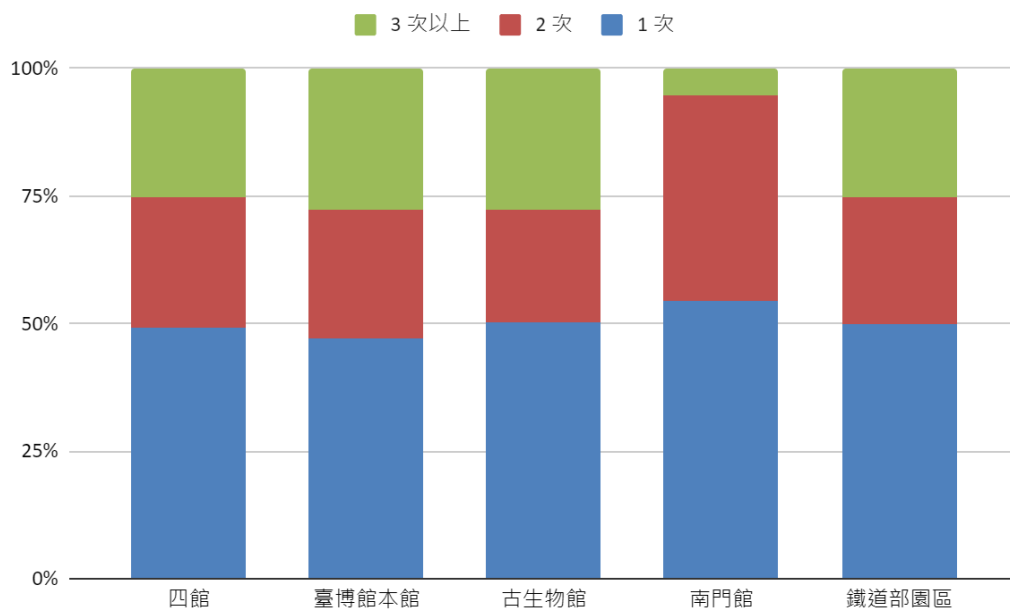


圖 12、過去一年參觀過博物館/美術館次數統計圖

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24.63%（83人）、9.20%（31人）以及9.79%（33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42.35%（166人）、4.59%（18人）以及7.14%（28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15.79%（15人）、10.53%（10人）以及20.00%（19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27.27%（99人）、27.27%（99人）以及5.23%（19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，佔四成二（110年為三成四、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，佔二成四（110、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（111年9.69%，110年4.67%）。參觀南門館又去鐵道部之觀眾也有增加（111年20.00%，110年6.98%）。

表 19、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	39.60%	190	56.38%	166	42.35%	15	15.79%	99	27.27%
古生物館	372	31.34%	83	24.63%	180	45.92%	10	10.53%	99	27.27%
南門館	119	10.03%	31	9.20%	18	4.59%	51	53.68%	19	5.23%
鐵道部園區	226	19.04%	33	9.79%	28	7.14%	19	20.00%	146	40.22%
總計	1187	100%	337	100%	392	100%	95	100%	363	100%

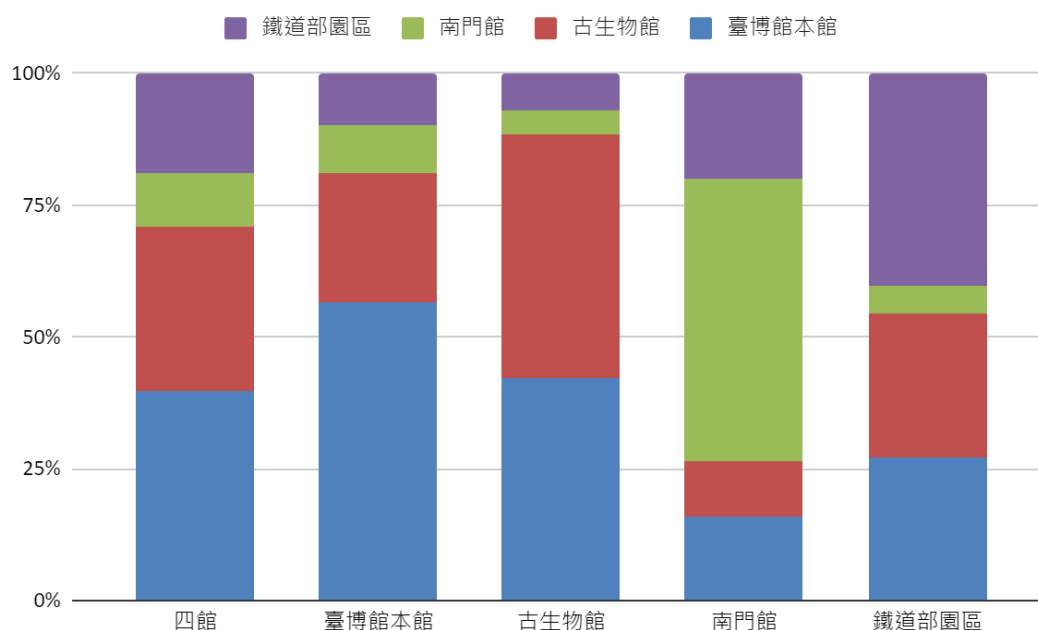


圖13、觀眾參觀各展館程度次數統計圖

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43.88%（427人）、11.82%（115人），次之項目依序為「距離太遠」以及「沒有興趣」，分別各佔10.38%及9.87%，最後則是「不知道地點」5.34%（52人）。另一方面，「所有展館皆參觀」佔了18.71%（182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」（42.57%）、及「沒有興趣」（11.55%）為前兩大主要原因，第三則為「距離太遠」（10.23%）；而古生物館最主要原因依序為「時間不夠」（45.08%）、「沒有興趣」（12.38%）及「不知道有其他展館」（10.79%）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63.08%，次之原因為「不知道有其他展館」（15.38%），第三則是「沒有興趣」（4.62%）；鐵道部園區之觀眾，最主要原因為「時間不夠」（39.66%），次之原因為「不知道其他展館」（14.83%），第三則是「距離太遠」（12.76%）。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 20、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	182	18.71%	62	20.46%	59	18.73%	9	13.85%	52	17.93%
沒有興趣	96	9.87%	35	11.55%	39	12.38%	3	4.62%	19	6.55%
不知道有其他展館	115	11.82%	28	9.24%	34	10.79%	10	15.38%	43	14.83%
不知道地點	52	5.34%	18	5.94%	9	2.86%	1	1.54%	24	8.28%
距離太遠	101	10.38%	31	10.23%	32	10.16%	1	1.54%	37	12.76%
時間不夠	427	43.88%	129	42.57%	142	45.08%	41	63.08%	115	39.66%
總計	973	100%	303	100%	315	100%	65	100%	290	100%

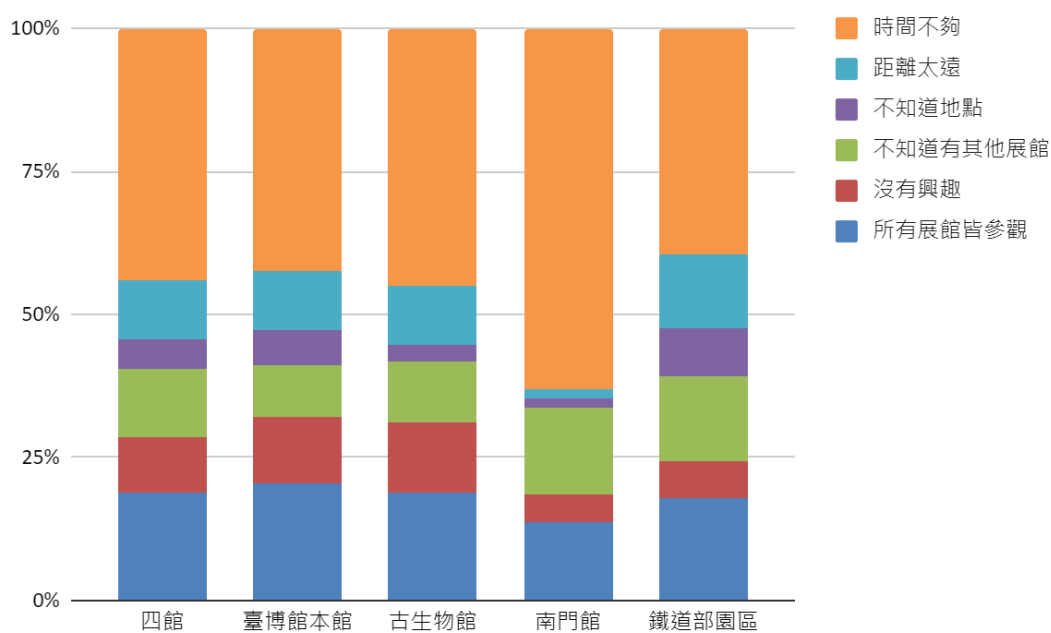


圖 14、觀眾未參觀其他展館原因次數統計圖

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42.62%

（416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」20.80%（203人）。第三則為「臺博館IG」8.50%（83人），此項為今年加入之項目，去年第三為「臺博館Facebook」佔10.43%，顯示出觀眾年輕化的現象。其他依序則為「臺博館Facebook」8.40%、「臺博館Blog」3.69%、「雜誌/新聞報導」3.48%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42.62%、38.53%、51.32%；次之則為「臺博館官方網站」，三館分別佔20.80%、25.38%、15.85%；第三則本館、古生物館為「臺博館Facebook」分別佔10.40%、8.82%，鐵道部園區則為「臺博館IG」佔7.92%。南門館則略有不同，第一同樣為「親友介紹」36.67%，第二為「臺博館IG」18.66%，在第三則是「臺博館Facebook」11.67%。

整體與去年相比，在親友介紹略有略提升，新增之項目IG佔有相當大比例，但在Facebook與官方網站的部分略有減少。

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	203	20.80%	83	25.38%	72	23.53%	6	10.00%	42	15.85%
臺博館 Facebook	82	8.40%	34	10.40%	27	8.82%	7	11.67%	14	5.28%
臺博館 Blog	36	3.69%	8	2.45%	8	2.61%	6	10.00%	14	5.28%
臺博館 IG	83	8.50%	24	7.34%	22	7.19%	11	18.33%	21	7.92%
親友介紹	416	42.62%	126	38.53%	119	38.89%	22	36.67%	136	51.32%
捷運站宣傳看板	31	3.18%	10	3.06%	12	3.92%	1	1.67%	8	3.02%
文化快遞月刊、摺頁	11	1.13%	5	1.53%	3	0.98%	2	3.33%	1	0.38%
電視/廣播	31	3.18%	9	2.75%	12	3.92%	1	1.67%	9	3.40%
雜誌/新聞報導	34	3.48%	15	4.59%	9	2.94%	1	1.67%	9	3.40%

App 程式	20	2.05%	3	0.92%	13	4.25%	0	0.00%	4	1.51%
其他	29	2.97%	10	3.06%	9	2.94%	3	5.00%	7	2.64%
總計	988	100%	327	100%	306	100%	60	100%	265	100%

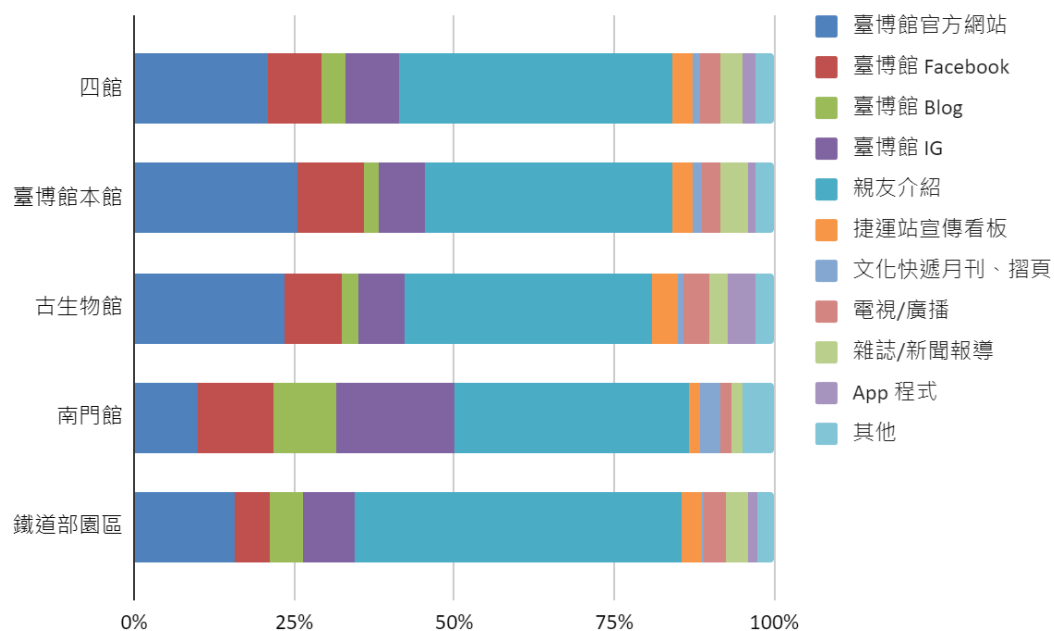


圖 15、觀眾獲知訊息管道次數統計圖

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46.34%（519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28.30%（317人）、10.63%（119人）。另一方面，因為「工作或課業需求」而來的觀眾佔比最低，佔2.41%（27人）。

