

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機及滿意度之研究

The study of Lifestyle, Motivation, Satisfaction in the Taliwu Library of
Illustrated Storybook

指導教授：洪林伯 博士

ADVISOR : Oliver L. Hung , Ph. D.

研究生：李佳穎

GRADUATE STUDENT : Chia Ying, Li

中 華 民 國 105 年 1 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系碩士在職專班

碩 士 學 位 論 文

他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機及滿意度之研究

A study of Lifestyle, Motivation, Satisfaction in the Taliwu Library of
Illustrated Storybook

研究生： 李佳穎

經考試合格特此證明

口試委員： 吳 國 君

張 子 瑜

楊 聰 仁

指導教授： 張 子 瑜

系主任(所長)： 楊 聰 仁

口試日期：中 華 民 國 104 年 12 月 12 日

南華大學文化創意事業管理學系 104 學年度第一學期碩士論文摘要

論文題目：他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機及滿意度之研究

研究生：李佳穎

指導教授：洪林伯 博士

論文摘要內容：

近年來兒童繪本閱讀蔚為風潮，全台公私立繪本館如雨後春筍般設立，故本研究旨在探討他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機與滿意度之現況分析，針對遊客不同背景之間的差異，進行相關性分析研究。

本論文採問卷調查法形式，以「生活型態量表」、「參與動機量表」與「滿意度量表」為研究工具，本調查共發出問卷 260 份，回收有效問卷 250 份，回收率 96%。進行統計分析，並透過 schffe's 法進行事後檢定，研究結果發現：他里霧繪本館的遊客大多為 30~39 歲已婚之女性，職業為一般上班族；子女數以 2 人居多；目的多為親子閱讀，大多為雲林在地人。他里霧繪本館遊客的生活型態，以「嘗試新知」型態最多。他里霧繪本館遊客的參與動機，以「經驗成長」為主；其次為「休閒放鬆」，「休閒新知」為最後。他里霧繪本館遊客的滿意度，以「活動體驗」滿意度最高；其次「設施規劃」，以「環境規劃」的滿意度得分低。針對他里霧繪本館遊客之不同生活型態在參與動機方面部分達顯著差異。針對他里霧繪本館遊客的生活型態及參與動機對滿意度達顯著相關。

關鍵詞：他里霧繪本館、生活型態、參與動機、滿意度

Title of Thesis: A study of Lifestyle, Motivation, Satisfaction in the Taliwu Library of Illustrated Storybook

Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date: January 2016 Degree Conferred: M.B.A.

Name of student: Chia Ying, LI Advisor: Oliver L. Hung, Ph. D

Abstract

In recent years, children's picture book is a growing trend, and many public and private painting museums are established. So the purpose of study was to analyze the Lifestyle, Motivation and Satisfaction of Taliwu Library visitors, and compare the differences between different visitors.

This paper includes "Scale of Lifestyle", "Scale of Motivation" and "Scale of Satisfaction". The total of filled out questionnaires were 260, and 250 of them are valid questionnaires: the recovery 96%. After statistical analysis, and Scheffe' post-hoc, the results we found: The visitors of Taliwu Library are most married women, 30 to 39 years old. Most of their occupation is worker with two children. The purpose to go to this museum is for parent-child reading, and most of them live in Yunlin. The lifestyle of Taliwu Library visitors is "try new knowledge". The motivation of Taliwu Library visitors are to "Experience Growth" as the most; secondly to "Relax", "Leisure Awakening" as the last. The highest satisfaction of Taliwu Library is "experience" and "environmental planning" as following. The different lifestyles of visitors has a significant difference with motivation. The different lifestyles and motivation has a significant relevance with satisfaction.

Key words : Taliwu Library, lifestyle, motivation, satisfaction

目錄

南華大學文化創意事業管理學系 104 學年度第一學期碩士論文摘要.....	i
Abstract.....	ii
目錄.....	iii
表目錄.....	v
圖目錄.....	vii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景及動機.....	1
1.2 研究目的及問題.....	4
1.3 研究流程.....	5
1.4 名詞釋義.....	6
第二章 文獻探討.....	8
2.1 繪本館演變.....	8
2.2 生活型態.....	14
2.3 參與動機.....	19
2.4 滿意度.....	23
第三章 研究方法.....	29
3.1 研究架構.....	29
3.2 研究假設.....	31
3.3 問卷設計.....	31
3.4 問卷實施及抽樣方式.....	35
3.5 資料分析與統計處理方法.....	37
第四章 研究結果分析與解釋.....	39
4.1 樣本特性分析.....	39
4.2 信度分析.....	45
4.3 效度分析.....	47
4.4 他里霧繪本館遊客的生活型態現況分析.....	47
4.5 他里霧繪本館遊客的參與動機現況分析.....	48
4.6 他里霧繪本館遊客的滿意度現況分析.....	48
4.7 不同背景變項間生活型態差異之情形.....	48
4.8 不同背景變項間參與動機差異之情形.....	57
4.9 不同背景變項間滿意度差異之情形.....	64
4.10 生活型態與參與動機之差異分析.....	71
4.11 生活型態與滿意度之相關分析.....	72
4.12 參與動機與滿意度之相關分析.....	73

第五章 結論與建議	76
5.1 結論	76
5.2 研究限制	78
5.3 建議	79
參考文獻	80
附錄	87



表目錄

表 1-1	出版新書類別統計(101 年 1 月至 103 年 12 月).....	2
表 2-1	繪本館設置條件表.....	10
表 2-2	生活型態之定義.....	15
表 2-3	AIO 量表.....	17
表 2-4	參與動機定義.....	19
表 3-1	生活型態量表.....	32
表 3-2	參與動機量表.....	33
表 3-3	滿意度量表.....	34
表 3-4	Cronbach's α 係數之評定標準表.....	36
表 4-1	樣本特性分析表.....	42
表 4-2	生活型態量表信度分析摘要.....	45
表 4-3	參與動機量表信度分析摘要.....	46
表 4-4	滿意度量表信度分析摘要.....	46
表 4-5	生活型態現況分析表.....	47
表 4-6	參與動機之現況分析表.....	48
表 4-7	滿意度之現況分析表.....	48
表 4-8	性別在生活形態方面 T 檢定分析表.....	49
表 4-9	年齡對生活型態之差異分析表.....	50
表 4-10	教育程度在生活型態方面之差異分析表.....	51
表 4-11	職業在生活形態方面之差異分析量表.....	52
表 4-12	婚姻狀態在生活形態方面 T 檢定分析表.....	54
表 4-13	子女數在生活型態方面之差異分析表.....	55
表 4-14	平均月收入在生活形態方面之差異分析量表.....	56
表 4-15	性別在參與動機方面 T 檢定分析表.....	57
表 4-16	年齡在參與動機方面之差異分析表.....	58
表 4-17	教育程度在參與動機方面之差異分析表.....	59
表 4-18	職業在參與動機方面之差異分析量表.....	60
表 4-19	婚姻狀態在參與動機方面 T 檢定分析表.....	61
表 4-20	子女數在參與動機方面之差異分析表.....	62
表 4-21	平均月收入在參與動機方面之差異分析量表.....	63
表 4-22	性別在滿意度方面 T 檢定分析表.....	64
表 4-23	年齡對滿意度之差異分析表.....	65
表 4-24	教育程度在滿意度方面之差異分析表.....	66
表 4-25	職業在滿意度方面之差異分析量表.....	67

表 4-26	婚姻狀態在滿意度方面 T 檢定分析表.....	68
表 4-27	子女數在滿意度方面之差異分析表.....	69
表 4-28	平均月收入在滿意度方面之差異分析量表.....	70
表 4-29	生活型態與參與動機之差異分析表.....	71
表 4-30	生活型態與滿意度之相關分析表.....	72
表 4-31	參與動機與滿意度之相關分析表.....	73
表 4-32	本研究假設之彙整表.....	74



圖目錄

圖 1-1	研究流程圖.....	5
圖 2-1	需求層次 (Maslow,1954).....	21
圖 3-1	研究架構圖.....	30



第一章 緒論

本研究旨在探討他里霧繪本館遊客之生活型態、參與動機與滿意度間之關係。本章共四節，第一節研究背景與動機、第二節研究目的及問題、第三節研究架構第四節名詞釋義。

1.1 研究背景及動機

隨著視聽閱讀時代的到來，近幾年台灣興起了推廣兒童閱讀繪本的熱潮。早期文建會於 1994 年提出「社區總體營造」計畫，推動書香社會；1996 年起再推行「書香滿寶島」文化根植計畫，輔導各地成立讀書會；以及教育部將 2000 年訂為「兒童閱讀年」，積極推廣校園閱讀運動，在在促使繪本的運用受到重視（洪文瓊，2004）。另一方面，從當前國內的出版情況來看，繪本類圖書的出版一直受各大出版社所青睞。依國家圖書館《中華民國 101 年至 103 圖書出版現況調查報告》如表 1-1，說明當今國內兒童讀物的出版或發行範圍，主要以兒童繪本、兒童文學及兒童綜合類為主，繪本、故事書的銷售種數和銷售金額都呈現逐年增加的現象，可見社會大眾對繪本的需求正迅速成長。或許是因以上的緣由，繪本漸漸成為台灣各地圖書館、美術館、博物館、文化中心及中小學普遍使用的教育媒介。

隨著社會變遷與政府整體營造社區的政策，公共圖書館在系統方面從縣市立發展至各鄉鎮，並辦理圖書館學習運用研習會，使每個人都能善用圖書館資源（鄭雪玫，2002；饒梅芳，2005）。為打造兒童的閱讀環境，公共圖書館紛紛設置兒童館(室)，並相繼推出與兒童閱讀有關的活動，如：好書交換、親子讀書會、親職講座、說故事活動等，希望藉此來推動親子共讀及紮根閱讀習慣，同時開闊孩子的新視野。

表 1-1 出版新書類別統計(101 年 1 月至 103 年 12 月)

序號	圖書類別	圖書分類 (101 年)	圖書種數 (102 年)	圖書種數 (103 年)
1	總類	690(1.64%)	683(1.62%)	301(0.72%)
2	哲學	1,757(4.16%)	1,633(3.88%)	1,791(4.31%)
3	宗教	2,039(4.82%)	2,020(4.8%)	2,083(5.01%)
4	自然科學	1,414(3.35%)	1,416(3.36%)	1,080(2.6%)
5	電腦與資訊科學	1,027(2.43%)	1,194(2.83%)	1,498(3.6%)
6	應用科學	6,201(14.66%)	6,479(14.73%)	6,908(16.61%)
7	社會科學	6,217(14.70%)	6,204(14.73%)	6,167(14.83%)
8	史地/傳記	2,284(5.4%)	2,440(5.79%)	2,909(6.99%)
9	語言/文學	10,436(24.67%)	10,567(25.09%)	9,874(23.74%)
10	兒童文學	2,599(6.15%)	2,330(5.53%)	2,762(6.64%)
11	藝術	6,731(15.91%)	7,033(16.7%)	6,201(14.91%)
12	其他	910(2.16%)	1,19 (0.28%)	24 (0.06%)
合計		42305	42118	41598

資料來源：本研究整理。

兒童圖書館乃是為圖書館的一種類型，是社區與學校中兒童的學習、資訊與休閒中心，亦是國家發展圖書館事業與推動文化建設的基礎(國家圖書館，2008)。兒童圖書館從政府設置公共圖書館的兒童閱覽室，到國內許多學校、企業等相繼設置兒童圖書館，讓兒童圖書館不斷蛻變，硬體設備不斷推陳出新、書籍量的提升，都有助於兒童閱讀的推動。

台灣地區的兒童圖書館，近十年來才逐漸受到重視，而早期台灣地區的私人藏書和圖書館，是奠定日後台灣區公共圖書館事業蓬勃發展(曾莛賢，1990)。1971 年後私立兒童圖書館開始在民間發酵，透過企業的共識、民間團體的推動，而有松山慈惠堂附設圖書館、新莊地藏庵附設大眾圖書館、永和潘氏圖書館、臺北市行天宮附設圖書館設置兒童閱覽室、天主教快樂兒童中心設置的兒童室、宜

蘭扶輪社兒童圖書館等設立(章以鼎，1990)。1981 年信誼基金會設立以兒童服務為特色的資料館、親子館、兒童館，1985 年國語日報成立兒童圖書館來推動兒童閱讀的風氣(林文寶，2004)。透過兒童圖書館的不斷建置及拓展，有助於提高兒童閱讀的推動。

西元 1985 年 3 月 12 日，臺灣省政府教育廳頒佈「臺灣省加強文化建設重要措施」，其重要措施之一即為「普設鄉鎮(市)圖書館，充實鄉區文化資源」至西元 1989 年，全台灣 309 個鄉鎮中正式開館已達 189 個鄉鎮圖書館設立兒童閱覽室，提供兒童閱讀的服務(周均育，2001)。鄭雪玫(1992)曾分別於 1991 及 1992 年對臺北市及台灣地區省縣市的公私立兒童圖書館(室)所做的調查研究做比較，分析出 1982 至 1986 年為創立兒童室的高峰。至 2000 年，兒童圖書館步入康莊大道，全台已累計有 473 個鄉鎮圖書館，均設有兒童閱覽室提供兒童服務，將是展望兒童服務關鍵性的來臨。此刻的私立兒童圖書館也不斷的向上竄升，包含 1999 年在新竹成立的華婉兒童圖書館、2000 年在在台中設立的小大繪本館、2001 年臺北設立的貓頭鷹圖書館、2003 花蓮設立的新象繪本館以及 2004 年臺北設立的奧莉薇繪本館等。另外，私人企業也紛紛以書店、兒童館進駐，如連鎖店附設兒童區的誠品書店；出版社附設兒童書店的親親兒童書城等(李媽紅，2000)。因此不難看出公共圖書館不斷著手展開兒童閱讀服務的同時，私立的兒童圖書館也日益崛起。從這股閱讀的熱潮中，不乏以兒童閱讀活動、讀書會、故事媽媽及圖書館教育等，做為一系列推廣閱讀的服務。事實上，兒童圖書館的服務可說是變化萬千，應隨著環境和情況去做調整，讓它發揮一定的成效。

而他里霧兒童繪本館就是由鐵道舊倉庫變身而成兒童繪本屋，主要館內收藏也以兒童繪本為主，因此本研究欲了解前往他里霧繪本故事館的遊客之生活型態及動機考量，其不同生活型態在動機上是否有差異，及遊客對「他里霧繪本故事館」的滿意度調查，並分析不同的動機考量與滿意度有顯著差異。

1.2 研究目的及問題

基於上述研究動機，本研究以雲林縣斗南他里霧繪本館之遊客為研究對象，旨在探討前往斗南他里霧繪本故事館遊客之生活型態為何，前往他里霧繪本館遊客之參與動機為何，以及遊客之生活型態、參與動機與滿意度間之相關研究。

1.2.1 研究目的

本研究主要研究目的如下：

- 一、了解前往他里霧繪本館遊客之生活型態、參與動機及滿意度之現況。
- 二、探討不同生活型態之遊客前往他里霧繪本館的參與動機之差異。
- 三、探討生活型態及參與動機對他里霧繪本館的滿意度之相關情形。

1.2.2 研究問題

根據上述各項研究目的，可以分為以下幾個待答問題。茲分別列舉如下：

- 一、前往他里霧繪本館遊客之生活型態為何？
- 二、前往他里霧繪本館遊客之參與動機類型？
- 三、前往他里霧繪本館遊客之滿意度為何？
- 四、不同生活型態之遊客前往他里霧繪本館在參與動機上是否有差異？
- 五、不同生活型態及參與動機之遊客對他里霧繪本館的滿意度是否有關聯？

1.3 研究流程

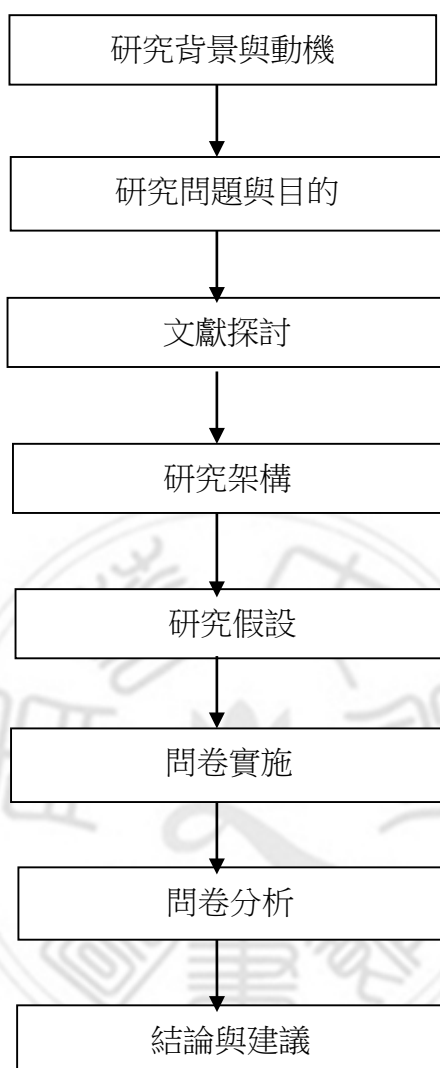


圖 1-1 研究流程圖

1.4 名詞釋義

1.4.1 繪本館

所謂「繪本」根據 Perry Nodelman and Mavis Reimer(2003)和 Uri Shulevitz(1985)的說法，繪本(Picture Books，或譯為圖畫書)是適合用來唸給還不懂得閱讀的幼兒聽的讀物，主要用圖或完全用圖在說故事，文字是輔助的。本研究定義繪本為：「以低幼齡兒童為主要閱讀對象，內容以圖像為主，文字為輔，甚或只有圖沒有文字，適合親子共讀的讀物」。另外，「繪本」和「圖畫書」兩個詞彙在國內都有不少人使用，為維持行文一致，本研究統一使用「繪本」一詞。

而繪本館一詞應是來自日本。日本繪本學會機關刊物「書夾」(BOOKEND)第2號為「繪本和博物館」(絵本とミュージアム)專輯，附錄為「日本全國繪本博物館名冊」(全国絵本ミュージアムリスト)(日本繪本學會，2004a，頁146-157)。列有日本的繪本館五十五所。在名稱上，日本的繪本館有的直接以繪本館為名，有的稱為繪本美術館或繪本博物館，甚至也有稱為童話館，或以繪本創作者為名的，例如安野光雅美術館。(本資料由台東大學洪文瓊教授提供、轉譯) Sharron A. Hollander and Patricia A. Richwine(2004)曾介紹美國的三所繪本美術館(museums of Picture-Book art)，分別為：Eric Carle Museum of Picture Book Art(艾瑞卡爾繪本美術館)、Mazza Museum、National Center for Children's Illustrated Literature(本研究譯為兒童插畫圖書資料中心)。可見在美國，繪本館除了有以美術館、博物館為名外，還有用插畫圖書資料中心為名的。

