

# 新北市政府 107 年度自行研究報告

## 107年陶博館暑假活動觀眾滿意度調查研究

研究機關：新北市立鶯歌陶瓷博物館

研究人員：蘇世德

研究期程：自107年1月1日至107年12月31日

## 目次

摘要.....	5
壹、研究背景與目的.....	6
貳、研究對象.....	6
參、文獻探討.....	7
肆、研究方法與設計.....	8
一、研究架構.....	8
二、問卷設計.....	8
三、抽樣方式.....	8
四、統計分析方法.....	9
伍、研究結果與討論.....	9
一、基本資料分析.....	10
1. 受訪者性別分布.....	10
2. 受訪者年齡分布.....	11
3. 受訪者教育程度分布.....	12
4. 受訪者居住地分布.....	13
二、參觀形態分析.....	14
1. 民眾獲知暑假活動訊息的管道.....	14
2. 民眾參與暑假活動原因.....	15
3. 民眾第幾次來到陶博館.....	16
4. 民眾參與活動的種類.....	16
三、滿意度分析.....	18
1. 對活動內容規劃滿意度.....	18
2. 對服務人員協助滿意度.....	19
3. 對活動時間安排滿意度.....	20

4. 對活動場地安排滿意度.....	21
5. 對活動收費合理性滿意度.....	22
6. 對活動整體滿意度.....	23
7. 民眾參加本次活動的收穫.....	24
8. 民眾再度參加本館活動的意願.....	25
<b>四、開放性問題紀錄.....</b>	<b>26</b>
9. 想對陶博館說的話.....	26
10. 期待日後辦理活動的類別與相關建議.....	28
<b>五、交叉比對分析.....</b>	<b>29</b>
1. 獲知訊息管道交叉比對分析.....	29
2. 參與暑假活動原因交叉比對分析.....	31
3. 民眾第幾次來到陶博館交叉比對分析.....	32
4. 活動整體滿意度交叉比對分析.....	33
5. 參加活動最大的收穫交叉比對分析.....	35
6. 再度參加活動意願交叉比對分析.....	36
<b>陸、結論與建議.....</b>	<b>37</b>
一、研究結論.....	37
二、實務建議.....	38
參考書目.....	39
調查問卷.....	41

## 圖目錄

圖1-1，受訪者性別分布.....	10
圖1-2，受訪者年齡分布.....	11
圖1-3，受訪者教育程度分布.....	12
圖1-4，受訪者居住地分布.....	13
圖2-1，民眾獲知活動訊息的管道.....	14
圖2-2，民眾參與活動原因.....	15
圖2-3，民眾進館次數.....	16
圖2-4，民眾參與活動的種類.....	17
圖3-1，民眾對活動內容規劃滿意度.....	18
圖3-2，民眾對服務人員協助滿意度.....	19
圖3-3，民眾對活動時間安排滿意度.....	20
圖3-4，民眾對活動場地安排滿意度.....	21
圖3-5，民眾對活動收費合理性滿意度.....	22
圖3-6，民眾對活動整體滿意度.....	23
圖3-7，民眾參加本次活動的收穫.....	24
圖3-8，民眾再度參加本館活動的意願.....	25

## 表目錄

表1-1，受訪者性別分布.....	10
表1-2，受訪者年齡分布.....	11
表1-3，受訪者教育程度分布.....	12
表1-4，受訪者居住地分布.....	13
表2-1，民眾獲知活動訊息的管道.....	14
表2-2，民眾參與活動原因.....	15
表2-3，民眾進館次數.....	16
表2-4，民眾參與活動的種類.....	17
表3-1，民眾對活動內容規劃滿意度.....	18
表3-2，民眾對服務人員協助滿意度.....	19
表3-3，民眾對活動時間安排滿意度.....	20
表3-4，民眾對活動場地安排滿意度.....	21
表3-5，民眾對活動收費合理性滿意度.....	22
表3-6，民眾對活動整體滿意度.....	23
表3-7，民眾參加本次活動的收穫.....	24
表3-8，民眾再度參加本館活動的意願.....	25
表5-1，民眾獲知活動的訊息管道.....	30
表5-2，民眾參與暑假活動原因交叉比對分析表.....	31
表5-3，民眾第幾次來到陶博館交叉比對分析表.....	33
表5-4，活動整體滿意度交叉比對分析表.....	34
表5-5，參加本次活動最大的收穫交叉比對分析表.....	35
表5-6，是否有意願再參加本館所舉辦的活動交叉比對分析表.....	36

## 摘要

陶博館規劃的暑假活動屬於社會教育活動之配合節慶及假日的特別活動，針對陶博館107年暑假活動觀眾滿意度調查研究，以問卷調查方法研究分析，回收有效問卷359份，據以有效掌握遊客的主要族群、興趣、需求、滿意度以及消費習慣等，以做為活動規劃準則及方向調整，並且發現潛在要素及客群，討論開發空間，做為未來規劃參考及策略之一，增加活動辦理之成效。依研究結果提出9點結論及（一）規劃以親子為主的多元化活動、（二）照顧到不同年齡層、（三）持續擴增新客戶群、（四）廣化博物館行銷管道等實務建議，以提高未來活動的品質、效益，及提高民眾再度入館的意願。

關鍵詞：陶博館、活動、滿意度

## 壹、研究背景與目的

黃淑芳(1997:43)對於博物館教育活動的類型與實施方式分類中，將教育活動分為館內的基本教育活動、輔助學校的教育活動與社會教育活動等3個類型，這些類型之下共有27種實施方式的分類，陶博館辦理的教育推廣活動涵蓋這些分類其中的大多數項目。陶博館規劃的暑假活動屬於社會教育活動之配合節慶及假日的特別活動，這是近幾年陶博館所舉辦的活動中，期間較長、規模較大、類型較多的綜合活動。陶博館暑假活動分類上可歸類於社會教育，但各單項活動內涵也同時兼具基本教育及輔助學校教育兩大類。

陶博館暑假活動已舉辦多年，期間歷經了鶯歌陶瓷嘉年華及鶯歌國際陶瓷藝術節等活動更迭，也累積許多經驗，因此配合民眾需求調整辦理時程，演變成於暑假期間辦理。今年以「怪怪陶博館歷險記」為名，規劃一系列以妖怪、動物、陶瓷發想的體驗活動，以及安排各種相關課程與演出，兼顧學習、休閒、娛樂等多元化，讓前來體驗的民眾都能更深入認識陶瓷文化藝術，培養優質健康與知識導向的休閒活動。

本研究之問卷調查主要目的為：有效掌握遊客的主要族群、興趣、需求、滿意度以及消費習慣等，以做為活動規劃準則及方向調整，並且發現潛在要素及客群，討論開發空間，做為未來規劃參考及策略之一，增加活動辦理之成效。

本研究希望透過參與107年陶博館暑假活動之民眾進行滿意度評量，以了解民眾對本次暑假活動的意見及需求，建立館方與參與民眾之良好互動關係，且能做為未來活動加強與改進的參考。透過量化的問卷調查方式，對於「基本資料」、「宣傳」、「活動經驗」、「活動滿意度」等項目進行調查，以利未來針對調查結果進行改善，期使未來教育推廣活動更能貼近社會大眾的需求。

顧客滿意度的衡量與各產業目標顧客的特性有關，本研究的滿意度是指進館民眾在體驗暑假活動過程中所感受到的滿意程度及整體評價。因此，以「整體滿意度」、「再度購買傾向」兩項變數，做為評量顧客滿意的指標項目設計來進行測量。

研究目的概分以下幾點：

- 一、了解參與陶博館暑假活動的基本資料與屬性。
- 二、評估參與陶博館暑假活動的滿意度等相關問題。
- 三、了解參與陶博館暑假活動民眾對活動內容和形態的需求。
- 四、研擬陶博館教育推廣活動規劃策略。

## 貳、研究對象

本研究以參與新北市立陶瓷博物館「怪怪陶博館歷險記—107年陶博館暑假活動」裡各單項活動之民眾為研究對象，實際進行問卷填答的單項活動有

九個，包括動物影片欣賞、繪本說故事、小劇場演出、「妖」你一起看繪本、趣味小遊戲、妖怪大花瓶、「遇見幸福馬賽克」特大號篩子仔集體創作牆、做陶學英文、「愛情永固」七夕情人節活動等。有少部分活動因為活動日期、執行人力安排及活動特性等因素未進行問卷調查，例如陶博館小達人 YouTuber 活動，因參與人數少、活動範圍大且分散，難以回收有效問卷，故未列入本研究。

## 參、文獻探討：

根據我國博物館法第一章第三條，所稱博物館是指：「從事蒐藏、保存、修復、維護、研究人類活動、自然環境之物質及非物質證物，以展示、教育推廣或其他方式定常性開放供民眾利用之非營利常設機構。」而第十條則指出辦理教育推廣活動是達成「博物館應提升教育及學術功能，增進與民眾之溝通，以達文化傳承、藝術推廣及終身學習之目的」的方式之一。

Commission on museum for a new century (1984)指出：「假如典藏品是博物館的心臟，教育則是博物館的靈魂。」李靜芳(2007)探討 20 年來臺灣的博物館教育時也提到：「博物館以物件為主和重視資訊傳達的教育取向，且應調整為以人為中心，強調觀眾經驗的教育模式，並重視觀眾的參觀經驗。」要做到以觀眾經驗活化博物館的靈魂，則要透過博物館觀眾研究來了解觀眾經驗，並轉化成博物館教育推廣的活水。

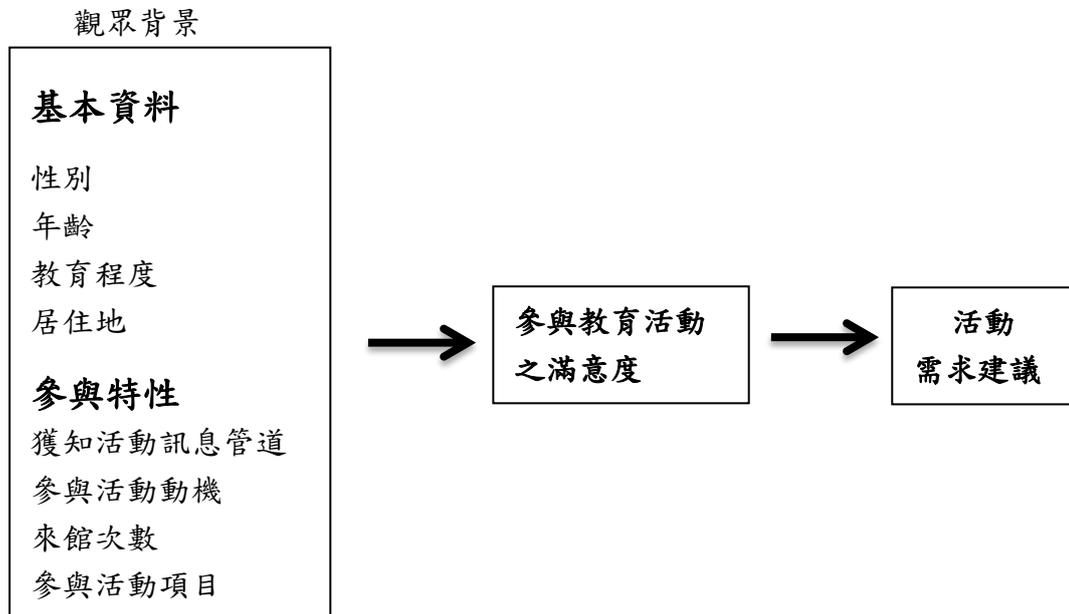
蕭志同、廖宛瑜、陳建文(2006)以國立自然科學博物館為例，研究博物館服務品質、認知價值、滿意度、忠誠度關係，其研究指出滿意度是消費者使用過後的一種「心理感受」和「情感上的認知」，如果使用前的預期未超過實質的結果則產生滿意，否則產生不滿意。陳美吟(1985)在研究遊憩體驗時提到：「從需求—行動—體驗過程中，遊客之遊憩需求與動機受個人特性、過去經驗等影響，而有不同期望來引發遊憩行為，再者因環境特質、活動類型及實際情況影響，而有不同的遊憩體驗，並影響其滿意度變化。」因此，觀眾滿意度調查研究成為博物館了解自我及改善依據方式之一。

文獻中涉及博物館教育推廣活動內容的眾多，探討觀眾滿意度調查設計與滿意度調查研究的也不在少數，觀眾滿意度調查研究在各博物館亦屬必然之自省管道，已有多所博物館進行各主題之觀眾滿意度調查。