在各分館統計中，各分館第一均為「對展覽有興趣」，分別佔47.51%、43.50%、54.55%、45.74%。第二則為「帶小孩參觀」，分別佔22.65%、30.23%、31.82%、31.55%。第三則為「路過附近，順道參觀」，分別佔12.43%、10.73%、6.82%、9.46%。

今年調查與去年略有不同，本館、南門館帶小孩來參觀的比例增加許多，本館(111年22.65%，110年17.09%)，南門館（111年31.82%，110年15.12%），鐵道部園區被建築物吸引的觀眾反而減少（111年6.31%，110年17.45%）。

表 22、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	519	46.34%	172	47.51%	154	43.50%	48	54.55%	145	45.74%
帶小孩參觀	317	28.30%	82	22.65%	107	30.23%	28	31.82%	100	31.55%
參加相關活動	49	4.38%	19	5.25%	18	5.08%	1	1.14%	12	3.79%
路過附近，順道參觀	119	10.63%	45	12.43%	38	10.73%	6	6.82%	30	9.46%
工作或課業需求	27	2.41%	7	1.93%	10	2.82%	0	0.00%	10	3.15%
被建築物吸引	89	7.95%	37	10.22%	27	7.63%	5	5.68%	20	6.31%
總計	1120	100%	362	100%	354	100%	88	100%	321	100%

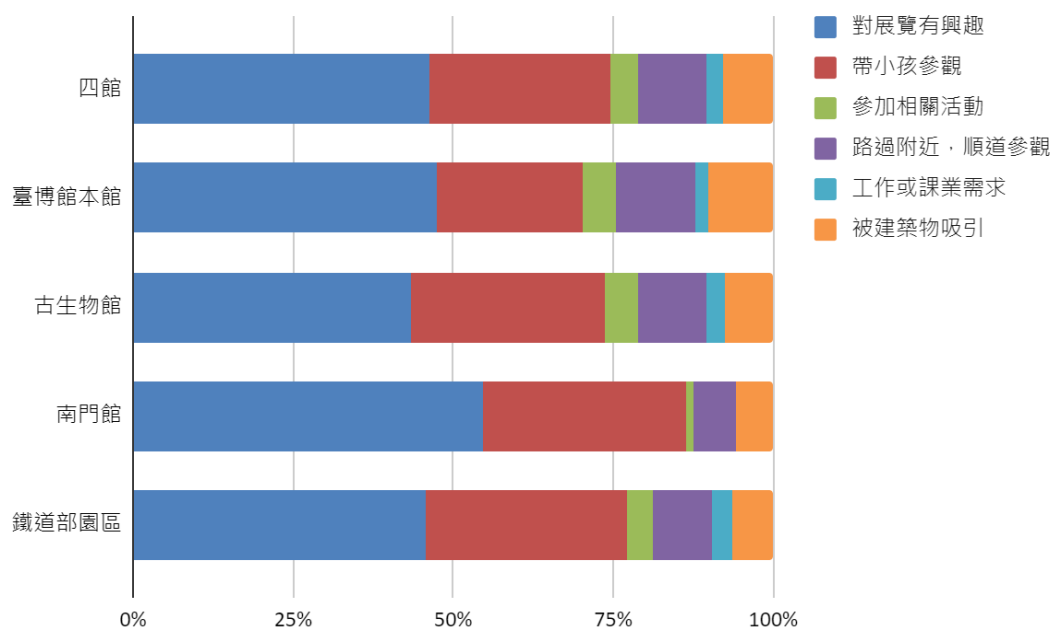


圖16、觀眾參觀臺博館系統原因次數統計圖

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47.00%（603人），位居第二之原因為「帶小孩參觀」，佔了22.37%（287人），第三則為「路過附近，順道參觀」10.29%（132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9.59%（123人）、7.48%（96人）、3.27%（42人）。

表 23、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	603	47.00%	197	45.08%	190	46.12%	51	58.62%	165	47.55%
帶小孩參觀	287	22.37%	75	17.16%	101	24.51%	21	24.14%	90	25.94%
參加相關活動	96	7.48%	41	9.38%	29	7.04%	6	6.90%	20	5.76%
路過附近，順道參觀	132	10.29%	57	13.04%	40	9.71%	5	5.75%	30	8.65%
工作或課業需求	42	3.27%	19	4.35%	13	3.16%	0	0.00%	10	2.88%
被建築物吸引	123	9.59%	48	10.98%	39	9.47%	4	4.60%	32	9.22%
總計	1283	100%	437	100%	412	100%	87	100%	347	100%

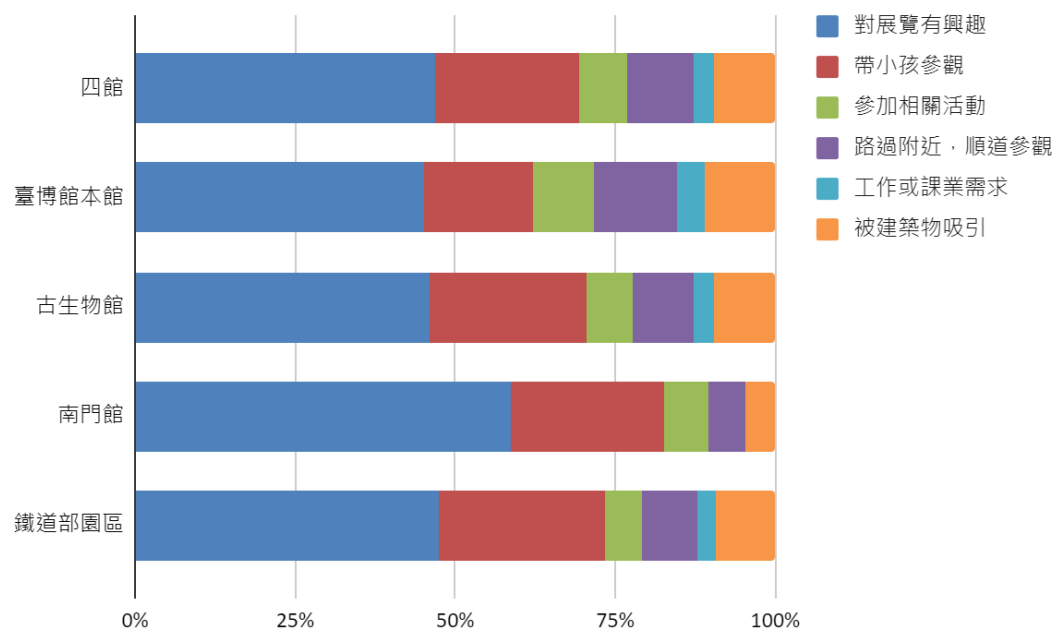


圖 17、觀眾通常參觀原因次數統計圖

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「歷史類博物館」（17.64%）、「綜合型博物館」（16.76%）以及「自然（史）博物館」（14.90%），「藝術類博物館」（14.29%）、「科學類博物館」（13.85%），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」4.27%（126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「歷史類博物館」18.42%（167人），次之依序為「綜合型博物館」16.20%以及「自然（史）博物館」15.76%。古生物館之觀眾主要偏好「歷史類博物館」及「綜合型博物館」並列第一17.69%（159人），「自然（史）博物館」14.57%（131人）次之。南門館方面，其觀眾主要偏好「歷史類博物館」為23.29%（51人），其次則為「藝術類博物館」為19.63%。而鐵道部園區觀眾最偏好「歷史類博物館」18.01%（143人），次之依序為「綜合型博物館」17.38%以及「藝術類博物館」16.37%。

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 24、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	495	16.76%	146	16.20%	159	17.69%	41	18.72%	138	17.38%
歷史類博物館	521	17.64%	166	18.42%	159	17.69%	51	23.29%	143	18.01%
藝術類博物館	422	14.29%	121	13.43%	124	13.79%	43	19.63%	130	16.37%
自然(史)博物館	440	14.90%	142	15.76%	131	14.57%	35	15.98%	128	16.12%
科學類博物館	409	13.85%	139	15.43%	127	14.13%	27	12.33%	112	14.11%
大學博物館	126	4.27%	36	4.00%	31	3.45%	8	3.65%	38	4.79%
工藝類博物館	204	6.91%	59	6.55%	53	5.90%	5	2.28%	44	5.54%
考古類博物館	336	11.38%	92	10.21%	115	12.79%	9	4.11%	61	7.68%
總計	2953	100%	901	100%	899	100%	219	100%	794	100%

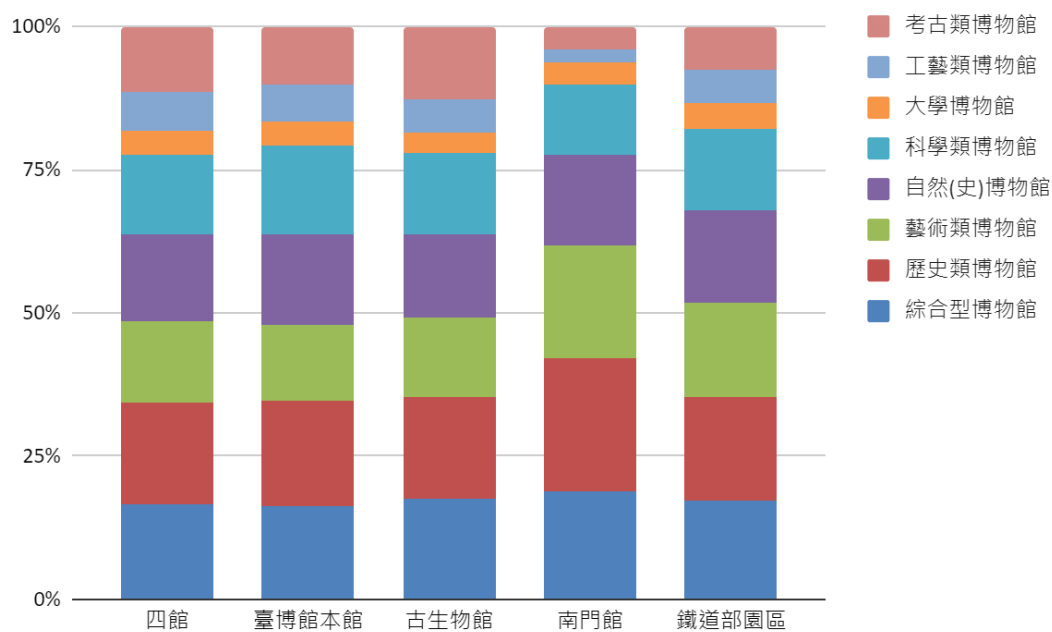


圖18、偏好的博物館類型次數統計圖

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有進行參觀博物館商店的，在797份有效問卷中，無參觀與有參觀之觀眾各佔將近一半，有參觀為45.17%（360 人），無參觀為54.83%（437人）。

各分館統計中，本館、古生物館、鐵道部園區統計結果也為相似之分佈比例，臺博館本館無參觀之觀眾佔57.36%（148人），有參觀者佔42.64%（110人）；古生物館有參觀以及無參觀之觀眾分別各佔了53.64%（140人）及46.36%（121人）；鐵道部園區則是有參觀之觀眾佔45.87%（100人）無參觀之觀眾54.13%（118人）；而南門館有參觀之觀眾與無參觀之觀眾比例較懸殊，無參觀佔83.33%（50 人）有參觀之觀眾佔16.67%（10人）。今年新增此統計項目，從此統計結果可知，半數部分觀眾是願意參觀博物館商店的。

