



107 年度臺北 e 大數位學習網滿意度調查 性別統計分析報告

報告日期：107 月 12 月 12 日

目錄

一、 前言.....	1
二、 調查結果性別統計分析及精進措施.....	1
(一) 問卷基本資料.....	1
(二) 第一構面：【臺北 e 大形象及期望】滿意度性別統計分析.....	7
(三) 第二構面：【網站系統服務】滿意度性別統計分析.....	8
(四) 第三構面：【課程內容】滿意度性別統計分析.....	10
(五) 第四構面：【延伸服務】滿意度性別統計分析.....	12
(六) 第五構面：【顧客整體滿意度與品牌忠誠度】性別統計分析.....	14
(七) 各項滿(同)意度調查結果彙整.....	15
(八) 第六構面：【使用者行為】性別統計分析.....	20
三、 結論.....	33
四、 附件.....	36
附件 1：【問卷基本資料】次數分配圖表.....	36
附件 2：【第一構面】臺北 e 大形象及期望滿意度次數分配圖表.....	38
附件 3：【第二構面】網站系統服務滿意度次數分配圖表.....	40
附件 4：【第三構面】課程內容滿意度次數分配圖表.....	43
附件 5：【第四構面】延伸服務滿意度次數分配圖表.....	47
附件 6：【第五構面】顧客整體滿意度與品牌忠誠度次數分配圖表.....	52
附件 7：【第六構面】使用者行為次數分配圖表.....	55
附件 8：對臺北 e 大的其他建議彙整表.....	63
附件 9：107 年度臺北 e 大數位學習網滿意度調查問卷.....	67

表目錄

表 1：問卷調查與母體臺北 e 大會員性別比率比較表	1
表 2：問卷調查與母體臺北 e 大會員公務人員比率比較表	4
表 3：問卷調查與母體臺北 e 大會員市府員工比率比較表	5
表 4：臺北 e 大形象及期望構面滿意度統計檢定彙整表	7
表 5：網站系統服務構面滿意度統計檢定彙整表	8
表 6：課程內容構面滿意度統計檢定彙整表	10
表 7：延伸服務構面滿意度統計檢定彙整表	12
表 8：顧客整體滿意度與品牌忠誠度構面統計檢定彙整表	14
表 9：五大構面 21 項目五分位平均數排行表	17
表 10：五大構面 21 項目五分位平均數性別檢定結果彙整表	19
表 11：得知臺北 e 大課程及學習推廣活動主要管道比較表	20
表 12：習慣的上課介面比較表	21
表 13：使用臺北 e 大網站頻率比較表	22
表 14：偏好上臺北 e 大時間比較表	22
表 15：偏好上臺北 e 大時段比較表	23
表 16：最想選修的課程類別男女排行對照表	23
表 17：最想選修的課程類別男女排行平均數統計檢定彙整表	24
表 18：臺北 e 大 6 大類課程男女性實際選修情形比較表	25
表 19：未來強化與會員的互動方式排行平均數統計檢定彙整表	26
表 20：認為最適當的課程長度比較表	27
表 21：選讀臺北 e 大課程的主要原因比較表	28
表 22：選擇加入臺北 e 大會員的主要原因比較表	29
表 23：不加入臺北 e 大會員的主要原因比較表	31

圖目錄

圖 1：問卷調查與母體臺北 e 大會員性別比率比較圖	2
圖 2：問卷調查年齡百分比分佈圖	2
圖 3：問卷調查學歷百分比分佈圖	3
圖 4：問卷調查行業別百分比分佈圖	3
圖 5：問卷調查市府員工百分比分佈圖	4
圖 6：問卷調查職務百分比分佈圖	6
圖 7：問卷調查臺北 e 大會員百分比分佈圖	6
圖 8：五大構面 21 項目五分位平均數比較圖	15
圖 9：得知臺北 e 大課程及學習推廣活動管道得票比率圖	20
圖 10：選讀臺北 e 大課程的主要原因得票比率圖	28
圖 11：選擇加入臺北 e 大會員的主要原因比率分佈圖	30
圖 12：不加入臺北 e 大會員的主要原因比率分佈圖	31

一、前言

為提供更符合會員需求的優質數位學習服務，並吸引更多民眾運用「臺北 e 大數位學習網」(以下簡稱臺北 e 大)自主學習，提升個人知識涵養，本處自 92 年起，每年度辦理一次臺北 e 大滿意度調查，希冀廣蒐會員意見，作為臺北 e 大研擬營運策略之參考。本(107)年度首次透過此問卷調查進行性別統計分析，瞭解不同性別對臺北 e 大「形象及期望」、「網站系統服務」、「課程內容」、「延伸服務」、「顧客整體滿意度與品牌忠誠度」等五構面的認知差異與「使用者行為」差異情形，藉以檢視臺北 e 大各面向營運上是否兼顧到不同性別之需求，以及未來可再精進之方向。

本年度臺北 e 大滿意度調查期間自 107 年 9 月 28 日至 10 月 18 日止，透過臺北 e 大網站首頁、臺北大樂在學習 FB 粉絲專頁、市府官網、市府 FB 粉絲專頁(我是台北人)及本處實體班期披露訊息，推廣上網填答，回收問卷計 1,479 份，其中 9 份為空值，可分析問卷計 1,470 份，與去(106)年有效問卷 414 份相比，共增加 1056 份，成長約 255%。以下謹就調查結果進行性別統計分析，並提出結論供未來業務執行參考。

二、調查結果性別統計分析及精進措施

(一)問卷基本資料

(細項次數分配資料請參閱附件 1)

1、性別：

表 1：問卷調查與母體臺北 e 大會員性別比率比較表

類別		合計	男	女
107 年度滿意度問卷填答數	人數	1,470	509	961
	比率	100%	34.6%	65.4%
累計會員數 (截至 107/10/31 止)	人數	816,216	343,708	472,508
	比率	100%	42.1%	57.9%
活躍會員數 (107/1/1-10/31 有使用臺北 e 大的 會員數)	人數	193,788	87,754	106,034
	比率	100%	45.3%	54.7%

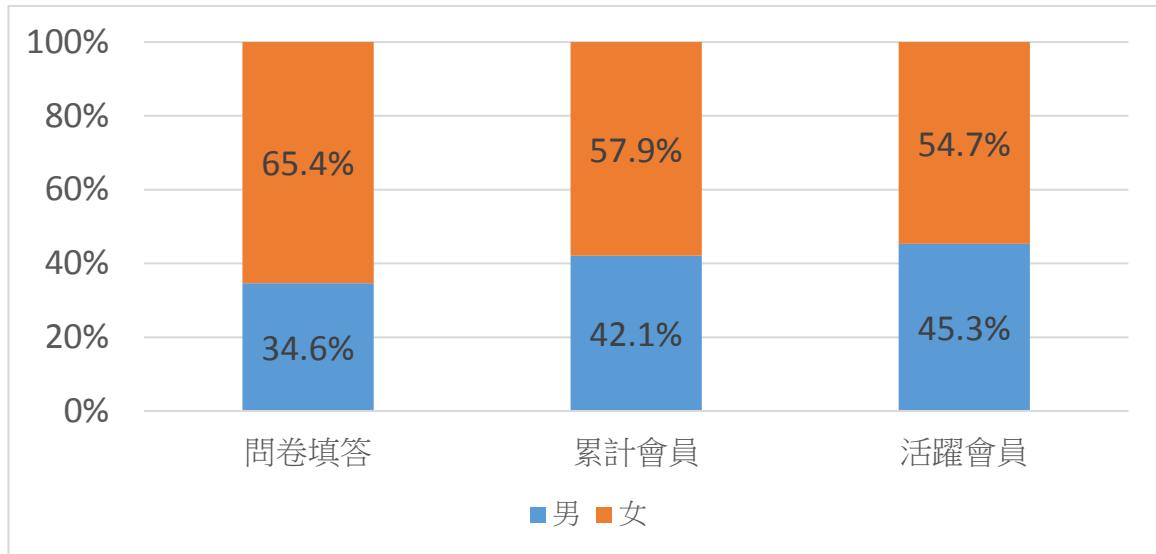


圖 1：問卷調查與母體臺北 e 大會員性別比率比較圖

本次回收 1,470 份有效問卷中，男性填寫者計 509 人，女性填寫者計 961 人，性別比例男:女為 34.6%：65.4%。與臺北 e 大截至 107 年 10 月 31 日止「累計會員數」性別比例 42.1%：57.9%，及 107 年度 1~10 月間有使用臺北 e 大之「活躍會員數」性別比例 45.3%：54.7%相較，本次問卷回收數女性比率偏高，分別高出 7.5%、10.7%。

2、年齡：

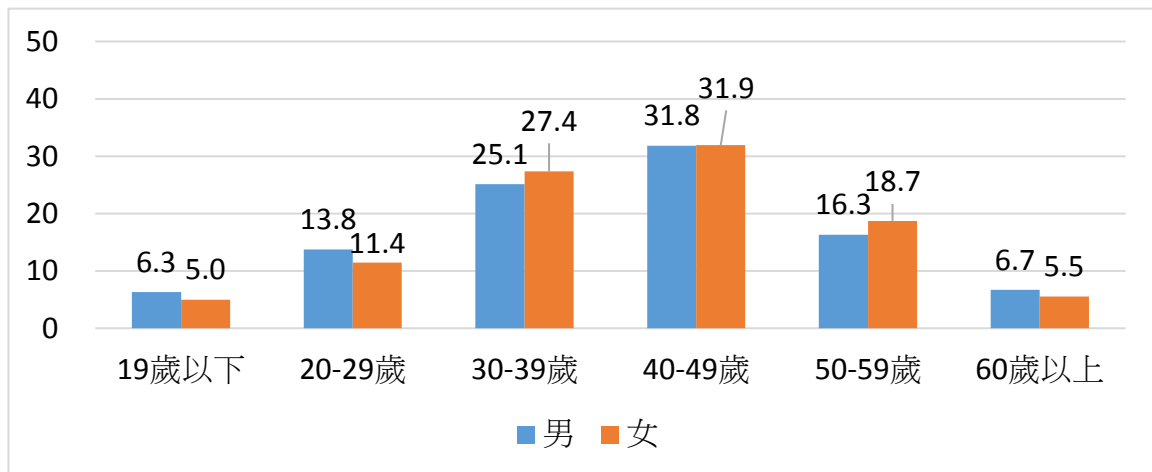


圖 2：問卷調查年齡百分比分佈圖

本次問卷填寫者之年齡比率，男女皆以 40~49 歲間最高，比率分別為 31.8%、31.9%，30~39 歲間者次之，比率分別為 25.1%、27.4%。(年齡無完整母體資料可比較)

3、學歷：

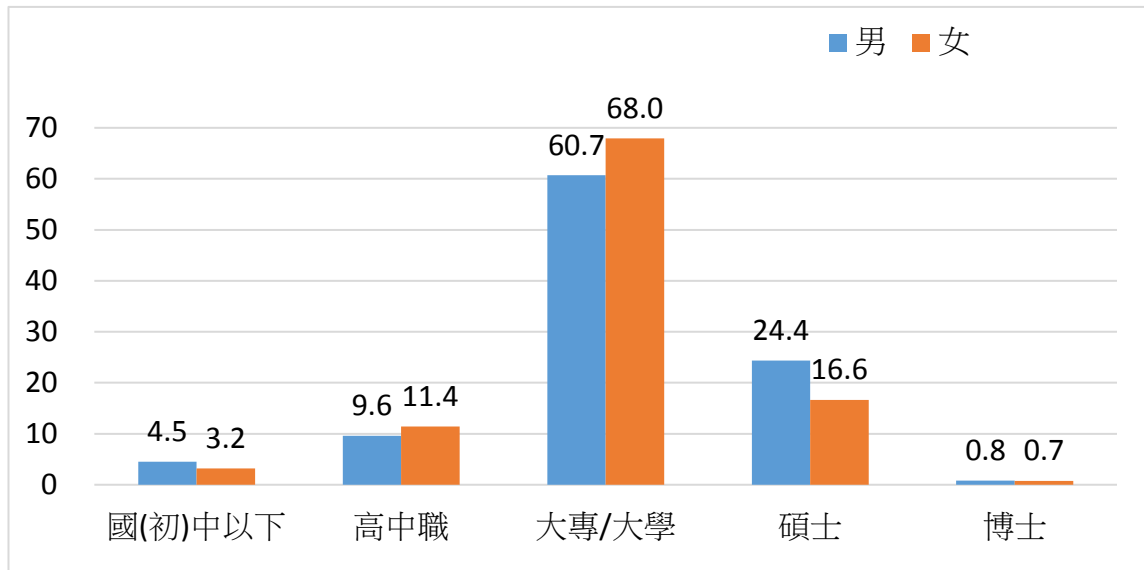


圖 3：問卷調查學歷百分比分佈圖

本次問卷填寫者之學歷比率，男女皆以大學/大專最高，比率分別為 60.7%、68.0%。(註：學歷無完整母體資料可比較)

4、行業：

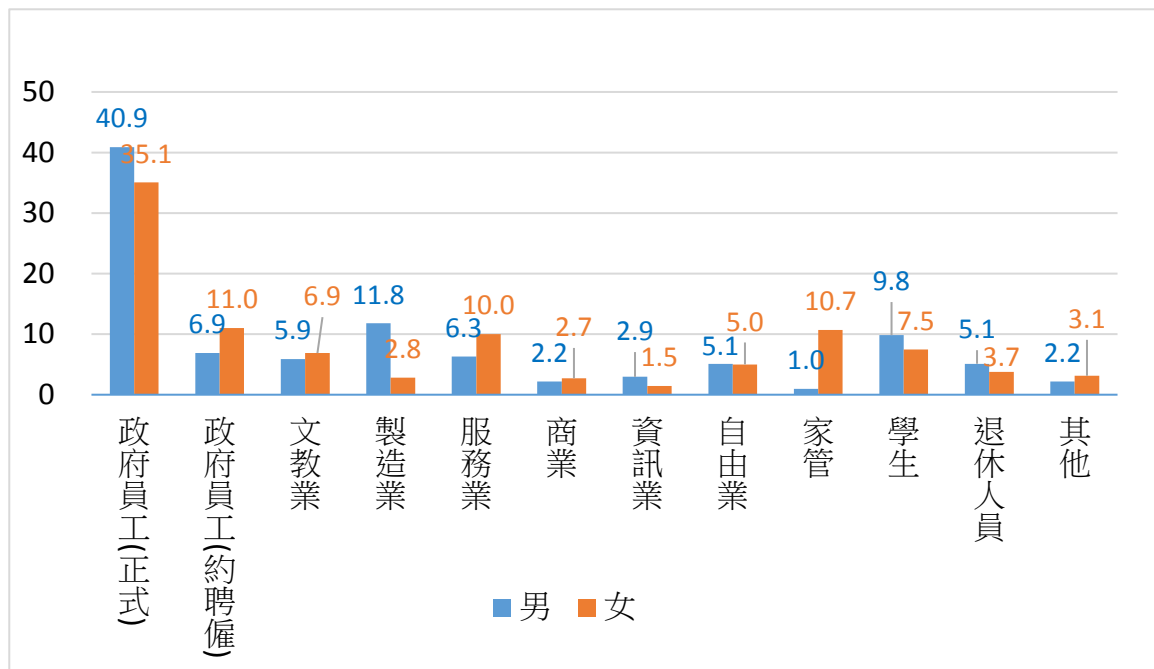


圖 4：問卷調查行業別百分比分佈圖

表 2：問卷調查與母體臺北 e 大會員公務人員比率比較表

類別		合計	男		女	
			公務人員	非公務人員	公務人員	非公務人員
107 年度滿意度問卷填答數	人數	1,470	243	266	443	518
	佔該性別比率		47.7%	52.3%	46.1%	53.9%
截至 107/10/31 止累計會員數	人數	816,216	46,063	297,645	47,659	424,849
	佔該性別比率		13.4%	86.6%	10.1%	89.9%
活躍會員數 (107/1/1-107/10/31 有使用臺北 e 大的會員數)	人數	193,788	24,311	63,443	21,574	84,460
	佔該性別比率		27.7%	72.3%	20.3%	79.7%

本次問卷填寫者之行業類別比率，男性前三名為政府員工(含正式及約聘僱)、製造業及學生，比率分別為 47.8%(=40.9%+6.9%)、11.8%、9.8%；女性前三名為政府員工(含正式及約聘僱)、家管及服務業，比率分別為 46.1%(=35.1%+11.0%)、10.7%、10.0%。

本次問卷回收數男性與女性皆有將近一半的比率是公務員，與臺北 e 大截至 107 年 10 月 31 日止「累計會員數」公務人員比率及 107 年度 1~10 月間有使用臺北 e 大之「活躍會員數」公務人員比率相較，男性與女性的公務人員比率都偏高。(註：母體資料僅區分市府公務人員、非市府公務人員、民眾三類，故無完整行業類別資料可比較)

5、市府員工：

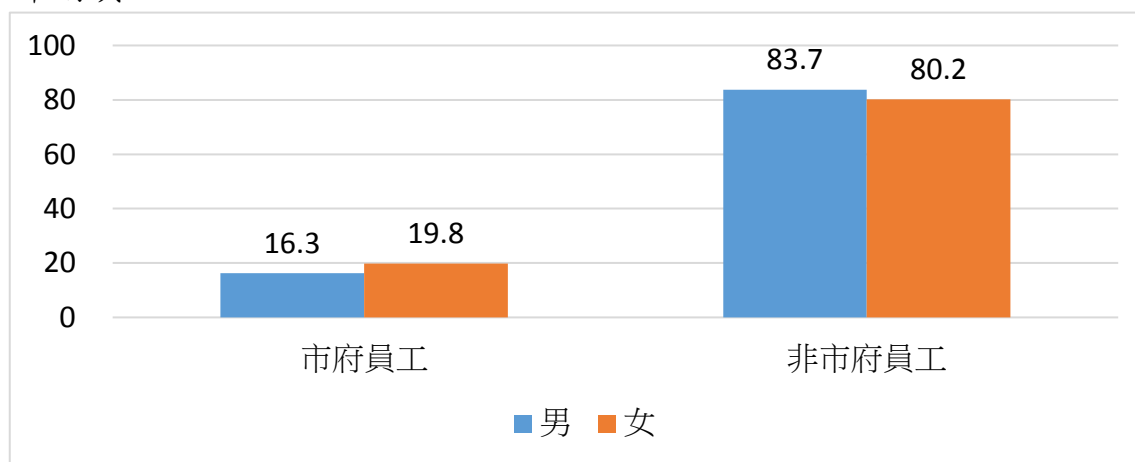


圖 5：問卷調查市府員工百分比分佈圖

表 3：問卷調查與母體臺北 e 大會員市府員工比率比較表

類別		合計	男		女	
			市府員工	非市府員工	市府員工	非市府員工
107 年度滿意度問卷填答數	人數	1,470	83	426	190	771
	佔該性別比率		16.3%	83.7%	19.8%	80.2%
累計會員數(截至 107/10/31 止)	人數	816,216	35,869	307,839	35,591	436,917
	佔該性別比率		10.4%	89.6%	7.5%	92.5%
活躍會員數(107/1/1-107/10/31 有使用臺北 e 大的會員數)	人數	193,788	19,354	68,400	16,150	89,884
	佔該性別比率		22.1%	77.9%	15.2%	84.8%

本次問卷填寫者男女皆以非本府員工為多數，非市府員工占該性別之比率男女分別為 83.7%、80.2%，市府員工占該性別之比率男女分別為 16.3%、19.8%。

臺北 e 大截至 107 年 10 月 31 日止「累計會員數」男女性別中，市府員工占該性別之比率分別為 10.4%、7.5%。與之相較，本次問卷回收數市府員工比率偏高，分別高出 5.9%、12.3%。

107 年度 1~10 月間有使用臺北 e 大之「活躍會員數」男女性別中，市府員工占該性別之比率分別為 22.1%、15.2%。與之相較，本次問卷回收數市府員工比率，男性偏低，少 5.8%，女性偏高，多 4.6%。

6、職務：

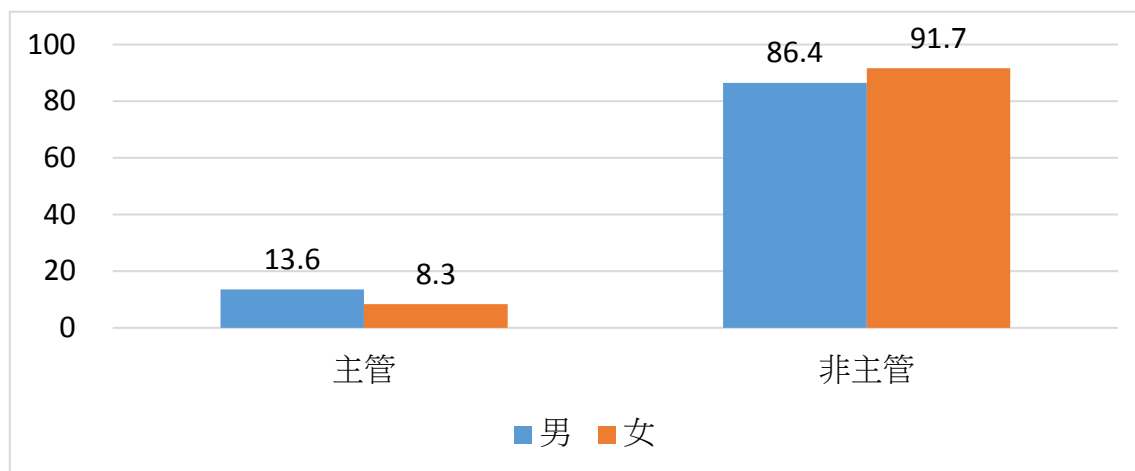


圖 6：問卷調查職務百分比分佈圖

本次問卷填寫者男女皆以非主管為多數，男性非主管比率為 86.4%，女性非主管比率為 91.7%。主管佔該性別之比率，男性較女性高出 5.3%。
(註：職務無完整母體資料可比較)