觀察日本、美國的繪本館，雖在名稱用法上都不一致，但主要功能都在典藏、展示繪本名家的著作和原畫，以及舉辦有關繪本的教育活動，乃至從事有關繪本的研究。(關於繪本館的功能與活動，可參見上述「書夾」(BOOKEND)第2號的「繪本和繪本美術館專題討論會」(絵本と絵本美術館シンポジウム)記錄(日本繪本學會，2004b，頁18-45)。

1.4.2 生活型態

生活型態的概念主要導源於心理學與社會學，1960 年代才有學者把它正式引入行銷的領域上。其理論根據主要來自於 Kelly (1975)的「個人認知架構」(theory of personal constructs)。Kelly 的認知理論架構主要在解釋個人如何在其內心組織一個世界，並隨著外在環境的改變來調整其內心世界。Kelly 認為生活型態是一個人的心理結構，而個人的認知結構組織成個人的內心世界，生活型態即是在描繪內心世界；因此，生活型態理論即是將生活型態視為認知結構系統(construct system)。每個人都有其特定之生活型態，即都有其特定的認知結構系統，個人的行為因此而來。

1.4.3 參與動機

所謂動機引起個體活動並維持此項活動朝向某一目標進行的一種內在歷程，是個體的一種內在動力，並不斷驅使我們去做某件事(盧俊宏，2000)。Deci & Ryan(1992)將個體參與動機分為：1.休閒新知：即對新的活動內容感到新奇、學習到新的活動方式會感到滿足、克服困難的技巧會有成就感……。2.休閒樂趣：即從事親子休閒活動感受到的樂趣及快樂經驗……。3.建立人際關係：指可以結交新朋友、認識更多的人……。4.休閒體驗：透過從事親子休閒活動可以增進孩子的成長經驗、能力提升時會感到滿意……。

1.4.4 滿意度

滿意度是一種心理比較過程，當體驗服務水準和期待水準能一致時，參觀者便感到滿意；顧客滿意度取決於顧客預期之產品或服務利益的實現程度，反映「預期」與「實際」之一致程度 Hempel (1977)。關於滿意度的重要性，Woodside and Daly (1989)認為滿意度是影響消費者行為的主要因素，滿意的消費者（顧客）在其忠誠度會上昇，進而增加其重複購買某產品的意願(Reicheld & Sasser, 1990)。

第二章 文獻探討

本章主旨在探討他里霧繪本遊客之生活型態、參與動機及滿意度之研究分析。本章共分為四節：第一節繪本館演變，第二節生活型態，第三節參與動機及第四節滿意度之文獻探討。

2.1 繪本館演變

本節主要分為五個部分來探討繪本館的演變過程，繪本館目前在台灣發展的狀況及設立的情形，說明繪本館設立的條件設施，並介紹研究主題—他里霧繪本館現況。

2.1.1 從公共圖書館到兒童圖書館

台灣光復後，1945 年 5 月長官公署改制成立台灣省政府，設有省立及縣市圖書館(王振鵠，2007)。當時台灣公共圖書館，包括台灣省立圖書館 2 所、縣立圖書館 5 所、市立圖書館 10 所。進入 1971 年代，於北、中、南的縣立以及市立公共圖書館中相繼設立兒童閱覽室，且增設學校的圖書巡迴、兒童閱讀服務等，此時期偏遠地區的兒童無法使用就近資源，直到 1989 年鄉鎮圖書館增設兒童閱覽室才逐漸受到重視(曾淑賢，2007)。此時兒童圖書館的逐漸興起，如台灣省立台中圖書館於民國 38 年設立兒童閱覽室，提供兒童閱讀服務，而民國 49 年經台灣省教育廳公佈開闢兒童閱覽室，高雄市民國 52 年成立兒童圖書館，民國 58 年更計畫設置 800 所兒童圖書館(周均育，2001)。另外，鄉鎮圖書館的活動則是以巡迴文庫與推廣活動較為盛行，而推廣活動則以都市圖書館較常辦理，性質有讀書俱樂部、兒童會、講演會、展覽會等(林淑婷，2000)，由此可看出政府意識到兒童閱讀需要圖書館資源的協助，以便提供兒童更多閱讀所需。

2.1.2 從兒童圖書館到繪本館

繪本在台灣興盛蓬勃，國內公共圖書館在繪本閱讀推廣上亦是有聲有色。不論是在暑期閱讀或者配合閱讀推廣的活動，繪本都是重要的一環。然其推廣的對象，多以父母、孩童、教師、或者兒童文學研究者為主，而繪本館藏的陳列也多集中在兒童室。大體而言，繪本閱讀的推廣仍多以親子、教師為主要對象。繪本以兒童為主要的閱讀對象，且側重用圖像來表現故事，在視聽閱讀時代之下，繪本不但幫助兒童從圖像引導進入文字閱讀，更成為推動兒童視覺藝術教育的良好媒介。在人類需求不斷增加下，政府部門因無力承擔過多需求，而給予非營利組織、私人企業等發展的空間(林淑馨，2008)。國內現有的兒童圖書館(室)大概可分為：1.由政府機構設置的公共圖書館，如國家圖書館、各縣市立圖書館、各文化中心及各鄉鎮圖書館中的兒童部門。2.私人設置的兒童圖書館，如貓頭鷹圖書館、小大繪本館。3.公私立國小內的圖書館(曾淑賢，1996)。

本研究所指的繪本館，是專指以「繪本館」為名，且有實體館舍的。各館內皆以收藏繪本為主要工作，有固定對外開放的時間，平時提供民眾借閱繪本，並經常舉辦繪本相關教育活動，目的在幫助社區推動親子共讀繪本的風氣。

2.1.3 繪本館之現況

在台灣，目前各地已陸續成立了至少十所繪本館，包括台中的「小大繪本館」、「童樂繪本館」、方舟耳鼻喉科診所附設的「方舟繪本館」和國立台灣美術館附設的「紙風車繪本館」；新竹的「水水兒童美術繪本館」；桃園的「綠之園繪本館」；台北的「奧莉薇繪本館」和「花婆婆繪本館」；宜蘭的「法鼓山宜蘭繪本館」；以及花蓮的「新象繪本館」。它們分別由國家、民間社團或私人所支持；在運作上，和日本、美國的繪本館不同，台灣的這六所繪本館目前只有紙風車繪本館和法鼓山宜蘭繪本館有展示(但不典藏)繪本的插畫原作。本研究的研究場域指的是雲林的斗南他里霧繪本館為主。

2.1.4 繪本館的條件設施

在台灣，目前各地已陸續成立了至少十所繪本館，它們分別是有由國家、民間社團或私人所支持。根據目前相關繪本館設立的條件設施，整理如表 2-1。

表 2-1 繪本館設置條件表

條件設施	包含項目	
館藏豐富性	<ol style="list-style-type: none"> 1.基本設備：兒童桌椅、兒童書籍、益智教材、期刊雜誌。 2.視聽設備：投影機、螢幕、錄音機。 3.資訊設備：電腦、網路。 4.安全設備：防火設備。 	
館藏特色	特色	特性
	<ol style="list-style-type: none"> 1.以繪本為主題館藏。 2.凸顯該地產業及文化特色。 3.人力資源的運用。 4.發行館刊。 5.舉辦活動。 6.主題特色的經營。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.圖書館本身強調專業理念。 2.創辦人直接負擔圖書館之經營成本。 3.館長以彈性及適應力掌館。 4.圖書館本身與社區人士有良好的公共關係。
空間規劃	空間規劃上	環境佈置上
	<ol style="list-style-type: none"> 1.要以簡單為主。 2.服務設置要適中。 3.書架要沿牆放置。 4.傢俱要注意高度與安全且符合兒童設計。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.以自然、和諧、安靜為原則。 2.牆壁及天花板採用較淺的顏色，使整個氣氛產生親切、友善、輕鬆、舒服的感覺。 3.地點設置適中以便利兒童到訪。 4.地板可以多使用地毯、軟墊，或區隔分明的小空間。

圖書館之服務	<ol style="list-style-type: none"> 1.閱覽的服務：採購、分類、編目、典藏、閱覽和流通自動化。 2.兒童閱讀指導：閱讀指導的服務、推薦讀者適合的讀物。 3.參考諮詢：以愛心、耐心為兒童解答問題、尋求資料。 4.圖書館利用教育：瞭解如何蒐集資料的位置、圖書館所提供的服務、參考書的借與還。 5.數位的管理：運用先進數位數據管理、網路服務、訊息傳遞，讓讀者能不間斷的授予服務。
--------	--

資料來源：本研究整理

根據繪本館條件設置條件表，他里霧繪本館在硬體設備方面，有豐富的圖書資源、完善的視聽資訊；館藏方面書籍多元且會定時補充新繪本；在空間規劃上，整館骨架是以所在地他里霧常見的冬候鳥—小辮鴿，轉化其姿態造型為主體，館內以流動的線條設計規劃出閱讀空間，你可以席地而坐，或坐在沙發上，或綠色圓弧裡；書架採活動式規劃，隨時可以變動式樣，且書架上頭穿插可愛彩繪，讓人置身書海亦不感到壓力。館內亦設置多媒體互動區，讓大小朋友點點螢幕即可閱讀自己喜愛的繪本，或搜尋繪本放置的書櫃。當然，也有提供閱讀桌椅專區，後方有以他里霧在地特產為主角，例如：紅蘿蔔、馬鈴薯、烏腳筍和絲瓜等產物在加以天馬行空的彩繪作陪襯，讓進入他里霧繪本館的大小朋友可透過畫面認識在地的產物，帶領小朋友有更多不一樣的想像空間，透過畫面編織出另一個屬於自己的他里霧異想之旅。他里霧繪本館的整體氛圍給人是親切友善的，空間寬敞明亮的，環境自然和諧非常適合閱讀。

2.1.5 研究主題

1. 他里霧繪本館發展背景

在文建會中部辦公室前身時期的台灣省政府文化處率先推動的“二十號倉庫鐵道藝術計畫”，將臺鐵臺中站旁閒置的倉庫整修，讓藝術家進駐成為創作與展示結合的藝文場所，讓大眾很輕易地隨時參與藝術家創作過程及親近其作品，讓

藝術也可以很容易地融入在日常生活中，甚至是在鐵路的車站環境裡，這是過去一般人從來沒有想像過的經驗。所以，又在此基礎上提出鐵道藝術網絡計畫，期望能夠陸續推展到其他鐵路車站的閒置倉庫空間。但是目前政策僅僅停留在北中南東代表性的重要車站個別點的思考上，仍然欠缺整體網狀的連結執行層面。城市的產業發展若能與其他城市間獲得良好的連結，創造雙贏的局面，有力連通網建構是非常重要的條件，而透過鐵路的運輸網，或許未來將是形成進入各個城市的門戶意象的起點，可以想見此種鐵路閒置倉庫的再利用成為都市藝文活動發展點，可以塑造城市的文化象徵，且在鐵路的連結下，創造新興的藝術主題套裝文化觀光之旅，同時也由車站進入各個城市，體驗其城市風貌。當然，這些構想必須各個城市努力地保有自己的城市是歷史風貌與塑造各種文化特色，結合地區產業舉辦推廣活動，鐵路車站扮演各個城市的門戶角色，再整體性與各個城市間進行鐵道藝術活動網絡的連結，創造互利多贏的機會，此是臺灣各個城市可以連結鐵道網絡的基礎來思考城市的產業發展，創造城市發展的競爭力。

依文建會試辦閒置空間再利用實施要點定義，閒置空間係「依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定之當街閒置之建物或空間，在結構安全無虞，仍具有可再利用以推展文化藝術價值者。」另王惠君將「閒置空間」定義為原有階段性功能消失，目前使用功能不彰，可以有更積極的使用方式者。總之，閒置空間可視為一種資源，得以提供另類的空間想像，以更積極的方式使用空間，它不僅是主體的重新規劃，更是生活方式及價值觀的追求，其意義在於生命力的重生、空間再生及經濟文化價值，期能永續經營以發揮閒置空間再利用的最大功能。

斗南他里霧繪本館就是由鐵道舊倉庫變身而成兒童繪本屋。斗南的舊稱叫作他里霧，2011年雲林縣政府教育處為推廣兒童繪本藝術教育與創作，特將原本閒置的斗南鐵道號倉庫，活化再利用為以兒童繪本閱讀與教育推廣為主題的繪本館，也喚醒民眾對鄉土的關懷，故以斗南的舊名「他里霧」作為繪本館的名稱。目前是由他里霧城鄉發展協會負責管理這一座充滿童話色彩的倉庫。

2. 他里霧繪本館空間利用狀況

門口就是一堵繽紛彩繪牆，設計的理念是以童話世界為創作元素，圖繪大小朋友耳熟能詳的童話故事賽物，希望以不同的畫面排列組合，激盪無限的創意，再創另一個奇幻的故事。室內挑高設計也是大有來頭，以繪本館所在地他里霧常見的冬候鳥小辮鴿，轉化其姿態造型作為全館鋼骨結構。以流動的線條設計，規劃出閱讀空間，且在有限的空間裡，這些設計都必須一魚多吃。挑一本書你可以選擇席地而坐，或坐在沙發上，或綠色圓弧裡，書架上還會不時穿插可愛彩繪，讓人置身書海亦不感到壓力。還特別設計多媒體互動區，讓大小朋友點點螢幕就可以看到自己喜愛的繪本。也有提供閱讀桌椅，後方有以他里霧在地特產為主角，例如：紅蘿蔔、馬鈴薯、烏腳筍和絲瓜等產物在加以天馬行空的彩繪作陪襯，讓進入他里霧繪本館的大小朋友可透過畫面認識在地的產物，帶領小朋友有更多不一樣的想像空間，透過畫面編織出另一個屬於自己的他里霧異想之旅。

3. 他里霧繪本館舉辦藝文活動之情形

他里霧繪本館營業時間為週三至週日，早上九點到下午六點，周一、週二訂為公休日。每週六、日早上十點皆有活動辦理，由當地志工媽媽說故事或帶動唱，每週皆安排不同的繪本閱讀，提供親子同樂。利用暑假辦理「他里霧繪本營」，共有兩個梯次，每一梯次為期兩天，活動內容主要是讓孩子自行創作翻摺式繪本，與其他同伴分享繪本，活動結束後館方頒發證書。他里霧繪本館因屬「他里霧文化園區」之範疇，故不定時會配合周遭美學館、漫畫館、電影館辦理相關性活動。活動多元規劃有時會辦理書展，有時辦理親子 DIY 動動手。

2.2 生活型態

生活型態是個體心理學(Individual psychology)中的一個重要概念。個體心理學是阿德勒所發展出來的，他主張人類的發展是積極正向的，他相信人是有創造力、獨特且有自主性的。從這樣的基本前提中，Alder 發展出一系列有系統的理論來解釋各種人類的行為，包括虛構目的、社會興趣、生活型態、家庭星座、早年回憶等。這幾個概念都是彼此相關的，在理解生活型態的概念時也應該把它們放在一起思考。所以人的行為都是有目的的，他認為促使人類做出種種行為的，是對於未來的種種期望；而不是過去的經驗。他用虛構目標來說明這樣的概念，這樣的目標雖然不一定合於現實，但是它卻能帶領個人做出種種的行為，個人能從中獲得優越感，並維護自我的感覺。

在阿德勒之後的學者也分別提出了他們對於生活型態的界定，但是基本上中心的概念都大同小異。Kern, Wheeler, Curlette(1993)提出一兒童為了在家庭當中找到歸屬感與重要性，發展出一套因應環境的行為模式，形成對自己、對他人及對世界的觀點，並據此發展出其對環境、自己及他人的因應策略，此即個體的生活型態(引自黃柏嘉, 2005)。Shulman&Mosak(1990)則將生活型態歸納成三大信念：對自我的信念、對人的信念及對外在世界的信念(引自曾端真, 1997)。王俊人、張家揚(2008)則將生活型態歸納為「新潮時髦」及「安定」兩類型。不同的生活型態對於不同的品牌有著不同的品牌態度。因此，各廠商必須針對不同生活型態的年輕消費者進行區隔。

2.2.1 生活型態定義

Engel, et al. (1982) 提出生活型態就是人們生活以及使用時間、金錢的方式，反映出個人所從事的活動，有興趣的事物及對各種議題的意見(鄭世元, 2004)。從經濟學的角度來說，個人的生活型態代表了個人分配收入的方式，無論是在不同產品和服務中的相對分配，還是在這些種類內部進行的特定選擇。生活型態的行銷觀點(lifestyle marketing perspective)認為，人們會根據喜愛從事的活動、喜歡的休閒方式和自由支配收入的方式，將自己劃入不同的群體中(白滌清, 2008)。自

從生活型態應用在行銷方面的研究後，生活型態的定義就呈現眾說紛紜的情況，因此本研究從定義著手，整理如下表 2-2。

表 2-2 生活型態之定義

學者	定義
Lazer(1963)	生活型態是一系統性的概念，代表社會或群體之間的特徵，而群體與群體之間的特徵有所分別；生活型態在行銷上的縮影就是消費者行為，因為其反映出一個社會的生活型態。
Plummer(1974)	指出生活型態乃是將消費者將一「整體」，而不是片斷，並幫助行銷人員越來越瞭解消費者，這樣就越能與消費者溝通，如此一來將產品銷售給消費者的機會就越大。
Engel, Blackwell and Kollat(1984)	生活型態是人們的生活方式，包括運用時間和支配金錢等方式。
Kotler(1991)	個人在真實世界中，在活動(Activities)、興趣(Interests)與意見(Opinions)三構面上所表現出來的生活方式。
Alfred Adler (1972)	生活型態是個人為自己所訂定的生活目標，和用來實現這些生活。
Hawkins Best and Coney (1984)	生活型態代表著人們支配工作、休閒和安排生活方式。
Tallman&Morgner (1970)	生活型態涵蓋內容甚多，包括許多活動和行為取向，而每一種都需要個人投注時間、心力和金錢。
Kelly(1978)	個人的內在是逐漸發展演進而來，因為外在環境和成熟及經驗等因素不斷調整或修正原有的因應模式，建立了所謂的「認知結構」，而生活型態便是這套認知結構的外顯行為。
Weber(1966)	生活型態是指不同群體間所表現於思想、語言和態度等相異的行為或思考模式，個人透過生活型態呈現出其特定社會地位。
Sobel(1981)	生活型態是一種具有表達性且可觀察的行為模式。