表 25、博物館商店參觀程度統計表

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
有參觀	360	45.17%	110	42.64%	140	53.64%	10	16.67%	100	45.87%
無參觀	437	54.83%	148	57.36%	121	46.36%	50	83.33%	118	54.13%
總計	797	100%	258	100%	261	100%	60	100%	218	100%

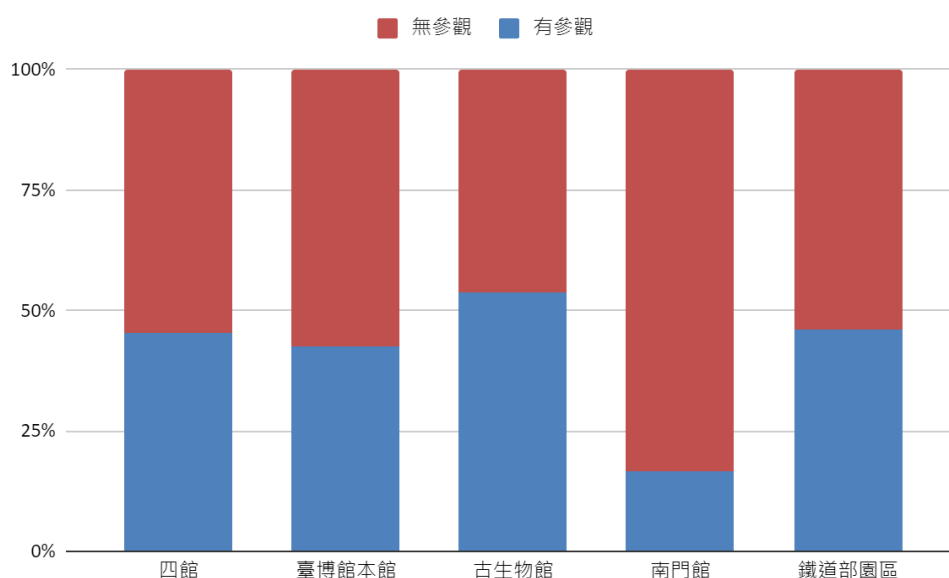


圖 19、博物館商店參觀程度統計圖

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358份有效問卷中，無消費之觀眾佔了高達七成五，有75.58%(267人)，而有消費之觀眾佔了不到三成，僅25.42%(91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72.97%(81人)，有消費者佔27.03%(30人)；古生物館無消費以及有消費之觀眾有消費之觀眾佔四館最高29.14%(44人)無消費之觀眾70.86%(107人)；而南門館無消費之觀眾佔四館最高93.33%(28人)有消費之觀眾6.67%(2人)；鐵道部園區有消費之觀眾與無消費之觀眾各佔22.73%(15人)及77.27%(51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	91	25.42%	30	27.03%	44	29.14%	2	6.67%	15	22.73%
無消費	267	74.58%	81	72.97%	107	70.86%	28	93.33%	51	77.27%
總計	358	100%	111	100%	151	100%	30	100%	66	100%

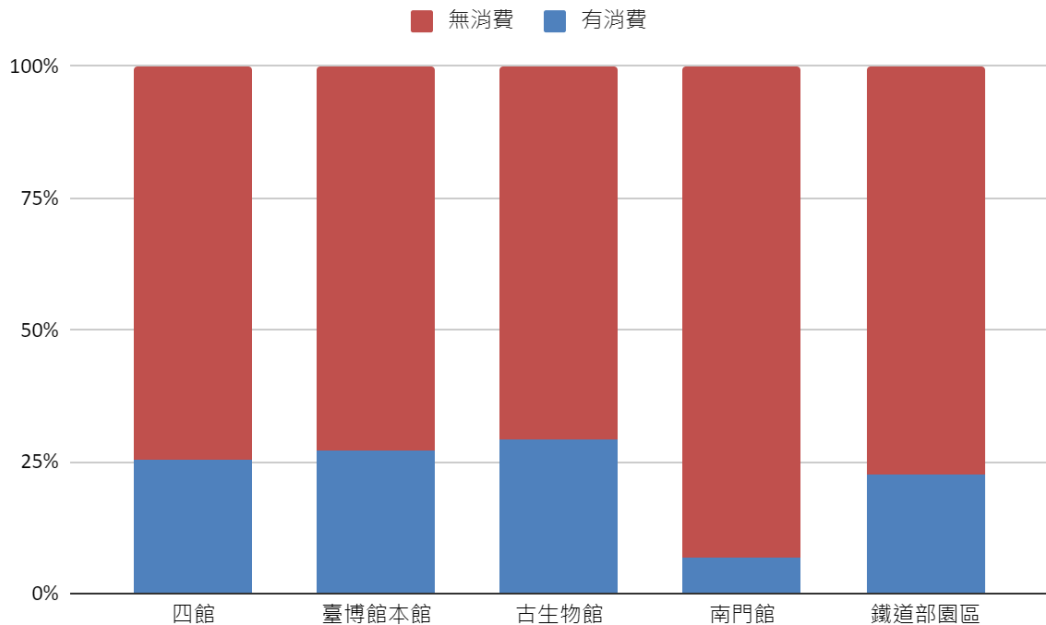


圖 20、消費參觀程度統計圖

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73.87%（82人），次之為「餐廳飲食」18.02%（20人），而最後一項為「書籍」，佔8.11%（9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80.56%，次之依序為「餐廳飲食」以及「書籍」，分別佔11.11%（4人）、8.33%（3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72.50%（29人），次之依序為「餐廳飲食」以及「書籍」，分別佔17.50%（7人）及10.00%（4人）；而南門館與其他三館較不同，以「餐廳飲食」為其多數觀眾之消費項目，佔100.0%（3人）；鐵道部園區也是以「紀念品」為主75.00%（24人），次之依序為「餐廳飲食」以及「書籍」，分別佔18.75%（6人）及6.25%（2人）在觀眾的消費項目上，鐵道部園區觀眾主要青睞商品今年以紀念品為主(111年75.00%，110年42.68%)。

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	20	18.02%	4	11.11%	7	17.50%	3	100.00%	6	18.75%
紀念品	82	73.87%	29	80.56%	29	72.50%	0	0.00%	24	75.00%
書籍	9	8.11%	3	8.33%	4	10.00%	0	0.00%	2	6.25%
總計	111	100%	36	100%	40	100%	3	100%	32	100%

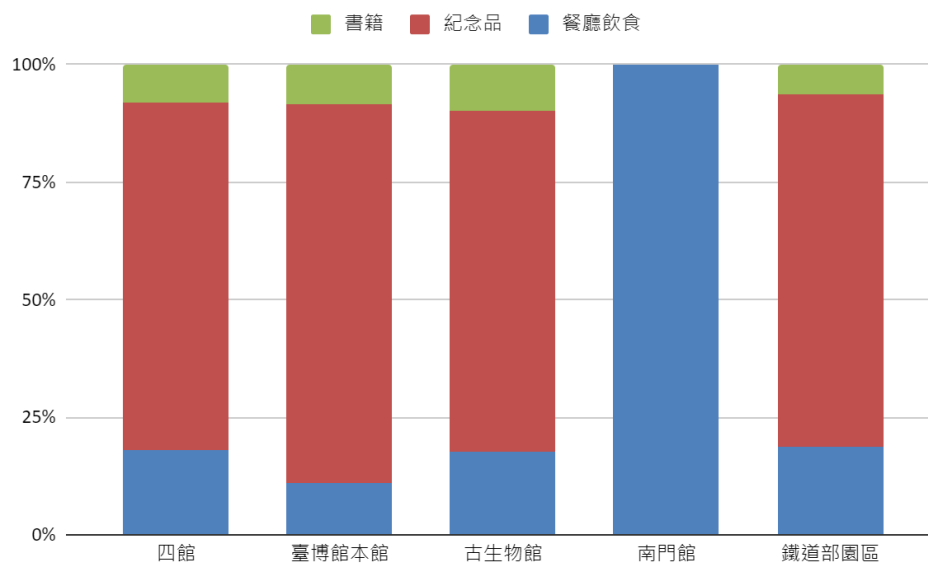


圖 22、消費項目統計圖

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IG得知訊息，主要參觀原因為本身對展覽有興趣且偏好歷史類、綜合型或自然（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=該提俺意度百分比（%）〕

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92.29%，次之為「整體硬體設施（設備）」90.06%，而「整體展覽」位居第三，89.71%，總平均為90.68%。

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」91.64%，其次為「整體人員及服務」、「整體硬體設施（設備）」滿意度分別為90.90%、90.42%；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92.71%，其次之依序為「整體硬體設施（設備）」以及「整體展覽」，滿意度分別為90.69%、88.03%；南門館之觀眾則是對「整體人員及服務」滿意度最高95.36%，其次之依序為「整體展覽」以及「整體硬體設施（設備）」，滿意度為84.29%、79.88%；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92.56%，次之依序為「整體硬體設施（設備）」以及「整體展覽」，滿意度91.15%、89.72%。整體而言從滿意度觀之，各分館中以鐵道部園區滿意度最高91.14%。

整體各項服務滿意度與去年調查結果相比，整體與四館除了鐵道部園區有提高外，個別滿意度均下降（整體111年為90.68%，110年為91.22%；本館

111年90.68%，110年93.36%；古生物館111年90.47%，110年92.33%；南門館111年86.51%，110年89.52%；鐵道部園區111年91.14%，110年89.68%）。

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	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序
整體硬體設施（設備） 平均數 4.35	90.06%	2	90.42%	3	90.69%	2	79.88%	3	91.15%	2
整體展覽 平均數 4.37	89.71%	3	91.64%	1	88.03%	3	84.29%	2	89.72%	3
整體人員及服務 平均數 4.45	92.29%	1	90.90%	2	92.71%	1	95.36%	1	92.56%	1
總平均	90.68%		90.98%		90.47%		86.51%		91.14%	

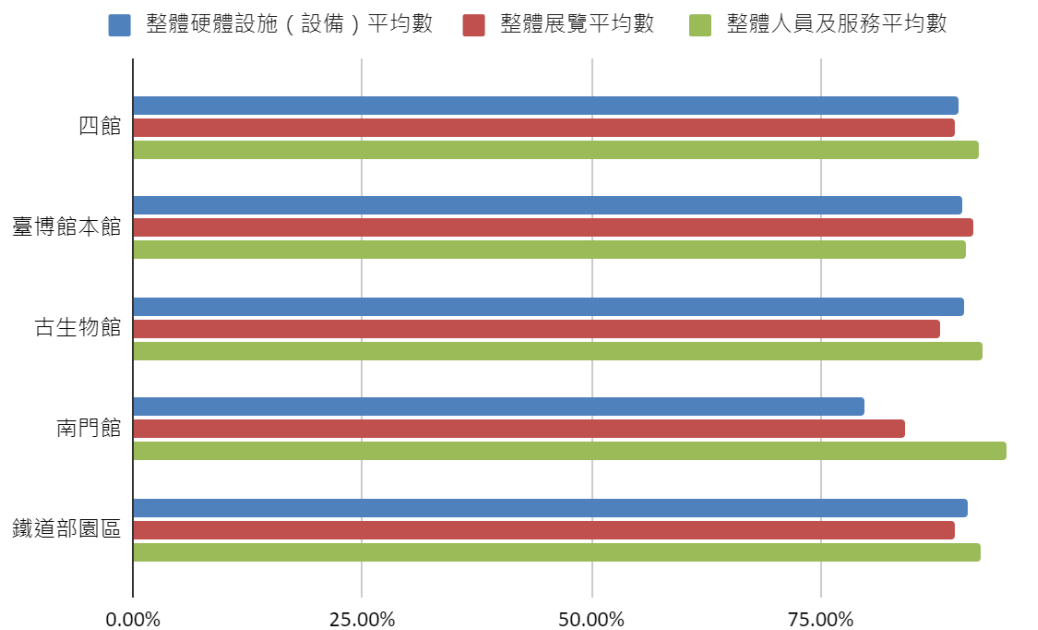


圖 23、各項服務滿意度統計圖

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「館內外標示」滿意度最高，滿意度分別為94.86%、91.89%，第三項目為「溫濕度空調」91.54%、「廁所清潔」89.66%、「休憩設備」86.99%，最後平均滿意度最低項目為「無障礙設施」85.46%。

