

高雄市立歷史博物館統計指標分析——

參觀民眾滿意度統計調查

壹、前言

在以顧客為導向的新時代裡，博物館的功能走向也由過去的主體「物」日漸轉變為「人」，博物館的經營，不管是在營利，還是基於教育與休閒觀光的功能，均脫離不了「人」的主體，所以，從人的角度獲悉的滿意度看博物館的經營之課題，也更顯重要，故高雄市歷史博物館進行參觀民眾滿意度統計調查分析，以作為改進及未來營運之參考。

本調查以所有參觀過高博館的民眾為取樣的主體，進行實地調查，問卷調查總計發出 520 份問卷，回收 520 份，回收率為百分之百。有效問卷 516 份。

貳、指標意義

博物館的全館營運與滿意度之間，與民眾的感受程度有密切的關係，而民眾的滿意程度也受到展品、活動、展場空間、解說、硬體設施的影響，本調查便是以民眾參觀高雄市立歷史博物館之後的滿意度進行分析，在觀眾參觀後層面的滿意度的變項中，以高博館的特性，採用了展覽空間設計、展出活動內容、資訊與人員的軟體服務、宣傳行銷，以及硬體設施，為全館營運滿意度的參考指標，並以博物館觀

眾行為研究常用的量化調查為分析方法，結合高博館的在地與歷史特性，以半開放式的訪談表方式，進行半結構的訪談法進行後續深度調查研究，藉以了解調查數字顯現的結果背後，參觀民眾的意向，以及在教育功能與高雄在地歷史特性上，了解民眾認知的取向。

面向一：參觀民眾對空間品質滿意度

此面向主要探討觀眾對展演活動空間品質的滿意情形，內容包括展覽環境、未管制人數、管制攝影、管制手機、管制喧嘩、參觀動線等六個層面。

面向	指標項目	正負向
參觀民眾對展演活動空間品質滿意度	展演環境	正向指標
	未採取人數管制	正向指標
	管制攝影	正向指標
	管制打行動電話	正向指標
	管制場內大聲交談	正向指標
	參觀動線	正向指標

面向二：參觀民眾對活動內容滿意度

此面向主要了解觀眾對展演活動內容之滿意情形，內容包括常設展(如打狗傳奇-高雄歷史常設展等)、特展(如掌中乾坤-高雄布袋戲春秋等)、推廣活動(如研習、演講、鄉土實作教學、戶內外活動等)、符合高雄地方特性、符合教育功能等五個層面。

面向	指標項目	正負向
參觀民眾對活動內容滿意度	常設展	正向指標
	特展	正向指標
	推廣活動	正向指標

	符合高雄地方特性	正向指標
	符合教育功能	正向指標

面向三：參觀民眾對軟體服務滿意度

此面向主要探討觀眾對軟體服務的滿意情形，內容包括志工服務態度、志工導覽專業、全館導覽設備(含導覽圖說、指示牌、導覽電腦資訊設備等)等三個層面。

面向	指標項目	正負向
參觀民眾對軟體服務滿意度	志工服務態度	正向指標
	志工導覽專業	正向指標
	導覽資訊與設備	正向指標

面向四：參觀民眾對宣傳行銷滿意度

此面向主要探討觀眾對全館行銷宣傳的滿意情形，內容包括文宣行銷、記者會活動行銷、行銷成效三個層面。

面向	指標項目	正負向
參觀民眾對宣傳行銷滿意度	文宣行銷	正向指標
	記者會與活動行銷	正向指標
	行銷成效	正向指標

面向五：參觀民眾對硬體設備滿意度

此面向主要了解民眾對硬體設施的滿意情形，內容包括展場內部設備、公共服務空間如廁所、公共服務空間如停車場、室外展場景觀符合高雄地方性、戶外景觀符合高雄地方性等五個層面。

面向	指標項目	正負向
參觀民眾對硬體設施滿意度	發展場內部設施	正向指標
	公共服務空間如公廁	正向指標
	公共服務空間如停車場	正向指標
	室內景觀符合高雄地方特性	正向指標
	戶外景觀符合高雄地方特性	正向指標

參、各面向指標分析

面向一：參觀民眾對展演空間品質滿意度

「參觀民眾對展演活動空間品質滿意度」的看法中，共有包括「展演環境」、「未採取人數管制」、「管制攝影」、「管制打行動電話」、「管制場內大聲交談」、與「參觀動線」等六項，說明如下：

「展覽環境」方面，「非常滿意」有 85 人，佔 16.5%；「滿意」一項有 265 人，佔 51.4%；沒有意見為 130 人，佔 25.2%；「不滿意」有 33 人，佔 6.4%；而「非常不滿意」僅 3 人，佔 0.6%。此項「滿意」以上就有 350 人，佔 67.9%；而「不滿意」以下則只有 7%，顯見在「展覽環境」方面，獲得近 2/3 民眾的滿意。

在「未採取人數管制」方面，有 67 人「非常滿意」，佔 13%；「滿意」有 207 人，佔 40.1%；「滿意」以上合計就超過 274 人，53.1%；「沒有意見」有 181 人，佔 35.1%；而「不滿意」有 56 人，佔 10.9%；「非常不滿意」則只有 5 人，僅佔 1%；「不滿意」以下只有 61 人，佔全部的 11.9%而已。顯示在此項目仍以滿意者居多。

在「管制攝影」方面，「非常滿意」有 98 人，佔 19%；「滿意」有 206 人，佔 39.9%；兩者合計為 304 人，佔 58.9%；「沒有意見」有 155 人，佔 30%；而「不滿意」有 53 人，佔 10.3%；「非常不滿意」有 4 人，僅佔 0.8%；「不滿意」與「非常不滿意」共有 57 人，佔全部 516 人中的 11.1%而已，此項目顯示仍以滿意者居多。

在「管制打行動電話」方面，「非常滿意」者有 115 人，佔 22.3%；「滿意」有 231 人，佔 44.8%；兩者合計為 346 人，佔全部的 67.1%；顯示對此項滿意者超過半數以上。「沒有意見」者有 125 人，佔 24.2%；「不滿意」有 38 人，佔 7.4%；「非常不滿意」只有 7 人，佔 1.4%；「不滿意」與「非常不滿意」共 45 人，僅佔 8.8%而已。