國際博物館學會 (ICOM) 將博物館歸類為歷史類、自然科學類藝術類、民俗類、工藝類、專門主題類、綜合類等幾大類別。在博物館分類中，陶博館是以陶瓷單一材質產品與作品為主的專門主題類博物館，但是陶瓷是傳統工藝技術，是人類過去生活中日常家用物品，也常出現在各項習俗裡的儀式器物，現代純藝術創作更常見以陶瓷材質從事純藝術創作的作品。所以陶博館同時也兼具綜合類博物館的特性。因此，鶯歌陶瓷博物館本著陶瓷文化的發揚與傳承，規劃設計許多推廣教育活動。教育推廣是博物館四大功能之一，也是與民眾溝通與互動的最佳橋樑，本研究期望透過觀眾滿意度調查，了解鶯歌陶瓷博物館教育推廣活動是否滿足觀眾所需，並且根據研究分析結果，提出未來活動規劃之建議與方向。

## 肆、研究方法與設計

### 一、研究架構



### 二、問卷設計

本研究問卷僅設計一般觀眾問卷一種，並未針對對象屬性或年齡等另行設計其他問卷。

本問卷設計主要分為三大部分：

第一部分為觀眾基本資料（性別、年齡、教育程度、居住地、獲知活動訊息管道、參與活動動機、來館次數、參與活動項目等）。

第二部分為觀眾對於所參與教育活動之滿意度調查，包括內容規劃、工作人員的協助與服務、時間安排、場地安排、活動收費、整體的滿意度、最大的收穫，以及再參加意願等。

第三部分為開放性問答詢問觀眾想對陶博館說的話，最後是對博物館教育活動類別的期許與相關建議。

第二部分的量表採用李克特(Likert scale)五點態度量表，選項從「非常滿意（非常合理）」、「滿意（合理）」、「普通」、「不滿意（不合理）」、「非常不滿意（非常不合理）」共分成五個等級，進行資料編碼時則分別給予5、4、3、2、1分。

### 三、抽樣方式

本次研究調查對象為「107年陶博館暑假活動」活動之參與民眾，並無特別區分性別、年齡與抽樣方式等條件，以便利抽樣法(Convenience

sampling Convenience sampling)進行調查，參與活動之民眾皆為問卷受訪對象，由工作人員在活動中或活動結束後直接邀請參加民眾填寫問卷。受訪對象設定在國小中年級以上，具備獨力填答能力或報讀後可自行填寫答案之民眾。填寫問卷時，工作人員會先說明填答方式，並以種子書籤等小贈品提高填答意願；填答後由工作人員檢查是否填寫完整，未完成者則提醒受訪者補答。訪問過程是否能讓受訪民眾感到愉快，也是本館與民眾互動中提供完善服務的指標之一，因此，進行問卷訪談工作人員的態度、表情，以及對結束後感謝民眾配合的用語要求，是工作人員行前訓練的重要一環。

本研究調查起迄日期為民國107年8月13日起至8月29日止，共計17日(含平日13日、假日4日)。每日問卷發放時間為早上11:00至12:00，下午1:00至閉館(平日17:00、假日18:00)前20分鐘。決定此區段時間進行訪談主要考量原因包括：一般民眾入館時間為10:30至11:00居多，入館後至少參與兩項活動再進行訪談，此外也需排除中午用餐時間，故以上述兩個區段時間進行訪談。本問卷選項幾乎涵括所有活動項目，但因訪問起始日期、活動執行人力安排及活動特性因素影響，實際問卷發放以民眾停留時間較長的體驗活動場地為主。

#### 四、統計分析方法

觀眾對本館暑假活動體驗項目的選擇、喜好及整體滿意度，以實際問卷調查方法分析及量化結果。透過滿意度調查，探求活動設計對於體驗民眾的適切性，及未來活動規劃時可調整的方向。問卷回收後，進行資料輸入與整理，統計分析方法則採用次數分配與交叉分析，以瞭解人口統計變項、滿意度以及對活動需求程度等情形。所回收的問卷中，完整填寫的有效問卷方列入統計，問卷填寫不完整者不予計入。

本研究問卷之抽取樣本隨訪問人員的主觀判斷而選定，或因團體成員推派受訪者的差異，可能導致樣本產生偏差，進而影響調查結果。其統計後數據因四捨五入，總數與各項目尾數和，並未能完全相符，而有些微之差距。

#### 伍、研究結果與討論

本章節主要在說明本研究資料分析後的結果與討論，分為六小節，第一小節基本資料分析，包括性別、年齡、教育程度、居住地等資料分析。第二小節為參觀形態分析，包括獲知活動訊息管道、參加活動的原因、參觀次數及參與活動項目等。第三小節為滿意度分析，包括內容規劃、工作人員的協助與服務、活動時間安排、活動收費合理性、整體滿意度等之分析，以及參加活動的收穫、再度參加

意願之分析。第四小節開放性問題紀錄，第五小節為交叉比對分析，第六小節為結論與建議。茲分述如下：

## 一、基本資料分析

本研究針對參加陶博館107年暑假活動各項體驗民眾進行實地問卷訪問，排除填寫不完整之無效問卷，共得359份有效問卷，遊客基本資料分析如下：

### 1. 訪者性別分布

參與本次「107年陶博館暑假活動」活動的民眾中，以女性居多。在359份有效問卷中，參與本次活動的女性比例高於男性，男126人，佔35.1%，女232人，佔64.6%，並有1人勾選其他性別。

表1-1，受訪者性別分布

項 目	次 數	百 分 比
男	126	35.1%
女	232	64.6%
其 他	1	0.3%
合 計	359	100.0%

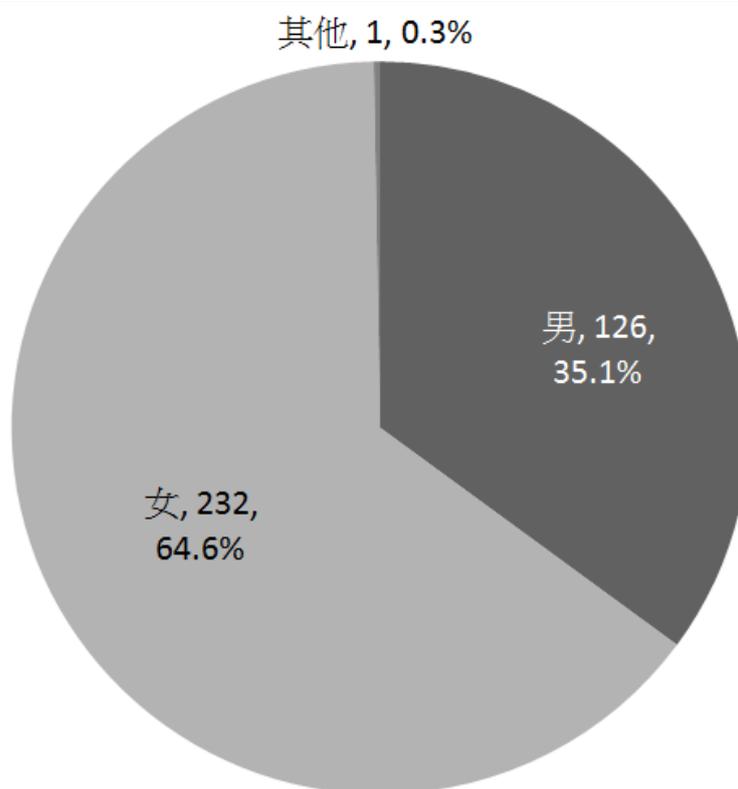


圖 1-1，受訪者性別分布(N=359)

## 2. 受訪者年齡分布

參與本次「107年陶博館暑假活動」活動的民眾年齡層，在359份有效問卷中，參觀民眾以「26-40歲」年齡層最多，佔48.2%(173人)，其次為「41-64歲」及「19-25歲」，所佔比分別為24.0%(86人)與10.3%(37人)。

表1-2，受訪者年齡分布

項 目	次 數	百 分 比
12歲以下	32	8.9%
13-18歲	25	7.0%
19-25歲	37	10.3%
26-40歲	173	48.2%
41-64歲	86	24.0%
65歲以上	6	1.7%
合 計	359	100.1%

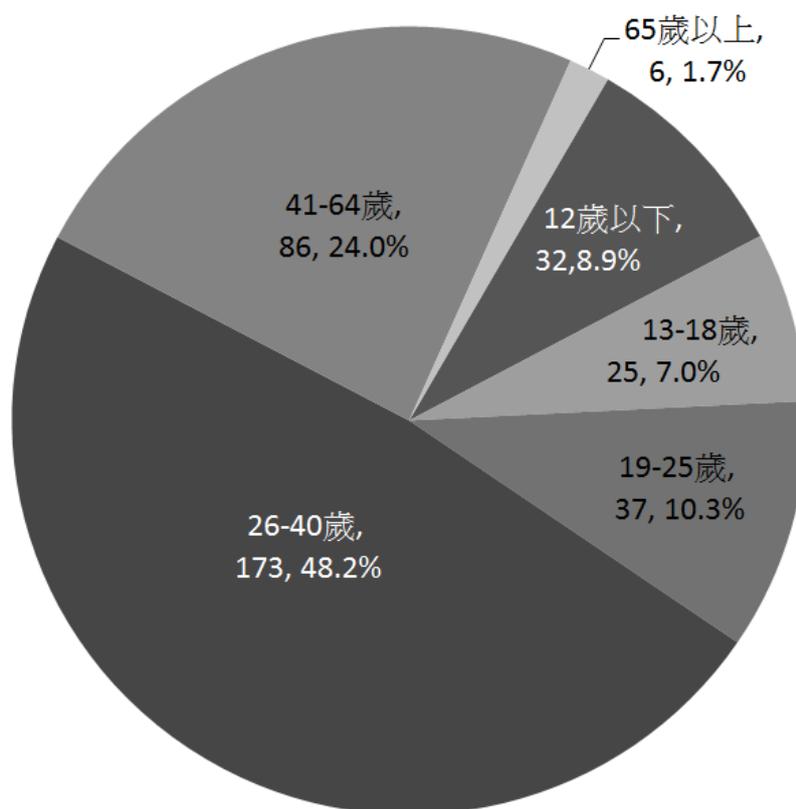


圖 1-2，受訪者年齡分布(N=359)

### 3. 受訪者教育程度分布

參加民眾的教育程度以大專院校最多。在359份有效問卷中，民眾的教育程度以「大專院校」最多，佔58.8%(211人)，其次為「研究所以上」，佔17.8%(64人)。

表1-3，受訪者教育程度分布

項 目	次 數	百 分 比
國 小	32	8.9%
國 中	12	3.3%
高 中 職	40	11.1%
大專院校	211	58.8%
研究所(以上)	64	17.8%
合 計	359	100.0%

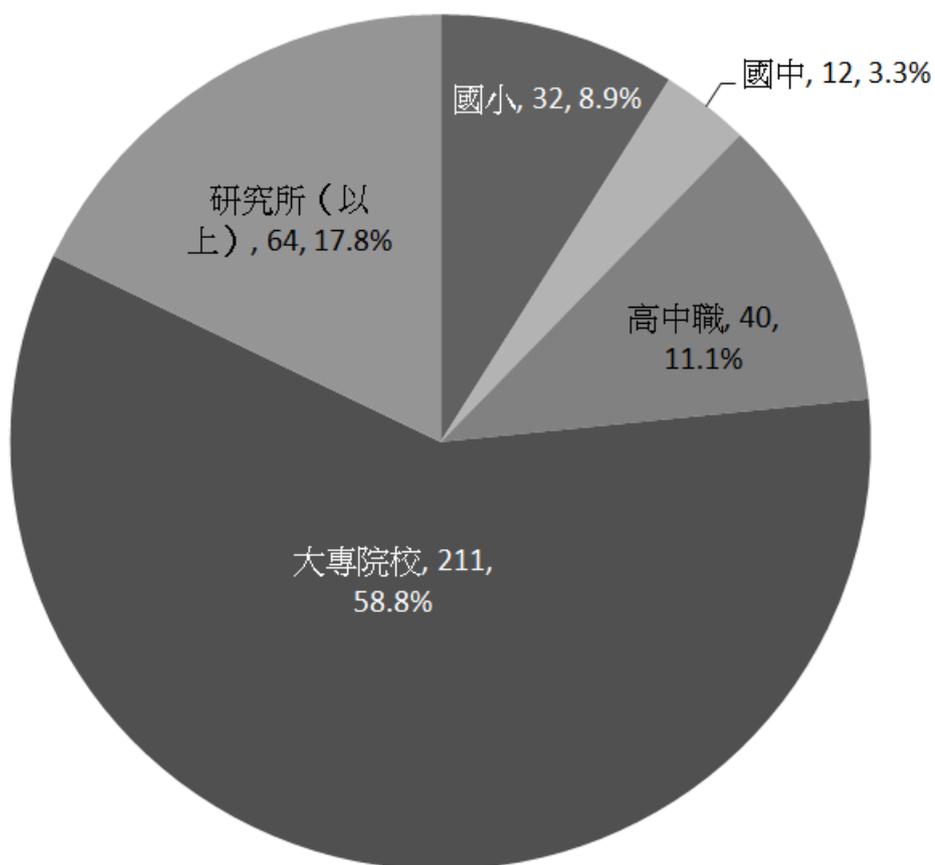


圖 1-3，受訪者教育程度分布(N=359)

