

# 摘要

## 2010 年臺北市立美術館觀眾參觀意見及滿意度調查結果分析說明

### 壹、調查目的

(研考)

一、本案透過參觀觀眾對北美館問卷資料之意見蒐集，可以瞭解到北美館參觀之觀眾輪廓、參觀行為與服務滿意度等事項。本次問卷計發放 1812 份問卷，回收 1672 份有效問卷，無效問卷有 140 份，誤差水準在正負 2.45%。因有部分問卷有少數題目未填，故各題之總數量可能少於 1672 份。

本次問卷題目之設計與編製係參照過去北美館曾進行之觀眾滿意度調查問卷，並根據北美館實際展場內容、設備與經營現狀編製，具有建構效度；而內部一致性信度之  $\text{ronbach } \alpha$  達 0.8355，故具備可信之信度與效度。

二、本案問卷施測之日期：自五月十二日到七月十七日止，大約九週時間，在問卷施測期間本館的展覽主要有以下列八項：《旅人·記憶：北美館典藏作品展》(展期 2010/03/06~2010/08/15)、《意象地圖：張才攝影紀念展》(展期 2010/03/27~2010/06/06)、《此景此情：大陸油畫名家寫生展》(展期 2010/04/10~2010/05/09)、《幻羽舞影》(展期 2010/05/29~2010/08/15)、《臺灣行旅：臺北市立美術館典藏品特展》(展期 2010/06/03~2010/06/28)、《人性迷宮：北美館典藏作品展》(展期 2010/06/12~2010/08/08)、《形、音、異—法國里昂國立音樂創作中心聲音裝置展》(展期 2010/06/05~2010/08/15)、《馬內到畢卡索—費城美術館經典展》(展期 2010/06/26~2010/09/26)。

### 貳、調查結果分析說明

#### 一、北美館觀眾輪廓

- 參觀北美館的觀眾：有 72% 的觀眾為女性，有近 86% 的觀眾年齡層介於 13~40 歲之間，有 43% 的觀眾居住在臺北市，而有 57% 居住在臺北市以外的地區，觀眾居住區域大抵以距離本館之遠近而遞減。
- 在學歷方面：90% 的觀眾具有高中職以上學歷。
- 在職業方面：有 55% 為社會人士，45% 為學生身分，觀眾結構有 75% 是由大專大學生、民營機構上班族和商業、高中職學生、公教人員所組成。

#### 二、主要交通工具與訊息管道

- 居住地區交通工具：以觀眾距離本館的遠近與交通工具選擇的便利性，而呈現出選擇不同的交通工具之情形。

有 **49%**的觀眾以捷運為主要交通工具，男性觀眾以捷運和機車占多數，女性以捷運和公車較多；學生族群搭乘捷運和公車的比率都高於社會人士，社會人士開車和騎車的比率高於學生族群。

住在臺北市的觀眾有 **55%**搭捷運，而外縣市觀眾則有 **40%**搭乘捷運。外縣市觀眾進到臺北市後，選搭捷運仍是多數人的選擇。

- 在資訊來源方面：有 **39%**的觀眾會透過網路資訊、有 **31%**的觀眾會透過同學師長親友介紹以瞭解北美館訊息。男性從網路資訊獲得北美館相關訊息的比率大於女性，女性從同學師長親友得到訊息的比率大於男性，顯示男性觀眾透過網路管道，而女性較多透過人際親身接觸的特質差異。
- 觀眾得知北美館訊息的管道呈現多元管道的現象，但學生在網路、親朋好友的比率較社會人士高；而社會人士透過報紙、廣播電視的比率則高於學生。學歷越高的觀眾，透過網路得知北美館訊息的比率也越來越高。在年齡層的差異上，**51歲**以上觀眾透過報紙、雜誌、廣播電視等傳統大眾媒體而得到北美館相關訊息，比率高於其他年齡層；**40歲**以下透過網路資訊的比率高於**41歲**以上的觀眾者；**26歲**以下年齡層則以同學師長親友的訊息占最多。

### 三、參觀行為分析

- 問卷調查期間，有 **35%**的觀眾免門票入館，顯示觀眾未必是為需另外購票的特展而到館參觀；有 **67%**的觀眾在館內停留二到三小時的時間。
- 有 **37%**的觀眾為初次訪客，有 **63%**的觀眾非第一次到訪，其中以第二到第五次到訪的觀眾占 **46%**為最多；而男性第一次參觀的比率高於女性；外縣市的觀眾第一次參觀本館的比率比臺北市民高；居住在雲嘉南地區的觀眾第一次參觀的比率最高。在第一次到館參觀的觀眾中，有 **47%**是未滿**19歲**的觀眾，而參觀次數在**6次**以上的觀眾，以**51歲**以上的觀眾較多。
- 有 **50%**左右的觀眾是為了喜歡藝術、看特展而到本館參觀。女性的參觀目的以喜歡藝術、來看特展的比率高於男性；男性則是陪家人或朋友、休閒外出的比率大於女性，顯示女性觀眾看展覽內容，而男性觀眾以休閒目的為主的特質差異。學歷越高，喜歡藝術的比率也越高；國中以下學歷的觀眾陪家人或朋友來的比率也高於高中以上學歷的觀眾。**19歲**以下的觀眾陪家人朋友來、學校作業需要的比率高於其他年齡層；**51歲**以上的觀眾喜歡藝術的比率也高於其他年齡層。
- 觀眾對北美館的相關設備利用率方面，各項設備利用皆在 **20%**以下，僅有 **14%**的觀眾利用團體導覽，**13%**的觀眾借用語音導覽。學生族群利用團體導覽的比率高於社會人士；而社會人士利用語音導覽的比率高於學生；女性觀眾參加團體導覽、借用語音導覽的比率高於男性，顯示女性亦較善加利用服務，而男性參觀行為較自主隨性的性別差異，而此項亦可對照男性以休閒目的到館參觀的比率較高之故。

#### 四、參觀滿意度分析

- 參觀北美館的民眾中，有 **91%**以上的觀眾看展覽、使用館內指示標誌；約有 **84%**的觀眾使用來館路標和洗手間；**81%**使用售票處服務；**72%**使用服務台；約 **62%**使用地下室休息室和書店服務。而解說員導覽、餐飲服務、圖書館服務、無障礙設備的使用在 **54%**以下。男性觀眾使用書店服務、圖書館服務、地下樓休息室的比率高於女性。51 歲以上觀眾使用語音導覽服務、借用嬰兒車或輪椅的比率高於其他年齡層。服務台詢問的利用情形也隨年齡層升高而降低；售票處服務也隨著年齡層升高而降低。地下樓休息室、使用洗手間的比率隨著年齡層的升高而升高。
- 使用館內書店服務的比率隨著年齡層升高而提高，較年長者使用書店服務的比率較高；餐飲服務的使用率則隨著年齡層的升高而降低，較年輕者使用餐飲服務的比率較高。
- 整體而言，除了餐飲服務品質的滿意度為 **85%**之外，本館的參觀民眾對各項設施皆在 **96%**以上（以服務台詢問的滿意度最高達 **99%**，其次是圖書館服務、售票處服務、館內書店服務、無障礙設備、展覽內容、洗手間、館內指示標誌、解說員的導覽、地下樓休息區、來館路標指示、餐飲服務品質）。男女觀眾在各項服務的滿意度上差異不大。

#### 六、其他意見分析

- 本次調查問卷有受訪者留下文字意見，開放式問題大致以「空調、服務態度、對展覽空間的意見為主，並建議未來能增加展覽內容、增加停車空間、提升餐飲服務」問題等。