7、是否已加入臺北 e 大會員：

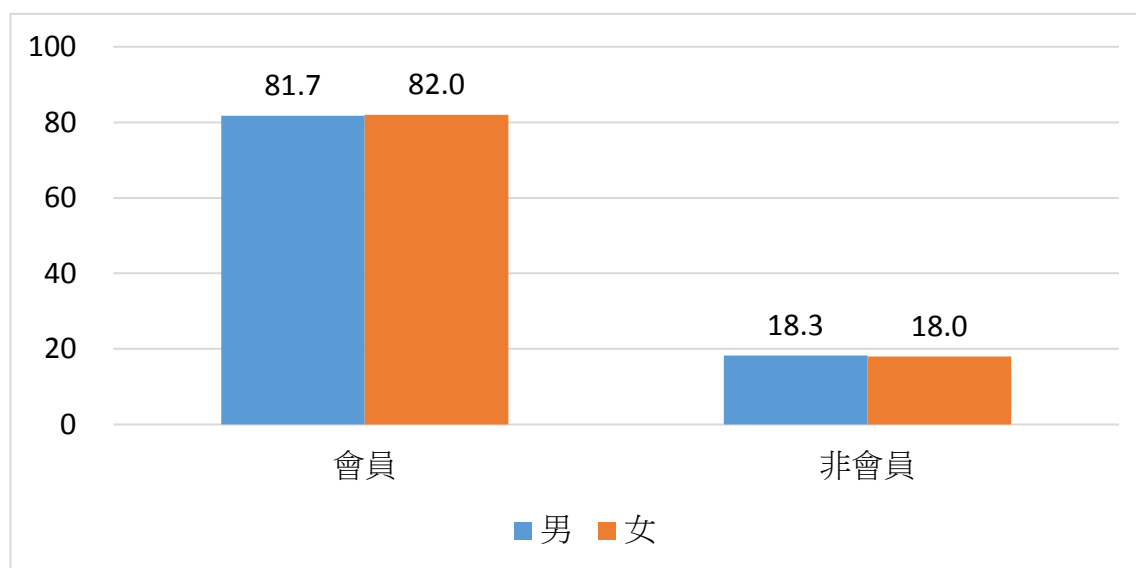


圖 7：問卷調查臺北 e 大會員百分比分佈圖

本次問卷填寫者多數已加入臺北 e 大會員，男性已加入會員者比率為 81.7%，女性會員比率為 82.0%。

(二)第一構面：【臺北 e 大形象及期望】滿意度性別統計分析

(細項次數分配資料請參閱附件 2)

表 4：臺北 e 大形象及期望構面滿意度統計檢定彙整表

題目	性別	個數	滿意度% (滿意+非常 滿意比率)	滿意度% 差異數 (男-女)	五分 位平 均數	平均數 差異數 (男-女)	平均數相等 的 t 檢定值 (在 95%信賴區 間下)
Q1-1 提倡終身 學習服務滿意度	男	509	95.7	-0.2	4.49	-0.01	0.729 (無顯著差異)
	女	957	95.9		4.50		
Q1-2 提供免費 課程服務滿意度	男	508	95.1	-0.7	4.54	-0.02	0.523 (無顯著差異)
	女	959	95.8		4.56		
Q1-3 共享學習 資源服務滿意度	男	501	93.6	-1.1	4.45	-0.02	0.506 (無顯著差異)
	女	945	94.7		4.47		

註：五分位平均數之計算係將題目選項「非常滿(同)意」、「滿(同)意」、「普通」、「不滿(同)意」、「非常不滿(同)意」，分別給予 5、4、3、2、1 之數值計。以下表格所列之滿(同)意平均數均同此算法。

有關臺北 e 大「形象及期望」滿意度調查部分，計有 3 個題目，調查結果顯示，此 3 項女性之滿意程度皆高於男性，但兩者差距幅度相當小，五分位平均數透過統計檢定，顯示男女性在此 3 項之滿意認知感受**無顯著差異**。

此 3 項**男性與女性之滿意程度%都相當高，五分位平均數男女也都高達 4.45 以上**，爾後本處仍將持續精進臺北 e 大相關服務內容，進一步提升臺北 e 大形象及使用者的期望滿意度。

(三)第二構面：【網站系統服務】滿意度性別統計分析

(細項次數分配資料請參閱附件 3)

表 5：網站系統服務構面滿意度統計檢定彙整表

題目	性別	個數	滿意度% (滿意+非常 滿意比率)	滿意度% 差異數 (男-女)	五分 位平 均數	平均數 差異數 (男-女)	平均數相等的 t 檢定值(在 95%信賴區間下)
Q2-1 網站資訊 豐富度滿意度	男	509	91.6	0.5	4.36	0.04	0.223 (無顯著差異)
	女	961	91.1		4.31		
Q2-2 網站操作 便利性滿意度	男	509	86.2	1.5	4.27	0.06	0.122 (無顯著差異)
	女	961	84.7		4.20		
Q2-3 網頁視覺 設計滿意度	男	509	85.5	0.4	4.26	0.05	0.230 (無顯著差異)
	女	961	85.1		4.21		
Q2-4 課程播放 流暢度滿意度	男	509	82.9	1.9	4.15	0.02	0.579 (無顯著差異)
	女	961	81.0		4.12		

有關臺北 e 大「網站系統服務」滿意度調查部分，計有 4 個題目，調查結果顯示，本構面 4 個項目男性之滿意程度皆高於女性，但兩者差距幅度不大，五分位平均數透過統計檢定，亦顯示男女性在此 4 項之滿意認知感受**無顯著差異**。

惟本構面除「網站資訊豐富度」外，**不分性別在「網站操作便利性」、「網頁視覺設計」、「課程播放流暢度」的滿意程度相對較低**，尚有精進空間，經研議討論後，未來可朝下列措施努力：

1. 「網站操作便利性」及「網頁視覺設計」部分：**新版網站**定於今年底導入，除**對視覺設計進行大幅調整**，以提升視覺活潑清爽程度，並加入**分眾瀏覽、個人化課程與熱門關鍵字搜尋推薦等功能**，後續將**持續瞭解使用者問題與建議**，納入未來網站功能擴增案辦理，希望提升使用者個人化體驗及網頁視覺效果。
2. 「課程播放流暢度」部分：由於播放速度與伺服器端的硬體系統效能、伺服器至使用者之間的網路品質（連線速度、流量瓶頸、連線穩定程度等）、使用者端硬體效能之間各環節均有相關，有較多不可控制因素存

在。因此，初步將以**減少課程檔案大小**為主要因應方案，未來則考慮**分散課程檔案儲存空間**，以分散或避免網路流量瓶頸，提高課程播放流暢度。

(四)第三構面：【課程內容】滿意度性別統計分析

(細項次數分配資料請參閱附件 4)

表 6：課程內容構面滿意度統計檢定彙整表

題目	性別	個數	滿意度% (滿意+非常 滿意比率)	滿意度% 差異數 (男-女)	五分 位平 均數	平均數 差異數 (男-女)	平均數相等的 t 檢定值(在 95%信賴區間下)
Q3-1 課程數量 滿意度	男	509	90.2	4.9	4.30	0.10	0.009 (有顯著差異)
	女	961	85.3		4.20		
Q3-2 主題多元 性滿意度	男	509	89.4	0.7	4.34	0.06	0.129 (無顯著差異)
	女	961	88.7		4.28		
Q3-3 內容深度 滿意度	男	509	89.4	1.4	4.30	0.07	0.066 (無顯著差異)
	女	961	88.0		4.23		
Q3-4 內容實用 性滿意度	男	509	90.2	0.8	4.31	0.03	0.343 (無顯著差異)
	女	961	89.4		4.27		
Q3-5 推出新課 程符合需求的 程度滿意度	男	509	86.1	0.5	4.23	0.04	0.333 (無顯著差異)
	女	961	85.6		4.19		

有關臺北 e 大「課程內容」滿意度調查部分，計有 5 個題目，調查結果顯示，此 5 項男性之滿意程度皆高於女性，其中除「課程數量」滿意度%性別差異程度較大外，其餘 4 項差距幅度不大，五分位平均數透過統計檢定，亦顯示在「課程數量」滿意程度部分，男女性之滿意認知感受有顯著差異，其餘 4 項則無顯著差異。

有關統計結果發現女性對「課程數量」的滿意程度顯著低於男性部分，經交叉比對本問卷「最想選修的課程類別」調查結果(請參閱本報告第 23 頁表 16)，女性最想選修之課程類別第 1 名為語言類，第 2 名為職訓類，對照目前臺北 e 大上架之課程門數即以語言類及職訓類最少(請參閱本報告第 25 頁表 18)；另男性最想選修的資訊類與管理類課程門數，在臺北 e 大 6 大類課程數中屬中等。

因此，本問卷雖無充份的開放性意見足資瞭解女性「課程數量」滿意度顯著低於男性的原因，但日後或可嘗試藉由增加女性最想選修之語言類與

職訓類課程門數，以提高女性對本問項之滿意度；另為對課程門數滿意度做更深入的探查，爾後可調整問卷題目設計，期能發現更細部的原因，俾利後續擬訂改善措施，縮小性別滿意度差距。

又本構面中「推出新課程符合需求的程度」之滿意程度雖然性別間無明顯差異，但相較其他項目而言，男女性別均呈現滿意程度較低情形，爾後可透過下列方式進行改善：

1. 與局處合作開發之數位教材，可於調查局處課程開發需求時請局處一併提供課程目標群與預估選讀人次，並於課程上線時邀請局處共同行銷，使課程可以更快速並廣為目標客群知悉。
2. 臺北 e 大平臺網頁新介面除將納入個人化推薦功能，針對學習者偏好的課程加強宣傳之外，另設置醒目的「最新課程專區」，以及提供年度完整最新課程清單，再新增如微課程(即單一知識點、3~5 分鐘之課程)、課程行銷短片的「影片專區」設置，讓學習者能全面瞭解新課程，而非僅有片段新課訊息。
3. 本府 LINE 官方帳號可訂閱個人化市政訊息，內有教育學習這一類，明(108)年度臺北 e 大功能擴增案已規劃加入其精準投遞平臺進行推播服務，將可新增臺北 e 大行銷管道並提升課程行銷效果。

(五)第四構面：【延伸服務】滿意度性別統計分析

(細項次數分配資料請參閱附件 5)

表 7：延伸服務構面滿意度統計檢定彙整表

題目	性別	個數	滿意度% (滿意+非常 滿意比率)	滿意度% 差異數 (男-女)	五分 位平 均數	平均數 差異數 (男-女)	平均數相等的 t 檢定值(在 95%信賴區間下)
Q4-1 客服專線滿意度	男	412	82.3	-1.6	4.19	0.02	0.727 (無顯著差異)
	女	666	83.9		4.18		
Q4-2 線上留言諮詢服務滿意度	男	419	86.4	1.8	4.23	0.04	0.308 (無顯著差異)
	女	668	84.6		4.18		
Q4-3 FB 粉絲專頁行銷方式滿意度	男	442	86.4	4.3	4.24	0.09	0.042 (有顯著差異)
	女	726	82.1		4.15		
Q4-4 贈品獎勵活動行銷方式滿意度	男	488	86.9	-0.6	4.30	0.02	0.642 (無顯著差異)
	女	866	87.5		4.28		
Q4-5 鮮活電子報行銷方式滿意度	男	455	84.4	1.0	4.18	0.04	0.380 (無顯著差異)
	女	752	83.4		4.15		

有關臺北 e 大「延伸服務」滿意度調查部分，計有 5 個題目，調查結果顯示，此 5 項男性滿意程度(五分位平均數)皆高於女性，但就滿意度%而言，女性在「客服專線」及「贈品獎勵活動行銷方式」略高於男性。其中除「FB 粉絲專頁行銷方式」性別間滿意度差異程度較大外，其餘 4 項差距幅度不大，五分位平均數透過統計檢定，亦顯示在「FB 粉絲專頁行銷方式」部分，男女性之滿意認知感受**有顯著差異**，其餘 4 項則**無顯著差異**。爾後 FB 粉絲專頁擬透過**貼文主題的設定與贈獎行銷活動的強化**，例如**增加女性最想選修的語言類課程主題、增加女性較有興趣之贈品項目**，以改善性別間的滿意程度差異，另一方面可提升粉絲數並推廣宣導臺北 e 大課程。

本構面除「贈品獎勵活動行銷方式」外，其餘項目滿意平均分數相對較低，對此，擬訂精進方式如下：

1. 客服專線：爾後擬持續**加強客服人員服務態度與專業度**，提升諮詢服務的親和力與精確度。另本處客服中心自 107 年度引進志工人力，期能紓緩人力負荷，使客服人員有更充裕的時間服務顧客的每通來電。
2. 線上留言諮詢服務：線上留言(如 email、FB 粉絲專頁)諮詢服務滿意度 % 雖然高於客服專線，但以 FB 粉絲專頁回覆訊息的平均時間為 1 小時又 49 分鐘(此係截至 107 年 11 月 25 日止之平均時間)來看，仍有改善空間，應進一步提升問題回覆的速度。
3. 鮮活電子報行銷方式：配合時下使用者閱讀習慣，文章**改以精簡文字搭配圖片，豐富視覺吸引力**；另於鮮活電子報**新版型內加入社群網站宣傳按鈕及訂閱按鈕**，電子報搭配 FB 粉絲專頁進行宣傳行銷及優質文章宣傳，以加強行銷臺北 e 大課程，增加鮮活電子報曝光管道。

(六)第五構面：【顧客整體滿意度與品牌忠誠度】性別統計分析

(細項次數分配資料請參閱附件 6)

表 8：顧客整體滿意度與品牌忠誠度構面統計檢定彙整表

題目	性別	個數	滿意度% (滿意+非常 滿意比率)	滿意度% 差異數 (男-女)	五分 位平 均數	平均數 差異數 (男-女)	平均數相等的 t 檢定值(在 95%信賴區間下)
Q5-1 整體服務滿意度	男	509	93.7	-0.3	4.37	0.04	0.254 (無顯著差異)
	女	961	94.0		4.34		
Q5-2 符合學習需求同意度	男	509	91.9	0.3	4.35	0.04	0.262 (無顯著差異)
	女	961	91.6		4.31		
Q5-3 會繼續選修同意度	男	509	93.7	-1.1	4.44	0.01	0.756 (無顯著差異)
	女	961	94.8		4.43		
Q5-4 會推薦 e 大予他人同意度	男	509	90.8	-1.1	4.39	0.01	0.767 (無顯著差異)
	女	961	91.9		4.38		

有關臺北 e 大「顧客整體滿意度與品牌忠誠度」滿(同)意度調查部分，計有 4 個題目，調查結果顯示，男性滿(同)意程度(五分位平均數)皆高於女性，就「滿意度%」而言，「整體服務滿意度」、「會繼續選修同意度」及「會推薦 e 大予他人同意度」女性反而略高於男性，但此 4 項性別間差距幅度不大，五分位平均數透過統計檢定，亦顯示男女性在此 4 項之滿(同)意認知感受**無顯著差異**。

此 4 項男性與女性之「滿意度%」與「五分位平均數」都有不錯表現，此乃是臺北 e 大各面向服務成果的整體展現，爾後本處仍將持續精進臺北 e 大相關服務內容，進一步提升臺北 e 大顧客整體滿意度與品牌忠誠度。

(七)各項滿(同)意度調查結果彙整

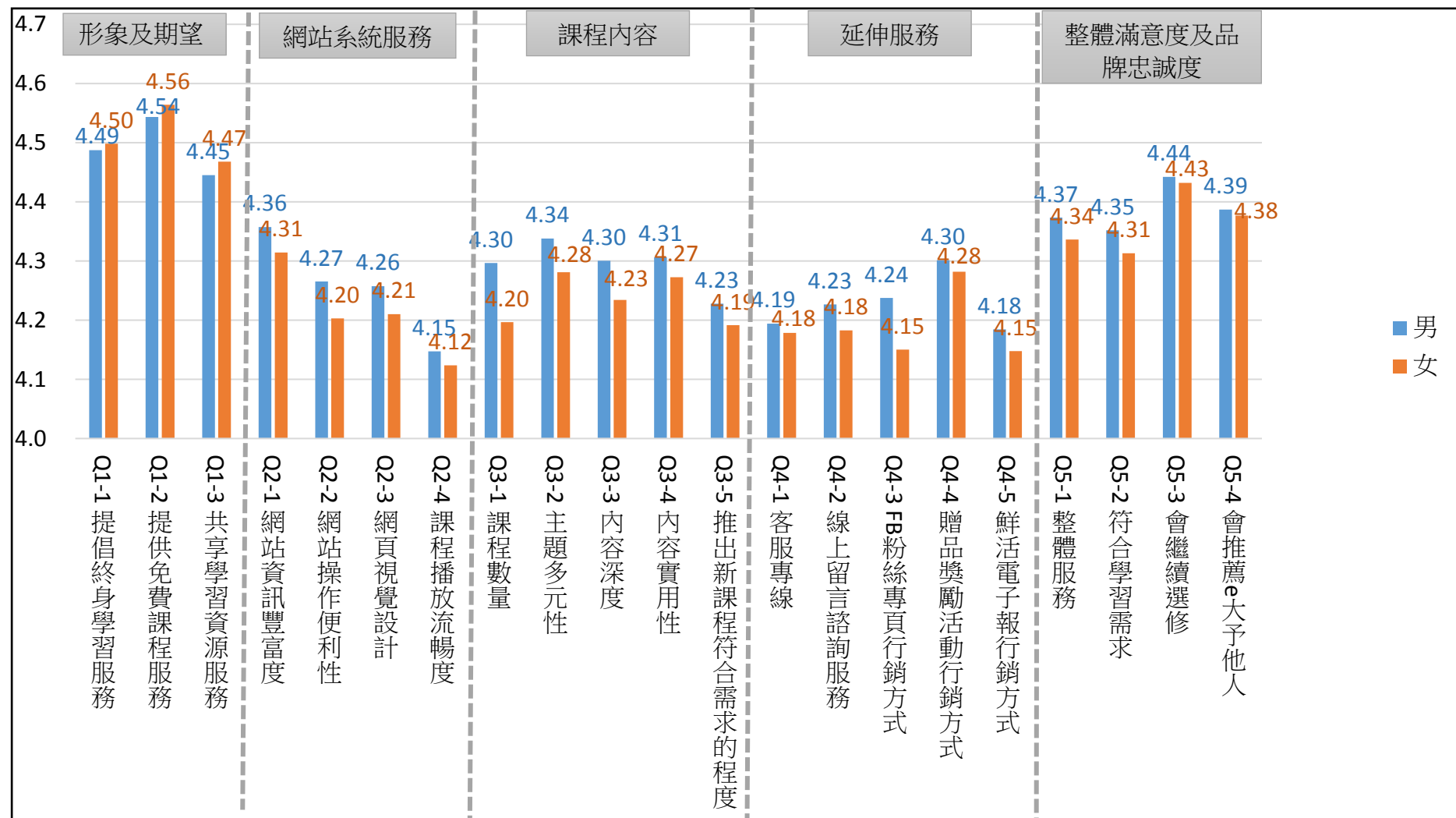


圖 8：五大構面 21 項目五分位平均數比較圖

綜整上述第一至第五構面，圖 8 彙整本問卷「形象及期望」、「網站系統服務」、「課程內容」、「延伸服務」、「顧客整體滿意度與品牌忠誠度」等五大構面，共 21 個題目之滿意程度五分位平均數，各題目男女性均有達 4 分以上。

