新北市政府文化局所屬館舍

問卷調查報告—

新北市立鶯歌陶瓷博物館

新北市政府文化局 助理研究員：李慶華

中　華　民　國　104　年 3 月

凡例

1. 本調查資料採用電子計算機處理，因四捨五入關係，故總計數與各細項和之尾數，容或有未能相符。

2. 本報告所用各種符號之代表意義如下：

   「-」表示該交叉格無資料

   「0.0」表示百分比小於0.05。

3. P-value為判斷兩變項間是否有顯著相關的機率值，「*」表示卡方檢定之P-value<0.05，表示兩變項間有顯著相關；「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%，分析結果僅供參考。

目　　次

調查摘要 1

壹、調查背景與目的 5

一、調查緣起 5

二、調查目的 7

貳、調查設計與方法 8

一、調查對象 8

二、調查地點 8

三、調查時間 8

四、調查方法 8

五、抽樣設計 9

六、資料輸入與檢核 11

七、資料分析方式及檢定 12

叁、文獻探討與研究假設 13

一、目的地意象(Destination Image) 13

二、服務品質(Service Quality) 15

三、知覺價值(Perceived Value) 17

四、行為意圖(Behavioral Intentions) 18

肆、研究方法 19
研究架構與假設 19
伍、樣本結構 22
一、受訪者性別分佈 22
二、受訪者年齡分佈 23
三、受訪者職業分佈 24
四、受訪者居住地點分佈 25
陸、結構方程模式分析與結果 26
一、常態性檢定 26
二、驗證性因素分析 27
三、結構模型分析 28
（一）階段 1：檢驗違犯估計 28
（二）階段 2：整體模型配適指標評鑑 28
（三）階段 3：模型參數估計檢驗 30
（四）階段 4：假設檢定 32
（五）階段 5：影響效果分析 36
柒、交叉分析與結果 38
一、民眾此次前來本館的「最主要」原因 39

二、民眾以什麼方式前來參觀本館 41
三、民眾由下列管道得知本館的相關訊息 43
四、民眾對本館的認知 45
（一）民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產 45
（二）民眾同意本館具有地方產業、文化特色 47
（三）民眾同意本館地方知名度高 49
(四)民眾同意本館整體旅遊氣氛良好 51
（五）民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀 53
（六）民眾同意免門票入館具有吸引力 55
五、民眾對本館服務品質的滿意度 57
（一）指標導引的滿意度 57
（二）導覽地圖、摺頁的滿意度 59
（三）盥洗設備的滿意度 61
（四）無障礙設施的滿意度 63
（五）環境空間整潔的滿意度 65
（六）休憩空間規劃的滿意度 67
（七）展示/展覽內容的滿意度 69
（八）解說導覽服務的滿意度 71

（九）商品禮品服務提供的滿意度 73
（十）餐飲服務提供的滿意度 75
（十一）整體工作人員服務態度的滿意度 77
（十二）付費體驗活動的滿意度 79
（十三）免費體驗活動的滿意度 81
（十四）影片放映內容的滿意度 83
（十五）影片放映品質的滿意度 85
六、民眾對本館的遊後行為意圖 87
（一）民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的 87
（二）民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的 89
（三）民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得的 91
（四）整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意 93
（五）以後會再次造訪本館 95
（六）會推薦本館給親友 97
（七）會幫本館作宣傳 99
捌、結論 101
玖、建議 112

參考文獻 116

附錄一、交叉表 121

附表 6-1 觀光意象構面的常態性檢驗表 123

附表 6-2 旅遊品質構面的常態性檢驗表 124

附表 6-3 知覺價值構面的常態性檢驗表 125

附表 6-4 遊後行為意圖構面的常態性檢驗表 125

附表 6-5 目的地意象構面的驗證性因素分析表 126

附表 6-6 旅遊品質構面的驗證性因素分析表 127

附表 6-7 知覺價值構面的驗證性因素分析表 128

附表 6-8 遊後行為意圖構面的驗證性因素分析表 128

附表 6-9 測量模型之驗證性分析表 129

附表 6-10 整體模型參數估計表 130

附表 6-11 整體模型配適度指標檢核表 131

附表 6-12 修正後整體模型配適度指標檢核表 132

附表 6-13 修正後整體模型參數估計表 133

附表 7-1 民眾此次前來本館的「最主要」原因 134

附表 7-2 民眾以什麼方式前來參觀本館 135

附表 7-3 民眾由下列管道得知本館的相關訊息 136

附表 7-4-1 民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產 137
附表 7-4-2 民眾同意本館具有地方產業、文化特色 138
附表 7-4-3 民眾同意本館地方知名度高 139
附表 7-4-4 民眾同意本館整體旅遊氣氛良好 140
附表 7-4-5 民眾同意本館適合家庭旅遊參觀 141
附表 7-4-6 民眾同意免門票入館具有吸引力 142
附表 7-5-1 指標導引的滿意度 143
附表 7-5-2 導覽地圖、摺頁的滿意度 144
附表 7-5-3 盥洗設備的滿意度 145
附表 7-5-4 無障礙設施的滿意度 146
附表 7-5-5 環境空間整潔的滿意度 147
附表 7-5-6 休憩空間規劃的滿意度 148
附表 7-5-7 展示/展覽內容的滿意度 149
附表 7-5-8 解說導覽服務的滿意度 150
附表 7-5-9 商品禮品服務提供的滿意度 151
附表 7-5-10 餐飲服務提供的滿意度 152
附表 7-5-11 整體工作人員服務態度的滿意度 153
附表 7-5-12 付費體驗活動的滿意度 154

附表 7-5-13 免費體驗活動的滿意度 155
附表 7-5-14 影片放映內容的滿意度 156
附表 7-5-15 影片放映品質的滿意度 157
附表 7-6-1 民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的 158
附表 7-6-2 民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的 159
附表 7-6-3 民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得 160
附表 7-6-4 整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意 161
附表 7-6-5 以後會再次造訪本館 162
附表 7-6-6 會推薦本館給親友 163
附表 7-6-7 會幫本館作宣傳 164
附錄二、建議事項 165
附錄三、問卷題目 205
版權頁 211

【表目錄】

表 2-1 樣本配置表 9
表 3-1 目的地意象構面之子構面與衡量題項 14
表 3-2 服務品質構面之子構面與衡量題項 16
表 3-3 知覺價值構面之衡量題項 17

表 3-4 遊後行為意圖構面之衡量題項 18

表 5-1 受訪者性別分佈 22

表 5-2 受訪者年齡分佈 23

表 5-3 受訪者職業分佈 24

表 5-4 受訪者居住地點分佈 25

表 6-1 路徑關係檢定表 33

表 6-2 整體模型影響效果表 36

【圖目錄】

圖 2-1 執行面訪調查流程圖 10

圖 4-1 目的地意象、旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖關係模式圖 21

圖 5-1 受訪者性別分佈 22

圖 5-2 受訪者年齡分佈 23

圖 5-3 受訪者職業分佈 24

圖 5-4 受訪者居住地點分佈 25

圖 6-1 修正後目的地意象、旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖關係模式 30

圖 6-2 整體模型配適圖 33

圖 7-1 民眾此次前來本館的「最主要」原因 39

圖 7-2 民眾以什麼方式前來參觀本館 41

圖 7-3 民眾由下列管道得知本館的相關訊息 43

圖 7-4-1 民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產 45

圖 7-4-2 民眾同意本館具有地方產業、文化特色 47

圖 7-4-3 民眾同意本館地方知名度高 49

圖 7-4-4 民眾同意本館整體旅遊氣氛良好 51

圖 7-4-5 民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀 53

圖 7-4-6 民眾同意免門票入館具有吸引力 55

圖 7-5-1 指標導引的滿意度 57

圖 7-5-2 導覽地圖、摺頁的滿意度 59

圖 7-5-3 盥洗設備的滿意度 61

圖 7-5-4 無障礙設施的滿意度 63

圖 7-5-5 環境空間整潔的滿意度 65

圖 7-5-6 休憩空間規劃的滿意度 67

圖 7-5-7 展示/展覽內容的滿意度 69

圖 7-5-8 解說導覽服務的滿意度 71

圖 7-5-9 商品禮品服務提供的滿意度 73

圖 7-5-10 餐飲服務提供的滿意度 75

圖 7-5-11 整體工作人員服務態度的滿意度 77

圖 7-5-12 付費體驗活動的滿意度 79

圖 7-5-13 免費體驗活動的滿意度 81

圖 7-5-14 影片放映內容的滿意度 83

圖 7-5-15 影片放映品質的滿意度 85

圖 7-6-1 民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的 87

圖 7-6-2 民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的 89

圖 7-6-3 民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得的 91

圖 7-6-4 整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意 93

圖 7-6-5 以後會再次造訪本館 95

圖 7-6-6 會推薦本館給親友 97

圖 7-6-7 會幫本館作宣傳 99

圖 8-1「旅遊品質」平均數排序 105

調查摘要

本研究旨在瞭解遊客對新北市立鶯歌陶瓷博物館的目的地意象，及其與服務品質、知覺價值、遊後行為意圖(忠誠度)之關係。本次調查施行時間為 103 年 5 月 5 日至 8 月 31 日，共計回收 1700 份有效問卷，在 95%的信心水準下，抽樣誤差為正負 2.37%。使用描述性統計、結構方程模式及交叉分析等方法分析資料，藉以了解民眾對「新北市立鶯歌陶瓷博物館」的觀感與意見，並作為未來經營管理之參考。

本次受訪者的性別，以女性 951 人居多，占 55.9%，男性 743 人，占 43.7%。受訪者年齡分佈集中在 20-59 歲，比率近八成（77.4%），其中以 20-39 歲的民眾比率最高（53.8%），其次為 40-59 歲（23.6%）。受訪者參職業的分佈，以學生比例最高（39.6%）。受訪者居住地點分佈，以居住其他地區比率最高，逾四成四（44.2%），而新北市居次（37.4%）。

本問卷調查包含 4 大構面 27 題問項，其中「目的地意象」有 6 個問項，「旅遊品質」有 15 個問項，「知覺價值」有 3 個問項，「遊後行為意圖」有 3 個問項。測量尺度係採李克特(Likert scale)七點評量尺度，從「非常不同意/不滿意(一分)至非常同意/滿意(七分)」進行評量。總平均分數為 6.276，最高者為「免門票入館具有吸引力」，平均分數為 6.565；其次為「環境空間整潔的滿意度」，平均分數為 6.482。最低者為「餐飲服務提供的滿

意度」，平均分數為5.989。

調查顯示，民眾得知本館相關訊息之管道以「親友介紹」比例最高（每百人為39.7人），意即遊客遊後行為意圖中的推薦意願實具影響力。而對於遊客遊後行為意圖的忠誠度而言，影響最大的因素則是目的地意象。目的地意象對遊後行為意圖忠誠度的影響，主要來自遊客對旅遊目的地的主觀感受，包括:自然/歷史/文化特色、地方知名度、整體旅遊氣氛、增進家庭關係、旅遊行程的促銷及花費等。此外，遊客對目的地意象認知中，以地方特色意象(因素負荷量：0.836)為最重要因素，結果顯示，若要提升遊客對目的地意象認知，則須重視地方特色意象為主要的關鍵因素。

在旅遊品質構面，在遊客對旅遊品質滿意度的認知中，整體環境(因素負荷量：0.837)與內容品質(因素負荷量：0.837)為使遊客對品質感到滿意的關鍵因素。因此，若要提升遊客對旅遊品質的滿意度，則整體環境與內容品質為重要影響因素。遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響知覺價值與遊後行為意圖。旅遊品質對遊後行為意圖有正向的直接影響效果，其效果值為0.135，但是旅遊品質透過知覺價值對遊後行為意圖的間接影響效果則有0.218。表示遊客對本館的旅遊品質透過所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度(再遊意願、推薦意願、宣傳意願)越高。「知覺價值」為遊客根據自身從某件商品或服務所得到的利益與其所犧牲的金錢、時間和精力做評估比較後，所得到的相對性感受。意即，同樣的服務品質，

會因為不同的金錢、時間和精力付出，而有不同的「知覺價值」感受。遊客對該館旅遊品質中的「餐飲服務提供的滿意度」給分最低，建議該館可單獨針對「餐飲服務品質」進行評估，瞭解遊客不滿意的原因，進行檢討與改進，以提升「餐飲服務品質」的滿意度。

在遊客的知覺價值認知中，體力精神價值(因素負荷量：0.925)為使遊客能知覺到價值感的關鍵因素，其次為時間價值(因素負荷量：0.906)。因為本館為免費入館，所以遊客對金錢花費的敏感性較低。遊客重視的是前來本館所付出的體力精神和時間，是否獲得相對應的價值感受，意即不虛此行的價值感受。此外，遊客的知覺價值會正向影響遊後行為意圖。知覺價值對遊後行為意圖的路徑係數為 0.524，表示若遊客對本館所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

總結來說，目的地意象透過旅遊品質與知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為 0.534。其次，旅遊品質透過知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為 0.353。此外，知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接影響效果，其效果值為 0.524。由以上的效果分析中可發現，對於遊客遊後行為意圖的忠誠度而言，影響最大的因素是目的地意象(總效果 0.534)，其次是知覺價值(總效果 0.524)。因此，可以藉由了解遊客的期望，來提升旅遊目的地的觀光意象，並進而發展出行銷策略去與其他的旅遊景點做競爭。

壹、調查背景與目的

一、調查緣起

目的地行銷(Destination Marketing)為一嶄新的概念，希冀藉由目的地(Destination)中各相關子產業獨自運作，各自規劃行銷策略的情形，轉變為整合性、總體性的行銷推廣(Buhalis,2000)。目的地行銷的概念旨在藉由良好的的目的地意象，影響遊前決策選擇與選擇過程(pre-decision and decision processes)，進而影響遊後評估(post-purchase evaluation)、以及未來決策(future decision-marking) (Rittichainuwat, Qu, & Brown, 2001)。許多研究顯示，「目的地意象」不只影響遊前選擇旅遊目的地的過程，同時也會影響遊後的主觀感受，包括對旅遊品質的滿意度，對實際體驗後的知覺感受及遊後的行為意圖 (Bigne, Sanchez, & Sanchez, 2001; Lee et al., 2005; Mansfeld, 1992)。而「目的地意象」(Destination Image)是指對某一目的地持久的觀感、信念或態度。意即，當提及某個國家、城市或地區時，能夠讓人立即聯想到當地的自然、歷史、文化特色、地方知名度、整體旅遊氣氛等(Beerli & Martin, 2004; Hanqin & Lam, 1999; Josiam & Frazier, 2008; Rittichainuwat, Qu, & Brown, 2001)。舉例而言，若提起西班牙的工業城「畢爾包」，就會讓人想到「畢爾包古根漢美術館」(Guggenheim Museum Bilbao)。「畢爾包古根漢美術館」不僅是一個觀光的聖地，也是一座文化的地標，為該城市旅遊

文化最重要的景點[1]。

此外，遊憩中遊客對服務品質的滿意度也是觀光旅遊業成功與否的重要因素。顧客實際體驗產品或服務後所顯現的「行為意圖」(Behavioral Intentions)，則可以做為衡量「顧客忠誠度」(Customer Loyalty)的指標（Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996)。研究顯示與服務品質有關的顧客滿意度和顧客再購意願的忠誠度呈顯著正相關(Anderson & Sullivan 1993; Cronin & Taylor 1992; Woodside, Frey, & Daly 1989)。其他研究也發現顧客知覺服務品質的滿意度會影響包括再購意願、推薦意願及宣傳意願的購後行為意圖(Bloemer, de Ruyter, & Wetzels, 1999)。

[1] 畢爾包古根漢美術館(Guggenheim Museum Bilbao)位於西班牙的巴斯克自治區畢爾包(Bilbao, Basque Country)的奈维恩河畔(Nervion River)。1991 年間經過國際公開競圖之後，建築師法蘭克・蓋瑞(Frank Gehry)成功贏得了設計的委託。美術館自 1993 年起歷經四年施工，最後於 1997 年 10 月對外開放。蓋瑞的作品在中庭延續紐約所羅門古根漢美術館的圓形大庭設計，建築外圍則使用約 33,000 片鈦片，使美術館在不同天氣和光線下呈現色彩變化。獲得已故建築大師菲利普・強森譽為「這世代最偉大的建築」。(取自: http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%AF%95%E5%B0%94%E5%B7%B4%E9%84%82%E5%8F%A4%E6%A0%B9%E6%B5%B7%E5%A7%86%E7%BE%8E%E6%9C%AF%E9%A6%86)

二、調查目的

新北市立鶯歌陶瓷博物館為全國首座陶瓷專業博物館，2000 年 11 月 26 日開館營運。以臺灣二百年來燒窯技術及常民文化建構臺灣陶瓷文化的主體性和展示內容。更以教育服務為導向，結合資訊科技，塑造各種情境；讓陶博館成為知性、感性、可親、可遊的博物館[2]。本研究主要在探討遊客對「新北市立鶯歌陶瓷博物館」的目的地意象，是否影響其對旅遊品質及知覺價值的評估，並進一步影響其遊後行為意圖，包括重遊意願、推薦意願及宣傳意願等忠誠度。此外，探討遊客前來參觀本館的最主要原因、前來旅遊的方式、知悉本館訊息的管道、對本館的目的地意象、服務品質滿意度、遊後行為意圖之整體評價及回饋意見等，並從不同人口變項進行交叉分析。

[2]新北市立鶯歌陶瓷博物館(2015)。取自:
http://superspace.moc.gov.tw/hall/local_culture_page.aspx?oid=8b5e42bf-a773-43f5-94bc-75d3d69ee876

貳、調查設計與方法

一、調查對象

到訪新北市鶯歌陶瓷博物館之遊客。

二、調查地點

調查地點為新北市鶯歌陶瓷博物館。

三、調查時間

本專案調查期間為中華民國103年5月5日至8月31日。

四、調查方法

採用面訪方式，由面訪員每天前往各抽樣選定之調查執行點，直接對遊客進行面訪。面訪員於面訪前，先於問卷寫上問卷編號和訪員名字，並載明訪問日期及時間。

並指定督導員，於調查現場不定時進行訪問品質監控。面訪調查執行，針對館區內遊客受訪者，以中文繁體問卷為版本，同時並準備英文版，以便於受訪者如為國際觀光客時，能根據最通用的語言及文字執行面訪。並於訪問結束後致贈小禮物一份。

五、 抽樣設計

(一)、考量前往博物館參觀遊客存在各種特性，為全面性的了解各類型遊客的感受及意見，且參考 102 年進館人次和比例，規劃在不同的時段進行調查抽樣，希望藉此能有系統的了解各種不同屬性遊客的想法。

(二)、預計成功訪問有效樣本配置原則，每週平日與假日配額以 102 年平日與假日入館人次比例為配置原則。每週平日應完成問卷數由一週五天平均分配問卷數，每週假日應完成問卷數則由週六和週日平均分配。每月休館日不必調查，但是 6 月 2 日星期一端午節視同假日處理。樣本配置如表 2-1 所示：

表2-1 樣本配置表

館(園)	102 年平日/假日入館人次比例		每週平日應完成問卷數	每週假日應完成問卷數	合計（每週應完成問卷數）	調查週數	合計（預計全部應完成問卷數）	調查期間
	平日	假日						
鶯歌陶瓷博物館	36%	64%	36	64	100	17	1,700	103/5/5~103/8/31

本次調查共計回收 1,700 份有效問卷。在信心水準 95%的情況下，抽樣誤差為正負 2.38%。

(三)、依系統抽樣原則，散客每隔 5 人隨機抽選遊客，男性、女性各半，

邀約接受訪問，以降低遊客同質性，若是男性名額滿時，接下來仍為 5 人抽一次，但僅針對女性抽查。每一個家庭僅限訪問一位受訪者，同一旅遊團體遊客，每一團抽 1 位。

(四)、隨機抽取到訪遊客及執行面訪調查流程圖：

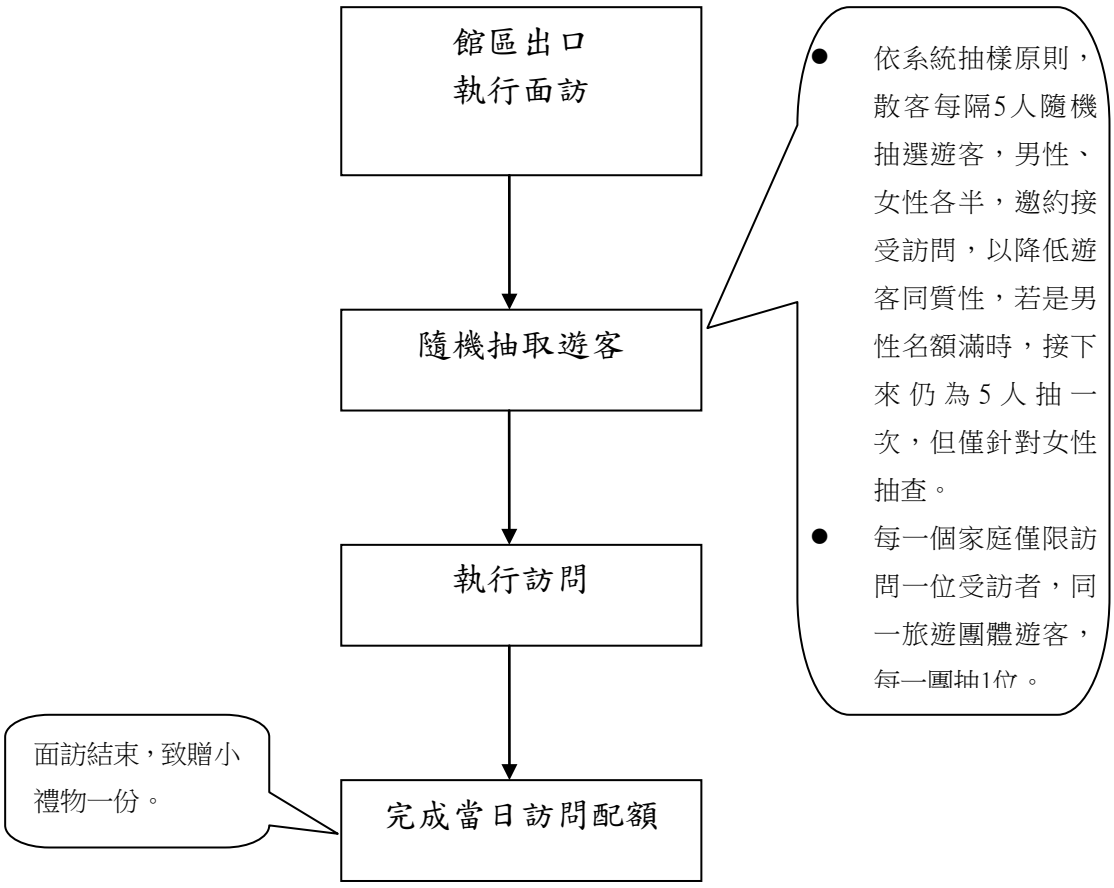

圖2-1 執行面訪調查流程圖

六、資料輸入與檢核

(一)、問卷內容審核

指定督導員，於調查現場不定時進行訪問品質監控，並將訪員每日完成訪問的資料進行品質檢驗。

(二)、資料輸入與檢誤

指定資料輸入人員，於面訪完成次日將資料彙整建檔，輸入完成後由督導員負責檢驗品質，並於問卷上之督導員欄位簽章。

(三)、問卷複查原則

1. 由督導隨機抽取該週成功樣本數之10%樣本，以電訪進行追蹤(call back)複查，選1~2 題主要基本資料進行複查，以落實專案調查之準確性與完整性。

2. 複查過程中，若發現任一訪員出現錯誤比例超過20%以上，則針對該訪員所有面訪問卷進行全面複查。如證實該訪員錯誤偏高(25%以上)，則該訪員調查執行之所有問卷全部作廢，並由督導派其他訪員補齊差額，以確保訪問品質。

七、資料分析方式及檢定

採樣結果透過各題目的個別分析以及交叉分析，來呈現調查結果。並運用線性關係模式探討觀光意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與行為意圖關係模式。本研究將使用SPSS和AMOS進行資料統計分析。使用的資料分析方法包括：信度分析、敘述性統計分析、交叉分析及線性結構關係模式（linear structure relation model, LISREL）分析。

叁、文獻探討與研究假設

一、目的地意象(Destination Image)

所謂「目的地意象」**(Destination Image)**是指遊客對旅遊目的地的主觀感受(Crompton, 1979; Fakeye & Crompton, 1991)。Rittichainuwat, Qu, & Mongkhonvanit (2008) 認為遊客對旅遊目的地的主觀意象，會影響遊前選擇旅遊目的地的過程。Paskaleva-Shapira (2007) 提出可以藉由了解遊客的期望，來提升旅遊目的地的觀光意象，並進而發展出行銷策略去與其他的旅遊景點做競爭。而遊客對旅遊目的地的觀光意象則包括:自然/歷史/文化特色、地方知名度、整體旅遊氣氛、增進家庭關係、旅遊行程的促銷及花費等(Beerli & Martin, 2004; Hanqin & Lam, 1999; Josiam & Frazier,2008; Rittichainuwat, Qu, & Brown, 2001)。本研究參考上述文獻共設計6個題項，並將「目的地意象」分為兩個子構面，分別為「地方特色意象」(natural/cultural resources)及「整體氣氛意象」(atmosphere of the place)。表1顯示本研究「目的地意象」構面之子構面與衡量題項。

表3-1 目的地意象構面之子構面與衡量題項

構面	衡量題項
地方特色意象	1.具有豐富的歷史文化資產
	2.具有地方產業、文化特色
	3.地方知名度高
整體氣氛意象	4.整體旅遊氣氛良好
	5.適合家庭旅遊、參觀
	6.免門票入館具有吸引力

二、服務品質(Service Quality)

近年來，旅遊業日益重視從顧客的觀點來看服務品質(Fache´, 2000)。而服務品質的好壞也是服務業成功與否的重要因素(Kandampully, 2000; Yilmaz, 2009)。此外，在顧客的所有需求中，服務品質也逐漸被大家認為是所有產業成功的重要因素(Gronoos, 1990)。從行銷的觀點來看，「讓顧客滿意」就是滿足顧客的欲望和需要(Lam & Zhang, 1999)。而顧客滿意度的評估則涉及產品或服務的良好表現(Tse & Wilton, 1988)。具體來說，「顧客滿意度」就是指顧客依據內心所感受和知覺到的服務表現來決定滿意的程度(Oliver, 1980)。而服務品質的衡量則可包括:資訊、環境、設施、活動內容及相關的服務等(Baker & Crompton, 2000; Buhalis, 2000; Murphy, Pritchard & Smith, 2000; Sirakaya, Petrick & Choi, 2004; Tian-Cole, Crompton & Willson, 2002)。本研究參考上述文獻共設計 15 個題項，並將「服務品質」分為 4 個子構面，分別為「旅遊資訊」、「整體環境」、「內容品質」及「服務品質」。表 2 顯示本研究「旅遊品質滿意度」構面之子構面與衡量題項。

表3-2 服務品質構面之子構面與衡量題項

構面	衡量題項
旅遊資訊	1.指標導引的滿意度
	2.導覽地圖、摺頁的滿意度
整體環境	3.盥洗設備的滿意度
	4.無障礙設施的滿意度
	5.環境空間整潔的滿意度
	6.休憩空間規劃的滿意度
內容品質	7.展示/展覽內容的滿意度
	8.付費體驗活動的滿意度
	9.免費體驗活動的滿意度
	10.影片放映內容的滿意度
	11.影片放映品質的滿意度
服務品質	12.解說導覽服務的滿意度
	13.商品禮品服務提供的滿意度
	14.餐飲服務提供的滿意度
	15.整體工作人員服務態度的滿意度

三、知覺價值(Perceived Value)

Zeithaml (1988) 和 Cronin, Brady, & Hult (2000)認為消費者根據自己所付出的金錢與從產品所得到的品質做一整體性的效用評價，即為消費者對產品的知覺價值。換句話說，消費者根據自身從某件商品或服務所得到的利益與其所犧牲的金錢、時間和精力做評估比較後，所得到的相對性感受即為消費者的知覺價值（Bolton & Drew, 1991; Dodds, Monroe & Grewal, 1991; Murphy, Pritchard & Smith, 1999）。因此，本研究參考上述文獻共設計3個題項，表3顯示本研究「知覺價值」構面之衡量題項。

表3-3 知覺價值構面之衡量題項

構面	衡量題項
知覺價值	1. 所花費的金錢是值得的
	2. 所花費的時間是值得的
	3. 所花費的體力精神是值得的

四、行為意圖(Behavioral Intentions)

顧客實際體驗產品或服務後所顯現的「行為意圖」(Behavioral Intentions)，可以做為衡量「顧客忠誠度」(Customer Loyalty) 的指標(Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996)。而所謂的「顧客忠誠度」，即是顧客對於所喜歡的產品或服務，再購買或再惠顧的意願(Oliver, 1999)。此外，包括推薦意願及宣傳意願的購後行為意圖也是衡量「顧客忠誠度」的重要指標(Bloemer, de Ruyter, & Wetzels, 1999)。本研究參考上述文獻共設計3個題項來衡量「遊後行為意圖」，表4顯示本研究「遊後行為意圖」構面之衡量題項。

表3-4 遊後行為意圖構面之衡量題項

構面	衡量題項
遊後行為意圖	1. 會再次造訪本館/園(區)
	2. 會推薦本館/園(區)給親友
	3. 會幫本館/園(區)作宣傳

肆、研究方法

研究架構與假設

許多研究顯示，「目的地意象」不只影響遊前選擇旅遊目的地的過程，同時也會影響遊後的主觀感受，包括對旅遊品質的滿意度，對實際體驗後的知覺感受及遊後的行為意圖 (Bigne, Sanchez, & Sanchez, 2001; Lee et al., 2005; Mansfeld, 1992)。意即良好的「目的地意象」會正向影響遊客對旅遊品質的滿意度、對實際體驗後的知覺感受及遊後的行為意圖(Lee et al., 2005)。此外，服務品質也會影響顧客的購後行為意圖（Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993; Liu, Sudharshan, & Hamer, 2000; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988;1994; Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996)。研究顯示與服務品質有關的顧客滿意度和顧客再購意願的忠誠度呈顯著正相關(Anderson & Sullivan 1993; Cronin & Taylor 1992; Woodside, Frey, & Daly 1989)。其他研究也發現顧客知覺服務品質的滿意度會影響包括再購意願、推薦意願及宣傳意願的購後行為意圖(Bloemer, de Ruyter, & Wetzels, 1999)。

本研究透過相關文獻整理、分析、推論與建立假說，引導出以下假說，包括：目的地意象正向影響旅遊品質、知覺價值及遊後行為意圖；旅遊品質正向影響知覺價值及遊後行為意圖；知覺價值正向影響遊後行為意圖。此外，目的地意象透過旅遊品質及知覺價值間接正向影響遊後行為意圖，旅遊品質透過知覺價值間接正向影響遊後行為意圖。相關假設如下：

H1：遊客對目的地的意象會正向影響其對旅遊品質的滿意度。

H2：遊客對目的地的意象會正向影響其知覺價值。

H3：遊客對目的地的意象會正向影響遊後的行為意圖。

H4：遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響知覺價值。

H5：遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響遊後行為意圖。

H6：遊客的知覺價值會正向影響遊後行為意圖。

H7：遊客對目的地的意象透過旅遊品質間接正向影響遊後行為意圖。

H8：遊客對目的地的意象透過知覺價值間接正向影響遊後行為意圖。

H9 ：遊客對旅遊品質的滿意度透過知覺價值間接正向影響遊後行為意圖。

其中，目的地意象，包含兩個子構面，分別為地方特色意象及整體氣氛意象。旅遊品質包含四個子構面，分別為旅遊資訊、整體環境、內容品質及服務品質。知覺價值包含三個子構面，分別為金錢價值、時間價值及體力精神價值。遊後行為意圖則包含三個子構面，分別為重遊意願、推薦意願及宣傳意願。由此，本研究所建構的模型架構如下圖所示：