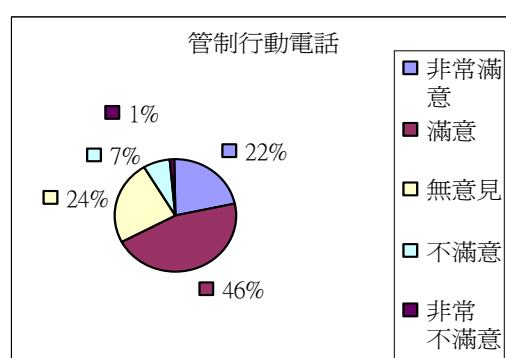
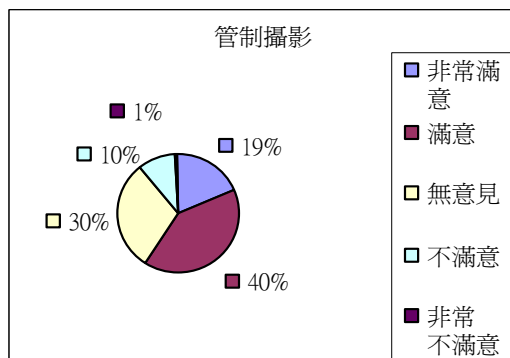
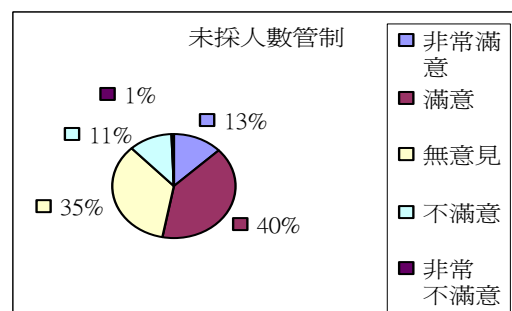
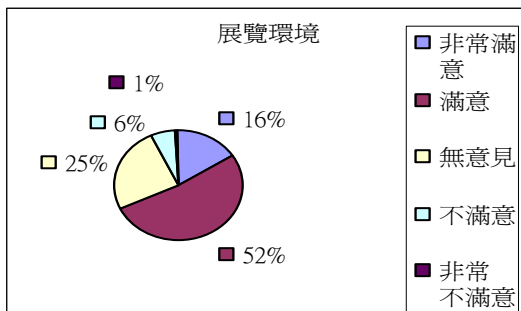
在「管制場內大聲交談」方面，「非常滿意」有 162 人，佔 31.4%；「滿意」有 240 人，佔 46.5%；兩者合計為 402 人，佔 77.9%；「沒有意見」79 人，佔 15.3%；「不滿意」有 26 人，「非常不滿意」也不過 9 人，兩者合計 35 人，僅佔全部的 6.7%。此項目滿意者佔近 8 成的滿意度。

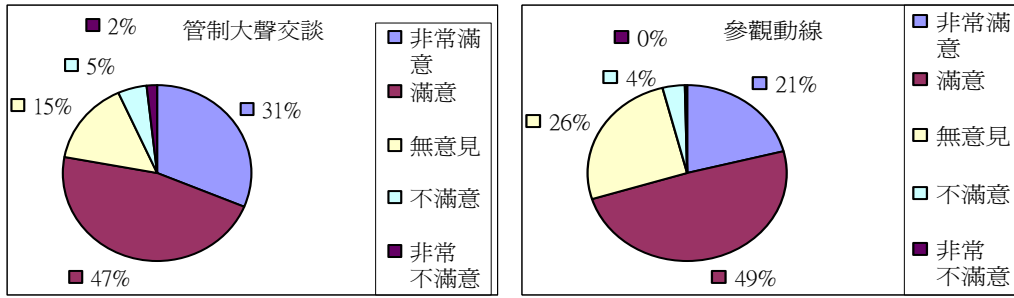
在「參觀動線」方面，「非常滿意」就有 108 人，佔 20.9%；「滿意」更有 254 人，佔 49.2%，以上兩者合計有 362 人，佔 70.1%；「沒有意見」有 132 人，佔 25.6%；「不滿意」有 20 人，佔 3.9%；「非常不滿意」才只有 2 人，佔 0.04%；「不滿意」與「非常不滿意」合計才 22 人，僅佔 4.1%比例。此項仍以滿意者居相當多數，而不滿意者少之又少。

表 1 展演活動空間品質六層面滿意度百分比統計

滿意度 項目	非常滿意 (選項)1	滿意 2	無意見 (1+2 合計)	3	不滿意 4	非常不滿意 5	(4+5 合計)
1、展覽環境	85	265	350	130	33	3	36
百分比%	16.5	51.4	67.9	25.2	6.4	0.6	7
2、未採人數管制	67	207	274	181	56	5	61
百分比%	13	40.1	53.1	35.1	10.9	1	11.9
3、管制攝影	98	206	304	155	53	57	110
百分比%	19	39.9	58.9	30	10.3	0.8	11.1
4、管制行動電話	115	231	346	125	38	7	45
百分比%	22.3	44.8	67.1	24.2	7.4	1.4	8.8
5、管制大聲交談	162	240	402	79	26	9	35
百分比%	31.4	46.5	77.9	15.3	5	1.7	6.7
6、參觀動線	108	254	362	132	20	2	22
百分比%	20.9	49.2	70.1	25.6	3.9	0.04	4.1

N=516





「空間品質」在整體滿意度有近六成六的滿意度，不滿意度也不及一成。

面向二：參觀民眾對活動內容滿意度

「參觀民眾對活動內容滿意度」方面，共有「常設展」、「特展」、「推廣活動」、「符合高雄地方特性」、「符合教育功能」五個屬性，其滿意度發現見表 2，說明如下：

在「常設展」方面，「非常滿意」者有 91 人，佔 17.6%；「滿意」有 291 佔 56.4%；兩者合計有 381 人，佔 74%；「沒有意見」則有 115 人，佔 22.3%；而「不滿意」有 18 人，「非常不滿意」只有 1 人，兩者合計才 19 人，佔 3.7%。此項顯示高達七成以上民眾「滿意」與「非常滿意」。