#### 4. 受訪者居住地分布

從受訪者居住地分布顯示，台北、基隆與新北市、桃園市等地居民為本次活動的主要參與者。在359份有效問卷中，民眾的居住地區以新北市最多，佔48.5%(174人)，其次是臺北、基隆佔17.0%(61人)，以及桃園市佔13.6%(49人)。勾選其他者佔0.8%，有3位，別是香港1位、福建漳州2位。

表1-4，受訪者居住地分布

項 目	次 數	百 分 比
新 北 市	174	48.5%
臺北、基隆	61	17.0%
桃 園 市	49	13.6%
宜 蘭	7	1.9%
東部其他地區	1	0.3%
新 竹	26	7.2%
新竹以南	35	9.7%
離島地區	3	0.8%
其 他	3	0.8%
合 計	359	100.0%

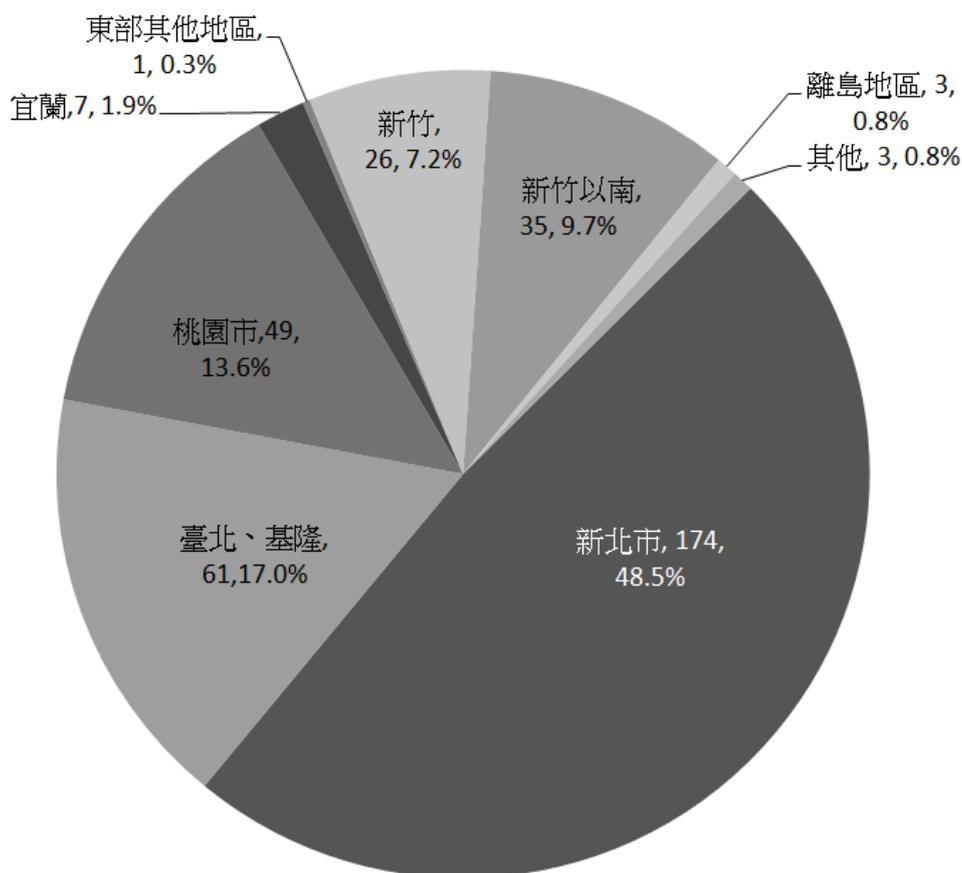


圖 1-4，受訪者居住地分布(N=359)

## 二、參觀形態分析

### 1. 民眾獲知「107年陶博館暑假活動」活動訊息的管道

民眾獲知本次活動的管道以「來館時得知」最多。本題有效回答數共有359份。獲知本活動管道以「來館時得知」者最多，所佔比為37.3%(147人)，其次為「陶博館官網」與「親友推薦」，佔比分別為21.3%(84人)與20.3%(80人)。再來是平面、數位媒體報導的7.1%(28人)，以及陶博館FB粉絲專頁的5.1%(20人)。勾選其他者佔2.5%(10人)，獲知訊息的管道包括親子社團FB和Line、路過、旅遊、以前來過、女友、GOOGLE、GOOGLE地圖和感謝紹妤(實習生)。

表2-1，民眾獲知活動訊息的管道

項 目	複選次數	複選百分比	有效百分比
陶博館官網	84	21.3%	23.4%
陶博館FB粉絲專頁	20	5.1%	5.6%
平面、數位媒體報導	28	7.1%	7.8%
親友推薦	80	20.3%	22.3%
來館時得知	147	37.4%	40.9%
館內工作人員推薦	12	3.0%	3.3%
新北市政府或文化局網頁	13	3.3%	3.6%
其 他	10	2.5%	2.8%
合 計	394	100.0%	109.7%

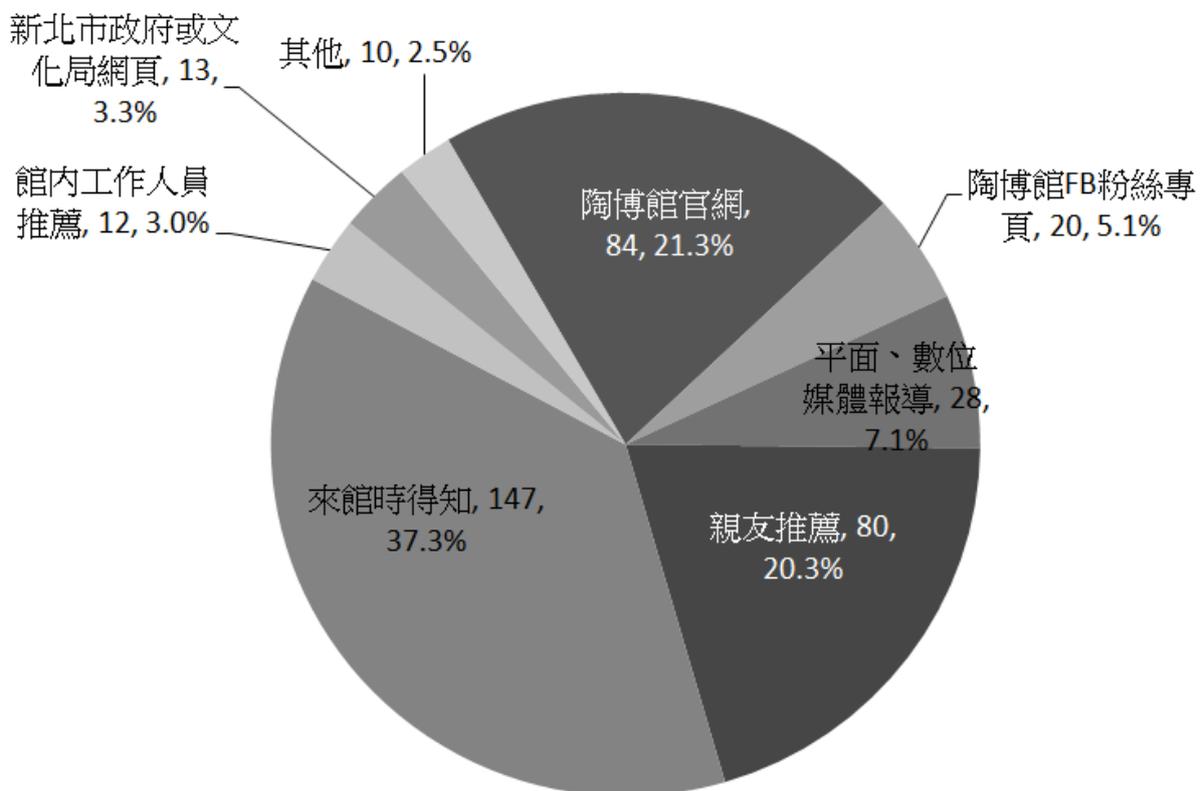


圖2-1，民眾獲知活動訊息的管道(N=359)

## 2. 民眾參與暑假活動原因

民眾參與本次活動的原因以「家人同遊」最多，本題有效回答數共有 359 份。民眾參與本次活動的原因以「家人同遊」為最多，共佔 56.6%(240 人)，其次為休閒娛樂，佔 18.4%(78 人)，再次為朋友同遊佔 13.2%(56 人)，學校安排者佔 5.7%(24 人)，而對活動有興趣者佔 4.0%(17 人)。勾選其他者佔 1.2%，共 5 名，所填寫參與活動原因包括回來看到、約會、教學活動、補習班、領上次做的作品。

表 2-2，民眾參與活動原因

項 目	複選次數	複選百分比	有效百分比
休閒娛樂	78	18.4%	21.7%
家人同遊	240	56.6%	66.9%
學校安排	24	5.7%	6.7%
朋友同遊	56	13.2%	15.6%
公司旅遊	4	0.9%	1.1%
對活動有興趣	17	4.0%	4.7%
其 他	5	1.2%	1.4%
合 計	424	100.0%	118.1%

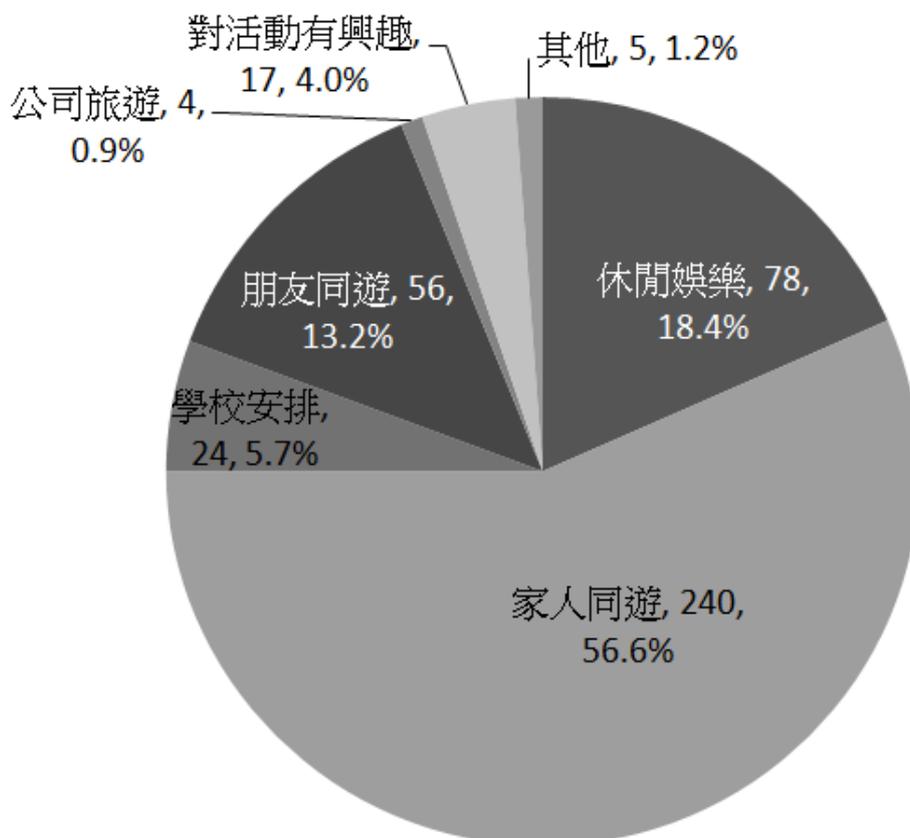


圖 2-2，民眾參與活動原因(N=359)

### 3. 民眾第幾次來到陶博館

本次暑假活動以首次體驗的民眾最多。本題有效回答數共有 359 份。參與活動次數以「第 3 次(以上)」者最多，所佔比為 38.7%(139 人)；其次為「第 1 次」，所佔比為 37.9%(136 人)；再來是「第 2 次」，所佔比為 23.4%(84 人)。