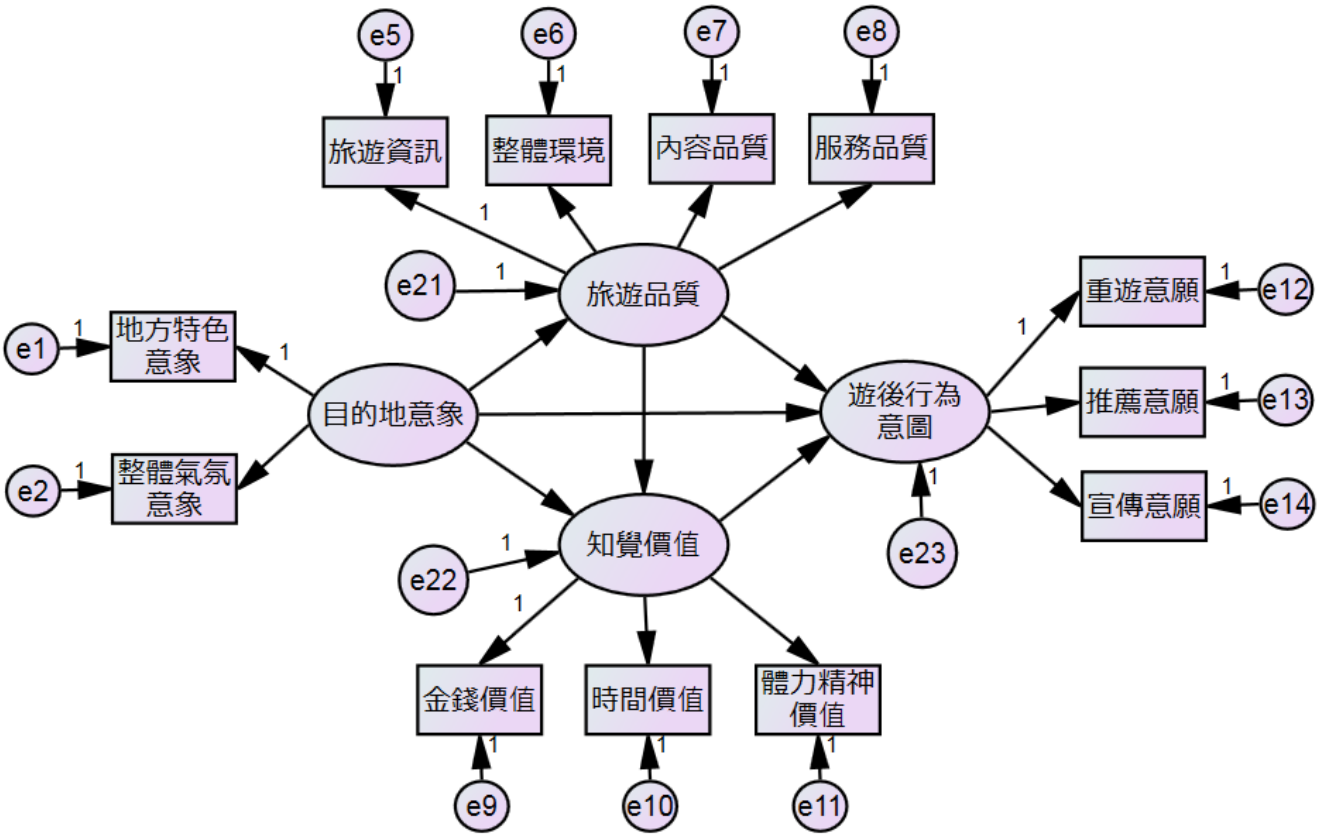

圖4-1 目的地意象、旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖關係模式圖

伍、樣本結構

一、受訪者性別分佈

本次受訪者的性別，以女性 951 人居多，占 55.9%，男性 743 人，占 43.7%。（詳見表 5-1、圖 5-1）

表5-1 受訪者性別分佈

項目別	人數	百分比
男性	743	43.7
女性	951	55.9
未作答	6	0.4
總計	**1700**	**100.0**

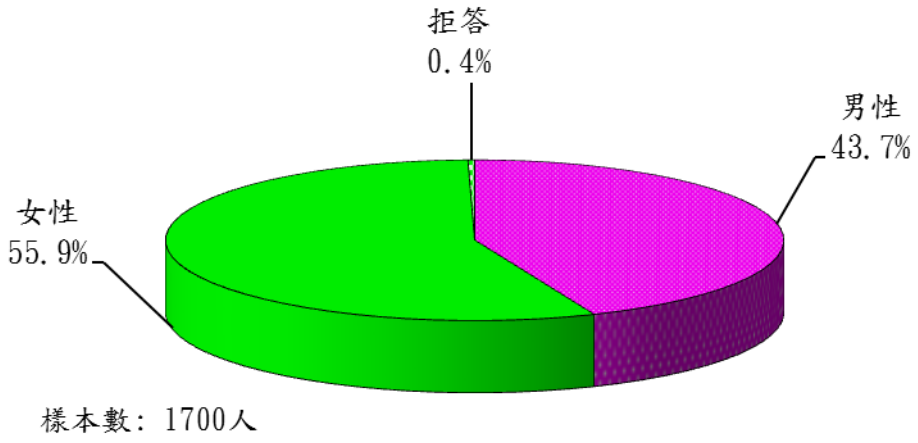

圖 5-1 受訪者性別分佈

二、受訪者年齡分佈

受訪者年齡分佈集中在 20-59 歲，比率近八成（77.4%），其中以 20-39 歲的民眾比率最高（53.8%），其次為 40-59 歲（23.6%）。（詳見表 5-2、圖 5-2）

表5-2 受訪者年齡分佈

項目別	人數	百分比
19 歲(含)以下	310	18.2
20-39 歲	915	53.8
40-59 歲	401	23.6
60 歲及以上	68	4.0
未作答	6	0.4
總計	**1700**	**100.0**

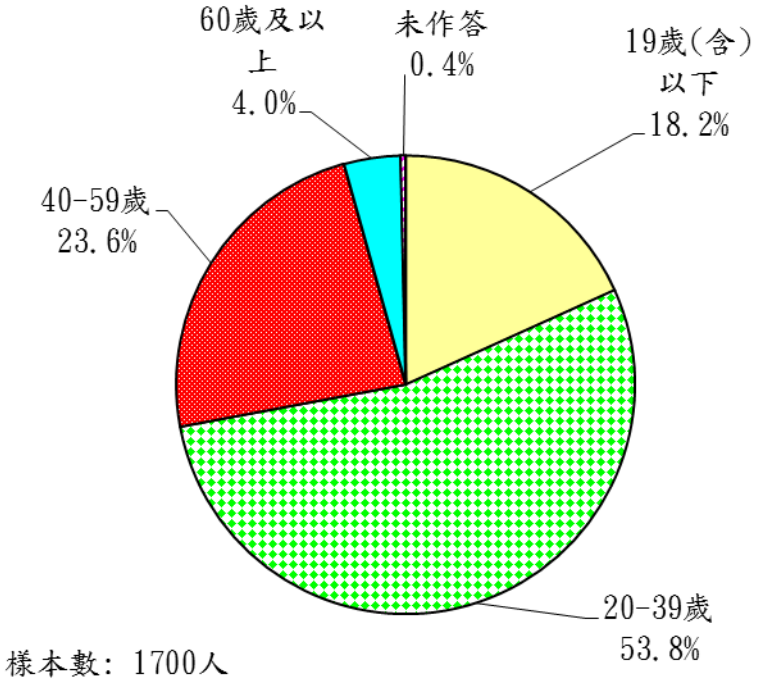

圖5-2 受訪者年齡分佈

三、受訪者職業分佈

受訪者參職業的分佈，以學生比例最高(39.6%)，其他居次(25.7%)，二者合計逾六成七（67.4%）。(詳見表 5-3、圖 5-3)

表5-3 受訪者職業分佈

項目別	人數	百分比
學生	674	39.6
其他	472	27.8
軍公教警	250	14.7
家管	172	10.1
退休	64	3.8
待業/無業	64	3.8
未作答	4	0.2
總計	**1700**	**100.0**

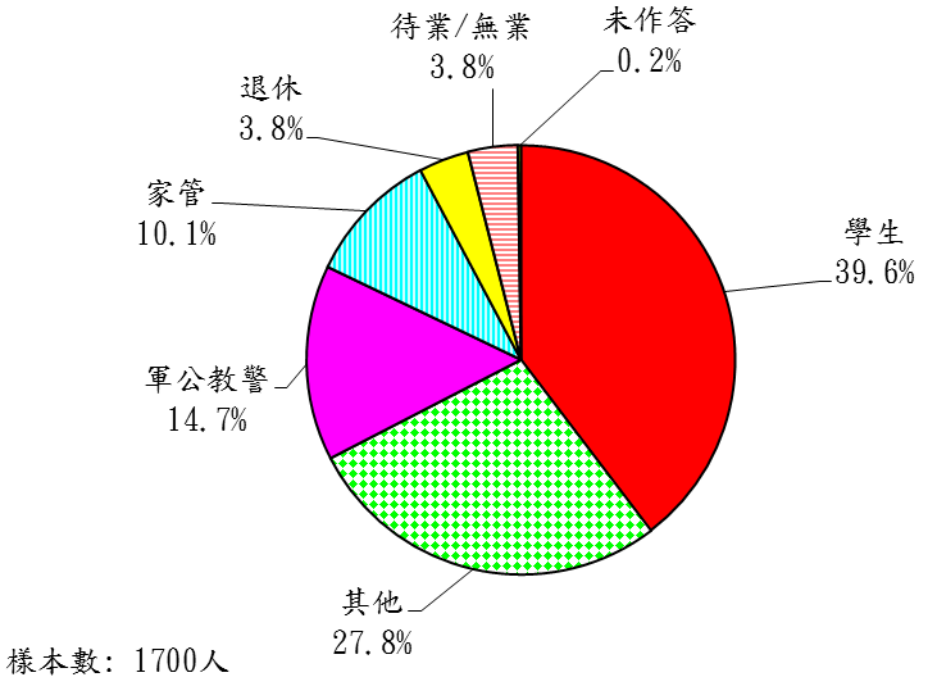

圖 5-3 受訪者職業分佈

四、受訪者居住地點分佈

受訪者居住地點分佈，以居住其他地區比率最高，逾四成四（44.2%），而新北市居次（37.4%）。（詳見表 5-4、圖 5-4）

表5-4 受訪者居住地點分佈

項目別	人數	百分比
新北市	635	37.3
臺北市	312	18.4
其他地區	751	44.2
未作答	2	0.1
總計	**1700**	**100.0**

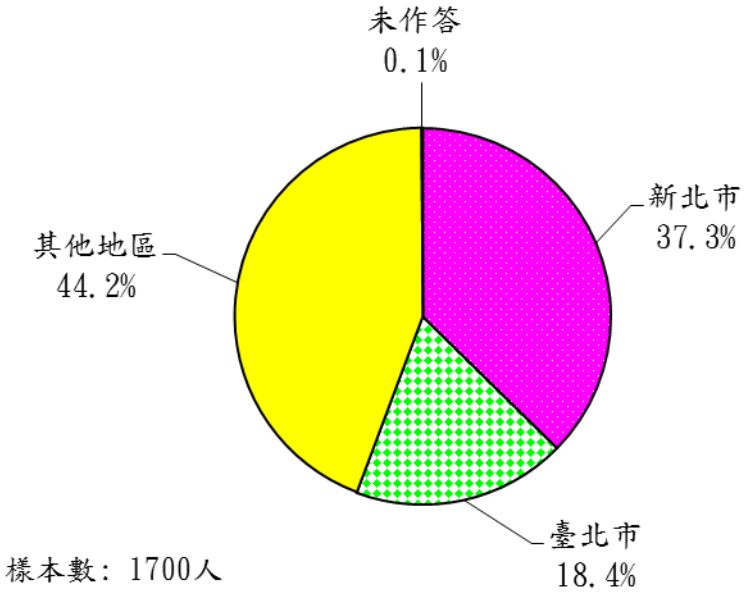

圖 5-4 受訪者居住地點分佈

陸、結構方程模式分析與結果

一、常態性檢定

結構方程模型之估計方法的選擇，是以資料分配為依據，若樣本資料屬多元常態分配，則以最大概似估計法為主；而若資料分配屬非多元常態，則應以漸近自由分配法（Asymptotically distribution-free, ADF 法）為之（Browne, 1984）。

在本研究中，由附表 6-1 至附表 6-4 所顯示的各個構面的常態性檢驗表得知，觀察變數的偏態與峰度絕對值並非皆小於 2，因此可知本研究之觀察變數不具單變數常態性(Bollen & Long, 1993)。其次，利用一般常用的多元峰度指標 Mardia 係數(Mardia & Foster, 1983)來檢驗多元常態性。發現所有構面的 Mardia 係數皆大於 n(n+2)，此處的 n 為該構面觀察變數的數量，因此可確認所有的構面皆不具多元常態性。因本研究樣本資料屬非多元常態，故採漸近自由分配法來進行模型估計。

二、驗證性因素分析

量表或調查問卷是社會、心理、管理等科學領域常用的研究工具，而對量表建構效度的評鑑是必不可少的。根據 Anderson & Gerbing (1988) 及 Williams & Hazer (1986) 等學者的建議，進行結構方程模型分析時應分為兩階段，第一階段先針對各研究構面及衡量提項進行 Cronbach's α 係數分析及驗證性因素分析，以瞭解各構面的信度、收斂度及區別效度；第二階段再將多個衡量提項縮減為少數衡量指標，然後運用線性結構關係發展結構模型加以分析，以驗證研究中的各項假設檢定。

觀察附表 6-5、附表 6-6、附表 6-7 及附表 6-8 的一階驗證性分析的結果，所有題項的標準化迴歸加權係數(標準化因素負荷量)介於 0.558~0.945 之間，並沒有超過或太接近 1 的現象；標準誤介於 0.036~0.155 之間，也沒有太大的標準誤；測量誤差的變異數介於 0.051~0.300 之間，全屬正。由此可研判，概念性模型並沒有違犯估計的問題。此外，附表 5、附表 6、附表 7 及附表 8 的一階驗證性分析的結果顯示，所有題項的標準化迴歸加權係數(標準化因素負荷量)介於 0.558~0.945 之間，且 t 值皆大於 1.96，故皆呈顯著；且各子構面的組合信度分別介於 0.781~0.922 之間，皆大於 0.6；此外，各子構面的平均變異抽取量分別為介於 0.550~0.907 之間，皆大於 0.5。整體而言，各構面皆已能符合收斂效度之要求，因此測量模型的內在品質亦佳。茲將附表 1 至至附表 8 彙整如附表 6-9 所示。

三、結構模型分析

我們將依下列五個階段評鑑整體模型。

(一) 階段1：檢驗違犯估計

在評鑑結構模型的配適度之前，我們必須先檢查是否存在違犯估計的問題。觀察附表6-10的整體模型參數估計表，模型中標準化迴歸加權係數(因素負荷量或路徑係數)介於0.131到0.959之間，皆未超過0.95。標準誤介於0.056到0.103之間，也沒有太大的標準誤。測量誤差的變異數介於0.067到0.167之間，全屬正。由此可研判，模型並不存在違犯估計的問題。

(二) 階段2：整體模型配適指標評鑑

要驗證模型的假設，必須先評鑑模型的整體配適程度。從附表6-11 得知本研究的卡方自由度比(χ^2/df)為 2.881，已達標準值。AGFI(0.884)略低於標準值，但已很接近 0.9，顯示對於模型的複雜度尚有改進的空間。此外增量配適指標顯示NFI(0.861)、NNFI(0.866)與RFI(0.808)未達可以接受模型的標準。精簡配適指標則皆通過標準。整體而言，三類型指標顯示這個模型是一個配適良好的模型。但是模型的複雜度方面，仍有需要對模型再予修正與界定。

由於我們將朝模型擴展的方向對模型進行修正因此將利用模型修正指標(Modification Index, MI)對模型進行調整。觀察【Covariances】子報表，由於 MI 最大值(14.493)發生在「e9 <--> e11」上，代表應該在誤差項 e9 與 e11 上建立相關關係(雙箭頭)。再從模型圖中發現 e9 與 e11 同屬知覺價值之觀察變數的誤差項，所以於 e9 與 e11 上建立相關應屬合理，故於模型圖中在 e9 與 e11 上畫雙箭頭(建立相關性)。接著檢視修正後的模型，發現此時 MI 最大值(8.594)發生在「e7 <--> e8」上，代表應該在誤差項 e7 與 e8 上建立相關關係(雙箭頭)。再從模型圖中發現 e7 與 e8 同屬旅遊品質之觀察變數的誤差項，所以於 e7 與 e8 上建立相關應屬合理，故於模型圖中在 e7 與 e8 上畫雙箭頭(建立相關性)，如圖 6-1 所示。

修正後的整體模型配適度指標檢核表如附表 6-12 所示。我們發現原本低於標準值的 AGFI、NFI 與 NNFI 指標都已達標準值以上了。

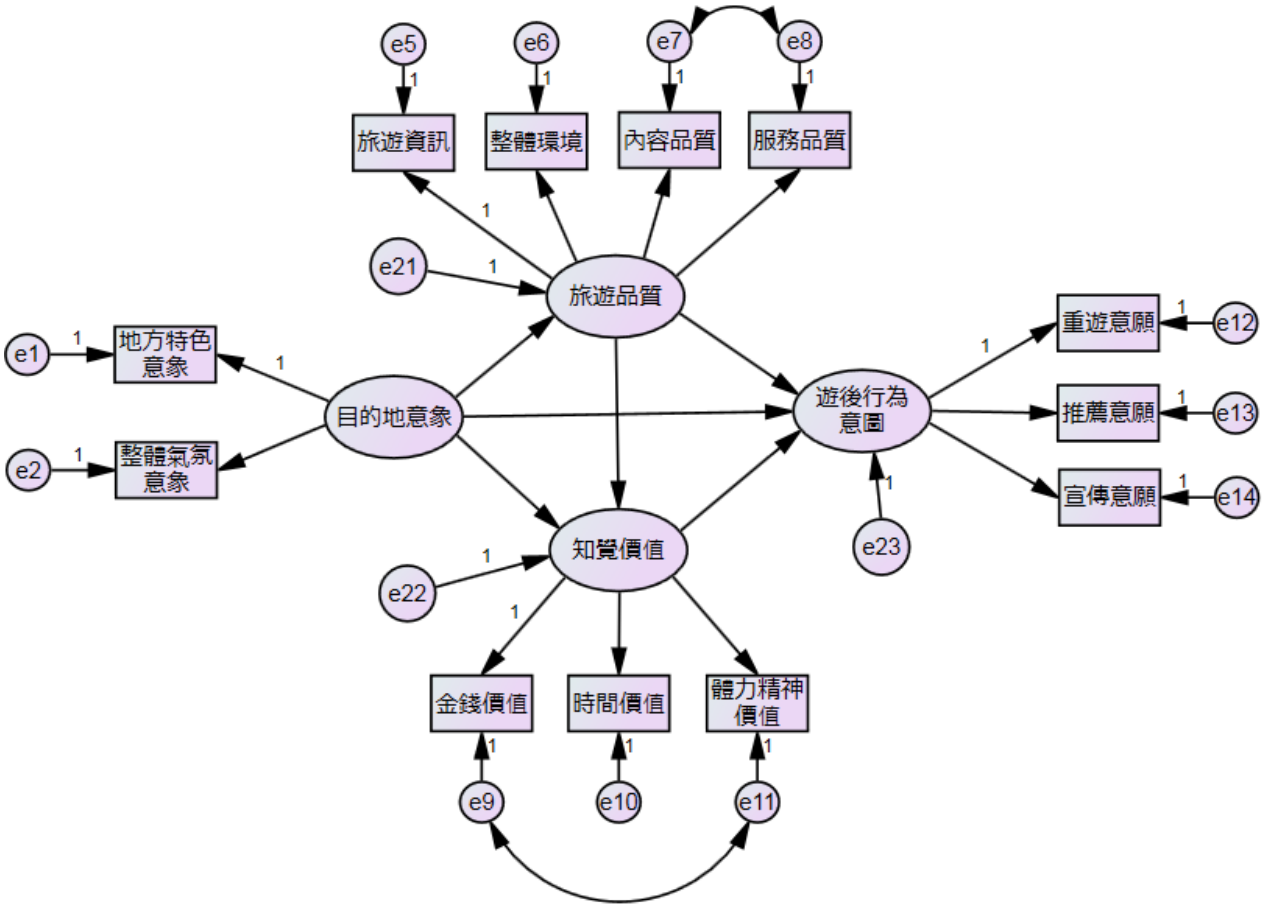

圖6-1 修正後目的地意象、旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖關係模式

(三) 階段3：模型參數估計檢驗

依據修正後的模型製作「修正後整體模型參數估計表」(詳附表6-13)。以下就各參數估計值進行說明：

1.在目的地意象構面

包含地方特色意象與整體氣氛意象等兩個子構面。地方特色意象與整體氣氛意象之負荷估計值(標準化迴歸加權係數)分別為0.836 與 0.822，t 值皆大於 1.96，達到顯著水準，R^2（多元相關

平方)值分別為 0.700 與 0.676，皆大於 0.5 表示具解釋能力。此外，由各構面之因素負荷量加以比較得知，遊客對目的地意象認知中，以地方特色意象(0.836)為最重要因素，其次為整體氣氛意象(0.822)。此結果顯示，若要提升遊客對目的地意象認知，則須重視地方特色意象為主要的關鍵因素。

2.在旅遊品質構面

包含：旅遊資訊、整體環境、內容品質與服務品質等四個子構面。其中整體環境與內容品質之負荷值皆為 0.837，是所有子構面中最高者。其t 值皆大於 1.96，達到顯著水準，R^2值分別為 0.701 與 0.700，皆大於 0.5 表示具解釋能力。其次，服務品質與旅遊資訊之負荷值分別為 0.815 與 0.788，其t 值皆大於 1.96，達到顯著水準，R^2值分別 0.664 與 0.621，皆大於 0.5 表示具解釋能力。因此，在遊客對旅遊品質滿意度的認知中，整體環境(0.837)與內容品質(0.837)為使遊客對品質感到滿意的關鍵因素。其次是服務品質(0.815)與旅遊資訊(0.788)。因此，若要提升遊客對旅遊品質的滿意度，則整體環境與內容品質為重要影響因素。

3.在知覺價值構面

包含：金錢價值、時間價值與體力精神價值等三個問項。體力

精神價值之負荷估計值為 0.925 最高，R^2值為 0.855，遠大於 0.5，表示甚具解釋能力。而時間價值與金錢價值之負荷值分別為 0.906 與 0.838，其t 值皆大於 1.96，達到顯著水準，R^2值分別 0.820 與 0.702，皆大於 0.5 表示具解釋能力。因此，在遊客的知覺價值認知中，體力精神價值(0.925)為使遊客能知覺到價值感的關鍵因素。而時間價值(0.906)與金錢價值(0.838)的知覺價值之重要性雖然僅次於體力精神價值(0.925)，但關聯性亦高，仍須注意。

4.在遊後行為意圖構面

包含：重遊意願、推薦意願與宣傳意願等三個問項。推薦意願之負荷估計值為 0.926 最高，R^2值為 0.858，遠大於 0.5，表示甚具解釋能力。而重遊意願與宣傳意願之負荷值分別為 0.871 與 0.863，其t 值皆大於 1.96，達到顯著水準，R^2值分別 0.759 與 0.745，皆遠大於 0.5 表示甚具解釋能力。

(四) 階段4：假設檢定

經由實證分析與檢定結果，本研究所建構之目的地意象、旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖關係模型路徑圖，如圖 6-2 所示，

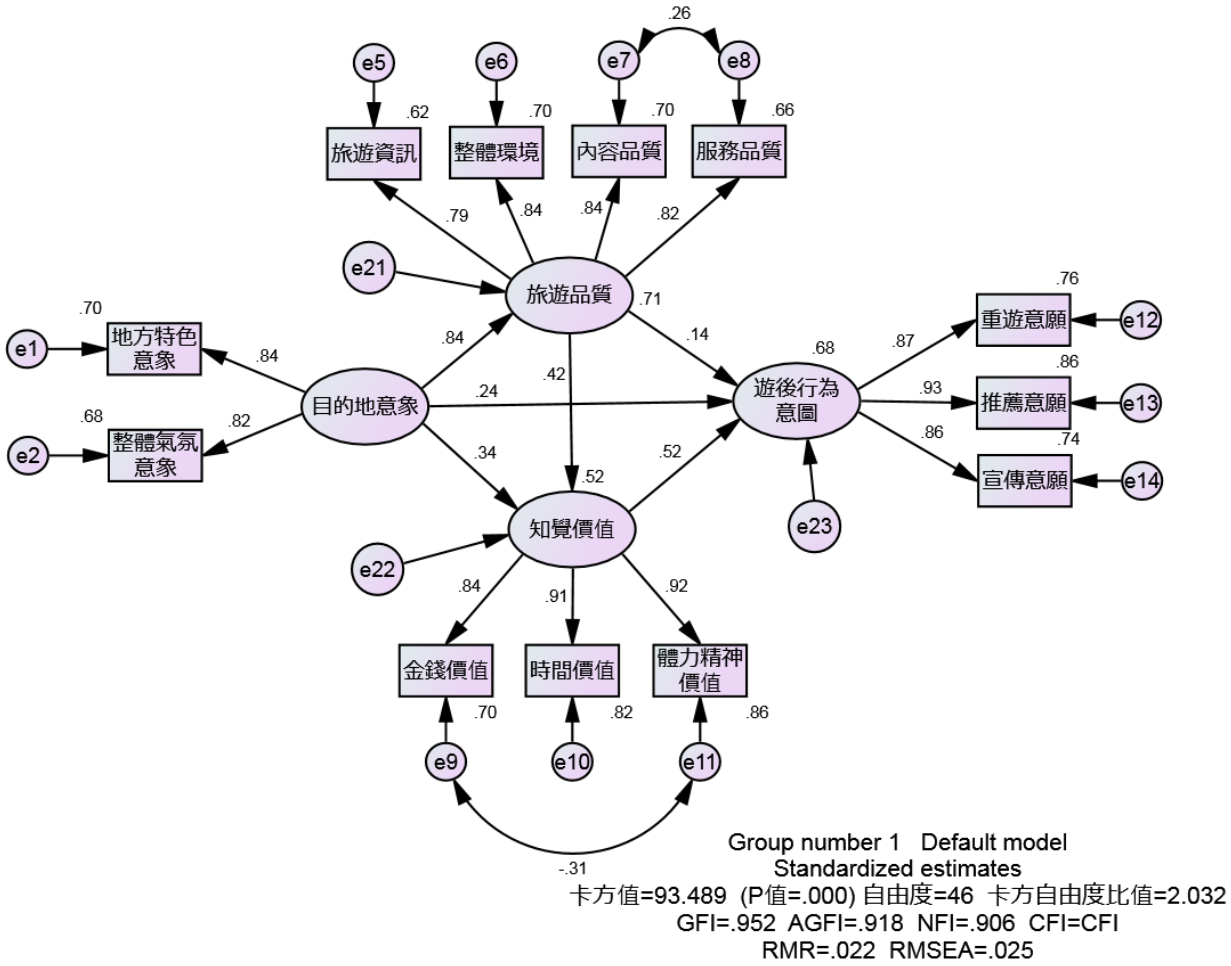

圖6-2 整體模型配適圖

本研究依據實證分析結果，進行研究之假設檢定，詳如表6-1所示。

表6-1 路徑關係檢定表

假設	路徑			假設關係	路徑值	t 值	假設成立與否
H1	目的地意象	->	旅遊品質	正向	0.843*	13.863	成立
H2	目的地意象	->	知覺價值	正向	0.336*	4.766	成立
H3	目的地意象	->	遊後行為意圖	正向	0.244*	4.033	成立
H4	旅遊品質	->	知覺價值	正向	0.416*	5.438	成立
H5	旅遊品質	->	遊後行為意圖	正向	0.135*	2.260	成立
H6	知覺價值	->	遊後行為意圖	正向	0.524*	9.741	成立

註：「*」表示在顯著水準 0.05 時顯著

所獲得之結論如下：

1. 假設一：遊客對目的地的意象會正向影響其對旅遊品質的滿意度。

目的地意象對旅遊品質的路徑係數為0.843，t值為13.863，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設一成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客對旅遊品質的滿意度越高。

2. 假設二：遊客對目的地的意象會正向影響其知覺價值。

目的地意象對知覺價值的路徑係數為0.336，t值為4.766，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設二成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客所感受的知覺價值越高。

3. 假設三：遊客對目的地的意象會正向影響遊後的行為意圖。

目的地意象對遊後行為意圖的路徑係數為0.244，t值為4.033，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設三成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

4. 假設四：遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響知覺價值。

旅遊品質對知覺價值的路徑係數為0.416，t值為5.438，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設四成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的旅遊品質越滿意，則遊客所感受的知覺價值越高。

5. 假設五：遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響遊後行為意圖。

旅遊品質對遊後行為意圖的路徑係數為0.135，t值為2.260，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設五成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的旅遊品質越滿意，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

6. 假設六：遊客的知覺價值會正向影響遊後行為意圖。

知覺價值對遊後行為意圖的路徑係數為0.524，t值為9.741，大於1.96之標準，顯示路徑係數估計值顯著，故本研究之假設六成立。表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

(五) 階段5：影響效果分析

各潛在變數之影響效果，詳如表6-2所示。

表6-2 整體模型影響效果表

潛在依變數	潛在自變數	直接效果	間接效果	整體效果	假設成立與否
遊後行為意圖	目的地意象	0.244	0.290(=0.843×0.135+0.336×0.524)	0.534	H3、H7、H8 成立
	旅遊品質	0.135	0.218(=0.416×0.524)	0.353	H5、H9 成立
	知覺價值	0.524	—	0.524	H6 成立
知覺價值	目的地意象	0.336	—	0.336	H2 成立
	旅遊品質	0.416	—	0.416	H4 成立
旅遊品質	目的地意象	0.843	—	0.843	H1 成立

註：「*」表在顯著水準 0.05 時顯著

「—」表無估計值

目的地意象透過旅遊品質與知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為0.534；其中目的地意象對旅遊品質有正向的直接影響效果，其效果值為0.843；目的地意象也對知覺價值有正向的直接影響效果，其效果值為0.336。其次，旅遊品質透過知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為0.353；其中旅遊品質對知覺價值有正向的直接影響效果，其效果值為0.416。此外，知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接影響效果，其效果值為0.524。

由以上的效果分析中可發現，對於遊客遊後行為意圖的忠誠度而言，影響最大的因素是目的地意象(總效果0.534)，其次是知覺價值(總效果0.524)。

「目的地意象」對遊後行為意圖忠誠度的影響，主要來自遊客對對旅遊目的地的主觀感受，包括:自然/歷史/文化特色、地方知名度、整體旅遊氣氛、增進家庭關係、旅遊行程的促銷及花費等。此外，「目的地意象」不只影響遊前選擇旅遊目的地的過程，同時也會影響遊後的主觀感受，包括對旅遊品質的滿意度(0.843)，對實際體驗後的知覺感受(0.336)及遊後的行為意圖(0.534)。因此，相關單位必須去了解遊客的期望，並定出行銷策略，提升旅遊目的地的觀光意象。

柒、交叉分析與結果

本單元呈現參觀「新北市立鶯歌陶瓷博物館」之民眾前來參觀本館的最主要原因、前來旅遊的方式、知悉本館訊息的管道、對本館的目的地意象、服務品質滿意度、遊後行為意圖之整體評價及回饋意見等，並從不同人口變項進行交叉分析。

本問卷調查包含 4 大構面 27 題問項，其中「目的地意象」有 6 個問項，「旅遊品質」有 15 個問項，「知覺價值」有 3 個問項，「遊後行為意圖」有 3 個問項。測量尺度係採李克特(Likert scale)七點評量尺度，從「非常不同意/不滿意(一分)至非常同意/滿意(七分)」進行評量。

一、民眾此次前來本館的「最主要」原因

1.本次調查結果

調查顯示，民眾此次前來本館的「最主要」原因以「沒有來過，純粹好奇」(28.5%)居多。其次為「以前來過，覺得不錯」(24.9%)、特地來看展覽或參加活動」(23.6%)，詳見圖 7-1。

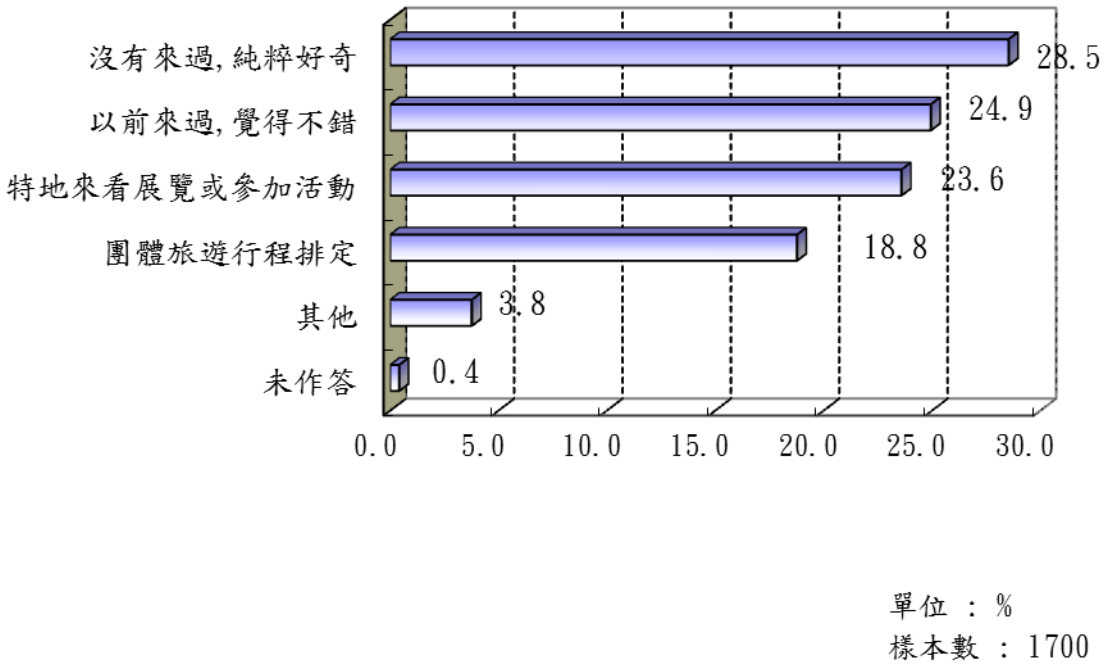

圖 7-1 民眾此次前來本館的「最主要」原因

2.交叉分析

民眾此次前來本館的「最主要」原因，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均呈現顯著差異[3]，詳見附表 7-1。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(29.5%)和「女性」(27.8%)皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(30.3%)和「20-39 歲」(32.8%)皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。「40-59 歲」(30.2%)和「60 歲及以上」(38.2%)則以「特地來看展覽或參加活動」占較高的比例。

在職業方面，「學生」(31.9%)、「待業/無業」(37.5%)和「軍公教警」(26.0%)皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。「其他」(31.8%)則以「以前來過，覺得不錯」占較高的比例。「家管」(32.0%)和「退休」(45.3%)皆以「特地來看展覽或參加活動」占較高的比例。

在居住地方面，「臺北市」(32.7%)和「其他地區」(30.2%) 皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。「新北市」(34.2%) 則以「以前來過，覺得不錯」占較高的比例。