在「特展」方面，「非常滿意」有 101 人，佔 19.6%；「滿意」有 276 人，佔 53.5%；以上兩者有多達 377 人，佔 73.1%，顯示參觀民眾對史博館所舉辦特展的滿意度高達七成以上。在「沒有意見」方面，有 125 人，佔 24.2%；「不滿意」只有 13 人，佔 2.5%；「非常不滿意」僅 1 人，佔 0.2%，在不滿意與非常不滿意上，只有 14 人，2.7%而已。

在「推廣活動」如鄉土教學、研習營、一般活動方面，「非常滿意」有 107 人，佔 20.7%；「滿意」有 262 人，佔 50.8%；以上兩項就有 369 人，佔 71.5%，顯見滿意度居高。選擇「沒有意見」有 136 人，佔 26.4%；「不滿意」有 10 人，「非常不滿意」有 1 人，合計 11 人，僅佔 2.1%。此項也獲得參觀民眾七成以上的滿意度。

就「符合高雄地方特性」方面，選擇「非常滿意」有 110 人，佔 21.3%；「滿意」更有 261 人，佔 50.6%，合計前兩者就有 371 人，有 71.9%的滿意度。表達「沒有意見」的 130 人，佔 25.2%；「不滿意」有 13 人，「非常不滿意」也只有 2 人，合計 15 人，僅佔 2.9%。此項顯示民眾對高博館所策劃推出活動內容在符合高雄地方特性上，有很高的滿意度。

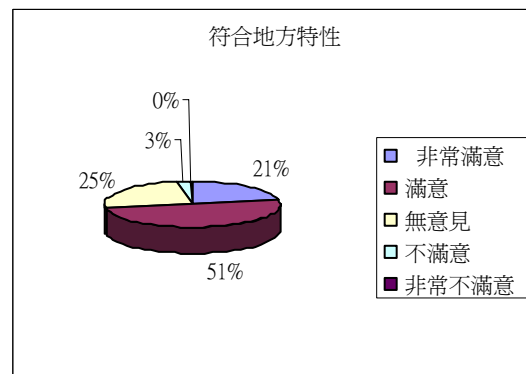
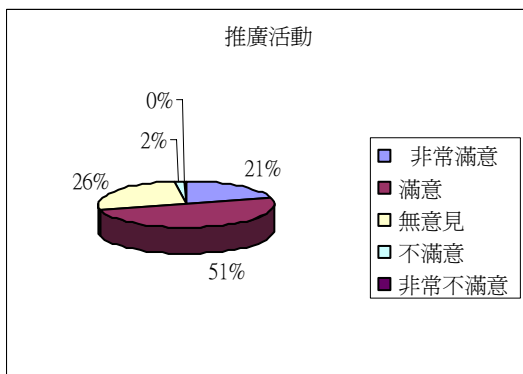
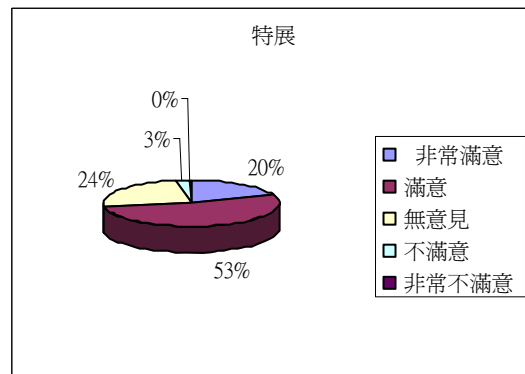
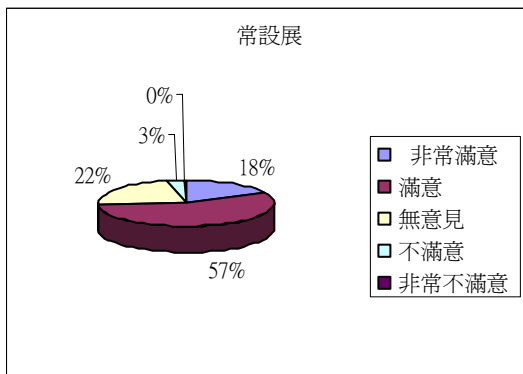
在「符合教育功能」方面，「非常滿意」有 110 人，佔 21.3%；「滿意」有 276 人，佔 53.5%；前兩者合計有 386 人，佔全部的 74.8%，將近七成五的滿意

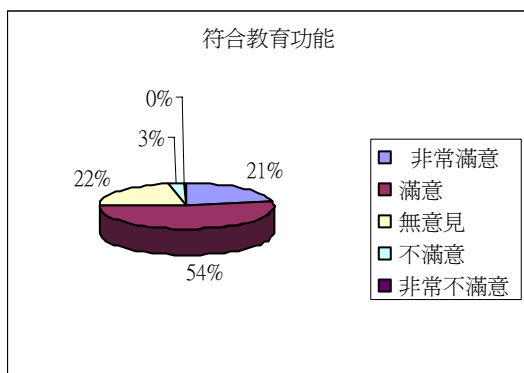
度。「沒有意見」有 113 人，佔 21.9%；「不滿意」有 15 人，「非常不滿意」有 2 人，合計僅 17 人，佔 3.3%而已。此項顯示參觀民眾在符合教育功能方面，有相當高的滿意度。

表 2 活動內容五層面滿意度百分比統計

滿意度 項目	非常滿意 (選項)1	滿意 2	無意見 (1+2 合計)	不滿意 3	非常不滿意 4	無意見 5	(4+5 合計)
二、活動內容							
1、常設展	91	291	381	115	18	1	19
百分比%	17.6	56.4	74	22.3	3.5	0.2	3.7
2、特展	101	276	377	125	13	1	14
百分比%	19.6	53.5	73.1	24.2	2.5	0.2	2.7
3、推廣活動	107	262	369	136	10	1	11
百分比%	20.7	50.8	71.5	26.4	1.9	0.2	2.1
4、符合地方特性	110	261	371	130	13	2	15
百分比%	21.3	50.6	71.9	25.2	2.5	0.4	2.9
5、符合教育功能	110	276	386	113	15	2	17
百分比%	21.3	53.5	74.8	21.9	2.9	0.4	3.3