Andreason(1967)	生活型態的意涵可以視為分配的問題：意即在固定資源下，個人或群體如何安排時間，從事各種活動。
Tai and Tam(1996)	是生活模式的一種，可用以闡釋、概念化或預測周遭事物的發生。
鄭世元(2004)	生活型態就是人們生活以及使用時間、金錢的方式，反映出個人所從事的活動，有興趣的事物及對各種議題的意見
白滌清(2008)	生活型態是人們會根據喜愛從事的活動、喜歡的休閒方式和自由支配收入的方式，將自己劃入不同的群體中形成一種模式。
蕭穎謙、賴淑慧與白榮吉（2010）	將消費者生活型態分為清心寡欲型、自我追求型與活動參與型等。
張志銘、蕭仲雯、王于寧、張水清（2011）	指出生活型態中的疏壓釋放型與人際關係型，最能預測休閒運動參與動機。

資料來源：引自朱秋樺(2006)、參考柯丞珮(2013)及本研究整理。

綜合以上文獻，本研究將生活型態定義為：指個人或團體在社會化的過程中所形成的生活行為模式，它支配著我們的生活，包含時間的分配、從事的活動、金錢的規劃、感興趣的事物以及對事情的不同意見。進而展現出個人所具有的特活動、興趣、意見等生活行為表現模式。

2.2.2 生活型態理論及研究

生活型態（life style）早期是屬於心理學及社會學領域，其理論根據係來自 Kelly（1955）的「個人認知架構理論」（Theory of Personal Constructs）。Kelly 認為每個人在內心世界中都有一個屬於個人的世界，在面對不同環境時，會改變其內心世界去適應環境，而每個人會根據自己的認知去解釋所感受到的事件，並且會預期可能發生的情況以採取特定行為去應對，同時作出適當的反應與調整。

有關生活型態的研究，行銷學學者 Lazer（1963）首先將生活型態的觀念正式運用到行銷領域中；Plummer（1974）指出，生活型態研究的基本概念，在於愈了解消費者，愈能與消費者作有效及良好的溝通；由此可見生活型態在行銷領域上所具有的相當重要性。自從行銷學者 Lazer 在 1960 年代，把生活型態的觀念引用在行銷學的領域中之前，以往有關於消費者行為研究的變數當中，較常使用的是人口統計變數，然而人口統計變數對於消費者行為的解釋力往往不足，就如同 Wells

(1974) 所描述，過去行銷者常以人口統計變數來區隔市場，但卻無法完全描繪出消費者的特性，更無法了解消費者的內在心理(引自：柯丞珮(2010))。

其內在的心理世界常表現於活動 (Activity)、興趣 (Interest)、意見 (Opinion) 的生活模式。其中，活動是衡量人們如何規劃他們的時間；興趣是衡量人們在所接觸的事物當中，哪些會引起他們的重視；而意見則是衡量人們對於周遭的事物的看法 (楊美怡，2002)。本研究採取一般 AIO 量表 (如表 2-3) 的研究方式，從一般化的生活型態構面著手於廣泛瞭解日常生活狀況與型態後，進行消生活型態族群分類，加以進行分析與探討。

表 2-3 AIO 量表

生活(A)	興趣(I)	意見(O)	人口統計變相
工作	家庭	自己本身	年齡
嗜好	家事	社會事件	教育
社交	工作	政治	所得
渡假	社區	商業	職業
娛樂	娛樂	經濟	家庭大小
社團成員	流行	教育	住宅種類
社區	食物	產品	地理位置
購物	媒體	未來	城市大小
運動	成就	文化	家庭生命週期

資料來源：Plummer, J. T., “The Concept and Application of Life Style Segmentation”.
Journal of Marketing, 38 (Jan.1974)。

當生活型態的概念開始被應用到行銷領域後，廣告行銷人員發現，以生活型態作為市場區隔的基礎，比傳統的人口統計變項更為傳神且有效。樓永堅（2003）把生活型態的研究與用以區隔市場的方式提出兩種：

（一）一般化生活型態研究（General Life Style Research）

主要以較廣泛的角度去了解消費者日常生活包括個人活動、興趣、意見等生活全貌，藉此找出共同價值，並將有類似行為與觀念的消費者歸類，作為市場區隔的基礎。這種一般化生活型態研究可以全面性地了解消費者的類型，並作為行銷時有利區隔市場的初步工具。

（二）特殊化生活型態研究（Specific Life Style Research）

著重於消費者對某一特定產品的相關反應。通常一個正式的特殊產品類別或特定消費習慣的生活型態研究，會以部分一般化的生活型態題目，加上一些針對某主題產品的問題，組合成一份問卷。專屬化的做法，可以直接鎖定行銷人員有興趣的產品去對消費者作行銷，非常地明確有效，但該研究結果有其限制：只對單一產品有效，無法套用於其他產品類別。

有關生活型態之研究，許琬、謝懷毅、許哲瀚(2014)生活型態與休閒態度之研究；蘇佩嘉、林琬婷、張凱會(2008)大學生使用網路購買行為與生活型態之研究；朱秋樺(2006)食譜書籍購買者的生活型態與修費行為之研究；楊景文（2012）大學生生活型態與休閒參與動機之研究；王怡菁(2010)東豐綠廊自行車休閒活動之休閒效益與滿意度之研究；白滌清、洪毓甦、張馨月(2008)探討台灣地區生活型態與消費趨勢；林紀玲（2013）不同文化族群生活型態、運動型態、運動參與與參與動機及阻礙因素之調查研究－以屏南地區中高齡者為例。

2.3 參與動機

參與動機是指在多元生活價值觀的現代，每個人行為背後必定有其考量的需求與動機。為追求良好生活品質及和諧家庭生活，從事活動的動機各異其趣。本節分二部分，根據文獻加以分析參與動機之定義、參與動機理論及相關研究。

2.3.1 參與動機定義

張春興(1991) 指出，動機是引起個體活動，使得該種活動朝向某一目標進行的過程。Blackwell、Miniard 與 Engel (2001)將購買動機分為生理的需求、安全與健康需求、愛與友誼的需求、財務資源與保證的需求、娛樂的需求、社會形象需求、擁有的需求、給予需求。李嘉慶(2002)指閒暇時間引起個體參與活動的意念，發自個人的內在驅力，並促使他所有的行動過程，也就是依據自己的自由意識選擇，親自參加性質活動的驅力。因此，動機是一種無法觀察的內部力量，所以要了解個體的動機，必須從行為本身著手來加以判斷及推測。而研究動機的目的，也是為了要瞭解及預測個體的行為。綜合相關文獻資料，將參與動機定義整理如下表 2-4。

表 2-4 參與動機定義

學者	定義
Kotler(1991)	認為動機亦稱為驅力，是一種強大的壓力，指示個人尋求需要的滿足，藉以降低焦慮和緊張感。
Iso- Ahola (1989)	認為促使休閒行為的因素稱之為動機，而動機就是促使從事休閒行為的理由和方向，且自由選擇休閒活動和增加心理助益的方法是決定休閒參與行為的因素。
Samdahl & Jekubovich(1997)	動機因素使人們願意改變自己的作息、創造時間及與他人協調出共同參與休閒運動的機會，也就是說休閒運動動機決定了個體從事休閒運動的動力，並影響了持續從事休閒運動的行為。

李銘輝(1991)	認為影響休閒行為的動機，分別受到個人內在因素(包括生理、心理、經驗方面)及外在環境因素(包括家庭、社會文化)等影響。
Carroll & Alexandris (1997)	指出個人或人際間的內在報酬是最重要的休閒動機，相反的，逃避個人和人際間的環境也會影響休閒動機。其更進一步指出，休閒中的內在動機可能會比外在誘因來得重要，因為內在動機能為個體的休閒帶來更多的滿足感。
張玉鈴、余嬪(1999)	外在環境可能提供各種誘因或阻礙，但個體多半傾向以內在需求的覺察做為行為選擇及表現的依據。
張少熙(2000)	在參與休閒運動中，興趣、好奇與探索，是人類從事活動的原動力，而此類動機，也可從內發(intrinsic)或外誘(extrinsic)動機來探討。
李嘉慶、張良漢、張佩娟(2002)	係指閒暇時間引起個體參與休閒意念，發自個人的內在驅力，並促使他產生行動的過程，也就是依據自己的自由意識來選擇，親自參加不同項目與性質休閒運動的驅力

資料來源：參考謝筑虹(2005)及本研究整理。

綜合以上文獻，本研究將參與動機定義為：促使父母工作時間之外，在閒暇之餘，會發自本身的意願與孩子進行互動性質活動行為的因素。此外，雖然內在動機較外在誘因重要，但不可否認的是動機的來源包含著個人內在和外在環境的各種因素。

2.3.2 參與動機相關理論與研究

1.發洩理論(The Cathartic Theory)

從事觀看運動競賽等活動，在通過所定的規則之下，使用不傷害身心的方法來達到發洩精力的目的。就如同戲劇中悲劇的演出，可以發洩人們的感情，具有精神上淨化與滌清心靈的作用(李銘輝，1991)。

2. 心理分析模式(Psychoanalytic Model)：即佛洛伊德動機理論。

依照心理分析觀點，人格包含：「本我」(id)、「自我」(ego)、「超我」(superego) 三個體系，其分別屬於生物性、心理性及社會性要素。Freud 也認為人類行為的動機受到「性」(sexual) 和「攻擊」(aggressive)兩大基本趨力的影響(李銘輝，1991)。Torkidesn(1983)則指出，就休閒活動而言，人類的需求動機經由本身的「本我」、「自我」、「超我」透過個人與他人和環境之間的互動，而引起需求動機。

3. 需求層次論

心理學家 Maslow (1954) 對於人類的動機持著一個整體的看法，認為人類的各種動機之間是彼此有關聯的，各種動機間關係的變化與個體生長發展的社會環境具有密切的關聯。Maslow 認為人類的行為係由需求所引起，並分為五個層次，當較低層次的需求得到滿足後，才會轉而要求獲得較高層次的需求，但各層次之間仍相互依存，只是需求的比重不同而已。因此，Maslow 的動機理論被稱為「需求層次論」或「需求滿足論」(如圖 2-1)。

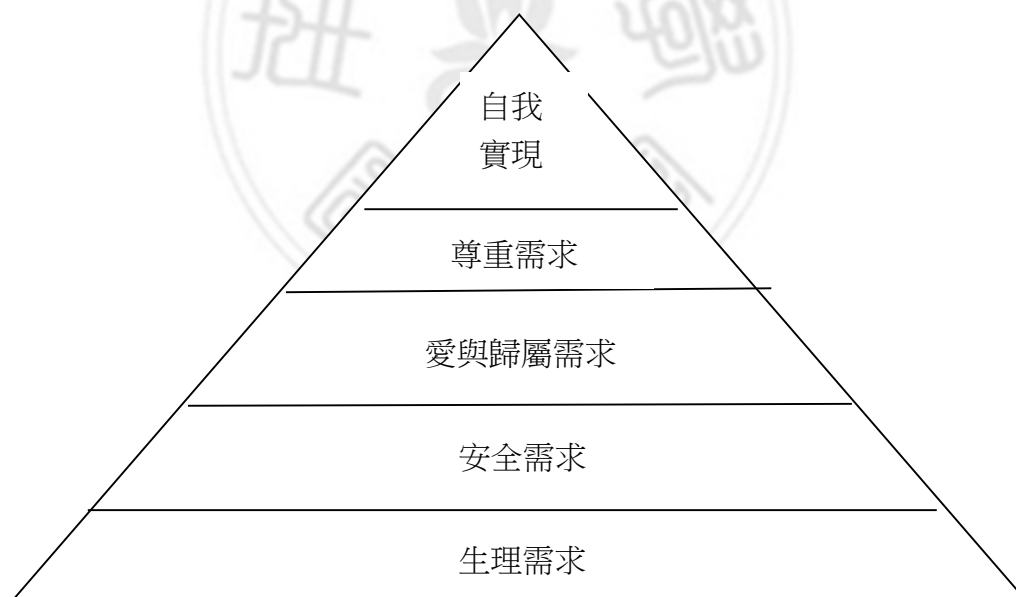


圖 2-1 需求層次 (Maslow,1954)

就休閒而言，依 Maslow (1954)的主張，自我實現的過程是開拓一個人的天份(talent)、能力(capacity)和潛力(potentials)並充份加以運用。因此，一個人在基本維持生命的需求獲得滿足之後，就自然而然地去尋求自我實現的滿足了(高俊雄，2000)。Csikszentmihalyi & Klirber(1991)則認為休閒提供了一個很特別的環境，由於自主選擇決定參與的程度很高，因此在休閒參與的過程中，可促使人類得以自我實現。Cordes & Ibrahim(1999)則認為休閒需求在 Maslow 的需求層次中，是在於生理、安全、愛與隸屬、尊重的需求層次之上，故休閒活動對於人們各種需求的滿足有著重要的作用。

4.學習模式(Learning Model)

人類從事休閒活動的行為是一種學習行為與刺激-反應行為。此種反應行為的增長，伴隨著動機、刺激、反應及增強等交互作用，且不同的文化(如：價值觀、社會認知…等)以及個體學習的過程(如：過去所從事的經驗)，也都都會影響個人從事休閒的方式(李銘輝，1991)。

有關參與動機之相關研究，楊玉絹(2014)父母持續參與親子讀書會的動機與學習成長探究；詹宏文與葉雅正(2015)青少年網球運動者之參與動機與休閒效益之研究；謝筑虹(2005)家長參與幼兒親子休閒運動之參與動機、阻礙因素及參與程度的研究；廖麗玫(2014)雲林國際偶戲節遊客參與動機、滿意度與重遊意願之研究；蔡進士、吳毓麒(2015)跨年晚會參與者生活型態及參與動機關係之研究—以高雄市跨年晚會為例。

2.4 滿意度

滿意度是一種心理比較的過程，當你接受到的與預期心理相符合者，內心則感到滿意；反之，當你感受到的與內心期待有差距，則是負向反應。換句話說，滿意度即是「預期」與「結果」一致的程度(林裕章，2003)。

2.4.1 滿意度內涵

(一)「顧客滿意度」(Customer Satisfaction)的觀念最早是由學者Cardozo(1965)提出。他認為顧客對於產品、服務的滿意度會增加再次購買的行為，滿意是顧客與公司建立良好關係的開始，滿意會影響其再次購買的意願，並衍生其他購買行為。滿意度可由「心理層面」與「經濟層面」方面討論，從顧客「心理層面」探討，若顧客感受的「實際結果」較「事前預期」為佳，顧客就會產生滿意的感覺，反之則會感到不滿意 (Hampel, 1977)。Cronin、Brady & Hult (2000)定義滿意度為消費者在情感上的評估，即消費者對使用某個產品或服務時，所獲得的一種正面的愉悅滿足。Kolter & Keller (2006)將滿意度定義為一個人所感覺愉悅或失望的程度，源自於體驗後對產品的知覺與個人對產品的期望，兩者比較後所形成的。Wei & Wei (2009)指出今天全球性競爭市場中提高顧客滿意度是一個關鍵問題。消費滿意度是在論述消費者在消費過後，個人的內外生心理上的一種反應及感受，換言之是對產品或體驗的一種好壞或滿足的主觀評價。

(二)「工作滿意度」(job satisfaction)或稱為「工作滿足」的概念首先由 Hoppock 在 1935 年提出，他認為工作滿意是指工作者心理與生理兩方面對環境因素的滿意感受，亦即工作者對工作情境的主觀反應。工作滿足的定義：「工作者對從事工作時具有情感性反應，此種滿足感覺的大小，決定個人從特定工作環境中所實際獲得的價值，與期望應獲得價值間之差距，差距愈小，滿足程度愈高；反之，則愈低 (許士軍,1982)。工作滿意與否取決於個人對工作付出與收穫之間的知覺，即個人對工作投入與產出之間的衡量 (Adams,1963)。員工的工作滿意度有助于企業預測員工離職傾向、減少員工缺勤等降低生產力的行為。可見，員工較高的

工作滿意度可以為企業實現利益最大化帶來積極的影響(周明業，2014)。

(三)「學習滿意度」依據 Spence & Evans(1956)的定義，他認為每個人在不同的生命週期中均有不同的學習需要與願望，假如個人達成這種需要與願望，個人則感到滿意，否則個人會感到不滿意，而可能不再參與學習。馬芳婷(1989)認為學習滿意度是一種對學習活動的感覺或態度，這種感覺或態度的形成，是因為學習者喜歡該學習活動，或在學習過程中，其願望、需求獲得滿足。Knowles(1970)指出：學習滿意度是指學習者對學習活動之愉快感受或態度。蔡明砒(1991)認為學生對於學習滿意度，係指參與研習活動的感覺或態度，這種感覺或態度表示學生對學習活動的喜歡程度，或願望、需求得到滿足或目標達成。

(四)「使用者滿意度(Users Satisfaction)」經常是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面看法的工具，是一項非常有用的行為衡量指標(林晏洲、陳惠美、顏家芝，1998)。在休閒遊憩方面，由於遊憩需求為一種心理狀況，不易直接測量。因此，滿意度常被做為測量是否滿足使用者遊憩需求的方式(Dorfman，1979)；在已建成環境當中，用後評估

(Post-Occupancy-Evaluation)當中關於非實質環境部份，也經常使用滿意度來衡量建成環境是否符合使用者的需求(Beer，1990)。

在針對顧客滿意度上是指一個人對其事前信念與希望，達成的一種情感愉悅的狀態。對消費者而言，滿意是一種心理比較過程。當經驗的服務價值和期待的一致或覺得受到公平對待時，消費者便感到滿意；反之，負向不一致及不公平對待時，消費者將會感到不滿意(洪世全，1995)。也就是說，顧客滿意度是決定於消費者所預期的產品或服務的實現狀況，『預期』與『實際』結果的一致程度。

綜合以上文獻可知，所謂滿意程度指的是：在從事休閒活動時，對於環境的設計、活動參與有預期心理期待，最後結果與事先預期互相比較，期望差異越小則滿意程度越高；當兩者差異越大，則對於滿意程度越低。

