

第五章 結論與建議

本章根據研究目的及研究結果與討論做出結論及建議，以做為博物館及未來研究參考。

第一節 結論

本節根據第四章研究結果討論及本研究發現，對第一章所提出之研究問題做出以下五點結論：

一、參觀陶瓷博物館遊客具有下列特性。

- (一) 遊客以女性居多，男女比例約為 1：1.2。
- (二) 遊客年齡集中在 20~49 歲之間，約佔全部受試者的 80%。
- (三) 遊客以大專(學)學歷人數最多，約佔全部受試者的 63.2%。
- (四) 遊客職業並未特別集中那個族群，以學生、商人、軍公教、自由業與服務業佔多數。
- (五) 遊客以台北縣市、桃園縣人數最多，約佔全部受試者的 77%。
- (六) 遊客個人每月平均所得集中在 2 萬元以上未滿 6 萬元，約佔全部受試者的 50.6%。
- (七) 多數遊客參觀前並未具備陶藝相關知識，約佔全部受試者的 92.2%。
- (八) 多數遊客是第一次來陶瓷博物館參觀，約佔全部受試者的 83.9%。
- (九) 以「休閒娛樂」為最主要的參觀目的人數最多，約佔全部受試者的 40.5%；以「學習」為最主要的參觀目的人數次多，約佔全部受試者的 35.9%。

(十) 遊客停留在博物館的參觀時間為 1~2 小時，約佔全部受試者的 56.5%。

(十一) 遊客以和家人、親戚、朋友一同來參觀博物館的人數最多，約佔全部受試者的 78.9%。

(十二) 遊客對陶瓷博物館訊息主要來自親戚朋友告知，約佔全部受試者的 44.4%。

二、在遊客的知識獲得方面，不同的導覽解說方式會有不同的解說效果，人員導覽解說效果最好，語音導覽次之，沒有使用導覽再次之。

在知識獲得方面，人員導覽組得分最高（平均值=9.53, 標準差=1.71），語音導覽組次之（平均值=8.46, 標準差=1.94），隨意參觀再次之（平均值=6.98, 標準差=2.20）。接受人員導覽解說的遊客得分顯著高於使用語音導覽的遊客以及隨意參觀的遊客（ $p < 0.001$ ）；使用語音導覽的遊客顯著高於隨意參觀的遊客（ $p < 0.001$ ）。由此可知，參加人員導覽的遊客對陶瓷博物館 5 個常設展示廳展示內容記憶最多，使用語音導覽手機的遊客次之，沒有使用導覽而自行參觀展示的遊客，對陶瓷博物館常設展示內容記憶最少。

三、在遊客的情意學習方面，不同的導覽解說方式會有不同的解說效果，人員導覽解說效果最好，語音導覽次之，沒有使用導覽再次之。

在情意學習方面，在受訪的遊客中，不論有無使用導覽，得分都在 4 分以上，介於同意與非常同意之間，顯示遊客參觀陶瓷博物館常設展示後，都有相當正向的評價。亦即陶瓷博物館不論在室內展示解說、人員導覽解說或語音導覽解說都受到遊客的正面肯定。

在不同導覽解說方式方面，人員導覽得分最高（平均值=42.90，標準差=4.02），語音導覽次之（平均值=42.02，標準差=4.04），隨意參觀再次之（平均值=41.16，標準差=4.24）。人員導覽組與隨意參觀組在整體情意學習有顯著差異（ $p < 0.01$ ），人員導覽比沒有導覽有助於遊客在博物館的情意學習。人員導覽組與語音導覽組在整體情意學習雖無顯著差異（ $p > 0.05$ ），但人員導覽在幫助遊客專注觀看展示及從展示得到啟示並引起思考兩個項目優於語音導覽（ $p < 0.001$ ）。由此可知，雖然語音導覽解說內容是經由專家錄製而成，但其效果還是無法與能依據遊客背景需求調整解說內容的人員解說相比擬。語音導覽組與隨意參觀組在整體情意學習雖無顯著差異（ $p > 0.05$ ），但語音導覽在幫助遊客專注觀看展示及瞭解展示內容兩個項目優於沒有導覽自行參觀（ $p < 0.001$ ）。

四、遊客的知識獲得會因性別、教育程度、職業、居住地、是否具備陶藝相關知識、參觀目的、參觀時間及同行伙伴之不同而有所差異。

從遊客參觀後的知識獲得發現，在 12 個人口統計變項及參觀特性中，知識獲得會因性別、教育程度、職業、居住地、是否具備陶藝相關知識、參觀目的、參觀時間及同行伙伴之不同而有所差異；知識獲得不會因為遊客的年齡不同、個人每月平均所得不同、參觀次數不同、訊息來源不同而有所差異（見表 5-1-1）。