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」97.21%，次之依序為「館內外標示」、「溫濕度空調」、「廁所清潔」，滿意度分別為93.49%、91.86%、91.03%，滿意度較低項目為「無障礙設施」及「休憩設施」分別為85.36%、83.60%；古生物館之觀眾則對「建築空間」最為滿意95.25%，次之依序為「溫濕度空調」及「館內外標示」，分別為91.52%、91.39%，滿意度最低之項目為滿意度85.22%的「無障礙設施」；而南門園區則為「館內外標示」及「休憩設備」最讓觀眾滿意，滿意度分別為83.92%、81.13%，而滿意度最低之項目為「建築空間」75.43%；鐵道部園區之觀眾則對「建築空間」最為滿意96.78%，其次為「溫濕度空調」94.23%，滿意度最低之項目為滿意度87.50%的「無障礙設施」。

另外，在研究員進行問卷考察過程中，111年9月20日有民眾反映平日本館冷氣開太強，當周恰巧寒流來襲，建議之後可根據天氣變化多做調整。

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	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序
建築空間(4.44)	94.86%	1	97.21%	1	95.25%	1	75.43%	6	96.78%	1
館內外標示(4.37)	91.89%	2	93.49%	2	91.39%	3	83.92%	1	92.75%	3
休憩設備(4.28)	86.99%	5	83.60%	6	89.53%	5	81.13%	2	89.52%	4
廁所清潔(4.36)	89.66%	4	91.03%	4	91.24%	4	79.24%	5	89.17%	5
無障礙設施(4.27)	85.46%	6	85.36%	5	85.22%	6	79.59%	4	87.50%	6
溫濕度空調(4.40)	91.54%	3	91.86%	3	91.52%	2	80.00%	3	94.23%	2
總平均(4.35)	90.06%		90.42%		90.69%		79.88%		91.15%	

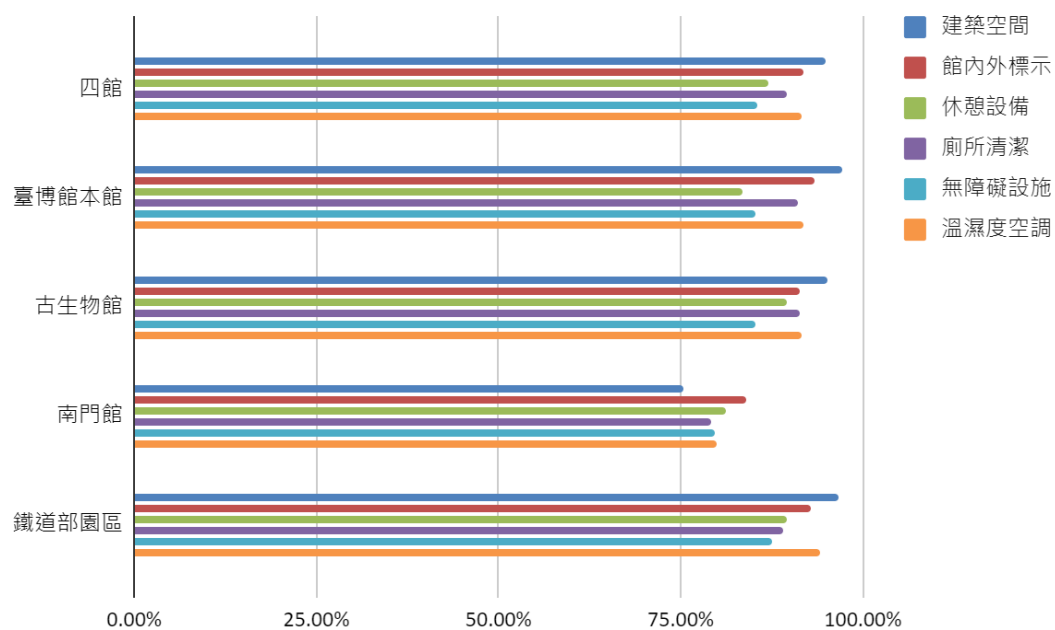


圖 24、整體硬體設施（設備）滿意度平均數統計圖

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92.39%，次之依序為「展示手法」、「展示內容」以及「展場氣氛」，分別為90.88%、90.55%、90.52%，滿意度最低之項目為展覽「展場動線」84.25%。

四館中，臺博館本館之觀眾最滿意「展示主題」，滿意度為94.77%，次之為「展場手法」92.46%、「展示內容」92.33%，滿意度最低之項目為87.08%之「展場動線」；而古生物館之觀眾對「展示內容」最為滿意91.05%，其次為「展示主題」、「展場氣氛」依序為90.87%以及89.83%，滿意度最低之項目為「展場動線」78.94%；南門館之觀眾最滿意項目為「展場氣氛」，滿意度平均數為87.50%，「展場動線」次之85.18%，最不满意之項目為「展示內容」，滿意度為82.14%；而鐵道部園區之觀眾對「展示主題」最為滿意92.99%，其次為「展示手法」、「展場氣氛」依序為92.41%以及90.90%，滿意度最低之項目為「展場動線」82.21%。

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	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序
展示主題(4.42)	92.39%	1	94.77%	1	90.87%	2	82.72%	4	92.99%	1
展場動線(4.28)	84.25%	5	87.08%	5	78.94%	5	85.18%	2	82.21%	5
展示內容(4.39)	90.55%	3	92.33%	3	91.05%	1	82.14%	5	90.09%	4
展示手法(4.40)	90.88%	2	92.46%	2	89.49%	4	83.92%	3	92.41%	2
展場氣氛(4.38)	90.52%	4	91.56%	4	89.83%	3	87.50%	1	90.90%	3
總平均(4.37)	89.71%		91.64%		88.03%		84.29%		89.72%	

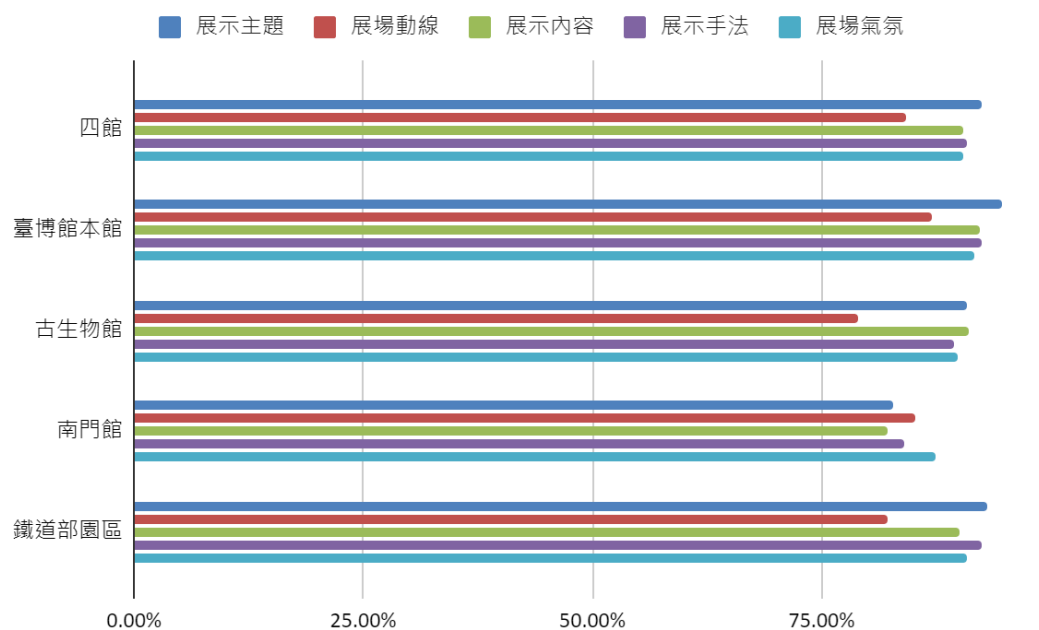


圖 25、整體展覽滿意度統計圖

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「人員態度」最為滿意，滿意度為94.71%，次之為「其他人員服務品質」以及「人員專業度」，分別為92.21%與91.62%，滿意度最低之項目為「導覽服務品質」，滿意度為90.62%。

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「人員態度」（滿意度為93.92%）、「人員專業度」（滿意度為91.02%）、「其他人員服務品質」（滿意度為90.58%）以及「導覽服務品質」（滿意度為88.11%）；古生物館觀眾之滿意程度則依序為「人員態度」（滿意度為95.51%）、「導覽服務品質」（滿意度為92.30%）、「其他人員服務品質」（滿意度為91.94%）以及「人員專業度」（滿意度為91.10%）；南門園區之觀眾則對「其他人員服務品質」（滿意度為98.00%）最為滿意，次之依序為「人員專業度」（滿意度為96.29%）、「導覽服務品質」（滿意度為94.33%）、「人員態度」（滿意度為92.85%）；鐵道部園區觀眾之滿意程度則依序為「人員態度」（滿意度為95.21%）、「其他人員服務品質」（滿意度為92.89%）、「人員專業度」（滿意度為91.66%）以及「導覽服務品質」（滿意度為90.50%）。

另外，在研究員進行問卷考察過程中，111年6月25日有民眾反映當日進行鐵道模型展演之員工態度惡劣，透過廣播制止民眾靠近玻璃的語氣太兇，嚇到他的孩子，建議之後在進行廣播宣導時可多注意當下語氣。

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	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序	百分比	排序
人員態度(4.53)	94.71%	1	93.92%	1	95.51%	1	92.85%	4	95.21%	1
人員專業度(4.44)	91.62%	3	91.02%	2	91.10%	4	96.29%	2	91.66%	3
導覽服務品質(4.41)	90.62%	4	88.11%	4	92.30%	2	94.33%	3	90.50%	4
其他人員服務品質 (4.43)	92.21%	2	90.58%	3	91.94%	3	98.00%	1	92.89%	2
總平均(4.45)	92.29%		90.90%		92.71%		95.36%		92.56%	

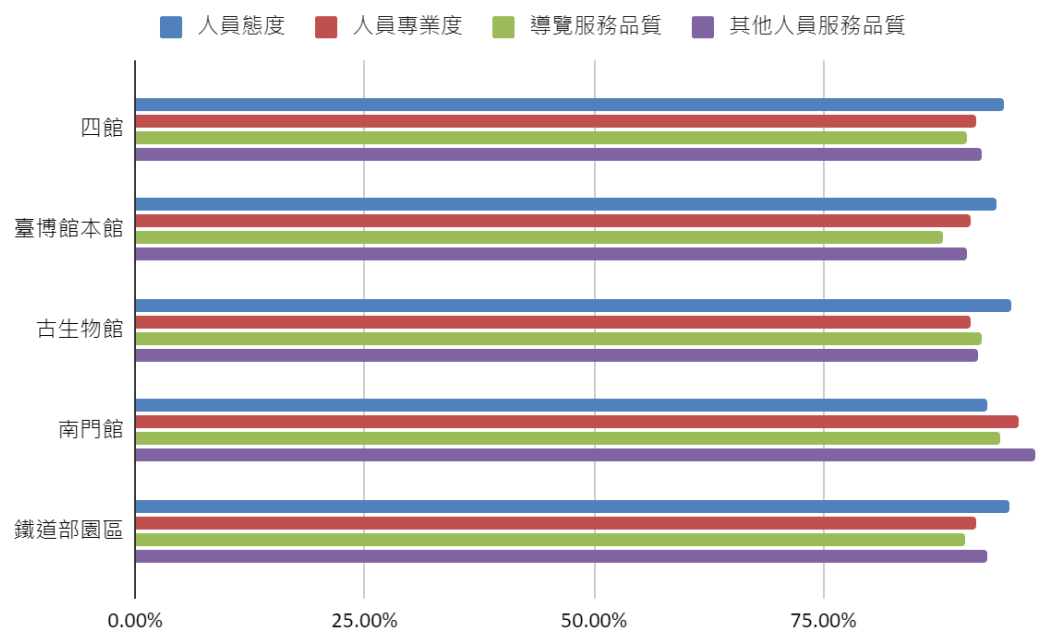


圖 26、整體人員及服務滿意度平均數統計圖

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4.44，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「廁所清潔」與「展場動線」「人員態度」，平均值分別為4.54、4.53、4.47以及4.47，重視程度較低之項目為「無障礙設施」， 平均值為 4.38。

(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4.39，其中，最滿意之項目為平均值4.53 之「人員態度」， 次之為「人員專

業度」及「建築空間」，平均值均為4.44、4.44，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「無障礙設施」，平均值4.27。