表 2-3，民眾進館次數

項 目	次 數	百 分 比
第 1 次	136	37.9%
第 2 次	84	23.4%
第 3 次(以上)	139	38.7%
合計	359	100.0%

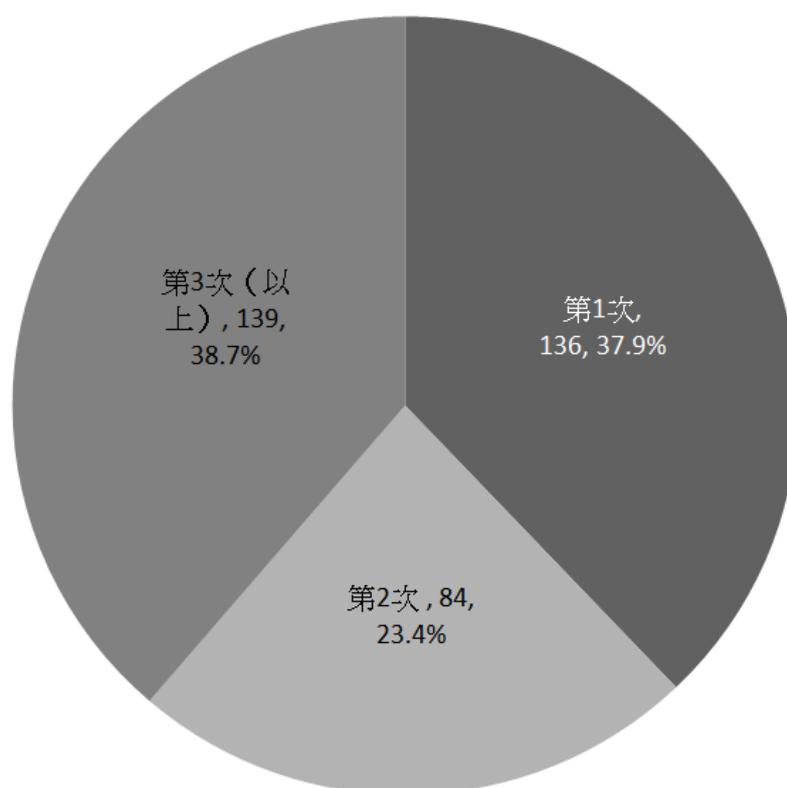


圖 2-3，民眾進館次數(N=359)

### 4. 民眾參與活動的種類

本題為複選題，民眾參與本次活動的種類以「陶藝舞臺趣味小遊戲」最多，本題有效回答數共有 359 份。民眾參與本次活動的種類以「陶藝舞臺趣味小遊戲」為最多，共佔 26.5%(211 人)，其次為「遇見幸福馬賽克」特大號篩子仔集體創作牆，佔 19.2%(153 人)，再次為妖怪大花瓶佔 18.3%(146 人)，小劇場演出佔 8.9%(714 人)，繪本說故事佔 4.6%(37 人)。

由於各項活動辦理天數或場次差異懸殊，活動場地位置明顯程度也有落差，

以及單場容量限制，影響數據與活動受歡迎程度的相關性，難以從數據看出各項活動受歡迎的實際程度差距。但從開始問卷調查日期晚於 3D 列印數位捏塑體驗工作坊、3D 列印市集及怪獸公仔捏塑比賽辦理日期可知，勾選此 3 項活動者複選百分比總合 4.7%，至少有 4.7% 的民眾於暑假活動期間不只一次參與暑假活動體驗。

表 2-4，民眾參與活動的種類

項 目	複選次數	複選百分比	有效百分比
原知原味-原住民神話故事	22	2.8%	6.1%
酷巴：尋斑大冒險	21	2.6%	5.8%
大雨大雨一直下	22	2.8%	6.1%
霹靂貓	9	1.1%	2.5%
繪本說故事	37	4.6%	10.3%
小劇場演出	71	8.9%	19.8%
「妖」你一起看繪本	28	3.5%	7.8%
陶藝舞臺趣味小遊戲	211	26.5%	58.8%
3D 列印市集	16	2.0%	4.5%
妖怪大花瓶	146	18.3%	40.7%
「遇見幸福馬賽克」特大號篩子仔集體創作牆	153	19.2%	42.6%
做陶學英文	24	3.0%	6.7%
3D 列印數位捏塑體驗工作坊	13	1.6%	3.6%
怪獸公仔捏塑比賽	9	1.1%	2.5%
「愛情永固」七夕情人節活動	14	1.8%	3.9%
合 計	796	100.0%	221.7%

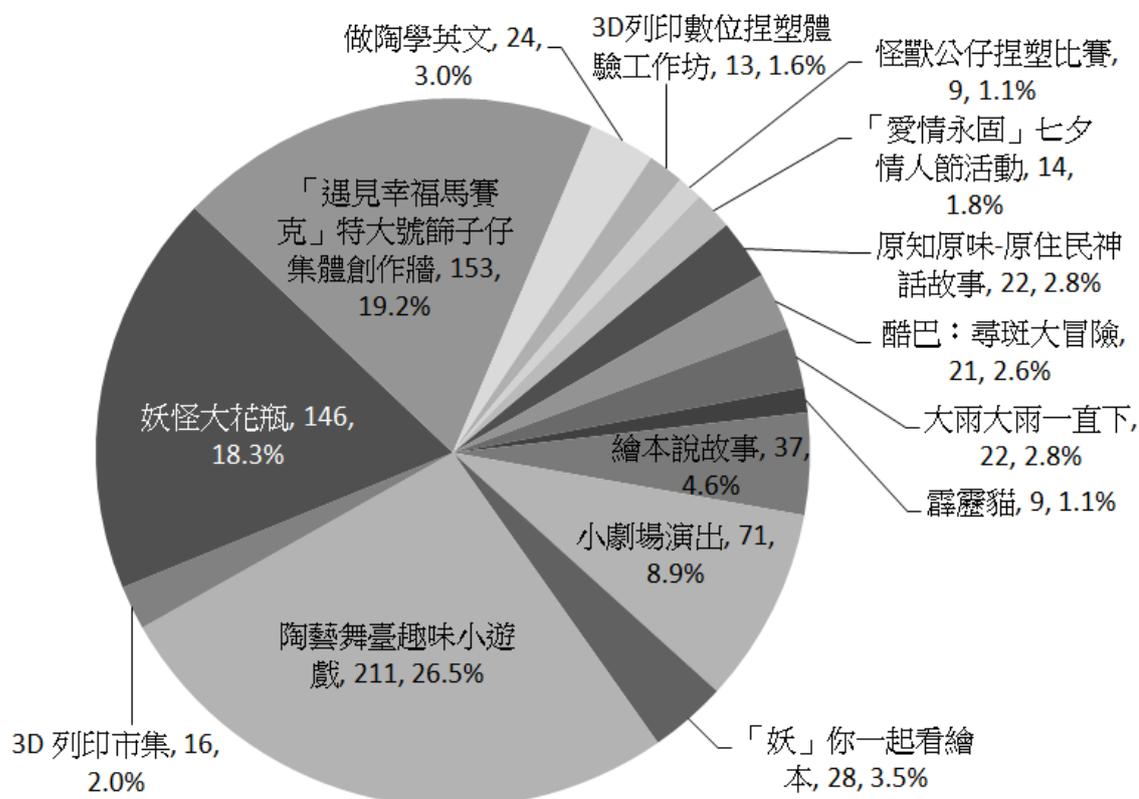


圖 2-4，民眾參與活動的種類(N=359)

### 三、滿意度分析

#### 1. 對活動內容規劃滿意度

民眾對於活動內容規劃的滿意度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為 359 份，有 53.5%(192 人)的民眾認為「滿意」，有 42.9%(154 人)的民眾認為「非常滿意」，總計共有 96.4%(346 人)的民眾給予正面的評價，另有 3.6%(13 人)的民眾表示「普通」，無民眾表示「不滿意」或「非常不滿意」。

表 3-1，民眾對活動內容規劃滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	154	42.9%
滿 意	192	53.5%
普 通	13	3.6%
不 滿 意	0	0.0%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

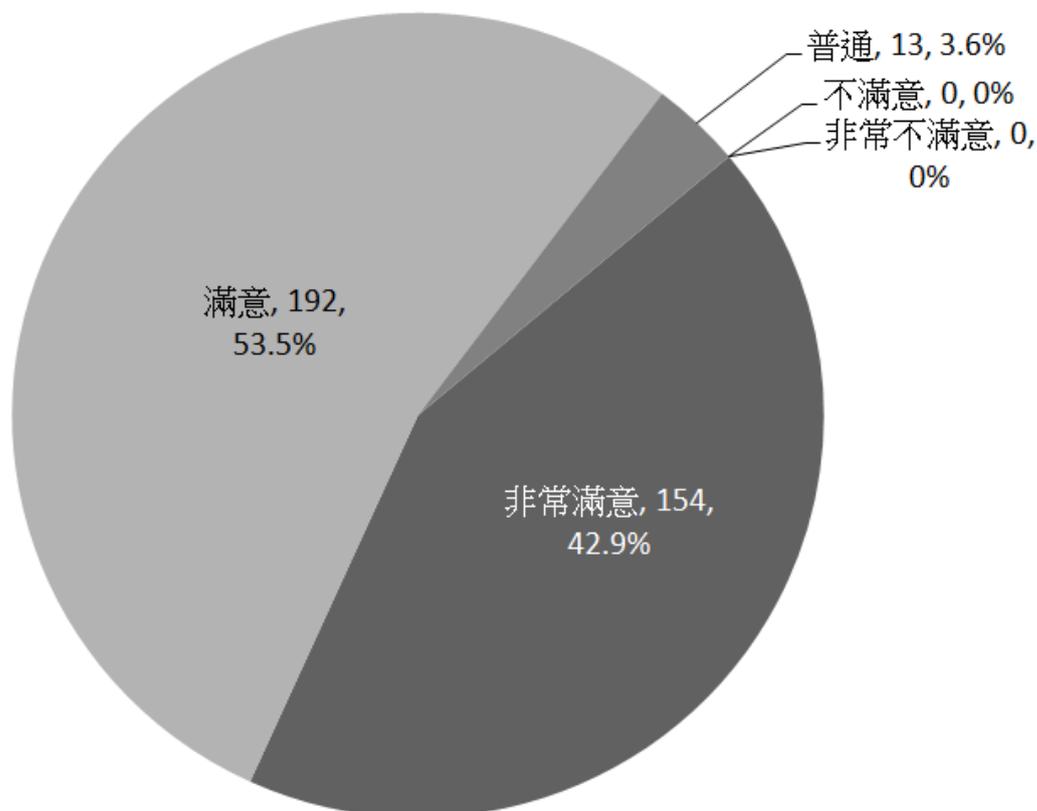


圖 3-1，民眾對活動內容規劃滿意度(N=359)

## 2. 對服務人員協助滿意度

民眾對於服務人員協助的滿意度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為 359 份。有 43.5%(156 人)的民眾認為「非常滿意」，53.8%(193 人)的民眾認為「滿意」，共有 97.3%(349 人)的民眾給予本題正面評價，另有 2.5%(9 人)的民眾表示「普通」，0.3%(1 人)的民眾表示「不滿意」。

表 3-2，民眾對服務人員協助滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	156	43.5%
滿 意	193	53.8%
普 通	9	2.5%
不 滿 意	1	0.3%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

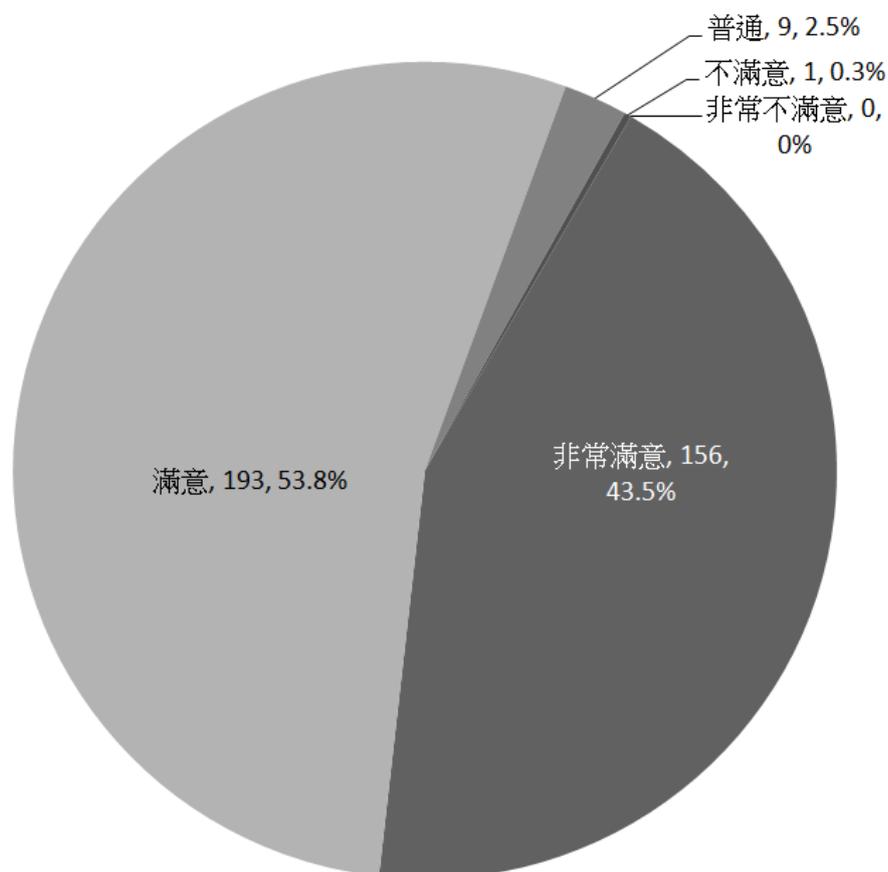


圖 3-2，民眾對服務人員協助滿意度(N=359)