其中「形象及期望」與「顧客整體滿意度與品牌忠誠度」此二構面，使用者的滿(同)意度相對較高，而「網站系統服務」及「延伸服務」此二構面，使用者的滿意度相對較低。

表 9：五大構面 21 項目五分位平均數排行表

男			女		
排行	項目	五分位平均數	排行	項目	五分位平均數
1	Q1-2 提供免費課程服務	4.54	1	Q1-2 提供免費課程服務	4.56
2	Q1-1 提倡終身學習服務	4.49	2	Q1-1 提倡終身學習服務	4.50
3	Q1-3 共享學習資源服務	4.45	3	Q1-3 共享學習資源服務	4.47
4	Q5-3 會繼續選修	4.44	4	Q5-3 會繼續選修	4.43
5	Q5-4 會推薦 e 大予他人	4.39	5	Q5-4 會推薦 e 大予他人	4.38
6	Q5-1 整體服務	4.37	6	Q5-1 整體服務	4.34
7	Q2-1 網站資訊豐富度	4.36	7	Q2-1 網站資訊豐富度	4.31
8	Q5-2 符合學習需求	4.35	8	Q5-2 符合學習需求	4.31
9	Q3-2 主題多元性	4.34	9	Q4-4 贈品獎勵活動行銷方式	4.28
10	Q3-4 內容實用性	4.31	10	Q3-2 主題多元性	4.28
11	Q4-4 贈品獎勵活動行銷方式	4.30	11	Q3-4 內容實用性	4.27
12	Q3-3 內容深度	4.30	12	Q3-3 內容深度	4.23
13	Q3-1 課程數量	4.30	13	Q2-3 網頁視覺設計	4.21
14	Q2-2 網站操作便利性	4.27	14	Q2-2 網站操作便利性	4.20
15	Q2-3 網頁視覺設計	4.26	15	Q3-1 課程數量	4.20
16	Q4-3 FB 粉絲專頁行銷方式	4.24	16	Q3-5 推出新課程符合需求的程度	4.19
17	Q3-5 推出新課程符合需求的程度	4.23	17	Q4-2 線上留言諮詢服務	4.18
18	Q4-2 線上留言諮詢服務	4.23	18	Q4-1 客服專線	4.18
19	Q4-1 客服專線	4.19	19	Q4-3 FB 粉絲專頁行銷方式	4.15
20	Q4-5 鮮活電子報行銷方式	4.18	20	Q4-5 鮮活電子報行銷方式	4.15
21	Q2-4 課程播放流暢度	4.15	21	Q2-4 課程播放流暢度	4.12

表 9 彙整男女性 21 項目的五分位平均數排序，五分位平均數最高前三者，男性依序為「提供免費課程服務(4.54 分)」、「提倡終身學習服務(4.49 分)」、「共享學習資源服務(4.45 分)」，女性依序為「提供免費課程服務(4.56 分)」、「提倡終身學習服務(4.50 分)」、「共享學習資源服務(4.47 分)」，三項**皆屬於「形象及期望」構面，且不論項目或排序，男性與女性皆一致。**

另五分位平均數**末三者**部分，男性依序為「網站系統服務」構面的「課程播放流暢度(4.15 分)」、「延伸服務」構面的「鮮活電子報行銷方式(4.18 分)」及「客服專線(4.19 分)」，女性依序為「網站系統服務」構面的「課程播放流暢度(4.12 分)」、「延伸服務」構面的「鮮活電子報行銷方式(4.15 分)」及「FB 粉絲專頁行銷方式(4.15 分)」，**構面、項目、排序男女亦差異不大。**

表 10：五大構面 21 項目五分位平均數性別檢定結果彙整表

構面	項目	男女五分位平均數差異數	男女五分位平均數統計檢定結果 (無顯著差異：X 有顯著差異：○)
形象及期望	Q1-1 提倡終身學習服務	-0.01	X
	Q1-2 提供免費課程服務	-0.02	X
	Q1-3 共享學習資源服務	-0.02	X
網站系統服務	Q2-1 網站資訊豐富度	0.04	X
	Q2-2 網站操作便利性	0.06	X
	Q2-3 網頁視覺設計	0.05	X
	Q2-4 課程播放流暢度	0.02	X
課程內容	Q3-1 課程數量	0.10	○
	Q3-2 主題多元性	0.06	X
	Q3-3 內容深度	0.07	X
	Q3-4 內容實用性	0.03	X
	Q3-5 推出新課程符合需求的程度	0.04	X
延伸服務	Q4-1 客服專線	0.02	X
	Q4-2 線上留言諮詢服務	0.04	X
	Q4-3 FB 粉絲專頁行銷方式	0.09	○
	Q4-4 贈品獎勵活動行銷方式	0.02	X
	Q4-5 鮮活電子報行銷方式行銷方式	0.04	X
顧客整體滿意度與品牌忠誠度	Q5-1 整體服務	0.04	X
	Q5-2 符合學習需求	0.04	X
	Q5-3 會繼續選修	0.01	X
	Q5-4 會推薦 e 大予他人	0.01	X

由上面可見，五大構面 21 項目五分位平均數男女性之差異均在 0.1 以下，透過統計檢定僅「課程數量」、「FB 粉絲專頁行銷方式」顯著存在性別差異外，其餘項目男女性之滿(同)意認知感受是沒有不同的。

(八)第六構面：【使用者行為】性別統計分析

1. 主要是透過何種「管道」得知臺北 e 大課程及學習推廣活動 (至多複選 3 項)

表 11：得知臺北 e 大課程及學習推廣活動主要管道比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			占該性別 投票人數 %差異數 (男-女)
	個數	占男性投 票人數%	排序	個數	占女性投 票人數%	排序	
主動上臺北 e 大查詢	314	61.7	1	537	55.9	1	5.8
至臺北市政府公務人員訓練處上課時的課前說明	80	15.7	5	145	15.1	5	0.6
e 大海報、簡介 DM 等文宣	51	10.0	8	60	6.2	8	3.8
媒體及社群 (報紙、燈箱及臉書)	105	20.6	2	147	15.3	4	5.3
鮮活電子報	28	5.5	9	40	4.2	10	1.3
公文	87	17.1	4	170	17.7	3	-0.6
網路廣告	54	10.6	7	90	9.4	7	1.2
網路自行蒐尋	76	14.9	6	110	11.4	6	3.5
親友介紹	99	19.4	3	255	26.5	2	-7.1
其他	10	2.0	10	47	4.9	9	-2.9

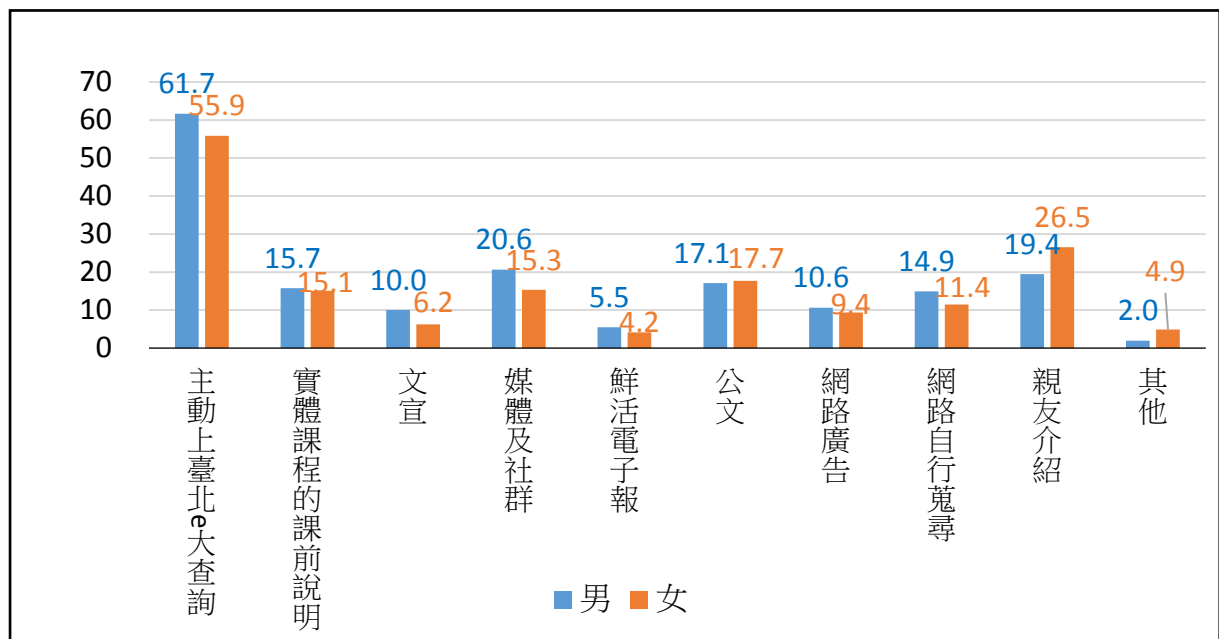


圖 9：得知臺北 e 大課程及學習推廣活動管道得票比率圖

由問卷統計得知臺北 e 大課程及學習推廣活動的「管道」，男性前三名是「主動上臺北 e 大查詢」(61.7%)、「媒體及社群(報紙、燈箱及臉書)」(20.6%)及「親友介紹」(19.4%);女性前三名是「主動上臺北 e 大查詢」(55.9%)、「親友介紹」(26.5%)及「公文」(17.7%)。

不論男性或女性，**約有 5~6 成以上的人是「主動上臺北 e 大查詢」**得知臺北 e 大課程及學習推廣活動，**男女主動性都是高的，但男性相較女性又來得高些**，比率高出 5.8%。故強化臺北 e 大功能仍為首要任務。

行銷管道排除「主動上臺北 e 大查詢」、「親友介紹」等不可控制的項目後，未來臺北 e 大課程行銷方式，可結合本項調查結果與男女偏好之課程類別，以提升課程行銷效益。

2. 比較習慣的「上課介面」

表 12：習慣的上課介面比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			男女生百分比差異數	Pearson 卡方檢定值
	個數	百分比	排序	個數	百分比	排序		
電腦版	447	87.8	1	835	86.9	1	0.9	0.611 男女無顯著差異
行動載具版	62	12.2	2	126	13.1	2	-0.9	
總和	509	100.0		961	100.0			

調查結果顯示，不論男女性多數都習慣使用電腦版上課，男性比率為 87.8%，女性為 86.9%。透過統計檢定，不同性別在習慣使用的「上課介面」上，並**無顯著差異**。

惟此結果與現今學習趨勢走向行動化並不一致，可能是因臺北 e 大目前上架課程仍以電腦版居多，行動版課程數量仍較少，且行動版版面非響應式網頁設計(Responsive Web Design, 簡稱 RWD 格式)無法自動偵測使用者上網的裝置尺寸，不易瀏覽，再加上課程時數較長不利行動學習所致，本年底新版網站上線之後，將引進 RWD，提供使用者最佳瀏覽畫面，並陸續製作微課程，增加行動版課程數量；另爾後可**針對此部分調整問卷項目，探查係何原因造成此結果**，進一步取得臺北 e 大未來營運方向之參考資訊。

3. 使用臺北 e 大網站的「頻率」

表 13：使用臺北 e 大網站頻率比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			男女生百分比差異數	Pearson 卡方檢定值
	個數	百分比	排序	個數	百分比	排序		
每天使用	52	10.2	4	67	7.0	4	3.2	0.000 男女有顯著差異
每週至少 1 次	169	33.2	2	247	25.7	2	7.5	
每月至少 1 次	70	13.8	3	126	13.1	3	0.6	
視需要時使用	218	42.8	1	521	54.2	1	-11.4	
總和	509	100.0		961	100.0			

調查結果顯示，不論男女性使用臺北 e 大網站的「頻率」第 1~4 名的排序皆是「視需要時使用」、「每週至少 1 次」、「每月至少 1 次」、「每天使用」，但各選項**比率上有不小差異**。透過統計檢定，不同性別在使用臺北 e 大網站的「頻率」上，**有顯著差異**。

由於男女性使用臺北 e 大網站的「頻率」**有很高的比率是「視需要時使用」**，故難據此去規劃各類別課程最佳的行銷曝光頻率。

4. 偏好於何時上臺北 e 大

表 14：偏好上臺北 e 大時間比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			男女生百分比差異數	Pearson 卡方檢定值
	個數	百分比	排序	個數	百分比	排序		
週間 (週一至週五)	356	69.9	1	713	74.2	1	-4.3	0.082 男女無顯著差異
週末 (週六至週日)	153	30.1	2	248	25.8	2	4.3	
總和	509	100.0		961	100.0			

調查結果顯示，不論男女性多數偏好於週間(週一至週五)上臺北 e 大，男性比率為 69.9%，女性為 74.2%。透過統計檢定，不同性別在「何時上臺北 e 大網站」的偏好上，並**無顯著差異**。

5. 通常是何「時段」上臺北 e 大

表 15：偏好上臺北 e 大時段比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			男女生百分比差異數	Pearson 卡方檢定值
	個數	百分比	排序	個數	百分比	排序		
上午	128	25.1	3	251	26.1	3	-1.0	0.076 男女無顯著差異
中午	52	10.2	4	90	9.4	4	0.9	
下午	131	25.7	2	289	30.1	2	-4.3	
晚上	195	38.3	1	315	32.8	1	5.5	
凌晨	3	0.6	5	16	1.7	5	-1.1	
總和	509	100.0		961	100.0			

調查結果顯示，不論男女性通常上臺北 e 大的「時段」，第 1~5 名的排序依次皆是「晚上」、「下午」、「上午」、「中午」、「凌晨」，在比率上雖有差異，但差距不大。透過統計檢定，亦顯示性別間**無顯著差異**。

由於男女均偏好於**週間(週一至週五)的晚上**上臺北 e 大，有鑑於此，未來在**臺北 e 大平臺上行銷課程時，可多利用此時段辦理**。

6. 最想選修的「課程類別」(依最想選修的順序填入 1~6)

表 16：最想選修的課程類別男女排行對照表

男			女		
排序	課程類別	優先順序平均數	排序	課程類別	優先順序平均數
1	資訊類	3.03	1	語言類	3.09
2	管理類	3.28	2	職訓類	3.23
3	職訓類	3.46	3	資訊類	3.28
4	語言類	3.59	4	人文類	3.71
5	公務類	3.72	5	管理類	3.77
6	人文類	3.92	6	公務類	3.92

表 17：最想選修的課程類別男女排行平均數統計檢定彙整表

課程類別	男(509 人)		女(961 人)		平均數 差異數 (男-女)	排序差 異數 (男-女)	平均數相等 的 t 檢定值 (在 95%信賴 水準下)
	優先順序 平均數	排序	優先順序 平均數	排序			
管理類	3.28	2	3.77	5	-0.49	-3	0.000 (有顯著差異)
公務類	3.72	5	3.92	6	-0.20	-1	0.050 (無顯著差異)
職訓類	3.46	3	3.23	2	0.23	1	0.009 (有顯著差異)
資訊類	3.03	1	3.28	3	-0.25	-2	0.002 (有顯著差異)
語言類	3.59	4	3.09	1	0.50	3	0.000 (有顯著差異)
人文類	3.92	6	3.71	4	0.22	2	0.028 (有顯著差異)

註：各課程類別的優先順序次數分配表請參閱附件 7。

在想選修的課程類別優先順序上，男性是「1 資訊類」→「2 管理類」→「3 職訓類」→「4 語言類」→「5 公務類」→「6 人文類」，女性是「1 語言類」→「2 職訓類」→「3 資訊類」→「4 人文類」→「5 管理類」→「6 公務類」，排序上男女差異大，透過統計檢定，顯示**性別對課程類別的喜好程度**，除「公務類」無顯著差異外，其餘 5 類均有顯著差異。有此發現，著實值得後續再針對「各類別課程」的課程數量、內容深度、內容實用性、新課符合需求的程度等再做進一步的調查瞭解。

另對照 107 年 1 月 1 日至 107 年 10 月 31 日間，臺北 e 大 6 大類課程
 男女性實際選修情形分析如下：

表 18：臺北 e 大 6 大類課程男女性實際選修情形比較表

課程類別	上線課程門數	完成人次合計	完成人次排序	男(87,754 人)			女(106,034 人)			完成人次占該課程類別%差異數(男-女)	每會員完成課程門數差異數(男-女)
				完成人次	完成人次占該類別%	每會員完成課程門數	完成人次	完成人次占該類別%	每會員完成課程門數		
公務類	356	853,234	1	475,184	56%	5.41	378,050	44%	3.57	12%	1.84
人文類	473	584,652	2	296,008	51%	3.37	288,644	49%	2.72	2%	0.65
管理類	210	236,439	3	137,666	58%	1.57	98,773	42%	0.93	16%	0.64
資訊類	267	151,983	4	86,535	57%	0.99	65,448	43%	0.62	14%	0.37
語言類	157	97,561	5	54,636	56%	0.62	42,925	44%	0.40	12%	0.22
職訓類	57	25,813	6	13,181	51%	0.15	12,632	49%	0.12	2%	0.03
總計	1520	1,949,682		1,063,210	55%	12.12	886,473	45%	8.36	10%	3.76

註：(1)上線課程門數係以 107 年 10 月線上之課程門數統計。

(2)上表完成人次統計區間為 107/1/1-107/10/31。

(3)107/1/1-107/10/31 有使用臺北 e 大的活躍會員數，男性為 87,754 人，女性為 106,034 人。

(4)每會員完成門數=完成人次/活躍會員數

統計 107 年 1 月 1 日至 107 年 10 月 31 日間 6 大類別課程完成人次，
 男性與女性排序順序皆為「1 公務類」→「2 人文類」→「3 管理類」→「4
 資訊類」→「5 語言類」→「6 職訓類」。另以每位會員完成的課程門數做比
 較，以**公務類課程門數最多**，男性會員每位平均完成 5.41 門，女性每位平
 均完成 3.57 門，**職訓類課程門數最少**，男性會員每位平均完成 0.15 門，女
 性每位平均完成 0.12 門。有以上結果，除與各類別上線課程門數成有正向
 關係外，公務類為第 1 名，主要係因該類課程中有諸多係屬政策指定應選
 修，欲取得其認證時數之課程。

就單一類別課程男女性選修比率來看，6 大類課程都是**男性比率高於女
 性**，此結果與母體「**累計會員數**」或「**活躍會員數**」**女性比率高於男性**(請
 參閱本報告第 1 頁表 1)**之情形相反，值得日後再予進一步探究**。而各類課

程中，**男女比率差異最大者為「管理類」**，男性選修管理類課程人次較女性高出 16%，此部分與問卷調查表 16 所示管理類課程被男性列為第 2 想選修之課程，女性卻列為倒數第 2 想選修之結果相呼應。

7. 未來如何強化「與會員的互動」(依最想建議的順序填入 1~4)

表 19：未來強化與會員的互動方式排行平均數統計檢定彙整表

方式	男(509 人)		女(961 人)		平均數 差異數 (男-女)	平均數相等的 t 檢 定值(在 95%信賴 水準下)
	優先順序 平均數	排 序	優先順序 平均數	排 序		
強化學習社群功能(如 FB 粉絲專頁)	2.43	2	2.56	2	-0.13	0.025 (有顯著差異)
舉辦學習成果發表會、座談會或實體演講	2.82	3	2.89	4	-0.07	0.209 (無顯著差異)
舉辦贈獎行銷活動	1.78	1	1.77	1	0.01	0.899 (無顯著差異)
透過電子報或 e-mail 方式傳送課程訊息	2.97	4	2.78	3	0.19	0.001 (有顯著差異)

註：各方式的優先順序次數分配表請參閱附件 7。

有關未來如何強化「與會員的互動」方式上，男女性皆將「**舉辦贈獎行銷活動**」列為第 1 優先，排序在最末者，男性是「透過電子報或 e-mail 方式傳送課程訊息」，女性是「舉辦學習成果發表會、座談會或實體演講」，透過統計檢定，顯示性別在「強化學習社群功能(如 FB 粉絲專頁)」與「透過電子報或 e-mail 方式傳送課程訊息」這兩個方式上有顯著差異。

8. 認為最適當的「課程長度」

表 20：認為最適當的課程長度比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			男女生百分比差異數	Pearson 卡方檢定值
	個數	百分比	排序	個數	百分比	排序		
15 分鐘以內	50	9.8	4	85	8.8	4	1.0	0.329 男女無顯著差異
16~30 分鐘	154	30.3	2	312	32.5	2	-2.2	
31~60 分鐘	233	45.8	1	441	45.9	1	-0.1	
61~120 分鐘	57	11.2	3	109	11.3	3	-0.1	
121 分鐘以上	15	2.9	5	14	1.5	5	1.5	
總和	509	100.0		961	100.0			

調查結果顯示，男女性認為最適當的「課程長度」，排序上皆是「31~60 分鐘」、「16~30 分鐘」、「61~120 分鐘」、「15 分鐘以內」、「121 分鐘以上」，在比率上雖有差異，但差距不大。透過統計檢定，亦顯示性別間**無顯著差異**。

由於男女性多數認為最適當的課程長度是在 1 小時以內，爾後可**將較長時數的課程拆解成多門**，例如 2 小時的課程拆成 2 門 1 小時課程，供學員分別選讀，將可更符合學習者需求，讓學習更輕鬆。

而 15 分鐘以內的課程長度，男女性皆將其列為第 4 順位，此調查結果與臺北 e 大擬配合行動載具普及、現代人生活節奏及時間破碎化之趨勢開發微學習課程是否有扞格之處，或可於 108 年度**微課程陸續上架後，進一步調查學習者對此類課程偏好的變化**。

9. 選讀臺北 e 大課程的「主要原因」(至多複選 3 項)

表 21：選讀臺北 e 大課程的主要原因比較表

選項	男(509 人)			女(961 人)			占該性別投票人數% 差異數(男-女)
	個數	占男生投票百分比	排序	個數	占女生投票百分比	排序	
對課程有興趣	336	66.0	1	615	64.0	1	2
親友推薦	67	13.2	7	122	12.7	6	0.5
政策指定課程	104	20.4	4	201	20.9	4	-0.5
被課程行銷活動吸引	89	17.5	6	110	11.4	7	6.1
欲取得學習認證時數 (或學習證明)	234	46.0	3	555	57.8	3	-11.8
課程免費	278	54.6	2	589	61.3	2	-6.7
課程僅臺北 e 大有提供	2	0.4	8	3	0.3	9	0.1
工作需要	91	17.9	5	158	16.4	5	1.5
其他	2	0.4	8	6	0.6	8	-0.2