2.4.2 滿意度相關理論與研究

滿意度理論首先由學者 Hoppock (1935) 的著作 < Job satisfaction > 提出滿意度概念及後來 Cardozo (1965) 研究提出後，陸續的演示出多樣的解釋及遷移效果；Helson(1964)也認為產品績效若高於調適水準，則會產生正面的評價，反之則產生負面的評價。心中的期望越高，心裏判斷滿意的標準越高。但往往無法配合，正面的不配合會增加心中滿意的判斷，反之，負面的不配合則減低其滿意度。由此可以了解到滿意度不管是對工作、對活動體驗行為或者是對本身的預期獲得，將主導動機意願是否持續，如獲得與心理期望相符則參與度高並會提升興趣；相反的，參與後未能獲取正向增強回饋時，則會降低興趣及參與頻率，甚至出現厭惡感。

在每個達成自我目標的過程中除了挫折的成長外最重要的因素則是尋求到讓自己持續下去的激勵方式進而達成滿意度的績效，滿意(足)理論因學者研究的方向及強調不同，建立的理論隨之繁多，不過可以歸類出均以需求滿意、期望差距為主要概念。就滿意度所代表性的理論，作以下探討。

(一) 公平理論 (Equity Theory)

公平理論由Adams (1963) 提出，主張成員在評估自己是否受到公平對待時主要考慮到三個變項，包含投入、產出及比率。投入是指個人對組織所投入的貢獻如努力、才能、績效、學習的時間、額外的承諾、精神及心力等。產出是指從學習環境中所獲得的各種事物如肯定、薪資、福利、滿足感、安全、獎勵或讚賞等報酬。比率是指成員通常會預期他們所獲得的結果將會反映或是與投入工作與所得報酬之成正比。Oliver & Desarbo(1988)認為滿意是比較投入和產出是否公平為基礎。對消費者而言，若經歷不公平時，則產生不滿意的態度，反之，當感覺公平時，即感到滿足。

(二) 雙因子理論 (two-factors theory)

Herzberg (1959) 所提出兩個類別激勵滿足因素，當某些工作情況出現時，可以使人感到滿足，但若不存在，則不致造成不滿足，這種情況稱為「激勵因子」

又稱「滿意因素」，即在工作情境中，可以提供員工滿足心理成長需求的而產生的正的效果，如激勵因素存在的話，將引起員工的滿足感，如果缺乏則不致於造成成員之不滿足屬於工作的內在因素，這些因素包含工作本身、賞識、進步、成長的可能性、責任、成就感、認同感等有關；相反地，當某些情況不具備或不足時，則會造成不滿足，但若存在並不會導致滿足，雖有防止成員不滿足之作用，但並無提升士氣之激勵功能這些情況稱為「保健因子」或「不滿足因素」、「工作外因素」，這些因素包含薪資、工作環境、地位、工作保障、人際關係、政策與行政支援等，此屬於工作的外在因素，與工作的環境有關。Herzberg認為激勵因素和保健因素是兩個各別的向度，工作滿意是由激勵因素造成的，工作不滿意是由保健因素造成的。

（三）需求層次理論

馬斯洛於1950年提出需求層次理論，乃在將人類的需求分為五等。低等的需求滿足後，個人才會追尋較高層次的需求，馬斯洛需求層次論依金字塔的由較低層次到較高層次，依序為生理需求、安全需求、社交需求(愛與隸屬)、尊嚴需求(尊重需求、自尊需求)及自我實現需求。

（四）ERG 理論 (Existence, Relatedness, and Growth Theory)

心理學艾德佛家 Alderfer (1972) 將Maslow 的理論加以修正，提出了ERG 理論。Maslow的理論具有一般適用性，而Alderfer的理論重點在於了解員工工作時的需求，同時認為需求有以下三個層次：存在的需求、關係的需求、成長的需求（謝文全 2009）。

（五）期望理論 (Expectancy Theory)

期望理論又稱「誘力—媒介—期望理論」。期望理論是由佛倫(Vroom, 1964)所提出，即個人努力的動機乃基於對成功的期望，對未來尚未發生的事情，都有其信念及預期心態，但是在環境與個人行為的應變下，可能在不同的階段任務中，所期望的報酬會有多樣化的預設。因此，常會預期得到某種回饋或獎賞，當預期的回饋未能適時出現時，就會影響到再努力的動機。動機、努力、才能、工作表現、結果與酬賞是組成期望理論的基本要素。Lawler(1973)認為人們從事行動所

能獲得的表現，是可能存有預期的心理，因此當在採取行動時，跟當時的期望與偏好有關。且人們的動機驅力和對事情努力、表現、成果的期望與其價值皆有關連。期望理論認為只有當實得報酬與個人認知中應得的合理報酬相等時才能達到工作滿意(方陽昇, 2005)，換言之，本理論認為激勵某人採取某項行為的動機強弱，乃該項行為所產生的各種結果的「吸引力」與「期望值」的乘積的總和(謝文全, 2004)。

(六) 差距理論(Discrepancy Theory)

差距理論為 Locke(1969)、Porter & Lawler (1971) 所主張，認為工作滿足與否主要取決於個人知覺此工作過程中期望的工作獲得與實際獲得間的差距。Schreyer & Roggenbuck(1978)認為遊客事前的期望與事後的實際知覺之間的差距可以決定滿意度的高低，在任何的情況下，整體滿意度會因各層面的差異組合所決定。假如實際獲得大於希望或應該獲得則感到滿意，反之則感到不滿意(趙其文, 2002)。

(七) 滿意理論(Satisfaction Theory)：

Latour & Peat(1979)認為消費者可以明確的瞭解產品所隱藏的屬性，並對屬性造成期望，滿意水準是屬性的附加本質。消費者對屬性的判斷會形成一種態度，並將滿意和態度結合在一起。

(八) 歸因理論(Attribution Theory)：

Weiner(1985)首先提出，他認為從三個構面可以導出因果。即內在或外在原因、原因的穩定性和變動性和可控制性。內在的原因包含個人努力和能力，而外在的原因則有工作的困難度和運氣。

(九) 調適理論(Adaptation Theory)：

Helson(1964)認為產品績效若高於調適水準，則會產生正面的評價，反之則產生負面的評價。心中的期望越高，心裏判斷滿意的標準越高。但往往無法配合，正面的不配合會增加心中滿意的判斷，反之，負面的不配合則減低其滿意度。

綜合上述學者的看法與意見，滿意度可以說是一種比較的態度，當感受到的服務比期望差時，在心中會產生不平，則會對服務感到不滿意。反之，當感受到的服務比預期心理好時，則會對服務或活動感到滿意。

有關滿意度之研究，盧建昇(2010)服務品質、滿意度與忠誠度之相關性研究—以雲林縣古坑鄉蜜蜂故事館為例；王錦惠(2012)親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意程度之相關研究—以嘉義地區教師為例；洪慧珊(2002)校園開放空間使用者滿意度研究—以東華大學校園核心區為例；林怡伶(2006)國立傳統藝術中心參訪者動機與滿意度之研究；張梨慧（2013）節慶活動參與動機、價值體驗、滿意度、行為意圖之研究—以金門中秋博狀元餅活動為例；謝瑞榮(2010)休閒動機與休閒滿意度之研究—以自然科學博物館家庭卡觀眾為例。



第三章 研究方法

本章主要目的在敘述本文的研究設計與實施的方式，共分五節：第一節研究架構；第二節研究假設；第三節問卷設計；第四節問卷實施及抽樣方式；第五節資料分析與統計處理方法。

3.1 研究架構

本研究主旨以探討他里霧繪本館遊客之生活型態、參與動機與滿意度間之關係為主題。並依據研究目的與研究問題，建立本研究假設及研究變項，主要在探討前往斗南他里霧繪本故事館遊客之生活型態在參與動機是否有差異、遊客前往他里霧繪本館遊客之滿意度為何，以及遊客之參與動機與滿意度間是否有相關(圖 3-1)，根據探討之結果提出結論及建議。

本研究以前往他里霧繪本館遊客背景變項為自變項，以知生活型態、參與動機及滿意度為依變項；在生活型態之構面包含精打細算、社群活躍、追求流行、嘗試新知；在參與動機部分包含追求休閒新知、休閒放鬆、經驗成長三個構面；在滿意度方面分環境規劃、設施規劃及活動體驗等三構面。

自變項包含：性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀態、子女數、平均月收入、居住地、前往次數、同行者、相關資訊來源、前往目的、停留時間等十三項。

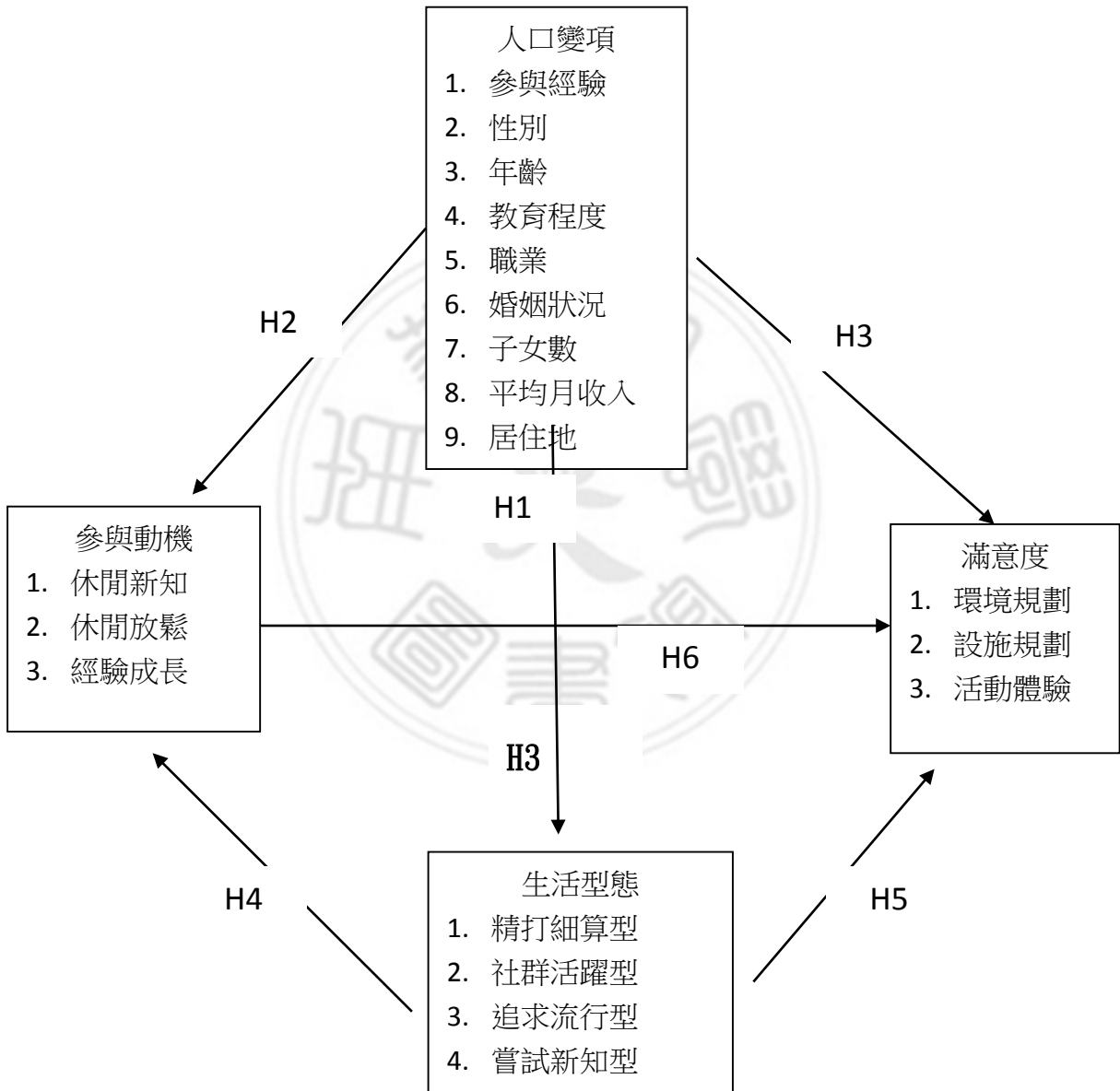


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究假設

歸納本研究目的及相關文獻，擬定本研究之假設有如下列數項：

- H1：不同人口變項的生活型態有差異。
- H2：不同人口變項的參與動機有差異。
- H3：不同人口變項的滿意度有差異。
- H4：不同生活型態的參與動機有差異。
- H5：生活型態對他里霧繪本館之滿意度有相關。
- H6：參與動機對他里霧繪本館的滿意度有相關。

3.3 問卷設計

本問卷之內容是依據文獻回顧及研究目的整理出內容包括參與經驗、生活型態、參與動機、滿意度與個人基本資料等，分成五大部分：

第一部份：參與經驗問項

包括前往次數、同行者、相關資訊來源、前往繪本館的目的及停留時間全部共計 5 題。

第二部分：生活型態問項

本研究之生活型態問項，主要參考一般化 AIO 量表與黃偉豪（2004）、黃識銘（1999）、黃建中（2000）、白滌清、洪毓甦、張馨月（2008）等碩士論文問卷，採用的題目為參考，擬定四個構面十四個題目，生活型態問題如表 3-1 所示。

表 3-1 生活型態量表

生活型態類型	生活型態問卷題目	學者依據
精打細算型	1.價格是我購物的第一個考慮因素。 2.貨比三家，是可以買到物美價廉的東西。 3.我通常在折扣期間到百貨公司購物，平時只是看看參考。 4.我購買食品時一定會注意產品來源，以確實購買安心有保障的商品。	黃偉豪(2004)、白滌清、洪毓牲、張馨月(2008)
社群活躍型	5.在社交活動中，我是較活躍的人。 6.我常和家人一起逛街、出外旅遊。 7.我喜歡戶外活動，不喜歡悶在家中。	黃偉豪(2004)、白滌清、洪毓牲、張馨月(2008)
追求流行型	8.我很注意流行趨勢和變化。 9.我比較喜歡都市，較不喜歡鄉下。 10.我喜歡追求時髦新奇的東西。	黃偉豪(2004)、白滌清、洪毓牲、張馨月(2008)
嘗鮮求知型	11.我對新奇有趣的事物，喜歡去嘗試。 12.我對新鮮的事物接受度高。 13.我喜歡從事有創意的工作。 14.我會在工作之餘，努力吸收新知。	黃偉豪(2004)、白滌清、洪毓牲、張馨月(2008)

資料來源：參考柯丞珮、朱秋華及本研究整理

綜合以上學者，本研究將探討前往他里霧繪本館遊客之生活型態分為：**精打細算、社群活躍、追求流行、嘗試求知**等四種型態。

第三部分：參與動機問項

本研究中參與動機量表各構面之題項主要根據孫光興(1997)、邱玉惠、季力康(2001)；林章榜、吳海助(2006)；林永森等人(2006)；黃俊傑等人(2006)；劉季諺等人(2009)；黎天生等人(2009)、古志銘(2010)、蔡俊傑(2010)與汪在莒、賴文璇(2010)、謝瑞榮(2010)、Deci & Ryan(1992)等人所研究參與動機的來源，經轉換修正作為探討參與動機之問卷量表架構，本量表共分三構面十題，參與動機題目如表3-2所示：

表 3-2 參與動機量表

參與動機構面	參與動機問卷題目	學者依據
休閒新知	4.可以增進家庭的凝聚力。 5.可以增加孩子的自我了解。 6.可以自由從事自我喜愛的藝文活動。	孫光興(1997) 謝瑞榮(2010)
休閒放鬆	7.可以紓解日常生活中的壓力。 8.可以放鬆自己的心情。 9.參與藝文活動可以增添生活情趣。	孫光興(1997) 謝瑞榮(2010)
經驗成長	1.可以啟發孩子的創意。 3.能給孩子有更好的經驗感受。 10.可以增進孩子問題解決能力。 14.提高家庭生活品質。	孫光興(1997) 謝瑞榮(2010)

資料來源：參考柯丞珮、鮑敦瑗及研究者整理

綜合以上學者，本研究將探討前往他里霧繪本館遊客之參與動機分為：**休閒新知**、**休閒放鬆**、**經驗成長**等三種類型。

第四部份：滿意度問項

本研究之滿意度問項，主要參考林建堯(1999)及盧建昇(2010)等碩士論文問卷，採用的題目為參考，擬定3個面向十四個題目，滿意度問題如表3-3所示：

表 3-3 滿意度量表

滿意度	生活型態問卷題目	學者依據
環境規劃	1.繪本館的空間動線很流暢。 2.到達繪本館的交通相當便利。 3.繪本館具有完善的停車場地。 4.館區內環境乾淨舒適。 5.館區寬廣的活動空間很吸引我。	林建堯(1999) 盧建昇(2010)
設施規劃	7.繪本館提供的讀物很豐富。 9.繪本館的館藏搜尋很便利。 10.對館內的書籍數量感到滿意。 11.服務人員能適時給予閱讀指導服務	林建堯(1999) 盧建昇(2010)
活動體驗	6.館區所提供的閱讀活動很有意義。 12.在活動過程中，心情是愉悅的，增添另一番樂趣。 13.我覺得繪本館的活動具有親子同樂的功能。 14.繪本館的服務人員態度都很和善。 15.我對繪本館的整體服務相當滿意。	林建堯(1999) 盧建昇(2010)

資料來源：參考盧建昇及研究者整理

綜合以上學者，本研究將探討前往他里霧繪本館遊客之滿意度分為：**環境規劃、設施規劃、活動體驗**等三方面。

第五部分：個人基本資料

包括年齡、性別、教育程度、職業、婚姻狀態、子女數、平均月收入及居住地，共計八項。

本問卷為力求精確了解受訪者對繪本館的看法，在生活型態、參與動機及滿意度等問項的回答方式上，皆採李克特五點尺度量表，分別依非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意五個尺度，依序給予等距分數(5、4、3、2、1)。

3.4 問卷實施及抽樣方式

3.4.1 抽樣方式及施測對象

本研究的對象必須是前往他里霧繪本館的遊客，因無法確切掌握假日前往的人潮，故在條件之限制下，僅能以104年9月起至10月底之遊客為取樣對象。本研究採問卷調查方式，施測者在繪本館門口發放問卷，並確認問卷填寫是否完整。

3.4.2 施測時間

(一)預試問卷

問卷編製完成後與確保問卷之有效性，故做預試問卷調查，以利正式問卷之進行。本研究預試問卷於9月5日至9月19日共計15日，發放30份問卷，實際回收30份，有效問卷回收率100%。本研究「生活型態量表」、「參與動機量表」及「滿意度量表」信度分析將採用Cronbach's α 係數做為判斷的驗證方式來說明本研究量表與衡量項目。將Cronbach's α 係數未達標準之題目予以刪除。在「生活型態量表」中刪除第8題及第12題；在「參與動機量表」方面刪除第2題及第15題；在「滿意度量表」方面刪除第8題。