### 3. 對活動時間安排滿意度

民眾對於活動時間安排的滿意度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為 359 有 38.7%(139 人)的民眾認為「非常滿意」，有 53.2%(191 人)的民眾認為「滿意」，總計共有 91.9%(330 人)的民眾給予正面的評價，另有 8.1%(29 人)的民眾表示「普通」，無民眾表示「不滿意」及「非常不滿意」。

表 3-3，民眾對活動時間安排滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	139	38.7%
滿 意	191	53.2%
普 通	29	8.1%
不 滿 意	0	0.0%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

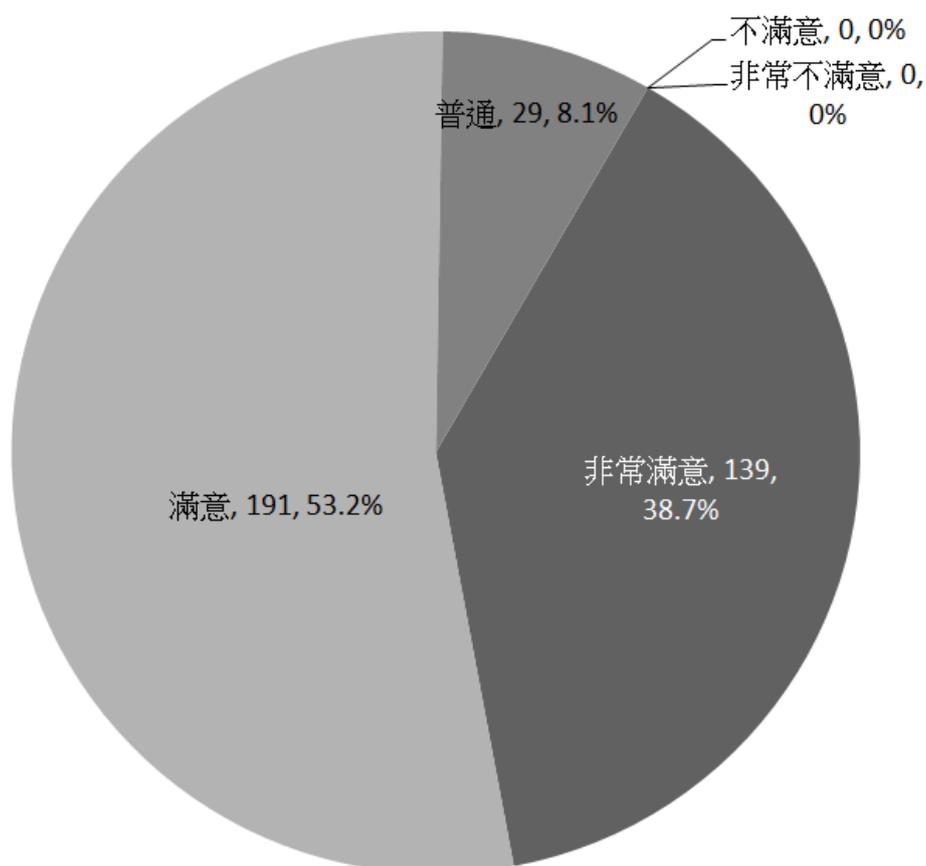


圖 3-3，民眾對活動時間安排滿意度(N=359)

#### 4. 對活動場地安排滿意度

民眾對於活動內容規劃的滿意度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為 359 份，有 45.7%(164 人)的民眾認為「非常滿意」，有 48.5%(174 人)的民眾認為「滿意」，總計共有 94.2%(338 人)的民眾給予正面的評價，另有 5.3%(19 人)的民眾表示「普通」，有 0.6%(2 人)的民眾表示「不滿意」。

表 3-4，民眾對活動場地安排滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	164	45.7%
滿 意	174	48.5%
普 通	19	5.3%
不 滿 意	2	0.6%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

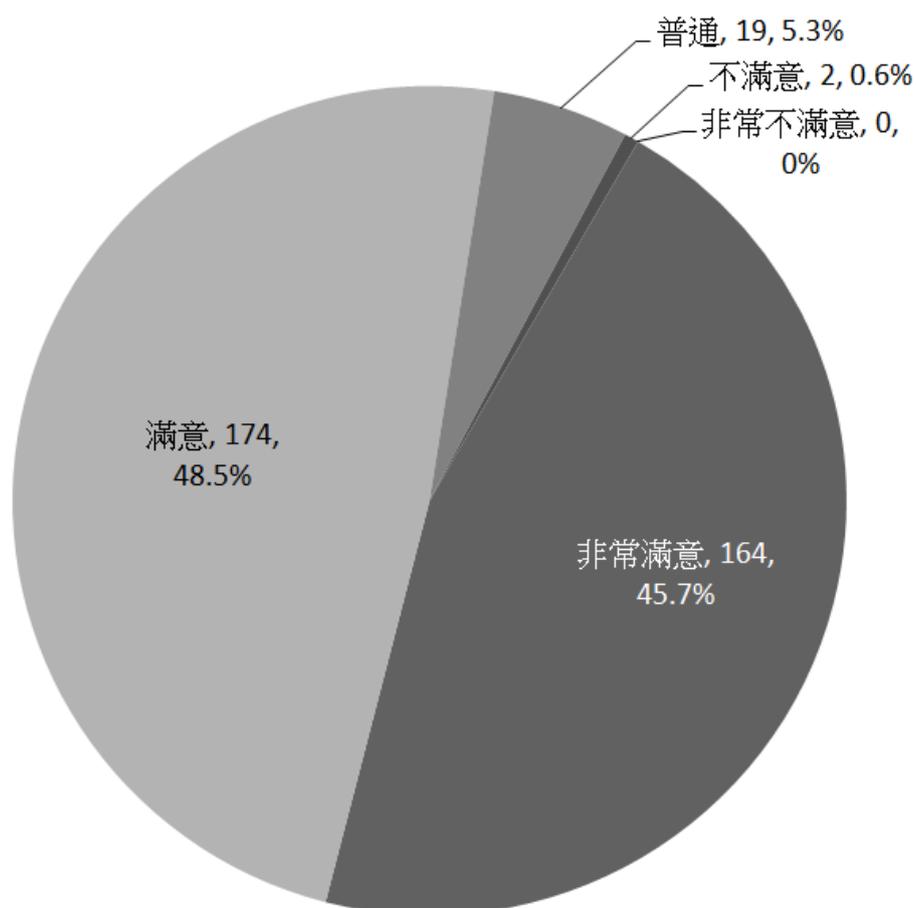


圖 3-4，民眾對活動場地安排滿意度(N=359)

## 5. 對活動收費合理性滿意度

民眾對於活動收費的合理程度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為359份。有46.0%(165人)的民眾認為「非常滿意」，有51.3%(184人)的民眾認為「滿意」，給予本題正面評價的民眾共有97.3%(349人)，另有1.1%(4人)的民眾表示「普通」，1.7%(6人)的民眾表示「不滿意」。

表 3-5，民眾對活動收費合理性滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	165	46.0%
滿 意	184	51.3%
普 通	4	1.1%
不 滿 意	6	1.7%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

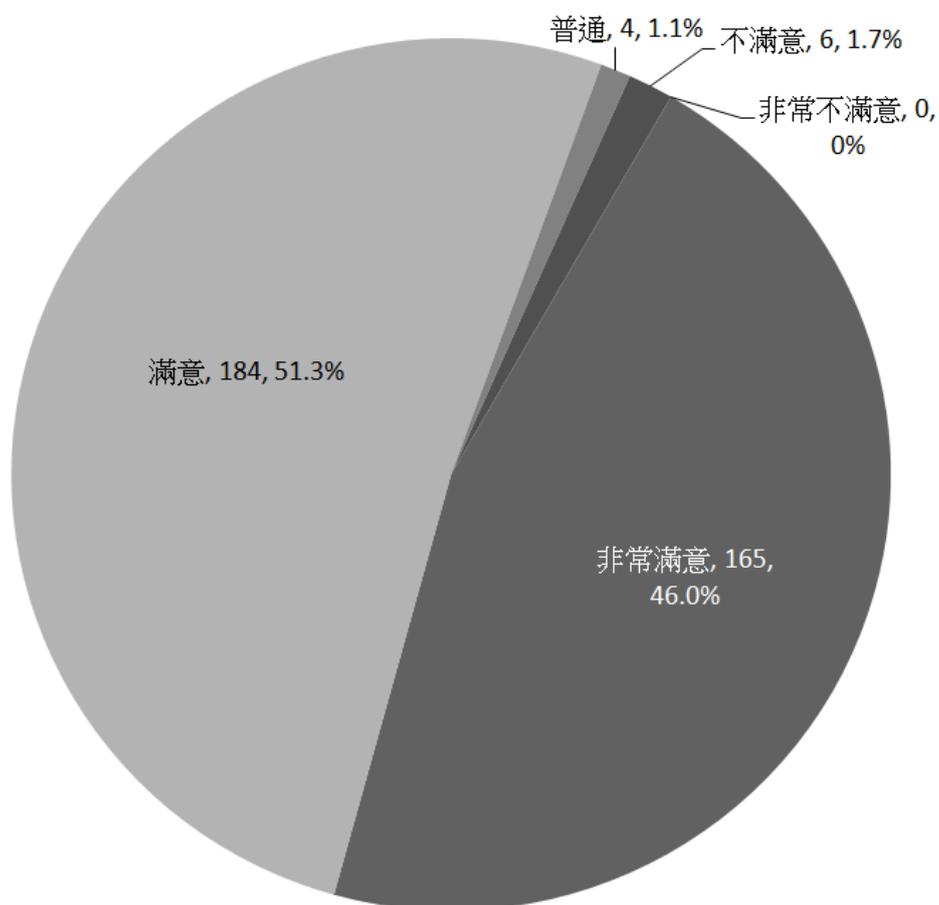


圖 3-5，民眾對活動收費合理性滿意度(N=359)

## 6. 對活動整體滿意度

民眾對於暑假活動整體的滿意度，以填答「滿意」者最多。本題有效回答數為359份。表示「滿意」的民眾有54.9%(197人)，表示「非常滿意」的民眾有39.6%(142人)，給予本題正面評價的民眾共有94.5%(339人)，另有表示「普通」的民眾佔5.6%(20人)，無人表示「不滿意」及「非常不滿意」。

表3-6，民眾對活動整體滿意度

項 目	次 數	百 分 比
非常滿意	142	39.6%
滿 意	197	54.9%
普 通	20	5.6%
不 滿 意	0	0.0%
非常不滿意	0	0.0%
合 計	359	100.0%

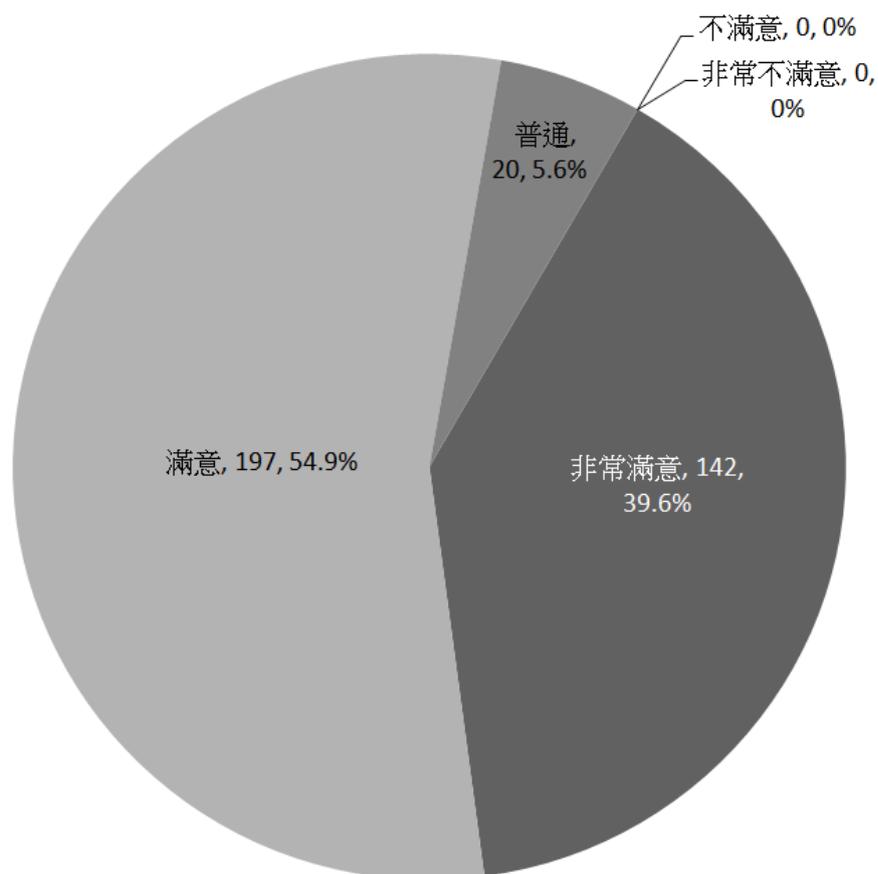


圖 5-6，民眾對活動整體滿意度(N=359)