[3] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

二、民眾以什麼方式前來參觀本館

1.本次調查結果

調查顯示，民眾「與朋友同好結伴旅遊」前來本館占最大的比例（34.1%），其次為「家庭/家族旅遊」（31.1%），詳見圖 7-2。

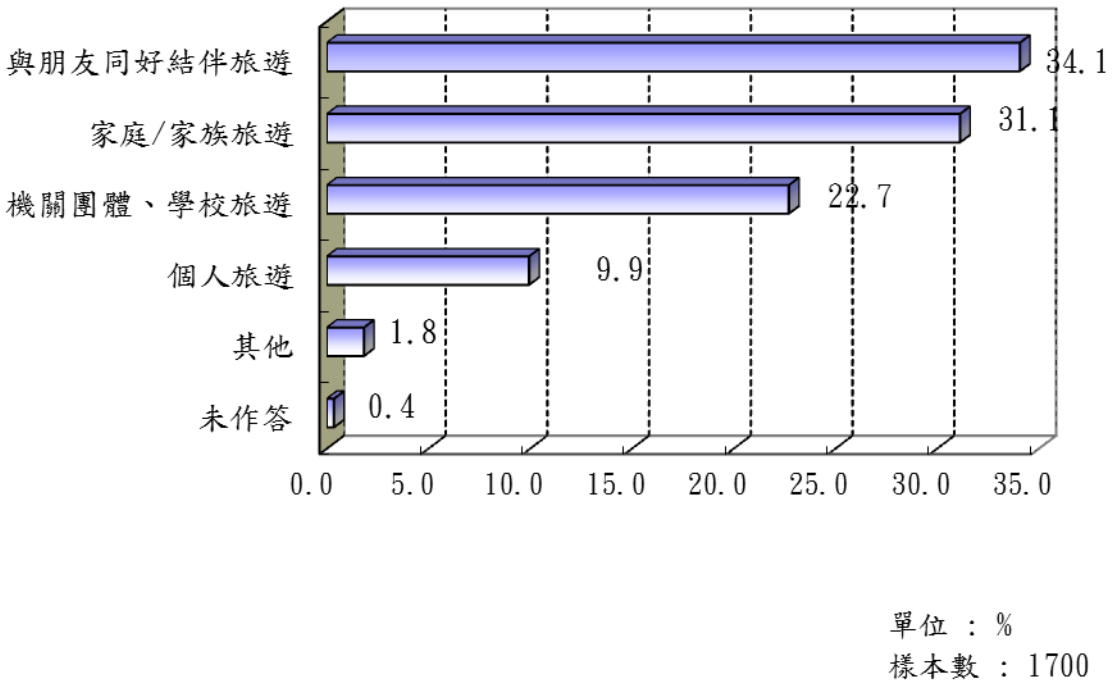

圖 7-2 民眾以什麼方式前來參觀本館

2.交叉分析

民眾此次前來本館的方式，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均呈現顯著差異[4]，詳見附表 7-2。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(33.2%)和「女性」(34.7%)皆以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。

在年齡方面，「20-39 歲」(41.5%)和「60 歲及以上」(29.4%)皆以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。「19 歲(含)以下」(35.8%)和「40-59 歲」(43.6%)則皆以「家庭/家族旅遊」占較高的比例。

在職業方面，「退休」(32.8%)、「學生」(43.0%)和「待業/無業」(45.3%)皆以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。「家管」(54.7%)、「軍公教警」(31.2%)和「其他」(35.8%)則皆以「家庭/家族旅遊」占較高的比例。

在居住地方面，「新北市」(37.0%)、「臺北市」(38.2%)和「其他地區」(29.7%)皆以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。

[4] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

三、民眾由下列管道得知本館的相關訊息

1.本次調查結果

民眾得知本館相關訊息之管道以「親友介紹」（每百人為 39.7 人）居多，其次為「網路報導」（每百人為 24.9 人），詳見圖 7-3。

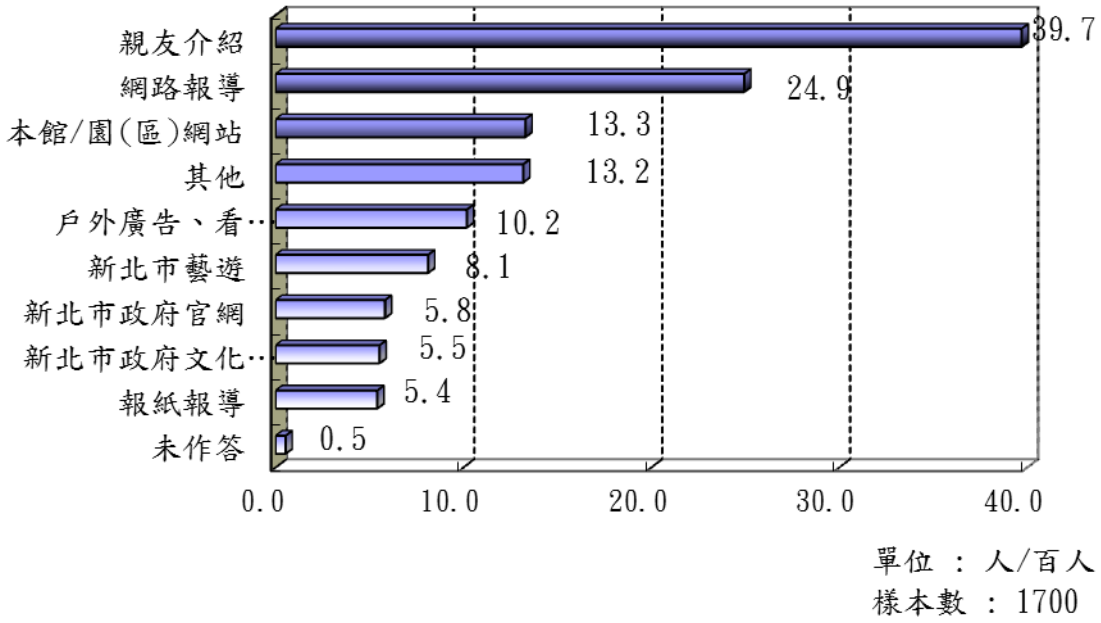

圖 7-3 民眾由下列管道得知本館的相關訊息

2.交叉分析

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，不論在性別、年齡、職業和居住地方面，皆以「親友介紹」得知本館訊息占較高的比例。詳見附表 7-3。

四、民眾對本館的認知

(一) 民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產

1.本次調查結果

調查顯示，高達 91.7%的民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產（同意：50.4%；非常同意：41.3%），詳見圖 7-4-1。

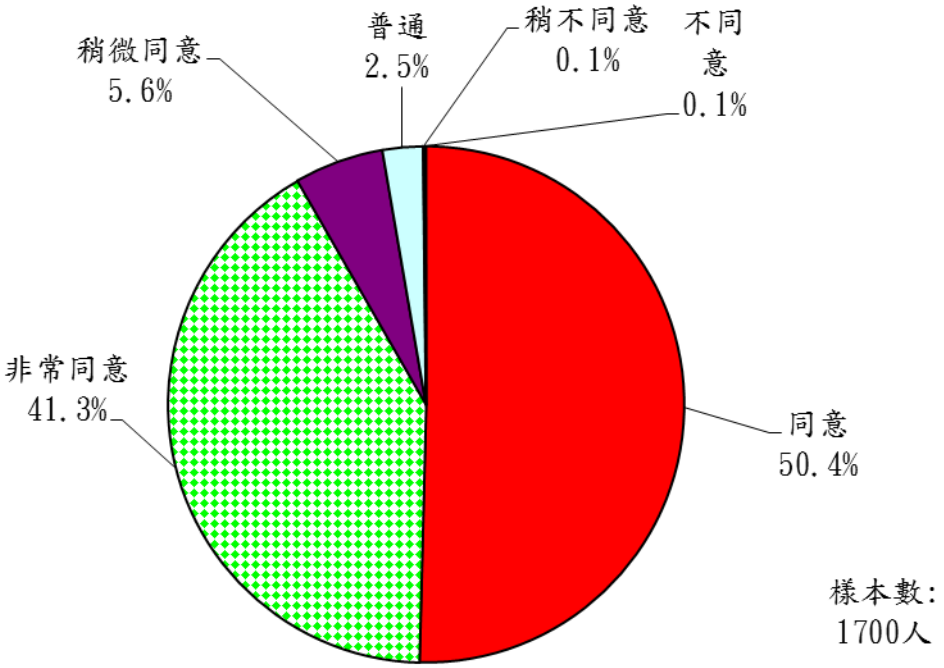

圖 7-4-1 民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產

2.交叉分析

民眾對本館具有豐富的歷史文化資產的同意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-4-1。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(44.3%)「非常同意」的比例相對「女性」(39.0%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(57.4%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(38.4%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(57.8%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(38.7%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(44.5%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(36.9%)「非常同意」的比例相對較低。

（二）民眾同意本館具有地方產業、文化特色

1.本次調查結果

93.4%的民眾同意本館具有地方產業、文化特色（非常同意：49.5%；同意：43.9%），詳見圖 7-4-2。

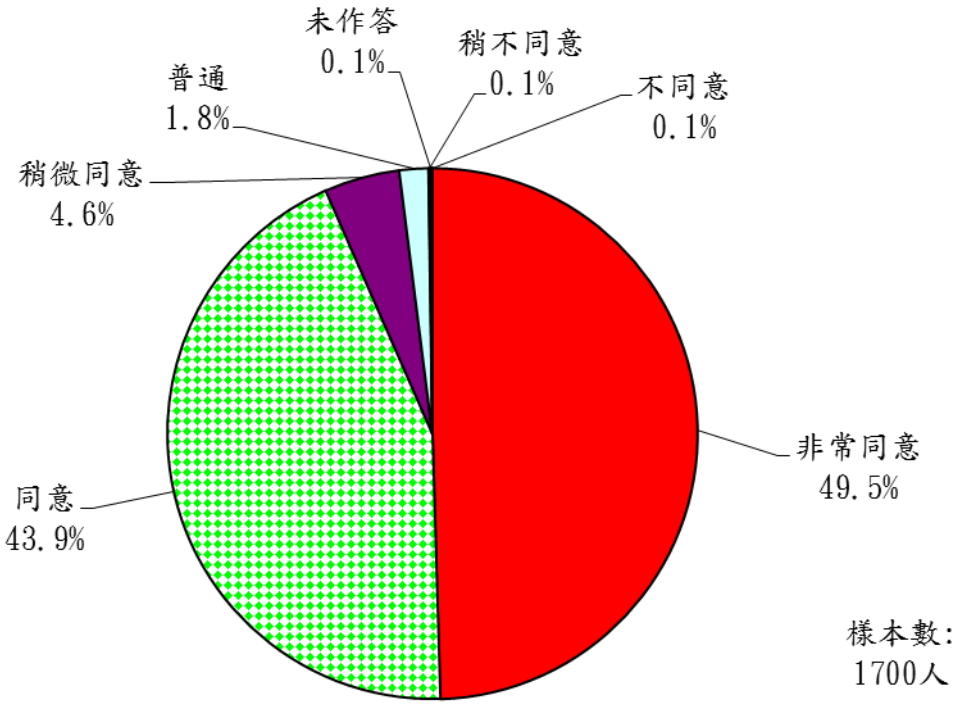

圖 7-4-2 民眾同意本館具有地方產業、文化特色

2.交叉分析

民眾對本館具有地方產業、文化特色的同意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-4-2。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(51.3%)「非常同意」的比例相對「女性」(48.4%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(57.4%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(47.1%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(62.5%)「非常同意」的比例相對較高。「待業/無業」(45.3%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(50.7%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(45.8%)「非常同意」的比例相對較低。

（三）民眾同意本館地方知名度高

1.本次調查結果

87.1%的民眾同意本館地方知名度高（非常同意：43.6%；同意：43.5%），詳見圖 7-4-3。

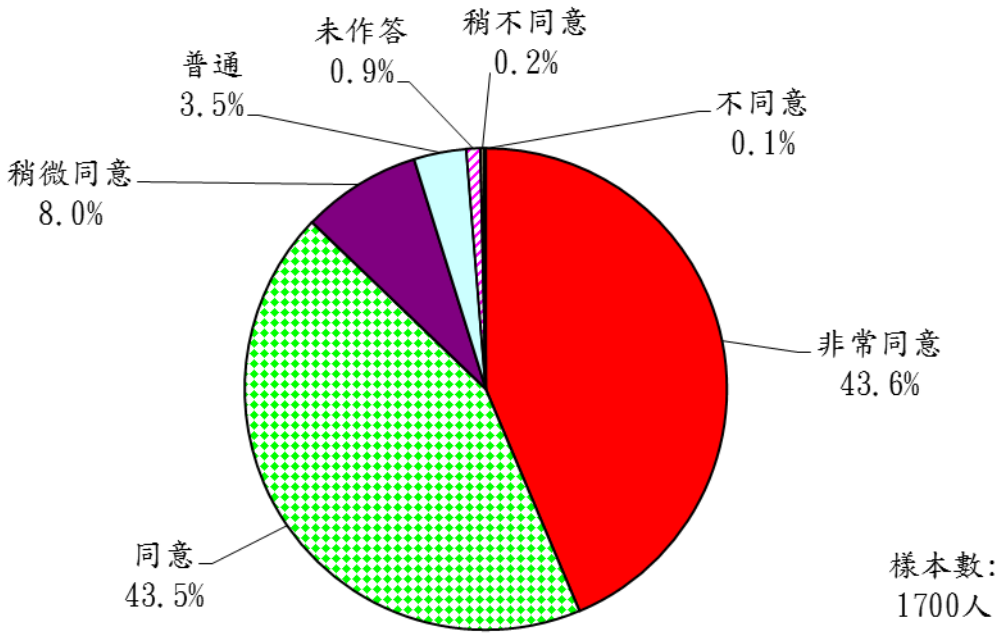

圖 7-4-3 民眾同意本館地方知名度高

2.交叉分析

民眾對本館地方知名度高的同意度，在「年齡」、「職業」、「居住地」方面有顯著差異[5]，詳見附表 7-4-3。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(44.7%)「非常同意」的比例相對「女性」(42.8%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(54.4%)「非常同意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(40.6%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「家管」(75.0%)「非常同意」的比例相對較高。「軍公教警」(31.3%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(46.1%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(42.0%)「非常同意」的比例相對較低。

[5] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

(四)民眾同意本館整體旅遊氣氛良好

1.本次調查結果

89.0%的民眾同意本館整體旅遊氣氛良好(非常同意：45.6%；同意：43.4%)，詳見圖 7-4-4。

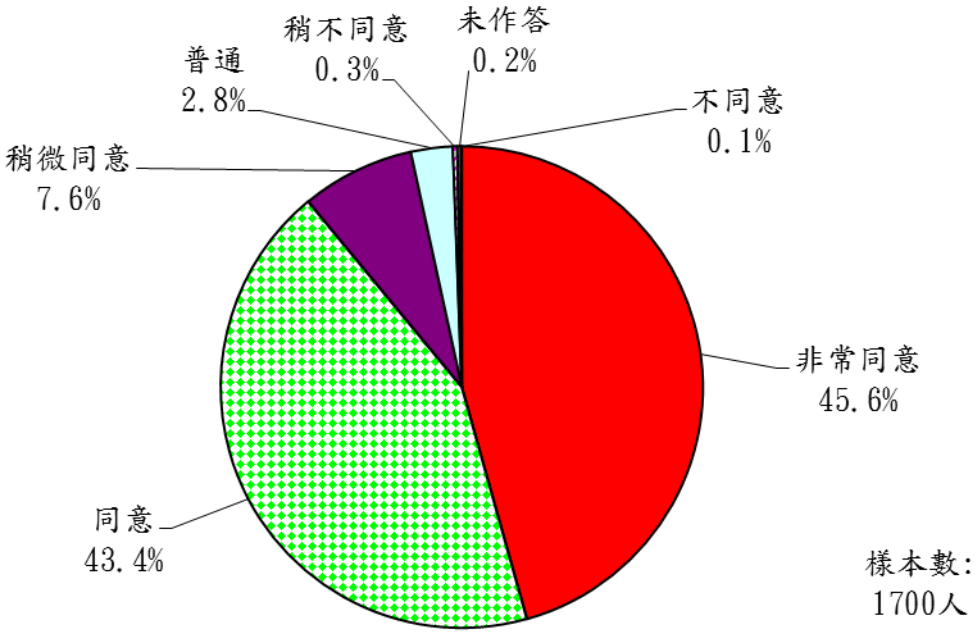

圖7-4-4 民眾同意本館整體旅遊氣氛良好

2.交叉分析

民眾對本館整體旅遊氣氛良好的同意度，在「年齡」方面有顯著差異[6]，詳見附表 7-4-4。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「女性」(46.2%)「非常同意」的比例相對「男性」(45.1%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(52.9%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(42.7%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(51.6%)「非常同意」的比例相對較高。「待業/無業」(40.6%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(46.6%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(43.9%)「非常同意」的比例相對較低。

[6] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（五）民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀

1.本次調查結果

89.9%的民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀（非常同意：48.3%；同意：41.6%），詳見圖 7-4-5。

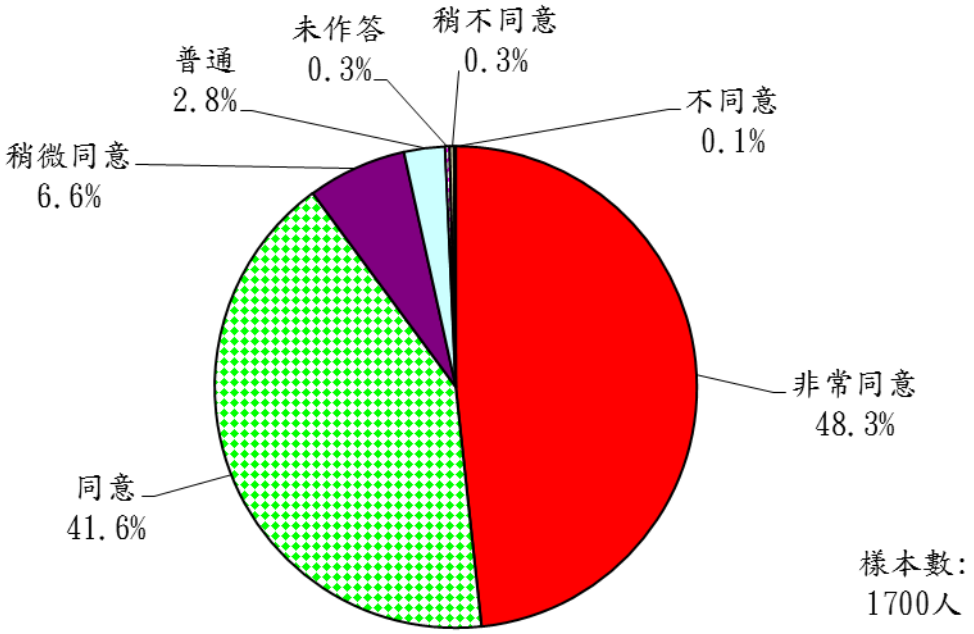

圖7-4-5 民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀

2.交叉分析

民眾對本館適合家庭旅遊、參觀的同意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-4-5。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「女性」(48.9%)「非常同意」的比例相對「男性」(47.8%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(58.8%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(46.1%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(54.7%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(43.9%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(49.3%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(45.5%)「非常同意」的比例相對較低。

（六）　民眾同意免門票入館具有吸引力

1.本次調查結果

94.3%的民眾同意免門票入館具有吸引力（非常同意：64.4%；同意：29.9%），詳見圖 7-4-6。

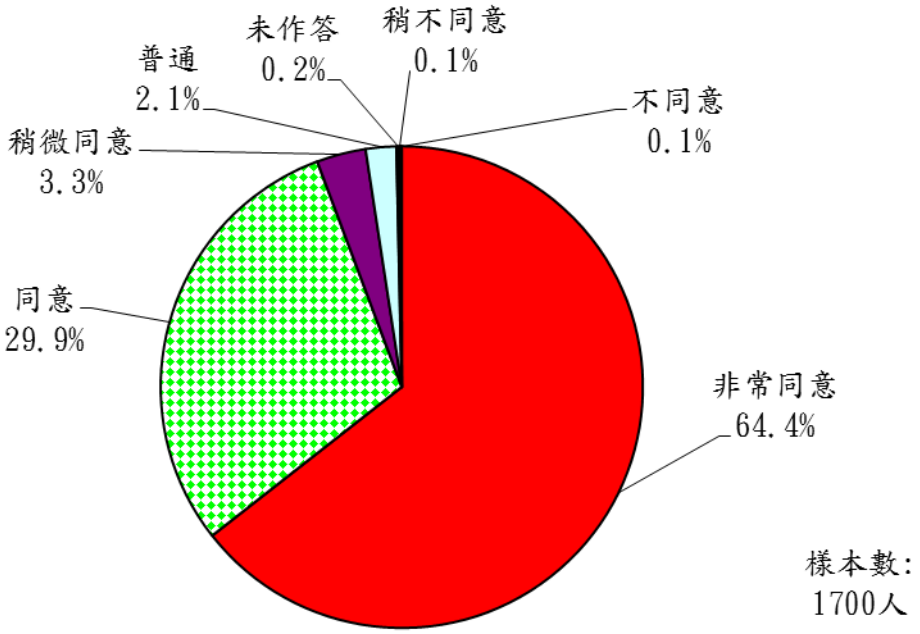

圖7-4-6 民眾同意免門票入館具有吸引力

2.交叉分析

民眾對免門票入館具有吸引力的同意度，在「性別」方面有顯著差異[7]，詳見附表 7-4-6。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(66.2%)「非常同意」的比例相對「女性」(63.0%)較高。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(65.5%)「非常同意」的比例相對較高。「60 歲及以上」(61.8%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「軍公教警」(69.2%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(60.4%)「非常同意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(66.8%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(59.9%)「非常同意」的比例相對較低。

[7] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

五、民眾對本館服務品質的滿意度

（一）指標導引的滿意度

1.本次調查結果

86.3%的民眾對指標導引感到滿意（滿意：50.8%；非常滿意：35.5%），詳見圖 7-5-1。

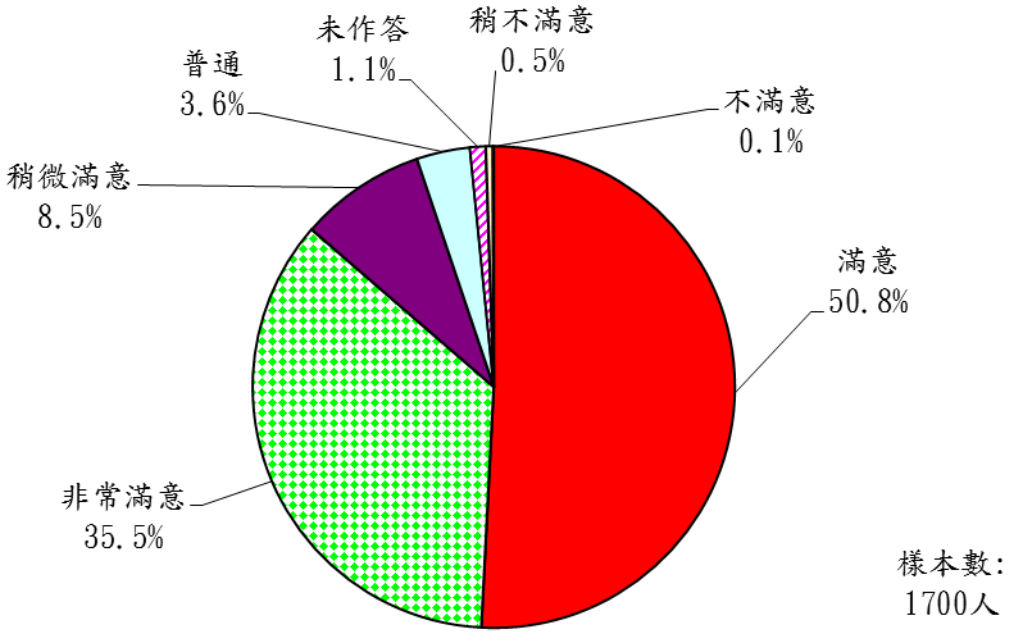

圖7-5-1 指標導引的滿意度

2.交叉分析

民眾對指標導引的滿意度，在「性別」方面有顯著差異[8]，詳見附表7-5-1。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(37.7%)「非常滿意」的比例相對「女性」(33.9%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(48.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(32.2%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「軍公教警」(42.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「學生」(34.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(36.9%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(31.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

[8] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（二）導覽地圖、摺頁的滿意度

1.本次調查結果

85.2%的民眾對導覽地圖、摺頁感到滿意（滿意：50.4%；非常滿意：34.8%），詳見圖 7-5-2。

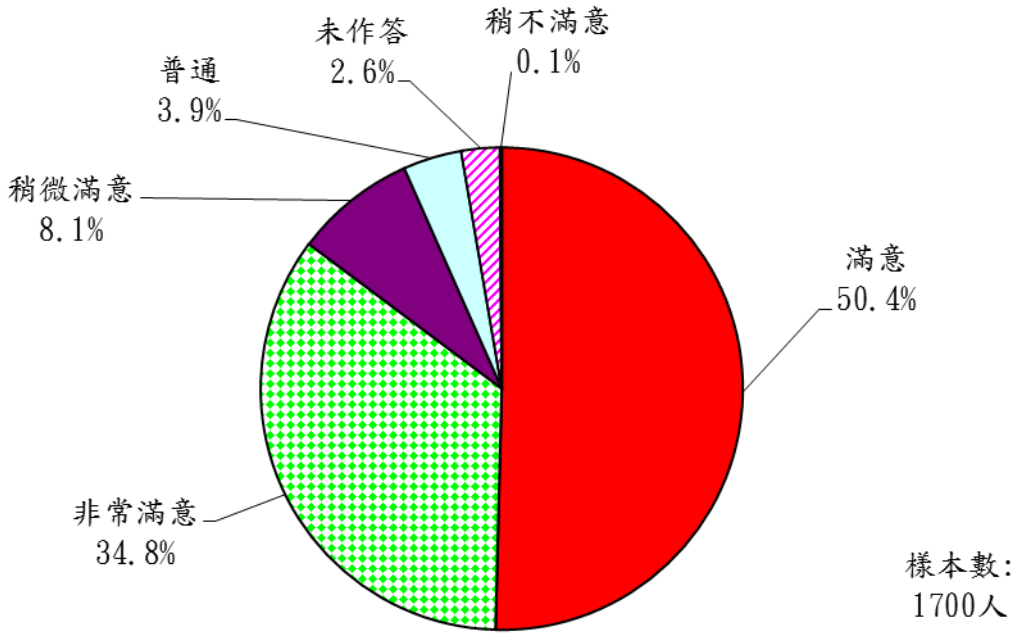

圖7-5-2 導覽地圖、摺頁的滿意度

2.交叉分析

民眾對導覽地圖、摺頁的滿意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[9]，詳見附表 7-5-2。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(37.8%)「非常滿意」的比例相對「女性」(32.6%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(45.6%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(32.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(45.3%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(29.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(36.0%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(33.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

[9]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（三）盥洗設備的滿意度

1.本次調查結果

85.1%的民眾對盥洗設備感到滿意（滿意：45.8%；非常滿意：39.3%），詳見圖 7-5-3。

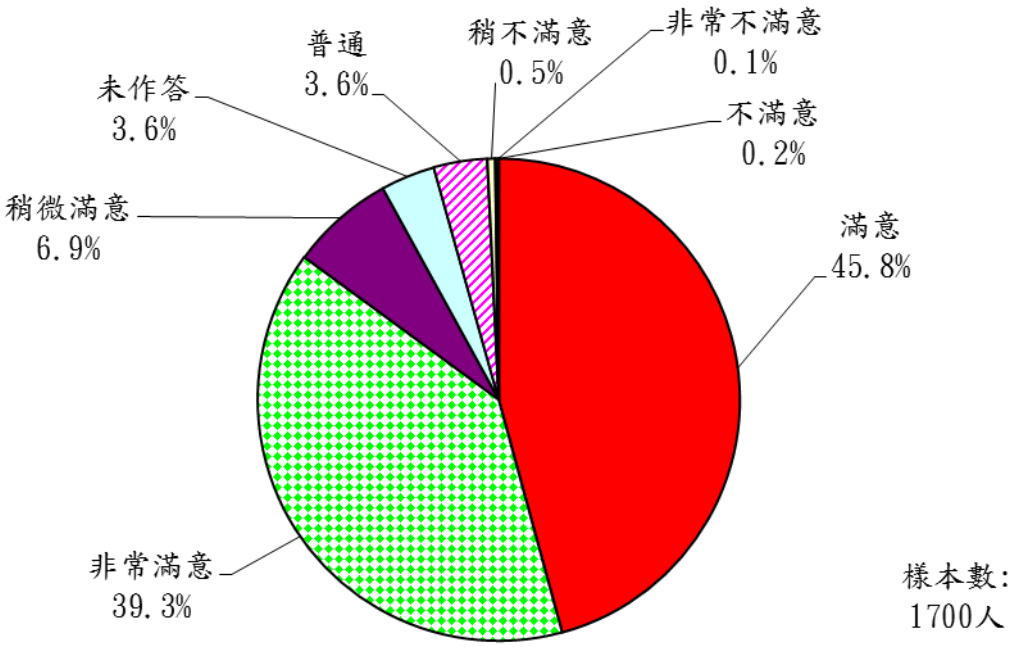

圖7-5-3 盥洗設備的滿意度

2.交叉分析

民眾對盥洗設備的滿意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[10]，詳見附表 7-5-3。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(41.3%)「非常滿意」的比例相對「女性」(37.7%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(52.9%)「非常滿意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(37.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(53.1%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(34.4%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(41.1%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(35.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

[10]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（四）無障礙設施的滿意度

1.本次調查結果

85.1%的民眾對無障礙設施感到滿意（滿意：44.1%；非常滿意：41.0%），詳見圖 7-5-4。

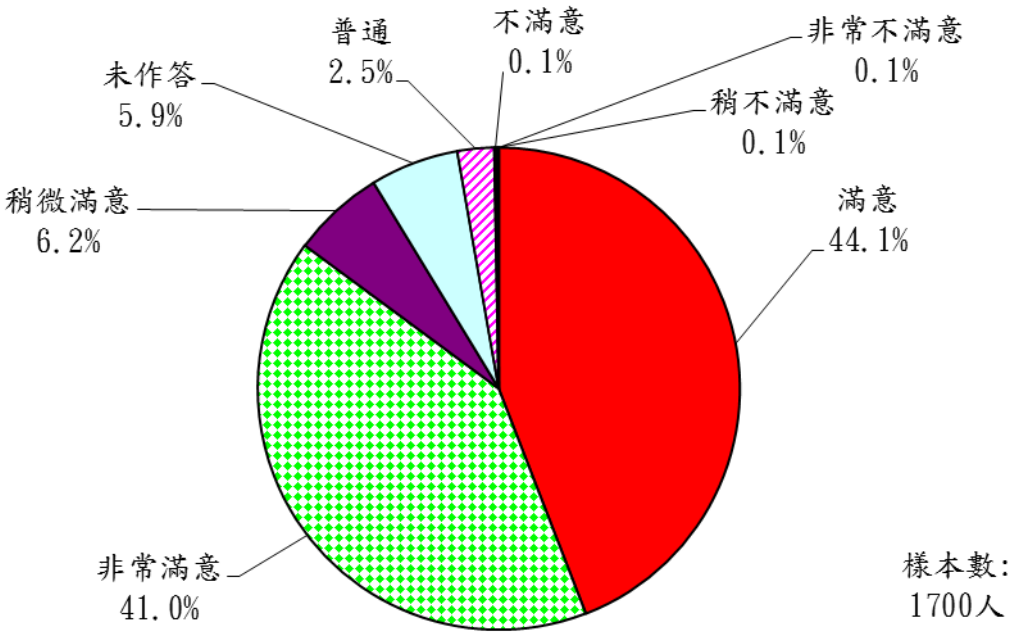

圖7-5-4 無障礙設施的滿意度

2.交叉分析

民眾對無障礙設施的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-4。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(42.7%)「非常滿意」的比例相對「女性」(40.0%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(48.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(40.3%)和「20-39 歲」(40.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(48.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「學生」(38.4%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(44.3%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(35.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

（五）環境空間整潔的滿意度

1.本次調查結果

94.6%的民眾對無環境空間整潔感到滿意（非常滿意：54.4%；滿意：40.2%），詳見圖 7-5-5。

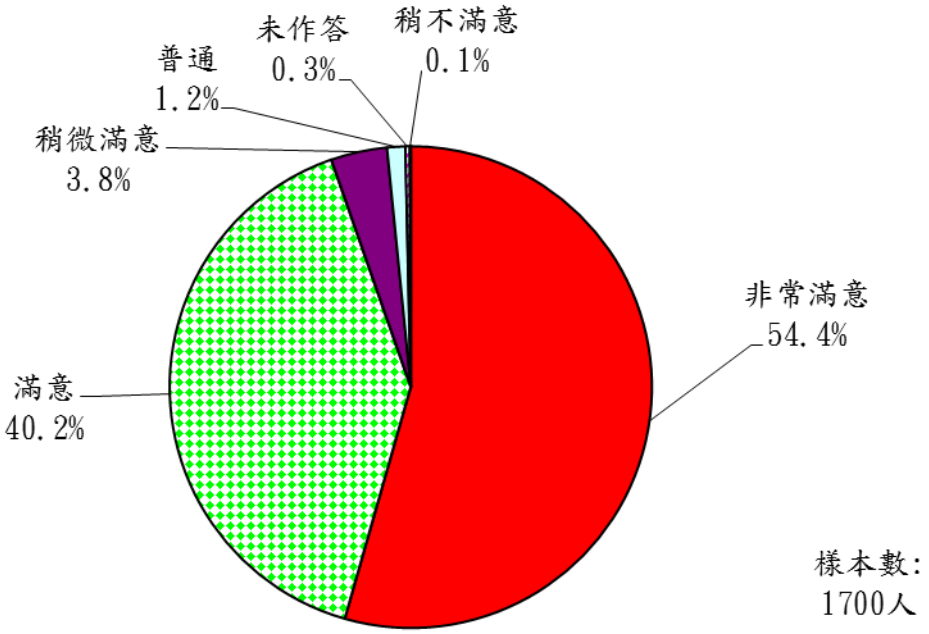

圖7-5-5 環境空間整潔的滿意度

2.交叉分析

民眾對環境空間整潔的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-5。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(57.2%)「非常滿意」的比例相對「女性」(52.3%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(60.3%)「非常滿意」的比例相對較高。「40-59 歲」(51.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「學生」(55.6%)「非常滿意」的比例相對較高。「軍公教警」(51.6%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(56.9%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(50.0%)「非常滿意」的比例相對較低。