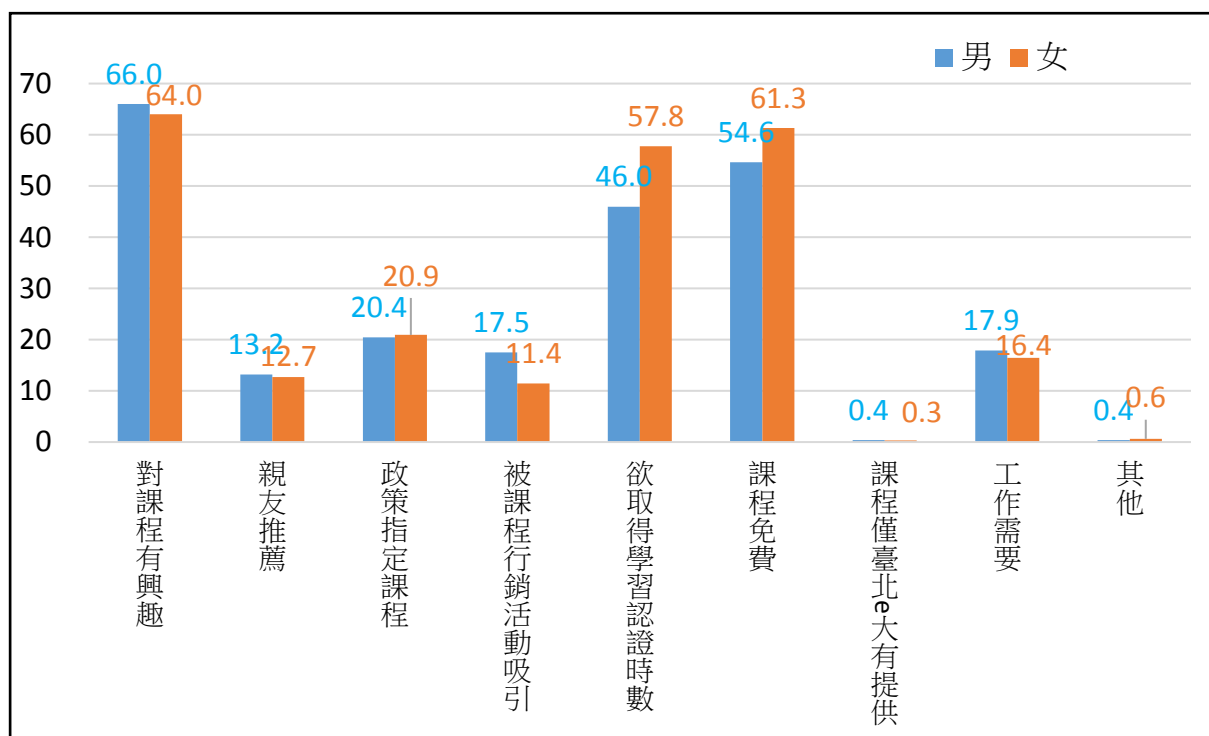


圖 10：選讀臺北 e 大課程的主要原因得票比率圖

探究各性別選讀臺北 e 大課程的「主要原因」，男女性前三名均是「對課程有興趣」、「課程免費」、「欲取得學習認證時數(或學習證明)」，**項目上性別間並無差異，但比率上女性在「課程免費」及「欲取得學習認證時數(或學習證明)」這兩個原因高出男性不少**，分別高出 6.7% 及 11.8%。

10. 選擇加入臺北 e 大會員的「主要原因」(單選題)

表 22：選擇加入臺北 e 大會員的主要原因比較表

選項	男				女				有效百分比差數(男-女)	Pearson 卡方檢定值
	次數	百分比	有效百分比	有效百分比排序	次數	百分比	有效百分比	有效百分比排序		
服務機關要求	42	8.3	10.1	3	70	7.3	8.9	4	1.2	0.001 男女有顯著差異
取得學習認證時數(或證明)	176	34.6	42.3	1	416	43.3	52.8	1	-10.5	
親友推薦	32	6.3	7.7	5	29	3.0	3.7	6	4.0	
本身對課程有興趣	74	14.5	17.8	2	94	9.8	11.9	2	5.9	
課程免費	37	7.3	8.9	4	81	8.4	10.3	3	-1.4	
喜歡線上學習方式的自主性	32	6.3	7.7	5	67	7.0	8.5	5	-0.8	
行銷活動吸引人	21	4.1	5.0	7	26	2.7	3.3	7	1.7	
其他	2	0.4	0.5	8	5	0.5	0.6	8	-0.2	
合計	416	81.7	100.0		788	82.0	100.0			
未加入 e 大會員	93	18.3			173	18.0				
合計	509	100.0			961	100.0				

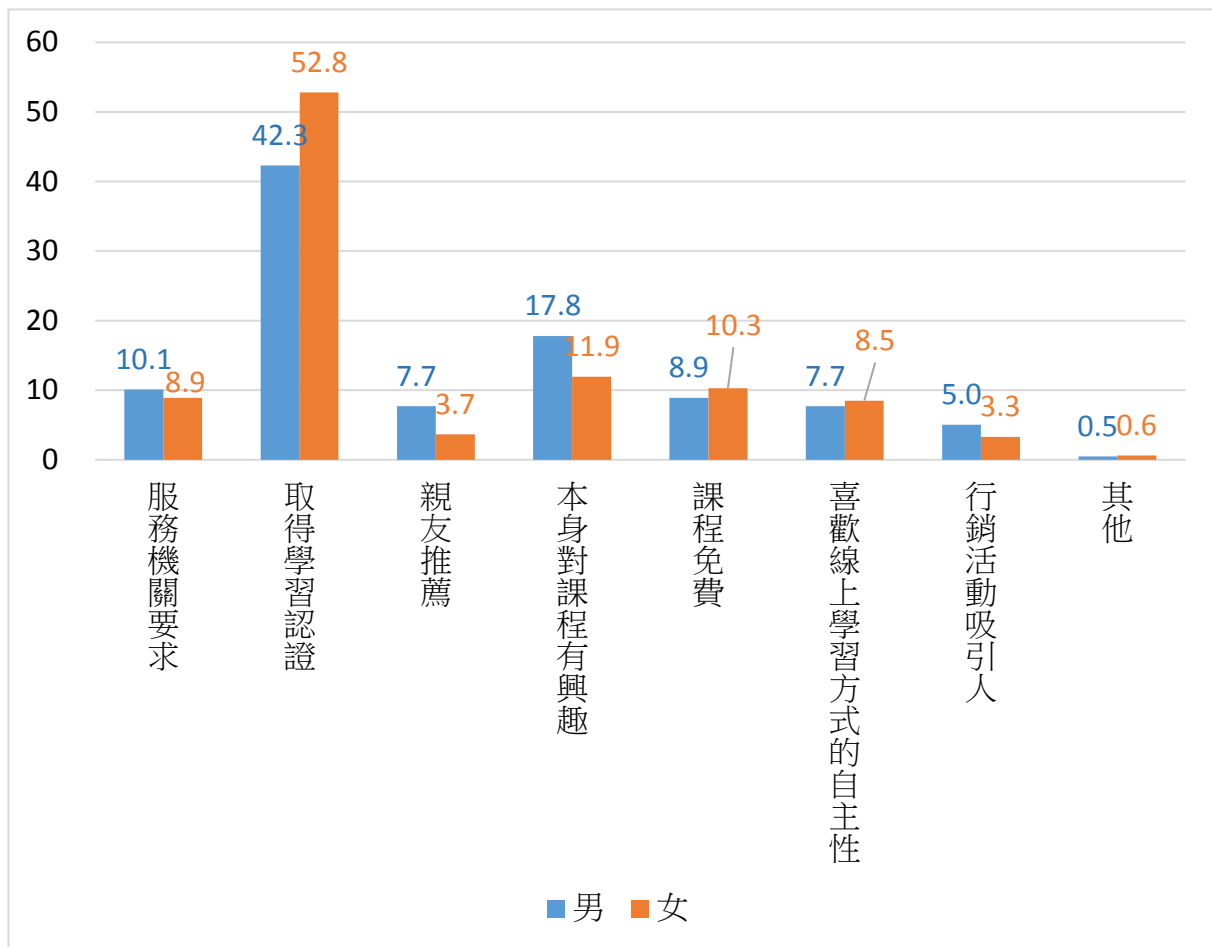


圖 11：選擇加入臺北 e 大會員的主要原因比率分佈圖

本次有效問卷 1,470 份中，有 1,204 人已加入臺北 e 大會員，探究其加入會員之主因，**男女性皆是「欲取得學習認證時數」**，分別占該性別的 42.3%、52.8%，比率皆很高。未來**如要進一步提升會員數，透過加強開發有認證時數需求的課程會相對其他方式來得有效。**

細究項目比率男女的差異，男性相對女性而言，在**「本身對課程有興趣」**、**「親友推薦」**比率上分別高出 5.9%、4%，女性相對男性而言，**「欲取得學習認證時數」**比率高出 10.5%。透過統計檢定，顯示在加入臺北 e 大會員的「主要原因」上，性別間**有顯著差異**。

11. 不加入臺北 e 大會員的「主要原因」(單選題)

表 23：不加入臺北 e 大會員的主要原因比較表

選項	男				女				有效百分比差異數(男-女)	Pearson 卡方檢定值
	次數	百分比	有效百分比	有效百分比排序	次數	百分比	有效百分比	有效百分比排序		
申辦會員程序麻煩	29	5.7	31.2	2	71	7.4	41.0	1	-9.9	0.228 男女無顯著差異
提供會員服務項目不符合個人需求	18	3.5	19.4	3	26	2.7	15.0	3	4.3	
不想留下個人資料	40	7.9	43.0	1	59	6.1	34.1	2	8.9	
其他	6	1.2	6.5	4	17	1.8	9.8	4	-3.4	
合計	93	18.3	100.0		173	18.0	100.0			
已加入 e 大會員	416	81.7			788	82.0				
合計	509	100.0			961	100.0				

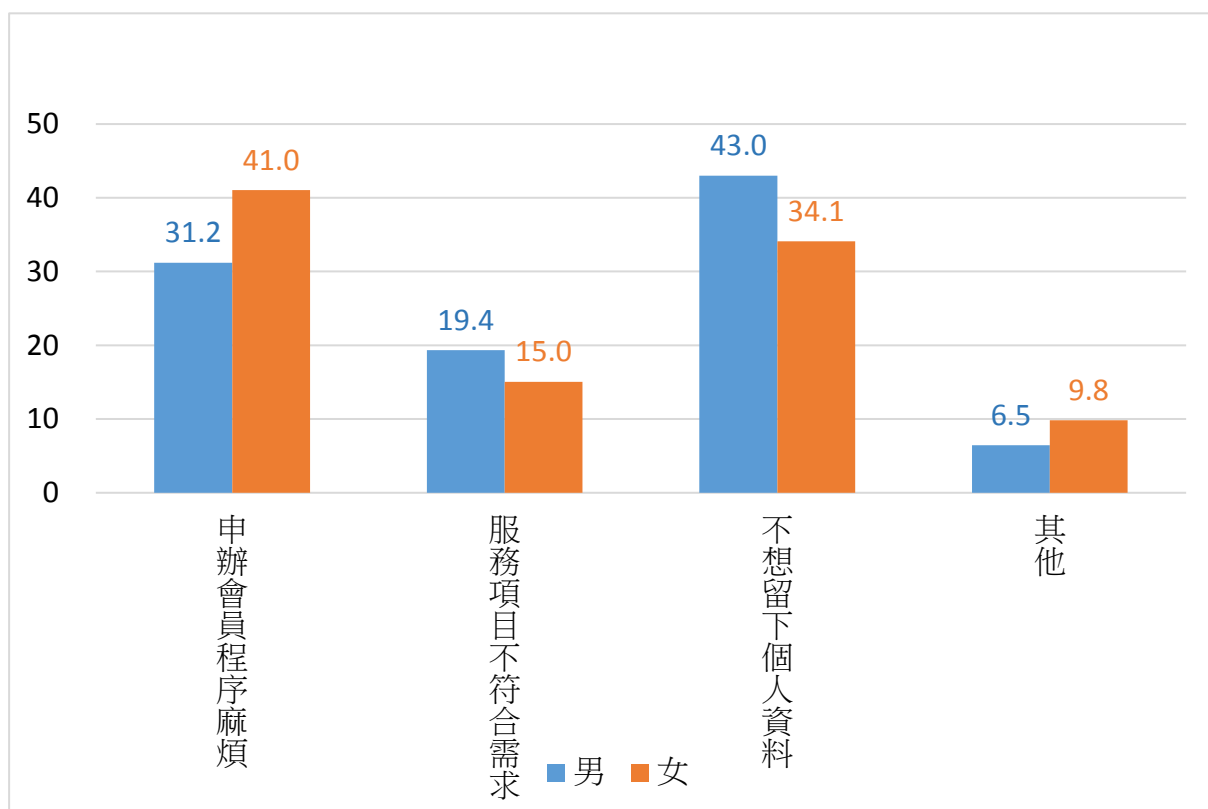


圖 12：不加入臺北 e 大會員的主要原因比率分佈圖

本次有效問卷 1,470 份中，有 266 人未加入臺北 e 大會員，探究其不加入會員之主因，**男性**主要是因為「**不想留下個人資料**」(占 43.0%)，**女性**主要是認為「**申辦會員程序麻煩**」(占 41.0%)。透過統計檢定，顯示在不加入臺北 e 大會員的「主要原因」上，**性別間無顯著差異**。臺北 e 大配合市府政策，107 年 11 月 30 日起將**全面改以「臺北卡」註冊會員登入平臺**，其不僅朝實名制發展，且在申辦程序上亦較原「網路市民」複雜，可能對未來民眾加入臺北 e 大會員造成衝擊。

三、結論

(一)五大構面滿(同)意度問卷調查結果

本年度首次對臺北 e 大做性別統計分析，以滿意度問卷調查方式進行第 1 層次”全面向”的檢視，調查結果顯示五大構面滿意度調查 21 個項目，就滿意程度而言，其五分位平均數男女性均有達 4 分以上；另就滿意程度的差異性而言，除「課程數量」與「FB 粉絲專頁行銷方式」此兩項外，性別間並無存在顯著差異。

(二)五大構面滿(同)意度性別間存在差異項目之策進作為

為消弭性別間的滿意程度差異，在「課程數量」部分，可嘗試藉由增加女性最想選修之語言類與職訓類課程門數，以提高女性對本問項之滿意度；另為對課程門數滿意度做更深入的探查，爾後可調整問卷題目設計，期能發現更細部的原因，俾利後續擬訂改善措施，縮小性別滿意度差距。在「FB 粉絲專頁行銷方式」部分，建議透過貼文主題的設定與贈獎行銷活動的強化，例如增加女性最想選修的語言類課程主題、增加女性較有興趣之贈品項目，以改善性別間的滿意程度差異。

(三)滿(同)意度性別間無差異但分數相對較低項目之策進作為

1. 「網站操作便利性」及「網頁視覺設計」部分：網站進行改版，對視覺設計進行大幅調整，並加入分眾瀏覽、個人化課程與熱門關鍵字搜尋推薦等功能。
2. 「課程播放流暢度」部分：初步將以減少課程檔案大小為主要因應方案，未來則考慮分散課程檔案儲存空間，以分散或避免網路流量瓶頸，提高課程播放流暢度。
3. 「推出新課程符合需求的程度」部分：與局處合作開發之數位教材，可於調查局處課程開發需求時請局處一併提供課程目標群與預估選讀人次。平臺網頁新介面納入個人化推薦功能，設置醒目的「最新課程專區」、提供年度完整最新課程清單、新增「影片

專區」，讓學習者能全面瞭解新課程；加入本府 LINE 精準投遞平臺，客製化推播服務，提升課程行銷效果。

4. 客服專線：持續加強客服人員服務態度與專業度，引進志工，提升諮詢服務的親和力與精確度。
5. 線上留言諮詢服務：加快留言回覆的速度。
6. 鮮活電子報行銷方式：為配合時下使用者閱讀習慣，改以精簡文字搭配圖片，豐富視覺吸引力。

(四)第六構面使用者行為問卷調查結果

1. 可結合男女性「得知臺北 e 大課程及學習推廣活動的主要管道」及男女性「最想選修的課程類別」調查結果，辦理課程行銷，以提升行銷效益。
2. 由於男女均偏好於週間(週一至週五)的晚上上臺北 e 大，未來在臺北 e 大平臺上行銷課程時，可多利用此時段辦理。
3. 在想選修的課程類別優先順序上，性別間存在顯著差異，值得後續再針對「各類別課程」的課程數量、內容深度、內容實用性、新課符合需求的程度等再做進一步的調查瞭解，此部皆將可成為未來各類課程開發的重要參考依據。
4. 由於男女性多數認為最適當的課程長度是在 1 小時以內，爾後課程長度可參採，以開發更符合學習者需求的課程；未來臺北 e 大微課程陸續上架後，可進一步調查學習者對此類課程偏好的變化。
5. 由於男女性加入臺北 e 大會員的主要原因均是「欲取得學習認證時數」，未來如要進一步提升會員數，透過加強開發有認證時數需求的課程會相對其他方式來得有效。
6. 男性不加入臺北 e 大會員主要是因為「不想留下個人資料」，女性主要是認為「申辦會員程序麻煩」，107 年 11 月 30 日起將全面改以「臺北卡」註冊會員登入平臺，可能對未來民眾加入臺北 e

大會員造成衝擊。

(五)未來性別統計可精進之方向

1. 爾後可針對此次調查結果性別間存在顯著差異的部分，做更深入的探查，期能發現更細部的原因，以利擬訂未來的營運策略或是性別差異改善措施。
2. 由於目前臺北 e 大會員基本資料非採實名制，無法就會員實際參與臺北 e 大平臺的情形進行更多的交叉分析，未來臺北 e 大改以臺北卡帳密登入後，或可強化會員基本資料，有利未來資料探勘，做更完整的性別統計分析。

四、附件

附件 1：【問卷基本資料】次數分配圖表

1、性別：參見報告第 1 頁

2、年齡

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
19 歲以下	32	6.3	48	5.0	80	5.4
20-29 歲	70	13.8	110	11.4	180	12.2
30-39 歲	128	25.1	263	27.4	391	26.6
40-49 歲	162	31.8	307	31.9	469	31.9
50-59 歲	83	16.3	180	18.7	263	17.9
60 歲以上	34	6.7	53	5.5	87	5.9
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

3、學歷

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
國(初)中以下	23	4.5	31	3.2	54	3.7
高中職	49	9.6	110	11.4	159	10.8
大專/大學	309	60.7	653	68.0	962	65.4
碩士	124	24.4	160	16.6	284	19.3
博士	4	0.8	7	0.7	11	0.7
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

4、行業

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
政府員工(正式)	208	40.9	337	35.1	545	37.1
政府員工(約聘僱)	35	6.9	106	11.0	141	9.6
文教業	30	5.9	66	6.9	96	6.5
製造業	60	11.8	27	2.8	87	5.9

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
服務業	32	6.3	96	10.0	128	8.7
商業	11	2.2	26	2.7	37	2.5
資訊業	15	2.9	14	1.5	29	2.0
自由業	26	5.1	48	5.0	74	5.0
家管	5	1.0	103	10.7	108	7.3
學生	50	9.8	72	7.5	122	8.3
退休人員	26	5.1	36	3.7	62	4.2
其他	11	2.2	30	3.1	41	2.8
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

5、市府員工

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
市府員工	83	16.3	190	19.8	273	18.6
非市府員工	426	83.7	771	80.2	1,197	81.4
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

6、職務

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
主管	69	13.6	80	8.3	149	10.1
非主管	440	86.4	881	91.7	1,321	89.9
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

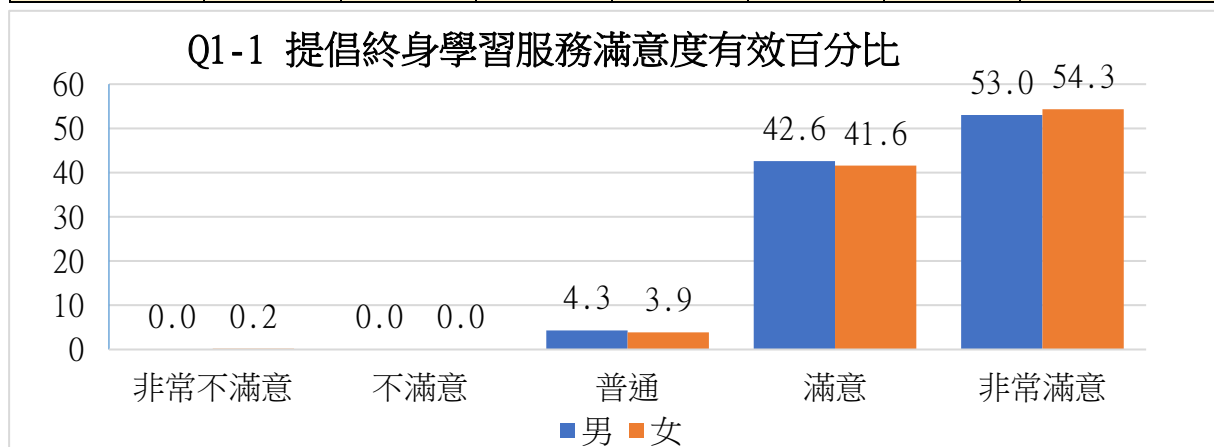
7、是否已加入臺北e大會員

選項	男		女		全	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
會員	416	81.7	788	82.0	1,204	81.9
非會員	93	18.3	173	18.0	266	18.1
總和	509	100.0	961	100.0	1,470	100.0