## 7. 民眾參加本次活動的收穫

民眾參與活動的最大收穫，以「盡情玩樂」者最多。本題有效問卷為359份。認為參與活動的最大收穫為「盡情玩樂」，佔24.3%(180人)，其次為「激發想像力」與「增廣見聞」，分別佔18.8%(139人)與18.6%(138人)。再次為「學習新知」、「陶冶性情」及「增進人際互動」，分別佔14.0%(104人)、11.7%(87人)與11.3%(84人)。

表 3-7，民眾參加本次活動的收穫

項 目	次 數	百 分 比	有效百分比
增廣見聞	138	18.6%	38.4%
增進人際互動	84	11.3%	23.4%
陶冶性情	87	11.7%	24.2%
激發想像力	139	18.8%	38.7%
盡情玩樂	180	24.3%	50.1%
學習新知	104	14.0%	29.0%
其 他	9	1.2%	2.5%
合 計	741	100.0%	206.3%

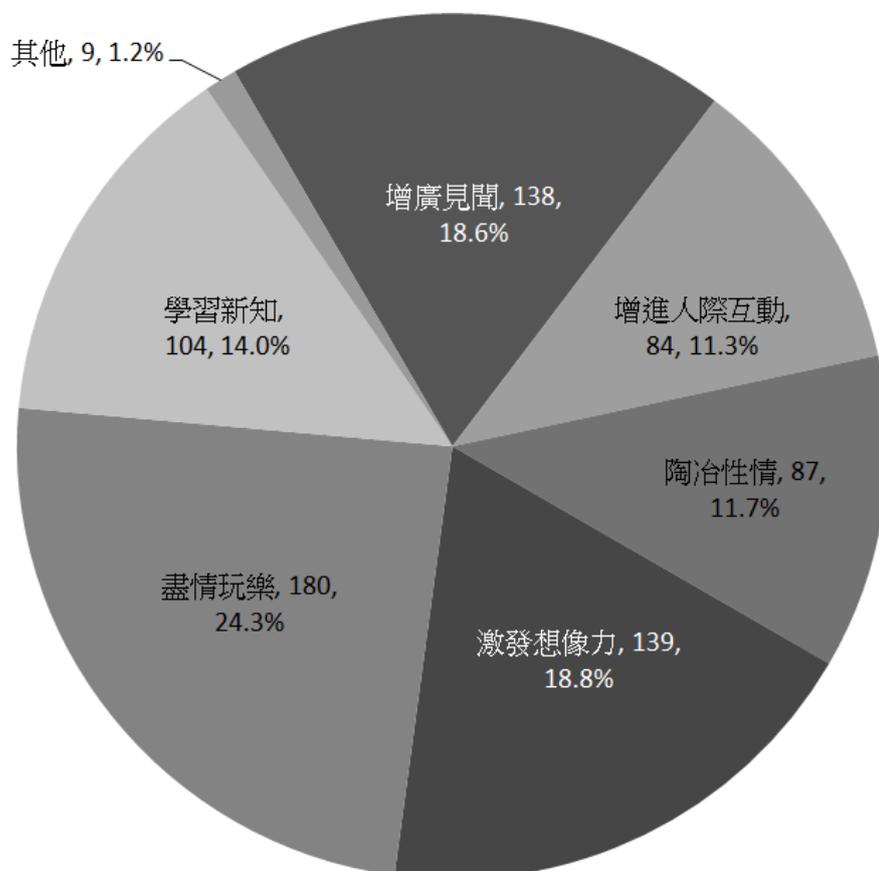


圖 3-7，民眾參加本次活動的收穫(N=359)

## 8. 民眾再度參加本館活動的意願

民眾對於再次參與本館活動的意願，以填答「是」者最多。本題有效回答數為359份。民眾再次參與暑假活動的意願，填答「是」者佔98.9%(355人)，表示「否」的民眾佔1.1%(4人)。願意再度參加民眾的原因包括：不錯、創作、很好玩、很有趣、寓教於樂、帶小孩出遊、讓小朋友增廣見聞、「真的很好玩，想再來!」，以及「小孩喜歡，可體驗各式活動」。

4名不再參加的民眾之中有2位未說明原因，另二位原因寫著：很有趣、讓小孩多嘗試。

表 3-8，民眾再度參加本館活動的意願

項 目	次 數	百 分 比
是	355	98.9%
否	4	1.1%
合 計	359	100.0%

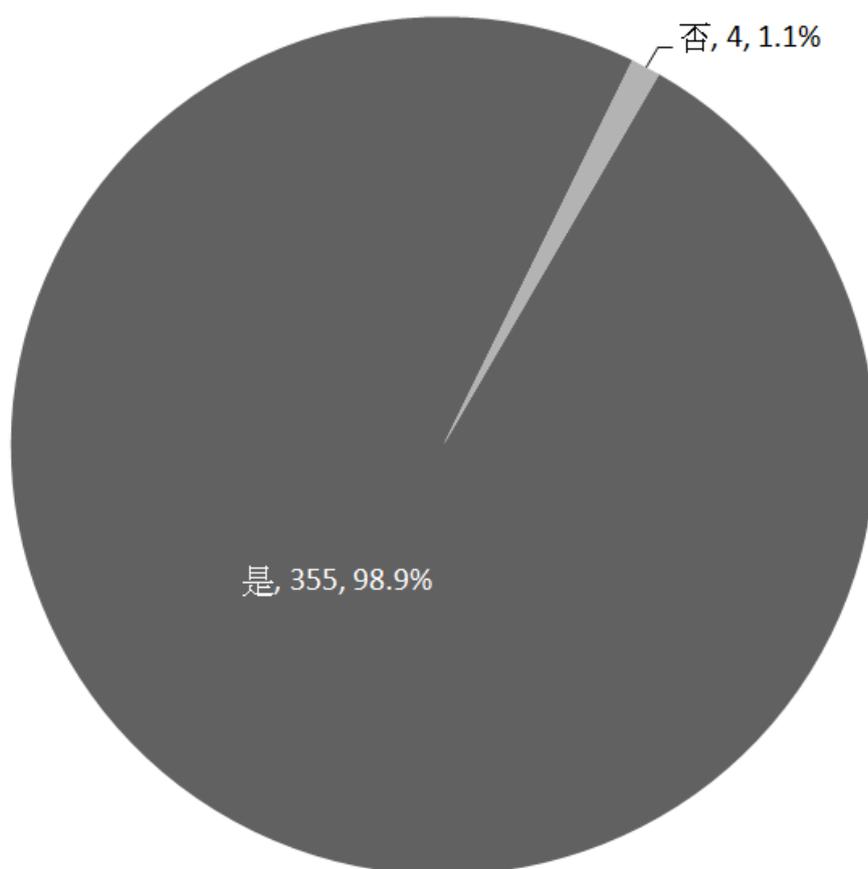


圖 3-8，民眾再度參加本館活動的意願(N=359)

#### 四、開放性問題紀錄

開放性問題紀錄中，完全重覆的只登錄一次，不做次數統計，只依正負面評價或建議做分類。開放性問題紀錄除了可用以再度檢視問卷準確度之外，更能進一步了解民眾需求。

##### 1. 想對陶博館說的話

###### (1) 優點：

Nice!

很棒。

感覺很棒!

挺舒適的。

Thank you.

THANKS!

感謝你們。

非常好。

好玩。

很好玩。

謝謝。好玩。

好有趣。

舉辦得很好。

很棒!加油!

讚，加油。

讚，繼續努力。

祝越辦越好!

服務親切。

辛苦工作人員。

工作人員好可愛。

工作人員親切又美麗。

很棒的地方，工作人員服務很好。

很棒的博物館。

很棒的參觀的地方。

很棒的活動。

好玩，我喜歡遊戲。

好棒的活動及展覽。

很有趣，展品活動。

很用心，很多玩具可以玩。

很好玩，希望下次能再來。

收費很便宜，小朋友也有東西可以玩!很棒的地方!

遊戲很好玩。  
遊戲設計很用心。  
感謝規劃，辛苦了。  
感謝館方用心規劃!  
整體活動很豐富，很適合大小朋友同遊。  
感謝規劃多元活動提供有文藝氣息的休閒活動，謝謝服務夥伴的親切說明。  
謝謝舉辦這麼好的活動!  
謝謝舉辦這些活動，很好玩。  
謝謝您們的付出，孩子們都很開心。  
謝謝陶博館工作人員辛苦規劃活動。  
辛苦了，環境很好。  
環境維護得很好。  
很用心經營及維護設施。  
環境很好，適合親子同遊。  
環境舒適，活動有趣，工作人員很親切。  
小劇場很精彩，有獎徵答還有小禮物，小朋友很開心。

## (2) 缺點與期許：

活動應加強宣導。  
活動對外宣傳能再明確。  
除暑假外，也希望常不定時有活動。  
Good! 希望平常假日也可舉辦。  
活動時間可以多些場次。  
希望這裡有很多活動。  
希望多辦兒童體驗活動。  
可以多增加小朋友免費遊玩活動希望你們再加油。  
希望多辦親子活動，謝謝!  
很棒，親子互動活動可以增加。  
希望有大孩童可以參加的活動。  
希望下次可以再舉辦活動。  
希望下能再舉辦更好玩的活動。  
多增加一些小遊戲。  
希望能換別的主題，妖怪的主題，有的小孩會害怕，由其是小小小孩!  
暑期能有多元不同的活動安排，這樣孩子可以常來參與。  
早鳥捏陶不建議優惠僅限平日，而排除寒暑假。  
暑假期間希望有更多陶藝課程 讓小孩(10歲以上)大人參加。  
沒空調。  
冷氣不冷。

陶博館好熱。  
餐廳多些選項。  
館內餐飲種類增加，帶著小小孩需去奔波找食。  
希望再多一家餐庭可以選擇。  
電梯要等很久，只有一臺明顯不夠。  
停車位應該要多些。  
交通不便。

## 2. 期待本館日後辦理活動的類別與相關建議

太好了，所以沒有！  
因為太好玩，所以沒有喔！  
建議有兒童闖關活動。  
劇場活動。  
街頭藝人。  
畫畫活動。  
陶瓷陀螺。  
環保砂活動。  
再多一點古早童玩活動。  
手做體驗。  
DIY 活動再更多元。  
DIY 相關課程增加。  
多點小朋友的 DIY。  
多一些手拉坯活動。  
陶藝手作。  
做杯子(馬克杯)的活動，實用又好玩。  
再好玩一點。  
體驗活動、戶外活動。  
多多操作類活動。  
多增加一些小遊戲。  
趣味小遊戲。  
有趣好玩的活動。  
有臨時可體驗之活動。  
有些活動可在非假日舉辦。  
希望平日也開放親子陶土 DIY。  
我覺得可以有暑假全修班！  
增加小朋友的遊戲。  
適合小孩的體驗活動。

1 歲以上的活動再多些。  
2~3 歲小朋友的活動。  
小小孩可參加的活動。  
希望能增加適合幼兒的活動。  
適合小小朋友的遊戲與活動。  
需要適合小小朋友的遊戲與活動。  
適合 3 歲-5 歲活動。  
6~12 歲的深度活動。  
適合中中朋友的 game and activity。  
年齡層可以再廣一些，希望有適合各年齡層小朋友的遊戲。  
親子遊戲。  
親子互動。  
多辦親子活動。  
親子同樂活動。  
適合親子同樂的遊戲。  
適合親子的遊戲與活動。  
適合親子互動的遊戲 and 活動。  
適合親子同樂的活動、適合長者的體驗活動。  
可多增加些親子互動的活動。  
大人小孩都適合，如果有孩子多點的展出品項，孩子會定期來訪的！  
故事活動場次太少，可多增加。  
目前覺得可以跟一些書商和辦書展，可以方便購買書籍，或益智玩具，辦及時性的書展即可。

## 五、交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料，與獲知訊息管道、民眾參與暑假活動原因、第幾次前來、整體滿意度、最大的收穫、再參加意願做交叉比對分析。交叉比對分析表數據為次數百分比，由次數比例做交叉比對。

### 1. 獲知訊息管道交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料與獲知訊息管道結果交叉比對分析得知，不論性別年齡仍以「來館時得知」比例最高，但「陶博館官網」與「親友推薦」比例排序依年齡而異，在 26-64 歲年齡層與不分齡的結果相同，但 25 歲以下以及 65 歲以上則以「親友推薦」較高，顯然來館民眾行為以 26-64 歲年齡層為主導，其他年齡層則依循 26-64 歲年齡層而前來。加總各媒體與網路訊息來源時，男性由此獲得訊息比例佔 33.1%，

女性佔 38.7%，女性行前查詢各媒體與網路訊息比例高於男性，顯示女性由陶博館各行銷宣傳管道獲知訊息者高於男性。

教育程度與獲知訊息管道結果交叉比對分析得知，國中及國小之獲知活動訊息管道以親友推薦最高，國中生來館時得知活動訊息與陶博館官網並列第 2，國小生以來館時得知者為次，第 3 次序為陶博館官網。其餘教育程度皆以來館時得知者最高。顯見國中及國小多為跟隨長輩前來之在學年齡者，但不同教育程度由陶博館官網獲知訊息者並無明顯的落差，可見上網習慣與學歷間無明顯差異。