(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-0.05分，顯示整體滿意程度等於重視程度。其中，正值之項目包含「人員態度」、「建築空間」以及「其他人員服務品質」等，負值之項目則有「無障礙設施」、「廁所清潔」、「休憩設備」、「館內外標示」、「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）	4.44	4.40	-0.04	
1.建築空間	4.40	4.45	0.05	2▲
2.館內外標示	4.40	4.37	-0.03	6▽
3.休憩設備	4.30	4.28	-0.02	5▽
4.廁所清潔	4.49	4.37	-0.12	13▽
5.無障礙設施	4.38	4.28	-0.10	10▽
6.溫濕度空調	4.47	4.40	-0.07	7▽
7.展示主題	4.54	4.43	-0.11	11▽
8.展場動線	4.47	4.29	-0.18	15▽
9.展示內容	4.53	4.39	-0.14	14▽
10.展示手法	4.47	4.40	-0.07	7▽
11.展場氣氛	4.45	4.38	-0.07	7▽
12.人員態度	4.47	4.53	0.06	1▲

13.人員專業度	4.46	4.45	-0.01	4▽
14.人員服務品質	4.43	4.42	-0.01	4▽
15.導覽服務品質	4.40	4.43	0.03	3▲

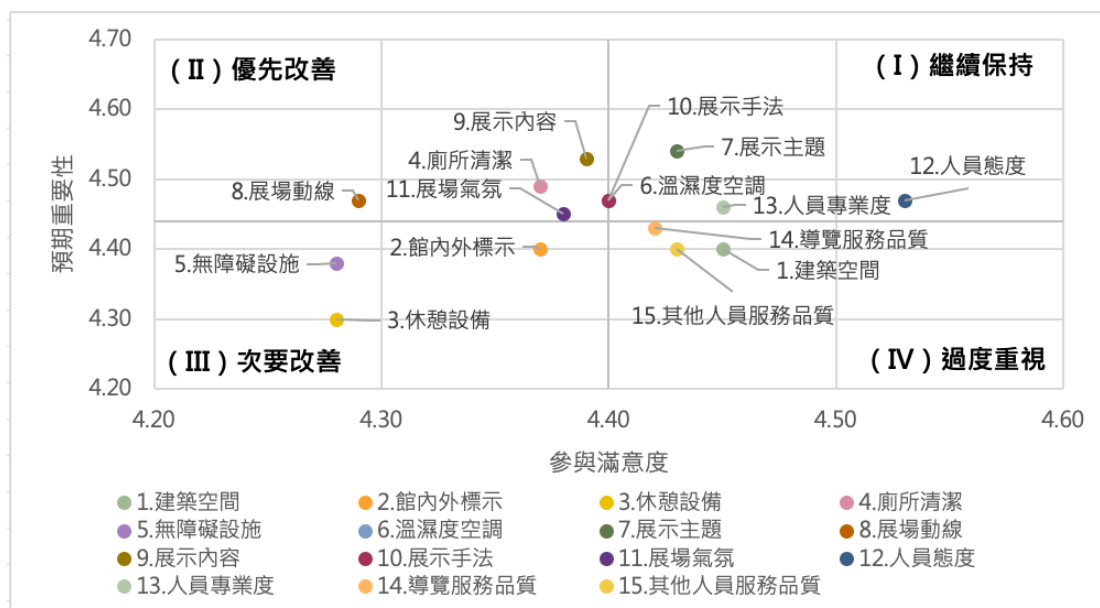
(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「溫濕度空調」、「展示手法」、「展示主題」、「展場氣氛」、「人員態度」以及「人員專業度」此六項位於第一象限（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。

「廁所清潔」、「展示內容」以及「展場動線」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。

「館內外標示」、「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」、「其他人員服務品質」及「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
111 年	6.溫濕度空調 7.展示主題 10.展示手法 11.展場氣氛 12.人員態度 13.人員專業度	4.廁所清潔 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	1.建築空間 14.導覽服務品質 15.其他人員服務品質
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

圖 27、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4.41，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示主題」、「展示內容」、「展場氣氛」以及「溫溼度空調」，平均值分別為4.52、4.49、4.49以及 4.48，重視程度較低之項目為「休憩設備」平均值為4.26。

（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4.38，其中，最滿意之項目為均為平均值4.52之「人員態度」，次之為「建築空間」與「展示主題」，平均值均為4.47與4.47，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「展場動線」，平均值4.25。

（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-0.03分，顯示整體滿意程度小於重視程度，其中，正值之項目包含「館內外標示」、「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「展場氣氛」等。

表 33、重要表現程度分析表（本館）

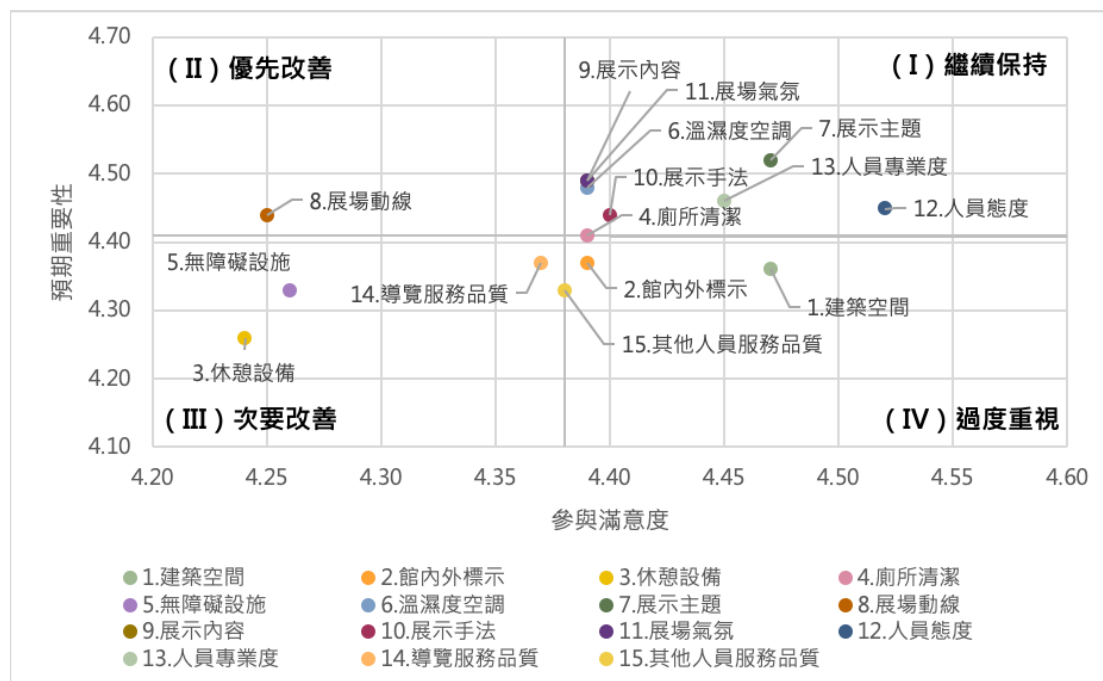
項目 \ 平均值	預期重要性 A	參與滿意度 B	重要/表現之落差 B-A	排序
總平均數（中心點）	4.41	4.38	-0.03	
1.建築空間	4.36	4.47	0.11	2▲
2.館內外標示	4.37	4.39	0.02	5▲
3.休憩設備	4.26	4.24	-0.02	8▽
4.廁所清潔	4.41	4.39	0.02	5▲
5.無障礙設施	4.33	4.26	-0.07	11▽
6.溫濕度空調	4.48	4.39	-0.09	12▽
7.展示主題	4.52	4.47	-0.05	10▽
8.展場動線	4.44	4.25	-0.19	15▽
9.展示內容	4.49	4.39	-0.10	13▽
10.展示手法	4.44	4.40	-0.04	9▽
11.展場氣氛	4.49	4.39	-0.10	13▽
12.人員態度	4.45	4.52	0.16	1▲
13.人員專業度	4.46	4.45	0.07	3▲
14.人員服務品質	4.37	4.37	0.00	7▲
15.導覽服務品質	4.33	4.38	0.05	4▲

（四）重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「廁所清潔」「溫濕度空調」「展示主題」、「展示內容」「展示手法」、「展場氣氛」、「人員態度」及「人員專業度」此八項位於第一象限（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「展場動線」此項位於第二象限（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」、「導覽服務品質」以及「其他人員服務品質」此四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」、「館內外標示」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)。



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

	14.人員服務品質			
--	-----------	--	--	--

圖 28、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4.46，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示主題」、「展示內容」、「廁所清潔」以及「展場動線」，平均值分別為4.56、4.55、4.54以及4.50，重視程度較低之項目為「休憩設備」，平均值為 4.30。

(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4.38，其中，最滿意之項目為平均值4.51之「人員態度」，其次為「建築空間」4.47、「展示主題」平均值為4.43，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「展場動線」，平均值 4.27。

(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，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」、「導覽品服務質」，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）	4.46	4.38	-0.07	
1.建築空間	4.49	4.47	-0.02	4▽
2.館內外標示	4.43	4.36	-0.07	7▽
3.休憩設備	4.30	4.29	-0.01	3▽
4.廁所清潔	4.54	4.38	-0.16	13▽
5.無障礙設施	4.40	4.28	-0.12	11▽
6.溫濕度空調	4.47	4.39	-0.08	9▽
7.展示主題	4.56	4.43	-0.13	12▽
8.展場動線	4.50	4.27	-0.23	15▽
9.展示內容	4.55	4.38	-0.17	14▽
10.展示手法	4.48	4.39	-0.09	10▽
11.展場氣氛	4.42	4.35	-0.07	7▽
12.人員態度	4.48	4.51	0.03	1▲
13.人員專業度	4.46	4.41	-0.05	6▽
14.人員服務品質	4.44	4.41	-0.03	5▽
15.導覽服務品質	4.38	4.41	0.03	1▲

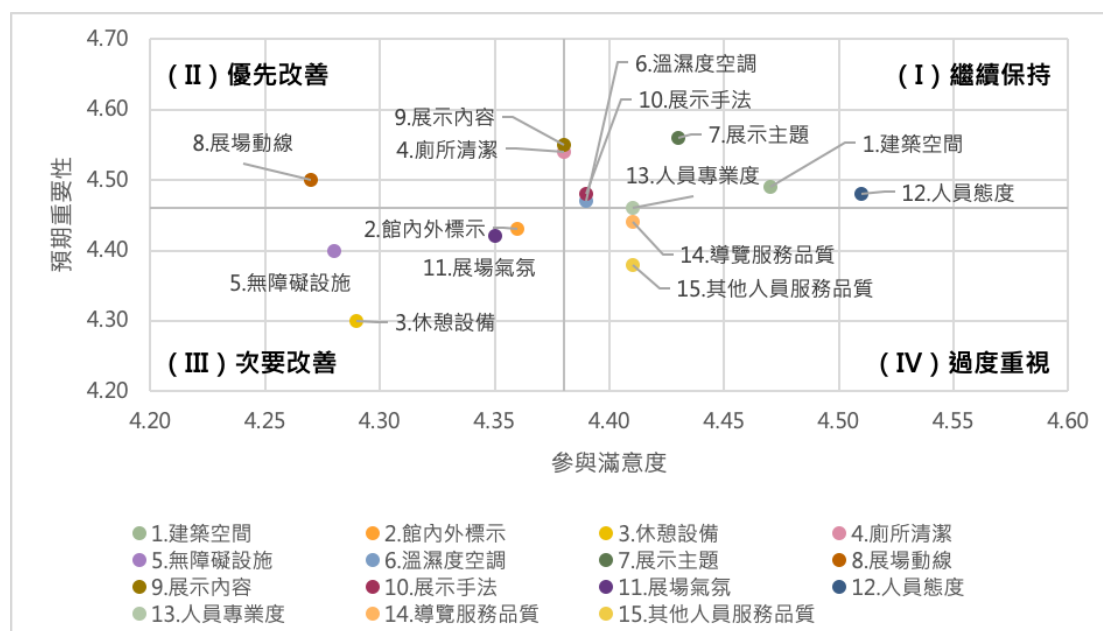
(四)重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「建築空間」、「溫濕度空調」、「展示主題」、「展示手法」、「人員態度」及「人員專業度」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」及「展示內容」此三項位於第二象限(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。

「導覽服務品質」、「其他人員服務品質」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
111 年	1.建築空間 6.溫濕度空調 7.展示主題 10.展示手法 12.人員態度 13.人員專業度	4.廁所清潔 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 11.展場氣氛	14.導覽服務品質 15.其他人員服務品質
110 年	6.溫濕度空調 7.展示主題 12.人員態度	4.廁所清潔 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	1.建築空間

	13.人員專業度 14.人員服務品質	10.展示手法	11.展場氣氛	
--	-----------------------	---------	---------	--