附件 2：【第一構面】臺北 e 大形象及期望滿意度次數分配圖表

1-1. 請問您對臺北 e 大「提倡終身學習服務」感到滿意嗎？

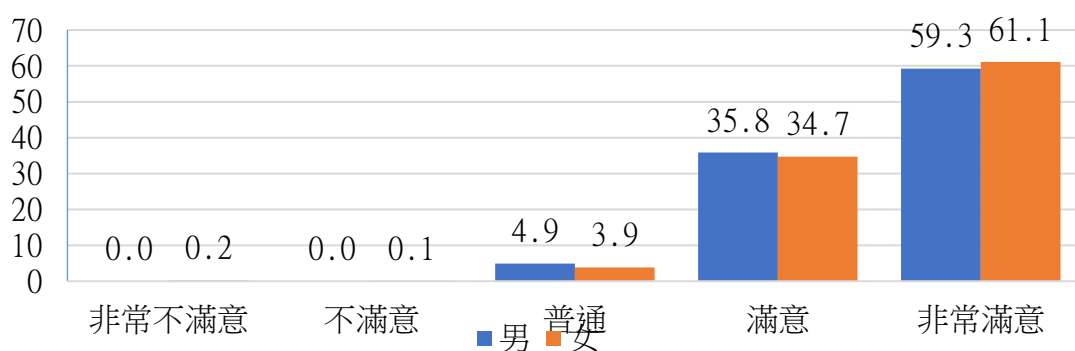
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				2	0.2	0.2	-0.21
不滿意							0.00
普通	22	4.3	4.3	37	3.9	3.9	0.46
滿意	217	42.6	42.6	398	41.4	41.6	1.04
非常滿意	270	53.0	53.0	520	54.1	54.3	-1.29
合計	509	100.0	100.0	957	99.6	100.0	
不清楚				4	0.4		
合計	509	100.0		961	100.0		



1-2. 請問您對臺北 e 大「提供免費課程服務」感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				2	0.2	0.2	-0.21
不滿意				1	0.1	0.1	-0.10
普通	25	4.9	4.9	37	3.9	3.9	1.06
滿意	182	35.8	35.8	333	34.7	34.7	1.10
非常滿意	301	59.1	59.3	586	61.0	61.1	-1.85
合計	508	99.8	100.0	959	99.8	100.0	
不清楚	1	0.2		2	0.2		
合計	509	100.0		961	100.0		

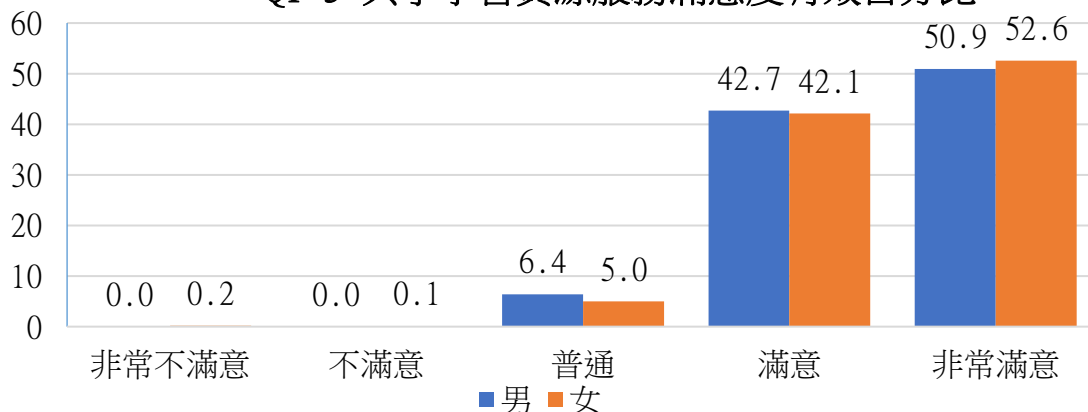
Q1-2 提供免費課程服務滿意度有效百分比



1-3. 請問您對臺北 e 大「共享學習資源服務」(如志工培訓、提供跨機關課程)感到滿意嗎?

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				2	0.2	0.2	-0.21
不滿意				1	0.1	0.1	-0.11
普通	32	6.3	6.4	47	4.9	5.0	1.41
滿意	214	42.0	42.7	398	41.4	42.1	0.60
非常滿意	255	50.1	50.9	497	51.7	52.6	-1.69
合計	501	98.4	100.0	945	98.3	100.0	
不清楚	8	1.6		16	1.7		
合計	509	100.0		961	100.0		

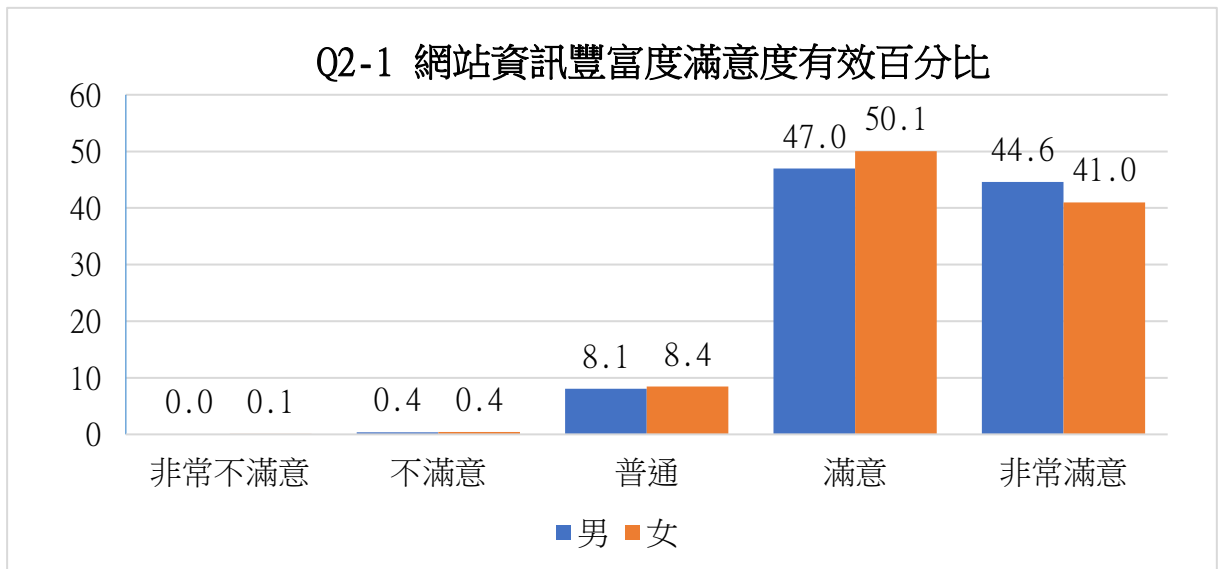
Q1-3 共享學習資源服務滿意度有效百分比



附件 3：【第二構面】網站系統服務滿意度次數分配圖表

2-1. 請問您對臺北 e 大的「網站資訊豐富度」感到滿意嗎？

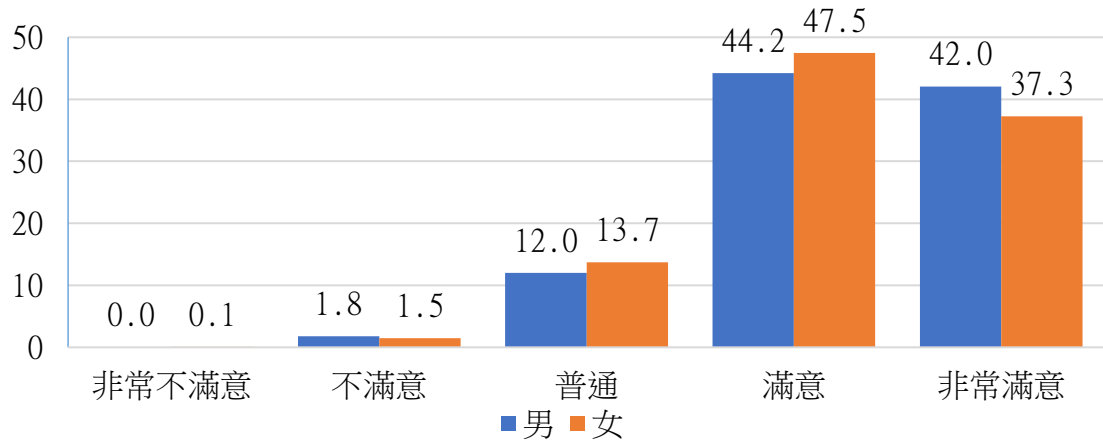
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				1	0.1	0.1	-0.10
不滿意	2	0.4	0.4	4	0.4	0.4	-0.02
普通	41	8.1	8.1	81	8.4	8.4	-0.37
滿意	239	47.0	47.0	481	50.1	50.1	-3.10
非常滿意	227	44.6	44.6	394	41.0	41.0	3.60
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



2-2. 請問您對臺北 e 大的「網站操作便利性」(如課程搜尋)感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				1	0.1	0.1	-0.10
不滿意	9	1.8	1.8	14	1.5	1.5	0.31
普通	61	12.0	12.0	132	13.7	13.7	-1.75
滿意	225	44.2	44.2	456	47.5	47.5	-3.25
非常滿意	214	42.0	42.0	358	37.3	37.3	4.79
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	

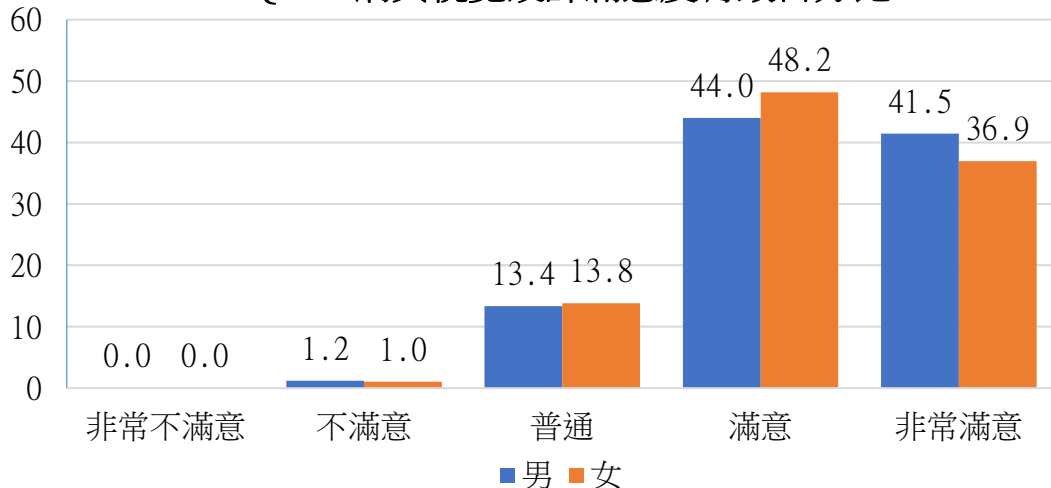
Q2-2 網站操作便利性滿意度有效百分比



2-3. 請問您對臺北e大的「網頁視覺設計」感到滿意嗎？

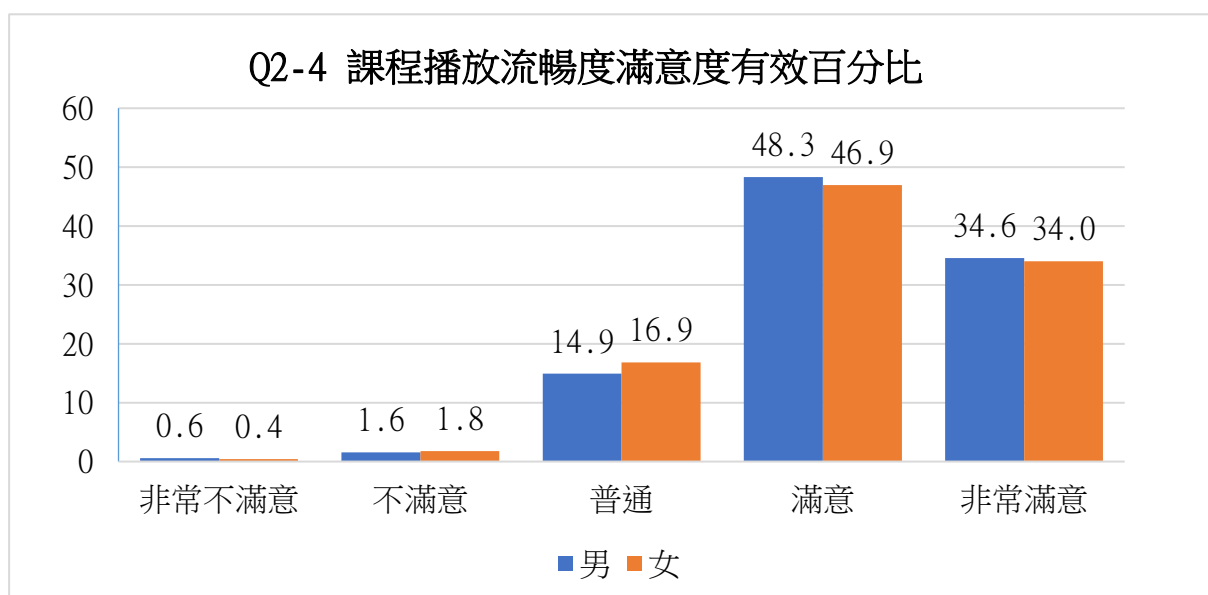
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	6	1.2	1.2	10	1.0	1.0	0.14
普通	68	13.4	13.4	133	13.8	13.8	-0.48
滿意	224	44.0	44.0	463	48.2	48.2	-4.17
非常滿意	211	41.5	41.5	355	36.9	36.9	4.51
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	

Q2-3 網頁視覺設計滿意度有效百分比



2-4. 請問您對臺北 e 大的「課程播放流暢度」感到滿意嗎？

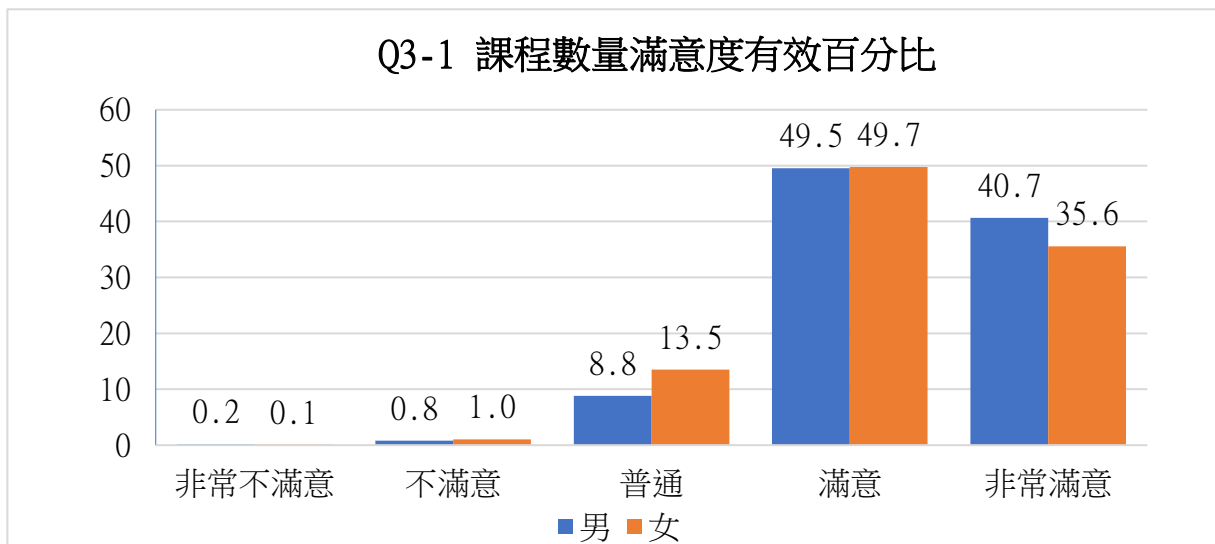
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意	3	0.6	0.6	4	0.4	0.4	0.17
不滿意	8	1.6	1.6	17	1.8	1.8	-0.20
普通	76	14.9	14.9	162	16.9	16.9	-1.93
滿意	246	48.3	48.3	451	46.9	46.9	1.40
非常滿意	176	34.6	34.6	327	34.0	34.0	0.55
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



附件 4：【第三構面】課程內容滿意度次數分配圖表

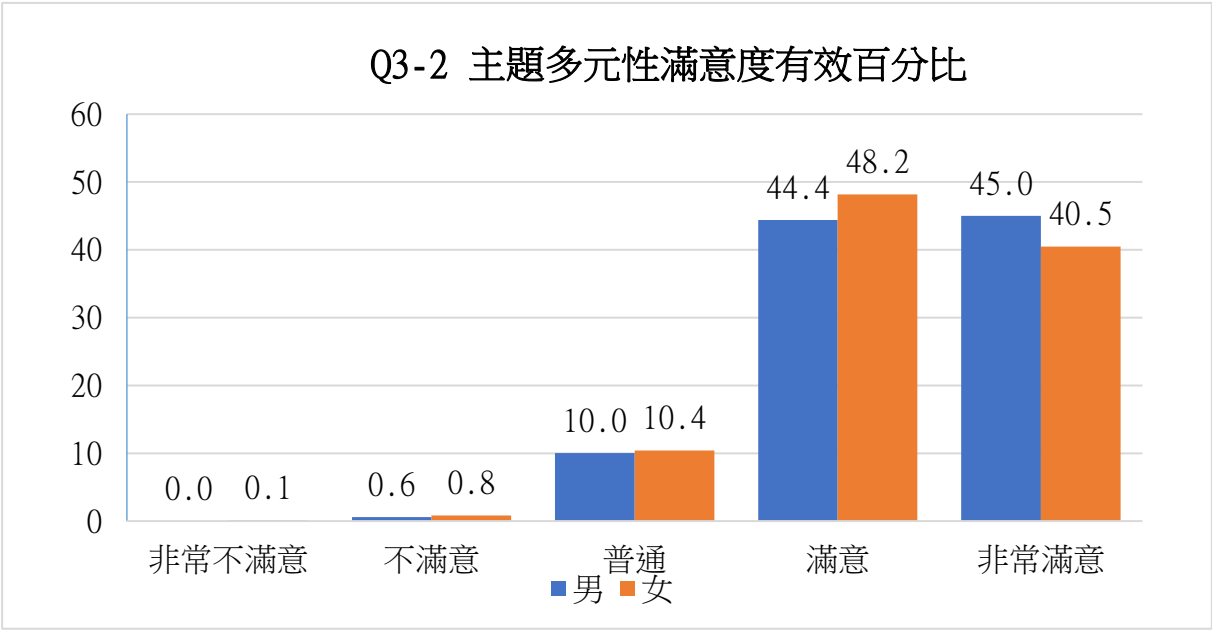
3-1. 請問您對臺北 e 大提供的「課程數量」感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意	1	0.2	0.2	1	0.1	0.1	0.09
不滿意	4	0.8	0.8	10	1.0	1.0	-0.25
普通	45	8.8	8.8	130	13.5	13.5	-4.69
滿意	252	49.5	49.5	478	49.7	49.7	-0.23
非常滿意	207	40.7	40.7	342	35.6	35.6	5.08
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



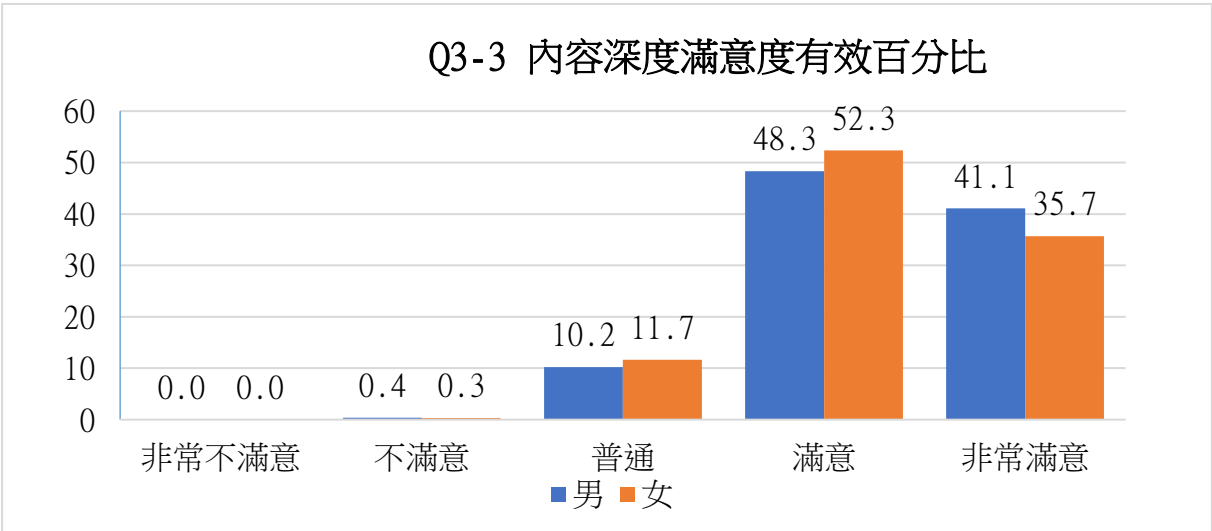
3-2. 請問您對臺北 e 大的課程「主題多元性」感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意				1	0.1	0.1	-0.10
不滿意	3	0.6	0.6	8	0.8	0.8	-0.24
普通	51	10.0	10.0	100	10.4	10.4	-0.39
滿意	226	44.4	44.4	463	48.2	48.2	-3.78
非常滿意	229	45.0	45.0	389	40.5	40.5	4.51
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