N=516





「活動內容」在全館營運的滿意度排名第一，高博物的營運特色在彰顯教育功能上，確實符合民眾的期待。

面向三：參觀民眾對軟體服務滿意度

「參觀民眾對軟體服務滿意度」方面，共設計有「志工服務態度」、「志工導覽專業」、「導覽資訊與設備」三個屬性，說明如下：

在「志工服務態度」上，「非常滿意」有 87 人，佔 16.9%；「滿意」有 275 人，佔 53.3%，前兩者合計就有 362 人，佔 70.2%。「沒有意見」137 人，佔 26.6%；「不滿意」有 16 人，「非常不滿意」有 1 人，兩者僅有 17 人，佔整體比例才 3.3%。此項也顯示有七成以上民眾肯定志工們在服務態度上的表現。

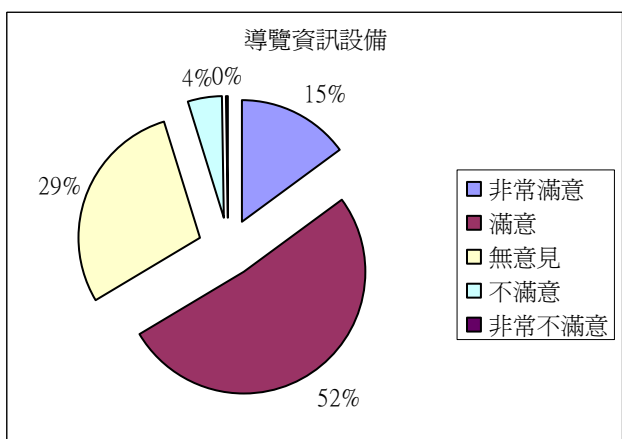
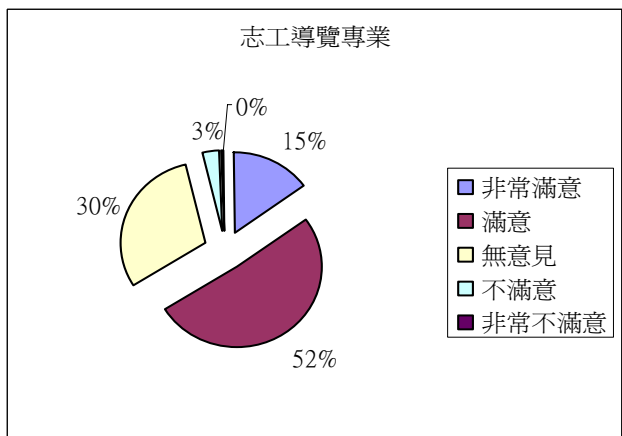
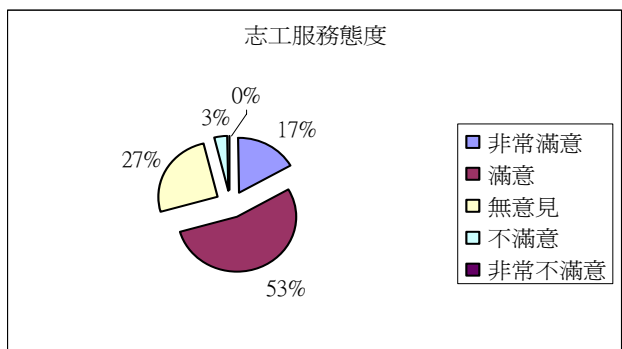
在「志工導覽專業」上，「非常滿意」有 79 人，佔 15.3%；「滿意」有 261 人，佔 50.6%；兩者合計有 340 人，佔 65.9%。「沒有意見」有 157 人，佔 30.4%；「不滿意」才 18 人，而「非常不滿意」僅 1 人，合計 19 人，佔 3.7%。此項顯示有六成五九的民眾肯定志工導覽的專業。

「導覽資訊與設備」上，選擇「非常滿意」的有 78 人，佔 15.1%；「滿意」有 264 人，佔 51.2%，前兩項合計有 342 人，佔 66.3%；「沒有意見」有 150 人，佔 29.1%；「不滿意」有 22 人，「非常不滿意」有 2 人，合計僅 24 人，佔 4.7%。此項顯示參觀民眾在導覽資訊與設備上仍有六成六三的高滿意度。

表 3 軟體服務三層面滿意度百分比統計

滿意度項目	非常滿意 (選項)1	滿意 2	(1+2 合計)	無意見 3	不滿意 4	非常不滿意 5	(4+5 合計)
1、志工服務態度	87	275	362	137	16	1	17
百分比%	16.9	53.3	70.2	26.6	3.1	0.2	3.3
2、志工導覽專業	79	261	340	157	18	1	19
百分比%	15.3	50.6	65.9	30.4	3.5	0.2	3.7
3、導覽資訊設備	78	264	342	150	22	2	24
百分比%	15.1	51.2	66.3	29.1	4.3	0.4	4.7

N=516



「軟體服務」平均都有六成六到七成的滿意度；而不滿意度平均皆不到五個百分點，顯示民眾對高博館所提供的志工與資訊導覽軟體服務是滿意的。

面向四：參觀民眾對宣傳行銷滿意度

「參觀民眾對宣傳行銷滿意度」方面，分為「文宣行銷」、「記者會與活動行銷」、「行銷成效」，說明如下：

在「文宣行銷」上，選擇「非常滿意」的有 64 人，佔 12.4%；「滿意」的有 245 人，佔 47.5%；前兩者合計有 309 人，佔 59.9%；「沒有意見」有 155 人，佔 30%；「不滿意」有 48 人，「非常不滿意」有 4 人，合計有 52 人，佔 10.1%。此項以近六成民眾表達「滿意」與「非常滿意」。不滿意者仍居極少數。