圖 29、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4.47，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「其他人員服務品質」、「人員專業度」、「展示內容」以及「導覽服務品質」，平均值分別為4.62、4.61、4.57以及4.55，重視程度較低之項目為「建築空間」平均值為 4.19。

(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4.42，其中，最滿意之項目為平均值4.63之「人員專業度」，次之為「導覽服務品質」平均值為4.59，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「建築空間」，平均值4.11。

(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「導覽服務品質」、「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）	4.47	4.42	-0.05	
1.建築空間	4.19	4.11	-0.08	12▽
2.館內外標示	4.34	4.20	-0.14	15▽
3.休憩設備	4.38	4.27	-0.11	13▽
4.廁所清潔	4.45	4.41	-0.04	7▽
5.無障礙設施	4.45	4.41	-0.04	7▽
6.溫濕度空調	4.45	4.50	0.05	1▲
7.展示主題	4.54	4.41	-0.13	14▽
8.展場動線	4.49	4.42	-0.07	11▽
9.展示內容	4.57	4.54	-0.03	6▽
10.展示手法	4.41	4.40	-0.01	5▽
11.展場氣氛	4.45	4.40	-0.04	7▽
12.人員態度	4.48	4.50	0.02	3▲
13.人員專業度	4.61	4.63	0.02	3▲
14.人員服務品質	4.55	4.59	0.04	2▲
15.導覽服務品質	4.62	4.57	-0.05	10▽

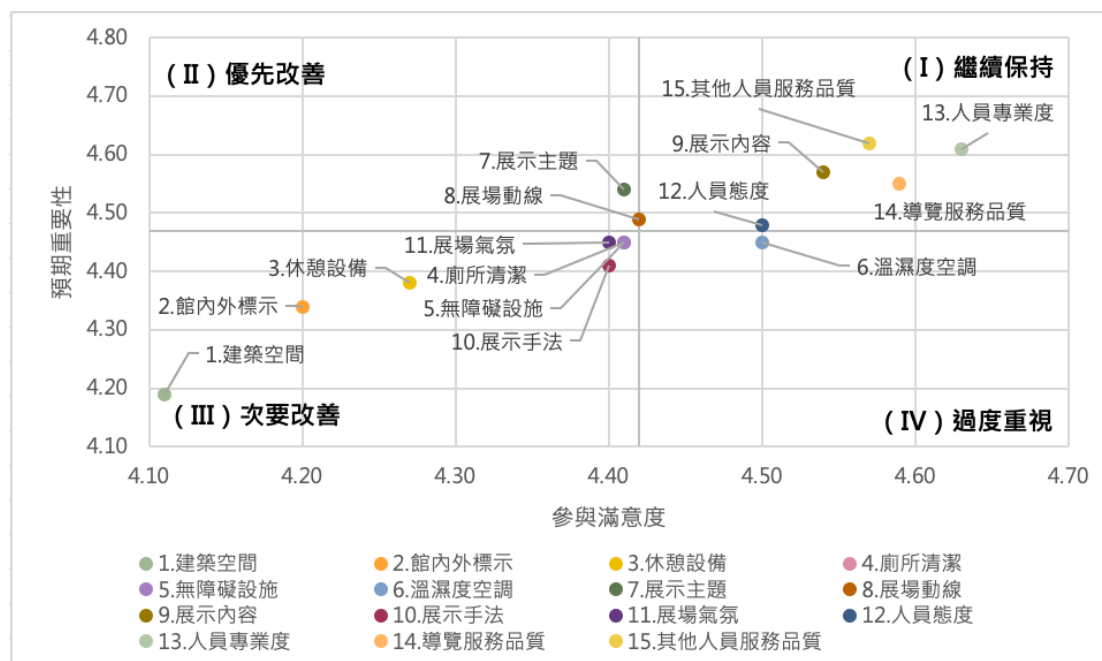
（四）重要/表現程度分析（IPA分析）

本次調查結果顯示，「展示內容」、「人員態度」、「人員專業度」、「其他人員服務品質」以及「導覽服務品質」共五項位於第一象限（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「展示主題」、「展場動線」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。

「建築空間」、「廁所清潔」、「館內外標示」、「休憩設備」、「無障礙設施」、「展示手法」與「展場氣氛」此七項位於第三象限（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「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
111 年	9.展示內容 12.人員態度 13.人員專業度 14.導覽服務品質 15.其他人員服務品質	7.展示主題 8.展場動線	1.建築空間 2.館內外標示 3.休憩設備 4.廁所清潔 5.無障礙設施 10.展示手法 11.展場氣氛	6.溫濕度空調
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

圖 30、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4.46，其中，觀眾普遍最為重視之項目依序為「展示內容」、「展示主題」以及「展示手法」、「人員態度」，平均值分別為4.55、4.54、4.49及4.47，重視程度較低之項目為「休憩設備」，平均值為 4.35。

(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4.45，其中，最滿意之項目為平均值4.57之「人員態度」，其次為「人員專業度」4.55、「建築空間」4.49，另一方面，觀眾滿意度最低之項目為「無障礙設施」，平均值均為4.34。

(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-0.01，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」、「其他人員服務品質」、「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）	4.46	4.45	-0.01	
1.建築空間	4.39	4.49	0.10	1▲
2.館內外標示	4.42	4.43	0.01	8▲
3.休憩設備	4.35	4.38	0.03	5▲
4.廁所清潔	4.55	4.39	-0.16	15▽
5.無障礙設施	4.41	4.34	-0.07	11▽
6.溫濕度空調	4.46	4.48	0.02	7▲
7.展示主題	4.54	4.46	-0.08	12▽
8.展場動線	4.46	4.38	-0.08	13▽
9.展示內容	4.55	4.44	-0.11	14▽
10.展示手法	4.49	4.46	-0.03	9▽
11.展場氣氛	4.46	4.43	-0.03	9▽
12.人員態度	4.47	4.57	0.10	1▲
13.人員專業度	4.43	4.50	0.07	3▲
14.人員服務品質	4.46	4.49	0.03	5▲
15.導覽服務品質	4.43	4.49	0.06	4▲

(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」、「導覽服務品質」、「展示手法」以及「人員態度」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「展示內容」、「展場氣氛」、「廁所清潔」、「展場動線」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」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鐵道部園區之資源許可與否，再決定是否投注資源來改善。

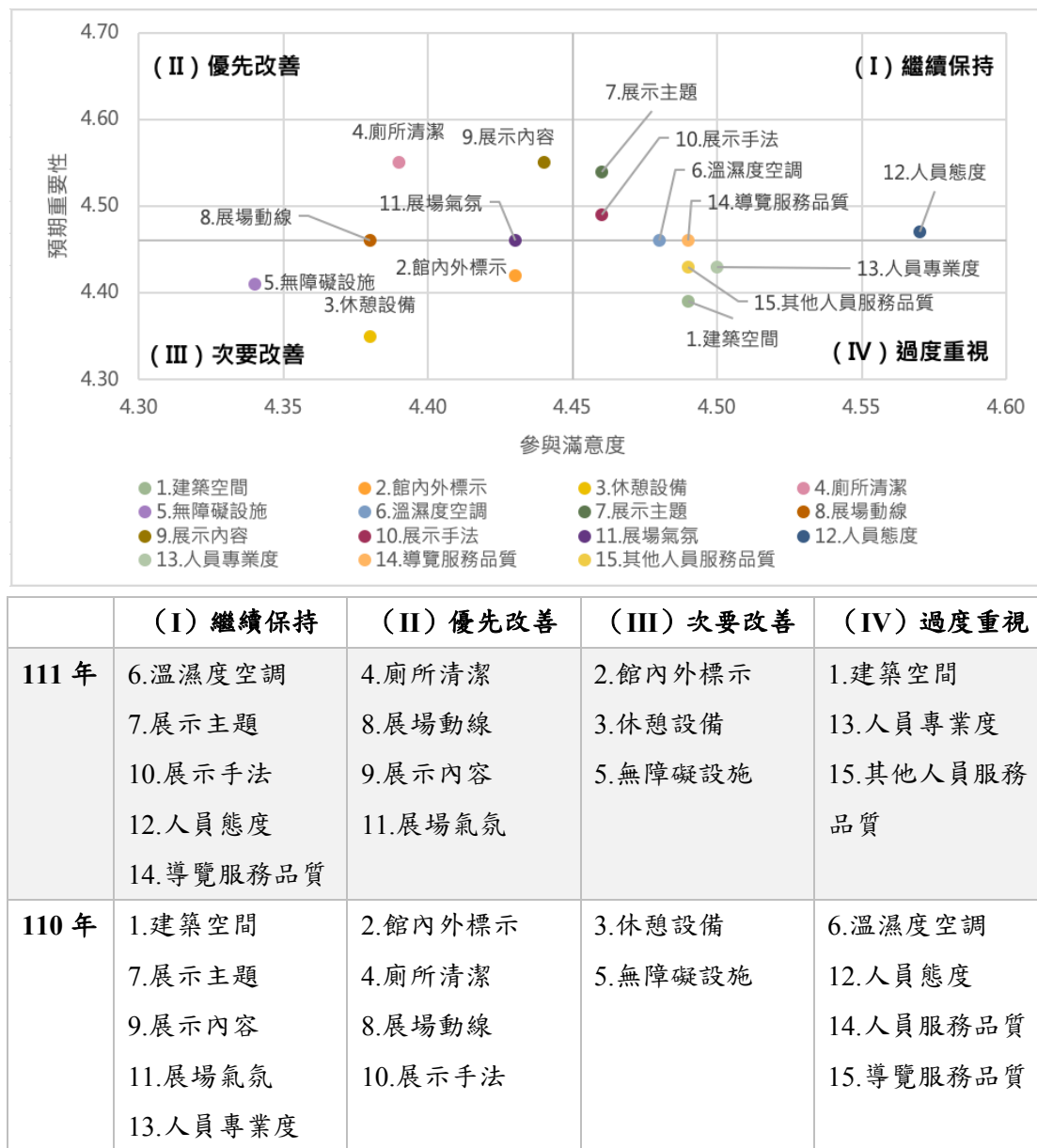


圖 31、重要表現程度矩陣圖（鐵道部）

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783份有效問卷中，臺博系統之觀眾普遍感到「非常滿意」，佔了55.56%（435人），而有39.97%（313人）認為

「滿意」，有 4.21%（33人）認為此次參觀之滿意程度為「普通」，不滿意與非常不滿意均為0.13%(1人)。

在各分館的部分，本館、古生物館、鐵道部園區觀眾超過半數皆感到「非常滿意」，分別為51.56%、51.97%及58.88%，「滿意」的則佔39.97%、42.91%及37.85%。而南門館主要為「非常滿意」76.27%，其次為「滿意」23.73%。

本次在本館有一位觀眾表示非常不滿意與鐵道部園區有一位觀眾表示不滿意，與去年調查差異不大（110 年滿意度：43.82%，非常滿意：53.06%，平均數為 4.50）。

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	435	55.56%	132	51.56%	132	51.97%	45	76.27%	126	58.88%
滿意	313	39.97%	109	42.58%	109	42.91%	14	23.73%	81	37.85%
普通	33	4.21%	14	5.47%	13	5.12%	0	0.00%	6	2.80%
不滿意	1	0.13%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.47%
非常不滿意	1	0.13%	1	0.39%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
總計	783	100%	256	100%	258	100%	63	100%	219	100%
平均數	4.50		4.45		4.47		4.76		4.55	