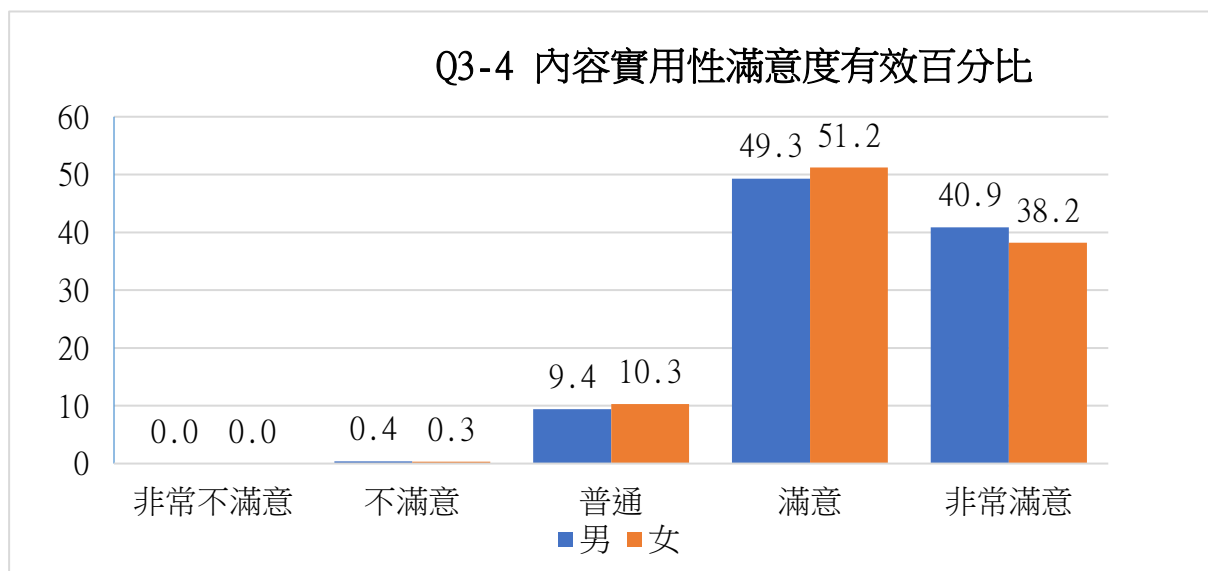
3-3. 請問您對臺北 e 大的課程「內容深度」感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	2	0.4	0.4	3	0.3	0.3	0.08
普通	52	10.2	10.2	112	11.7	11.7	-1.44
滿意	246	48.3	48.3	503	52.3	52.3	-4.01
非常滿意	209	41.1	41.1	343	35.7	35.7	5.37
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



3-4. 請問您對臺北 e 大的課程「內容實用性」感到滿意嗎？

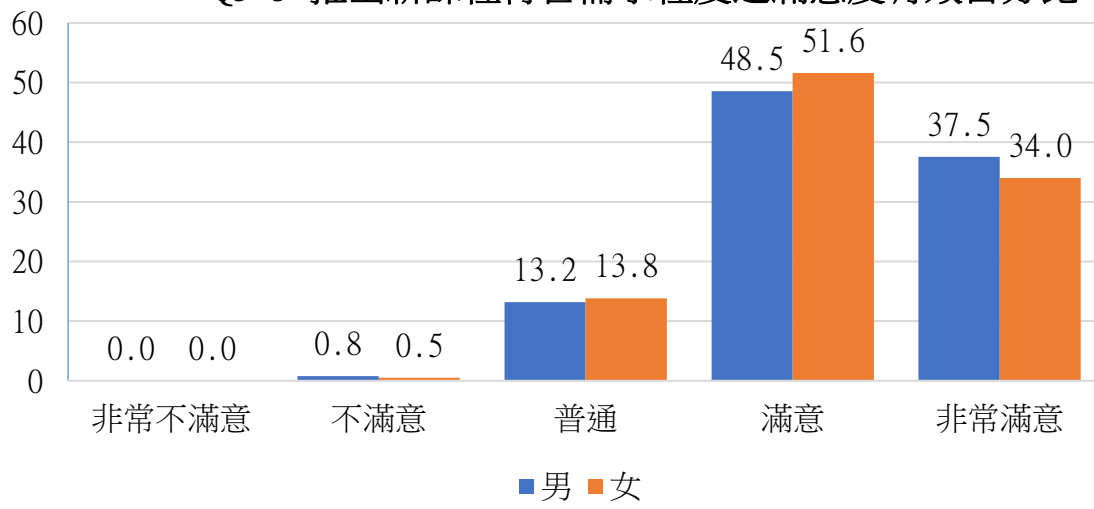
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	2	0.4	0.4	3	0.3	0.3	0.08
普通	48	9.4	9.4	99	10.3	10.3	-0.87
滿意	251	49.3	49.3	492	51.2	51.2	-1.88
非常滿意	208	40.9	40.9	367	38.2	38.2	2.68
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



3-5. 請問您對臺北 e 大「推出新課程符合需求的程度」感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	4	0.8	0.8	5	0.5	0.5	0.27
普通	67	13.2	13.2	133	13.8	13.8	-0.68
滿意	247	48.5	48.5	496	51.6	51.6	-3.09
非常滿意	191	37.5	37.5	327	34.0	34.0	3.50
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	

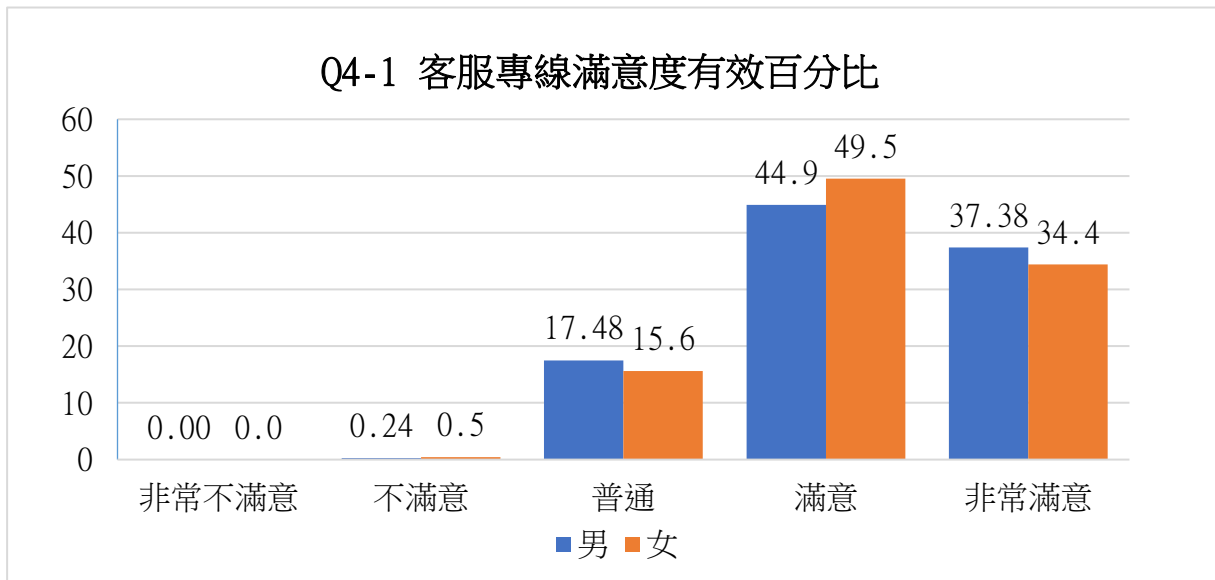
Q3-5 推出新課程符合需求程度之滿意度有效百分比



附件 5：【第四構面】延伸服務滿意度次數分配圖表

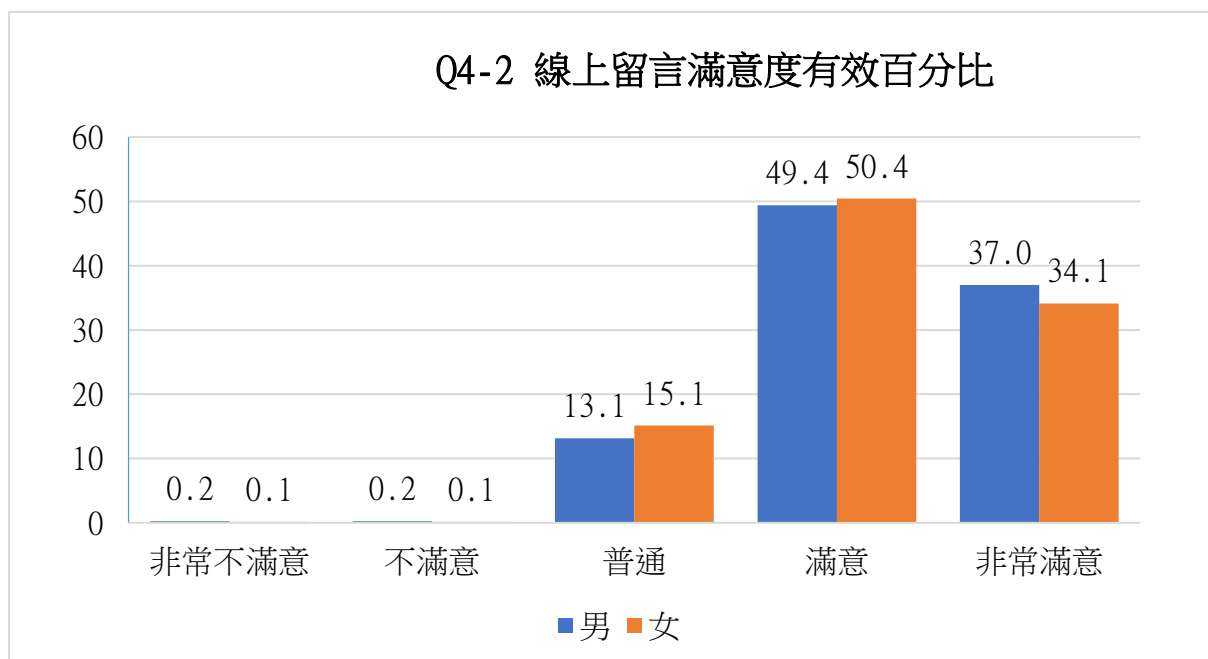
4-1. 請問您對臺北 e 大「客服專線」是否滿意？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	1	0.2	0.2	3	0.3	0.5	-0.21
普通	72	14.1	17.5	104	10.8	15.6	1.86
滿意	185	36.3	44.9	330	34.3	49.5	-4.65
非常滿意	154	30.3	37.4	229	23.8	34.4	2.99
合計	412	80.9	100.0	666	69.3	100.0	
未使用	97	19.1		295	30.7		
合計	509	100.0		961	100.0		



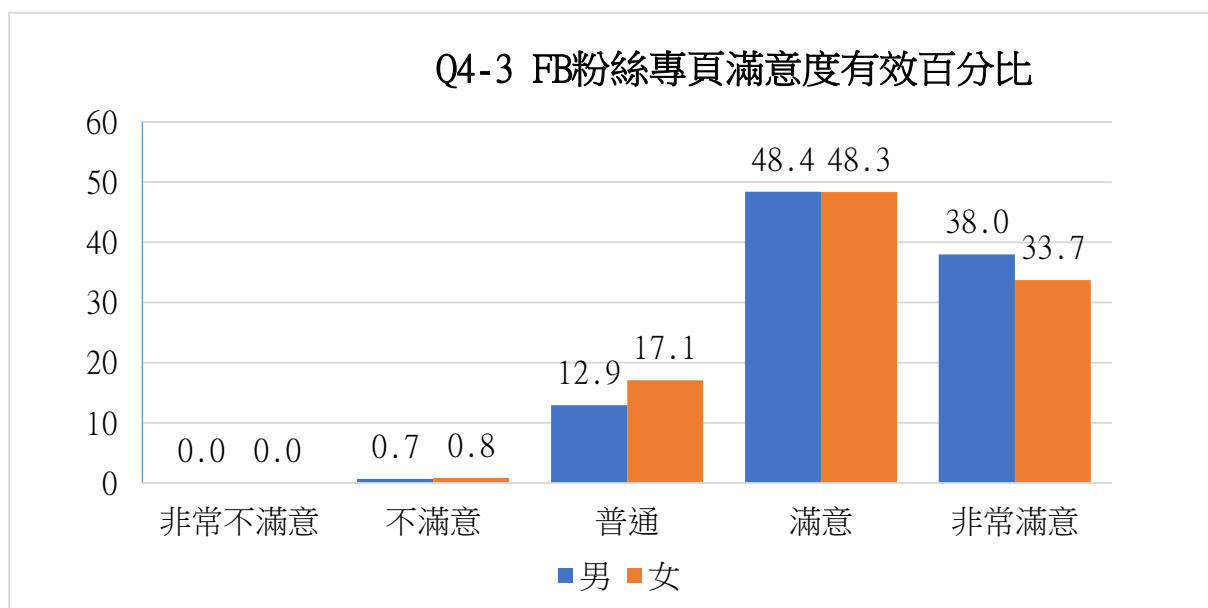
4-2. 請問您對臺北 e 大「線上留言(如 email、FB 粉絲專頁)」諮詢服務是否滿意？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意	1	0.2	0.2	1	0.1	0.1	0.09
不滿意	1	0.2	0.2	1	0.1	0.1	0.09
普通	55	10.8	13.1	101	10.5	15.1	-1.99
滿意	207	40.7	49.4	337	35.1	50.4	-1.05
非常滿意	155	30.5	37.0	228	23.7	34.1	2.86
合計	419	82.3	100.0	668	69.5	100.0	
未使用	90	17.7		293	30.5		
合計	509	100.0		961	100.0		



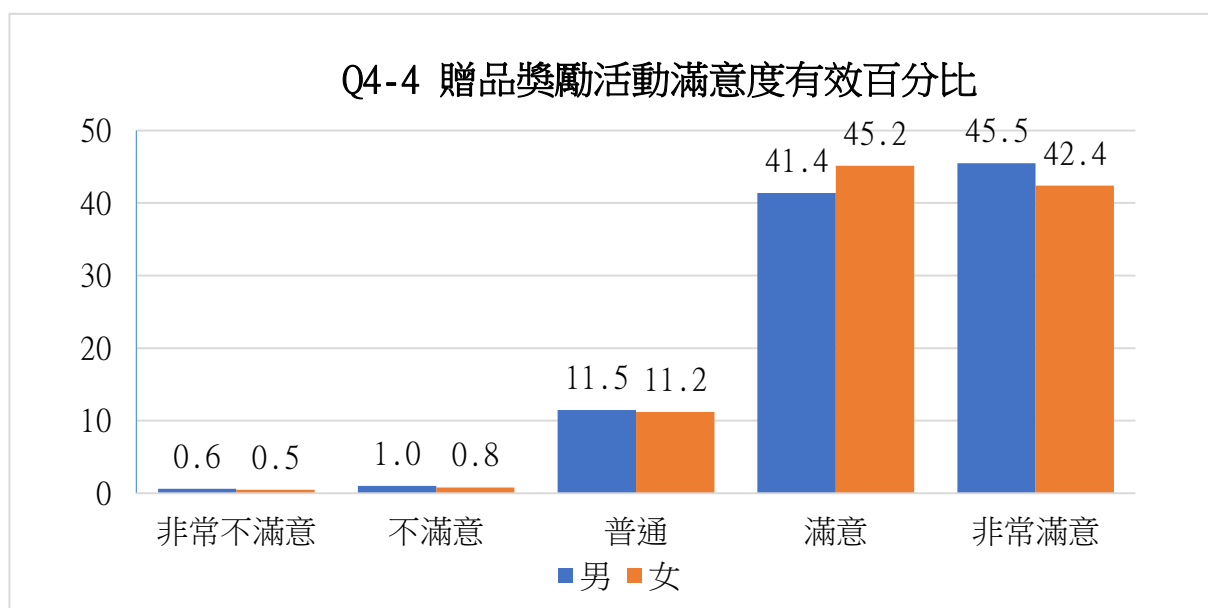
4-3. 請問您對臺北e大採用「FB粉絲專頁」行銷推廣方式感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意	3	0.6	0.7	6	0.6	0.8	-0.15
普通	57	11.2	12.9	124	12.9	17.1	-4.18
滿意	214	42.0	48.4	351	36.5	48.3	0.07
非常滿意	168	33.0	38.0	245	25.5	33.7	4.26
合計	442	86.8	100.0	726	75.5	100.0	
未參加	67	13.2		235	24.5		
合計	509	100.0		961	100.0		



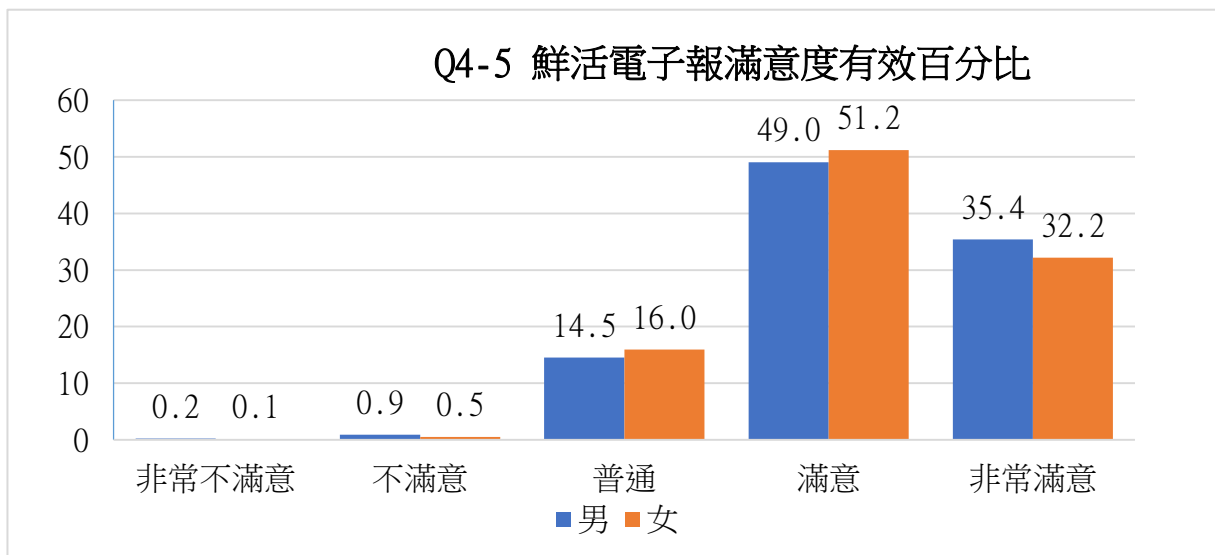
4-4. 請問您對臺北 e 大採用「贈品獎勵活動」行銷推廣方式感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意	3	0.6	0.6	4	0.4	0.5	0.15
不滿意	5	1.0	1.0	7	0.7	0.8	0.22
普通	56	11.0	11.5	97	10.1	11.2	0.27
滿意	202	39.7	41.4	391	40.7	45.2	-3.76
非常滿意	222	43.6	45.5	367	38.2	42.4	3.11
合計	488	95.9	100.0	866	90.1	100.0	
未參加	21	4.1		95	9.9		
合計	509	100.0		961	100.0		