故經修改後正式問卷在「生活型態量表」方面分為精打細算、社群活躍、追求流行及嘗試新知等四構面共十四題；在「參與動機」方面分為休閒新知、休閒放鬆及經驗成長等三構面共十題；在「參與動機」方面分為環境規劃、設施規劃及活動體驗等三構面共14題。

表 3-4 Cronbach's α 係數之評定標準表

內部一致性 α 係數	層面或構面	整個量表
0.90 以上	非常理想 (信度非常高)	非常理想 (甚佳，信度高)
0.80 至 0.89	理想 (甚佳，信度很高)	佳 (信度高)
0.70 至 0.79	佳 (信度高)	可以接受
0.60 至 0.69	尚佳	勉強接受，最好增列題 項或者是修改語句
0.50 至 0.59	可以接受， 增列題項或修改語句	不理想， 編制或修訂
0.50 以下	不理想，捨棄不用	非常不理想， 捨棄不用

資料來源：(吳明隆，2009)。

(二)正式問卷

問卷正式施測時間，自9月25日至10月25日，為期一個月，以前往他里霧繪本館之旅客為受測者。共發放260份問卷，實際回收250份，有效問卷回收率96%。

3.5 資料分析與統計處理方法

本研究採取量化方式，以發放問卷蒐集資料，問卷於施測收回後進行整理，分析問卷的有效性，將填答不完全的無效問卷予以刪除後，針對有效問卷進行編碼與及建檔並進行項目及因素分析等下列相關研究探討，資料分析以SPSS for windows 19.0版統計套裝軟體進行統計分析，所使用的分析方法如下：

3.5.1 描述性統計 (descriptive statistics)

根據問卷中李克特五點尺度量表之回答，經過編碼予以量化，以計算各問項的平均數及標準差。平均數代表一般人對該問題的看法，亦可藉由平均數來將不同層面的受訪者做比較，平均數越高代表該屬性較為受訪者所重視。而標準差則代表受訪者對該問項的一致性指標，標準差越小表示樣本較有一致性的看法。本研究使用描述性統計分析中的平均數、標準差、次數分配及百分比等數值，以了解樣本在各變項間的分布情形。

3.5.2 信度分析(reliability analysis)

信度即是測量的一致性，藉由測試結果來衡量該量表的穩定性及可靠性。本問卷採用克朗巴赫(Cronbach's α)係數來檢視題目，若 α 係數越高代表該項目間關聯性越強，亦即問卷的一致性越高。

3.5.3 效度分析

效度即測量的正確性，指的是測量工具確實可以測出欲測量的特質、構念的程度。效度越高，表示測量的結果越能顯示所欲測量的真正特徵。本問卷在設計之前即針對研究動機、目的及參考相關研究文獻等設計問卷內容，經由指導教授評定，因此，本研究問卷應具有一定的內容效度。

3.5.4 因素分析

本研究針對生活型態、參與動機及滿意度等各構面變項進行因素分析，以萃取出共同因素。找出眾多變數中的共同因子，以較少維度來解釋資料結構，能建構出最大的解釋量。

3.5.5 t檢定(t-test)

本研究欲利用t檢定來探討不同人口變項間，在「生活型態」、「參與動機」及「滿意度」方面的差異情形。

3.5.6 單因子變異數分析(independent one-way ANOVA)

本研究將以單因子變異數分析，來檢定人口變項在「生活型態」、「參與動機」及「滿意度」之間的差異情形。若差異性達顯著水準，則進一步以多重檢定法(scheffe)來做事後比較。

3.5.7 皮爾森積差相關(Pearson product-moment correlation)

採用皮爾森積差相關分析法，分析生活型態與參與動機、生活型態與滿意度、參與動機與滿意度是否有顯著相關性。

第四章 研究結果分析與解釋

本章主旨在根據實際資料分析所獲得之結果進行陳述及討論，以探討遊客之生活型態、參與動機、滿意度與性別、婚姻、年齡、職業、教育程度、子女數、平居月收入、居住地及參與經驗等是否有相關。

4.1 樣本特性分析

本研究共發出 260 份問卷，實際回收 250 份，有效問卷回收率 96.1%。並針對性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀態，子女數、平均月收入、居住地進行次數分配及百分比分析(如表 4-1)。

一、性別

由表 4-1 樣本特性分析表，在性別描述性統計結果得知，有效樣本人數為 250 人，其中男性佔有 78 人，佔樣本數 31.2%；女性佔有 172 人，佔樣本數 68.8%，顯示本研究女性樣本數多於男性樣本數。

二、年齡

由表 4-1 樣本特性分析，在年齡描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中 19 歲以下為 22 人，佔全體樣本數 8.8%；20~29 歲為 10 人，佔樣全體本數 10%；30~39 歲為 163 人，佔樣全體本數 65.2%；40~49 歲為 55 人，佔樣全體本數 22%，顯示本研究的年齡分布以 30~39 歲的人數最多。

三、教育程度

由表 4-1 樣本特性分析，在教育程度描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中高中(職)的人數為 49 人，佔全體樣本數 19.6%；專科的人數為 52 人，佔全體樣本數 20.8%；大學的人數為 133 人，佔全體樣本數 53.2%；研究所或以上人數為 16 人，佔全體樣本數 6.4%。由此顯示本研究學歷為大學佔的人數最多。

四、職業

由表 4-1 樣本特性分析，在職業描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中學生的人數為 11 人，佔全體樣本數 4.4%；服務業人數為 26 人，佔全體樣本數 10.4%；自由業的人數為 13 人，佔全體樣本數 5.2%；軍公教人數為 58 人，佔全體樣本數 23.2%；家管人數為 22 人，佔全體樣本數 8.8%；一般上班族人數為 88 人，佔全體樣本數 35.2%；其他人數為 32 人，佔全體樣本數 12.8%。由此顯示本研究的樣本以一般上班族佔最多人數。

五、婚姻狀態

由表 4-1 樣本特性分析，在婚姻狀態描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中已婚的人數為 215 人，佔全體樣本數 86%；未婚人數為 35 人，佔全體樣本數 14%。由此顯示本研究的樣本以已婚佔最多人數。

六、子女數

由表 4-1 樣本特性分析，在子女數描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中子女數為 0 人的人數為 44 人，佔全體樣本數 17.6%；子女數 1 人的人數為 64 人，佔全體樣本數 25.6%；子女數 2 人的人數為 116 人，佔全體樣本數 46.4%；子女數三人以上的人數為 26 人，佔全體樣本數 10.4%。由此顯示本研究的樣本以子女數 2 人佔最多人數。

七、平均月收入

由表 4-1 樣本特性分析，在平均月收入描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中無收入的人數為 23 人，佔全體樣本數 9.2%；20,000 元以下人數為 12 人，佔全體樣本數 4.8%；20,001~30,000 的人數為 77 人，佔全體樣本數 30.8%；30,001~40,000 的人數為 70 人，佔全體樣本數 28%；40,001~50,000 的人數為 59 人，佔全體樣本數 19.6%；50,001~60,000 的人數為 19 人，佔全體樣本數 7.6%。由此顯示本研究的樣本以「20,001~30,000 元」佔最多人數。

八、居住地

由表 4-1 樣本特性分析，在居住地描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中雲林當地人的人數為 203 人，佔全體樣本數 81.2%；北部地區的人數為 6 人，佔全體樣本數 2.4%；中部地區的人數為 25 人，佔全體樣本數 10%；南部地區的人數為 16 人，佔全體樣本數 6.4%。由此顯示本研究的樣本以「雲林當地人」佔最多人數。

九、前往次數

由表 4-1 樣本特性分析，在前往次數描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中第一次的人數為 117 人，佔全體樣本數 46.8%；第二次的人數為 30 人，佔全體樣本數 12%；第三次以上的人數為 103 人，佔全體樣本數 41.2%。由此顯示本研究的樣本以「第一次」佔最多人數。雖與柯丞佩(2013)研究相符，但繪本館主要以繪本圖書收藏為主，為地方性機構，前往次數為「第一次」佔最多人數，不合邏輯。本研究推論其原因，應為他里霧繪本館於 2010 年成立，至今成立仍不夠長久，且在當地本來就設有相同性質之圖書館—斗南鎮立圖書館，故他里霧繪本館可能被定位為一處觀光景點。

十、同行者

由表 4-1 樣本特性分析，在同行描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中單獨前來的人數為 36 人，佔全體樣本數 14.4%；親戚小孩的人數為 181 人，佔全體樣本數 72.4%；朋友的人數為 33 人，佔全體樣本數 13.2%。由此顯示本研究的樣本以「與親戚子女同行」佔最多人數。

十一、資訊來源

由表 4-1 樣本特性分析，在資訊來源描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中電腦網路的人數為 33 人，佔全體樣本數 13.2%；電視廣播的人數為 8 人，佔全體樣本數 3.2%；報章或旅遊雜誌的人數為 9 人，佔全體樣本數 3.6%；親友介紹

的人數為 59 人，佔全體樣本數 23.6%；在地人人數為 129 人，佔全體樣本數 51.6%；其他人數為 12 人，佔全體樣本數 4.8%。由此顯示本研究的樣本以「在地人」佔最多人數。

十二、前往目的

由表 4-1 樣本特性分析，在前往目的描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中觀光旅遊的人數為 24 人，佔全體樣本數 9.6%；慕名而來的人數為 36 人，佔全體樣本數 14.4%；親子閱讀的人數為 136 人，佔全體樣本數 54.4%；路過的人數為 19 人，佔全體樣本數 7.6%；住附近到此散步的人數為 35 人，佔全體樣本數 14%。由此顯示本研究的樣本以「親子閱讀」佔最多人數。

十三、停留時間

由表 4-1 樣本特性分析，在停留時間描述統計結果得知，有效樣本為 250 人，其中一小時的人數為 135 人，佔全體樣本數 54%；二小時的人數為 97 人，佔全體樣本數 38.8%；三小時以上的人數為 18 人，佔全體樣本數 7.2%。由此顯示本研究的樣本停留「一小時」佔最多人數。

表 4-1 樣本特性分析表

人口統計變項	項目	人數	百分比
性別	男	78	31.2
	女	172	68.8
年齡	19 歲以下	22	8.8
	20~29 歲	10	4.0
	30~39 歲	163	65.2
	40~49 歲	55	22
教育程度	高中(職)	49	19.6
	專科	52	20.8
	大學	133	53.2
	研究所或以上	16	6.4

職業	學生	11	4.4
	服務業	26	10.4
	自由業	13	5.2
	軍公教	58	23.2
	家管	22	8.8
	一般上班族	88	35.2
	其他	32	12.8
婚姻狀態	未婚	35	14
	已婚	215	86
子女數	0 人	44	17.6
	一人	64	25.6
	二人	116	46.4
	三人以上	26	10.4
平均月收入	無收入	23	9.2
	20000 元以下	12	4.8
	20001~30000 元	77	30.8
	30001~40000 元	70	28
	40001~50000 元	49	19.6
	50001~60000 元	19	7.6
居住地	雲林(當地人)	203	81.2
	北部	6	2.4
	中部	25	10
	南部	16	6.4
前往次數	第一次	117	46.8
	第二次	30	12

	第三次以上	103	41.2
同行人	單獨	36	14.4
	親戚小孩	181	72.4
	朋友	33	13.2
相關資訊來源	電腦網路	33	13.2
	電視廣播	8	3.2
	報章或旅遊雜誌	9	3.6
	親友介紹	59	23.6
	在地人	129	51.6
	其他	12	4.8
此次前來目的	觀光旅遊	24	9.6
	慕名而來	36	14.4
	親子閱讀	136	54.4
	路過	19	7.6
	住附近到此散步	35	14
	停留時間	1 小時	135
	2 小時	97	38.8
	3 小時	18	7.2

4.2 信度分析

根據測驗工具所得的結果一致性或穩定性，可界定為觀察分數與真實分數間變異數之比例。兩測驗結果誤差越小，則結果越是一致，所得的信度越高；信度越大，其測量標準誤差越小。

本研究問卷共分為生活型態、參與動機及滿意度三部分，其中量表皆採多項問題加以衡量，故量表信度皆以 Cronbach's α 信度係數做為判斷依據。茲將本研究量表分析結果如下：

一、生活型態量表

由表可知「精打細算型」的 Cronbach's α 信度係數為 0.76，「社群活躍型」為 Cronbach's α 信度係數為 0.67，「追求流行型」Cronbach's α 信度係數為 0.80，「嘗試新知型」Cronbach's α 信度係數為 0.76。

表 4-2 生活型態量表信度分析摘要

構面分量表	題數	Cronbach's α 信度係數
精打細算	4	0.76
社群活躍	3	0.67
追求流行	3	0.80
嘗試新知	4	0.76
量表總信度		0.80

二、參與動機量表

由表 4-3 可知「休閒新知型」的 Cronbach's α 信度係數為 0.78，「休閒放鬆型」為 Cronbach's α 信度係數為 0.82，「經驗成長型」Cronbach's α 信度係數為 0.77。

表 4-3 參與動機量表信度分析摘要

構面分量表	題數	Cronbach's α 信度係數
休閒新知	3	0.78
休閒放鬆	3	0.82
經驗成長	4	0.77
量表總信度		0.89

三、滿意度

由表 4-4 可知對「環境規劃」構面的 Cronbach's α 信度係數為 0.71，「設施規劃」構面為 Cronbach's α 信度係數為 0.84，「活動體驗」構面的 Cronbach's α 信度係數為 0.82。

表 4-4 滿意度量表信度分析摘要

構面分量表	題數	Cronbach's α 信度係數
環境規劃	5	0.71
設施規劃	4	0.84
活動體驗	5	0.82
量表總信度		0.88

4.3 效度分析

效度一般可區分為內容效度(content validity)、準則關聯效度(criterion related validity)、建構效度(construct validity)。

內容效度主要在界定一個觀念的範圍並分析判斷測量是否能代表此範圍，並有系統的了解問卷內容的適切性。通常內容效度是有系統的了解問卷內容的適切性。通常使用於測驗編製過程中，以邏輯判斷法來決定測驗是否具有內容代表性。本研究發展之量表在整體效度的驗證方面，乃針對研究目的，經篩選後再配合國內外之相關文獻，為問卷理論基礎，再次預試及修改後，修改而成，因此具有相當的理論基礎，再經由指導教授洪林伯博士審閱，所以此問卷可以適切的驗證本研究所探討的特質，因此本問卷之內容與題項之適切性應可達到內容效度之有效性。

4.4 他里霧繪本館遊客的生活型態現況分析

表 4-5 為生活型態之現況分析表，由表可知他里霧繪本館遊客的生活型態，以「嘗鮮求知」之得分最高；其次為「精打細算」、「社群活躍」、而以「追求流行」得分最低。

表 4-5 生活型態現況分析表

構面分量表	題數	人數	平均數	標準差	排序
精打細算	4	250	3.82	0.71	3
社群活躍	4	250	3.68	0.66	2
追求流行	3	250	2.76	0.73	4
嘗鮮求知	3	250	3.50	0.51	1

4.5 他里霧繪本館遊客的參與動機現況分析

表 4-6 為參與動機之現況分析。由表可知他里霧繪本館遊客的動機以「經驗成長」為之最高得分；其次為「休閒放鬆」；以「休閒新知」得分最低。

表 4-6 參與動機之現況分析表

構面分量表	題數	人數	平均數	標準差	排序
休閒新知	3	250	4.12	0.57	3
休閒放鬆	3	250	4.12	0.54	2
經驗成長	4	250	4.10	0.50	1

4.6 他里霧繪本館遊客的滿意度現況分析

表4-7為滿意度之現況分析。由表可知遊客對他里霧繪本館的滿意度以「活動體驗」為之最高得分；其次為「設施規劃」；以「環境規劃」得分最低。

表 4-7 滿意度之現況分析表

構面分量表	題數	人數	平均數	標準差	排序
環境規劃	5	250	3.75	0.67	3
設施規劃	4	250	3.95	0.52	2
活動體驗	5	250	4.13	0.44	1

4.7 不同背景變項間生活型態差異之情形

本節主要在探討不同背景變項的生活型態之差異情形，採用獨立樣本 T 檢定及單因子變異數分析之間的差異，若檢定達顯著差異水準，再進行薛費法事後差異之比較，研究過程分析「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗鮮求知」等四個構面因素，在性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀態、子女數、平均月收入、居住地等項目上所呈現的結果，進而得知受試樣本在生活上間是否有差異存在。

一、性別對生活型態之差異分析

表 4-8 為性別的生活型態 T 檢定分析表。結果分析：針對不同性別在生活型態上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，男、女性別在「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗鮮求知」等四個構面因素中，均未達達顯著差異。推究其原因，可能是樣本數太少，以致研究假設不成立。

表 4-8 性別在生活形態方面 T 檢定分析表

構面分量表	性別	人數	平均數	標準差	T 值
精打細算	男	78	3.9467	0.61140	2.71800
	女	172	3.7143	0.61164	
社群活躍	男	78	3.6222	0.65378	-2.24500
	女	172	3.6439	0.58110	
追求流行	男	78	2.6756	0.83103	-1.61000
	女	172	2.8571	0.75251	
嘗鮮求知	男	78	3.5433	0.59754	.26300
	女	172	3.5217	0.56485	

註: *為 $p < 0.05$

二、年齡對生活型態之差異分析

表4-9為年齡的生活型態差異分析表。結果分析：針對不同年齡在生活型態上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，得知在不同年齡在生活型態情形在「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗試求知」等四個構面因素中，在「精打細算」、「社群活躍」、「嘗試求知」等構面，無顯著差異。但在「追求流行」構面，結果達顯著差異。在進行Scheffe's Method事後比較結果發現，「20-29歲」(M=3.20,SD=0.30)在「追求流行」方面得分較「40-49歲」(M=2.40,SD=0.69)高，故研究假設部分成立。

表 4-9 年齡對生活型態之差異分析表

構面分量表	年齡	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
精打細算	1.19 歲以下	22	3.7667	0.69577	0.808	NA
	2.20~29 歲	10	3.4688	0.24776		
	3.30~39 歲	163	3.8138	0.59267		
	4.40~49 歲	55	3.7907	0.66353		
	總和	250	3.7890	0.61866		
社群活躍	1.19 歲以下	22	3.6963	0.66977	2.736	NA
	2.20~29 歲	10	3.6250	0.60257		
	3.30~39 歲	163	3.6927	0.59771		
	4.40~49 歲	55	3.4031	0.50163		
	總和	250	3.6385	0.60300		
追求流行	1.19 歲以下	22	2.8074	0.90590	5.414*	2>3 2>4
	2.20~29 歲	10	3.2083	0.30538		
	3.30~39 歲	163	2.8936	0.74036		
	4.40~49 歲	55	2.4031	0.69980		
	總和	250	2.7989	0.77954		
嘗試新知	1.19 歲以下	22	3.5500	0.54512	2.566	NA
	2.20~29 歲	10	4.0625	0.47716		
	3.30~39 歲	163	3.4965	0.57242		
	4.40~49 歲	55	3.4884	0.60738		
	總和	250	3.5243	0.57691		