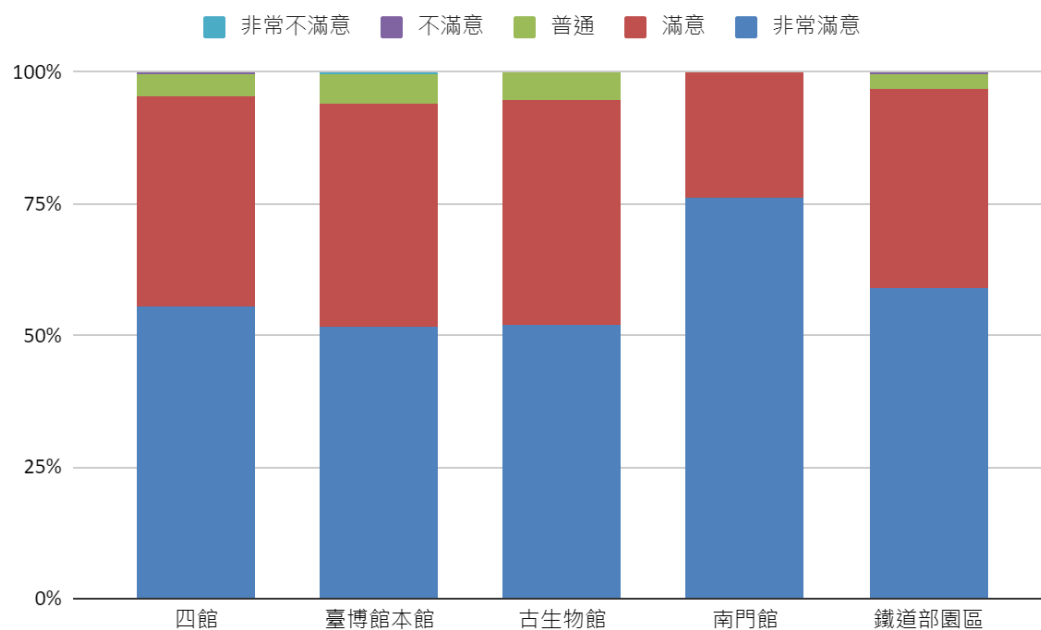


圖32、各館整體滿意度統計圖

二、觀眾之再訪與推薦意願

從本次調查研究結果可知，在776份有效問卷中，臺博系統之多數觀眾選擇「一定會再訪」，佔高達 47.68% (370人) 選擇「會再訪」為47.16%(366人)，「不確定是否再訪」佔4.77%(37人)，而「不會再訪」與「一定不會再訪」之觀眾僅占0.39% (3人)。

各分館之統計結果也呈現類似分佈比例，「會再訪」與「一定會再訪」之觀眾佔九成以上，臺博館本館96.47%、古生物館92.80%，南門館為93.22%，鐵道部園區95.75%。「不確定是否再訪」臺博館本館為3.14%、古生物館為6.80%、南門館為6.78%，鐵道部園區3.77%，而「不會再訪」與「一定不會再訪」之觀眾只占少數，臺博館本館為0.39%、古生物館為0.40%、南門館為0%，鐵道部園區 0.47%，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
一定會	370	47.68%	132	51.76%	125	50.00%	16	27.12%	97	45.75%
會	366	47.16%	114	44.71%	107	42.80%	39	66.10%	106	50.00%
不確定	37	4.77%	8	3.14%	17	6.80%	4	6.78%	8	3.77%
不會	1	0.13%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.47%
一定不會	2	0.26%	1	0.39%	1	0.40%	0	0.00%	0	0.00%
總計	776	100%	255	100%	250	100%	59	100%	212	100%

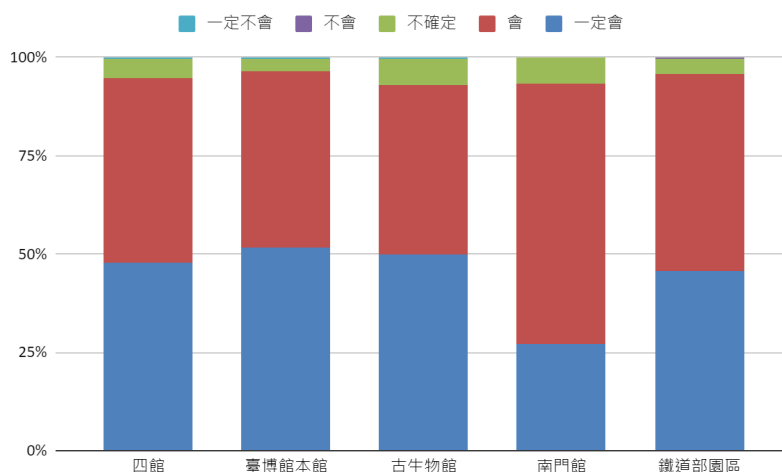


圖33、觀眾再訪意願統計圖

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767份有效問卷中，有八成（80.45%）的觀眾有意願。不確定意見之觀眾佔比為17.86%(137人)，而無推薦意願觀眾佔比為1.69%（13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79.68%、古生物館為77.64%、南門館為84.48%、鐵道部園區為83.49%）。其中，以南門館之推薦意願最高。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下降了，分別下降8.90%、9.03%及4.53%（110年臺博館本館：88.58%；古生物館：86.67%；鐵道部園區：88.02%），以古生物館有最大的下降幅度。南門館則略為提高2.22%（110年南門館82.26%），推測原因為今年將選項從願意與不願意改為五分法，因此造成此現象。

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
一定會	259	33.77%	87	34.66%	100	40.65%	13	22.41%	59	27.83%
會	358	46.68%	113	45.02%	91	36.99%	36	62.07%	118	55.66%
不確定	137	17.86%	48	19.12%	49	19.92%	8	13.79%	32	15.09%
不會	12	1.56%	2	0.80%	6	2.44%	1	1.72%	3	1.42%
一定不會	1	0.13%	1	0.40%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
總計	767	100%	251	100%	246	100%	58	100%	212	100%

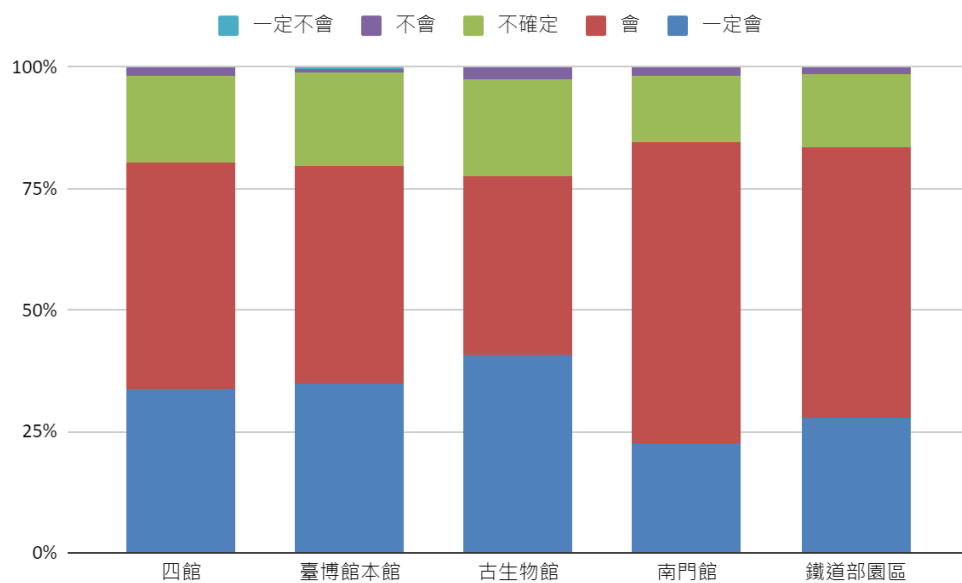


圖 34、推薦意願統計圖

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有些許差異，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，女性整體滿意度超過九成(91.75%)，男性則不足九成(89.22%)。不同性別在各項服務的滿意度排序不盡相同。「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92.17%及92.41%，男性第二滿意為「整體硬體設施（設備）」（88.42%），女性則是「整體展覽」（91.61%）。男性滿意度排名最後則是「整體展覽」90.04%，女性最後一名則是「整體硬體設施（設備）」（91.24%）。此部分與去年調查相比，今年男性最次滿意項目與最後滿意項目序列呈相反狀況(110年男性第二滿意為「整體展覽」，第三為「整體硬體設施（設備）」)。

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）	88.42%	2	91.24%	3
整體展覽	87.09%	3	91.61%	2
整體人員及服務	92.17%	1	92.41%	1
總平均	89.22%		91.75%	

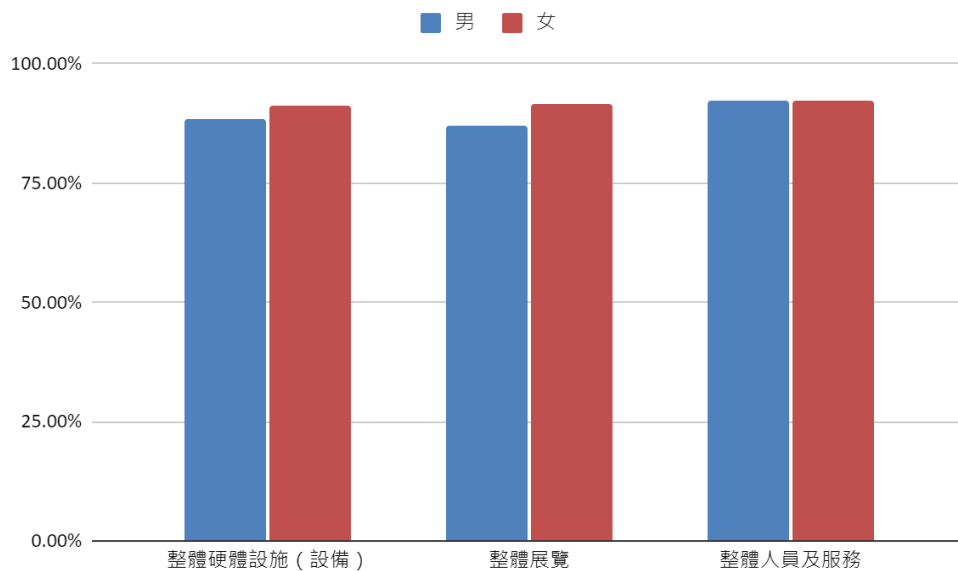


圖34、性別與各項服務滿意度分析圖

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」93.10%，其次為「館內外標示」91.29%，第三則是「溫濕度空調」90.68%。女性觀眾最滿意的則是「建築空間」96.04%，其次為「館內外標示」92.24%，第三為「溫溼度空調」92.09%。

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	93.10%	1	96.04%	1
館內外標示	91.29%	2	92.24%	2
休憩設備	85.44%	5	88.17%	6
廁所清潔	88.24%	4	90.59%	4
無障礙設施	81.78%	6	88.30%	5
溫濕度空調	90.68%	3	92.09%	3
總平均	88.42%		91.24%	

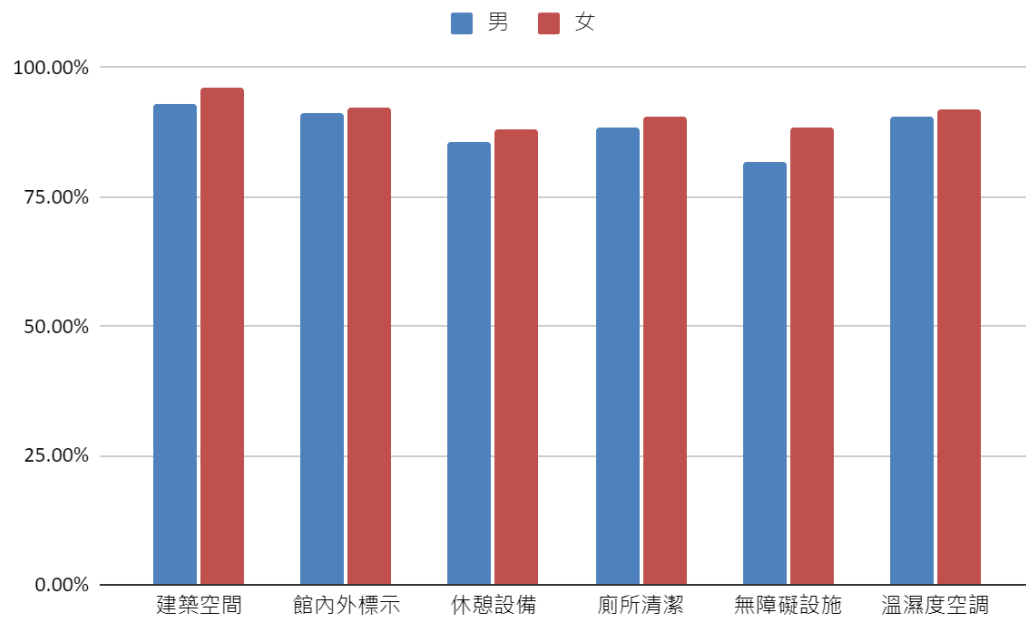


圖35、性別與硬體設施滿意度分析圖

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「展示主題」89.59%，其次為「展場氣氛」89.07%、「展示內容」91.47%；女性觀眾最滿意的則是「展示手法」94.56%，其次為「展示內容」92.33%、「展示內容」92.33%。而與去年相同，男女觀眾皆最不滿意的則是「展場動線」(男：80.39%；女：86.77%)。