4-5. 請問您對臺北 e 大採用「鮮活電子報」行銷推廣方式感到滿意嗎？

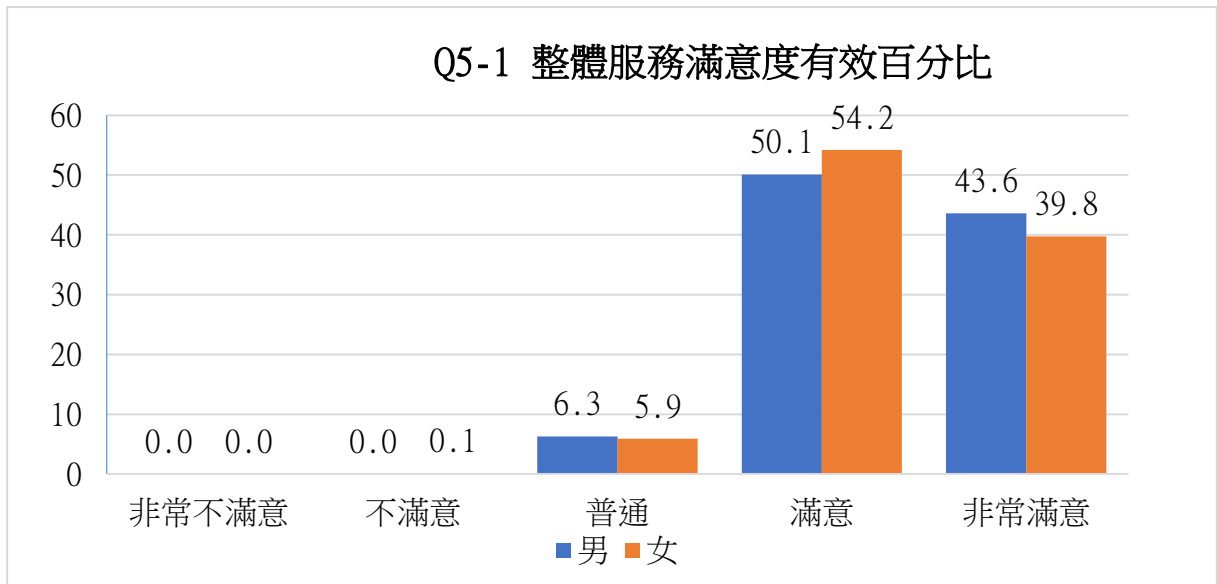
選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意	1	0.2	0.2	1	0.1	0.1	0.09
不滿意	4	0.8	0.9	4	0.4	0.5	0.35
普通	66	13.0	14.5	120	12.5	16.0	-1.45
滿意	223	43.8	49.0	385	40.1	51.2	-2.19
非常滿意	161	31.6	35.4	242	25.2	32.2	3.20
合計	455	89.4	100.0	752	78.3	100.0	
未曾閱讀	54	10.6		209	21.7		
合計	509	100.0		961	100.0		



附件 6：【第五構面】顧客整體滿意度與品牌忠誠度次數分配圖表

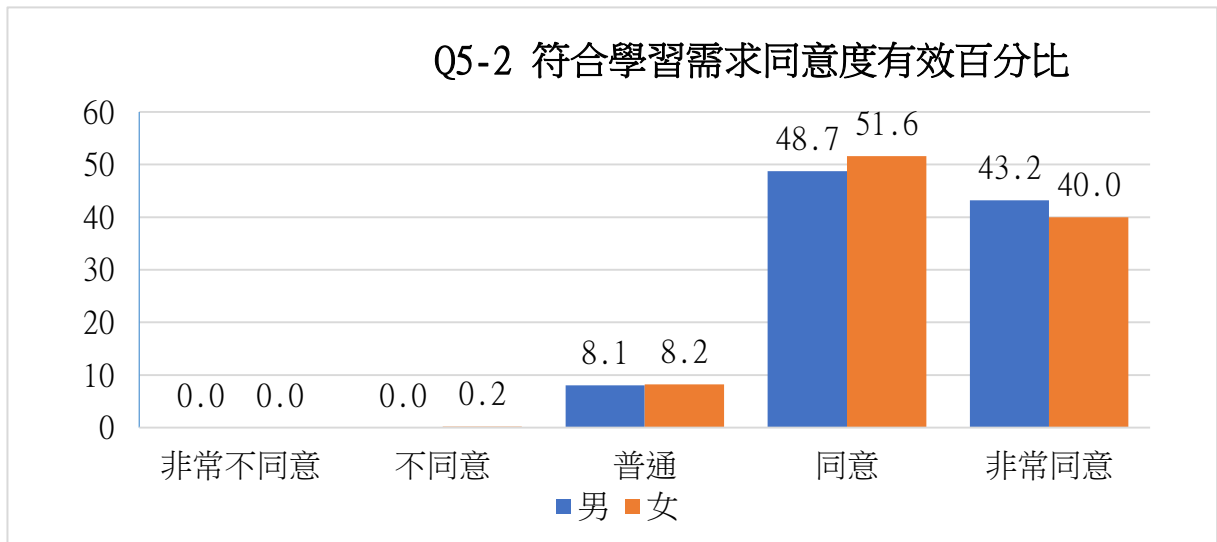
5-1. 請問您對臺北 e 大整體服務感到滿意嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不滿意							0.00
不滿意				1	0.1	0.1	-0.10
普通	32	6.3	6.3	57	5.9	5.9	0.36
滿意	255	50.1	50.1	521	54.2	54.2	-4.12
非常滿意	222	43.6	43.6	382	39.8	39.8	3.86
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



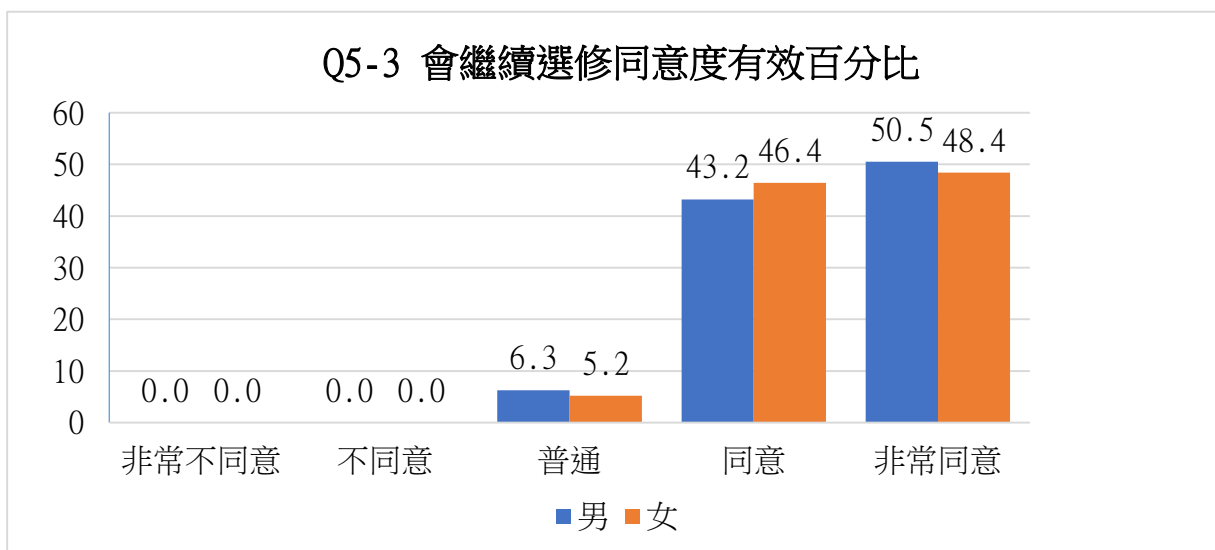
5-2. 請問您覺得臺北 e 大符合您的學習需求嗎？

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不同意							0.00
不同意				2	0.2	0.2	-0.21
普通	41	8.1	8.1	79	8.2	8.2	-0.17
同意	248	48.7	48.7	496	51.6	51.6	-2.89
非常同意	220	43.2	43.2	384	40.0	40.0	3.26
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



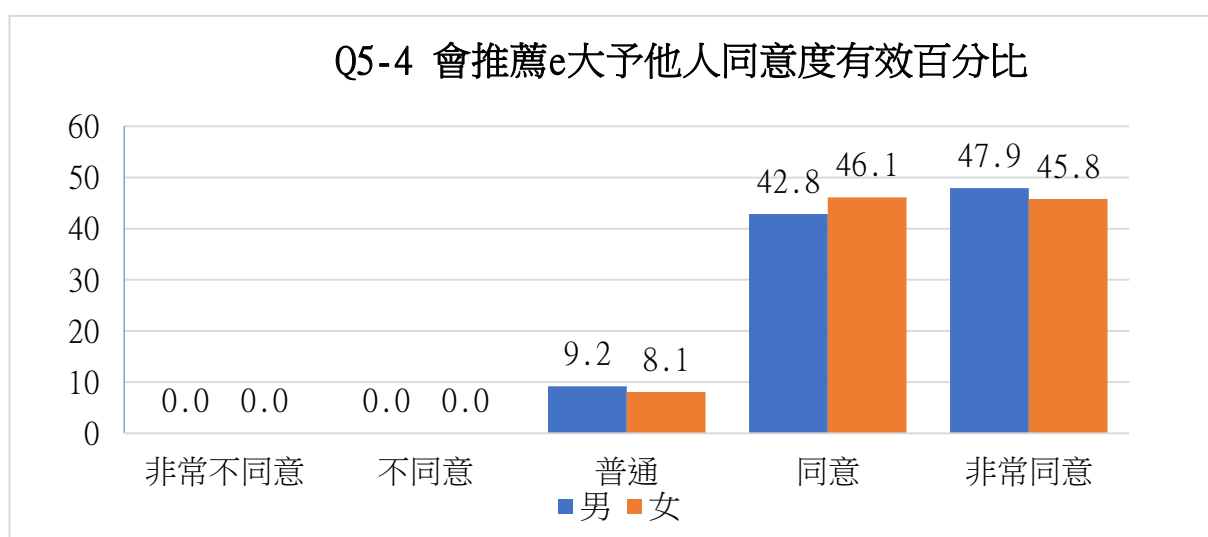
5-3. 我會繼續選修臺北 e 大課程

選項	男			女			男-女 有效百分比 差異數
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	
非常不同意							0.00
不同意							0.00
普通	32	6.3	6.3	50	5.2	5.2	1.08
同意	220	43.2	43.2	446	46.4	46.4	-3.19
非常同意	257	50.5	50.5	465	48.4	48.4	2.10
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



5-4. 我會推薦親朋好友或同事使用臺北e大線上學習

選項	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
非常不同意							0.00
不同意							0.00
普通	47	9.2	9.2	78	8.1	8.1	1.12
同意	218	42.8	42.8	443	46.1	46.1	-3.27
非常同意	244	47.9	47.9	440	45.8	45.8	2.15
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	

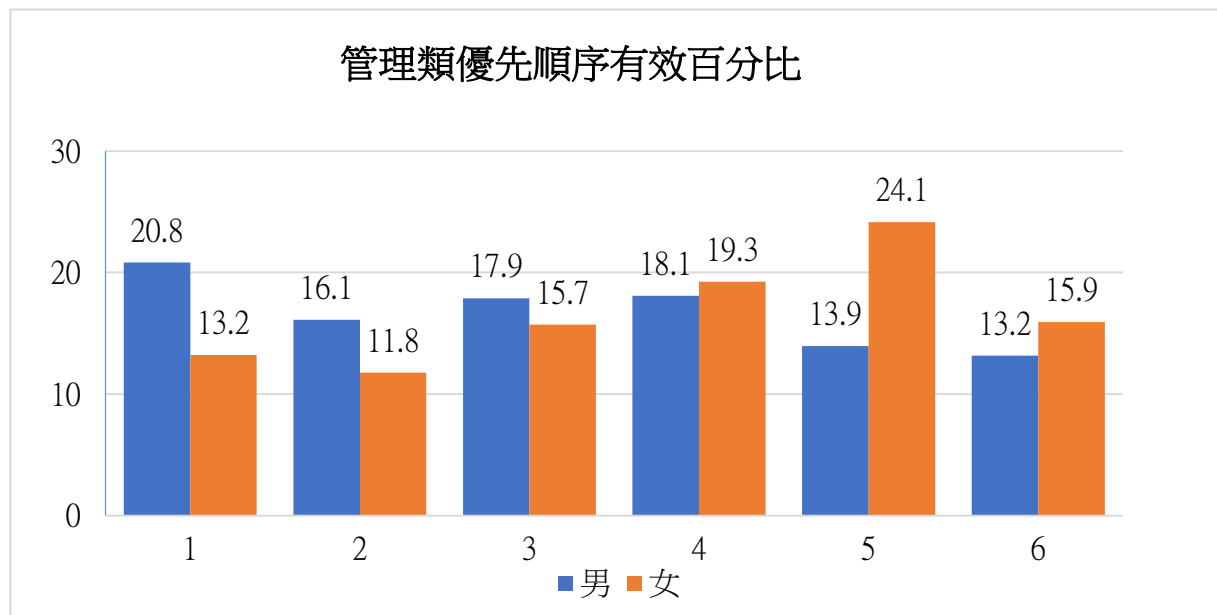


附件 7：【第六構面】使用者行為次數分配圖表

題目 6-6. 請問在臺北 e 大您最想選修的「課程類別」？（請依最想選修的順序填入 1~6）

管理類

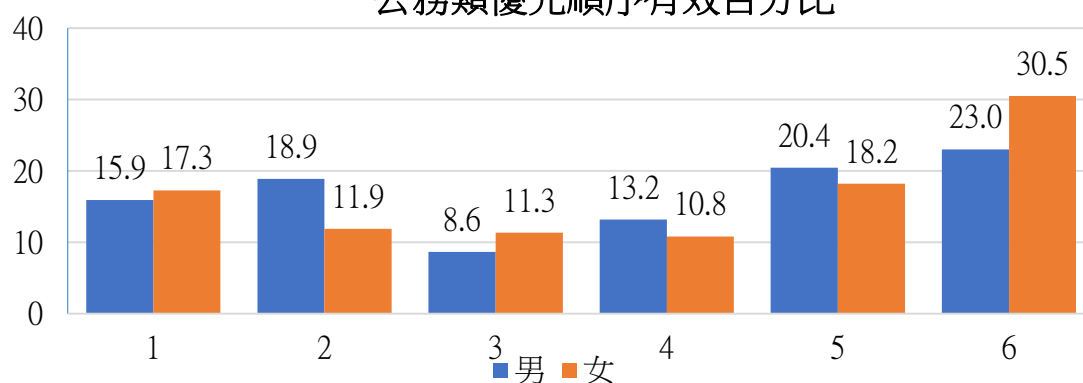
優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	106	20.8	20.8	127	13.2	13.2	7.61
2	82	16.1	16.1	113	11.8	11.8	4.35
3	91	17.9	17.9	151	15.7	15.7	2.17
4	92	18.1	18.1	185	19.3	19.3	-1.18
5	71	13.9	13.9	232	24.1	24.1	-10.19
6	67	13.2	13.2	153	15.9	15.9	-2.76
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



公務類

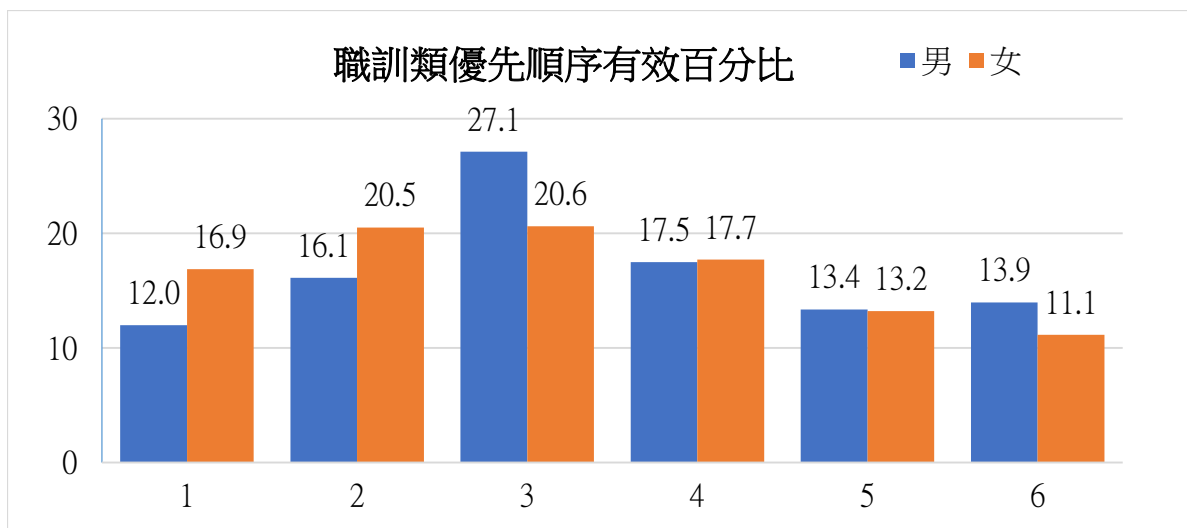
優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	81	15.9	15.9	166	17.3	17.3	-1.36
2	96	18.9	18.9	114	11.9	11.9	7.00
3	44	8.6	8.6	109	11.3	11.3	-2.70
4	67	13.2	13.2	104	10.8	10.8	2.34
5	104	20.4	20.4	175	18.2	18.2	2.22
6	117	23.0	23.0	293	30.5	30.5	-7.50
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	

公務類優先順序有效百分比



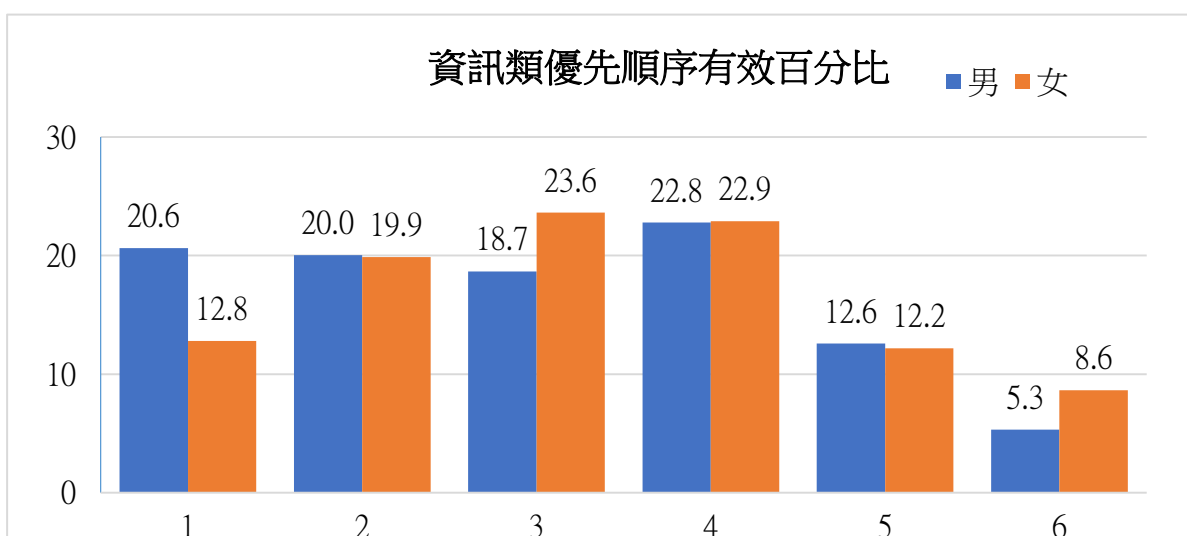
職訓類

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	61	12.0	12.0	162	16.9	16.9	-4.87
2	82	16.1	16.1	197	20.5	20.5	-4.39
3	138	27.1	27.1	198	20.6	20.6	6.51
4	89	17.5	17.5	170	17.7	17.7	-0.20
5	68	13.4	13.4	127	13.2	13.2	0.14
6	71	13.9	13.9	107	11.1	11.1	2.81
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



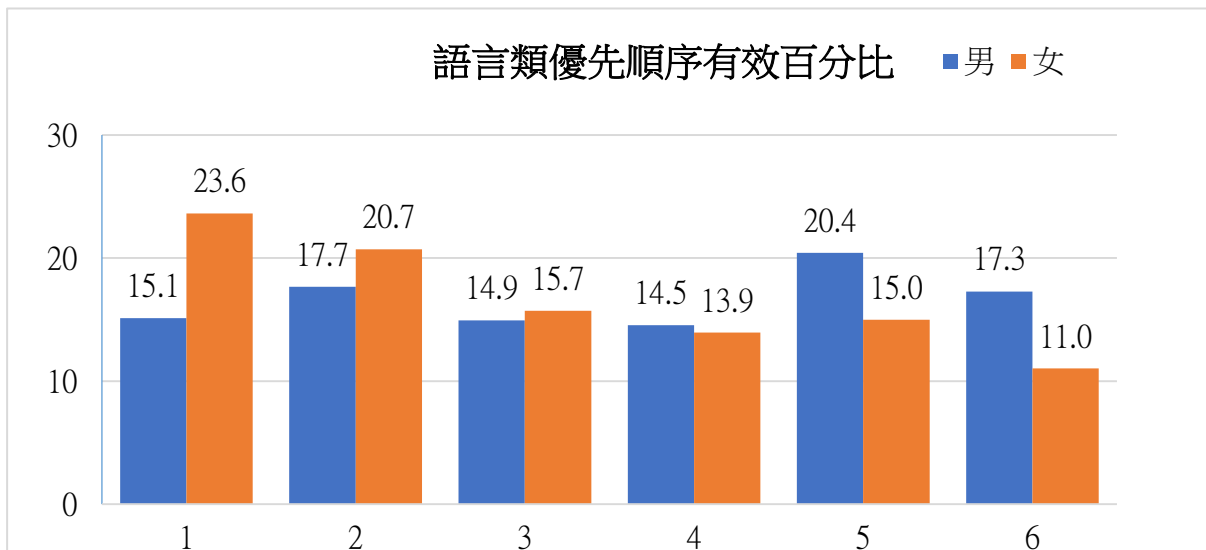
資訊類

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	105	20.6	20.6	123	12.8	12.8	7.83
2	102	20.0	20.0	191	19.9	19.9	0.16
3	95	18.7	18.7	227	23.6	23.6	-4.96
4	116	22.8	22.8	220	22.9	22.9	-0.10
5	64	12.6	12.6	117	12.2	12.2	0.40
6	27	5.3	5.3	83	8.6	8.6	-3.33
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