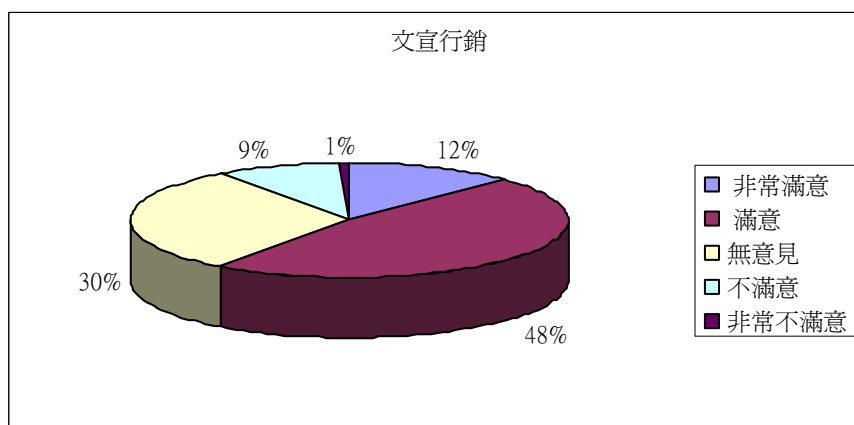
「記者會與辦活動」方面，「非常滿意」有 90 人，佔 17.4%；「滿意」有 230 人，佔 44.6%；前兩者合計為 320 人，佔 62%。「沒有意見」有 162 人，佔 31.4%；「不滿意」33 人，「非常不滿意」1 人，合計 34 人，佔 6.6%。此項仍獲得六成二的滿意度。

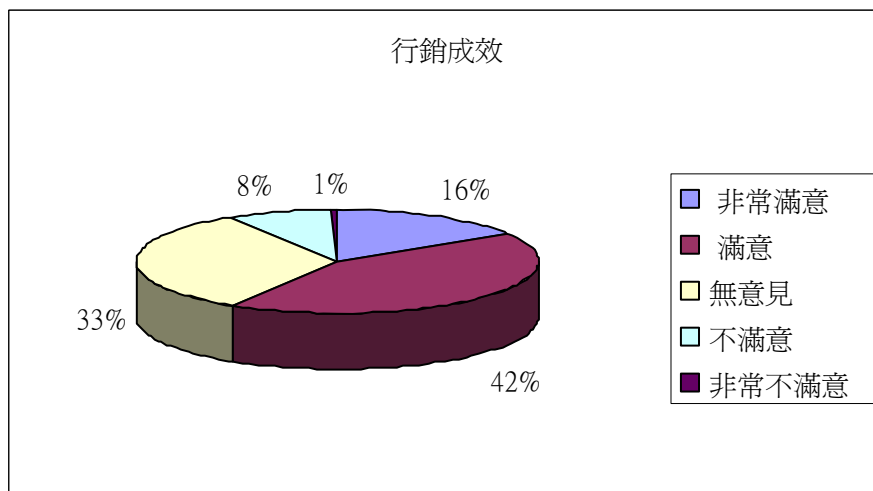
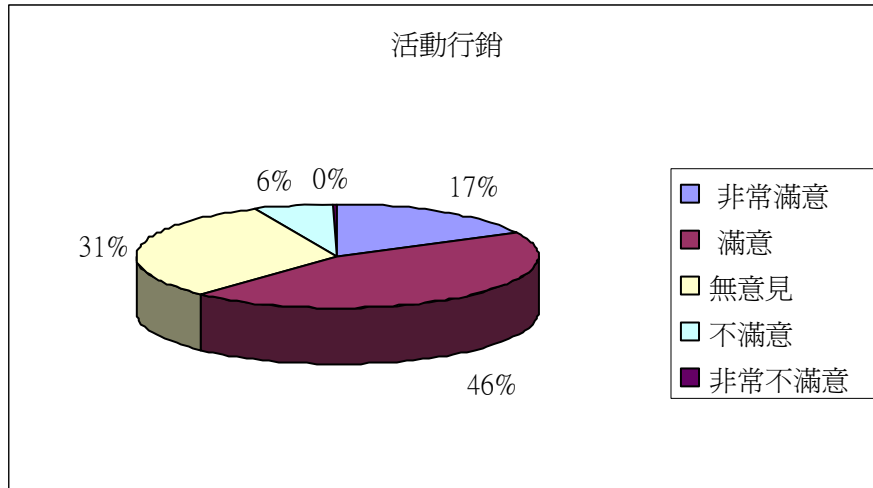
對於高博館的「行銷成效」上，表達「非常滿意」有 83 人，佔 16.1%；「滿意」有 219 人，佔 42.4%；兩者合併有 301 人，佔 58.5%。「沒有意見」有 168 人，佔 32.6%；「不滿意」有 43 人，「非常不滿意」有 3 人，合計有 46 人，佔 8.9%。此項仍然以滿意者居多，有五成八五的比例。而不滿意者微乎其微，僅有不到一成的比例。

表 4 宣傳行銷三層面滿意度百分比統計

滿意度	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意		
項目	(選項)1	2	(1+2 合計)	3	4	5	(4+5 合計)
1、文宣行銷	64	245	309	155	48	4	52
百分比%	12.4	47.5	59.9	30	9.3	0.8	10.1
2、活動行銷	90	230	320	162	33	1	34
百分比%	17.4	44.6	62	31.4	6.4	0.2	6.6
3、行銷成效	83	219	301	168	43	3	46
百分比%	16.1	42.4	58.5	32.6	8.3	0.6	8.9

N=516





「宣傳行銷」滿意度僅六成，未表示意見則有三成一以上。顯示民眾對高博館行銷宣傳的觀感普遍不足，顯然還有努力的空間。

面向五：參觀民眾對硬體設備滿意度

在「參觀民眾對硬體設施滿意度發」方面，設計有包括「展場內部設施」、「公共服務空間如公廁」、「公共服務空間如停車場」、「室內景觀符合高雄地方特性」、「戶外景觀符合高雄地方特性」等五個屬性，說明如下：

在「展場內部設施」的滿意度調查中，「非常滿意」有 83 人，佔 16.1%；「滿意」有 295 人，佔 57.2%；前兩者共有 378 人，73.3%。「沒有意見」有 121 人，佔 23.4%；「不滿意」有 16 人，「非常不滿意」1 人，合計有 17 人，佔 3.3%。此項獲得滿意以上的反應有高達七成三三的民眾，而不滿意只有〇點三三而已。

對「公共空間如公廁」的反應上，「非常滿意」有 91 人，佔 17.6%；「滿意」有 273 人，佔 52.9%；前兩者共有 364 人，合計有 70.5%。「沒有意見」有 131 人，佔 25.4%；「不滿意」有 19 人，「非常不滿意」有 2 人，合計 21 人，佔 4.1。此項仍有七成〇五的高滿意度。