居住地與獲知訊息管道結果交叉比對分析得知，除居住宜蘭的遊客以親友推薦者最多，其次為陶博館官網獲知之外，其他居住地遊客以來館時得知者比例高，但陶博館官網與親友推薦的比例互有高低，乃因兩者在不分居住地時的比例相近所致。

表 5-1，民眾獲知活動的訊息管道交叉比對分析表

項目別	陶博館 官網	陶博館 FB 粉絲 專頁	平面、 數位媒 體報導	親友 推薦	來館時 得知	館內工 作人員 推薦	新北市 政府或 文化局 網頁	其 他
<b>性別</b>								
男	16.9	3.7	8.8	25.0	39.0	1.5	3.7	1.5
女	23.6	5.8	6.2	17.8	36.4	3.90	3.1	3.1
其他	0	0	0	0	100	0	0	0
<b>年齡</b>								
12 歲(含)以下	18.8	6.3	0	37.5	28.1	6.3	3.1	0
13-18 歲	16.1	12.9	12.9	19.4	29.0	3.2	0.0	6.5
19-25 歲	13.3	4.4	4.4	26.7	28.9	11.1	4.4	6.7
26-40 歲	21.2	4.8	8.5	17.5	40.2	2.1	3.7	2.1
41-64 歲	28.3	3.3	6.5	16.3	41.3	0	3.3	1.1
65 歲以上	16.7	0	0	33.3	50.0	0	0	0
<b>教育程度</b>								
國 小	18.8	3.1	0	37.5	34.4	6.3	0	0
國 中	20.0	0	13.3	26.7	20.0	6.7	6.7	6.7
高 中 職	23.4	14.9	12.8	14.9	27.7	2.1	2.1	2.1
大專院校	22.6	4.3	6.0	19.2	38.5	3.4	4.7	1.3
研究所(以上)	16.4	3.0	9.0	17.9	46.3	0	0	7.5

居住地									
新 北 市	23.4	4.8	4.8	19.7	36.7	4.8	4.3	1.6	
臺北、基隆	17.9	4.5	11.9	17.9	41.8	1.5	1.5	3.0	
桃 園 市	19.6	10.7	7.1	19.6	39.3	0	1.8	1.8	
宜 蘭	25.0	0	0	37.5	12.5	12.5	0	12.5	
東部其他地區	0	0	0	0	100	0	0	0	
新 竹	27.6	3.4	6.9	20.7	31.0	3.4	3.4	3.4	
新竹以南	17.5	2.5	12.5	22.5	40.0	0	2.5	2.5	
離島地區	0	0	0	0	66.7	0	33.3	0	
其 他	0	0	0	66.7	0	0	0	33.3	

## 2. 參與暑假活動原因交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料，和參與暑假活動原因結果交叉比對分析得知，不論男女性別都有半數以上是與家人同遊，所佔比例顯著。

各年齡層中，除了19-25歲以休閒娛樂所佔比例最高，其次為朋友同遊，再次為家人同遊之外，其餘年齡層皆以家人同遊比例最高，甚至有非常顯著的比比例差距。與朋友同遊者以13-18歲及19-25歲比例偏高，大約是中學、大學年齡層，其社交重心由家庭轉向以朋友為重者，前往陶博館參加暑假活動時與朋友同行比例較高。

由教育程度中可見，國小程度與家人同遊者仍屬最高比例，次高比例由學校安排前來，且遠高於其他教育程度，可見學校安排前來參觀者集中在國小學生，若在開學期間調查進館遊客，國小學生在學校安排方面將佔更高比例。

依居住地分析遊客參加暑假活動原因，除少數地區分類採樣結果比例太低，無法呈現較客觀比例外，大多數地區前來的遊客以家人同遊比例最高。本調查顯示，家人同遊不僅是陶博館暑假活動期間遊客的最大宗，而且呈現相當顯著的高比例。

表 5-2，民眾參與暑假活動原因交叉比對分析表

項目別	休閒娛樂	家人同遊	學校安排	朋友同遊	公司旅遊	對活動有興趣	其他	
性別								
男	17.0	59.2	5.4	12.2	2.0	3.4	0.7	
女	19.2	55.4	5.8	13.4	0.4	4.3	1.4	

其他	0	0	0	100.0	0	0	0
<b>年齡</b>							
12歲(含)以下	29.4	88.2	76.5	17.6	0	5.9	0
13-18歲	20.0	40.0	0	36.7	0	3.3	0
19-25歲	36.6	19.5	9.8	29.3	2.4	0	2.4
26-40歲	19.2	60.3	1.9	12.1	1.4	4.2	0.9
41-64歲	11.5	74.0	3.1	4.2	0	5.2	2.1
65歲以上	0	83.3	0	0	0	16.7	0
<b>教育程度</b>							
國小	13.5	40.5	35.1	8.1	0	2.7	0
國中	16.7	66.7	0	16.7	0	0	0
高中職	21.6	43.1	2.0	27.5	0	2.0	3.9
大專院校	19.0	56.9	3.6	13.7	0.4	5.2	1.2
研究所(以上)	17.1	71.1	1.3	3.9	3.9	2.6	0
<b>居住地</b>							
新北市	18.5	47.4	8.1	17.5	0.9	5.7	1.9
臺北、基隆	17.6	66.2	2.9	13.2	0	0	0
桃園市	23.0	54.1	4.9	8.2	3.3	6.6	0
宜蘭	0	100.0	0	0	0	0	0
東部其他地區	0	0	0	100.0	0	0	0
新竹	19.4	67.7	6.5	6.5	0	0	0
新竹以南	15.4	79.5	0	2.6	0	2.6	0
離島地區	0	33.3	0	33.3	0	0	33.3
其他	33.3	66.7	0	0	0	0	0
	18.4	56.6	5.7	13.2	0.9	4.0	1.2

### 3. 民眾第幾次來到陶博館交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料與民眾第幾次來到陶博館結果交叉比對分析得知，第3次(以上)進館遊客女多於男，而第1次進館比例男多於女，其落差至少有10個百分點，相較於進館民眾性別女多於男，且多了29個百分點的比例，若每年比例有相近的現象，則進館民眾男女比例落差將會逐年趨緩。

依年齡層分析，26歲以上第3次(以上)前往陶博館者比例最高，其次為第1次前往者，25歲以下則以第1次前往者比例最高，13-18歲者以第一次前來比例52.0%、第二次40.0%異於其他年齡層，此二項比例相對於其他年齡層相對顯著。

依教育程度分析，高中職及以下者第一次前往比例最高，大專院校及以上學歷者以第三次(以上)最高。若綜合年齡與教育程度來分析，則 25 歲以下、就讀高中職以下觀眾群是比較值得開發的客群。

依居住地來分析，新北市與桃園市以第 3 次(以上)的比例最高，且桃園市略高於新北市，臺灣其餘地區、縣市則以第一次前來的比例最高，顯然鶯歌位置緊鄰桃園市八德、龜山區，具有地利之便，距離是影響前往陶瓷博物館的重要因素。

表 5-3，民眾第幾次來到陶博館交叉比對分析表

項目別	第 1 次	第 2 次	第 3 次(以上)
<b>性別</b>			
男	46.0	21.4	32.5
女	33.6	24.1	42.2
其他	0	100	0
<b>年齡</b>			
12 歲(含)以下	43.8	28.1	28.1
13-18 歲	52.0	40.0	8.0
19-25 歲	45.9	18.9	35.1
26-40 歲	31.8	25.4	42.8
41-64 歲	40.7	15.1	44.2
65 歲以上	33.3	16.7	50.0
<b>教育程度</b>			
國    小	46.9	28.1	25.0
國    中	58.3	25.0	16.7
高    中	47.5	22.5	30.0
大專院校	34.6	23.7	41.7
研究所(以上)	34.4	20.3	45.3
<b>居住地</b>			
新    北    市	26.4	25.9	47.7
臺    北、基    隆	47.5	26.2	26.2
桃    園    市	26.5	24.5	49.0
宜    蘭	85.7	0	14.3
東部其他地區	100	0	0
新    竹	57.7	19.2	23.1
新竹以南	62.9	11.4	25.7
離島地區	100	0	0
其    他	33.3	66.7	0

#### 4. 活動整體滿意度交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料與活動整體滿意度結果交

又比對分析可見，依性別來分析可得女性的滿意度比男性為低。依年齡比例分析，18歲以下勾選非常滿意的有非常顯著的高比例，而19歲以上者勾選滿意者比例最高，顯然暑假活動設計與執行明顯受到18歲以下遊客的喜愛。

依教育程度來分析，高中職及以下學歷(學齡)者勾選非常滿意者比例顯著，大專院校及以上者則勾選滿意者比例顯著，可視為高學歷者對整體活動的要求較高，或視為活動設計相對上較適合其他年齡層。

以居住地分析，宜蘭、新竹、新竹以南地區者在滿意與非常滿意的勾選比例相同，北北基桃地區勾選滿意的比例最高，可視為北臺灣地區民眾對活動整體的要求較高。

表 5-4，活動整體滿意度交叉比對分析表

項目別	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<b>性別</b>					
男	42.9	53.2	4.0	0	0
女	37.5	56.0	6.5	0	0
其他	100	0	0	0	0
<b>年齡</b>					
12歲(含)以下	68.8	28.1	3.1	0	0
13-18歲	68.0	28.0	4.0	0	0
19-25歲	27.0	62.2	10.8	0	0
26-40歲	34.7	59.5	5.8	0	0
41-64歲	36.0	60.5	3.5	0	0
65歲以上	33.3	50.0	16.7	0	0
<b>教育程度</b>					
國小	65.6	31.3	3.1	0	0
國中	66.7	33.3	0	0	0
高中職	60.0	35.0	5.0	0	0
大專院校	30.8	62.6	6.6	0	0
研究所(以上)	37.5	57.8	4.7	0	0
<b>居住地</b>					
新北市	43.7	50.0	6.3	0	0
臺北、基隆	23.0	73.8	3.3	0	0
桃園市	38.8	59.2	2.0	0	0
宜蘭	42.9	42.9	14.3	0	0
東部其他地區	0	100.0	0	0	0

新 竹	46.2	46.2	7.7	0	0
新竹以南	45.7	45.7	8.6	0	0
離島地區	0	100	0	0	0
其 他	66.7	33.3	0	0	0

## 5. 參加活動最大的收穫交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料與參加本次活動最大的收穫結果交叉比對分析得知如表 5-5。最大收穫各選項大致上無顯著的差異，但以盡情玩樂比例相對偏高，可視為民眾對暑假活動各項體驗以玩樂為相對重要目的，或視為玩樂是相對上較容易感知的選項。

若比對年齡與教育程度來分析，12 歲(含)以下年齡成知國小學童的最大收穫以盡情玩樂比例最高，其次為激發想像力，可見除提供玩樂之外，活動設計對國小學童具有較高的激發想像力的效果。而年齡 41-64 歲以上遊客以激發想像力勾選比例最高，其次是盡情玩樂，65 歲以上則以陶冶性情和激發想像力兩項勾選比例同列最高，可見，激發想像力對 12 歲以下及 41 歲以上都有相對較高的收穫。

表 5-5，參加本次活動最大的收穫交叉比對分析表

項目別	增廣見聞	增進人際互動	陶冶性情	激發想像力	盡情玩樂	學習新知	其他
<b>性別</b>							
男	22.7	12.2	9.2	18.8	22.3	13.5	1.3
女	16.8	11.0	12.8	18.7	25.2	14.2	1.2
其他	20.0	0	20.0	20.0	20.0	20.0	0
<b>年齡</b>							
12 歲(含)以下	17.6	16.2	5.9	20.6	25.0	14.7	0
13-18 歲	19.7	12.7	14.1	12.7	23.9	12.7	4.2
19-25 歲	15.5	18.4	16.5	13.6	20.4	13.6	1.9
26-40 歲	20.0	9.4	10.6	18.2	26.7	14.2	0.9
41-64 歲	17.8	8.9	11.5	24.8	22.3	14.0	0.6
65 歲以上	16.7	0	25.0	25.0	16.7	16.7	0
<b>教育程度</b>							
國 小	17.9	16.4	6.0	20.9	25.4	13.4	0
國 中	20.0	6.7	13.3	16.7	16.7	20.0	6.7
高 中 職	15.9	12.5	14.8	19.3	25.0	10.2	2.3
大專院校	18.7	10.5	11.9	18.7	25.3	13.8	0.9