五、遊客的情意學習會因年齡、教育程度、職業、居住地、個人每月平均所得、參觀目的、參觀時間及同行伙伴之不同而有所差異。

從遊客參觀後的情意學習發現，在遊客 12 個人口統計變項及參觀特性中，情意學習會因遊客的年齡、教育程度、職業、居住地、個人每月平均所得、參觀目的、參觀時間及同行伙伴之不同而有所差

異。不會因為遊客性別不同、是否具備陶藝相關知識、參觀次數不同、訊息來源不同而有所差異（見表 5-1-1）。

表 5-1-1 遊客的人口統計變項及參觀特性在「知識獲得」與「情意學習」差異情形

變項		知識獲得	情意學習
性別	全體樣本	男 > 女	.
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	男 > 女	.
年齡	全體樣本	.	50 > 30 ; 50 > 29
	人員導覽	.	30 > 29
	語音導覽	.	30 > 29
	隨意參觀	.	.
教育程度	全體樣本	大專 > 高中	大專 > 高中
	人員導覽	大專 > 高中	大專 > 高中
	語音導覽	大專 > 高中	大專 > 高中
	隨意參觀	大專 > 高中	.
職業	全體樣本	.	軍公教 > 學生 軍公教 > 工商自由服務業
	人員導覽	.	軍公教 > 學生
	語音導覽	軍公教 > 工商自由服務業	.
	隨意參觀	.	.

(接續下頁)

(續表 5-1-2)

居住地	全體樣本	台北市 > 台北縣	台北市 > 台北縣
	人員導覽	.	桃園縣 > 台北縣 其它 > 台北縣
	語音導覽	台北市 > 台北縣	.
	隨意參觀	.	.
個人 每月 平均 所得	全體樣本	.	8 萬 > 4 萬以下
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	.	.
具備 陶藝 相關 知識	全體樣本	.	.
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	有 > 沒有	.
參觀 次數	全體樣本	.	.
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	.	.
參觀 目的	全體樣本	學習 > 休閒	.
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	學習 > 其它
	隨意參觀	.	.
參觀 時間	全體樣本	2 小時以上 > 2 小時以下	2 小時以上 > 2 小時以下
	人員導覽	2 小時以上 > 2 小時以下	.
	語音導覽	.	2 小時以上 > 2 小時以下
	隨意參觀	.	.

(續表 5-1-2)

同行 伙伴	全體樣本	.	.
	人員導覽	.	家人親戚 > 其它團體
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	朋友 > 其它團體 家人親戚 > 其它團體	.
訊息 來源	全體樣本	.	.
	人員導覽	.	.
	語音導覽	.	.
	隨意參觀	.	.

註：. 表示無顯著差異

第二節 建議

本節根據研究過程及結論提出對博物館與後續研究建議，以供陶瓷博物館等單位及未來研究之參考。

一、對博物館的建議

(一) 針對外縣市遊客，研擬適切的宣傳策略

本研究發現，前來陶瓷博物館遊客以當地及鄰近縣市遊客為主，外縣市遊客所佔比率約四分之一。推論可能原因，除了臨近縣市佔了地利之便外，在獲得訊息方面，亦較為迅速多元。為了讓外縣市遊客亦能如同臨近縣市清楚瞭解博物館相關活動訊息，建議陶瓷博物館透過主動寄送 DM、展覽訊息海報等方式，對外縣市遊客加強行銷。讓外縣市機關、學校、公司行號前來北部校外教學、自強活動時，能將陶瓷博物館列入參觀景點。

(二) 定期對參觀遊客進行調查，做為營運參考

本研究發現，多數遊客是第一次來陶瓷博物館參觀；遊客參觀後，再次回來看展示的意願也相當高。這除了歸功於博物館的展示規劃得宜外，導覽解說也扮演相當重要的角色。遊客參觀後印象好壞除了影響自己重遊意願外，也會對其親朋好友是否選擇來此參觀造成影響。調查結果顯示，有 44.4% 遊客對陶瓷博物館的訊息主要來自親戚朋友告知，因此建議博物館定期進行遊客意見調查，瞭解遊客重遊意願、訊息來源管道、對於展示品內容的興趣、外縣市遊客來館情形，做為辦理活動及營運時的參考。

(三) 針對不同遊客特性，規劃解說服務

陶瓷博物館室內展示、人員導覽及語音導覽解說獲得遊客肯定，這對一個開幕兩年的博物館相當值得稱許讚賞。陶瓷博物館服務的對象是全民，從遊客的教育程度與解說效果發現，教育程