對「公共空間如停車場」的反應上，「非常滿意」的有 55 人，佔 10.7%；「滿意」有 208 人，佔 40.3%；前兩者合計有 263 人，佔 51%，雖仍有過半的滿意度，但比較前幾項而言，滿意度趨中。「沒有意見」169 人，佔 32.8%；「不滿意」有 72 人，佔 14%，「非常不滿意」12 人，合計有 84 人，16.3%。

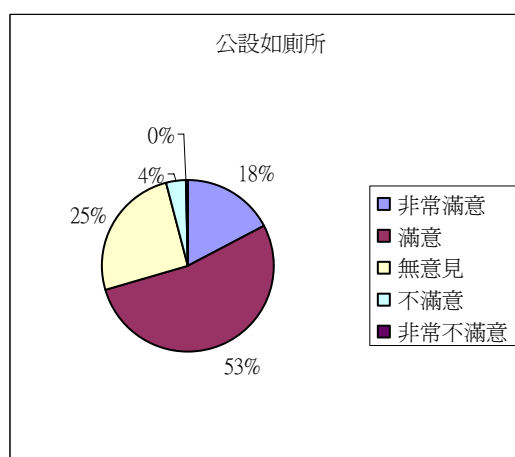
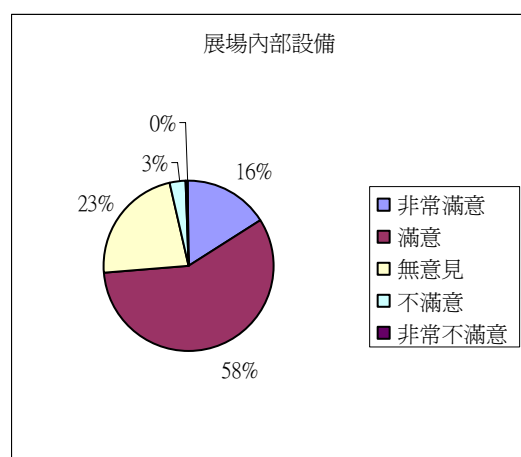
「室內景觀符合高雄地方特性」方面，「非常滿意」有 78 人，佔 15.1%；「滿意」有 260 人，佔 50.4%；兩者合計有 65.5%。「沒有意見」158 人，佔 30.6%。「不滿意」有 2 人。此項仍獲得六成五三的滿意度。

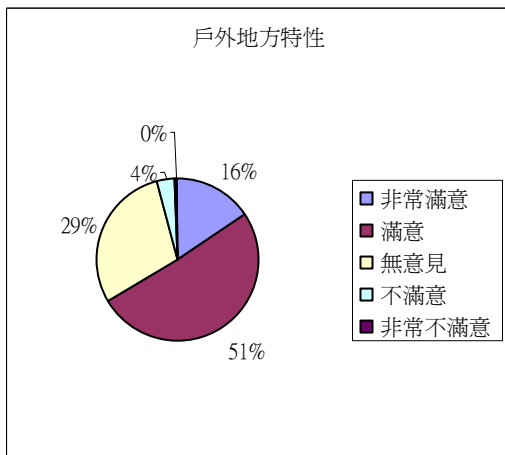
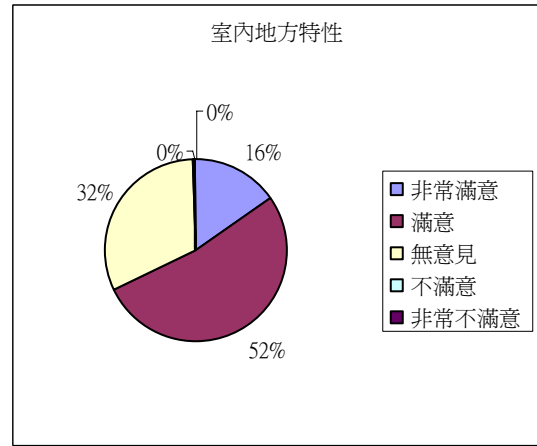
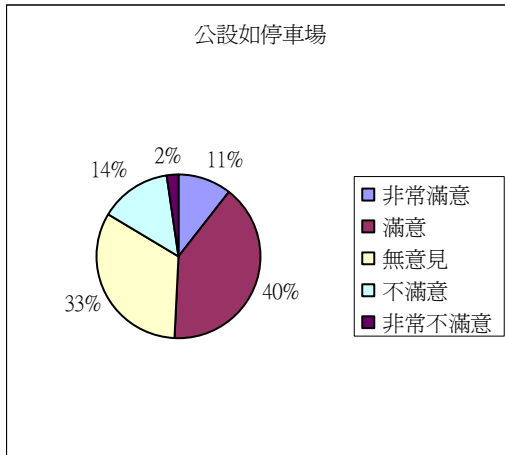
在「戶外景觀符合高雄地方特性」上，「非常滿意」有 81 人，佔 15.7%；「滿意」有 262 人，佔 50.8%；兩者合計有 343 人，佔 66.5%；「沒有意見」有 151 人，佔 29.3%；「不滿意」只有 21 人，「非常不滿意」有 1 人，合計只有 22 人不滿意的趨向，比例為 4.3%。此項仍獲得六成六五的民眾的滿意。

表 5 硬體設施五層面滿意度百分比統計

滿意度 項目	非常滿意 (選項)1	滿意 2	(1+2 合計)	無意見 3	不滿意 4	非常不滿意 5	(4+5 合計)
1、展場內部設備	83	295	378	121	16	1	17
百分比	16.1	57.2	73.3	23.4	3.1	0.2	3.3
2、公設如廁所	91	273	364	131	19	2	21
百分比	17.6	52.9	70.5	25.4	3.7	0.4	4.1
3、公設如停車場	55	208	263	169	72	12	84
百分比	10.7	40.3	51	32.8	14	2.3	16.3
4、室內地方特性	78	260	338	158	2	0	2
百分比	15.1	50.4	65.5	30.6	0.4		0.4
5、戶外地方特性	81	262	343	151	21	1	22
百分比	15.7	50.8	66.5	29.3	4.1	0.2	4.3

N=516





「硬體設施」滿意度排名第四，滿意百分比從七成到五成，有二成的落差。對於展場內部設備能獲得最高的滿意度，在停車場的滿意度只有五成，不滿意度高達一點六成，民眾正確的停車觀念有待培養。