（六）休憩空間規劃的滿意度

1.本次調查結果

91.9%的民眾對休憩空間規劃感到滿意（非常滿意：49.1%；滿意：42.8%），詳見圖 7-5-6。

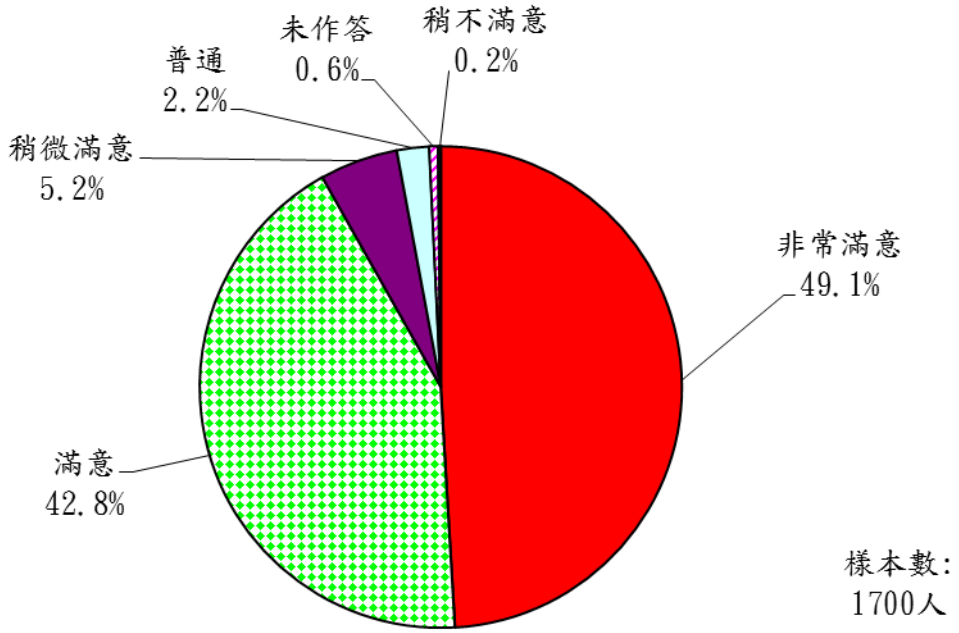

圖7-5-6 休憩空間規劃的滿意度

2.交叉分析

民眾對休憩空間規劃的滿意度，在「職業」方面有顯著差異[11]，詳見附表 7-5-6。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(52.2%)「非常滿意」的比例相對「女性」(46.8%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(51.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「40-59 歲」(46.4%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(53.1%)「非常滿意」的比例相對較高。「家管」(46.5%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(50.1%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(46.5%)「非常滿意」的比例相對較低。

[11]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（七）展示/展覽內容的滿意度

1.本次調查結果

90.2%的民眾對展示/展覽內容感到滿意（滿意：46.3%；非常滿意：43.9%），詳見圖 7-5-7。

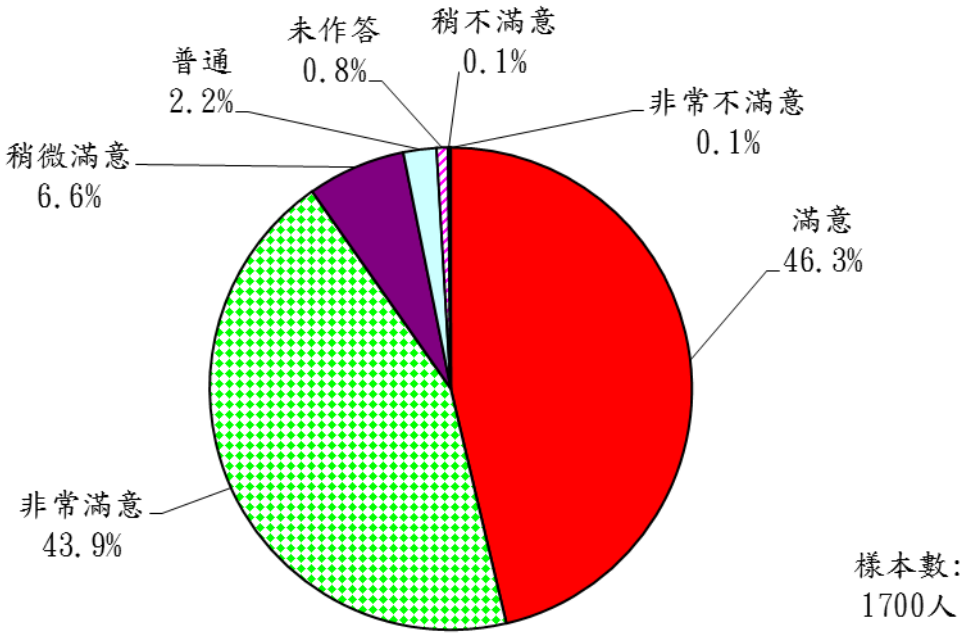

圖7-5-7 展示/展覽內容的滿意度

2.交叉分析

民眾對展示/展覽內容的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-7。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(45.1%)「非常滿意」的比例相對「女性」(43.2%)較高。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(51.0%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(40.2%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「軍公教警」(48.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(37.5%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(45.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「新北市」(41.6%)「非常滿意」的比例相對較低。

（八）解說導覽服務的滿意度

1.本次調查結果

79.9%的民眾對解說導覽服務感到滿意（滿意：41.7%；非常滿意：38.2%），詳見圖 7-5-8。

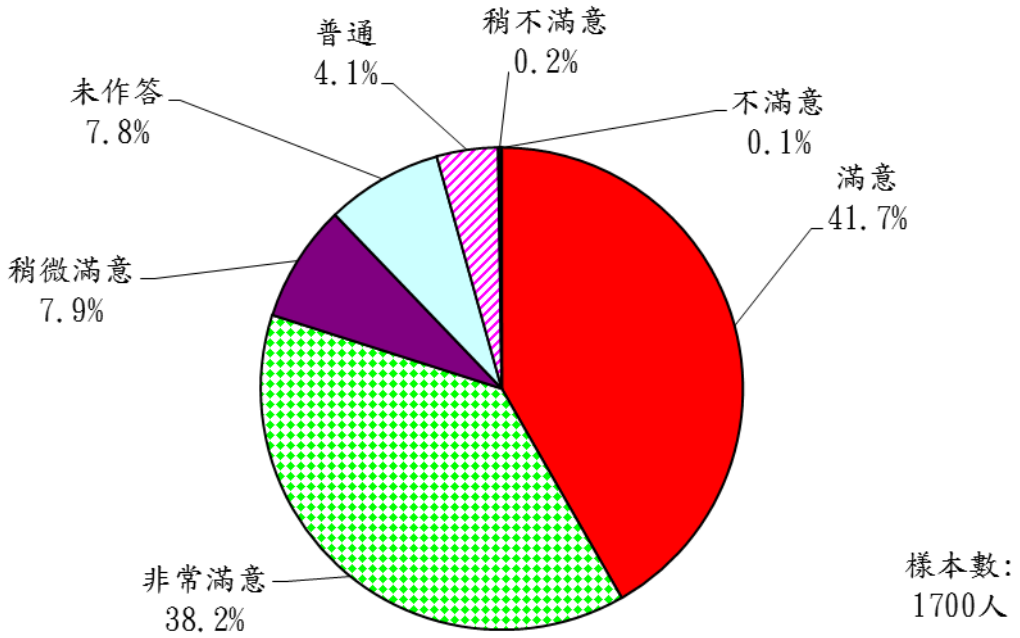

圖7-5-8 解說導覽服務的滿意度

2.交叉分析

民眾對解說導覽服務的滿意度，在「性別」和「年齡」方面有顯著差異[12]，詳見附表 7-5-8。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(39.7%)「非常滿意」的比例相對「女性」(37.2%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(48.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(34.5%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(46.9%)「非常滿意」的比例相對較高。「其他」(35.4%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(39.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(36.2%)「非常滿意」的比例相對較低。

[12]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（九）商品禮品服務提供的滿意度

1.本次調查結果

70.8%的民眾對商品禮品服務提供感到滿意（滿意：42.3%；非常滿意：28.5%），詳見圖 7-5-9。

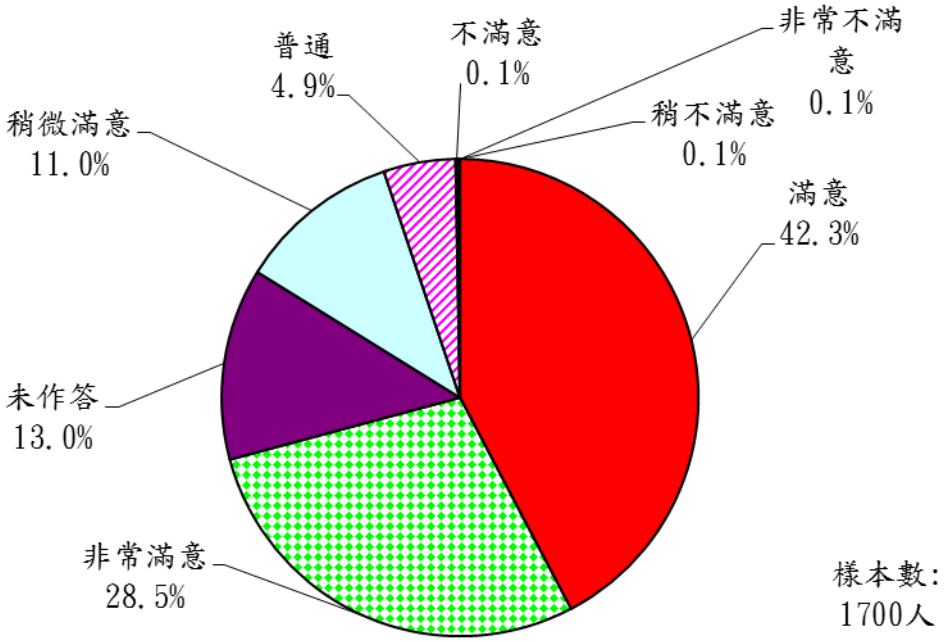

圖7-5-9 商品禮品服務提供的滿意度

2.交叉分析

民眾對商品禮品服務提供的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-9。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「女性」(28.9%)「非常滿意」的比例相對「男性」(28.3%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(39.7%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(25.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(34.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(21.9%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(29.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「新北市」(27.2%)「非常滿意」的比例相對較低。

（十）餐飲服務提供的滿意度

1.本次調查結果

63.2%的民眾對餐飲服務提供感到滿意（滿意：37.6%；非常滿意：25.6%），詳見圖 7-5-10。

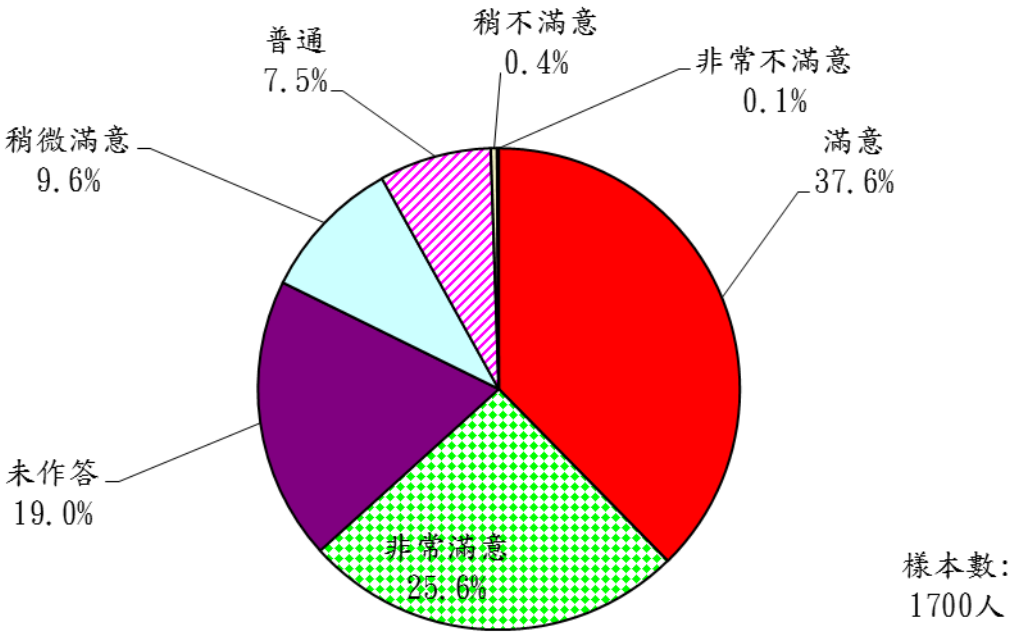

圖7-5-10 餐飲服務提供的滿意度

2.交叉分析

民眾對餐飲服務提供的滿意度，在「年齡」方面有顯著差異[13]，詳見附表 7-5-10。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(26.0%)「非常滿意」的比例相對「女性」(25.6%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(36.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(23.2%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(35.9%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(20.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(27.4%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(22.8%)「非常滿意」的比例相對較低。

[13]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（十一）整體工作人員服務態度的滿意度

1.本次調查結果

89.5%的民眾對整體工作人員服務態度感到滿意（非常滿意：46.2%；滿意：43.3%），詳見圖 7-5-11。

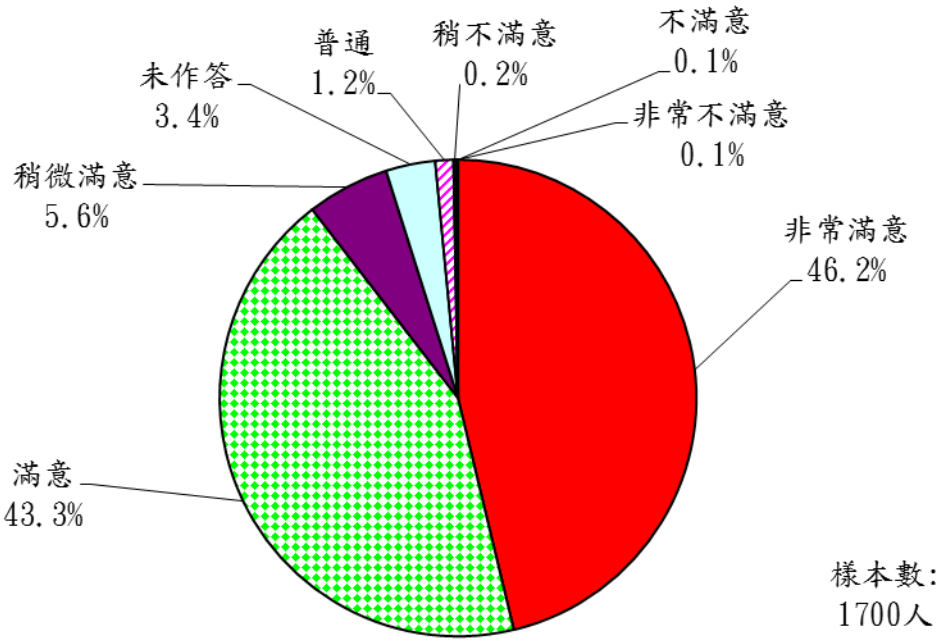

圖7-5-11 整體工作人員服務態度的滿意度

2.交叉分析

民眾對整體工作人員服務態度的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-11。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(48.2%)「非常滿意」的比例相對「女性」(44.9%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(51.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(44.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(57.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(39.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(47.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(44.6%)「非常滿意」的比例相對較低。

（十二）付費體驗活動的滿意度

1.本次調查結果

60.4%的民眾對付費體驗活動感到滿意（滿意：35.5%；非常滿意：25.1%），詳見圖 7-5-12。

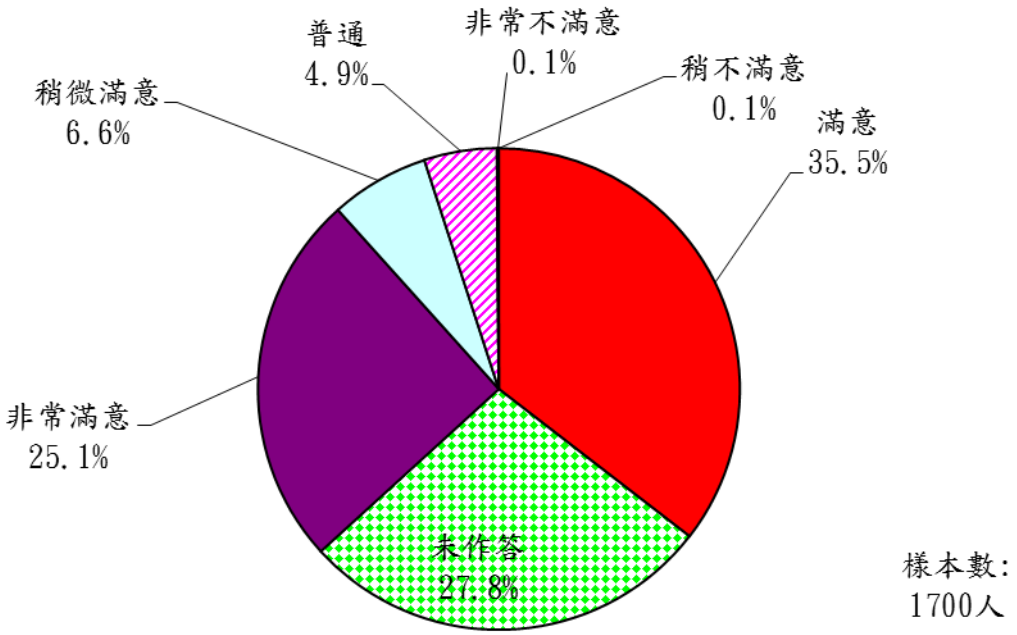

圖7-5-12 付費體驗活動的滿意度

2.交叉分析

民眾對付費體驗活動的滿意度，在「年齡」方面有顯著差異[14]，詳見附表 7-5-12。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(25.4%)「非常滿意」的比例相對「女性」(25.0%)略高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(35.3%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(22.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(37.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(21.9%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(26.1%)「非常滿意」的比例相對較高。「新北市」(24.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

[14]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（十三）免費體驗活動的滿意度

1.本次調查結果

74.2%的民眾對免費體驗活動感到滿意（滿意：37.7%；非常滿意：36.5%），詳見圖 7-5-13。

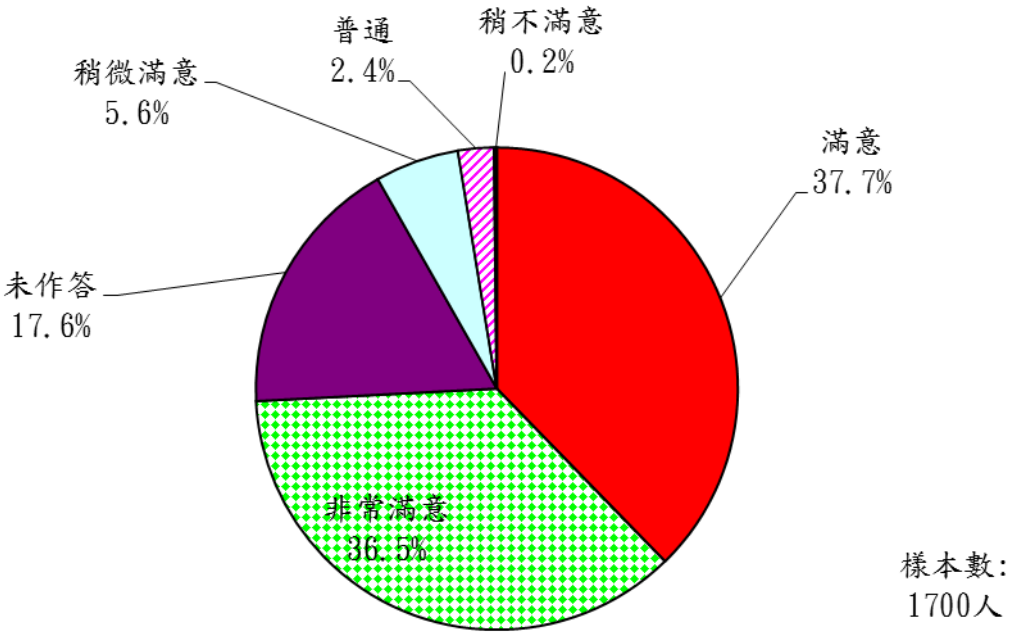

圖7-5-13 免費體驗活動的滿意度

2.交叉分析

民眾對免費體驗活動的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-13。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(37.7%)「非常滿意」的比例相對「女性」(35.8%)較高。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(44.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(32.6%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(50.0%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(26.6%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(39.3%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(34.0%)「非常滿意」的比例相對較低。

（十四）影片放映內容的滿意度

1.本次調查結果

75.7%的民眾對影片放映內容感到滿意（滿意：42.1%；非常滿意：33.6%），詳見圖 7-5-14。

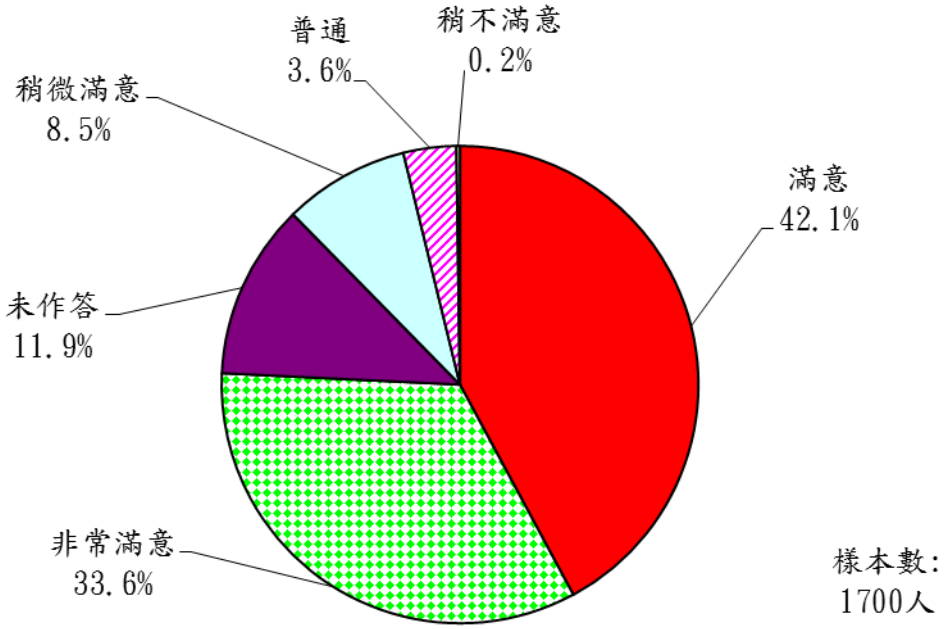

圖7-5-14 影片放映內容的滿意度

2.交叉分析

民眾對影片放映內容的滿意度，在「性別」、「年齡」、「職業」、「居住地」方面均無顯著差異，詳見附表 7-5-14。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(35.5%)「非常滿意」的比例相對「女性」(32.4%)較高。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(39.7%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(30.9%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(42.2%)「非常滿意」的比例相對較高。「家管」(29.7%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(36.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(30.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

（十五）影片放映品質的滿意度

1.本次調查結果

75.2%的民眾對影片放映品質感到滿意（滿意：41.6%；非常滿意：33.6%），詳見圖 7-5-15。

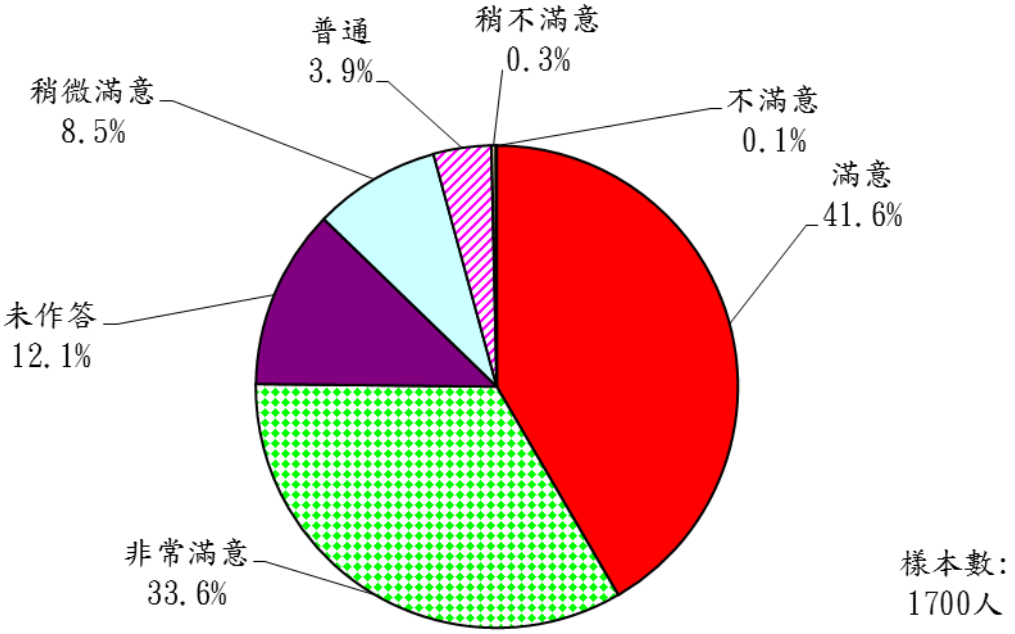

圖7-5-15 影片放映品質的滿意度

2.交叉分析

民眾對影片放映品質的滿意度，在「性別」方面有顯著差異[15]，詳見附表 7-5-15。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(35.5%)「非常滿意」的比例相對「女性」(32.3%)較高。

在年齡方面，「19 歲(含)以下」(42.6%)「非常滿意」的比例相對較高。「20-39 歲」(30.3%)「非常滿意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(42.2%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(28.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(36.5%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(30.1%)「非常滿意」的比例相對較低。

[15]但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

六、民眾對本館的遊後行為意圖

（一）民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的

1.本次調查結果

81.6%的民眾同意來本館所花費的金錢是值得的（同意：47.7%；非常同意：33.9%），詳見圖 7-6-1。

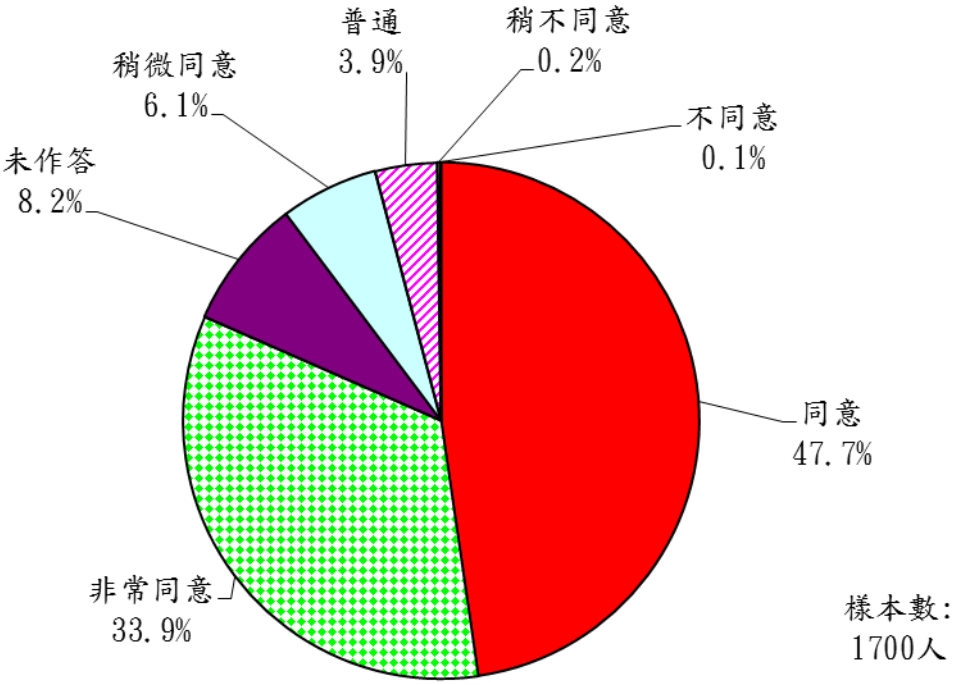

圖7-6-1 民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的

2.交叉分析

「民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的」之同意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[16]，詳見附表 7-6-1。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(34.6%)「非常同意」的比例相對「女性」(33.3%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(47.1%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(30.7%)「非常同意」的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(43.8%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(29.5%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(34.3%)「非常同意」的比例相對較高。「其他地區」(33.4%)「非常同意」的比例相對較低。

[16] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（二）民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的

1.本次調查結果

90.7%的民眾同意來本館所花費的時間是值得的（同意：48.9%；非常同意：41.8%），詳見圖 7-6-2。

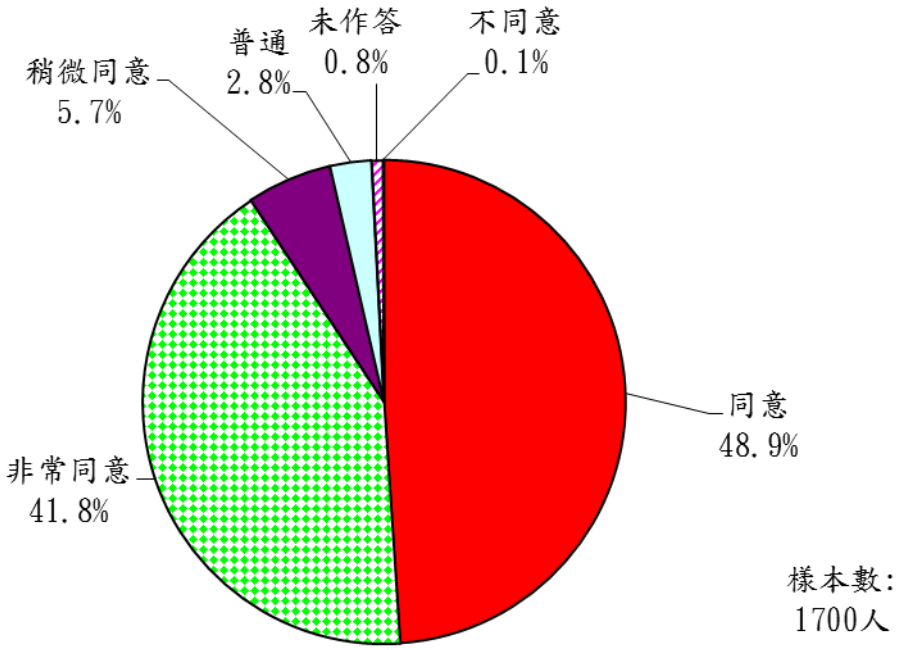

圖7-6-2 民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的

2.交叉分析

「民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的」之同意度，在「職業」方面有顯著差異[17]，詳見附表 7-6-2。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(43.6%)「非常同意」的比例相對「女性」(40.4%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(48.5%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(39.7%)的比例相對較低。

在職業方面，「軍公教警」(49.2%)「非常同意」的比例相對較高。「待業/無業」(35.9%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(42.7%)「非常同意」的比例相對較高。「其他地區」(41.1%)「非常同意」的比例相對較低。

[17] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（三）民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得的

1.本次調查結果

91.0%的民眾同意來本館所花費的體力精神是值得的（同意：48.3%；非常同意：42.7%），詳見圖 7-6-3。

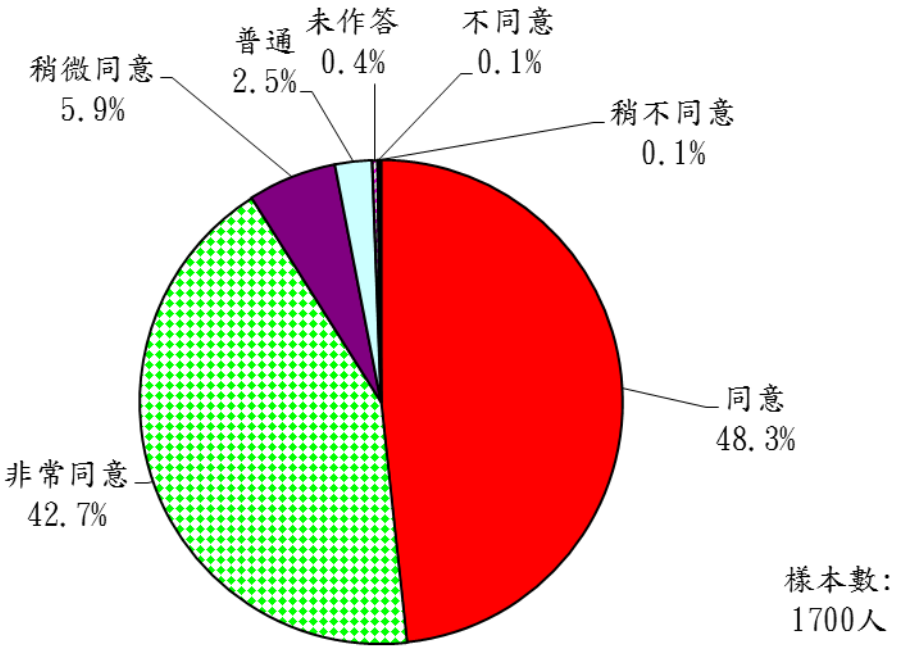

圖7-6-3 民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得的

2.交叉分析

「民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的」之同意度，在「職業」方面有顯著差異[18]，詳見附表 7-6-3。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(43.5%)「非常同意」的比例相對「女性」(42.2%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(48.5%)「非常同意」的比例相對較高。「20-39 歲」(40.5%)的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(48.4%)「非常同意」的比例相對較高。「待業/無業」(37.5%)的比例相對較低。

在居住地方面，「其他地區」(43.0%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(42.3%)「非常同意」的比例相對較低。