研究所(以上)	20.2	11.6	11.6	17.8	21.7	16.3	0.8
<b>居住地</b>							
新 北 市	18.1	10.8	10.6	19.7	26.7	13.3	0.8
臺北、基隆	18.7	13.4	11.2	19.4	21.6	12.7	3.0
桃 園 市	15.8	8.9	16.8	16.8	23.8	15.8	2.0
宜 蘭	33.3	11.1	11.1	11.1	33.3	0	0
東部其他地區	33.3	33.3	33.3	0	0	0	0
新 竹	20.0	15.0	6.7	16.7	21.7	20.0	0
新竹以南	23.9	9.0	14.9	17.9	17.9	16.4	0
離島地區	0	25.0	0	0	75.0	0	0
其 他	0	0	33.3	66.7	0	0	0

## 6. 再度參加活動意願交叉比對分析

由性別、年齡、教育程度、居住地等基礎資料與是否有意願再參加本館所舉辦的活動結果交叉比對分析得知如表 5-6，可見再度參加的意願女高於男，而 13-18 歲年齡、國中學歷(學齡)及宜蘭地區者再度參加的意願相對較低。

綜合各項因素，至少有 83.3% 民眾願意再度參與陶博館暑假活動。

表 5-6，是否有意願再參加本館所舉辦的活動交叉比對分析表

項目別	是	否
<b>性別</b>		
男	97.5	2.5
女	99.6	0.4
其他	100.0	0
<b>年齡</b>		
12 歲(含)以下	100.0	0
13-18 歲	92.0	8.0
19-25 歲	100.0	0
26-40 歲	99.4	0.6
41-64 歲	98.8	1.2
65 歲以上	100.0	0
<b>教育程度</b>		
國 小	100.0	0
國 中	83.3	16.7
高 中 職	97.4	2.6

	大專院校	99.5	0.5
	研究所(以上)	100.0	0
居住地	新 北 市	99.4	0.6
	臺北、基隆	98.3	1.7
	桃 園 市	100.0	0
	宜 蘭	85.7	14.3
	東部其他地區	100.0	0
	新 竹	100.0	0
	新竹以南	97.1	2.9
	離島地區	100.0	0
	其 他	100.0	0

## 陸、結論與建議：

### 一、研究結論

本研究透過問卷調查法，以參與鶯歌陶瓷博物館107年暑假活動民眾為對象，瞭解其對陶博館暑假活動之滿意度、忠誠度，以有效掌握遊客的主要族群、興趣、需求、滿意度以及消費習慣等，以做為活動規劃準則及方向調整，並且發現潛在要素及客群，討論開發空間，做為未來規劃參考及策略之一，增加活動辦理之成效。在359份有效樣本中，研究發現：

- (一) 就背景資料和參與活動型態而言，參與陶博館「107年暑假活動」之觀眾族群以「女性」居多，男女比例接近1:2，差距懸殊。參與者年齡以26-40歲之青壯年為主，所佔人數將近半數之多。參與者學歷以大專院校者最高，將近六成，若大專院校含研究所及以上者，則佔76.6%，參加陶博館暑假活動民眾普遍學歷較高。至於參觀者居住地，以新北市民佔48%，其他縣市民眾依距離遞減，可見距離遠近是影響民眾前來的重要因素之一，但其中也隱含新北市民免費、其他縣市付費進館的區隔效應。
- (二) 就民眾得知活動訊息的管道(行銷管道)而言，民眾來館時得知的比例最高，其次為陶博館官網及親友推薦，女性由陶博館各行銷宣傳管道獲知訊息者高於男性，國中及國小多為跟隨長輩前來之在學年齡者(親友推薦)。民眾從各種網站、媒體及館內工作人員推薦之百分比總和為46.5%(其中陶博館官網佔22%，粉絲頁佔5%)，可見民眾來館仍有習慣查詢本館相關網頁，且此習慣與居住地無明顯差距關係。

- (三) 就民眾參與活動原因，男女性別都有半數以上是與家人同遊，家人同遊不僅是陶博館暑假活動期間遊客的最大宗，而且呈現相當顯著的高比例。19-25歲以休閒娛樂所佔比例最高，其次為朋友同遊，再次為家人同遊之外，其餘年齡層皆以家人同遊比例最高，甚至有非常顯著的比例差距。與朋友同遊者以13-18歲及19-25歲比例偏高。學校安排前來參觀者集中在國小學生，若在開學期間調查進館遊客，國小學生在學校安排方面將佔更高比例。
- (四) 就民眾進館次數而言，距離是影響民眾進館的重要因素，越遠則意願相對較低。超過三分之一民眾第一次進館，顯見仍有許多未曾進館民眾值得開發，尤其以25歲以下、就讀高中職以下觀眾群是有待開發的客群。
- (五) 就民眾參與活動的種類而言，民眾參與的暑假活動項目以陶藝舞臺趣味小遊戲、遇見馬賽克和妖怪大花瓶等長時間擺設供民眾自由體驗的遊戲區，且能容納多人同時體驗，因此佔有較多體驗的比例，可見這樣的體驗形式較能服務最多的遊客。至於小劇場演出及繪本說故事雖然場次不多，卻幾乎場場爆滿，很受小朋友及家長喜愛。3D列印工坊和泥塑大賽雖在統計上未能呈現凸顯的數據，但在實際報名時卻是熱烈報名很受喜愛的項目。
- (六) 就民眾對活動整體滿意度而言，高學歷者對整體活動的要求較高，北臺灣地區民眾對活動整體的要求也較高。而19歲以上者勾選滿意者比例最高，18歲以下勾選非常滿意者最高，顯然陶博館暑假活動明顯受到18歲以下遊客的喜愛。
- (七) 就民眾參加本次活動的收穫而言，民眾對暑假活動各項體驗以玩樂為相對重要目的，或視為玩樂是相對上較容易感知的選項。激發想像力對12歲以下及41歲以上都有相對較高的收穫。
- (八) 就民眾再度參加本館活動的意願而言，98.9%民眾願意再度參與陶博館暑假活動。
- (九) 就開放性問題紀錄而言，雖無數據統計，但綜合「想對陶博館說的話」及「期待本館日後辦理活動的類別與相關建議」可知，在活動辦理上，民眾期望以親子活動最多人建議，其他建議則有辦理各種年齡層的活動，尤其不同年齡小朋友的活動，以及多多辦理DIY活動、增加活動場次，同時希望活動加強宣傳。

## 二、實務建議

根據研究結果，提出以下建議，做為爾後陶博館規劃及推廣教育活動之

參考依據：

- (一) **規劃以親子為主的多元化活動**：針對陶博館客群最大宗的家庭客群，需強化適合家庭客群的活動辦理，尤其長輩可以帶著孩子一起體驗的親子活動；而家庭客群一起活動時，就需要較多座位或較大活動空間，活動道具數量或座椅、空間需求的滿足，都是貼近民眾需求的方法。親子客群出遊常見以孩童為重心，長輩陪同的形態，滿足孩童的需求，增加國小及以下年齡層活動設計的比例是其活動設計的方向。根據此次暑假活動經驗，適合親子一起參加的泥塑競賽、繪本說故事、小劇場演出，以及趣味小遊戲、遇見馬賽克和妖怪大花瓶、都是符合親子一起體驗且高人氣活動，類似形式活動是未來活動設計可供參考的範本。
- (二) **照顧到不同年齡層**：陶博館節慶活動設計基本上以適合國小中高年級以年齡層為主，對於國小低年級，甚至六歲以下活動可多研究開發。而以家庭客為主的陶博館觀眾而言，同時能吸引成人又適合小朋友的遊戲或活動設計，更能照顧到不同年齡層。針對現今臺灣人口高齡化，適合樂齡的活動也可列入活動設計的考量因素。
- (三) **持續擴增新客戶群**：陶博館觀眾第一次進館比例偏高而第二次以上進館比例偏低的高中職(含)以下客群或25歲以下客群，是可多著墨的族群，因此，多方了解青少年及學生族群的需求與屬性，設計出吸引此客群的活動，或研擬以其他方式吸引此客群進館，都是開發潛在客群的方式。3D列印工坊是此次暑假活動針對少年學生族群設計的工作營，報名相當踴躍，了解當今吸引年輕族群且可落實執行的此類新鮮議題活動，據以設計相關活動是擴增客戶群的做法之一。各族群的需求、屬性與陶博館活動內容的關聯性，可更進一步設計進行觀眾研究來了解。
- (四) **廣化博物館行銷管道**：陶博館觀眾以家庭客群為主，在有限經費下需遍尋各式免費或低成本行銷通道或方式，尤其針對桃園(含)以北地區家庭客群可擴大效益。

## 參考書目：

Commission on museum for a new century(1984). *Museums for a new century*. Washing -to D.C. : AAM.

李宜曄、林詠能(2008)，《十三行博物館導覽服務滿意度與重遊意願研究》，博物館學季刊，22(1)：93-106。

- 李靜芳(2007),《回首來時路:20年來臺灣的博物館教育》,博物館學季刊,21(2), 7-31。
- 張譽騰(2003),《博物館大勢觀察》,臺北市:五觀。
- 陳玟惠(2012),《臺東美術館服務品質與遊客滿意度之研究》,(未出版之碩士論文),國立臺東大學,臺東。
- 陳勁甫、林怡安(2003),《博物館遊客滿意度與服務品質之研究:以國立自然科學博物館為例》。博物館學季刊,17(3),113-142。
- 陳勁甫、陳佩君、陳美惠、李佳玲(2006),《參觀者對博物館服務品質、知覺價值、滿意度及行為意圖關係之研究:以國立自然科學博物館為例》,科技博物,10(2):41-48。
- 陳美吟(1985),《遊憩體驗之分析—以楓林瀑布、晴天崗、太竹山實例調查》(未出版之碩士論文)。國立臺灣大學,臺北。
- 黃淑芳(1997),《現代博物館教育:理念與實務》,臺北市:臺灣省立博物館。
- 蕭志同、廖宛瑜、陳建文(2006),《博物館服務品質、認知價值、滿意度、忠誠度關係之研究:以國立自然科學博物館為例》,博物館學季刊,20(2),81-96。

## 新北市立鶯歌陶瓷博物館 107 年暑期活動 「怪怪陶博館歷險記」問卷

親愛的大朋友小朋友您好：

感謝您參加陶博館暑期「怪怪陶博館歷險記」活動，為了讓陶博館的活動能更豐富有趣，並了解民眾對本活動的滿意度與改善建議。您的寶貴意見對本館未來活動的規劃非常重要，感謝您的提供。本調查所有資料僅作為本館參考用，絕不會將您的個人資料公開，請安心作答！  
新北市立鶯歌陶瓷博物館 敬上 2018.07

### Part I 基本資料

#### 1. 性別

男  女  其他

#### 2. 年齡

12歲以下  13-18歲  19-25歲  26-40歲  41-64歲  65歲以上

#### 3. 教育程度

國小  國中  高中職  大專院校  研究所（以上）

#### 4. 您來自哪裡？

新北市  臺北、基隆  桃園市  宜蘭  東部其他地區  
 新竹  新竹以南  離島地區  其他 \_\_\_\_\_

#### 5. 您是如何得知本活動的消息？（可複選）

陶博館官網  陶博館FB粉絲專頁  平面、數位媒體報導  親友推薦  
 來館時得知  館內工作人員推薦  新北市政府或文化局網頁  其他 \_\_\_\_\_

#### 6. 您為什麼會想要來參加此活動？（可複選）

休閒娛樂  家人同遊  學校安排  朋友同遊  
 公司旅遊  對活動有興趣（名稱：\_\_\_\_\_）  其他 \_\_\_\_\_

#### 7. 這是您第幾次來到陶博館？

第1次  第2次  第3次（以上）

#### 8. 您參與了哪些「怪怪陶博館歷險記」的暑期活動？（可複選）

##### 故事類

##### 動物影片欣賞

原知原味-原住民神話故事  酷巴：尋斑大冒險  
 大雨大雨一直下  霹靂貓

##### 妖怪故事大集合

繪本說故事  小劇場演出  
 「妖」你一起看繪本

##### 體驗遊戲類

陶藝舞臺趣味小遊戲  3D 列印市集  妖怪大花瓶  
 「遇見幸福馬賽克」特大號篩子仔集體創作牆

##### 營隊課程類

做陶學英文（ 半球星人的冒險 /  汪星人杯杯）

3D 列印數位捏塑體驗工作坊

**節慶活動類**

怪獸公仔捏塑比賽       「愛情永固」七夕情人節活動

Part II 活動滿意度

1. 活動滿意度調查

A. 您對於活動內容規劃是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

B. 您對於活動工作人員的協助與服務是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

C. 您對於活動時間安排是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

D. 您對於活動場地安排是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

E. 您認為本次活動收費是否合理？

非常合理 合理 普通 不合理 非常不合理

F. 您對於本次所參加的暑期活動，整體的滿意度？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

2. 您覺得參加本次活動最大的收穫是？

增廣見聞 增進人際互動 陶冶性情 激發想像力 盡情玩樂

學習新知 其他\_\_\_\_\_

3. 您是否有意願再參加本館所舉辦的活動？

是 否 原因：\_\_\_\_\_

4. 想對陶博館說的話：

---

---

5. 期待本館日後辦理活動的類別與相關建議

---

---

---

填寫日期：民國\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

~~感謝您的填寫~~