肆、結論

本調查分析發現在全館營運的整體滿意度高達七成，不滿意極低，不到六個百分點，平均也有將近三成未表示意見。其中，以「活動內容」的滿意度最高有七成三，其次為「軟體服務」的六成七四，「展演空間品質」有六成五八、「硬體設施」六成五三，分居三、四名；而「宣傳行銷」僅六成，排名第五。

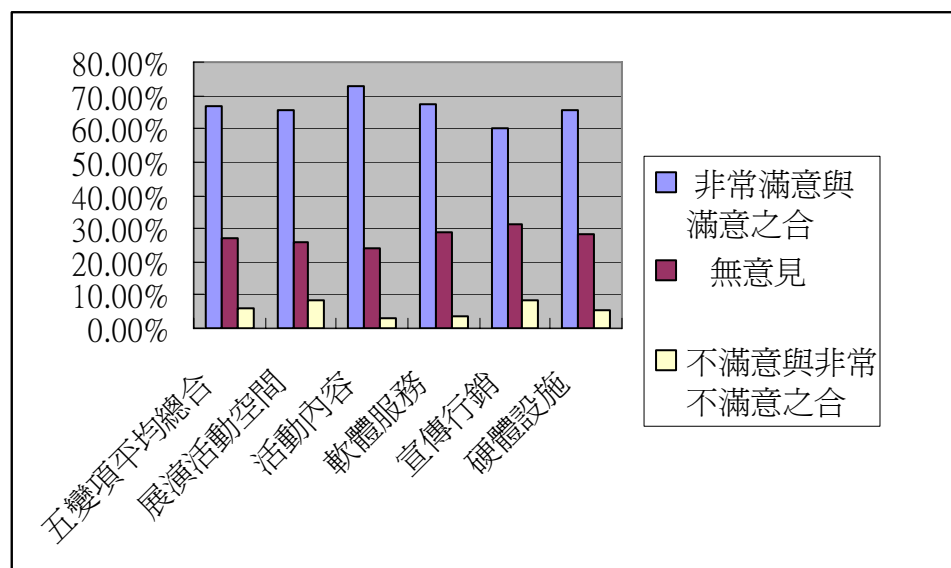
從滿意度的排序發現，民眾在參觀高博館之後，對於與人有密切互動，以及富有教育功能與意義的「活動內容」與「軟體服務」兩項

有較高的滿意度，此正呼應新時代博物館的發展趨勢，已由物為主體改變到以人為主體的需求性，而其所彰顯博物館的教育功能，仍然獲得民眾最大的滿意。

表 6 全館營運總變項滿意度總合統計

項目	非常滿意與滿意之合	無意見	不滿意與非常不滿意之合
五變項平均總合	66.8%	27.3%	5.9%
一、展演活動空間	65.83%	25.9%	8.26%
二、活動內容	73.06%	24%	2.94%
三、軟體服務	67.47%	28.7%	3.9%
四、宣傳行銷	60.13%	31.33%	8.53%
五、硬體設施	65.34%	28.3%	5.70%

N=516



一、「活動內容」滿意度第一

「活動內容」在全館營運的滿意度排名第一。其五層面的滿意排序，依次為符合教育功能、常設展、特展、符合地方特性、推廣活動。並都有七成到七成五之間的滿意百分比。而符合教育功能特性在此項中獲得最高的滿意，也呼應本研究總發現，高博物的營運特色在彰顯教育功能上，確實符合民眾的期待。此外，在高博館的歷史博物館特性上，其在展現地方特性上，也獲得民眾較高的肯定。

二、「軟體服務」滿意度居次

至於在整體滿意度居二的「軟體服務」上，三個因素的滿意排序依序為志工服務態度、導覽資訊設備、志工導覽專業，他們平均都有六成六到七成的滿意度；而不滿意度平均皆不到五個百分點，顯示民眾對高博館所提供的志工與資訊導覽軟體服務是滿意的。

三、「空間品質」滿意度排名第三

「空間品質」在整體滿意度的排名第三，有近六成六的滿意度，不滿意度也不及一成。表示沒有意見的比例較高有二成六左右，顯示參觀民眾對於「空間品質」的整體滿意度還是較高的。而其六個層面滿意度排序，依次為管制大聲交談、參觀動線、展覽環境、管制行動電話、管制攝影、未採取人數管制。在管制大聲交談與參觀動線的滿意度有高達八成與七成之多，相對於管制攝影與未採人數管制的不及

六成，顯示參觀民眾在管制吵鬧的要求較高；而不影響到吵鬧因素的攝影，反而基於保存資料、紀念性的便利性，滿意度並不高，此也可以由管制行動電話在整體滿意度排名第四發現，民眾一方面要兼顧安靜，一方面又要達到與人溝通的便利，造成取捨之間的難度。

四、「硬體設施」滿意度排名第四

「硬體設施」在整體營運的滿意度排名第四，有六成五以上的滿意度，不滿意度不到六個百分點，沒有意見則有近三成比例，整體民眾在硬體設施算是滿意，但不願表態的比例也不低。

在「硬體設施」的五個層面的滿意排序，依次為展場內部設備、廁所、戶外符合地方特性、室外符合地方特性、停車場。滿意百分比從七成到五成，有二成的落差。對於展場內部設備能獲得最高的滿意度，以做為一個地方老建築翻修改建的博物館而言，在有限空間規劃較符合民眾的期待。廁所的滿意度也獲得較高比例，顯示高博館對民眾衛生的重視。

在停車場的滿意度只有五成，不滿意度高達一點六成，儘管緊鄰高博館之旁就有兩大停車場，民眾仍然對高博館的停車不滿意，一來是高博館的停車指示應該加強，再者也突顯出國人就近停車的習慣，才是影響滿意度的因素。

五、「宣傳行銷」排名居末

「宣傳行銷」在高博館全館營運的滿意度排名最後，滿意度百分比只有六成，不滿意度不及一成，未表示意見則有三成一以上。顯示民眾對高博館行銷宣傳的觀感普遍不足。在三個層面的滿意排序，依次為記者會活動、文宣行銷、行銷成效。其中，除了記者會活動有達六成二以上，餘兩項皆不及六成。行銷對博物館經營管理非常重要，高博館只獲得剛好六成的滿意度，顯然還有更多努力的空間。