[18] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（四）整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意

1.本次調查結果

整體而言，91.0%的民眾對這次來本館遊玩感到滿意（同意：47.8%；非常同意：43.2%），詳見圖 7-6-4。

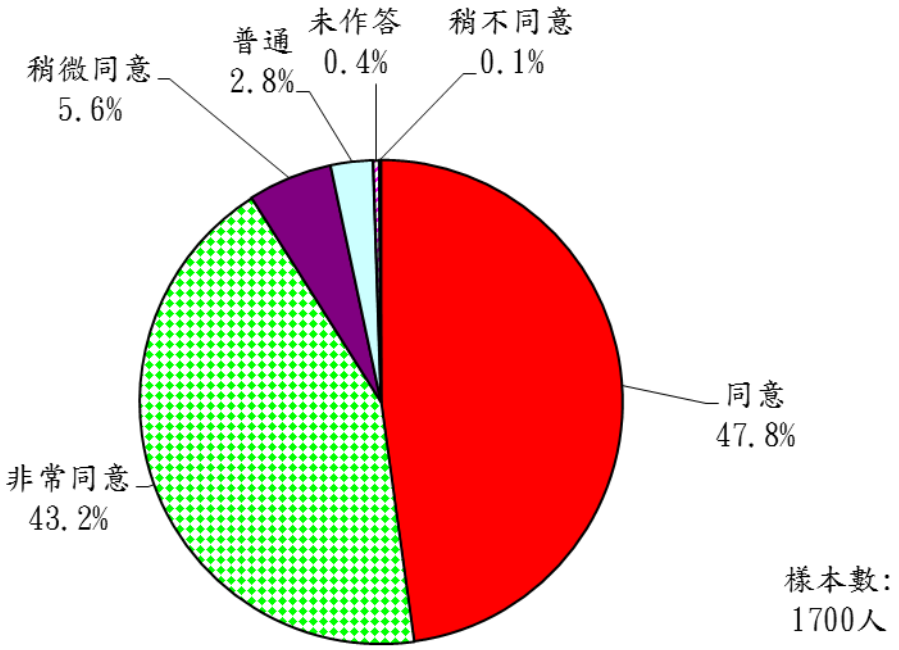

圖7-6-4 整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意

2.交叉分析

「整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意」之滿意度，在「職業」方面有顯著差異[19]，詳見附表 7-6-4。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「女性」(43.3%)「非常滿意」的比例相對「男性」(43.1%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(50.0%)「非常滿意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(40.3%)的比例相對較低。

在職業方面，「軍公教警」(52.8%)「非常滿意」的比例相對較高。「待業/無業」(39.1%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(43.6%)「非常滿意」的比例相對較高。「臺北市」(42.0%)「非常同意」的比例相對較低。

[19] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（五）以後會再次造訪本館

1.本次調查結果

88.4%的民眾同意以後會再次造訪本館（同意：45.8%；非常同意：42.6%），詳見圖 7-6-5。

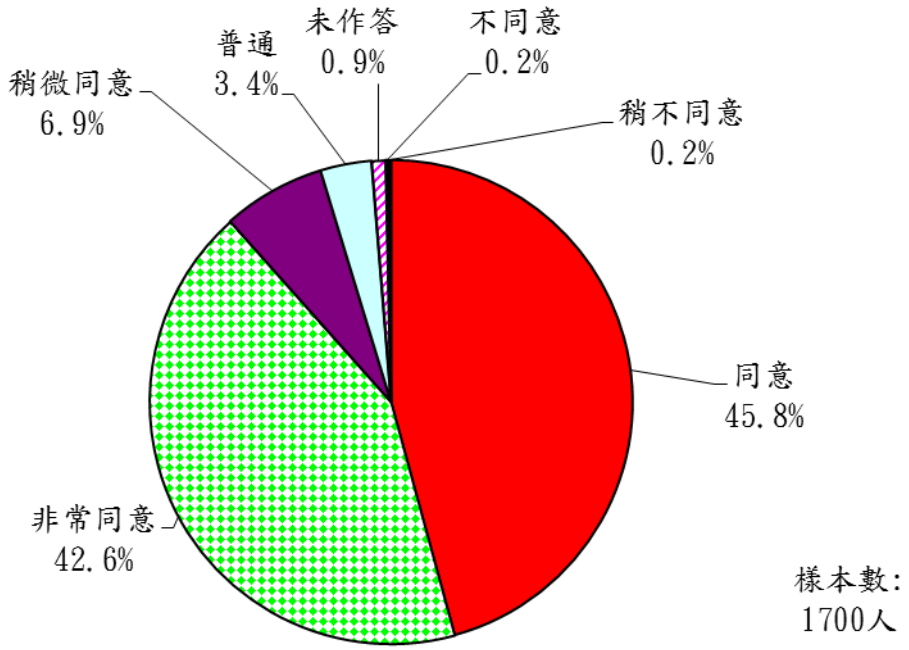

圖7-6-5 以後會再次造訪本館

2.交叉分析

民眾「以後會再次造訪本館」之同意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[20]，詳見附表 7-6-5。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(43.1%)「非常同意」的比例相對「女性」(42.4%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(55.9%)「非常同意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(35.8%)的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(54.7%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(35.9%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(45.5%)「非常同意」的比例相對較高。「其他地區」(40.1%)「非常同意」的比例相對較低。

[20] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（六）會推薦本館給親友

1.本次調查結果

89.5%的民眾同意會推薦本館給親友（同意：45.8%；非常同意：42.6%），詳見圖 7-6-6。

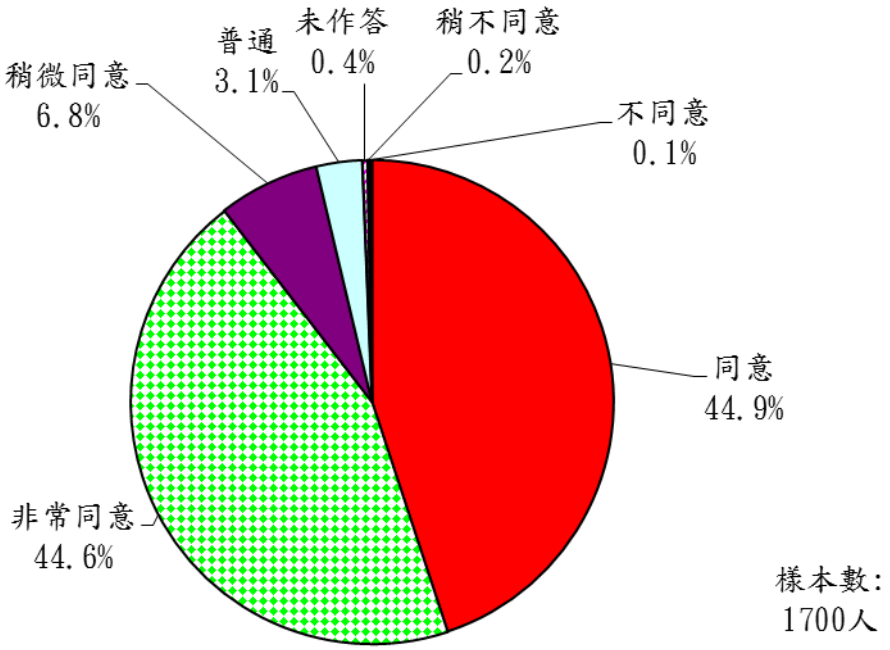

圖7-6-6 會推薦本館給親友

2.交叉分析

民眾「會推薦本館給親友」之同意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[21]，詳見附表 7-6-6。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(45.9%)「非常同意」的比例相對「女性」(43.6%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(58.8%)「非常同意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(40.6%)的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(54.7%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(40.1%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(47.7%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(41.7%)「非常同意」的比例相對較低。

[21] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

（七）會幫本館作宣傳

1.本次調查結果

86.4%的民眾同意會幫本館作宣傳（同意：45.9%；非常同意：40.5%），詳見圖 7-6-7。

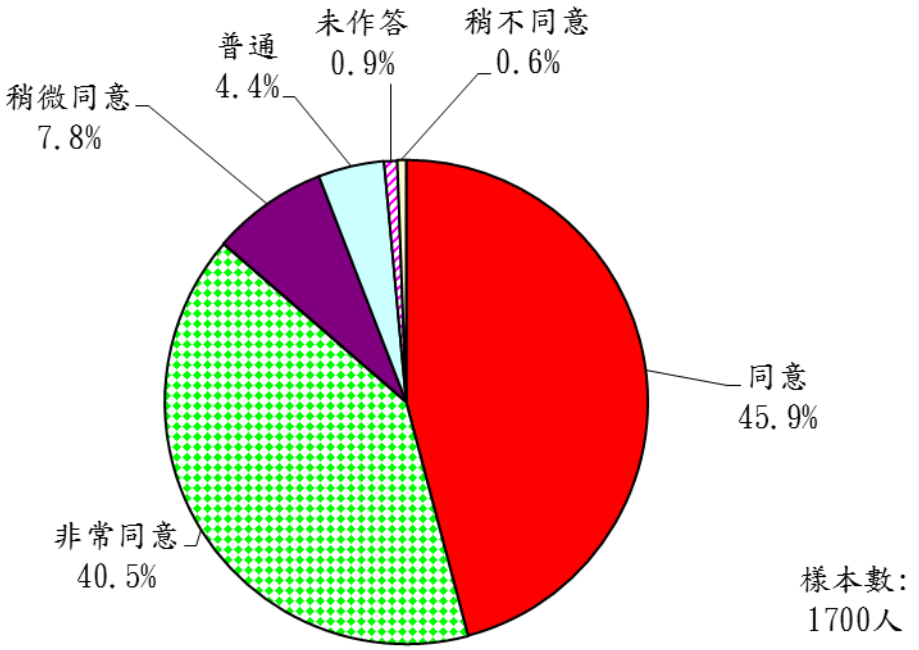

圖7-6-7 會幫本館作宣傳

2.交叉分析

民眾「會幫本館作宣傳」之同意度，在「年齡」和「職業」方面有顯著差異[22]，詳見附表 7-6-7。

本次調查將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，在性別方面，「男性」(41.7%)「非常同意」的比例相對「女性」(39.5%)較高。

在年齡方面，「60 歲及以上」(51.5%)「非常同意」的比例相對較高。「19 歲(含)以下」(36.8%)的比例相對較低。

在職業方面，「退休」(48.4%)「非常同意」的比例相對較高。「學生」(35.8%)的比例相對較低。

在居住地方面，「新北市」(42.0%)「非常同意」的比例相對較高。「臺北市」(36.9%)「非常同意」的比例相對較低。

[22] 但卡方檢定之組間期望值小於 5 的比例超過 25%，差異僅供參考。

捌、結論

一、目的地意象的影響層面

在目的地意象構面，遊客對目的地意象認知中，以地方特色意象(因素負荷量：0.836)為最重要因素，其次為整體氣氛意象(因素負荷量：0.822)。此結果顯示，若要提升遊客對目的地意象認知，則須重視地方特色意象為主要的關鍵因素。

此外，遊客對目的地的意象會正向影響其對旅遊品質的滿意度。目的地意象對旅遊品質的路徑係數為 0.843，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客對旅遊品質的滿意度越高。

遊客對目的地的意象也正向影響其知覺價值。目的地意象對知覺價值的路徑係數為 0.336，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客所感受的知覺價值越高。

遊客對目的地的意象正向影響遊後的行為意圖。目的地意象對遊後行為意圖的路徑係數為 0.244，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的目的地意象越鮮明，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，有顯著差異的題項如下所述。

(一)在性別方面：

「男性」(66.2%)對「免門票入館具有吸引力」題項「非常同意」的比例相對「女性」(63.0%)較高。

(二)在年齡方面：

1.「60 歲及以上」(54.4%)對「地方知名度高」題項「非常同意」的比例相對「19 歲(含)以下」(40.6%)較高。

2.「60 歲及以上」(52.9%)對「整體旅遊氣氛良好的」題項「非常同意」的比例相對「20-39 歲」(42.7%)較高。

(三)在職業方面：

「家管」(75.0%)對「地方知名度高」題項「非常同意」的比例相對「軍公教警」(31.3%)較高。

(四)在居住地方面：

「新北市」居民(46.1%)對「地方知名度高」題項「非常同意」的比例相對「臺北市」居民(42.0%)較高。

二、旅遊品質的影響層面

在旅遊品質構面，在遊客對旅遊品質滿意度的認知中，整體環境(因素負荷量：0.837)與內容品質(因素負荷量：0.837)為使遊客對品質感到滿意的關鍵因素。其次是服務品質(因素負荷量：0.815)與旅遊資訊(因素負荷量：0.788)。因此，若要提升遊客對旅遊品質的滿意度，則整體環境與內容品質為重要影響因素。

遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響知覺價值。旅遊品質對知覺價值的路徑係數為 0.416，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的旅遊品質越滿意，則遊客所感受的知覺價值越高。遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響遊後行為意圖。旅遊品質對遊後行為意圖的路徑係數為 0.135，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館的旅遊品質越滿意，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，有顯著差異的題項如下所述。

(一)在性別方面：

1.「男性」(37.7%)對「指標導引」題項「非常滿意」的比例相對「女性」(33.9%)較高。

2.「男性」(39.7%)對「解說導覽服務」題項「非常滿意」的比例相對「女性」(37.2%)較高。

3.「男性」(35.5%)對「影片放映內容」題項「非常滿意」的比例相對「女性」(32.4%)較高。

(二)在年齡方面：

1.「60 歲及以上」(45.6%)對「導覽地圖、摺頁」題項「非常滿意」的比例相對「20-39 歲」(32.1%)較高。

2.「60 歲及以上」(48.5%)對「解說導覽服務」題項「非常滿意」的比例相對「20-39 歲」(34.5%)較高。

3.「60 歲及以上」(36.8%)對「餐飲服務提供」題項「非常滿意」的比例相對「20-39 歲」(23.2%)較高。

4.「60 歲及以上」(35.3%)對「付費體驗活動」題項「非常滿意」的比例相對「20-39 歲」(22.7%)較高。

5.「60 歲及以上」(52.9%)對「盥洗設備」題項「非常滿意」的比例相對「19 歲(含)以下」(37.1%)較高。

(三)在職業方面：

1.「退休」(45.3%)對「導覽地圖、摺頁」題項「非常滿意」的比例相對「待業/無業」(29.7%)較高。

2. 「退休」(53.1%)對「盥洗設備」題項「非常滿意」的比例相對「待業/無業」(34.4%)較高。

3.「退休」(53.1%)對「休憩空間規劃」題項「非常滿意」的比例相對「家管」(46.5%)較高。

本問卷調查「旅遊品質」構面有 15 個問項，總平均分數為 6.240，最高者為「環境空間整潔的滿意度」，平均分數為 6.482。最低者為「餐飲服務提供的滿意度」，平均分數為 5.989。詳見圖 8-1。

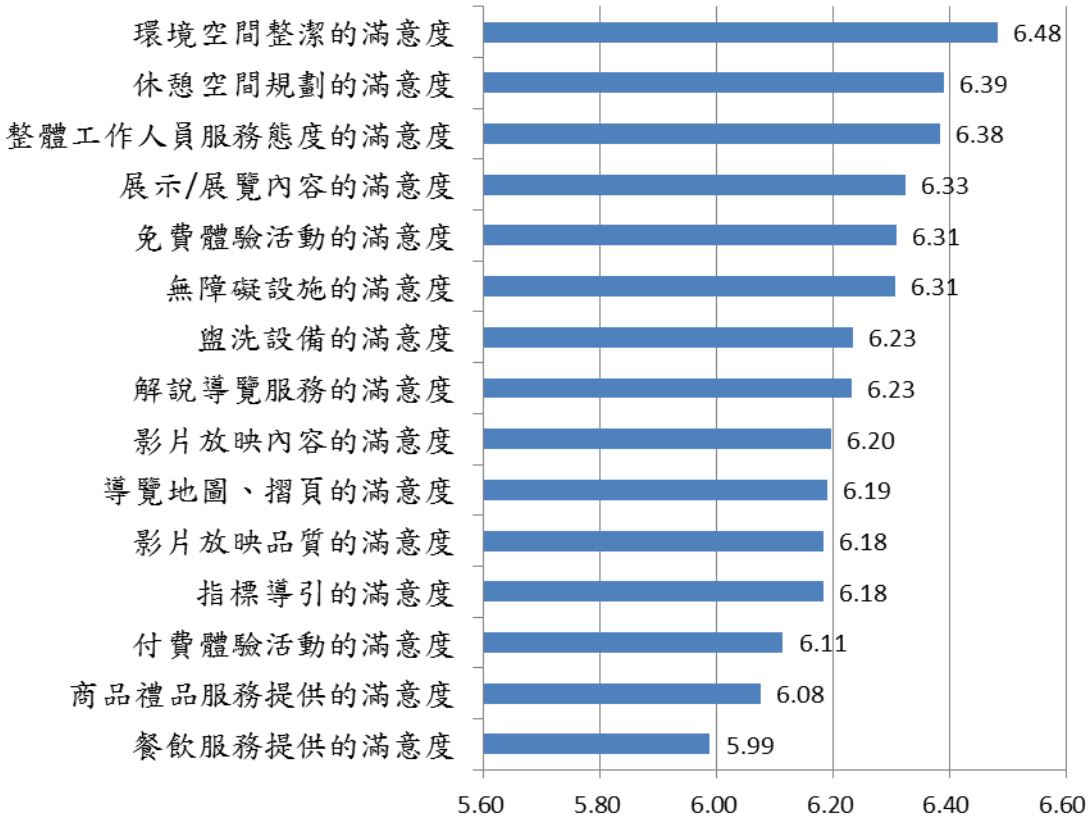

圖8-1「旅遊品質」平均數排序

三、知覺價值的影響層面

在遊客的知覺價值認知中，體力精神價值(因素負荷量：0.925)為使遊客能知覺到價值感的關鍵因素。而時間價值(因素負荷量：0.906)與金錢價值(因素負荷量：0.838)的知覺價值之重要性雖然僅次於體力精神價值(因素負荷量：0.925)，但關聯性亦高，仍須注意。

遊客的知覺價值會正向影響遊後行為意圖。知覺價值對遊後行為意圖的路徑係數為 0.524，表示若遊客對鶯歌陶瓷博物館所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，有顯著差異的題項如下所述。

(一)在年齡方面：

「60 歲及以上」(47.1%)對「所花費的金錢是值得的」題項「非常滿意」的比例相對「「20-39 歲」(30.7%)較高。

(二)在職業方面：

1.「退休」(43.8%)對「所花費的金錢是值得的」題項「非常滿意」的比例相對「學生」(29.5%)較高。

2. 「軍公教警」(49.2%)對「所花費的時間是值得的」題項「非常滿

意」的比例相對「待業/無業」(35.9%)較高。

3.「退休」(48.4%)對「所花費的體力精神是值得的」題項「非常滿意」的比例相對「待業/無業」(37.5%)較高。

4.「軍公教警」(52.8%)對「這次來本館遊玩感到滿意」題項「非常滿意」的比例相對「待業/無業」(39.1%)較高。

四、遊後行為意圖的影響層面

在遊後行為意圖構面，推薦意願之負荷估計值為 0.926 最高，且甚具解釋能力。而重遊意願與宣傳意願之負荷值分別為 0.871 與 0.863，且具解釋能力。

其中，目的地意象透過旅遊品質與知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為0.534。其次，旅遊品質透過知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接與間接影響效果，其總效果為0.353。此外，知覺價值對遊後行為意圖有正向的直接影響效果，其效果值為0.524。

由以上的效果分析中可發現，對於遊客遊後行為意圖的忠誠度而言，影響最大的因素是目的地意象(總效果0.534)，其次是知覺價值(總效果0.524)。

五、民眾此次前來本館的「最主要」原因以「沒有來過，純粹好奇」居多

民眾此次前來本館的「最主要」原因以「沒有來過，純粹好奇」(28.5%)居多。其次為「以前來過，覺得不錯」(24.9%)、特地來看展覽或參加活動」(23.6%)。

其中，「19 歲(含)以下」(30.3%)和「20-39 歲」(32.8%)皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。「40-59 歲」(30.2%)和「60 歲及以上」(38.2%)則以「特地來看展覽或參加活動」占較高的比例。

「學生」(31.9%)、「待業/無業」(37.5%)和「軍公教警」(26.0%)皆以「沒有來過，純粹好奇」占較高的比例。「其他」(31.8%)則以「以前來過，覺得不錯」占較高的比例。「家管」(32.0%)和「退休」(45.3%)皆以「特地來看展覽或參加活動」占較高的比例。

六、民眾「與朋友同好結伴旅遊」前來本館占最大的比例

調查顯示，民眾「與朋友同好結伴旅遊」前來本館占最大的比例（34.1%），其次為「家庭/家族旅遊」（31.1%）。

其中，「20-39 歲」(41.5%)和以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。「40-59 歲」(43.6%)則皆以「家庭/家族旅遊」占較高的比例。

「學生」(43.0%)和「待業/無業」(45.3%)皆以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。「家管」(54.7%)則以「家庭/家族旅遊」占較高的比例。

綜上所述，年輕學生族群以「與朋友同好結伴旅遊」占較高的比例。

七、民眾由「親友介紹」得知本館相關訊息之比例最高

民眾得知本館相關訊息之管道以「親友介紹」（每百人為 39.7 人）居多，其次為「網路報導」（每百人為 24.9 人）。將人口社經背景與題項進行交叉分析顯示，不論在性別、年齡、職業和居住地方面，皆以「親友介紹」得知本館訊息占較高的比例。

由此可知，遊客遊後行為意圖中的推薦意願實具影響力。因此，維持良好一致的服務品質，使遊客願意替館方作宣傳並推薦給親友實為擴大客源的重要管道。

玖、建議

本研究發現，遊客對本館的目的地意象，對旅遊品質、知覺價值與遊後行為意圖都會產生直接或間接的影響，本研究將針對這些關係提出實務上的建議。

一、提升遊客對目的地意象認知

調查顯示，民眾得知本館相關訊息之管道以「親友介紹」比例最高（每百人為39.7人），意即遊客遊後行為意圖中的推薦意願實具影響力。而對於遊客遊後行為意圖的忠誠度而言，影響最大的因素則是目的地意象。

目的地意象對遊後行為意圖忠誠度的影響，主要來自遊客對對旅遊目的地的主觀感受，包括:自然/歷史/文化特色、地方知名度、整體旅遊氣氛、增進家庭關係、旅遊行程的促銷及花費等。因此，相關單位必須去了解遊客的期望，並定出行銷策略，提升旅遊目的地的觀光意象。

此外，樂齡族群對目的地意象中的「地方知名度高」構面的認同度相對最高(54.4%)，而年輕族群對目的地意象中的「地方知名度高」構面的認同度相對最低(40.6%)。館方則可以針對年輕族群設計相關的宣傳活動。

二、重視整體環境與展覽內容的服務品質

遊客對旅遊品質的滿意度會正向影響知覺價值與遊後行為意圖。旅遊品質對遊後行為意圖有正向的直接影響效果，其效果值為0.135，但是旅遊品質透過知覺價值對遊後行為意圖的間接影響效果則有0.218。表示遊客對本館的旅遊品質透過所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

在遊客對旅遊品質滿意度的認知中，整體環境(因素負荷量：0.837)與內容品質(因素負荷量：0.837)為使遊客對品質感到滿意的關鍵因素。因此，若要提升遊客對旅遊品質的滿意度，則整體環境與內容品質為重要影響因素。

整體環境包括盥洗設備、無障礙設施、環境空間整潔與休憩空間規劃，若能從細節中體貼民眾的需求，則民眾感受到知覺價值越高，也較願意替館方作良好的口碑行銷。

三、改善餐飲服務品質

調查顯示，遊客對該館的旅遊品質滿意度，透過所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度(再遊意願、推薦意願、宣傳意願)越高。「知覺價值」為遊客根據自身從某件商品或服務所得到的利益與其所犧牲的金錢、時間和精力做評估比較後，所得到的相對性感受。意即，同樣的服務品質，會因為不同的金錢、時間和精力付出，而有不同的「知覺價值」感受。遊客對該館旅遊品質中的「餐飲服務提供的滿意度」給分最低，建議該館可單獨針對「餐飲服務品質」進行評估，瞭解遊客不滿意的原因，進行檢討與改進，以提升「餐飲服務品質」的滿意度。

四、提升遊客知覺價值中的體力精神價值

在遊客的知覺價值認知中，體力精神價值(因素負荷量：0.925)為使遊客能知覺到價值感的關鍵因素，其次為時間價值(因素負荷量：0.906)。因為本館為免費入館，所以遊客對金錢花費的敏感性較低。遊客重視的是前來本館所付出的體力精神和時間，是否獲得相對應的價值感受，意即不虛此行的價值感受。

此外，遊客的知覺價值會正向影響遊後行為意圖。知覺價值對遊後行為意圖的路徑係數為 0.524，表示若遊客對本館所感受的知覺價值越高，則遊客遊後行為意圖的忠誠度越高。

以遊客所耗費的體力精神價值與時間價值而言，包括遊客從其居住地搭乘交通工具前來本館所耗費的體力精神與時間，和其在本館使用公用設備或參觀展覽、參加活動、使用相關設施排隊等候所耗費的體力精神與時間。

因此，館方可以從改善交通設施上著手，讓遊客可以用最節省體力精神與時間的方式遊覽本館園區範圍內的陶瓷博物館主館與三鶯藝術村。此外，可以在遊客使用公用設備或參與活動排隊等候時設計相關的展示內容，讓遊客不覺得無聊，且能獲取知識。而良好的休憩空間規劃也可以讓遊客在長時間的參觀展覽與參加活動過程中，獲得適度的休息。

參考文獻

Anderson, E.W., & Sullivan, M.W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12 (2), 125–43.

Anderson, J. C., & Gerbing, D.G. (1988). Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.

Baker, D. A., & Crompton J. L. (2000). Quality satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.

Beerli, A., & Martin, J. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis- a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25, 623–636.

Bigne, J., Sanchez, M., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: Inter-relationships. *Tourism Management*, 22(6), 607–616.

Bloemer, J., de Ruyter, K., & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*, 33 (11/12), 1082–1106.

Bollen, K.A., & Long, J.S. (1993). Testing structural equation models. Newbury Park, CA: Sage.

Bolton, R. N. & Drew, J. H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17(March), 375–384.

Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A, (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7–27.

Browne, M. W. (1984). Asymptotically distribution-free methods for the analysis of covariance structures. *British Journal of Mathematics and Statistical Psychology*, 37, 62-83.

Buhalis, D. D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97–116.

Crompton, J. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18–23.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76, 193–218.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (2), 55–68.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28(August), 307–319.

Fache´, W. (2000). Methodologies for innovation and improvement of services in tourism. *Managing Service Quality*, 10 (6), 356–366.

Fakeye, P., & Crompton, J. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10–16.

Hanqin, Z.Q., & Lam, T. (1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 587–594.

Josiam, B.M., & Frazier, R. (2008). Who am I? Where did I come from? Where do I go to find out? Genealogy, the internet, and tourism. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 3(2), 35–36.

Kandampully, J. (2000). The impact of demand fluctuation on the quality of service: a tourism industry example. *Managing Service Quality*, 10 (1), 10–18.

Lam, T., & Zhang, H. (1999). Service quality of travel agents: the case of travel agents in Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 341–349.

Lee, C., Lee, Y., & Lee, B. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 world cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839–858.

Liu, B.S., Sudharshan, D., & Hamer, L.O. (2000). After-service response in service quality assessment: a real-time updating model approach. *Journal of Service Marketing*, 14(2), 160–177.

Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research*, 19, 399–419.

Mardia, K. V., & Foster, K. (1983). Omnibus tests of multi-normality based on skewness and kurtosis. *Communication in Statistics*, 12(2), 207–221.

Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.

Oliver. R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 46–49.

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-34.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12–40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1994). "Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria," *Journal of Retailing*, 70 (3), 201–230.

Paskaleva-Shapira, K.A. (2007). New paradigms in city tourism management: Redefining destination promotion. *Journal of Travel Research*, 46, 108–114.

Rittichainuwat, B.N., Qu, H., & Brown, T. J. (2001). Thailand's international travel image: Mostly favorable. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 82–95.

Rittichainuwat, B.N., Qu, H., & Mongkhonvanit, C. (2008). Understanding the motivation of travelers on repeat visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 5–21.

Sirakaya, E., Petrick, J., & Choi, H. S. (2004). "The role of mood on tourism product evaluations. *Annals of Tourism Research*, 31, 517–539.

Tian-Cole, S., Crompton, J. L., & Willson, V. L. (2002). "An Empirical Investigation of the Relationships Between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions among Visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*, 34(1), 1–24.

Tse, D. K., & Wilton, C. P. (1988). Models of customer satisfaction formation: An extension, *Journal of Marketing Research*, 25, 204–212.

Williams, L. J., & Hazer, J.T. (1986). Antecedents and consequence of satisfaction and commitment in turnover models: A reanalysis using latent variable Structural Equation Methods, *Journal of Applied Psychology*, 71 (May), 219–231.

Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9 (December), 5–17.

Yilmaz, I. (2009). Measurement of service quality in the hotel industry. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 375–386.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2–22.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60 (2), 31–46.