註: *為 $p < 0.05$

三、教育程度對生活型態之差異分析

表4-10為教育程度的生活型態差異分析表。結果分析：針對不同教育程度在生活型態上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，得知在不同教育程度在生活型態情形在「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗試求知」等四個構面因素中，結果均達顯著差異。在進行Scheffe's Method事後比較結果發現，「專科」(M=4.00,SD=0.72)在「精打細算」方面高於「高中(職)」(M=3.62,SD=0.72)。「研究所或以上」(M=3.38,SD=0.46)在「社群活躍」方面得分最高。「專科」(M=3.03,SD=0.74)在「追求流行」方面明顯高於「研究所或以上」(M=2.33,SD=0.89)。「高中(職)」(M=3.29,SD=0.37)在「嘗試新知」方面則高於「研究所或以上」(M=3.44,SD=0.67)，故研究假設成立。

表 4-10 教育程度在生活型態方面之差異分析表

構面分量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
精打細算	1.高中(職)	49	3.6250	0.72792	4.632*	2>1 2>4 3>4
	2.專科	52	4.0000	0.40927		
	3.大學	133	3.7992	0.62205		
	4.研究所或以上	16	3.4423	0.59646		
	總和	250	3.7890	0.61866		
社群活躍	1.高中(職)	49	3.4348	0.61612	4.603*	2>1
	2.專科	52	3.8366	0.53902		
	3.大學	133	3.6588	0.60925		
	4.研究所或以上	16	3.3846	0.46837		
	總和	250	3.6385	0.60300		
追求流行	1.高中(職)	49	2.4493	0.75430	7.123*	2>1 3>1 2>4
	2.專科	52	3.0327	0.74909		
	3.大學	133	2.8793	0.73543		
	4.研究所或以上	16	2.3333	0.89235		

	總和	250	2.7989	0.77954		
嘗試新知	1.高中(職)	49	3.2989	0.37498	3.270*	3>1
	2.專科	52	3.5735	0.62907		
	3.大學	133	3.5945	0.59004		
	4.研究所或以上	16	3.4423	0.67046		
	總和	250	3.5243	0.57691		

註: *為 $p < 0.05$

四、職業對生活型態之差異分析

表4-11為職業的生活型態差異分析表。結果分析：針對不同職業在生活型態上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，得知在不同職業在生活型態情形在「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗試求知」等四個構面因素中，結果均達顯著差異。在進行Scheffe's Method事後比較結果發現，「其他」(M=3.83,SD=0.42)在「精打細算」方面高於「自由業」(M=2.98,SD=0.91)。「學生」(M=3.63,SD=0.36)在「社群活躍」方面得分最高。「家管」(M=3.46,SD=0.56)在「追求流行」方面明顯高於「學生」(M=3.53,SD=1.03)，故研究假設成立。惟「嘗試新知」雖達顯著差異，但事後比較後卻顯示各組間無差異的存在，推論原因為樣本數太小而產生偏誤。

表 4-11 職業在生活形態方面之差異分析量表

構面分量表	職業	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
精打細算	1.學生	11	3.8750	0.47507	4.837*	1>2
	2.服務業	26	3.6600	0.63689		4>3
	3.自由業	13	2.9808	0.91550		5>3
	4.軍公教	58	3.8929	0.62500		6>3
	5.家管	22	3.9286	0.54854		7>3
	6.一般上班族	88	3.8267	0.56903		

	7.其他	32	3.8387	0.42597		
	總和	250	3.7890	0.61866		
社群活躍	1.學生	11	3.6333	0.36683	2.906*	7>3
	2.服務業	26	3.6400	0.65912		
	3.自由業	13	3.2564	0.47442		
	4.軍公教	58	3.5646	0.56603		
	5.家管	22	3.4603	0.56250		
	6.一般上班族	88	3.6667	0.66475		
	7.其他	32	3.9570	0.41936		
	總和	250	3.6385	0.60300		
追求流行	1.學生	11	3.5333	1.03280	8.341*	3>1 4>1 6>3 7>3 6>7
	2.服務業	26	2.6533	0.94025		
	3.自由業	13	2.0256	0.75107		
	4.軍公教	58	2.4422	0.70838		
	5.家管	22	2.9206	0.56671		
	6.一般上班族	88	2.9091	0.67755		
	7.其他	32	3.1720	0.57006		
	總和	250	2.7989	0.77954		
嘗試新知	1.學生	11	3.8750	0.33850	2.666*	NA
	2.服務業	26	3.4000	0.88093		
	3.自由業	13	3.2692	0.16013		
	4.軍公教	58	3.6378	0.53048		
	5.家管	22	3.2262	0.37836		
	6.一般上班族	88	3.5653	0.58782		
	7.其他	32	3.5242	0.48457		
	總和	250	3.5243	0.57691		

註: *為 $p < 0.05$

五、婚姻狀態對生活型態之 T 檢定表

表 4-12 為婚姻狀態的生活型態 T 檢定分析表。結果分析：針對已婚、未婚在生活型態上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，已婚、未婚在「精打細算」、「社群活躍」、「追求流行」、「嘗鮮求知」等四個構面因素中，均未達達顯著差異，以致研究假設不成立。

表 4-12 婚姻狀態在生活形態方面 T 檢定分析表

構面分量表	婚姻狀態	人數	平均數	標準差	T 值
精打細算	未婚	35	3.7656	0.48749	-0.243
	已婚	215	3.7892	0.63725	
社群活躍	未婚	35	3.7188	0.54942	0.830
	已婚	215	3.6307	0.60901	
追求流行	未婚	35	3.1771	0.86337	2.716
	已婚	215	2.7386	0.75249	
嘗鮮求知	未婚	35	3.7500	0.58888	2.320
	已婚	215	3.4914	0.56878	

註：*為 $p < 0.05$

六、子女數對生活型態差之差異分析表

表4-13為子女數的生活型態差異分析表。結果分析：針對不同的子女數在生活型態上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，得知在不同子女數在生活型態情形在「精打細算」方面未達顯著差異，其餘「社群活躍」、「追求流行」、「嘗試求知」等三個構面因素中，均達顯著差異。在進行Scheffe's Method事後比較結果發現，子女數「2人」在「社群活躍」、「追求流行」、「嘗試新知」等方面得分皆是最高，故研究假設部分成立。

表 4-13 子女數在生活型態方面之差異分析表

構面分量表	子女數	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
精打細算	1.0 人	44	3.8625	0.53394	0.639	NA
	2.1 人	64	3.7143	0.74981		
	3.2 人	116	3.8211	0.56835		
	4.3 人以上	26	3.7200	0.60087		
	總和	250	3.7890	0.61866		
社群活躍	1.0 人	44	3.6583	0.58220	3.340 *	3>2
	2.1 人	64	3.5132	0.64709		
	3.2 人	116	3.7523	0.57629		
	4.3 人以上	26	3.4267	0.54874		
	總和	250	3.6385	0.60300		
追求流行	1.0 人	44	3.2000	0.83649	8.505 *	3>4
	2.1 人	64	2.9418	0.78867		
	3.2 人	116	2.6667	0.62854		
	4.3 人以上	26	2.3733	0.92956		
	總和	250	2.7989	0.77954		
嘗試新知	1.0 人	44	3.6375	0.57998	2.606*	3>4
	2.1 人	64	3.4048	0.56338		
	3.2 人	116	3.5894	0.48772		
	4.3 人以"	26	3.3600	0.85416		
	總和	250	3.5243	0.57691		

註: *為 $p < 0.05$

七、平均月收入對生活型態之差異分析表

表4-14為平均月收入的生活型態差異分析表。結果分析：針對不同平均月收入在生活型態上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，得知在不同平均月收入在生活型態情形在「社群活躍」方面未達顯著差異，其餘「精打細算」、「追求流行」、「嘗試求知」等三個構面，結果均達顯著差異。在進行Scheffe's Method事後比較結果發現，「20,000以下」(M=3.30,SD=0.67)在「追求流行」方面得分最高，故研究假設部分成立。

表 4-14 平均月收入在生活形態方面之差異分析量表

構面分量表	月收入	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
精打細算	1.無收入	23	4.0568	0.35298	2.741*	NA
	2.20000 以下	12	4.0000	0.45644		
	3.20001~30000	77	3.7100	0.67913		
	4.30001~40000	70	3.8043	0.58453		
	5.40001~50000	49	3.8457	0.65846		
	6.50001~60000	19	3.3750	0.51655		
	總和	250	3.7890	0.61866		
社群活躍	1.無收入	23	3.6061	0.52085	1.055	
	2.20000 以下	12	3.5333	0.72350		
	3.20001~30000	77	3.7111	0.63750		
	4.30001~40000	70	3.6812	0.54363		
	5.40001~50000	49	3.5816	0.66109		
	6.50001~60000	19	3.3571	0.49725		
	總和	250	3.6385	0.60300		
追求流行	1.無收入	23	3.0000	0.86066	4.274*	2>6 5>6
	2.20000 以下	12	3.3000	0.67495		
	3.20001~30000	77	2.8222	0.80227		
	4.30001~40000	70	2.8889	0.67317		
	5.40001~50000	49	2.6383	0.77031		
	6.50001~60000	19	2.0952	0.67214		
	總和	250	2.7989	0.77954		

嘗試新知	1.無收入	23	3.4318	0.51859	2.877*	NA
	2.20000 以下	12	3.5000	0.56519		
	3.20001~30000	77	3.4767	0.72384		
	4.30001~40000	70	3.4964	0.42334		
	5.40001~50000	49	3.7766	0.44610		
	6.50001~60000	19	3.2321	0.63899		
	總和	250	3.5243	0.57691		

註: *為 $p < 0.05$

由上可知不同的背景變項間在生活型態上確實有顯著的差異，故假設一部分成立。

4.8 不同背景變項間參與動機差異之情形

一、性別對參與動機之 T 檢定分析表

表 4-15 為性別的參與動機 T 檢定分析表。結果分析：針對不同性別在參與動機上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，男、女性別在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，均未達達顯著差異。推究其原因，可能是樣本數太少，以致研究假設不成立。

表 4-15 性別在參與動機方面 T 檢定分析表

構面分量表	性別	人數	平均數	標準差	T 值
休閒新知	男	78	3.9422	0.51223	-2.107
	女	172	4.0911	0.49016	
休閒放鬆	男	78	4.0356	0.54957	-0.933
	女	172	4.1035	0.45374	
經驗成長	男	78	4.1000	0.42315	-1.311
	女	172	4.2516	1.32980	

註: *為 $p < 0.05$

二、年齡對參與動機之差異分析表

表4-16為年齡的參與動機之差異分析表。結果分析：針對不同年齡在參與動機上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同年齡在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，均未達達顯著差異。推究其原因，可能是樣本數太少，以致研究假設不成立。

表 4-16 年齡在參與動機方面之差異分析表

構面分量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
休閒新知	1.19 歲以下	22	4.1037	0.60228	2.341	NA
	2.20~29 歲	10	4.0417	0.21362		
	3.30~39 歲	163	3.9787	0.46156		
	4.40~49 歲	55	4.1938	0.51554		
	總和	250	4.0436	0.49997		
休閒放鬆	1.19 歲以下	22	4.0889	0.55687	1.712	NA
	2.20~29 歲	10	4.1250	0.35355		
	3.30~39 歲	163	4.0355	0.49393		
	4.40~49 歲	55	4.2248	0.36890		
	總和	250	4.0830	0.48534		
經驗成長	1.19 歲以下	22	3.9944	0.50139	1.126	NA
	2.20~29 歲	10	3.7813	0.08839		
	3.30~39 歲	163	4.2624	1.39525		
	4.40~49 歲	55	4.2965	.47951		
	總和	250	4.2015	1.12289		

註: *為 $p < 0.05$

三、教育程度對參與動機之差異分析表

表 4-17 為教育程度的參與動機之差異分析表。結果分析：針對不同教育程度在參與動機上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同教育程度在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，惟「經驗成長」構面達顯著差異。再進行 Scheffe's Method 事後比較結果發現，「高中(職)」(M=4.67,SD=2.33)在「經驗成長」方面與「大學」(M=4.07,SD=0.45)有顯著差異，故研究假設部分成立。

表 4-17 教育程度在參與動機方面之差異分析表

構面分量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
休閒新知	1.高中(職)	49	4.0145	0.42138	1.671	NA
	2.專科	52	4.0065	0.59063		
	3.大學	133	4.0945	0.49672		
	4.研究所或以上	16	3.7949	0.32026		
	總和	250	4.0436	0.49997		
休閒放鬆2.	1.高中(職)	49	3.9420	0.58502	1.775	NA
	2.專科	52	4.0850	0.45138		
	3.大學	133	4.1234	0.46349		
	4.研究所或以上	16	4.1795	0.37553		
	總和	250	4.0830	0.48534		
經驗成長	1.高中(職)	49	4.6793	2.33015	3.579*	1>3
	2.專科	52	4.0931	0.50240		
	3.大學	133	4.0768	0.45808		
	4.研究所或以上	16	4.1538	0.29823		
	總和	250	4.2015	1.12289		

註：*為 $p < 0.05$

四、職業對參與動機之差異分析

表4-18為職業的參與動機之差異分析表。結果分析：針對不同職業在參與動機上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同職業在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，均未達顯著差異。

表 4-18 職業在參與動機方面之差異分析量表

構面分量表	職業	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
休閒新知	1.學生	11	4.2667	0.56218	1.440	NA
	2.服務業	26	4.1467	0.46228		
	3.自由業	13	4.0513	0.52434		
	4.軍公教	58	4.1156	0.47896		
	5.家管	22	4.0794	0.34809		
	6.一般上班族	88	4.0000	0.49776		
	7.其他	32	3.8710	0.59428		
	總和	250	4.0436	0.49997		
休閒放鬆	1.學生	11	4.1333	0.47661	1.117	NA
	2.服務業	26	4.1733	0.46268		
	3.自由業	13	3.8974	0.68563		
	4.軍公教	58	4.1973	0.45092		
	5.家管	22	4.0476	0.32121		
	6.一般上班族	88	4.0417	0.49728		
	7.其他	32	4.0323	0.51175		
	總和	250	4.0830	0.48534		
經驗成長	1.學生	11	3.7750	0.21890	0.831	NA
	2.服務業	26	4.1600	0.49413		
	3.自由業	13	4.0769	0.42555		
	4.軍公教	58	4.2245	0.39936		
	5.家管	22	3.8929	0.34069		
	6.一般上班族	88	4.3580	1.74848		
	7.其他	32	4.1532	0.47731		
	總和	250	4.2015	1.12289		

註：*為 $p < 0.05$

五、婚姻狀態對參與動機之差異分析表

表 4-19 為婚姻狀態的參與動機 T 檢定分析表。結果分析：針對已婚、未婚在參與動機上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，已婚、未婚在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，均未達達顯著差異。推究其原因，可能是樣本數太少，以致研究假設不成立。

表 4-19 婚姻狀態在參與動機方面 T 檢定分析表

構面分量表	婚姻狀態	人數	平均數	標準差	T 值
休閒新知	未婚	35	4.2083	0.48453	2.057
	已婚	215	4.0180	0.49981	
休閒放鬆	未婚	35	4.2708	0.46711	2.430
	已婚	215	4.0539	0.48382	
經驗成長	未婚	35	4.0781	0.45542	-1.237
	已婚	215	4.2218	1.19631	

註: *為 $p < 0.05$

六、子女數對參與動機之差異分析表

表 4-20 為子女數的參與動機之差異分析表。結果分析：針對不同子女數在參與動機上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同子女數在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，「休閒新知」構面未達顯著差異，其餘「休閒放鬆」及「經驗成長」皆達顯著差異。再進行 Scheffe's Method 事後比較結果發現，子女數「三人(含)以上」(M=5.27,SD=3.03)在「經驗成長」方面分數最高，顯示子女數「三人(含)以上」者在活動參與活動時的動機考量為「經驗成長」。

表 4-20 子女數在參與動機方面之差異分析表

構面分量表	子女數	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
休閒新知	1.0 人	44	4.1000	0.49036	1.741	
	2.1 人	64	4.0106	0.40147		
	3.2 人	116	4.0856	0.55815		
	4.3 人以上	26	3.8533	0.44180		
	總和	250	4.0436	0.49997		
休閒放鬆	1.0 人	44	4.1833	0.50043	3.133 *	NA
	2.1 人	64	3.9947	0.49907		
	3.2 人	116	4.1407	0.45427		
	4.3 人以上	26	3.8933	0.49740		
	總和	250	4.0830	0.48534		
經驗成長	1.0 人	44	3.9500	0.38062	9.722 *	4>1,2,3
	2.1 人	64	4.0397	0.47774		
	3.2 人	116	4.1422	0.47308		
	4.3 人以上	26	5.2700	3.03102		
	總和	250	4.2015	1.12289		

註: *為 $p < 0.05$

七、平均月收入對參與動機之差異分析表

表 4-21 為平均月收入的參與動機之差異分析表。結果分析得知：不同平均月收入在「休閒新知」、「休閒放鬆」、「經驗成長」等三個構面因素中，「休閒新知」、「休閒放鬆」及「經驗成長」構面均達顯著差異。再進行 Scheffe's Method 事後比較結果發現，平均月收入「40,000-50,000」(M=4.26,SD=0.41)在「休閒放鬆」方面分數最高，顯示「40,000-50,000」者在活動參與活動時的動機考量為「休閒放鬆」。