伍、建議

根據博物館文獻探討與本調查研究的結論，謹提出以下建議，以供高博館、參觀民眾及後續研究之參考：

一、對高博館的建議

(一)、應針對不同背景民眾進行營運規劃以滿足其需求。1、營運規劃應滿足男性觀眾的需求。2、營運規劃應吸引 21 歲到 40 歲者的參觀。3、營運規劃應關注高中職教育程度者的看法。4、營運規劃應尊重家管、退休與失業者的需求。5、營運規劃應吸引非假日參觀者的觀光。6、營運規劃應滿足團體參觀者的需求。7、營運規劃應關注外縣市民眾的觀點。

(二)、提高營運功能健全各項服務品質。1、管制參觀人數提升參觀品質 2、豐富館藏強化展演活動 3、增設 e 化外語設備加強軟體服務 4、主動出擊加強宣傳行銷 5、解決停車問題改善硬體設備。

(三)、增加營運特色提高民眾的滿意度。1、增加活動特色 2、尊重多元文化 3、經營型態多樣化 4、成立研究組提升研究功能 5、增加各種語言的指示說明與資訊服務迎合不同族群的需求 6、區隔高雄在地歷史特性的獨特性 7、提升教育功能 8、加強異業合作帶動文化資產。

(四)、對經營者的建議。1、思想全球化、行動在地化。2、經營者應具責任感與承擔使命。3、經營者應具前瞻眼光、創新發展。

二、對參觀民眾的建議

(一)、民眾應培養正確的停車觀念。

多數民眾不滿意高博館的停車問題，並非高博館園區整體停車位不夠，而是民眾就近方便停車的觀念與習慣使然。建議民眾停放工商展覽中心或是鹽埕立體停車場，即可以停車，也可以一路參觀時安心自得。

(二)、民眾應具備新時代博物館公民的修為。

博物館不是運動場，也不是電影院，博物館是教育、研究、保存與展覽的場地，它有著重要的使命與功能，所以，到博物館參觀，民眾也應具備正確的觀念，讓到博物館參觀的民眾人人可以享受最佳品質的參觀環境，來一場心靈與展品的對話。

附錄一

民眾參觀高雄市立歷史博物館滿意度調查表

填表時間： 年 月 日

親愛的來賓：您好！

首先感謝你的光臨，高雄市立歷史博物館在此竭誠的表達歡迎之意。同時，也感謝您願意配合填寫這份問卷，本館希望透過參觀民眾對本館的反應與建議，了解民眾需求，作為本館未來營運改進的參考。

高雄市立歷史博物館是屬於全體高雄市民的歷史博物館，也是全台灣各縣市中第一、也是唯一以常民文化與歷史作為展覽主軸的市立歷史博物館，其在保存、典藏與回顧高雄在地文化歷史的功能與定位上，具有一定的意義與價值。

為了發揮「本土紮根、鄉土關懷」的文化歷史本位，成立多年來，除了定期推出以高雄在地歷史文物、歷史事件與歷史人物為展出的主題與內容；同時，還舉辦一系列的特展；並不定期舉辦各類的展演活動與教學講座，期望讓高雄在地文化歷史深耕到每個市民的心中。

為了解高雄市立歷史博物館長年推動地方歷史文物的展演內容，是否獲得市民認同？以及推廣成效？市民對服務與參觀品質的滿意度，乃至市民對全館營運的滿意度如何？特別進行本調查分析，以作為未來規劃、改進的參考。

為了建構一個真正符合市民期待的市立歷史博物館，也請您務必詳實填寫，以提高本調查表的真實性與有效性。在此，再次感謝你的協助！謝謝！

壹、 觀眾對展演活動空間品質的滿意情形

1、您對展覽環境是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

2、您對本館目前未採取參觀人數管制是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

3、您對本館採取管制民眾攝影是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

4、您對本館採取管制民眾打行動電話是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

5、您對本館採取管制民眾展場內大聲喧嘩是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

6、您對本館的參觀動線是否滿意？

1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

貳、觀眾對展演活動內容之滿意情形

- 7、您對本館所舉辦的常設展(如打狗傳奇-高雄歷史常設展等)的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 8、您對本館所舉辦的特展(如掌中乾坤-高雄布袋戲春秋等)的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 9、您對本館所舉辦的推廣活動(如研習、演講、實作教學、戶內外活動等)的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 10、您對本館所舉辦的各類展演活動與主題內容，符合高雄地方特性的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 11、您認為本館所舉辦的各類展演活動與主題內容，符合教育功能的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

參、觀眾對軟體服務的滿意情形

- 12、您對本館志工人員的服務態度是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 13、您對本館志工人員所具備的導覽專業是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 14、您對本館所安排的導覽資訊設備是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

肆、觀眾對本館宣傳行銷成效的滿意情形

- 15、您對本館所採行的各種文宣行銷方式是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 16、您對本館透過記者會與活動的方式進行宣傳行銷的手法是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 17、您認為本館執行宣傳行銷的成效是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

伍、觀眾對硬體設施的滿意情形

- 18、您對本館展場內部設備是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 19、您對本館公共服務空間如廁所的規劃設計是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 20、您對本館公共服務空間如停車場的規劃設計是否滿意？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

- 21、您對本館所規劃設計的室內展場景觀符合高雄地方性的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意
- 22、您對本館所規劃設計的戶外景觀符合高雄地方性的滿意度如何？
1、非常滿意 2、滿意 3、沒有意見 4、不滿意 5、非常不滿意

受訪者個人基本資料：(請務必填寫)

- 23、您的性別：1、男 2、女
- 24、您的年齡：1、20歲以下、2、21-40歲、3、41歲以上
- 25、您的職業是：1、軍警公教 2、學生 3、農工商自由業 4、傳播業 5、家管、退休、失業。
- 26、您的教育程度是：1、大專以上 2、高中職 3、義務教育與無。
- 27、您最經常以何種方式來本館參觀？1、個人、2、與親友、3、10人以上團體
- 28、您最常參觀本館的時間是？1、假日(含國定假日)、2、非假日。
- 29、您居住的縣市是？1、高雄市、2、外縣市。

感謝您的合作，謝謝！