附錄一、附表

附表說明

1. 本調查資料採用電子計算機處理，因四捨五入關係，故總計數與各細項和之尾數，容或有未能相符。
2. 「-」表示該交叉格無資料，「0.0」表示百分比小於0.5。
3. 交叉分析表是調查問卷各題答案與基本資料之交叉分配表。

附表6-1 觀光意象構面的常態性檢驗表

構面	測量變數	平均數	標準差	偏態	峰度
目的地意象	地方特色意象	**6.329**			
	具有豐富的歷史文化資產	6.301	0.707	-1.111	2.256
	具有地方產業、文化特色	6.408	0.682	-1.259	2.680
	地方知名度高	6.277	0.789	-1.228	2.038
	整體氣氛意象	**6.409**			
	整體旅遊氣氛良好	6.314	0.764	-1.217	1.998
	適合家庭旅遊、參觀	6.349	0.764	-1.372	2.701
	免門票入館具有吸引力	6.565	0.679	-1.868	4.485
	Mardia 係數	57.238			
	n(n+2)	6×8=48			

註：n 為觀察變數的數量

附表6-2 旅遊品質構面的常態性檢驗表

構面	測量變數	平均數	標準差	偏態	峰度
旅遊品質	旅遊資訊	**6.187**			
	指標導引的滿意度	6.184	0.776	-1.114	1.987
	導覽地圖、摺頁的滿意度	6.190	0.750	-0.964	1.237
	整體環境	**6.353**			
	盥洗設備的滿意度	6.234	0.802	-1.468	3.714
	無障礙設施的滿意度	6.306	0.726	-1.413	4.166
	環境空間整潔的滿意度	6.482	0.636	-1.184	1.870
	休憩空間規劃的滿意度	6.391	0.703	-1.219	1.992
	內容品質	**6.226**			
	展示/展覽內容的滿意度	6.325	0.718	-1.208	2.909
	付費體驗活動的滿意度	6.114	0.724	-1.255	3.165
	免費體驗活動的滿意度	6.309	0.675	-1.234	2.558
	影片放映內容的滿意度	6.196	0.744	-1.047	1.566
	影片放映品質的滿意度	6.184	0.764	-1.133	1.958
	服務品質	**6.234**			
	解說導覽服務的滿意度	6.232	0.776	-1.159	1.746
	商品禮品服務提供的滿意度	6.076	0.794	-1.082	2.256
	餐飲服務提供的滿意度	5.989	0.849	-1.107	2.002
	整體工作人員服務態度的滿意度	6.384	0.682	-1.393	4.504
	Mardia 係數	312.123			
	n(n+2)	15×17=255			

註：n 為觀察變數的數量

附表6-3 知覺價值構面的常態性檢驗表

構面	測量變數	平均數	標準差	偏態	峰度
知覺價值	金錢價值	**6.209**			
	所花費的金錢是值得的	6.209	0.735	-1.174	2.349
	時間價值	**6.305**			
	所花費的時間是值得的	6.305	0.709	-1.086	1.956
	體力精神價值	**6.311**			
	所花費的體力精神是值得的	6.311	0.720	-1.208	2.692
	Mardia 係數	37.241			
	n(n+2)	3×5=15			

註：n 為觀察變數的數量

附表6-4 遊後行為意圖構面的常態性檢驗表

構面	測量變數	平均數	標準差	偏態	峰度
遊後行為意圖	重遊意願	**6.280**			
	會再次造訪本館/園(區)	6.280	0.774	-1.295	2.641
	推薦意願	**6.308**			
	會推薦本館/園(區)給親友	6.308	0.759	-1.261	2.393
	宣傳意願	**6.223**			
	會幫本館/園(區)作宣傳	6.223	0.814	-1.186	1.637
	Mardia 係數	27.540			
	n(n+2)	3×5=15			

註：n 為觀察變數的數量

附表6-5 目的地意象構面的驗證性因素分析表

變項	標準化因素負荷量	標準誤	t值	誤差變異數	t值	多元相關平方	組合信度	平均變異抽取量
第一階								
地方特色意象							**0.826**	**0.614**
具有豐富的歷史文化資產	0.794	0.125	8.116	0.180	8.911	0.631		
具有地方產業、文化特色	0.847	0.036	27.965	0.125	8.728	0.718		
地方知名度高	0.702	0.043	22.143	0.287	12.118	0.492		
整體氣氛意象							**0.781**	**0.550**
整體旅遊氣氛良好	0.824	0.152	6.673	0.172	10.531	0.679		
適合家庭旅遊、參觀	0.813	0.149	6.777	0.186	11.201	0.661		
免門票入館具有吸引力	0.558	0.093	6.615	0.300	12.976	0.311		
第二階								
目的地意象				**0.284**	**16.427**		**0.918**	**0.848**
地方特色意象	0.915	0.092	24.584	0.024	1.735	0.837		
整體氣氛意象	0.927	0.403	6.128	0.080	4.487	0.859		

附表6-6 旅遊品質構面的驗證性因素分析表

變項	標準化因素負荷量	標準誤	t值	誤差變異數	t值	多元相關平方	組合信度	平均變異抽取量
第一階								
旅遊資訊							**0.834**	**0.715**
指標導引的滿意度	0.836	0.102	11.308	0.129	8.000	0.698		
導覽地圖、摺頁的滿意度	0.855	0.098	11.468	0.104	9.947	0.731		
整體環境							**0.856**	**0.599**
盥洗設備的滿意度	0.713	0.071	12.454	0.217	8.473	0.508		
無障礙設施的滿意度	0.761	0.067	12.718	0.151	8.961	0.580		
環境空間整潔的滿意度	0.810	0.062	13.439	0.106	13.677	0.656		
休憩空間規劃的滿意度	0.807	0.071	13.146	0.135	10.415	0.651		
內容品質							**0.922**	**0.705**
展示/展覽內容的滿意度	0.774	0.130	3.205	0.148	8.366	0.600		
付費體驗活動的滿意度	0.739	0.123	3.156	0.161	11.886	0.546		
免費體驗活動的滿意度	0.818	0.134	3.178	0.115	10.277	0.670		
影片放映內容的滿意度	0.925	0.151	3.193	0.051	6.759	0.855		
影片放映品質的滿意度	0.924	0.155	3.191	0.054	4.548	0.854		
服務品質							**0.845**	**0.578**
解說導覽服務的滿意度	0.791	0.120	4.938	0.158	10.937	0.625		
商品禮品服務提供的滿意度	0.788	0.119	4.950	0.157	13.049	0.622		
餐飲服務提供的滿意度	0.696	0.114	4.892	0.249	12.212	0.484		
整體工作人員服務態度的滿意度	0.763	0.106	4.873	0.143	10.318	0.581		
第二階								
旅遊品質				**0.231**	**12.996**		**0.965**	**0.874**
旅遊資訊	0.881	0.180	10.334	0.067	5.654	0.775		
整體環境	0.909	0.185	11.826	0.039	6.227	0.827		
內容品質	0.980	1.611	3.087	0.009	1.603	0.961		
服務品質	0.966	0.780	4.779	0.018	2.469	0.933		

附表6-7 知覺價值構面的驗證性因素分析表

變項	標準化因素負荷量	標準誤	t值	誤差變異數	t值	多元相關平方	組合信度	平均變異抽取量
知覺價值				**0.330**	**12.916**		**0.906**	**0.763**
金錢價值	0.782	0.099	25.832	0.210	11.117	0.611		
時間價值	0.945	0.086	34.992	0.053	5.497	0.894		
體力精神價值	0.886	0.087	32.865	0.112	6.924	0.784		

附表6-8 遊後行為意圖構面的驗證性因素分析表

變項	標準化因素負荷量	標準誤	t值	誤差變異數	t值	多元相關平方	組合信度	平均變異抽取量
遊後行為意圖				**0.423**	**14.026**		**0.907**	**0.764**
重遊意願	0.841	0.104	28.053	0.175	11.045	0.708		
推薦意願	0.938	0.095	33.400	0.069	5.752	0.879		
宣傳意願	0.840	0.091	33.609	0.195	9.264	0.706		

附表6-9 測量模型之驗證性分析表

構面	測量變數	平均數	標準差	偏態	峰度	標準化之因素負荷量	因素負荷量的標準誤	多元相關平方	誤差變異數	α值	組合信度	平均變異萃取量
目的地意象	**地方特色意象**	**6.329**								**0.792**	**0.826**	**0.614**
	歷史文化資產	6.301	0.707	-1.111	2.256	0.794*	0.125	0.631	0.180			
	地方產業特色	6.408	0.682	-1.259	2.680	0.847*	0.036	0.718	0.125			
	地方知名度	6.277	0.789	-1.228	2.038	0.702*	0.043	0.492	0.287			
	整體氣氛意象	**6.409**								**0.767**	**0.781**	**0.550**
	整體旅遊氣氛	6.314	0.764	-1.217	1.998	0.824*	0.152	0.679	0.172			
	適合家庭旅遊	6.349	0.764	-1.372	2.701	0.813*	0.149	0.661	0.186			
	免門票	6.565	0.679	-1.868	4.485	0.558*	0.093	0.311	0.300			
	Mardia 係數	**57.238**	n(n+2)=6×8=48									
旅遊品質	**旅遊資訊**	**6.187**								**0.841**	**0.834**	**0.715**
	指標導引	6.184	0.776	-1.114	1.987	0.836*	0.102	0.698	0.129			
	導覽地圖摺頁	6.190	0.750	-0.964	1.237	0.855*	0.098	0.731	0.104			
	整體環境	**6.354**								**0.832**	**0.856**	**0.599**
	盥洗設備	6.234	0.802	-1.468	3.714	0.713*	0.071	0.508	0.217			
	無障礙設施	6.306	0.726	-1.413	4.166	0.761*	0.067	0.580	0.151			
	環境空間整潔	6.482	0.636	-1.184	1.870	0.810*	0.062	0.656	0.106			
	休憩空間規劃	6.391	0.703	-1.219	1.992	0.807*	0.071	0.651	0.135			
	內容品質	**6.225**								**0.869**	**0.922**	**0.705**
	展示展覽內容	6.325	0.718	-1.208	2.909	0.774*	0.130	0.600	0.148			
	付費體驗活動	6.114	0.724	-1.255	3.165	0.739*	0.123	0.546	0.161			
	免費體驗活動	6.309	0.675	-1.234	2.558	0.818*	0.134	0.670	0.115			
	影片放映內容	6.196	0.744	-1.047	1.566	0.925*	0.151	0.855	0.051			
	影片放映品質	6.184	0.764	-1.133	1.958	0.924*	0.155	0.854	0.054			
	服務品質	**6.170**								**0.836**	**0.845**	**0.578**
	解說導覽	6.232	0.776	-1.159	1.746	0.791*	0.120	0.625	0.158			
	商品禮品服務	6.076	0.794	-1.082	2.256	0.788*	0.119	0.622	0.157			
	餐飲服務	5.989	0.849	-1.107	2.002	0.696*	0.114	0.484	0.249			
	整體工作人員	6.384	0.682	-1.393	4.504	0.763*	0.106	0.581	0.143			
	Mardia 係數	**312.123**	n(n+2)=15×17=255									

註：「*」表示在顯著水準 0.05 時顯著。

附表6-10 整體模型參數估計表

參數			標準化迴歸加權係數	標準誤	t 值	誤差變異數	t 值	多元相關平方
地方特色意象	←	目的地意象	0.832*	0.072	30.124	0.104*	13.206	0.693
整體氣氛意象	←	目的地意象	0.823*	0.069	30.979	0.110*	12.004	0.677
旅遊資訊	←	旅遊品質	0.786*	0.066	19.868	0.167*	14.617	0.618
整體環境	←	旅遊品質	0.829*	0.061	19.371	0.099*	15.236	0.687
內容品質	←	旅遊品質	0.862*	0.062	19.612	0.082*	13.068	0.743
服務品質	←	旅遊品質	0.860*	0.066	19.641	0.093*	12.038	0.739
金錢價值	←	知覺價值	0.823*	0.081	21.764	0.154*	10.817	0.677
時間價值	←	知覺價值	0.922*	0.080	23.852	0.067*	8.349	0.850
體力精神價值	←	知覺價值	0.903*	0.079	24.434	0.089*	7.418	0.816
重遊意願	←	遊後行為意圖	0.866*	0.073	21.615	0.133*	11.291	0.750
推薦意願	←	遊後行為意圖	0.929*	0.075	22.347	0.070*	7.954	0.863
宣傳意願	←	遊後行為意圖	0.858*	0.073	22.306	0.153*	9.040	0.736
旅遊品質	←	目的地意象	0.826*	0.100	14.670			
遊後行為意圖	←	目的地意象	0.237*	0.103	4.131			
知覺價值	←	目的地意象	0.352*	0.097	5.252			
知覺價值	←	旅遊品質	0.405*	0.058	5.669			
遊後行為意圖	←	旅遊品質	0.131*	0.056	2.363			
遊後行為意圖	←	知覺價值	0.537*	0.070	9.479			
目的地意象						0.235*1	15.062	
旅遊品質						0.086*2	9.934	0.682
知覺價值						0.154*3	10.882	0.523
遊後行為意圖						0.125*4	10.808	0.686

註：「*」表示在顯著水準 0.05 時顯著

「—」表無估計值

1: 表目的地意象的變異數

2: 表旅遊品質的結構誤差

3: 表知覺價值的結構誤差

4: 表遊後行為意圖的結構誤差

附表6-11 整體模型配適度指標檢核表

統計檢定量		標準值	檢定結果	模型配適判斷
絕對配適指標	χ^2	越小越好(P≧α值)	138.289	否
	χ^2/df	1~5之間	2.881	是
	GFI	大於0.9	0.929	是
	AGFI	大於0.9	0.884	否(接近)
	RMR	小於0.08	0.029	是
	SRMR	小於0.08	0.030	是
	RMSEA	小於0.08	0.033	是
增量配適指標	NFI	大於0.9	0.861	否(接近)
	NNFI (TLI)	大於0.9	0.866	否(接近)
	CFI	大於0.9	0.903	是
	RFI	大於0.9	0.808	否(接近)
	IFI	大於0.9	0.904	是
精簡配適指標	PNFI	大於0.5	0.626	是
	PGFI	大於0.5	0.572	是
	CN	大於200	801	是

註：χ^2(Chi-Suare)為卡方統計值；χ^2/df(Normed Chi-square)為卡方自由比；GFI(Godness of Fit Index)為配適度指標；AGFI(Adjust Goodness of Fit Index)為調整後配適度指標;RMR(Root Mean Square Residual)為殘差均方根;SRMR(Standardized Root Mean Square Residual)為標準化殘差均方根；RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)為近似誤差均方根；NFI(Normed Fit Index)為基準配適指標；NNFI(Non-Normed Fit Index)為非基準配適指標；CFI(Comparative Fit Index)為比較配適指標；RFI(Relative Fit Index)為相對配適度指標；IFI(Incremental Fit Index)為增值配適度指標；PNFI(Parsimony Normed Fit Index)為精簡後的規範配適指標；PGFI(Parsimony Goodness of Fit Indices)為精簡配適指標；CN值為臨界樣本數。

附表6-12 修正後整體模型配適度指標檢核表

統計檢定量		標準值	檢定結果	模型配適判斷
絕對配適指標	χ^2	越小越好(P≧α值)	93.489	否
	χ^2/df	1~5之間	2.032	是
	GFI	大於0.9	0.952	是
	AGFI	大於0.9	0.918	是
	RMR	小於0.08	0.022	是
	SRMR	小於0.08	0.027	是
	RMSEA	小於0.08	0.025	是
增量配適指標	NFI	大於0.9	0.906	是
	NNFI（TLI）	大於0.9	0.926	是
	CFI	大於0.9	0.949	是
	RFI	大於0.9	0.865	否(接近)
	IFI	大於0.9	0.95	是
精簡配適指標	PNFI	大於0.5	0.631	是
	PGFI	大於0.5	0.561	是
	CN	大於200	1142	是

註：χ^2(Chi-Suare)為卡方統計值；χ^2/df(Normed Chi-square)為卡方自由比；GFI(Godness of Fit Index)為配適度指標；AGFI(Adjust Goodness of Fit Index)為調整後配適度指標;RMR(Root Mean Square Residual)為殘差均方根;SRMR(Standardized Root Mean Square Residual)為標準化殘差均方根；RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)為近似誤差均方根；NFI(Normed Fit Index)為基準配適指標；NNFI(Non-Normed Fit Index)為非基準配適指標；CFI(Comparative Fit Index)為比較配適指標；RFI(Relative Fit Index)為相對配適度指標；IFI(Incremental Fit Index)為增值配適度指標；PNFI(Parsimony Normed Fit Index)為精簡後的規範配適指標；PGFI(Parsimony Goodness of Fit Indices)為精簡配適指標；CN值為臨界樣本數。

附表6-13 修正後整體模型參數估計表

參數			標準化迴歸加權係數	標準誤	t 值	誤差變異數	t 值	多元相關平方
地方特色意象	←	目的地意象	0.836*	0.071	31.138	0.105*	13.288	0.700
整體氣氛意象	←	目的地意象	0.822*	0.069	31.424	0.114*	12.379	0.676
旅遊資訊	←	旅遊品質	0.788*	0.070	18.360	0.173*	15.044	0.621
整體環境	←	旅遊品質	0.837*	0.064	17.849	0.096*	14.440	0.701
內容品質	←	旅遊品質	0.837*	0.064	17.879	0.098*	13.880	0.700
服務品質	←	旅遊品質	0.815*	0.068	17.610	0.125*	12.407	0.664
金錢價值	←	知覺價值	0.838*	0.083	22.101	0.150*	10.256	0.702
時間價值	←	知覺價值	0.906*	0.077	24.796	0.084*	9.568	0.820
體力精神價值	←	知覺價值	0.925*	0.080	25.114	0.071*	5.605	0.855
重遊意願	←	遊後行為意圖	0.871*	0.073	22.410	0.133*	11.277	0.759
推薦意願	←	遊後行為意圖	0.926*	0.073	23.241	0.074*	8.404	0.858
宣傳意願	←	遊後行為意圖	0.863*	0.071	23.211	0.148*	8.697	0.745
旅遊品質	←	目的地意象	0.843*	0.113	13.863			
遊後行為意圖	←	目的地意象	0.244*	0.107	4.033			
知覺價值	←	目的地意象	0.336*	0.102	4.766			
知覺價值	←	旅遊品質	0.416*	0.059	5.438			
遊後行為意圖	←	旅遊品質	0.135*	0.057	2.260			
遊後行為意圖	←	知覺價值	0.524*	0.066	9.741			
目的地意象	->					0.245*1	15.569	
旅遊品質						0.082*2	9.180	0.710
知覺價值						0.169*3	11.051	0.521
遊後行為意圖						0.133*4	11.205	0.683

註：「*」表示在顯著水準 0.05 時顯著

「—」表無估計值

1: 表目的地意象的變異數

2: 表旅遊品質的結構誤差

3: 表知覺價值的結構誤差

4: 表遊後行為意圖的結構誤差

附表7-1 民眾此次前來本館的「最主要」原因

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	特地來看展覽或參加活動	沒有來過,純粹好奇	以前來過,覺得不錯	團體旅遊行程排定	其他	未作答
總計	1700	100.0	23.6	28.5	24.9	18.8	3.8	0.4
性別 ＊a								
男	743	100.0	21.9	29.5	25.7	19.5	3.1	0.3
女	951	100.0	24.9	27.8	24.5	18.2	4.3	0.3
未作答	6	100.0	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	33.3
年齡 ＊a								
19 歲(含)以下	310	100.0	21.6	30.3	21.3	21.6	5.2	0.0
20-39 歲	915	100.0	20.2	32.8	24.5	18.9	3.2	0.4
40-59 歲	401	100.0	30.2	19.0	29.2	17.7	4.0	0.0
60 歲及以上	68	100.0	38.2	19.1	23.5	10.3	4.4	4.4
未作答	6	100.0	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
職業 ＊a								
家管	172	100.0	32.0	16.3	31.4	15.1	4.7	0.6
退休	64	100.0	45.3	12.5	29.7	12.5	0.0	0.0
學生	674	100.0	22.0	31.9	18.7	23.0	4.3	0.1
待業/無業	64	100.0	20.3	37.5	20.3	18.8	3.1	0.0
軍公教警	250	100.0	24.4	26.0	24.8	21.2	3.6	0.0
其他	472	100.0	19.9	30.7	31.8	13.6	3.4	0.6
未作答	4	100.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0
居住地 ＊a								
新北市	635	100.0	24.3	24.6	34.2	12.8	4.3	0.0
臺北市	312	100.0	20.2	32.7	23.7	19.2	3.8	0.3
其他地區	751	100.0	24.2	30.2	17.7	23.7	3.3	0.8
未作答	2	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-2 民眾以什麼方式前來參觀本館

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	機關團體、學校旅遊	家庭/家族旅遊	與朋友同好結伴旅遊	個人旅遊	其他	未作答
總計	1700	100.0	22.7	31.1	34.1	9.9	1.8	0.4
性別 ＊a								
男	743	100.0	21.4	32.3	33.2	11.3	1.5	0.3
女	951	100.0	23.8	30.3	34.7	8.9	2.1	0.2
未作答	6	100.0	16.7	16.7	33.3	0.0	0.0	33.3
年齡 ＊a								
19歲(含)以下	310	100.0	26.8	35.8	34.5	2.6	0.3	0.0
20-39歲	915	100.0	21.3	24.5	41.5	10.3	2.1	0.3
40-59歲	401	100.0	24.7	43.6	17.2	12.0	2.5	0.0
60歲及以上	68	100.0	11.8	26.5	29.4	26.5	1.5	4.4
未作答	6	100.0	16.7	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0
職業 ＊a								
家管	172	100.0	17.4	54.7	15.7	9.9	1.7	0.6
退休	64	100.0	15.6	28.1	32.8	23.4	0.0	0.0
學生	674	100.0	27.4	23.3	43.0	5.2	0.9	0.1
待業/無業	64	100.0	17.2	20.3	45.3	15.6	1.6	0.0
軍公教警	250	100.0	29.6	31.2	24.0	14.4	0.8	0.0
其他	472	100.0	15.9	35.8	32.0	11.9	4.0	0.4
未作答	4	100.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0
居住地 ＊a								
新北市	635	100.0	16.2	36.5	37.0	8.5	1.7	0.0
臺北市	312	100.0	25.6	25.3	38.5	8.0	2.2	0.3
其他地區	751	100.0	27.0	29.0	29.7	11.9	1.7	0.7
未作答	2	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-3 民眾由下列管道得知本館的相關訊息

單位：人，人/百人

項目別	樣本數	親友介紹	網路報導	新北市政府官網	新北市政府文化局官網	本館/園(區)網站	新北市藝遊	報紙報導	戶外廣告、看板、旗幟、標示	其他	未作答
總計	1700	39.7	24.9	5.8	5.5	13.3	8.1	5.4	10.2	13.2	0.5
性別											
男	743	38.6	24.5	5.7	5.5	14.7	7.5	6.1	10.2	11.7	0.3
女	951	40.7	25.3	6.0	5.6	12.3	8.6	4.9	10.2	14.2	0.5
未作答	6	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3
年齡											
19歲(含)以下	310	40.0	22.3	4.2	8.4	9.4	8.7	5.5	15.2	16.8	0.3
20-39歲	915	41.2	26.1	4.7	3.6	13.6	7.5	4.5	10.3	13.2	0.4
40-59歲	401	36.9	26.9	8.5	6.5	17.0	9.0	7.2	6.0	11.0	0.2
60歲及以上	68	35.3	10.3	13.2	13.2	7.4	7.4	7.4	11.8	5.9	4.4
未作答	6	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0	0.0
職業											
家管	172	36.0	20.9	6.4	4.7	13.4	10.5	8.1	7.0	11.0	1.2
退休	64	42.2	20.3	9.4	7.8	7.8	7.8	3.1	12.5	7.8	0.0
學生	674	42.1	26.1	4.2	6.4	11.1	8.5	4.5	12.0	16.6	0.3
待業/無業	64	40.6	21.9	7.8	3.1	20.3	4.7	3.1	18.8	6.3	0.0
軍公教警	250	41.2	24.4	8.8	4.4	19.6	9.6	5.6	9.2	10.4	0.4
其他	472	36.7	26.1	5.7	5.3	12.9	6.6	6.4	7.8	12.1	0.4
未作答	4	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	50.0
居住地											
新北市	635	41.6	22.8	7.6	7.4	15.4	8.5	5.0	11.0	9.6	0.3
臺北市	312	42.0	26.3	5.8	6.4	13.8	11.5	5.8	7.1	12.2	0.3
其他地區	751	37.3	26.1	4.4	3.6	11.3	6.3	5.6	10.8	16.6	0.8
未作答	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題為複選題。

附表7-4-1 民眾同意本館具有豐富的歷史文化資產

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度		
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意
總計	1700	100.0	99.8	41.3	50.4	5.6	2.5	0.2	0.1	0.1
性別 a										
男	743	100.0	99.7	44.3	46.2	5.9	3.4	0.3	0.1	0.1
女	951	100.0	99.9	39.0	53.7	5.3	1.9	0.1	0.1	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a										
19 歲(含)以下	310	100.0	100.0	43.2	49.4	3.9	3.5	0.0	0.0	0.0
20-39 歲	915	100.0	99.7	38.4	51.5	7.2	2.6	0.3	0.2	0.1
40-59 歲	401	100.0	100.0	43.6	50.6	3.7	2.0	0.0	0.0	0.0
60 歲及以上	68	100.0	100.0	57.4	39.7	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a										
家管	172	100.0	100.0	41.9	51.2	5.2	1.7	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	100.0	57.8	35.9	4.7	1.6	0.0	0.0	0.0
學生	674	100.0	99.7	38.7	51.6	6.1	3.3	0.3	0.3	0.0
待業/無業	64	100.0	100.0	48.4	43.8	6.3	1.6	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	100.0	44.0	49.6	4.0	2.4	0.0	0.0	0.0
其他	472	100.0	99.8	40.3	51.5	5.9	2.1	0.2	0.0	0.2
未作答	4	100.0								
居住地 a			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新北市	635	100.0	99.8	39.7	51.7	6.0	2.5	0.2	0.0	0.2
臺北市	312	100.0	100.0	36.9	55.1	6.7	1.3	0.0	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	99.7	44.5	47.4	4.8	3.1	0.3	0.3	0.0
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-4-2 民眾同意本館具有地方產業、文化特色

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	98.0	49.5	43.9	4.6	1.8	0.2	0.1	0.1	0.1
性別 a											
男	743	100.0	97.7	51.3	41.7	4.7	2.0	0.3	0.1	0.1	0.0
女	951	100.0	98.2	48.4	45.5	4.3	1.6	0.2	0.1	0.0	0.1
未作答	6	100.0	100.0	16.7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19歲(含)以下	310	100.0	97.1	50.6	39.7	6.8	2.6	0.3	0.3	0.0	0.0
20-39歲	915	100.0	98.4	47.1	46.1	5.1	1.4	0.2	0.1	0.0	0.1
40-59歲	401	100.0	97.8	53.1	42.6	2.0	2.0	0.2	0.0	0.2	0.0
60歲及以上	68	100.0	98.5	57.4	39.7	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	95.3	48.8	44.2	2.3	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	98.4	62.5	34.4	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	674	100.0	97.3	47.0	43.6	6.7	2.2	0.4	0.3	0.0	0.1
待業/無業	64	100.0	96.9	45.3	48.4	3.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	99.6	56.8	40.4	2.4	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0
其他	472	100.0	99.2	48.5	46.4	4.2	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	4	100.0	100.0	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	98.0	50.7	43.0	4.3	1.9	0.2	0.2	0.0	0.0
臺北市	312	100.0	99.4	45.8	47.8	5.8	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	97.5	50.1	43.0	4.4	2.1	0.4	0.1	0.1	0.1
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-4-3 民眾同意本館地方知名度高

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	95.2	43.6	43.5	8.0	3.5	0.4	0.2	0.1	0.9
性別 a											
男	743	100.0	94.3	44.7	40.9	8.7	4.3	0.5	0.3	0.3	0.8
女	951	100.0	95.9	42.8	45.8	7.3	2.8	0.2	0.2	0.0	1.1
未作答	6	100.0	83.3	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 ＊a											
19歲(含)以下	310	100.0	93.9	40.6	41.9	11.3	4.8	0.3	0.3	0.0	1.0
20-39歲	915	100.0	94.9	41.2	44.4	9.3	3.8	0.5	0.3	0.2	0.8
40-59歲	401	100.0	96.5	49.6	43.6	3.2	2.2	0.0	0.0	0.0	1.2
60歲及以上	68	100.0	98.5	54.4	41.2	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	83.3	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 ＊a											
家管	172	100.0	75.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	95.9	44.2	47.7	4.1	2.9	0.0	0.0	0.0	1.2
學生	674	100.0	98.4	62.5	29.7	6.3	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
待業/無業	64	100.0	92.6	39.2	41.8	11.6	5.6	0.7	0.4	0.3	1.0
軍公教警	250	100.0	93.8	31.3	56.3	6.3	3.1	0.0	0.0	0.0	3.1
其他	472	100.0	97.6	52.0	42.4	3.2	1.2	0.0	0.0	0.0	1.2
未作答	4	100.0	97.2	44.3	45.6	7.4	2.1	0.2	0.2	0.0	0.4
居住地 ＊a											
新北市	635	100.0	96.2	46.1	43.6	6.5	3.3	0.3	0.2	0.2	0.2
臺北市	312	100.0	97.8	42.0	47.4	8.3	1.9	0.3	0.3	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	93.3	42.2	41.9	9.2	4.3	0.4	0.3	0.1	2.0
未作答	2	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-4-4 民眾同意本館整體旅遊氣氛良好

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	96.6	45.6	43.4	7.6	2.8	0.4	0.3	0.1	0.2
性別 a											
男	743	100.0	95.4	45.1	42.1	8.2	3.6	0.5	0.4	0.1	0.4
女	951	100.0	97.6	46.2	44.4	7.0	2.1	0.2	0.2	0.0	0.1
未作答	6	100.0	83.3	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 *a											
19 歲(含)以下	310	100.0	96.5	49.4	36.5	10.6	2.6	0.3	0.3	0.0	0.6
20-39 歲	915	100.0	96.5	42.7	45.2	8.5	3.0	0.4	0.4	0.0	0.1
40-59 歲	401	100.0	97.0	48.1	44.6	4.2	2.7	0.2	0.0	0.2	0.0
60 歲及以上	68	100.0	95.6	52.9	41.2	1.5	2.9	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	97.7	49.4	41.9	6.4	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	93.8	51.6	35.9	6.3	4.7	0.0	0.0	0.0	1.6
學生	674	100.0	95.7	45.5	39.8	10.4	3.3	0.7	0.7	0.0	0.3
待業/無業	64	100.0	96.9	40.6	53.1	3.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	97.6	49.6	43.2	4.8	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	472	100.0	97.5	42.2	48.9	6.4	2.1	0.2	0.0	0.2	0.2
未作答	4	100.0	75.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	95.9	46.6	42.7	6.6	3.5	0.5	0.3	0.2	0.2
臺北市	312	100.0	96.5	43.9	46.2	6.4	2.2	0.6	0.6	0.0	0.6
其他地區	751	100.0	97.2	45.5	42.7	8.9	2.5	0.1	0.1	0.0	0.1
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-4-5 民眾同意本館適合家庭旅遊、參觀

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	96.5	48.3	41.6	6.6	2.8	0.4	0.3	0.1	0.3
性別 a											
男	743	100.0	95.0	47.8	40.5	6.7	3.6	0.8	0.5	0.3	0.5
女	951	100.0	97.7	48.9	42.4	6.4	2.1	0.1	0.1	0.0	0.1
未作答	6	100.0	100.0	16.7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19歲(含)以下	310	100.0	96.8	47.4	39.7	9.7	2.3	0.6	0.6	0.0	0.3
20-39歲	915	100.0	96.2	46.1	42.8	7.2	3.4	0.2	0.1	0.1	0.2
40-59歲	401	100.0	97.0	52.4	40.9	3.7	2.0	0.7	0.5	0.2	0.2
60歲及以上	68	100.0	97.1	58.8	36.8	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	96.5	52.9	39.0	4.7	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	95.3	54.7	39.1	1.6	3.1	0.0	0.0	0.0	1.6
學生	674	100.0	95.3	43.9	41.2	10.1	3.9	0.6	0.4	0.1	0.3
待業/無業	64	100.0	96.9	45.3	43.8	7.8	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	98.0	52.8	42.8	2.4	1.6	0.0	0.0	0.0	0.4
其他	472	100.0	97.7	50.0	42.4	5.3	1.5	0.6	0.4	0.2	0.2
未作答	4	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	96.9	48.5	43.0	5.4	2.4	0.6	0.3	0.3	0.2
臺北市	312	100.0	98.4	45.5	46.2	6.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	95.5	49.3	38.5	7.7	3.6	0.4	0.4	0.0	0.5
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-4-6 民眾同意免門票入館具有吸引力