表 4-21 平均月收入在參與動機方面之差異分析量表

構面分量表	月收入	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
休閒新知	1.無收入	23	4.0000	0.55397	4.039*	NA
	2.20000 以下	12	3.9667	0.36683		
	3.20001~30000	77	4.1600	0.46936		
	4.30001~40000	70	3.9130	0.45609		
	5.40001~50000	49	4.1844	0.56811		
	6.50001~60000	19	3.7143	0.31642		
	總和	250	4.0436	0.49997		
休閒放鬆	1.無收入	23	4.0303	0.39720	3.989*	5>4
	2.20000 以下	12	3.8667	0.47661		
	3.20001~30000	77	4.1733	0.50332		
	4.30001~40000	70	3.9275	0.47441		
	5.40001~50000	49	4.2624	0.41082		
	6.50001~60000	19	4.0000	0.55470		
	總和	250	4.0830	0.48534		
經驗成長	1.無收入	23	3.7727	0.20279	3.239*	NA
	2.20000 以下	12	3.8000	0.32914		
	3.20001~30000	77	4.5933	1.83793		
	4.30001~40000	70	4.0362	0.41850		
	5.40001~50000	49	4.1489	0.52559		
	6.50001~60000	19	4.0536	0.35597		
	總和	250	4.2015	1.12289		

註：*為 $p < 0.05$

由上可知不同的背景變項間在參與動機上確實有部分顯著差異，故假設二部分成立。

4.9 不同背景變項間滿意度差異之情形

一、性別對滿意度之 T 檢定分析表

表 4-22 為性別的滿意度 T 檢定分析表。結果分析：針對男、女性在滿意度上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，男、女性在「活動體驗」方面未達顯著差異，而「環境規劃」、「設施規劃」兩方面均達顯著差異。

表 4-22 性別在滿意度方面 T 檢定分析表

構面分量表	性別	人數	平均數	標準差	T 值
環境規劃	男	78	3.7200	0.63267	1.701*
	女	172	3.5916	0.49108	
設施規劃	男	78	3.7200	0.63267	1.701*
	女	172	3.5916	0.49108	
活動體驗	男	78	4.1067	0.40581	-0.25
	女	172	4.1081	0.40926	

註：*為 $p < 0.05$

二、不同年齡對滿意度之差異分析

表 4-23 為年齡的滿意度之差異分析表。結果分析：針對不同年齡在滿意度上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同年齡在「環境規劃」、「設施規劃」、「活動體驗」等三個構面因素中，結果均未達顯著差異。

表 4-23 年齡對滿意度之差異分析表

構面分量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
環境規劃	1.19 歲以下	22	3.6722	0.61658	0.964	NA
	2.20~29 歲	10	3.3750	0.37796		
	3.30~39 歲	163	3.6560	0.51282		
	4.40~49 歲	53	3.5698	0.57302		
	總和	250	3.6340	0.54144		
設施規劃	1.19 歲以下	22	3.6722	0.61658	0.964	NA
	2.20~29 歲	10	3.3750	0.37796		
	3.30~39 歲	163	3.6560	0.51282		
	4.40~49 歲	53	3.5698	0.57302		
	總和	250	3.6340	0.54144		
活動體驗	1.19 歲以下	22	4.1467	0.43776	1.349	NA
	2.20~29 歲	10	4.0250	0.27124		
	3.30~39 歲	163	4.0723	0.39517		
	4.40~49 歲	53	4.2000	0.42314		
	總和	250	4.1080	0.40649		

註: *為 $p < 0.05$

三、教育程度對滿意度之差異分析表

表 4-24 為教育程度的滿意度之差異分析表。結果分析：針對不同教育程度在滿意度上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同教育程度在「環境規劃」、「設施規劃」、「活動體驗」等三個構面因素中，結果均未達顯著差異。

表 4-24 教育程度在滿意度方面之差異分析表

構面分量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
環境規劃	1.高中(職)	49	3.6522	0.56637	0.107	NA
	2.專科	52	3.6275	0.55085		
	3.大學	133	3.6378	0.54891		
	4.研究所或以上	16	3.5577	0.35581		
	總和	250	3.6340	0.54144		
設施規劃	1.高中(職)	49	3.6522	0.56637	0.107	NA
	2.專科	52	3.6275	0.55085		
	3.大學	133	3.6378	0.54891		
	4.研究所或以上	16	3.5577	0.35581		
	總和	250	3.6340	0.54144		
活動體驗	1.高中(職)	49	4.0087	0.37466	1.533	NA
	2.專科	52	4.0902	0.45310		
	3.大學	133	4.1543	0.39456		
	4.研究所或以上	16	4.0769	0.41262		
	總和	250	4.1080	0.40649		

註：*為 $p < 0.05$

四、職業對滿意度之差異分析表

表 4-25 為職業的滿意度之差異分析表。結果分析：針對不同職業在滿意度上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同職業在「環境規劃」、「設施規劃」、「活動體驗」等三個構面因素中，結果均未達顯著差異。

表 4-25 職業在滿意度方面之差異分析量表

構面分量表	職業	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
環境規劃	1.學生	11	3.6000	0.12910	1.469	NA
	2.服務業	26	3.6200	0.55019		
	3.自由業	13	3.3269	0.48288		
	4.軍公教	58	3.5459	0.44098		
	5.家管	22	3.8095	0.59637		
	6.一般上班族	88	3.6903	0.61588		
	7.其他	32	3.6452	0.48207		
	總和	250	3.6340	0.54144		
設施規劃	1.學生	11	3.6000	0.12910	1.469	NA
	2.服務業	26	3.6200	0.55019		
	3.自由業	13	3.3269	0.48288		
	4.軍公教	58	3.5459	0.44098		
	5.家管	22	3.8095	0.59637		
	6.一般上班族	88	3.6903	0.61588		
	7.其他	32	3.6452	0.48207		
	總和	250	3.6340	0.54144		
活動體驗	1.學生	11	4.1800	0.54528	0.395	NA
	2.服務業	26	4.0480	0.49423		
	3.自由業	13	4.0923	0.22532		
	4.軍公教	58	4.1633	0.36895		
	5.家管	22	4.0381	0.44997		
	6.一般上班族	88	4.1068	0.41462		
	7.其他	32	4.1032	0.36100		
	總和	250	4.1080	0.40649		

註：*為 $p < 0.05$

五、婚姻狀態對滿意度之 T 檢定分析表

表 4-26 為婚姻狀態的滿意度 T 檢定分析表。結果分析：針對已婚、未婚在滿意度上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，已婚、未婚在「活動體驗」方面達顯著差異，而「環境規劃」、「設施規劃」兩方面均未達顯著差異。

表 4-26 婚姻狀態在滿意度方面 T 檢定分析表

構面分量表	婚姻狀態	人數	平均數	標準差	T 值
環境規劃	未婚	35	3.7656	0.54970	1.503
	已婚	215	3.6091	0.53630	
設施規劃	未婚	35	3.7656	0.54970	1.503
	已婚	215	3.6091	0.53630	
活動體驗	未婚	35	4.2875	0.48176	2.806*
	已婚	215	4.0755	0.38287	

註: *為 $p < 0.05$

六、子女數對滿意度之差異分析表

表 4-27 為子女數的滿意度之差異分析表。結果分析：針對不同子女數在滿意度上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同子女數在「環境規劃」、「設施規劃」、「活動體驗」等三個構面因素中，結果均未達顯著差異。

表 4-27 子女數在滿意度方面之差異分析表

構面分量表	子女數	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
環境規劃	0 人	44	3.8125	0.49274	1.813	NA
	1 人	64	3.6190	0.60718		
	2 人	116	3.5894	0.53740		
	3 人以上	26	3.5800	0.41282		
	總和	250	3.6340	0.54144		
設施規劃	0 人	44	3.8125	0.49274	1.813	NA
	1 人	64	3.6190	0.60718		
	2 人	116	3.5894	0.53740		
	3 人以上	26	3.5800	0.41282		
	總和	250	3.6340	0.54144		
活動體驗	0 人	44	4.2350	0.42460	2.009	NA
	1 人	64	4.0349	0.39764		
	2 人	116	4.1046	0.36676		
	3 人以上	26	4.1040	0.52637		
	總和	250	4.1080	0.40649		

註：*為 $p < 0.05$

七、平均月收入對滿意度之差異分析表

表 4-28 為子女數的滿意度之差異分析表。結果分析：針對不同子女數在滿意度上之差異分析情形，以單因子變異數分析(ANOVA)分析得知，不同子女數在「環境規劃」、「設施規劃」、「活動體驗」等三個構面因素中，結果均未達顯著差異。

表 4-28 平均月收入在滿意度方面之差異分析量表

構面分量表	月收入	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe's Method
環境規劃	1.無收入	23	3.5909	0.49127	1.877	NA
	2.20000 以下	12	3.9500	0.74349		
	3.20001~30000	77	3.6600	0.58071		
	4.30001~40000	70	3.6920	0.51654		
	5.40001~50000	49	3.4628	0.48895		
	6.50001~60000	19	3.6250	0.42460		
	總和	250	3.6340	0.54144		
設施規劃	1.無收入	23	3.5909	0.49127	1.877	NA
	2.20000 以下	12	3.9500	0.74349		
	3.20001~30000	77	3.6600	0.58071		
	4.30001~40000	70	3.6920	0.51654		
	5.40001~50000	49	3.4628	0.48895		
	6.50001~60000	19	3.6250	0.42460		
	總和	250	3.6340	0.54144		
活動體驗	1.無收入	23	4.1091	0.43085	0.452	NA
	2.20000 以下	12	4.2000	0.74833		
	3.20001~30000	77	4.1520	0.47968		
	4.30001~40000	70	4.0725	0.30673		
	5.40001~50000	49	4.0851	0.31414		
	6.50001~60000	19	4.0571	0.36314		
	總和	250	4.1080	0.40649		

註：*為 $p < 0.05$

由上可知不同的人口背景變項間在滿意度上有部分顯著差異，故假設三部分成立。

4.10 生活型態與參與動機之差異分析

旨在瞭解生活型態與參與動機之差異程度，如表 4-29 為不同生活型態的參與動機 T 檢定分析表。以生活型態個構面平均數為基準，將各型態分出兩組，進行差異 T 檢定分析。結果分析：針對不同生活型態在參與動機上之差異分析情形，以獨立樣本 T 檢定分析得知，在生活型態中四個構面因素與參與動機中三個構面因素的差異程度中，所有生活型態類型在「經驗成長」構面皆達顯著差異，故研究假設四部分成立。

表 4-29 生活型態與參與動機之差異分析表

生 活 型 態	參 與 動 機				
	構面分量表	\bar{X} ：平均數	休閒新知	休閒放鬆	經驗成長
			T 值		
精 打 細 算	$X1 < 3.82(\bar{X})$	-0.996*	-1.072	-2.531*	
	$X2 > 3.82(\bar{X})$				
社 群 活 躍	$X1 < 3.68(\bar{X})$	-1.189	-1.236	-2.071*	
	$X2 > 3.68(\bar{X})$				
追 求 流 行	$X1 < 2.76(\bar{X})$	0.453	-0.400	-1.278*	
	$X2 > 2.76(\bar{X})$				
嘗 試 新 知	$X1 < 3.50(\bar{X})$	-3.963	-3.523	-2.857*	
	$X2 > 3.50(\bar{X})$				

註：*為 $p < 0.05$

4.11 生活型態與滿意度之相關分析

旨在瞭解生活型態與滿意度之相關程度，如表 4-30 生活型態與滿意度之相關分析表。利用 Pearson 積差相關分析法，當相關係數顯著性考驗 $P < 0.05$ 時，表示變項間相關性達到顯著，積差相關係數數值介於-1 至+1 之間，當相關性顯著且相關係數為正值時，表示變項間呈現正相關，相關係數為負值時，表示變項間呈現負相關（吳明隆,2009）。

在生活型態中四個構面因素與滿意度中三個構面因素的相關程度，在二十個分項相關係數部分未達顯著水準（ $p < 0.05$ ），主要為生活型態中「追求流行」對整體滿意度。推其原因，他里霧繪本館主要整體規劃是以親子閱讀繪本為主，對於生活型態屬「追求流行」者的需求無法滿足，故未能達到顯著水準。但整體生活型態與滿意度相關係數呈正相關，皆達顯著水準（ $p < 0.05$ ），顯示出生活型態之構面對於他里霧繪本館之滿意度具有相關性影響，故假設五成立。

表 4-30 生活型態與滿意度之相關分析表

生活型態	滿意度			
	構面	環境規劃	設施規劃	活動體驗
精打細算	0.297**	0.297**	0.244**	0.313**
社群活躍	0.377**	0.377**	0.208**	0.367**
追求流行	0.114	0.127	-0.15	0.98
嘗試新知	0.18	0.18	0.220**	0.162**
整體	0.329**	0.329**	0.233**	0.333**

註: *為 $p < 0.05$, **為 $p < 0.001$

4.12 參與動機與滿意度之相關分析

旨在瞭解生活型態與滿意度之相關程度，如表 4-31 參與動機與滿意度之相關分析表。利用 Pearson 積差相關分析法，當相關係數顯著性考驗 $P < 0.05$ 時，表示變項間相關性達到顯著，積差相關係數數值介於-1 至+1 之間，當相關性顯著且相關係數為正值時，表示變項間呈現正相關，相關係數為負值時，表示變項間呈現負相關（吳明隆,2009）。

在參與動機中三個構面因素與滿意度中三個構面因素的相關程度，在十六個分項相關係數部分未達顯著水準（ $p < 0.05$ ），主要為參與動機中「經驗成長」對整體滿意度。推其原因，他里霧繪本館的活動多為「志工媽媽說故事」，活動多元性不足，故無法滿足「經驗成長」者的需求，故未能達到顯著水準。但整體參與動機與滿意度相關係數呈正相關，皆達顯著水準（ $p < 0.05$ ），亦顯示出參與動機之構面對於他里霧繪本館之滿意度具有相關性影響，故假設六成立。

表 4-31 參與動機與滿意度之相關分析表

參 與 動 機	滿 意 度				
	構面	環境規劃	設施規劃	活動體驗	整體
	休閒新知	0.227**	0.227**	0.380**	0.349**
	休閒放鬆	0.293**	0.265**	0.438**	0.369**
	經驗成長	0.55	0.55	0.34	0.55
	整體	0.214**	0.290**	0.296**	0.262**

註：*為 $p < 0.05$ ，**為 $p < 0.001$

關於遊客生活型態、參與動機及滿意度之相關假設情形詳如 4-31 研究假設之彙整表。對於不同人口變項在生活型態、參與動機與滿意度中均呈現部分顯著情形。且以整體而言，在生活型態、參與動機及滿意度方面相關係數呈現正向相關，故互有相關性影響。

表 4-31 本研究假設之彙整表

	本研究假設	實證結果
H1	不同人口變項的生活型態有差異。	部分成立
H1a	不同性別在生活型態上有顯著差異。	不成立
H1b	不同年齡在生活型態上有顯著差異。	部分成立
H1c	不同教育程度在生活型態上有顯著差異。	成立
H1d	不同職業在生活型態上有顯著差異。	成立
H1e	不同婚姻狀態在生活型態上有顯著差異。	不成立
H1f	不同子女數在生活型態上有顯著差異。	部分成立
H1g	不同平均月收入在生活型態上有顯著差異。	部分成立
H2	不同人口變項的參與動機有差異	部分成立
H2a	不同性別在參與動機上有顯著差異。	不成立
H2b	不同年齡在參與動機上有顯著差異。	不成立
H2c	不同教育程度在參與動機上有顯著差異。	部分成立
H2d	不同職業在參與動機上有顯著差異。	不成立
H2e	不同婚姻狀態在參與動機上有顯著差異。	不成立
H2f	不同子女數在參與動機上有顯著差異。	部分成立
H2g	不同平均月收入在參與動機上有顯著差異。	部分成立
H3	不同人口變項的滿意度有差異	部分成立
H3a	不同性別在滿意度上有顯著差異。	部分成立
H3b	不同年齡在滿意度上有顯著差異。	不成立

H3c	不同教育程度在滿意度上有顯著差異。	不成立
H3d	不同職業在滿意度上有顯著差異。	不成立
H3e	不同婚姻狀態在滿意度上有顯著差異。	部分成立
H3f	不同子女數在滿意度上有顯著差異。	不成立
H3g	不同平均月收入在滿意度上有顯著差異。	不成立
H4	不同生活型態在參與動機上有顯著差異。	部分成立
H5	不同生活型態對他里霧繪本館之滿意度有正相關。	成立
H6	不同參與動機對他里霧繪本館的滿意度有正相關。	成立

資料來源:本研究整理



第五章 結論與建議

本章將依前述資料討論與分析結果，主要依目的而探討他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機與滿意度之相關研究。經研究者依研究目的及文獻中修正之「生活型態量表、參與動機量表、滿意度量表」為研究工具，以前往他里霧繪本館之遊客為主，藉由問卷調查及 t 檢定、單因子變異數分析、皮爾遜相關分析等統計方法，利用統計軟體分析影響各變項之間實證分析與各項假設，最後彙整成相關結論並提出具體建議，本章分為第一節結論，第二節研究限制，第三節建議。

5.1 結論

本節根據問卷資料分析結果及研究目的，提出以下結論：

一、背景變項敘述性統計

本研究應答者性別以女性居多，與王儷芬(2011)、李貽鴻、甘棠沖、陳宏斌(2010)柯丞珮(2013)研究中藝文活動參與者比例以女性比例較高相同；而應答者年齡以 30-39 歲居多，與陳雪亮、劉永倫、魏華成(2008)、柯丞珮(2013)研究相符；應答者的婚姻以已婚居多，與簡彩完、黃長發(2010)研究相符；應答者學歷以大學居多，與王怡菁(2010)、柯丞珮(2013)相符；應答者之職業以一般上班族居多，與張鈞凱(2005)、陳怡麟(2006)、柯丞珮(2013)研究相符；受訪者平均月收入 20,000 元至 30,000 元居多，與張綱玲(2010)、林怡伶(2006)相符；而應答者居住地以雲林當地人居多，與蘇雅君(2010)研究到訪鶯歌遊客居住地多有地緣關係相符。

綜合上述所見，本研究的應答者多為已婚女性，由於家庭角色受限，故較偏好靜態或團體性的；而年齡介於 30-39 歲間正處於家庭築巢期，會選擇適合闔家參與的休閒活動以尋求家庭生活。職業為一般上班族，在參與藝文活動方面不僅在金錢、時間上較有充裕的選擇，居住地較多為雲林當地。與 Russell(2002)認為職業特性與收入會影響參與活動的選擇，且居住地會影響其在參與活動時考量近便性相符。

二、參與經驗敘述性統計

本研究應答者同行者多為家人小孩且第一次前往最多，與梁育誠(2011)、柯丞珮(2013)研究相符；資訊來源以當地人最多，停留時間1小時居多，與柯丞珮(2013)、陳宏斌(2010)、溫素瑜(2010)不相符，推論其原因，他里霧繪本館之活動以繪本閱讀、親子DIY及志工媽媽說故事為主，缺乏多元性的活動安排，故停留時間以一小時最多。