度高的遊客會比教育程度低的遊客更能達到休閒學習目的。建議在展示設計上以更多元的方式來幫助不同背景的遊客認識展示內容；導覽過程中也可以針對不同教育程度的遊客採取深淺不同的解說方式，減低遊客因對展示內容的不瞭解而影響參觀經驗。

（四）機動安排導覽解說人員，發揮解說最大效益

根據本研究調查，有 56.5% 遊客參觀時間集中在 1~2 小時，因此多數遊客並無法配合定時人員導覽時間。由於人員導覽的解說效果最好，是其它解說方式所無法比擬的。建議除了每日的定時人員導覽時段以外，亦能依據遊客的需求，機動增加人員導覽解說場次，或安排定點解說人員，發揮最大效益。

（五）調整語音導覽解說內容，強化解說效果

從本研究發現，語音導覽在幫助遊客專注觀看展示以及引發遊客思考方面不如人員導覽效果。為了讓使用語音導覽的遊客也能像聆聽導覽員解說一樣，語音導覽解說內容應增加問答式的解說內容，讓觀眾自己尋求答案，激勵遊客思考。如此更能強化語音導覽的解說效果，成為個別遊客真正專屬的導覽解說員。

（六）擴充導覽解說範圍，滿足遊客需求

目前語音導覽解說範圍只限常設展示廳，並未包含三樓的特展區，多數導覽人員解說範圍亦以常設展示廳為主。陶瓷博物館每期特展皆能吸引許多遊客前來參觀，陶瓷博物館建築亦深具特色，如能將特展區及博物館建築納入導覽解說範圍，將更能滿足遊客需求。

（七）建議各博物館設置語音導覽設施，提供遊客解說服務

現今各類型博物館、美術館、國家公園遊客中心等社教機構皆積極規劃各種展覽及導覽解說設施。本研究證實在語音導覽的輔助參觀下，遊客更能專注觀看展示內容，瞭解展示的物品。建議各博物館除了有豐富的展示以及導覽志工解說服務，應設置語

音導覽設施，藉此服務個別參觀的遊客。

(八) 積極推廣語音導覽，提高遊客使用率

由於語音導覽設置成本高，基於使用者付費的原則下，各個博物館皆採取付費租用方式。相較於人員導覽可以免費參加，遊客租用語音導覽情形並不高，這也直接影響博物館展示教育目標的達成。為了鼓勵遊客使用語音導覽，建議博物館可採取租一送一或每星期增加免費借用時段，藉此方式讓從未用過的遊客感受語音導覽的優點，培養參觀博物館使用語音導覽的習慣，進而提高語音導覽使用率。

二、未來研究建議

本研究目的已達成，對於往後相關研究有下列幾點建議：

(一) 研究方法

本研究採用問卷調查法進行資料蒐集，問卷調查前會以口頭詢問遊客是否已經參觀過 5 個常設展示室，以做為樣本選取依據。但對於遊客參觀過程中接受人員導覽時的行為及對語音導覽手機按鈕使用狀況並未觀察。建議未來研究可輔以觀察、訪談，或加開放式問項，讓資料蒐集更具周延。

(二) 研究變項

1. 本研究問卷中的「知識獲得」屬於學習成就測驗，但受限於對象是一般遊客，題目太多將影響遊客填答意願或造成隨意猜測，因此題目數量受限，這也造成本部分問卷信度在可接受範圍，而無法達到高信度標準。未來研究可考慮將文字形式改成以照片或圖形方式，藉此增加題目，提高信度。
2. 評估解說效果採用的標準相當多，滿意度亦常用來評估遊憩區解說效果。本次研究主要以 Ho(1993)情意學習量表為主，因此並未測量滿意度。建議未來研究可測量此項目，讓博物

館及相關單位對語音導覽解說效果能有更完整的認識。

(三) 研究對象

1. 陶瓷博物館人員導覽分為聘任人員導覽及志工導覽二種，語音導覽在本國語言又分普及版、青少年版及台語版三個版本。本研究考量樣本數原因，在問卷上並未區分。未來研究可進一步探討聘任解說員與志工解說員，以及不同版本語音導覽的解說效果是否有所不同。
2. 研究對象為三組使用不同導覽解說方式的遊客，此三組遊客並非事前分組，而是於出口處依據遊客參觀時使用的方式分組抽樣。此方式雖然符合現場實際情形，但在樣本的同質性上則比較無法完全一致。未來研究可考量樣本同質性，選擇特定對象長期調查分析，做更精密研究。