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	97.6	64.4	29.9	3.3	2.1	0.2	0.1	0.1	0.2
性別 ＊a											
男	743	100.0	96.8	66.2	27.1	3.5	2.7	0.3	0.1	0.1	0.3
女	951	100.0	98.2	63.0	32.3	2.9	1.6	0.1	0.1	0.0	0.1
未作答	6	100.0	100.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19 歲(含)以下	310	100.0	95.5	65.5	26.1	3.9	4.2	0.0	0.0	0.0	0.3
20-39 歲	915	100.0	98.3	63.8	30.7	3.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.1
40-59 歲	401	100.0	97.5	65.3	30.4	1.7	1.5	0.7	0.5	0.2	0.2
60 歲及以上	68	100.0	98.5	61.8	33.8	2.9	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	98.8	63.4	32.0	3.5	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0
退休	64	100.0	98.4	62.5	32.8	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
學生	674	100.0	96.1	60.4	30.9	4.9	3.6	0.1	0.1	0.0	0.1
待業/無業	64	100.0	96.9	64.1	29.7	3.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	99.2	69.2	27.6	2.4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.4
其他	472	100.0	98.3	68.0	28.8	1.5	1.3	0.4	0.2	0.2	0.0
未作答	4	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	97.5	63.6	31.0	2.8	2.0	0.0	0.0	0.0	0.5
臺北市	312	100.0	97.8	59.9	34.9	2.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	97.6	66.8	26.9	3.9	2.0	0.4	0.3	0.1	0.0
未作答	2	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-5-1 指標導引的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	
總計	1700	100.0	94.8	35.5	50.8	8.5	3.6	0.5	0.5	0.1	1.1
性別 ＊a											
男	743	100.0	93.7	37.7	46.8	9.2	4.2	0.9	0.8	0.1	1.2
女	951	100.0	95.8	33.9	54.2	7.8	3.0	0.2	0.2	0.0	0.9
未作答	6	100.0	83.3	33.3	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19 歲(含)以下	310	100.0	94.5	38.7	47.7	8.1	3.9	0.6	0.6	0.0	1.0
20-39 歲	915	100.0	94.4	32.2	51.9	10.3	3.7	0.8	0.7	0.1	1.1
40-59 歲	401	100.0	95.5	38.2	51.9	5.5	3.5	0.0	0.0	0.0	1.0
60 歲及以上	68	100.0	97.1	48.5	45.6	2.9	1.5	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	98.3	36.0	55.2	7.0	1.2	0.0	0.0	0.0	0.6
退休	64	100.0	93.8	42.2	46.9	4.7	3.1	0.0	0.0	0.0	3.1
學生	674	100.0	93.2	34.1	48.1	11.0	4.2	1.2	1.2	0.0	1.5
待業/無業	64	100.0	98.4	35.9	54.7	7.8	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	96.0	42.4	47.6	6.0	3.2	0.4	0.0	0.4	0.4
其他	472	100.0	94.9	32.8	54.9	7.2	4.2	0.0	0.0	0.0	0.8
未作答	4	100.0									
居住地 a											
新北市	635	100.0	93.9	35.7	49.1	9.0	3.9	0.8	0.8	0.0	1.4
臺北市	312	100.0	94.2	31.7	52.6	9.9	5.1	0.3	0.3	0.0	0.3
其他地區	751	100.0	95.9	36.9	51.5	7.5	2.7	0.4	0.3	0.1	1.1
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-5-2 導覽地圖、摺頁的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	稍不滿意	未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意			
總計	1700	100.0	93.4	34.8	50.4	8.1	3.9	0.1	2.6
性別 a									
男	743	100.0	92.5	37.8	46.2	8.5	4.3	0.1	3.1
女	951	100.0	94.0	32.6	53.7	7.7	3.7	0.1	2.2
未作答	6	100.0	100.0	16.7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0
年齡 ＊a									
19 歲(含)以下	310	100.0	91.0	38.4	46.1	6.5	5.2	0.3	3.5
20-39 歲	915	100.0	92.8	32.1	50.2	10.5	4.7	0.1	2.4
40-59 歲	401	100.0	95.3	36.4	54.4	4.5	2.0	0.0	2.7
60 歲及以上	68	100.0	100.0	45.6	48.5	5.9	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 ＊a									
家管	172	100.0	95.9	33.7	54.1	8.1	1.2	0.0	2.9
退休	64	100.0	95.3	45.3	45.3	4.7	1.6	0.0	3.1
學生	674	100.0	89.8	34.0	46.9	8.9	6.8	0.1	3.3
待業/無業	64	100.0	96.9	29.7	53.1	14.1	3.1	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	97.2	42.0	49.2	6.0	2.0	0.0	0.8
其他	472	100.0	94.7	31.8	55.3	7.6	2.3	0.2	2.8
未作答	4	100.0	100.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	92.3	34.0	50.6	7.7	4.4	0.3	3.0
臺北市	312	100.0	93.9	33.7	51.0	9.3	4.2	0.0	1.9
其他地區	751	100.0	94.0	36.0	50.1	8.0	3.5	0.0	2.5
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-5-3 盥洗設備的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度				未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	92.0	39.3	45.8	6.9	3.6	0.8	0.5	0.2	0.1	3.6
性別 a												
男	743	100.0	92.2	41.3	43.2	7.7	3.0	0.5	0.3	0.3	0.0	4.3
女	951	100.0	91.8	37.7	47.7	6.3	4.1	0.9	0.7	0.1	0.1	3.2
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 *a												
19歲(含)以下	310	100.0	87.1	37.1	42.6	7.4	3.9	1.0	1.0	0.0	0.0	8.1
20-39歲	915	100.0	91.8	37.4	46.7	7.8	3.9	0.8	0.5	0.2	0.0	3.5
40-59歲	401	100.0	95.0	43.1	46.6	5.2	3.0	0.7	0.2	0.2	0.2	1.2
60歲及以上	68	100.0	98.5	52.9	42.6	2.9	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 *a												
家管	172	100.0	94.2	39.0	48.8	6.4	1.7	1.7	1.7	0.0	0.0	2.3
退休	64	100.0	93.8	53.1	34.4	6.3	1.6	3.1	0.0	1.6	1.6	1.6
學生	674	100.0	88.6	36.8	44.4	7.4	5.0	0.6	0.6	0.0	0.0	5.8
待業/無業	64	100.0	93.8	34.4	51.6	7.8	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
軍公教警	250	100.0	96.4	46.0	44.8	5.6	2.0	0.4	0.0	0.4	0.0	1.2
其他	472	100.0	93.2	38.1	47.9	7.2	3.4	0.6	0.4	0.2	0.0	2.8
未作答	4	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a												
新北市	635	100.0	92.1	39.1	46.3	6.8	3.5	0.6	0.3	0.2	0.2	3.8
臺北市	312	100.0	91.0	35.3	46.8	9.0	4.2	1.0	1.0	0.0	0.0	3.8
其他地區	751	100.0	92.3	41.1	44.9	6.3	3.5	0.8	0.5	0.3	0.0	3.5
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-4 無障礙設施的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度				未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	91.3	41.0	44.1	6.2	2.5	0.3	0.1	0.1	0.1	5.9
性別 a												
男	743	100.0	90.6	42.7	41.6	6.3	3.2	0.1	0.0	0.1	0.0	6.1
女	951	100.0	92.0	40.0	46.0	6.1	1.9	0.4	0.2	0.1	0.1	5.7
未作答	6	100.0	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
年齡 a												
19 歲(含)以下	310	100.0	88.4	40.3	41.0	7.1	1.6	0.3	0.0	0.3	0.0	9.7
20-39 歲	915	100.0	90.7	40.3	43.8	6.6	2.8	0.3	0.1	0.1	0.1	6.1
40-59 歲	401	100.0	94.3	42.4	46.6	5.2	2.5	0.2	0.2	0.0	0.0	3.0
60 歲及以上	68	100.0	97.1	48.5	45.6	2.9	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
職業 a												
家管	172	100.0	93.6	41.3	47.1	5.2	2.3	1.2	0.6	0.6	0.0	2.9
退休	64	100.0	95.3	48.4	43.8	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
學生	674	100.0	88.3	38.4	41.8	8.0	2.7	0.3	0.1	0.1	0.0	8.8
待業/無業	64	100.0	93.8	42.2	46.9	4.7	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
軍公教警	250	100.0	96.4	47.6	43.2	5.6	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
其他	472	100.0	91.1	40.0	46.2	4.9	2.3	0.2	0.0	0.0	0.2	6.4
未作答	4	100.0	100.0	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a												
新北市	635	100.0	91.5	39.8	44.6	7.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4
臺北市	312	100.0	90.7	35.3	49.7	5.8	2.6	0.3	0.0	0.3	0.0	6.4
其他地區	751	100.0	91.3	44.3	41.4	5.6	1.9	0.5	0.3	0.1	0.1	6.3
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-5 環境空間整潔的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	稍不滿意	未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意			
總計	1700	100.0	98.4	54.4	40.2	3.8	1.2	0.1	0.3
性別 a									
男	743	100.0	98.3	57.2	36.5	4.6	1.1	0.1	0.5
女	951	100.0	98.5	52.3	43.1	3.2	1.4	0.0	0.1
未作答	6	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a									
19 歲(含)以下	310	100.0	98.4	58.1	37.1	3.2	1.3	0.3	0.0
20-39 歲	915	100.0	98.3	54.3	40.3	3.6	1.3	0.0	0.4
40-59 歲	401	100.0	98.5	51.1	42.6	4.7	1.2	0.0	0.2
60 歲及以上	68	100.0	100.0	60.3	36.8	2.9	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a									
家管	172	100.0	98.8	51.7	43.6	3.5	0.6	0.0	0.6
退休	64	100.0	98.4	54.7	35.9	7.8	1.6	0.0	0.0
學生	674	100.0	97.8	55.6	38.4	3.7	1.9	0.1	0.1
待業/無業	64	100.0	98.4	54.7	40.6	3.1	1.6	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	98.4	51.6	44.8	2.0	1.2	0.0	0.4
其他	472	100.0	99.2	54.9	39.8	4.4	0.4	0.0	0.4
未作答	4	100.0	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	98.4	53.7	40.8	3.9	1.3	0.2	0.2
臺北市	312	100.0	98.7	50.0	45.2	3.5	1.0	0.0	0.3
其他地區	751	100.0	98.3	56.9	37.7	3.7	1.3	0.0	0.4
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-5-6 休憩空間規劃的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	稍不滿意	未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意			
總計	1700	100.0	97.1	49.1	42.8	5.2	2.2	0.2	0.6
性別 a									
男	743	100.0	97.6	52.2	39.6	5.8	1.7	0.1	0.5
女	951	100.0	96.7	46.8	45.1	4.8	2.4	0.2	0.6
未作答	6	100.0	83.3	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0
年齡 a									
19 歲(含)以下	310	100.0	97.7	50.6	41.9	5.2	1.6	0.0	0.6
20-39 歲	915	100.0	97.4	49.7	41.6	6.0	1.9	0.2	0.5
40-59 歲	401	100.0	96.0	46.4	45.9	3.7	3.2	0.2	0.5
60 歲及以上	68	100.0	97.1	51.5	41.2	4.4	1.5	0.0	1.5
未作答	6	100.0	83.3	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0
職業 *a									
家管	172	100.0	95.9	46.5	44.2	5.2	3.5	0.6	0.0
退休	64	100.0	95.3	53.1	35.9	6.3	4.7	0.0	0.0
學生	674	100.0	96.7	50.0	40.8	5.9	2.5	0.1	0.6
待業/無業	64	100.0	98.4	50.0	42.2	6.3	0.0	1.6	0.0
軍公教警	250	100.0	98.8	46.8	46.8	5.2	0.8	0.0	0.4
其他	472	100.0	97.2	49.4	43.9	4.0	1.9	0.0	0.8
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	97.8	49.1	43.9	4.7	1.7	0.2	0.3
臺北市	312	100.0	96.5	46.5	44.9	5.1	2.9	0.3	0.3
其他地區	751	100.0	96.7	50.1	40.9	5.7	2.3	0.1	0.9
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-5-7 展示/展覽內容的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	96.8	43.9	46.3	6.6	2.2	0.2	0.1	0.1	0.8
性別 a											
男	743	100.0	96.6	45.1	44.0	7.5	2.3	0.1	0.0	0.1	0.9
女	951	100.0	97.0	43.2	48.1	5.7	2.2	0.2	0.2	0.0	0.6
未作答	6	100.0	100.0	16.7	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19歲(含)以下	310	100.0	96.1	51.0	38.7	6.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.6
20-39歲	915	100.0	96.7	40.2	48.7	7.8	2.2	0.2	0.1	0.1	0.9
40-59歲	401	100.0	97.0	46.6	46.4	4.0	2.0	0.2	0.2	0.0	0.7
60歲及以上	68	100.0	100.0	47.1	47.1	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	98.3	44.2	46.5	7.6	1.2	0.6	0.6	0.0	0.0
退休	64	100.0	95.3	45.3	45.3	4.7	3.1	0.0	0.0	0.0	1.6
學生	674	100.0	95.5	44.5	43.0	8.0	3.1	0.1	0.1	0.0	1.2
待業/無業	64	100.0	98.4	37.5	54.7	6.3	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	97.6	48.4	46.0	3.2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.4
其他	472	100.0	97.7	41.3	50.2	6.1	1.5	0.2	0.0	0.2	0.6
未作答	4	100.0	100.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	96.7	41.6	46.8	8.3	2.4	0.2	0.0	0.2	0.8
臺北市	312	100.0	97.1	44.2	45.8	7.1	2.2	0.0	0.0	0.0	0.6
其他地區	751	100.0	96.8	45.8	46.1	4.9	2.1	0.3	0.3	0.0	0.8
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-8 解說導覽服務的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	
總計	1700	100.0	87.8	38.2	41.7	7.9	4.1	0.2	0.2	0.1	7.8
性別 ＊a											
男	743	100.0	89.1	39.7	39.6	9.8	3.5	0.5	0.4	0.1	6.9
女	951	100.0	86.8	37.2	43.4	6.1	4.6	0.0	0.0	0.0	8.6
未作答	6	100.0	100.0	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 ＊a											
19歲(含)以下	310	100.0	88.1	43.9	36.8	7.4	5.2	0.6	0.3	0.3	6.1
20-39歲	915	100.0	86.0	34.5	41.9	9.6	4.3	0.1	0.1	0.0	9.6
40-59歲	401	100.0	90.3	40.6	44.9	4.7	3.2	0.2	0.2	0.0	6.2
60歲及以上	68	100.0	95.6	48.5	42.6	4.4	2.9	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a											
家管	172	100.0	92.4	40.7	46.5	5.2	2.3	0.0	0.0	0.0	5.2
退休	64	100.0	90.6	46.9	39.1	4.7	4.7	0.0	0.0	0.0	4.7
學生	674	100.0	85.6	38.3	38.3	9.1	5.9	0.3	0.1	0.1	8.2
待業/無業	64	100.0	82.8	37.5	35.9	9.4	3.1	1.6	1.6	0.0	12.5
軍公教警	250	100.0	90.0	39.6	44.0	6.4	2.4	0.0	0.0	0.0	7.6
其他	472	100.0	88.3	35.4	44.9	8.1	3.2	0.2	0.2	0.0	8.3
未作答	4	100.0	100.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	87.7	37.8	41.9	8.0	4.3	0.2	0.2	0.0	7.9
臺北市	312	100.0	87.2	36.2	45.8	5.1	2.6	0.0	0.0	0.0	10.3
其他地區	751	100.0	88.1	39.4	39.8	8.9	4.7	0.4	0.3	0.1	6.8
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-9 商品禮品服務提供的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度				未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	81.8	28.5	42.3	11.0	4.9	0.3	0.1	0.1	0.1	13.0
性別 a												
男	743	100.0	80.9	28.3	39.8	12.8	5.5	0.5	0.3	0.3	0.0	13.1
女	951	100.0	82.5	28.9	44.2	9.5	4.4	0.1	0.0	0.0	0.1	12.9
未作答	6	100.0	83.3	0.0	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
年齡 a												
19歲(含)以下	310	100.0	80.0	33.5	34.2	12.3	4.2	0.3	0.0	0.3	0.0	15.5
20-39歲	915	100.0	80.7	25.7	42.6	12.3	5.6	0.2	0.1	0.0	0.1	13.6
40-59歲	401	100.0	84.5	29.7	47.9	7.0	4.2	0.5	0.2	0.2	0.0	10.7
60歲及以上	68	100.0	89.7	39.7	39.7	10.3	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4
未作答	6	100.0	83.3	0.0	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
職業 a												
家管	172	100.0	86.0	31.4	45.9	8.7	4.1	0.6	0.0	0.0	0.6	9.3
退休	64	100.0	81.3	34.4	39.1	7.8	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	14.1
學生	674	100.0	79.7	29.1	36.8	13.8	5.9	0.3	0.1	0.1	0.0	14.1
待業/無業	64	100.0	79.7	21.9	53.1	4.7	6.3	1.6	0.0	1.6	0.0	12.5
軍公教警	250	100.0	85.2	30.4	46.0	8.8	3.2	0.4	0.4	0.0	0.0	11.2
其他	472	100.0	81.8	25.6	46.0	10.2	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	13.8
未作答	4	100.0	100.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a												
新北市	635	100.0	80.8	27.2	42.4	11.2	6.5	0.2	0.0	0.2	0.0	12.6
臺北市	312	100.0	83.7	27.9	45.2	10.6	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8
其他地區	751	100.0	81.9	29.8	41.0	11.1	4.1	0.5	0.3	0.1	0.1	13.4
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-10 餐飲服務提供的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	72.9	25.6	37.6	9.6	7.5	0.5	0.4	0.1	19.0
性別 a											
男	743	100.0	70.5	26.0	33.9	10.6	9.0	0.9	0.8	0.1	19.5
女	951	100.0	74.9	25.6	40.5	8.8	6.3	0.2	0.1	0.1	18.6
未作答	6	100.0	66.7	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7
年齡 *a											
19歲(含)以下	310	100.0	71.3	30.3	30.0	11.0	6.8	0.6	0.3	0.3	21.3
20-39歲	915	100.0	71.6	23.2	37.6	10.8	8.3	0.8	0.7	0.1	19.3
40-59歲	401	100.0	76.6	26.2	44.1	6.2	6.0	0.0	0.0	0.0	17.5
60歲及以上	68	100.0	76.5	36.8	32.4	7.4	10.3	0.0	0.0	0.0	13.2
未作答	6	100.0	83.3	0.0	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
職業 a											
家管	172	100.0	77.9	27.3	41.9	8.7	6.4	0.6	0.0	0.6	15.1
退休	64	100.0	76.6	35.9	34.4	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	17.2
學生	674	100.0	71.5	26.1	33.8	11.6	8.3	0.6	0.4	0.1	19.6
待業/無業	64	100.0	68.8	20.3	39.1	9.4	9.4	0.0	0.0	0.0	21.9
軍公教警	250	100.0	74.0	27.6	39.2	7.2	6.8	0.0	0.0	0.0	19.2
其他	472	100.0	72.9	22.9	40.9	9.1	7.0	0.8	0.8	0.0	19.3
未作答	4	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	73.1	24.9	37.8	10.4	9.1	0.3	0.3	0.0	17.5
臺北市	312	100.0	71.8	22.8	38.8	10.3	4.5	0.6	0.6	0.0	23.1
其他地區	751	100.0	73.2	27.4	37.0	8.8	7.5	0.7	0.4	0.3	18.6
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-11 整體工作人員服務態度的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度				未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	95.1	46.2	43.3	5.6	1.2	0.3	0.2	0.1	0.1	3.4
性別 a												
男	743	100.0	94.5	48.2	40.0	6.3	1.2	0.7	0.4	0.1	0.1	3.6
女	951	100.0	95.6	44.9	45.7	4.9	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2
未作答	6	100.0	100.0	16.7	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a												
19歲(含)以下	310	100.0	94.8	49.4	39.4	6.1	0.6	1.6	1.0	0.3	0.3	2.9
20-39歲	915	100.0	94.8	44.3	44.2	6.3	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7
40-59歲	401	100.0	95.8	47.6	44.4	3.7	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
60歲及以上	68	100.0	97.1	51.5	41.2	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
未作答	6	100.0	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 a												
家管	172	100.0	95.9	46.5	45.9	3.5	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
退休	64	100.0	95.3	57.8	32.8	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7
學生	674	100.0	95.0	47.3	39.8	7.9	1.5	0.7	0.4	0.1	0.1	2.8
待業/無業	64	100.0	89.1	39.1	45.3	4.7	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.8
軍公教警	250	100.0	93.2	45.2	46.8	1.2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
其他	472	100.0	96.8	44.7	46.6	5.5	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8
未作答	4	100.0	100.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a												
新北市	635	100.0	95.0	45.2	44.1	5.7	1.3	0.5	0.3	0.2	0.0	3.3
臺北市	312	100.0	95.5	44.6	45.2	5.8	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
其他地區	751	100.0	95.1	47.8	41.8	5.5	1.5	0.3	0.1	0.0	0.1	3.2
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-12 付費體驗活動的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	非常不滿意	
總計	1700	100.0	67.2	25.1	35.5	6.6	4.9	0.1	0.1	0.1	27.8
性別 a											
男	743	100.0	66.4	25.4	33.5	7.4	5.1	0.1	0.0	0.1	28.4
女	951	100.0	67.9	25.0	37.0	5.9	4.6	0.1	0.1	0.0	27.3
未作答	6	100.0	66.7	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7
年齡 *a											
19 歲(含)以下	310	100.0	67.7	28.7	32.3	6.8	5.2	0.6	0.3	0.3	26.5
20-39 歲	915	100.0	64.8	22.7	34.3	7.8	5.7	0.0	0.0	0.0	29.5
40-59 歲	401	100.0	70.8	26.2	41.1	3.5	2.7	0.0	0.0	0.0	26.4
60 歲及以上	68	100.0	76.5	35.3	32.4	8.8	4.4	0.0	0.0	0.0	19.1
未作答	6	100.0	66.7	16.7	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7
職業 a											
家管	172	100.0	78.5	28.5	43.0	7.0	2.9	0.0	0.0	0.0	18.6
退休	64	100.0	70.3	37.5	28.1	4.7	3.1	0.0	0.0	0.0	26.6
學生	674	100.0	64.2	23.9	31.9	8.5	5.6	0.3	0.1	0.1	29.8
待業/無業	64	100.0	67.2	21.9	37.5	7.8	6.3	0.0	0.0	0.0	26.6
軍公教警	250	100.0	67.2	26.0	36.8	4.4	4.0	0.0	0.0	0.0	28.8
其他	472	100.0	67.2	23.9	38.1	5.1	4.9	0.0	0.0	0.0	28.0
未作答	4	100.0	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	68.8	24.3	37.8	6.8	4.3	0.0	0.0	0.0	26.9
臺北市	312	100.0	70.2	24.4	37.8	8.0	2.9	0.3	0.3	0.0	26.6
其他地區	751	100.0	64.7	26.1	32.6	6.0	6.1	0.1	0.0	0.1	29.0
未作答	2	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-13 免費體驗活動的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	稍不滿意	未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意			
總計	1700	100.0	79.8	36.5	37.7	5.6	2.4	0.2	17.6
性別 a									
男	743	100.0	79.1	37.7	35.0	6.5	2.8	0.1	17.9
女	951	100.0	80.3	35.8	39.6	4.9	2.1	0.2	17.4
未作答	6	100.0	83.3	0.0	66.7	16.7	0.0	0.0	16.7
年齡 a									
19歲(含)以下	310	100.0	84.8	44.5	35.2	5.2	2.6	0.3	12.3
20-39歲	915	100.0	77.2	32.6	38.1	6.4	3.0	0.2	19.7
40-59歲	401	100.0	80.8	38.4	38.4	4.0	1.5	0.0	17.7
60歲及以上	68	100.0	86.8	42.6	38.2	5.9	0.0	0.0	13.2
未作答	6	100.0	83.3	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0	16.7
職業 a									
家管	172	100.0	83.7	37.2	40.7	5.8	1.2	0.0	15.1
退休	64	100.0	85.9	50.0	29.7	6.3	1.6	0.0	12.5
學生	674	100.0	81.5	38.6	35.5	7.4	2.5	0.3	15.7
待業/無業	64	100.0	71.9	26.6	42.2	3.1	4.7	0.0	23.4
軍公教警	250	100.0	78.4	34.4	41.2	2.8	2.4	0.0	19.2
其他	472	100.0	76.9	33.7	38.3	4.9	2.5	0.2	20.3
未作答	4	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	80.8	34.3	41.6	4.9	2.5	0.0	16.7
臺北市	312	100.0	80.1	34.0	39.7	6.4	1.6	0.3	17.9
其他地區	751	100.0	78.8	39.3	33.6	6.0	2.7	0.3	18.2
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-14 影片放映內容的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	稍不滿意	未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意			
總計	1700	100.0	84.3	33.6	42.1	8.5	3.6	0.2	11.9
性別 a									
男	743	100.0	84.8	35.5	39.3	10.0	4.4	0.1	10.6
女	951	100.0	84.0	32.4	44.3	7.4	2.9	0.3	12.7
未作答	6	100.0	66.7	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	33.3
年齡 a									
19歲(含)以下	310	100.0	88.1	39.7	39.0	9.4	3.5	0.3	8.1
20-39歲	915	100.0	83.4	30.9	42.6	9.8	4.3	0.3	12.0
40-59歲	401	100.0	83.0	34.9	43.1	5.0	2.2	0.0	14.7
60歲及以上	68	100.0	86.8	38.2	41.2	7.4	2.9	0.0	10.3
未作答	6	100.0	83.3	0.0	66.7	16.7	0.0	0.0	16.7
職業 a									
家管	172	100.0	84.9	29.7	48.8	6.4	2.9	0.0	12.2
退休	64	100.0	84.4	42.2	34.4	7.8	6.3	0.0	9.4
學生	674	100.0	85.0	33.5	40.8	10.7	4.3	0.6	10.1
待業/無業	64	100.0	75.0	31.3	37.5	6.3	6.3	0.0	18.8
軍公教警	250	100.0	87.6	38.8	43.6	5.2	1.2	0.0	11.2
其他	472	100.0	82.6	31.8	42.4	8.5	3.4	0.0	14.0
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	85.5	32.0	45.7	7.9	4.1	0.3	10.1
臺北市	312	100.0	82.4	30.1	42.0	10.3	2.6	0.6	14.4
其他地區	751	100.0	84.0	36.5	39.1	8.4	3.6	0.0	12.4
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-5-15 影片放映品質的滿意度

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	滿意度				普通	不滿意度			未作答
			計	非常滿意	滿意	稍微滿意		計	稍不滿意	不滿意	
總計	1700	100.0	83.7	33.6	41.6	8.5	3.9	0.4	0.3	0.1	12.1
性別 ＊a											
男	743	100.0	83.6	35.5	38.0	10.1	5.0	0.5	0.4	0.1	10.9
女	951	100.0	83.9	32.3	44.4	7.3	3.0	0.2	0.2	0.0	12.8
未作答	6	100.0	66.7	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
年齡 a											
19歲(含)以下	310	100.0	88.4	42.6	36.8	9.0	3.2	0.0	0.0	0.0	8.4
20-39歲	915	100.0	82.7	30.3	43.3	9.2	4.5	0.7	0.5	0.1	12.1
40-59歲	401	100.0	82.3	34.2	41.1	7.0	2.7	0.0	0.0	0.0	15.0
60歲及以上	68	100.0	85.3	36.8	42.6	5.9	4.4	0.0	0.0	0.0	10.3
未作答	6	100.0	66.7	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7
職業 a											
家管	172	100.0	85.5	31.4	47.1	7.0	3.5	0.0	0.0	0.0	11.0
退休	64	100.0	82.8	42.2	34.4	6.3	9.4	0.0	0.0	0.0	7.8
學生	674	100.0	84.6	34.9	39.8	9.9	4.3	0.6	0.4	0.1	10.5
待業/無業	64	100.0	73.4	28.1	37.5	7.8	3.1	0.0	0.0	0.0	23.4
軍公教警	250	100.0	86.4	35.6	42.8	8.0	1.6	0.0	0.0	0.0	12.0
其他	472	100.0	82.0	31.1	43.0	7.8	4.0	0.4	0.4	0.0	13.6
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	84.9	31.8	45.0	8.0	4.1	0.5	0.3	0.2	10.6
臺北市	312	100.0	81.7	30.1	41.0	10.6	3.8	0.6	0.6	0.0	13.8
其他地區	751	100.0	83.5	36.5	38.9	8.1	3.7	0.1	0.1	0.0	12.6
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示P-Value<0.05，即在95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於5的比例超過25%。

附表7-6-1 民眾覺得這次來本館所花費的金錢是值得的

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	87.7	33.9	47.7	6.1	3.9	0.2	0.2	0.1	8.2
性別 a											
男	743	100.0	87.1	34.6	45.6	6.9	4.4	0.5	0.4	0.1	7.9
女	951	100.0	88.1	33.3	49.2	5.6	3.5	0.0	0.0	0.0	8.4
未作答	6	100.0	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 ＊a											
19 歲(含)以下	310	100.0	85.5	31.6	45.5	8.4	5.8	0.6	0.6	0.0	8.1
20-39 歲	915	100.0	86.8	30.7	49.1	7.0	3.6	0.1	0.0	0.1	9.5
40-59 歲	401	100.0	91.0	40.6	46.9	3.5	3.0	0.0	0.0	0.0	6.0
60 歲及以上	68	100.0	89.7	47.1	42.6	0.0	4.4	1.5	1.5	0.0	4.4
未作答	6	100.0	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 ＊a											
家管	172	100.0	93.6	40.7	48.8	4.1	2.3	0.0	0.0	0.0	4.1
退休	64	100.0	89.1	43.8	43.8	1.6	1.6	1.6	1.6	0.0	7.8
學生	674	100.0	84.1	29.5	45.7	8.9	6.2	0.3	0.3	0.0	9.3
待業/無業	64	100.0	89.1	29.7	57.8	1.6	6.3	0.0	0.0	0.0	4.7
軍公教警	250	100.0	90.4	42.8	43.2	4.4	1.6	0.0	0.0	0.0	8.0
其他	472	100.0	89.0	32.2	51.7	5.1	2.3	0.2	0.0	0.2	8.5
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	87.4	34.3	46.5	6.6	4.7	0.2	0.2	0.0	7.7
臺北市	312	100.0	90.4	34.0	50.3	6.1	2.9	0.0	0.0	0.0	6.7
其他地區	751	100.0	86.8	33.4	47.7	5.7	3.6	0.4	0.3	0.1	9.2
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-2 民眾覺得這次來本館所花費的時間是值得的

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意	未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意			
總計	1700	100.0	96.4	41.8	48.9	5.7	2.8	0.1	0.8
性別 a									
男	743	100.0	96.0	43.6	46.6	5.8	3.4	0.1	0.5
女	951	100.0	96.7	40.4	50.9	5.5	2.3	0.0	0.9
未作答	6	100.0	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
年齡 a									
19 歲(含)以下	310	100.0	94.2	40.3	46.1	7.7	4.8	0.0	1.0
20-39 歲	915	100.0	96.5	39.7	50.6	6.2	2.4	0.1	1.0
40-59 歲	401	100.0	98.3	46.4	48.6	3.2	1.7	0.0	0.0
60 歲及以上	68	100.0	94.1	48.5	42.6	2.9	4.4	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0
職業 *a									
家管	172	100.0	99.4	46.5	47.7	5.2	0.6	0.0	0.0
退休	64	100.0	98.4	48.4	46.9	3.1	1.6	0.0	0.0
學生	674	100.0	94.1	38.6	46.6	8.9	4.2	0.1	1.6
待業/無業	64	100.0	95.3	35.9	54.7	4.7	4.7	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	99.6	49.2	48.0	2.4	0.4	0.0	0.0
其他	472	100.0	97.0	40.9	52.8	3.4	2.8	0.0	0.2
未作答	4	100.0	75.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	95.9	42.7	48.3	4.9	3.3	0.0	0.8
臺北市	312	100.0	97.8	41.3	51.0	5.4	1.6	0.0	0.6
其他地區	751	100.0	96.3	41.1	48.6	6.5	2.8	0.1	0.8
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-3 民眾覺得這次來本館所花費的體力精神是值得的

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	96.9	42.7	48.3	5.9	2.5	0.2	0.1	0.1	0.4
性別 a											
男	743	100.0	95.8	43.5	46.2	6.2	3.2	0.5	0.3	0.3	0.4
女	951	100.0	97.8	42.2	50.1	5.6	1.9	0.0	0.0	0.0	0.3
未作答	6	100.0	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a											
19 歲(含)以下	310	100.0	94.2	41.9	46.5	5.8	4.8	0.6	0.3	0.3	0.3
20-39 歲	915	100.0	97.0	40.5	49.4	7.1	2.3	0.2	0.1	0.1	0.4
40-59 歲	401	100.0	98.5	47.1	48.4	3.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
60 歲及以上	68	100.0	98.5	48.5	42.6	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 *a											
家管	172	100.0	98.8	45.9	47.7	5.2	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6
退休	64	100.0	100.0	48.4	48.4	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	674	100.0	94.5	40.2	45.8	8.5	4.5	0.4	0.1	0.3	0.6
待業/無業	64	100.0	95.3	37.5	53.1	4.7	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	100.0	48.0	48.4	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	472	100.0	98.1	42.4	51.5	4.2	1.7	0.2	0.2	0.0	0.0
未作答	4	100.0	75.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	96.5	42.5	48.8	5.2	2.8	0.2	0.0	0.2	0.5
臺北市	312	100.0	99.0	42.3	50.3	6.4	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他地區	751	100.0	96.4	43.0	47.0	6.4	2.8	0.4	0.3	0.1	0.4
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-4 整體而言，民眾對這次來本館遊玩感到滿意

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	稍不同意	未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意			
總計	1700	100.0	96.6	43.2	47.8	5.6	2.8	0.1	0.4
性別 ＊a									
男	743	100.0	95.8	43.1	46.3	6.5	3.5	0.3	0.4
女	951	100.0	97.3	43.3	49.2	4.7	2.3	0.0	0.4
未作答	6	100.0	100.0	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0
年齡 a									
19 歲(含)以下	310	100.0	94.5	40.3	46.5	7.7	5.2	0.0	0.3
20-39 歲	915	100.0	96.8	42.3	48.9	5.7	2.6	0.2	0.3
40-59 歲	401	100.0	97.8	46.4	47.4	4.0	2.0	0.0	0.2
60 歲及以上	68	100.0	97.1	50.0	42.6	4.4	0.0	0.0	2.9
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
職業 ＊a									
家管	172	100.0	98.3	43.6	50.0	4.7	1.7	0.0	0.0
退休	64	100.0	98.4	46.9	46.9	4.7	1.6	0.0	0.0
學生	674	100.0	94.7	40.7	46.3	7.7	4.9	0.1	0.3
待業/無業	64	100.0	96.9	39.1	53.1	4.7	1.6	0.0	1.6
軍公教警	250	100.0	99.2	52.8	42.4	4.0	0.4	0.0	0.4
其他	472	100.0	97.5	41.7	51.7	4.0	1.9	0.2	0.4
未作答	4	100.0	75.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	96.5	43.6	48.5	4.4	3.3	0.0	0.2
臺北市	312	100.0	97.4	42.0	49.7	5.8	1.9	0.0	0.6
其他地區	751	100.0	96.4	43.3	46.5	6.7	2.8	0.3	0.5
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-5 以後會再次造訪本館

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	95.3	42.6	45.8	6.9	3.4	0.4	0.2	0.2	0.9
性別 a											
男	743	100.0	94.3	43.1	43.5	7.8	4.0	0.4	0.0	0.4	1.2
女	951	100.0	96.0	42.4	47.5	6.1	2.9	0.3	0.3	0.0	0.7
未作答	6	100.0	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 ＊a											
19 歲(含)以下	310	100.0	91.6	35.8	45.2	10.6	6.5	0.6	0.6	0.0	1.3
20-39 歲	915	100.0	95.5	42.1	45.8	7.7	3.2	0.4	0.1	0.3	0.9
40-59 歲	401	100.0	97.3	46.9	46.9	3.5	2.0	0.0	0.0	0.0	0.7
60 歲及以上	68	100.0	97.1	55.9	41.2	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 ＊a											
家管	172	100.0	97.1	44.2	50.0	2.9	1.7	0.6	0.0	0.6	0.6
退休	64	100.0	96.9	54.7	39.1	3.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	674	100.0	92.4	35.9	44.5	12.0	5.5	0.6	0.4	0.1	1.5
待業/無業	64	100.0	93.8	46.9	43.8	3.1	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	99.2	53.2	42.4	3.6	0.4	0.0	0.0	0.0	0.4
其他	472	100.0	96.8	44.1	48.9	3.8	2.3	0.2	0.0	0.2	0.6
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	97.0	45.5	46.1	5.4	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺北市	312	100.0	95.8	42.9	46.5	6.4	1.9	0.6	0.3	0.3	1.6
其他地區	751	100.0	93.6	40.1	45.1	8.4	4.4	0.5	0.3	0.3	1.5
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-6 會推薦本館給親友

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	不同意度			未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意		計	稍不同意	不同意	
總計	1700	100.0	96.3	44.6	44.9	6.8	3.1	0.3	0.2	0.1	0.4
性別 a											
男	743	100.0	95.6	45.9	42.0	7.7	3.9	0.4	0.1	0.3	0.1
女	951	100.0	96.8	43.6	47.3	5.9	2.4	0.2	0.2	0.0	0.5
未作答	6	100.0	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齡 *a											
19 歲(含)以下	310	100.0	92.3	40.6	43.2	8.4	7.1	0.3	0.3	0.0	0.3
20-39 歲	915	100.0	96.8	43.4	45.9	7.5	2.6	0.3	0.1	0.2	0.2
40-59 歲	401	100.0	97.8	47.9	45.4	4.5	1.5	0.2	0.2	0.0	0.5
60 歲及以上	68	100.0	98.5	58.8	38.2	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 *a											
家管	172	100.0	98.3	47.7	45.9	4.7	1.2	0.0	0.0	0.0	0.6
退休	64	100.0	96.9	54.7	39.1	3.1	1.6	1.6	1.6	0.0	0.0
學生	674	100.0	93.9	40.1	42.3	11.6	5.3	0.4	0.3	0.1	0.3
待業/無業	64	100.0	95.3	43.8	48.4	3.1	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	98.4	52.8	43.6	2.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8
其他	472	100.0	98.1	44.5	49.4	4.2	1.7	0.2	0.0	0.2	0.0
未作答	4	100.0	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a											
新北市	635	100.0	97.3	47.7	43.8	5.8	2.5	0.2	0.2	0.0	0.0
臺北市	312	100.0	95.8	41.7	46.8	7.4	3.2	0.0	0.0	0.0	1.0
其他地區	751	100.0	95.6	43.1	45.1	7.3	3.5	0.5	0.3	0.3	0.4
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。