三、他里霧繪本館遊客生活型態、參與動機及滿意度分析之現況。

從本研究資料顯示，就「生活型態」方面，以「嘗試新知」之顯著得分最高；其次為「社群活躍」、「精打細算」，又以「追求流行」顯著得分最低。就「參與動機」方面，以「經驗成長」為之顯著最高得分；其次為「休閒放鬆」，又以「休閒新知」顯著得分最低。就「滿意度」方面，以「活動體驗」；其次為「設施規劃」，又以「環境規劃」分數較低。

四、不同背景變項對生活型態、參與動機及滿意度之差異結果

(一)就「生活型態」方面，在不同性別、婚姻狀態並無差異；但不同職業、教育程度有顯著差異。

(二)就「參與動機」方面，在不同性別、年齡、職業及婚姻狀態無顯著差異；在不同教育程度、子女數、平均月收入則有顯著差異。

(三)就「滿意度」方面，除了不同性別、職業有顯著差異外，其餘皆未達無顯著差異。

五、生活型態對參與動機之差異情形

從研究資料顯示，所有生活型態類型對參與動機中「經驗成長」構面皆達顯著差異。

六、生活型態對滿意度之相關情形

在生活型態構面中「追求流行」對整體滿意度的相關係數未達顯著水準。推其原因，他里霧繪本館主要整體規劃是以親子閱讀繪本為主，對於生活型態屬「追求流行」者的需求無法滿足，但整體生活型態與滿意度相關係數據呈正相關，顯示出生活型態對於他里霧繪本館之滿意度具有相關性影響。

七、參與動機對滿意度之相關情形

在參與動機構面中「經驗成長」對整體滿意度之相關係數未達顯著水準。推其原因，他里霧繪本館的活動多為「志工媽媽說故事」，活動多元性不足，故無法滿足「經驗成長」者的需求，但整體參與動機與滿意度相關係數據呈正相關，顯示出參與動機對於他里霧繪本館之滿意度具有相關性影響。

5.2 研究限制

5.2.1 研究方法方面

本研究因人力與時間限制，只採用文獻分析與問卷調查法來進行研究。但是，問卷調查的量化資料，仍會因受試者個人背景不同與對問卷認知的差異，無法反應出實際的狀況。且社會科學的研究，若僅以這兩種方法來進行研究，是無法呈現研究主體的真實面貌。故建議未來研究方法可加入質性研究，例如：深度訪談法或是行動研究法等，以質性研究輔以量化研究，增加研究的深度與價值。

5.2.2 研究樣本方面

本研究限於時間、人力與經費，以及調查的方便性，所選取的研究樣本僅為他里霧繪本館之遊客為主，施測時間有限，無法完整呈現他里霧繪本館遊客之生活型態、參與動機，建議未來研究對象，可擴大至整個他里霧文化園區的所有館藏，將研究結果與本研究做比較分析，以使研究推論範圍及應用層面更加廣泛。

5.2.3 研究變項方面

由於影響生活型態、參與動機及滿意度相關變數複雜且繁多，後續研究者可以朝向更周詳更貼切的考量融入更多的生活特質、背景變項、參與動機、社會支持……等，使研究更為周延。

5.3 建議

根據本研究結果發現不同生活型態、參與動機對整個展館活動之滿意度是有相當的影響性。做出以下建議：

- 一、繪本館方面：整個他里霧文化園區尚有許多分館，如：他里霧生活美學館，雲林環境教育館，68 電影館，他里霧漫畫館，可採用一些積極主動的行銷策略，活化整個他里霧文化園區的經營。此外，整個園區未設有停車場，目前僅有路邊少數停車格，應加強改善停車問題。無形中延長遊客停留時間，增加遊客的多元選擇性，便可提高對他里霧繪本館之滿意度。
- 二、給後期研究者：受限於時間、人力及調查方便性，本研究尚有發展空間。建議若對此研究有興趣之學者，在資料上可增加來館人數及借閱情況之調查；在研究方法上，可採用問卷及訪談並行，以對問題進行深入探討。

參考文獻

中文部分

一、書籍

吳明隆(2009)，SPSS 操作與應用-問卷統計分析實務，台北，五南圖書出版股份有限公司。

林淑馨(2008)，非營利組織管理。台北市，三民。

林清山、張春興(1987)，教育心理學，台北：東華

國家圖書館(2012)，圖書出版現況調查報告，台北。

國家圖書館(2013)，圖書出版現況調查報告，台北。

國家圖書館(2014)，圖書出版現況調查報告，台北。

二、期刊

王怡菁(2010)，東豐綠廊自行車休閒活動之休閒效益與滿意度之研究，嶺東體育暨休閒學刊，第八期，113-130 頁。

白滌清、洪毓娃、張馨月(2008)，探討台灣地區生活型態與消費趨勢，台灣經濟研究月刊，第三期，第十二卷，29-36 頁。

吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(2004)，玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度及重遊意願之研究，國家公園學報，第 14 卷，第 2 期，23-41。

李貽鴻、甘唐沖、陳宏斌(2010)，北縣鶯歌陶瓷博物館觀光動機與滿意度之研究，運動與休憩研究，第四期，第四卷，63-80 頁。

林紀玲(2013)。不同文化族群生活型態、運動型態、運動參與與參與動機及阻礙因素之調查研究—以屏南地區中高齡者為例，休閒運動保健學報，4，1-16。

林淑婷(2000)，台灣地區鄉鎮圖書館發展概況，台北市立圖書館館訊，17(3)，頁 1-8。

- 洪文瓊(2004)，臺灣圖畫書系列探討(1)--圖畫書與臺灣圖畫書出版生態，全國新書資訊月刊，75期，頁4-9。
- 張梨慧(2013)。節慶活動參與動機、價值體驗、滿意度、行為意圖之研究—以金門中秋博狀元餅活動為例，國立金門大學學報，3，69-82。
- 許哲翰(2014)，生活型態與休閒態度之探討，黎明技術學院企業管理系，文大商管學報，2卷，27-52頁，臺北市。
- 陳光華(2006)，生態旅遊遊客行為建構—以旅遊動機為中介變項，休閒暨觀光產業研究，第1卷，第1期，1-18頁。
- 陳宏斌(2011)，參與者參與節慶活動動機區隔之研究—以澎湖元宵節為例，休閒產業管理學刊，4(1)，21-39頁。
- 陳寶媛、徐景岳(2008)，從繪本閱讀族群解析看公共圖書館之繪本閱讀推廣，圖書與資訊學刊，第67期，51-71頁。
- 曾淑賢(1996)，台灣地區推廣兒童圖書館利用教育之近況，書苑季刊，29期，頁49-63。
- 黃長發、簡采完(2009)，主題樂園遊客體驗價值、顧客滿意度及休閒效益之研究，台灣體育運動管理學報，第一期，第四卷，1-37頁。
- 張鳴燕(2010)，臺灣兒童圖書館員對專業知能的需求與看法，台北市立圖書館訊，頁39-60。
- 楊景文(2012)，大學生生活型態與休閒參與動機之研究，休閒保健期刊，第四期4，187-200頁。
- 鄭天明、陳美存(2007)，以節慶活動吸引力探究參與者參與動機、滿意度與忠誠度之關係：兼論不同的參與經驗，觀光研究學報，13(4)，327-346。
- 鮑敦瑗、張允熙、陳銘嘉(2011)，親子活動參與動機與效益，休閒保健，6期，明道大學，台中。

三、學位論文

王錦惠(2012)，親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度程度相關之研究，南華大學出版與文化事業管理研究所，嘉義縣。

王儷芬(2011)，枋寮 F3 藝文特區遊客之目的地意象與休閒效益之研究，國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士論文，未出版。

朱秋華(2006)，食譜書籍購買者的生活型態與消費行為之研究，中國文化大學生活應用研究所，台北市。

呂美利(2013)，運動參與動機、運動設施滿意度、休閒效益與生活品質之研究——以嘉義地區運動參與者為例，未出版碩士論文，南華大學旅遊管理學研究所，嘉義縣。

李媽紅(2000)，台北市兒童圖書館與兒童書店合作之可行性研究與合作模式之建構，國立台灣大學圖書資訊研究所碩士論文。

周正秋(1998)，高雄市專業人員休閒態度與生活型態之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。

周均育(2001)，兒童圖書館員、父母與幼稚園教師對兒童閱讀行為影響之研究，國立中興大學，圖書資訊學研究碩士論文。

林怡伶(2006)，國立傳統藝術中心參訪者動機與滿意度之研究，國立台北大學人文學院民俗藝術研究碩士論。

林慈鳶(2008)，花蓮新象繪本館教育活動行銷策略研究，花蓮教育大學視覺藝術研究所。

柯丞珮(2013)，民眾前往台中文化創意園區之生活型態、休閒動機與其休閒效益之研究，大業大學管理學院，彰化縣。

洪嘉文(1997)，領導型態與工作滿意關係之實證研究，國立臺灣師範大學，臺北市。

洪世全(1995)，服務品質、服務價值與顧客滿意度的關係，國立台灣大學商學研究所碩士論文，台北市。

- 孫光興(2007)，民眾參與藝文活動之動機與休閒體驗之研究—以台北客家文化園區為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 張美玉(2012)，旅遊參與動機、觀光吸引力、服務品質、滿意度與重遊意願之研究—以中國大陸來台灣觀光旅客為例，未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理學研究所，嘉義縣。
- 張鈞凱(2005)，地方居民對地方產業文化活動的參與動機與效益認知之研究—以草鞋墩國際稻草文化節為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 張網玲(2006)，博物館觀眾休閒生活型態與休閒效益—以國立自然科學博物館為例，台中教育大學環境教育所。
- 梁育誠(2011)，遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家文化園區為例，屏東教育大學生態休閒教育教學碩士論文，未出版。
- 陳怡麟(2006)，居民對南瀛總爺藝文中心之遊憩印象與休閒效益認知之研究，大葉大學休閒事業管理學系。
- 黃偉豪(2004)，圖書消費行為與購買者特性之關聯性研究—以台北市高中職學生為例，南華大學出版事業管理研究所。
- 黃婷鈺(2010)，節慶活動參與者生活型態之研究，淡江大學國際貿易學系國際企業學碩士班，新北市。
- 溫素瑜(2010)，博物館參訪者意象、服務品質與滿意度之研究—以美濃客家文物館為例，南台科技大學休閒事業管理學系，未出版。
- 劉明哲(2003)，消費者生活型態、消費者購買涉入程度與廣告訴求對廣告效果之影響—以行動電話為例，中國文化大學國際企業管理研究所。台北市。
- 盧建昇(2010)，服務品質、滿意度與忠誠度之相關研究—以雲林古坑蜜蜂故事館為例，南華大學旅遊管理學系，嘉義縣。
- 蕭翔云(2011)，推廣兒童閱讀之研究—以台中市一間私立兒童圖書館為例，朝陽科技大學幼兒保育系碩士論文，台中市。

謝瑞榮(2010)，休閒動機與休閒滿意度之研究—以自然科學博物館家庭卡觀眾為例，

大葉大學休閒與運動管理學碩士論文，未出版。

饒梅芳(2005)，台灣地區鄉鎮圖書館閱讀推廣活動之研究，國立政治大學圖書資

訊所碩士論文，新竹縣。



英文部分：

- Arnold, R. (2005, July). Charming the next generation. *School Library Journal*, 51(7), 30-32.
- Aronson, S. M. (2004, May). Where the wild things are: The power and challenge of adolescent group work. *The Mount Sinai Journal of Medicine*, 71(3), 174-180.
- Billman, L.W. (2002, November). Aren't these books for little kids *Educational Leadership*, 60, 48-51.
- Carroll, B. & Alexandris, K. (1997). Perception of constrains and strength of motivation: Their relationship to recreational sport participation in Greece. *Journal of Leisure research*, 29(3), 279-299.
- Cianciolo, P. J. (1981). Picture books for children. (2nd ed.). Chicago: ALA.
- Cordes, K. A. & Ibrahim, H. M.(1999). Applications in recreation & leisure: For today and the future (2nd ed) WCB: Mc Graw-Hill.
- 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(2), 193-218.
- Crum, S. (2007, March). Using picture books to teach literacy techniques. *Book Links*, 57-60. Retrieved October 6, 2008,
- Csikszentmihalyi, M. & Kleiber, D. A. (1991). Leisure and self actualization. In B. L.Driver, P.J. Brown, & G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure* (pp.99-102). State College, PA: Venture Publishing.
- Dorfman, P. W.(1979) Measurement and Meaning of Recreation satisfaction- A Case Study in Camping Environment and Behavior, 11(4), 483-510.
- Douglas, S. P., & Urban, C. D. (1977). Life style analysis to profile woman ininternational markets. *Journal of Marketing*, 41, 46-54.
- Engel, J. F., Kollat, D. T & Blackwell, R. D.(1982). Consumer behavior, 4th ed . Taipei: Hwaiai CO.

- Gonzalez, A. M and Bello, L. (2002). The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers. European Journal of Marketing, 36(1/2),51-85.
- Hansen, C. C., & Zambo, D. (2005, August). Piaget, meet Lilly: Understanding child development through picture book characters. Childhood Education Journal, 33(1), 39-45.
- Iso- Ahola, S. E.(1989). Motivation for lisure. In E. L.Jackson & T. L. Burton(Eds.), Understanding leisure and recreation mapping the past charting the future. State College, PA: Ventuer publishing, Inc.
- Kelly, J. R.(1978). Family leisure in three communities . Journal of Leisure Research, 10,47-60
- Kolter, P.(1991). Marketing management: Analysis, planning and control.(7th) ed. Prentice Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Marketing Management, 12th (Ed.). Upper SaddleRiver, NJ: Prentice Hall.
- Maslow, A. H.(1987). Motivation and personality (3 rd ed.). NY: Harper and Row.
- Plummer, J. T.(1974). The Concept and application of iife style segmentation. Journal of Marketing, 38(1),34-35.
- Park, J. P. (1998). An Analysis of the training staisfaction of elite track and field atheletes in the Republic of Korea.Unpublished docto dissertation, United States Sports Academy, Alabama.
- Riemer, H. A. (1995). Development of the athlete satisfaction questionnaire. Unpublished doctoral dissertation. The Ohio State University.
- Riemer, H. A., & Chelladurai, P. (1998). Development of athlete satisfaction questionnaire. Journalof Sport & Psychology, 20,133-134.
- Samdahl, D. M. &Jekubovich, N. J. (1997) A critique of leisure constrains: Comparative analyses and understandings . Journal of Leisure Research, 29,430-452.

附錄

他里霧繪本館遊客之生活型態、參與動機及滿意度之問卷調查表

編號：

親愛的先生、女士，您好：

首先，十分感謝您參與本問卷之填寫。這是一份學術研究的問卷，主要目的在於了解您的生活型態與參與動機類型，及對他里霧繪本館的滿意度調查。本問卷採匿名方式進行，僅供學術研究之用。您的意見對本研究非常重要，希望能得到您充分的支持與鼓勵，由衷感謝您！

敬祝 平安順心

南華大學 文化創意事業管理所
指導教授：洪林伯
研究生：李佳穎

1. 這是您第幾次前來他里霧繪本故事館？
① 第一次 ② 第二次 ③ 第三次以上
2. 請問您此次前來同行的人為何？
① 單獨前來 ② 親戚小孩 ③ 朋友 ④ 同事 ⑤ 同學
3. 您對他里霧繪本館的相關資訊來源為何？
① 政府或民間宣傳品 ② 電腦網路 ③ 電視廣播 ④ 報章或旅遊雜誌
⑤ 親友介紹 ⑥ 在地人 ⑦ 其他
4. 您此次前來他里霧繪本館的主要目的？
① 觀光旅遊 ② 慕名而來 ③ 親子閱讀 ④ 路過
⑤ 住附近到此休閒散步遊憩
5. 此次前來停留的時間大約：
① 1 小時 ② 2 小時 ③ 3 小時以上

第二部分：生活型態

項 目	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 價格是我購物的第一個考慮因素。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 貨比三家，是可以買到價廉物美的東西。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我通常在折扣期間到百貨公司購物，平時只是看看參考。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我購買食品時一定會注意產品來源，以確實購買安心有保障的商品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 在社交活動裡，我是較活躍的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我常和家人一起逛街、出外旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我喜歡戶外活動，不喜歡悶在家中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我很注意流行趨勢和變化。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我比較喜歡都市，較不喜歡鄉下。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我喜歡追求流行、時髦與新奇的東西。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我對新奇有趣的事物，喜歡去嘗試。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我對新鮮的事物接受度高。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我喜歡從事有創意的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我會在工作之餘，努力吸收新知。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：參與動機

項 目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 可以啟發孩子的創意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 能給孩子有更好的經驗感受。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 可以增進家庭的凝聚力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 可增加孩子的自我了解。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 可以自由從事自我喜愛的藝文活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 可以紓解日常生活中的壓力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 可以放鬆自己的心情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 參與藝文活動可以增添生活情趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 可以增進孩子問題解決的能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 提高家庭生活品質。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：滿意度

項 目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 繪本館的空間動線很流暢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 到達繪本館的交通相當便利。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 繪本館具有完善的停車場地。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 館區內環境乾淨舒適。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 館區寬廣的活動空間很吸引我。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 館區所提供的閱讀活動很有意義。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 繪本館提供的讀物很豐富。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 繪本館的館藏搜尋很便利。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 對館內的書籍數量感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 服務人員能適時給予閱讀指導服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 在活動過程中，心情是愉悅的，增添另一番樂趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我覺得繪本館的活動具有親子同樂的功能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 繪本館的服務人員態度都很和善。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我對繪本館的整體服務相當滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分：個人基本資料

1. 性別：①男性 ②女性
2. 年齡：①19歲以下 ②20~29歲 ③30~39歲 ④40~49歲
⑤50歲以上
3. 教育程度：①國中以下 ②高中(職) ③專科 ④大學
⑤研究所或以上
4. 職業：①學生 ②服務業 ③自由業 ④軍公教 ⑤家管
⑥一般上班族 ⑦其他
5. 婚姻狀態：①未婚 ②已婚
6. 子女數：①0人 ②1人 ③2人 ④3人以上
7. 平均月收入：①無收入 ②20,000以下 ③20,001~30,000
④30,001~40,000 ⑤40,001~50,000
⑥50,001~60,000
8. 居住地：①雲林(當地居民) ②北部地區(基、北、桃、竹)
③中部地區(苗、中、彰、投) ④南部(嘉、南、高、屏)
⑤東部地區(宜、花、東) ⑥外島(澎、金、馬)

本問卷至此結束，感謝您的合作！