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	89.59%	1	94.56%	1
展場動線	80.39%	5	86.77%	5
展示內容	88.25%	3	92.33%	3
展示手法	88.14%	4	92.74%	2
展場氣氛	89.07%	2	91.67%	4

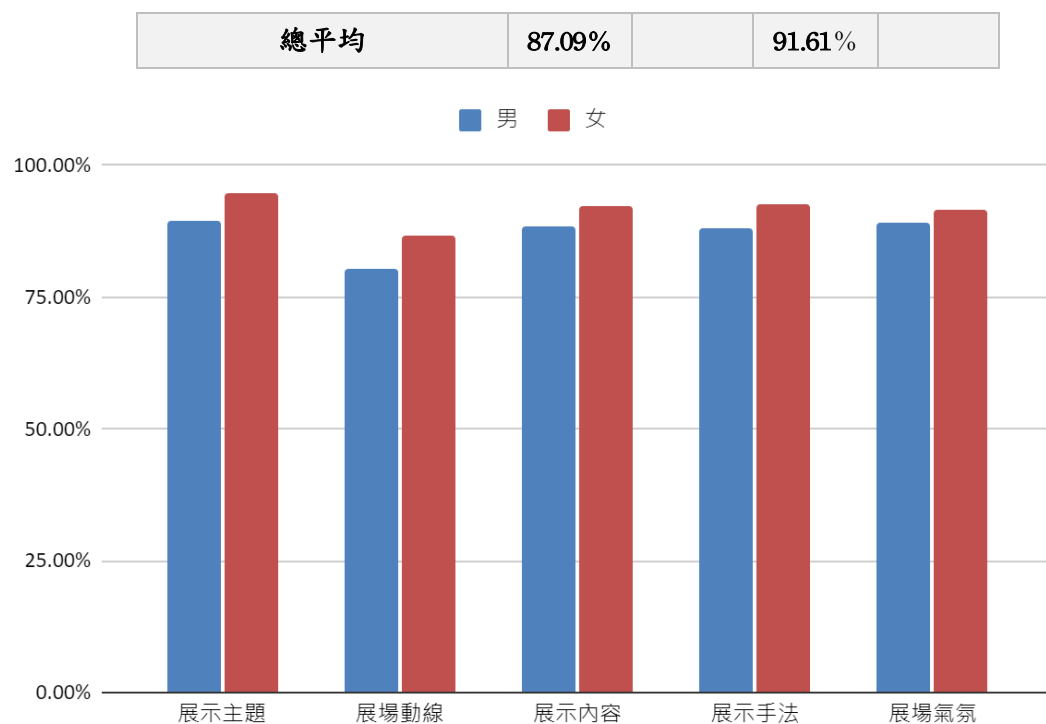


圖36、性別與展覽滿意度分析圖

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類似。男性觀眾最滿意的為「人員態度」93.85%，其次為「人員專業度」92.23%，第三則是「其他人員服務品質」92.42%，第四為「導覽服務品質」92.19%。女性觀眾最滿意的亦是「人員態度」95.71%，其次為「其他人員服務品質」92.68%，第三為「人員專業度」91.10%，第四則是「導覽服務品質」90.14%。

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	93.85%	1	95.71%	1
人員專業度	92.23%	2	91.10%	3
人員服務品質	91.11%	4	90.14%	4
導覽服務品質	91.49%	3	92.68%	2

總平均	92.17%		92.41%	
-----	--------	--	--------	--

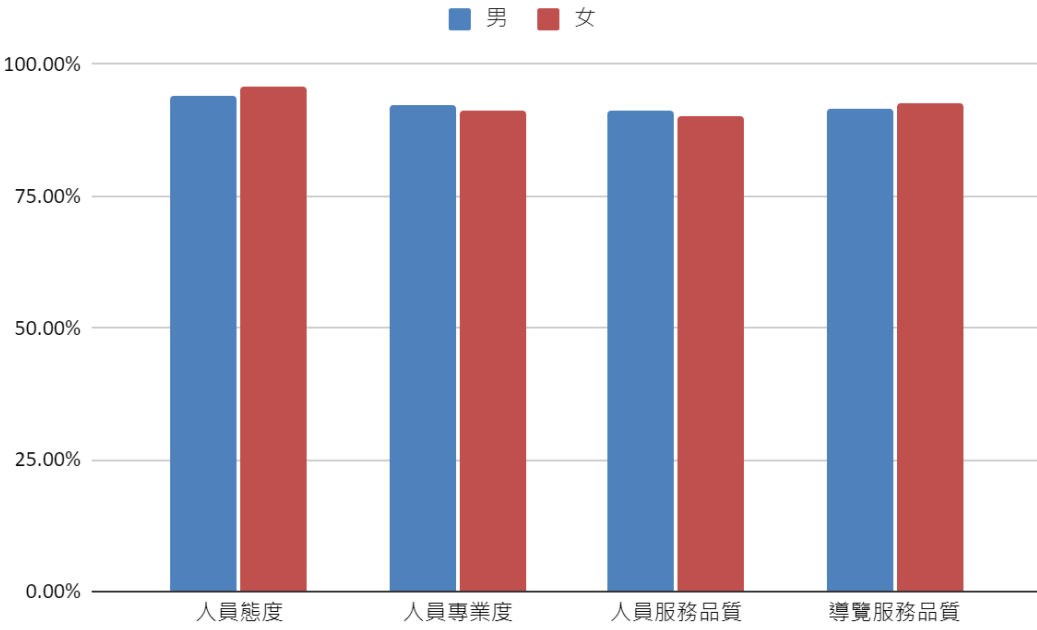


圖38、性別與人員服務滿意度分析圖

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，同時又以青年人口以及青壯年人口為主。臺博系統以年齡層 20-39 歲之區間居多，共佔了63.25%（506人），其次為佔了22.13%（177人）之「40-49 歲」的年齡區間，而以「65歲以上」之觀眾最少，僅占0.88%（7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，而高齡觀眾在今年反而減少，研究員調查過程中發現幼年即老年人口通常會將問卷給予同行親人填答，可能為老年人口減少之原因。

除了針對現有主要核心觀眾（青年女性觀眾）設計展覽內容、教育推廣活動等服務外，亦須考慮在後疫情時代，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，男性觀眾對於滿意度有些微低於女性觀眾，應特別注意不同性別之觀眾對於臺博館系統所提供之硬體、展覽與服務之表現，建議明年針對改進且繼續觀察。

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49.26%（399人），其次為學生族群，佔17.90%（145人）。表示臺博系統除了社會人士外，還有約二成之觀眾為學生。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，活用年輕族群會使用之軟體與各式活動宣傳聯絡網，如各公司之福委會、各校之老師、助教、IG、Facebook粉專等，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「20008 元-未滿4 萬元」之族群，共佔了27.51%（219人）。在觀眾收入的部分，顯示臺博系統之觀眾收入為中階層。可考慮此族群之需求，開發免付費之互動活動與導覽課程。

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77.74%（618人），較去年更多，應是受地緣關係影響，民眾多為就近參觀，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44.66%（351人），次要為「運動休閒」，佔21.37%，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33.80%，次之為佔23.34%之「IG」，建議臺博館系統也可多使用IG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年輕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，在觀眾參觀所有臺博系統的次數可知，非經常性觀眾佔多數90.04%（723人），經常性觀眾為9.96%（80人）。與去年調查資料相比，曾經臺博系統經常性觀眾略增。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74.62%（582人），經常性觀眾為25.38%（198人）。與去年調查結果相比，經常性觀眾略增，應繼續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與鐵道館之比例較低。另一方面，參觀南門館之觀眾，參觀臺博館本館以及古生物館之比例有提升。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稍微降低。而未參觀其他展館的原因中以「時間不夠」43.88%（427人）及「不知道有其他展館」11.82%（115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，並在售票處以外的地方多宣傳其他館。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42.62%（416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」（42.62%，416人）及「臺博館官方網站」（20.80%，203人）及「臺博館IG」（8.50%，83人），與去年相比，新增「臺博館IG」此項目，且受一定數量之觀眾青睞，顯示現在的宣傳管道，數位平台佔很大部分。

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」（46.34%，519人）、「帶小孩參觀」（28.30%，317人）、「路過附近，順道參觀」（10.63%，119人）。而觀眾前來參觀臺博系統的原因，分別為「對展覽有興趣」（47.00%，603人），次之依序為「帶小孩參觀」（22.37%，287人）以及「路過附近，順道參觀」（10.29%，132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「歷史類博物館」（17.64%，521人）、「綜合型博物館」（16.76%，495人）及「自然（史）博物館」（14.90%，440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，約七成五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二成五左右，主要消費項目為「紀念品」（73.87%，82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92.29%，次之為「整體硬體設施（設備）」，為90.06%，而「整體展覽」位居第三，為89.71%。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，「整體展覽」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，整體與四館除了鐵道部園區外，個別滿意度均有小幅下降，可針對各館狀況改善問題，並關注南門館可改善的方向。

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 4.44 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 4.40 分，表示觀眾認為臺博系統服務還能進步。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 4.54 分），最滿意之項目為「人員態度」（平均值 4.53 分）。

本次調查結果顯示，「溫濕度空調」、「展示手法」、「展示主題」、「展場氣氛」、「人員態度」以及「人員專業度」此六項位於第一象限（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「廁所清潔」、「展示內容」以及「展場動線」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」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」、「其他人員服務品質」及「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）。

關於位於第二象限優先改善的項目「展場動線」以及「展示內容」，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，並對動線部分加以規劃，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、觀眾性別項目

基於多元議題近年受到重視，研究員在發放問卷中也時常遇到跨性別觀眾，建議明年報告在性別選項中加入跨性別之項目，以利更細區分來參觀之觀眾性別。

2、增加觀眾居住地區選項

今年因疫情解封逐漸實現，各館增加許多外國旅客，建議將居住地區之選項新增國外、中港澳等選項，以利應對國外觀眾增加之狀況。

3、增加問卷語言版本

延續第二點建議之狀況，研究員在館內時常有外國觀眾有意願填答問卷，參與建議臺博館，卻因語言版本問題無法表達想法，留有遺憾，建議各館可新增英語版本，因鐵道部園區展覽主題之特性，時常吸引日本遊客，可特別針對鐵道部園區新增日文版本。

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。

111 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.1.1. 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.2. 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.3. 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 ☐ (3) 南門館 ☐ (4) 鐵道部園區

A.4. 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.5. 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) 臺博館 Blog
☐ (4) 臺博館 IG ☐ (5) 親友介紹 ☐ (6) 捷運站宣傳看板
☐ (7) 電視/廣播 ☐ (8) 雜誌/新聞報導 ☐ (9) APP 程式，名稱為：_____
☐ (9) 文化快遞月刊、摺頁 ☐ (10) 其他 _____

A.6. 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.7.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.8.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.9.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，金額為 _____ 元(續答 A.10)
☐ (2)沒有，只有參觀商店但沒有消費(跳答 B.1)
☐ (3)沒有，無參觀園區內任何商店(跳答 B.1)

A.10 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)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	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.2.館內外標示	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.3.休憩設備	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.4.廁所	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.5.周邊環境	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.6.無障礙設施	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
1.7 溫溼度空調	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
B.1.2.整體展覽			
2.1.展示主題	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
2.2.動線	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
2.3.內容	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
2.4.展示手法	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

2.5.展場氣氛	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
B.1.3.整體人員及服務			
3.1.人員態度	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
3.2.人員專業度	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
3.3.導覽服務品質	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
3.4.其他人員服務品質	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
3.5.人員形象	☐	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1
B.1.4.整體		☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1	☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 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)碩士及以上

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 25,250 元(基本工資)

☐ (3) 25,250 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.居住縣市：

☐ (1)基隆市 ☐ (2)台北市 ☐ (3)新北市 ☐ (4)桃園市 ☐ (5)新竹市 ☐ (6)新竹縣

☐ (7)苗栗縣 ☐ (8)台中市 ☐ (9)彰化縣 ☐ (10)南投縣 ☐ (11)嘉義市 ☐ (12)嘉義縣

☐ (13)台南市 ☐ (14)高雄市 ☐ (15)屏東縣 ☐ (16)台東縣 ☐ (17)花蓮縣 ☐ (18)宜蘭縣

☐ (19)雲林縣 ☐ (20)澎湖縣 ☐ (21)金門縣 ☐ (22)連江縣

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) IG

☐ (7) 其他社群網站

☐ (8) 其他網路媒體_____

☐ (8) 其他_____

～～ 本問卷到此結束，謝謝您的配合回答！ ～～