註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附表7-6-7 會幫本館作宣傳

單位：人，%

項目別	樣本數	百分比	同意度				普通	稍不同意	未作答
			計	非常同意	同意	稍微同意			
總計	1700	100.0	94.1	40.5	45.9	7.8	4.4	0.6	0.9
性別 a									
男	743	100.0	92.7	41.7	42.1	8.9	5.5	0.7	1.1
女	951	100.0	95.2	39.5	48.9	6.7	3.6	0.5	0.7
未作答	6	100.0	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
年齡 *a									
19 歲(含)以下	310	100.0	87.7	36.8	41.0	10.0	8.7	1.3	2.3
20-39 歲	915	100.0	94.6	38.7	47.4	8.5	4.4	0.5	0.4
40-59 歲	401	100.0	97.0	45.4	46.6	5.0	2.0	0.2	0.7
60 歲及以上	68	100.0	98.5	51.5	42.6	4.4	0.0	0.0	1.5
未作答	6	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業 *a									
家管	172	100.0	97.7	46.5	44.2	7.0	2.3	0.0	0.0
退休	64	100.0	96.9	48.4	45.3	3.1	1.6	1.6	0.0
學生	674	100.0	90.2	35.8	42.7	11.7	7.3	1.2	1.3
待業/無業	64	100.0	95.3	39.1	45.3	10.9	4.7	0.0	0.0
軍公教警	250	100.0	96.0	46.4	46.4	3.2	3.2	0.0	0.8
其他	472	100.0	97.0	41.1	51.1	4.9	2.1	0.2	0.6
未作答	4	100.0	75.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
居住地 a									
新北市	635	100.0	94.5	42.0	46.3	6.1	4.7	0.3	0.5
臺北市	312	100.0	94.2	36.9	48.7	8.7	4.2	0.6	1.0
其他地區	751	100.0	93.7	40.6	44.3	8.8	4.3	0.8	1.2
未作答	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註1：「*」表示 P-Value<0.05，即在 95%信心水準下，基本問項與題目問項有顯著差異。
註2：「a」表示該變項的組間期望值小於 5 的比例超過 25%。

附錄二、建議事項

Q1.請問您此次前來本館的「最主要」原因是：

問卷編號	Q1.請問您此次前來本館的「最主要」原因是：其他(請說明)
40	校外教學
58	微笑 319
61	陪姐姐來
91	平時就會固定來參訪
93	男朋友
95	有想看的展覽
111	推薦
112	推薦
116	許明香特展&沒來過
128	校外教學
151	功課
159	寫報告
170	做功課
204	台灣藝術文化
208	校外教學
230	進一步了解
245	學校指定

問卷編號	Q1.請問您此次前來本館的「最主要」原因是：其他(請說明)
282	報告
351	校外教學
376	校外教學
378	DIY
381	校外教學
391	帶外國朋友參訪
429	帶小孩來戲水
518	空閒時間多
529	做報告
530	報告
531	做報告
567	帶小孩來玩
590	做報告
613	約會
682	玩水
692	知識的成長
703	對陶藝很喜歡
704	課程

問卷編號	Q1.請問您此次前來本館的「最主要」原因是：其他(請說明)
752	面試
758	校外教學
777	愛陶藝品
816	家族旅遊
817	家族旅遊
842	高職柴燒
969	帶小孩
980	做報告
981	戲水區
1140	社遊
1146	陶工
1157	家人帶來
1352	場戡
1521	展覽經紀人
1611	之前來過，固定每年暑假都會來
1622	高速公路塞車，所以選擇下來參觀

Q2.請問您今天以什麼方式前來參觀本館：

問卷編號	Q2.請問您今天以什麼方式前來參觀本館：其他(請說明)
58	腳踏車
62	騎腳踏車
112	推薦
204	和先生
324	團體
350	校外教學
392	約會
467	籌備影片
663	機場旅遊
929	家人結伴
932	家人結伴
946	實習
991	社區旅遊
1033	新北市小旅行
1118	約會
1198	帶老外一起參觀
1233	場勘

問卷編號	Q2.請問您今天以什麼方式前來參觀本館：其他(請說明)
1386	約會
1387	約會
1475	公車
1493	和老婆
1514	朋友

Q3.您這次來本館前，是否由下列管道得知本館的相關訊息？

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
1	日本旅遊書
39	校外教學
44	學校提供訊息
46	學校
58	微笑 319
93	我在學校聽說這地方很特別
117	之前來過
119	老師介紹
120	老師介紹
123	學校參觀
124	團體安排
126	教外教學
169	NTSU
170	學校作業
184	學校報告
186	學校報告
208	以前來過

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
216	校外教學
217	校外教學
218	校外教學
233	團體導覽
245	學校老師簡介
249	TV
304	博物館日介紹
316	遊園
328	博物館刊物
335	團體
356	google
362	電視劇拍攝場地
363	旅行團
372	TOUR
407	拍照
408	曾在館內擔任導覽志工
422	導遊
442	上課

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
477	團體
485	大學曾經來策展過
490	住附近
491	住附近
494	做報告
497	電視
503	跟團
510	自由行
513	活動安排該行程
515	路過
516	路過
529	課堂
531	老師上課說明
539	團體遊
557	團體
559	FB社群
562	經過
565	自己找問路人

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
566	自己找
569	我家以前住鶯歌
573	老師說的
574	老師帶來參觀
589	經過
599	tour
603	從父母得知
611	臨時決定
638	部落客
639	部落客
651	老師
667	上課提到
673	廣播
677	親子活動
683	本地鶯歌人
692	對陶瓷的愛好與欣賞
694	本館的 facebook
702	電台

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
733	以前跟學校來過
751	否
768	學校
773	旅行社安排
809	騎車路過行程
812	學校
830	無
835	朋友
858	沒聽說過
871	皆無
877	google
888	學校
889	學校
922	以前就知道
929	以前來過
932	路過參觀
943	從小就知道
952	旅行團行程

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
986	本地
987	本地人
1010	已來過 想再來
1029	新北手感小旅行
1030	學校
1043	老師介紹
1050	以前來過
1051	以前來過
1053	學校安排
1055	個人興趣
1057	Airport Toor
1058	Taipai Airport Toor
1059	Airport Toor Groop
1060	團體活動以前有來過
1068	網路介紹
1078	住附近
1079	以前來過
1103	完全不知

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
1122	沒有
1123	didn't know
1139	航空公司半日遊
1172	參訪
1177	FB（陶博館&我的新北市）
1183	導遊介紹
1185	團體導覽
1192	服務台
1199	很九以前就知道 但都沒來
1218	已知道
1249	聽朋友說過
1264	不定期會來參訪
1281	電視新聞
1296	住附近
1312	雜誌
1317	特地來
1322	偶像劇拍攝
1331	新北市小旅行

問卷編號	Q3.由下列管道得知本館的相關訊息：其他(請說明)
1374	本來就知道
1376	無
1402	FB
1450	團體旅遊
1453	觀光局半日遊
1485	公視節目
1499	自己想來
1510	團體旅遊
1519	跟丈夫前來
1554	LTE 大家說英語
1557	LTE 大家說英語
1565	以前來過
1582	自行車路線圖
1587	臉書
1632	以前來過
1640	From tour
1683	鶯歌導覽圖

Q7. 請問您有沒有任何其他意見或建議可以提供本館/園(區)做為改善參考或請說明以上問項不滿意的原因

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1	日文說明文章不太多，禮品價格不太貴
5	部分語音導覽的標誌不太清晰
8	感謝導覽員熱心解說陶博館之努力
13	廣告部分
21	僅有一種影片-遇見，已推薦中華郵政公司來訪
30	除了一些作品的投射燈光需要改變之外，我想不出更多可以改進的地方。我學到很多(一樓的展覽特別的棒)，非常享受各式各樣的展品。非常感謝你們對台灣陶瓷給予一個很棒的介紹
43	參觀後均滿意
87	喜愛博物館的自然採光和空間設計，但在炎熱的季節，空調部分需再加強
88	沒意見，非常滿意
89	可以多提供可觸碰陶製品供把玩
90	東西不好吃
92	室外圍欄危險

問卷編號	Q7.其他意見或建議
93	我什麼都喜歡，如果有更多藝術品那就更好
94	太熱了，空調太悶
105	都很 ok，可多做廣告讓更多人知道本館
107	廁所門檻過高(1F)
108	可提供德文或韓語簡介
116	可以多辦一些與廟宇、台灣傳統技藝與傳統文化相關任何展覽或創作，博物館建得很好，整個建築透光幸好，有像置身於國外名建築裡
117	無
134	Loved it !
135	it was good
141	NA
142	停車位太少
151	無
165	有點熱
168	你們應該在美國和歐洲推廣這博物館，在世界很少有陶瓷博物館，所以鶯歌陶瓷博物館是非常特別的!!
169	很驚艷!可以增加些許音樂

問卷編號	Q7.其他意見或建議
177	多有一些小朋友動手做的展示
182	無
184	沒有
186	無
190	無
201	餐飲區較少，休息區較少
205	希望能多增加傳統工藝介紹
206	優秀的博物館，給人美妙的印象，尤其是在台灣文化部分
207	NA
210	導覽很棒，謝謝，服務人員皆很有禮貌
224	我真的非常喜歡這博物館
258	滿意 沒什麼意見
260	無
261	滿意 沒意見
264	愛鶯歌
265	無
267	沒有
269	無

問卷編號	Q7.其他意見或建議
271	無
274	知名陶藝家介紹
288	整體不錯,工作人員服務好.
289	動線規劃
305	多增加影片比較好
309	這裡環境遼闊，工作人員親切有禮，只是館內溫度過高，如可調低 1~2 次會更加涼快舒服
312	冷氣不夠
324	應做光碟片(CO.DVD)
327	可多提供免費互動的工具
334	空調有點悶，改善通風會更好
335	語音導覽動線部分可再加強
339	非常難找到園區外的紀念品商店
340	博物館非常的乾淨；展覽讓人增廣見聞
341	餐飲未素食、中式飲食太少
345	增加空調
350	放映室有霉味
357	空氣有點不流通、可加大冷氣

問卷編號	Q7.其他意見或建議
364	冷氣可在增強，多加幾部飲水機
365	非常棒的設施，沒有需要改進
366	非常棒的展覽
367	這次的導覽團，這是最棒的文化展館、望能再次參訪
368	整體:值得參訪的博物館 改進:可增加更多 DIY 活動
370	真棒的博物館!!非常喜愛，並感謝你們使所有的展覽展品呈現如此之棒
372	能有更多的互動設施會更好
375	冷氣可調冷一點
378	DIY 課程安排希望有彈性些
381	服務人員態度很好
390	整體上都還可以
391	用餐只有一個選擇，排隊點餐後餐較久
392	並無不滿意之處，服務人員很熱心及友善，讓人感覺高興和舒適 :　）
393	館內舒適、嚮導可在多一點，人員態度很好親切
402	冷氣可以強一點，整體上都很滿意

問卷編號	Q7.其他意見或建議
403	空調可以再加強
409	車位不夠
410	車位太少了
412	水廣場部分可再加強遮陽設施
416	沒有
417	三樓冷氣不夠冷
420	大門近來的區域稍熱
421	無
425	是否可增加飲水機，大家現在都會帶水壺
426	導覽的動線不太清楚
427	無
430	展品本身量不夠多、希望能提升質量，提升趣味性
435	沒建議，大部分都還不錯
440	從門口進入時的指標不太明顯
441	不住在新北市不容易知道此資訊
446	非常好
447	都很好，很開心來這
448	很不錯

問卷編號	Q7.其他意見或建議
449	有規劃!
450	工作人員都非常認真親切，環境乾淨有規劃，很適合學生團體做校外教學
452	很不錯
453	很好
454	還不錯
455	很好
458	沒有，整體環境都不錯
463	廁所指示可更清楚
465	怡客咖啡服務及食物品質有待加強
470	加強空調，多放點有關歷史的事物
479	可增加更多互動展示
485	手機充電區較不便利，不妨和各樓層座位結合，畢竟是行動電話，上鎖在箱子裡就失去意義
495	無線太陽能充電很貼心，服務人員很貼心，陶瓷很可愛
499	可多點互動的影音
503	洗手間再乾淨點、稍有臭味
504	廁所有異味，可否再改善

問卷編號	Q7.其他意見或建議
505	停車位太少，可增設小朋友廁所，可規劃用餐區(非怡客)讓計畫在館內待上一整天的遊客有地方用餐(不限館內的食物)
508	1.服務人員熱心 2.洗手間很乾淨 3.動線良好
517	可能對孩子來說，這裡不是那麼有趣
520	非常好，無需特別改進
527	多一點咖啡廳
534	服務人員親切~
549	洗手間可改善
550	多推廣活動訊息
557	非常好博物館，繼續保持
559	常態展很好，也許可以補充新內容
561	都很棒.請繼續維持
562	服務態度甚好，質感很好的展覽規劃，讓我在此看見文創的魅力，台灣的文化並非搬不上檯面的!
563	環境很漂亮
565	很棒
567	飲食區的雜誌能否定期更新，是否能提供兒童書籍，謝謝
571	一切的一切都很好

問卷編號	Q7.其他意見或建議
574	我覺得這裡的服務設備都很好
580	整體來說很滿意
603	影片請淺顯易懂
607	餐飲的時間長;廁所可以增加坐廁嗎?
613	1.冷氣過強 2.三鶯藝術村吸引觀光客的誘因不足 3.飲食服務應具地方特色,不一定外包給連鎖餐廳
616	展覽作品不夠豐富
622	附近沒有很大停車場.另外到老街的串聯路線動態不是很明顯.建議有到老街的專車
634	環境清幽，乾淨!
648	都很滿意
649	都很滿意
654	多點可互動的
689	增加停車位
692	關於收費及免費的問題 可參考國外的博物館 ，大眾區或休閒館是免費，而一些藝術區是可依國際水準收費。
701	路線指標可再清楚些。謝謝！
708	增加較多的展示及互動空間

問卷編號	Q7.其他意見或建議
709	整體空間給人感覺很好，可多加規範小孩的安全。如：到處亂跑之類的。
725	還不錯
726	行政區旁廁所燈光不足，建議在各大出入口加設全區圖。
727	都很好。
740	很棒
741	可增加行動導覽的場次嗎?
753	無
756	非常好!
760	無不滿意之處
763	增加餐飲選擇性
770	非常滿意 沒有其他意見。
777	希望讓學生及新人的作品有定期的展出、比賽。還有國外的作品，能邀請東南亞國家。
783	食品區可再增加一些項目！
784	太熱
785	冷氣太熱
826	建議販售區：可增售一般價格，學生能消費的產品。

問卷編號	Q7.其他意見或建議
830	人太多，空調不足。悶！
832	請多設置休息之座位，以供年老及小孩使用。
833	適合家庭假日遊玩、參觀。
842	非常滿意
847	指標參觀順序可再清楚些
849	可以出簡單的考題或謎語 猜中給小紀念品，刺激學員投入的狀況
857	GOOD!
858	需要提供一個明確的動線，樓梯太多，帶嬰兒加上使用手推車很不便
860	整體都很滿意~很好
861	GREAT SPACE
864	已經很不錯了了
872	空調不夠冷
877	有點熱，空氣未流通。
908	1.文字說明太生硬，像教科書難以閱讀。2.一樓男廁迴廊的陶土燒製溫度似乎是錯的？每種土都是1260°，不合理。
911	希望增設接駁車

問卷編號	Q7.其他意見或建議
912	太熱
920	冷氣可再強些
922	1.停車場太小（園後方）未在路口（省道左轉）告知車位是否仍有空位。2.太熱！3.洗手間地面濕滑。
929	平日的DIY活動可以人數多寡增加開放名額，現在逢暑假，平日人數比非暑假來的多人，可惜未參加到DIY之活動
932	沒有不滿意的地方
934	很棒
935	未來館可以更有趣
936	皆滿意
938	很好
939	我覺得導覽的數字標示可以更清楚
942	沒有,這裡氣氛很好
943	很不錯，覺得可以再多些趣味的陶磁吸引年輕人
949	本館停車場很不方便，是否開放周邊停放？
950	希望有更多的陶瓷工藝品在現場展示。體驗活動可以場次和人數多一點！
951	展覽東西希望更多，會更好！

問卷編號	Q7.其他意見或建議
957	吃的有點貴！
958	禁止上階梯、踩水柱等禁止行為，可立牌或入園告之。否則工作人員不斷鳴笛及口頭警告太辛苦了！
961	通風設施再加強！
970	1.可增設具有陶瓷氣息之餐飲空間。2.增加飲食選擇性。
976	停車位太少　服務人員親切有禮貌
984	希望有接送服務到火車站
987	如有閃光燈禁止　請標示出來
988	1.推薦親友　2.停車位明顯不足
989	網路資訊可以更豐富一些，活動內容應寫的更清楚，尤其是寒暑假期間的活動
991	導覽員陳宣如小姐 解說清晰親切，令參訪者收穫很多，感恩
992	椅子可以放多一點 （沒有地方休息）
994	你們應該安裝多一些座式馬桶。
997	導覽員陳宣如小姐 解說詳細很盡責 感謝她的導覽
1002	Thank You
1018	空間大 但空調太差 很熱
1021	沒有唷~很棒

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1023	廁所門板太重
1024	廁所的木門，關上時超大聲，嚇死人了!
1025	餐飲太貴
1026	環境優良
1027	沒有
1030	三樓冷氣開強點
1033	女廁門太重
1036	餐飲服務需再加強
1038	主要非看不可的作品，可以單獨做折頁介紹，或 DVD 影片送司機，導遊們參考。
1044	13 族原住民之陶土創作可以多收集一些，以示本博物館之包容性與完整性
1052	1F 冷氣不夠冷
1053	服務員的態度精神十分友善 十分敬業 台灣人很好
1056	很漂亮
1078	冷氣不夠強
1079	特殊展覽的白色隔間牆壁可以再美化一下
1080	太熱 可休息坐下地方少

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1081	導覽人員可多增加（尤其假日） 人潮多時 冷氣明顯不涼
1082	太熱了
1089	太熱
1091	停車問題（沒停車位）
1092	空調可以涼一些
1096	都很好
1097	NONE
1100	洗手間可多加清潔
1102	很滿意很漂亮
1104	遮陽處太少了 其他OK
1118	無不滿意的地方
1121	關於兒童的互動活動 ，太限於DIY， 對於大一些的孩子， 如高年級吸引力較弱。 這次的新陶時代有許多媒體的創作 ，對於這時代的小孩 吸引力較大，若可以多一些兒童的導覽，會滿吸引小孩
1122	種樹
1124	可再增添與現代藝術文化的相關之藝品
1147	無，滿意!

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1148	餐飲選擇性太少
1152	下雨天廁所裡也下雨 怪怪的
1160	還不錯 只是停車很困難
1167	體驗型活動可更多元
1168	體驗活動的選擇太少 可以請藝師到館親自示範各式技藝
1179	應置火車站～展覽館～老街 穿梭免費巴士
1180	歷史性可增加一些物品 展出各個年代的發展
1181	部分互動區域的人手配備不足 比如戶外的遊戲區
1182	增加麵包數量 拜託！！！
1183	餐飲等待時間過長 可以提供自動販售機 用於賣水或飲料 並且提供品種過於單一
1189	很棒棒
1192	DM 分太多種
1199	車位太少
1212	帶小朋友的人很多 希望可以有親子小馬桶
1215	Good ！冷氣不夠冷 飲水機不夠水
1216	贈品太單薄 ！ 冷氣不夠冷 飲水機不夠水
1229	廁所門卡卡的

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1232	可以設置躲避太陽的通道通往火廣場
1236	非常棒的博物館，尤其最喜歡三樓的展覽
1239	進入館內後，感覺很舒適，只是我到三樓時，才知道有語音導覽，如果在標示上能更明顯，導覽會更棒^^加油
1240	QR code 擺設可離作品遠些，因掃答時會有碰觸之憂
1247	3 樓展覽品相當棒
1257	可以多增加活動，以減少觀看時的無聊
1264	謝謝陶博館提供這麼多好作品給民眾，很幸福，也謝謝工作人員辛苦了。
1274	暫時沒有
1278	火車站至陶博館指標再多一些
1281	展覽的東西更多元化
1285	可以有火車站至園區的接駁巴士
1291	兒童付費款項可以再便宜一些
1293	多設飲水機
1296	噪音略大
1308	沒有特別建議，工作人員很友善及親切
1309	滿意，工作人員都十分友善親切

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1312	很好，請繼續努力!
1314	來這裡參觀第二次，非常不錯，大家都很親切
1318	nice
1342	有一間廁所需要稍微清理，其他間廁所大部分都很乾淨，謝謝清掃人員。
1343	夏天加強冷氣
1344	活動規劃缺少連結性
1346	若有戶外教學的學生，請多注意！不要讓他們亂跑，以防受傷。
1348	有些付費課程稍貴！
1352	體驗活動可優惠給特殊家庭。（如單親或經濟弱勢 family）
1368	從三峽坐公車等很久。
1380	從三峽往鶯歌的公車班次太少。
1383	冷氣不夠強。
1384	增加互動專區，提供文化及藝術認知。
1385	咖啡不好喝。希望戶外能設立吸煙區。
1386	增加展覽豐富度。冷氣太弱。
1387	可增加互動性。
1390	可以多點讓觀眾互動的東西。

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1399	可建議提供參觀動線
1402	在各展區可多加派人力，以免小朋友觸碰展品
1417	希望室內能設置親子遊樂區。
1429	可有更多展品互動，太多不能碰不能接近
1430	展品有地方特色，其實展場可以與遊客多多互動，若有時間會再來參觀
1434	語音導覽內容可增多
1435	語音導覽內容太少，可提供平價商品或美食
1436	很好
1457	冷氣可以強一點，有點熱
1462	空調可再強一些
1463	冷氣可以再開強一些
1465	1.作品說明未進清楚 2.空調過悶 3.戶外休閒座位少、綠蔭不夠
1466	外面烤麵包的選擇可以再多些
1467	停車較不方便
1468	很棒，所已沒有
1477	再多一些國外的相關展品來展示
1480	很好 沒任何問題

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1481	數位設備需要加強維護
1482	假日人潮眾多，可考慮增設付費參觀區，以價制量，保持參觀品質
1484	停車位實在太少
1485	天氣熱時，希望可以設計提供戶外的遮陽走道
1486	廁所太少間，遊客多不方便
1488	1.冷氣稍顯不足 2.假日人潮太多，影響參觀品質
1489	沒有
1494	控管好一些很吵的小朋友
1498	廁所有不好的味道，希望可以改善
1499	館內任何收費希望能更平民化，且若有兒通優待更好
1501	良好
1513	非常良好
1521	博物館、美術館都有纖細作品，免費參觀是非常好的制度但遊客若無法尊重作家的作品，好好理解參觀美術館的禮儀是政府文化推廣的美麗重點，希望入館時有給所有遊客一個宣導影片(例如踩紅線、不要觸摸展品、家長請顧好小孩、不要奔跑等)
1523	請加強:1、民眾教導 2、請公部門多撥一點經費，多辦一點專業

問卷編號	Q7.其他意見或建議
	活動與交流
1525	周六日體驗人數眾多，室內雖有開放冷氣，但尚嫌太熱
1526	人潮太多，冷氣強度不夠強，可稍作改善(假日)
1527	請更換陶藝教室的報名桌跟場地至更寬大的場域，因為B1長廊是展場，奔跑嬉鬧的小孩實在是對展場有很大危害。
1529	加強1.衛生設備整潔度2.餐廳供應的餐點種類
1530	多一些座椅休息
1533	比較希望博物館能為老年人提供台語服務(包含翻譯)
1547	導覽機子母機雜訊很多
1555	整體都令人滿意，謝謝
1557	展覽可再多一些
1561	都很不錯!
1569	目前為至沒有
1577	餐廳服務欠佳
1578	冷氣稍顯不足
1582	道路指標不明顯(以騎自行車的遊客角度)
1589	很值得
1594	1.希望能在接合美術與攝影2.希望能增設飲水機

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1595	洗手間可做親子廁所
1599	吾昔日遇此地，無欲求，然也，而今於此地，煥然一新，如此彼爾。
1600	冷氣稍顯不足
1604	人多的時候空氣會有點悶熱
1605	對某些小朋友的不當參觀行為可以予以適切的勸導。展覽的品質很棒！
1611	提供飲水機（有看到對口喝的，但還是怕有些不衛生）
1613	假日的大廳（1F）過於吵雜，較易影響觀展品質
1615	讓遊客觀賞的東西可以增加
1616	1.展場服務非常好 2.要適度收費
1617	假日人多，小朋友好吵
1622	部分影音播放照到戶外陽光，在觀賞上會有影響。辛苦所有位博物館付出的人。Thank you！
1629	空調溫度偏高，且體憩位子少
1630	可考慮空氣調節改善，及多對作品簡介
1631	室內溫度過高
1632	內容可以更多元、豐富！

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1633	停車位太少
1634	好
1636	無
1637	語音導覽內容可更詳盡
1638	展覽的解說影片十分詳細，吸引人：） 但建議可以擺椅子，站的腳好痠：(
1644	無
1645	沒有
1646	無
1648	感謝政府提供好環境
1649	冷氣不夠涼，實在太熱了，可否再降溫一點
1650	美中不足，有點熱，可是還是感謝提供好地方
1655	標示照相區域與否，不是很明確
1663	餐飲選擇少.貴
1669	尚無
1670	園區周邊希望有更多創意市集
1671	非常喜歡這個地方，身為基隆人很羨慕這裡的住民，謝謝各位的用心

問卷編號	Q7.其他意見或建議
1683	1.請增加多點座位，2.請增加坐式廁所，3.賣店英文書籍太少，希望能增加 4.很棒的設施、政策、服務，我非常喜歡這裡，希望還能有機會再次造訪，更了解這博物館
1686	戲水區沖澡沒熱水(不熱了...)
1688	戲水區的水質有待加強
1690	滿意

附錄三、問卷題目

新北市政府文化局所屬館舍問卷調查

問卷編號：

親愛的遊客，您好：

這份問卷主要是想瞭解您對本館/園(區)的意象、知覺價值與遊後行為意圖之關係，希望您能表達自己真實的意見和想法，訪問結束後將致贈紀念品一份，感謝您寶貴的意見。

督導員：＿＿＿＿＿＿＿＿	訪問日期：＿＿月＿＿日＿＿點＿＿分~＿＿點＿＿分
訪問員：＿＿＿＿＿＿＿＿	訪問館/園：
受訪者姓名：	電話：　　(受訪者姓名和電話僅供複查使用)

Q1.請問您此次前來本館/園(區)的「最主要」原因是：(單選)

1.特地來看展覽或參加活動	2.沒有來過,純粹好奇	3.以前來過,覺得不錯	4.團體旅遊行程排定	5.其他(請說明):

Q2.請問您今天以什麼方式前來參觀本館/園(區)：(單選)

1. 機關團體、學校旅遊	2.家庭/家族旅遊	3.與朋友同好結伴旅遊	4.個人旅遊	5.其他(請說明):

Q3.您這次來本館/園(區)前，是否由下列管道得知本館/園(區)的相關訊息？（可複選）

1.親友介紹	2.網路報導	3.新北市政府官方網站(活動行事曆)	4.新北市政府文化局網站	5.本館/園(區)網站
6.新北市藝遊	7.報紙報導	8.戶外廣告、看板、旗幟、標示	9.其他，請說明：	

Q4.就您對本館/園(區)的認知，請就下列敘述問句表達您同意程度為何：(觀光意象)		7 非常同意	6 同意	5 稍微同意	4 普通	3 稍不同意	2 不同意	1 非常不同意	 不適用
1	具有豐富的歷史文化資產								
2	具有地方產業、文化特色								
3	地方知名度高								
4	整體旅遊氣氛良好								
5	適合家庭旅遊、參觀								
6	免門票入館具有吸引力								

Q5. 對本館/園(區)提供的服務品質滿意度(若有不滿意處，請詢問不滿意的原因，並將原因紀錄於 Q7)：(旅遊品質)		7 非常滿意	6 滿意	5 稍微滿意	4 普通	3 稍不滿意	2 不滿意	1 非常不滿意	 未參加/未使用
1	指標導引的滿意度								
2	導覽地圖、摺頁的滿意度								
3	盥洗設備的滿意度								
4	無障礙設施的滿意度								
5	環境空間整潔的滿意度								
6	休憩空間規劃的滿意度								
7	展示/展覽內容的滿意度								
8	解說導覽服務的滿意度								
9	商品禮品服務提供的滿意度								
10	餐飲服務提供的滿意度								
11	整體工作人員服務態度的滿意度								
12	付費體驗活動的滿意度								
13	免費體驗活動的滿意度								
14	影片放映內容的滿意度								
15	影片放映品質的滿意度								

Q6. 結束本次行程後，		7 非常同意	6 同意	5 稍微同意	4 普通	3 稍不同意	2 不同意	1 非常不同意	 不適用
1	覺得這次來(在)本館/園(區)所花費的金錢是值得的								
2	覺得這次來(在)本館/園(區)所花費的時間是值得的								
3	覺得這次來(在)本館/園(區)所花費的體力精神是值得的								
4	整體而言，對這次來本館/園(區)遊玩感到滿意								
5	以後會再次造訪本館/園(區)								
6	會推薦本館/園(區)給親友								
7	會幫本館/園(區)作宣傳								

Q7. 請問您有沒有任何其他意見或建議可以提供本館/園(區)做為改善參考或請說明以上問項不滿意的原因

_____

_____

_____

基本資料《個人資料僅作整體分析之用，絕對不會將您個人資料公開，請您協助填答》

S1.性別： 1.□男性 2.□女性

S2.年齡： 1.□19 歲(含)以下 2.□20-39 歲 3.□40-59 歲 4.□60 歲及以上

S3.職業： 1.□家管 2.□退休 3.□ 學生 4.□待業/無業 5.□軍公教警 6.□其他：_____

S4.居住地：1.□新北市 2.□臺北市 3.□其他地區

3.1 宜蘭縣 3.2 基隆市 3.3 桃園縣 3.4 新竹縣 3.5 新竹市 3.6 苗栗縣 3.7 臺中市
3.8 南投縣 3.9 彰化縣 3.10 雲林縣 3.11 嘉義縣 3.12 嘉義市 3.13 臺南市 3.14 高雄市
3.15 屏東縣 3.16 花蓮縣 3.17 臺東縣 3.18 澎湖縣 3.19 金門縣 3.20 連江縣
3.21 國外(請說明)：_____

~ 感謝您耐心回答完上述問題，您的寶貴意見將作為我們改善的重要依據，也期望您的再次光臨。謝謝！~

New Taipei City Cultural Affairs Department Establishments Visitor Survey

Survey # :

Dear Visitor,

Please complete this visitor survey if you have recently visited our center/museum. We are curious to see how you enjoyed all aspects of your experience and we will present you with a souvenir upon completion. Thank you for your valuable time and thoughts.

Supervisor : _____	Visit Date & Time : ___(mm)___(dd)___(hr)___(min)~___(hr)___(min)
Interviewer : _____	Visited Establishment :
Visitor Name :	Telephone : (visitor contact information will not be disclosed)

Q1. What is the main purpose of your visit? (choose one)

1. A particular event/exhibition	2. Simply curious	3. Visited before, wish to visit again	4. Group tour	5. Other (specify):

Q2. Who are you visiting with? (choose one)

1. With a group	2. With family	3. With friends	4. By myself	5. Other (specify):

Q3. How did you hear about this establishment? (choose multiple if applicable)

1. Friends	2. Internet	3. NTPC Website (Event Calendar)	4. NTPC Cultural Affairs Dept. Website	5. Center/Museum
6. NTPC Monthly DM	7. Newspaper	8. Outdoor ads, billboards, displays, etc.	9. Other (specify) :	

	Q4. Please rate the following in regards to this center/museum :	7 Strongly Agree	6 Agree	5 Slightly Agree	4 Average	3 Slightly Disagree	2 Disagree	1 Strongly Disagree	Is not applicable
1	Possesses rich historical and cultural assets								
2	Possesses rich local industry and cultural inheritance								
3	Location is well-known								
4	Good overall tourist atmosphere								
5	Suitable for family visits and trips								
6	Free admission is an attractive aspect								

	Q5. Please rate the following in regards to this center/museum :	7 Strongly Satisfied	6 Satisfied	5 Slightly Satisfied	4 Average	3 Slightly Dissatisfied	2 Dissatisfied	1 Strongly Dissatisfied	Did not use/participate
1	Index and directional guides								
2	Site map and brochures								
3	Lavatory facilities								
4	Access to facilities								
5	Environment tidiness								
6	Open space planning								
7	Show/exhibition content								
8	Tour guide/commentary services								
9	Gift shop services								
10	Café/store services								
11	Overall staff attitude								
12	Paid activity experience								
13	Free activity experience								
14	Screening content								
15	Screening quality								

Q6. After this tour/trip,		7 Strongly Agree	6 Agree	5 Slightly Agree	4 Average	3 Slightly Disagree	2 Disagree	1 Strongly Disagree	Is not applicable
1	I feel the money spent here is worth it								
2	I feel the time spent here is worth it								
3	I feel the energy spent here is worth it								
4	I feel satisfied with the overall experience								
5	I feel visit this center/museum again in the future								
6	I would recommend this center/museum to family and friends								
7	I would help spread awareness of this establishment								

Q7. Please provide any further comments or suggestions you may have for the center/museum to help us improve our establishment and services.

_____

_____

_____

Basic Information《**personal information will not be disclosed under any circumstances**》

S1. Gender： 1.□Male 2.□Female

S2. Age： 1.□19 and below 2.□20~39 3.□40~59 4.□60 and above

S3. Occupation： 1.□Housewife/husband 2.□Retired 3.□Student 4.□Between jobs
5.□Military/Government/Education/Religious 6.□Other：_____

S4. Residency：1.□New Taipei City 2.□Taipei City 3.□Other areas

3.1 Yilan 3.2 Keelung 3.3 Taoyuan 3.4 Hsinchu County 3.5 Hsinchu City 3.6 Miaoli 3.7 Taichung
3.8 Nantou 3.9 Changhua 3.10 Yunlin 3.11 Chiayi County 3.12 Chiayi City 3.13 Tainan 3.14 Kaohsiung
3.15 Pingtung 3.16 Hualien 3.17 Taitung 3.18 Penghu 3.19 Kinmen 3.20 Lianjiang
3.21 International(specify)：_____

~ Thank you so much for your patience and we deeply appreciate your valuable feedback and comments to serve as reminders of improvements ! We look forward to your next visit, thank you

版權

新北市政府文化局所屬館舍問卷調查報告

新北市立鶯歌陶瓷博物館

發行人：林寬裕

出版者：新北市政府文化局

地址：新北市板橋區中山路1段161號28樓

電話：（02）2960-3456

網址：http://www.culture.ntpc.gov.tw/

出版日期：中華民國104年3月