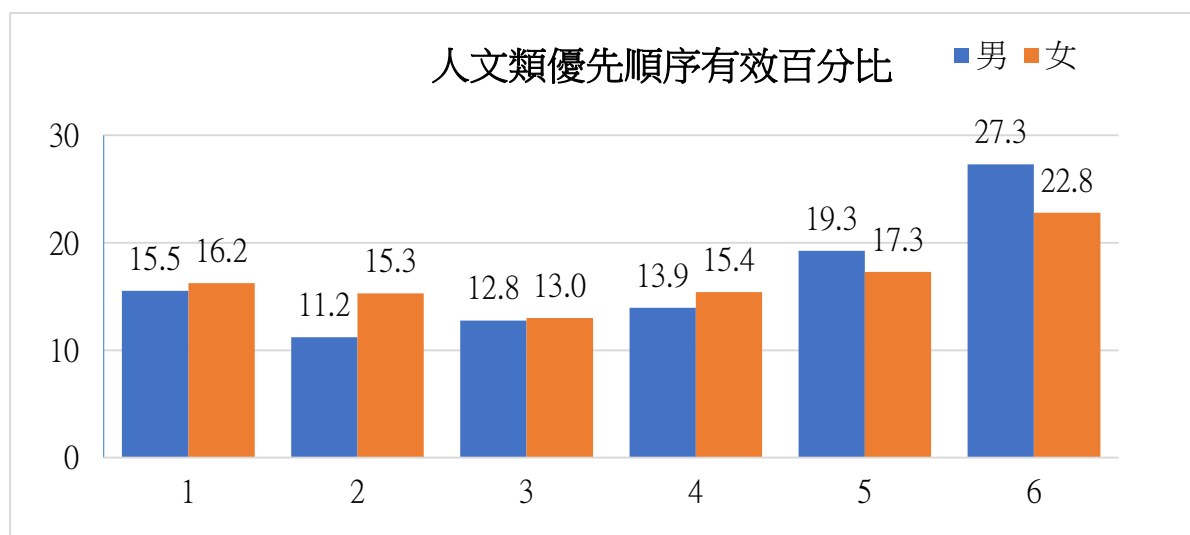
語言類

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	77	15.1	15.1	227	23.6	23.6	-8.49
2	90	17.7	17.7	199	20.7	20.7	-3.03
3	76	14.9	14.9	151	15.7	15.7	-0.78
4	74	14.5	14.5	134	13.9	13.9	0.59
5	104	20.4	20.4	144	15.0	15.0	5.45
6	88	17.3	17.3	106	11.0	11.0	6.26
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



人文類

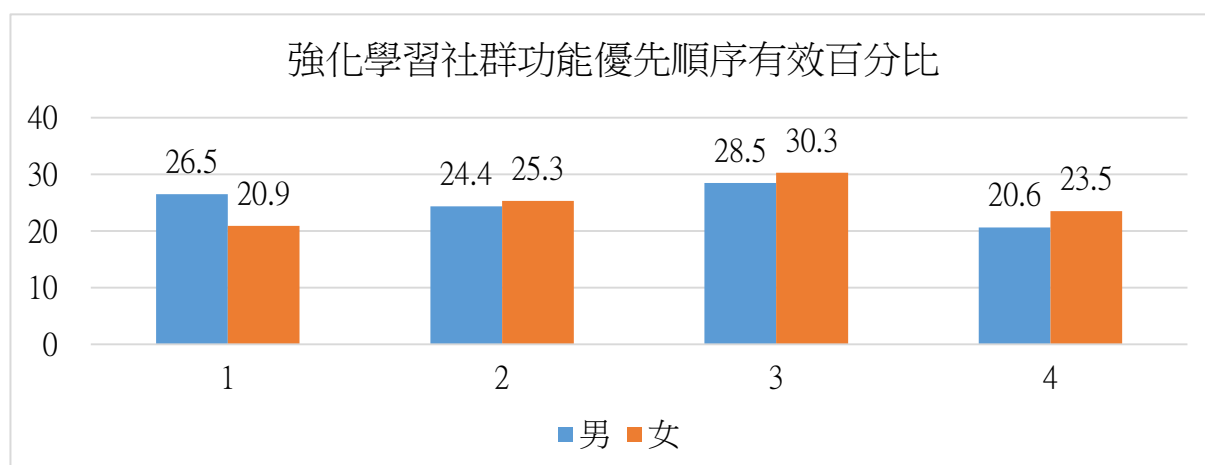
優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	79	15.5	15.5	156	16.2	16.2	-0.71
2	57	11.2	11.2	147	15.3	15.3	-4.10
3	65	12.8	12.8	125	13.0	13.0	-0.24
4	71	13.9	13.9	148	15.4	15.4	-1.45
5	98	19.3	19.3	166	17.3	17.3	1.98
6	139	27.3	27.3	219	22.8	22.8	4.52
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



題目6-7. 請問您建議臺北e大未來如何強化「與會員的互動」？（請依最想建議的順序填入1~4）

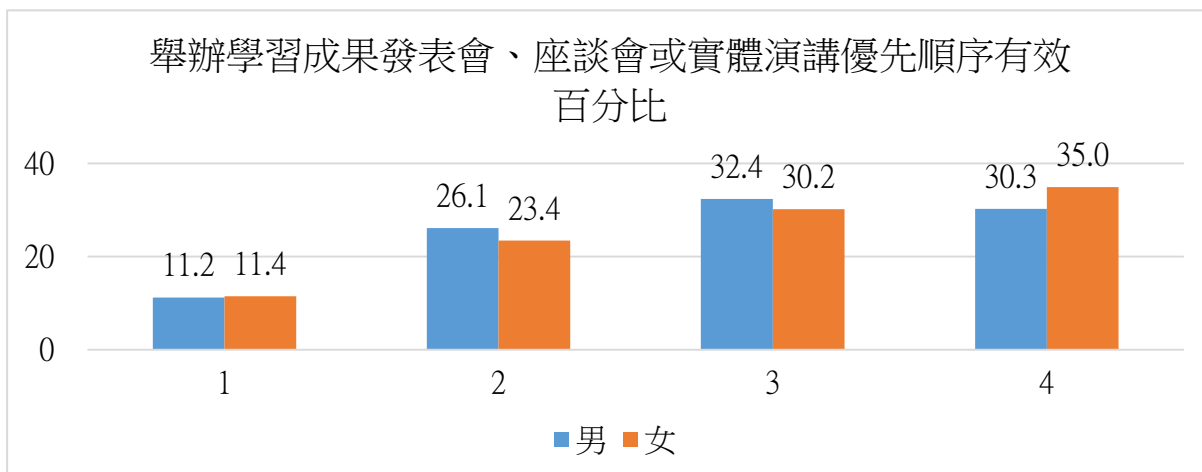
強化學習社群功能（如FB粉絲專頁）

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	135	26.5	26.5	201	20.9	20.9	5.61
2	124	24.4	24.4	243	25.3	25.3	-0.92
3	145	28.5	28.5	291	30.3	30.3	-1.79
4	105	20.6	20.6	226	23.5	23.5	-2.89
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



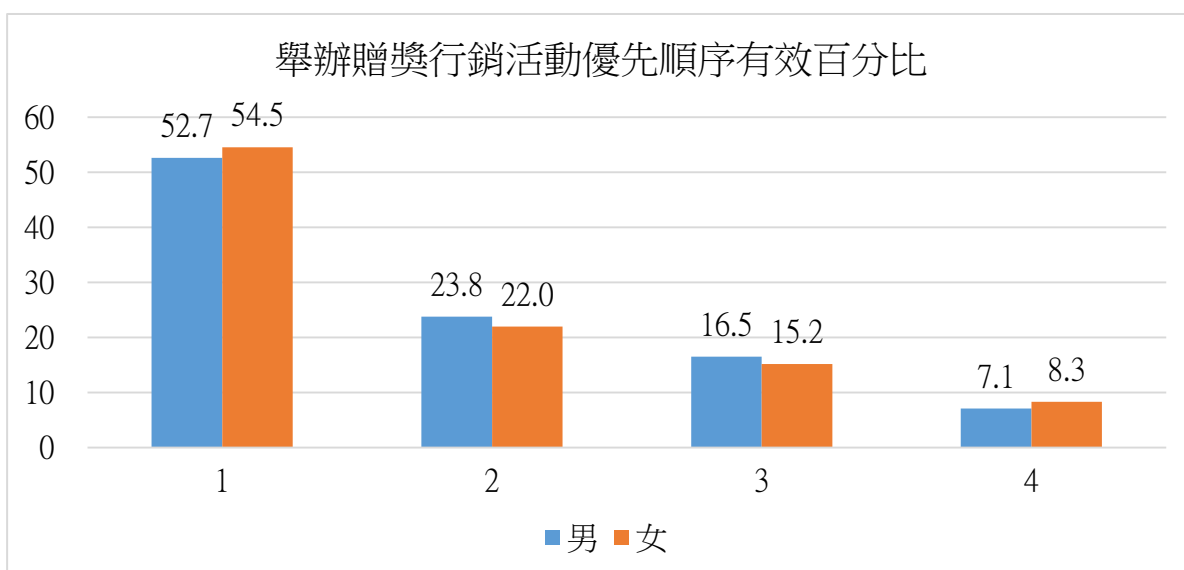
舉辦學習成果發表會、座談會或實體演講

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	57	11.2	11.2	110	11.4	11.4	-0.25
2	133	26.1	26.1	225	23.4	23.4	2.72
3	165	32.4	32.4	290	30.2	30.2	2.24
4	154	30.3	30.3	336	35.0	35.0	-4.71
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



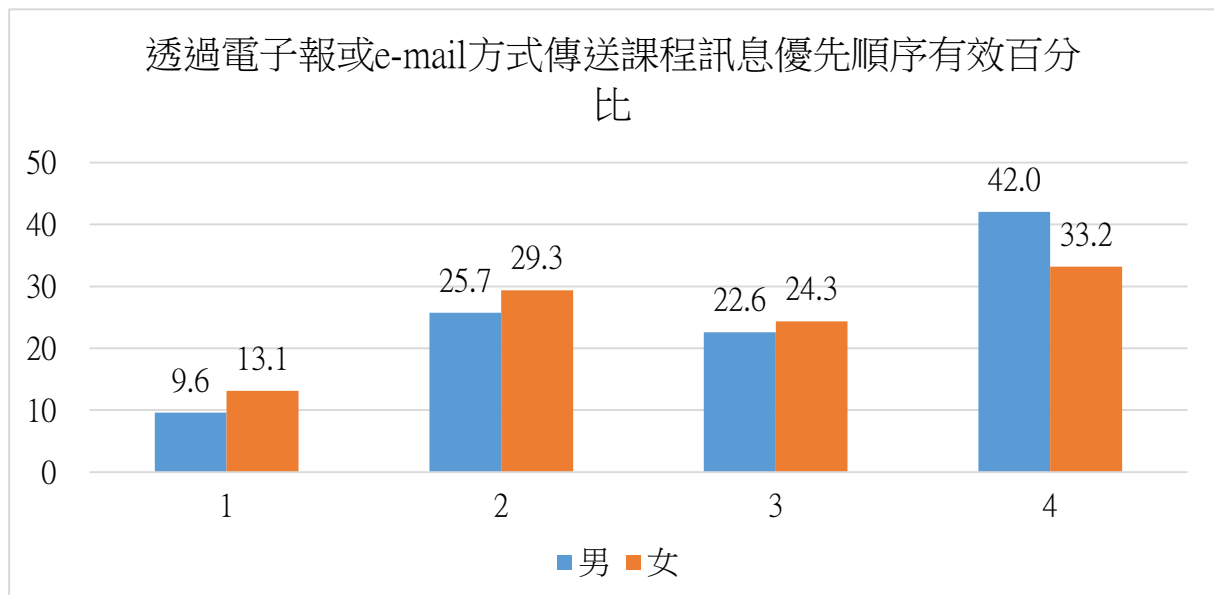
舉辦贈獎行銷活動

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	268	52.7	52.7	524	54.5	54.5	-1.87
2	121	23.8	23.8	211	22.0	22.0	1.82
3	84	16.5	16.5	146	15.2	15.2	1.31
4	36	7.1	7.1	80	8.3	8.3	-1.25
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



透過電子報或 e-mail 方式傳送課程訊息

優先順序	男			女			男-女
	次數	百分比	有效百分比	次數	百分比	有效百分比	有效百分比差異數
1	49	9.6	9.6	126	13.1	13.1	-3.48
2	131	25.7	25.7	282	29.3	29.3	-3.61
3	115	22.6	22.6	234	24.3	24.3	-1.76
4	214	42.0	42.0	319	33.2	33.2	8.85
合計	509	100.0	100.0	961	100.0	100.0	



附件 8：對臺北 e 大的其他建議彙整表

類別	男	女
網站系統服務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 太多人在線上時，系統不會計算上課時間，希望改善此狀況。(1 人) 2. 課程撥放流暢度：播放速度有時過慢。(1 人) 3. 網站操作便利性： <ol style="list-style-type: none"> (1) 課程分類要更細，課程搜尋功能要強化。(1 人) (2) 手機版本不是很好操作。(1 人) (3) 減少用多層次點選上課方式，非常不方便上課。(1 人) 4. 網頁視覺設計：字體呈現整體性，不要大小。(1 人) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 註冊及登入： <ol style="list-style-type: none"> (1) 11/30 以後不能使用網路市民會員登入，要改臺北卡登入，很不便民。(1 人) (2) 登入需簡化。(1 人) (3) 可否繼續借用網路市民會員，臺北卡註冊太麻煩了。(1 人) 2. 課程撥放流暢度： <ol style="list-style-type: none"> (1) 太多人同時上課時播放速度有點慢。(1 人) (2) 課程讀取常當機(1 人) (3) 電腦撥放介面都沒有改善流暢度。(1 人) 3. 網站操作便利性： <ol style="list-style-type: none"> (1) 希望能有直接點選某個頁數選課的功能。(1 人) (2) 希望增加手機等行動裝置的友善操作。(1 人) (3) 強化便利頁面操作功能。(1 人) (4) 選課中心分類能更明確,每頁筆數增加 50 筆。(1 人) 4. 網站資訊豐富度：資料豐富。(1 人) 5. 用 google chrome 課程無法順利播放(1 人) 6. 用電腦版有時候文字會都是亂碼(1 人)
課程	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建議增加的課程： <ol style="list-style-type: none"> (1) 武術課程(1 人) (2) 刑事訴訟和民事訴訟(1 人) (3) 政府採購法相關課程(1 人) (4) 希望多一點實用性課程，例如 line 的操作或臺北市或臺灣各項資源運用(1 人) (5) 手把手資訊系統操作課程，例如，OPENCV、人物辨識界面、UNITY 智能學習等。(1 人) (6) 資訊課程能增加目前較新的運用軟體(1 人) (7) 增加生活美學及人文藝術課程(1 人) 2. 多多開課(2 人)，比較有選擇。 3. 若經費許可，希望能增加各類型的課程！(1 人) 4. 提供的課程領域很廣泛且平易生活化(1 人) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建議增加(更新)的課程： <ol style="list-style-type: none"> (1) 外語課程(1 人) (2) 英、日、德文檢定課程(1 人) (3) 商用日語與日文 N1N2 程度的課程並期許課程沒有時限能永久觀看。(1 人) (4) 希望課程可以更多元化，可多增加語言類的課程(1 人) (5) 更新課程，如語言學習相關。(1 人) (6) 建議增加較長時數的語言或資訊課程，可 e 化搭配實體課程開設，以增加學員實際學習機會，達到良好學習效果。(1 人) (7) 希望增加繪圖軟體多元應用的課程(1 人) (8) 增加養生類課程(1 人) (9) 可多安排長輩預防延緩失能課程(1 人) (10) 希望可以開衛生講習課程(1 人)

<p>5. 課程好</p> <p>6. 課程免費又豐富</p>	<p>(11) 增加職涯發展及生活實用課程(1人)</p> <p>(12) 職訓課程的廣度不足，例如:拼布類、捏陶類、魔術類、押花類、氣球造型類。(1人)</p> <p>(13) 職訓類可以多增加一點課程(1人)</p> <p>(14) 結合就業提供更多學習(1人)</p> <p>(15) 太喜歡語言類教學，還有古蹟及烹飪都是的排遣時光的選擇。(1人)</p> <p>(16) 能再提供更多的課程如中、西餐製作、美容、美髮、插花及資訊類office(word、excel更多操作課程)。(1人)</p> <p>(17) 希望能有多一些法律相關課程(2人)</p> <p>(18) 希望可增加特殊教育相關研習課程(1人)</p> <p>(19) 希望多一些投資理財的課程(2人)</p> <p>(20) 希望提供上完課後生活中可以加以應用的課程(1人)</p> <p>(21) 提供更多優質實務及生活化的學習課程(1人)</p> <p>(22) 希望把地政局"地政講堂"課程納進來,就不用請假去上課又有時數(1人)</p> <p>2. 課程介面：</p> <p>(1) 可否增加字幕（對聽障朋友有幫助）(1人)</p> <p>(2) 希望有更多課程都能使用手機上課(1人)</p> <p>(3) 行動版(手機、平板)無法觀看全部課程，仍然受限於只能用電腦上課。</p> <p>(4) 希望手機版介面可以更好(1人)</p> <p>(5) 希望手機版可閱讀語言學習功能(1人)</p> <p>(6) 符合RWD，所有的線上教學都能在手機，平版，電腦等使用，讓學習無空間限制(1人)</p> <p>3. 增加課程類別(4人)</p> <p>4. 同類課程可以多點選擇(1人)</p> <p>5. 希望多開一些不一樣且多元的課程(1人)</p> <p>6. 希望課程能再多元，有進階課程(1人)</p> <p>7. 提高課程更新頻率(1人)</p> <p>8. 可開新的課程，多增加課程(3人)</p> <p>9. 跟著時代一直推出實用課程(1人)</p>
---------------------------------	---

		<ol style="list-style-type: none"> 10. 有些課程可以更新(1 人) 11. 有些課程年代較為久遠或與現行法已有差距，建議更新。(1 人) 12. 希望法律相關課程能不斷更新(1 人) 13. 課程能與時事結合，提升終身學習品質(1 人) 14. 課程講義有部分錯誤，需加強校對正確性(1 人) 15. 可供選讀的新課程比以往多了，希望往後也能持續上架新課程。(1 人) 16. 有些課程播放時間太短要一直點，很浪費時間，是否可以切割時間為15-20 分鐘(1 人) 17. 慎選講師，課程內容表達有些太過照本宣科，不吸引人。(1 人) 18. 當課程看到一半退出時，可以直接從最後觀看的部分開始觀看(1 人) 19. 課程頁面點選標示不清楚，且內嵌播放或指定的播放程式運行不順暢。對於常使用網站閱覽的人，覺得使用上不是很方便。(1 人) 20. 離開課程後下次再進入課程時，系統無法自行由上次的離開點繼續往下播放(1 人) 21. 課程有些能更簡化一點(1 人) 22. 課程長度約 10 分左右最合適(1 人) 23. 課程很不錯(1 人) 24. 課程很棒(1 人) 25. 課程很精彩，謝謝您們的用心(1 人)
行銷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 舉辦的都還不錯，但還是缺乏推廣，一般的民眾未必能接觸到(1 人) 2. 舉辦贈獎行銷活動(2 人) 3. 好還要更好，希多增加贈獎活動(4 人) 4. 請增加每月贈獎活動的中獎機率，例如增加中獎名額！(2 人) 5. 提供多項獎項(1 人) 6. 每月中獎名額太少，都不會中(1 人) 7. 辛苦多多加油，實體贈品多一點，禮物雖小，但紀念價值高(1 人) 8. 加強行銷。(1 人) 9. 多多舉辦活動推廣(1 人) 10. 持續發行多元電子報(1 人) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "課程名稱"要顯眼，找了好幾次才看到。加個"課程簡介"更好，課程簡介做得清楚完整，就是最好的行銷。(1 人) 2. 希望有"課程清單導覽"，到底有那些課程可以更一目了然，FB 只防毒宣導?更想看到各種課程宣傳。(1 人) 3. 多舉辦贈獎行銷活動(3 人) 4. 推廣更貼進生活的課程，多舉辦抽獎活動吸引人民更了解單位和課程(1 人) 5. 多多舉辦活動推廣(2 人) 6. 續舉辦主題活動讚(1 人) 7. 建議可以放置影片於 youtube(1 人) 8. 活動有用心，辛苦了！(1 人) 9. 課程行銷不夠吸引人(1 人) 10. 請加強對市民的宣導，不然好課程很少人知道(1 人)

其他	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問卷設計： <ol style="list-style-type: none"> (1) 可提供建議課程並統計需求，以利開課(1人) (2) 本份問卷 -【第六部分】使用者行為之 6-9 選項 最適當的課程長度 建議增加"視課程內容而定"的選項 並非所有課程都適合統一長度(1人) (3) 6-6、6-7 設計有問題(1人) 2. 非常棒的平台，期待持續更新課程!(1人) 3. 很好(棒)。(7人) 4. 棒。(2人) 5. 滿意。(1人) 6. 做就對了(1人) 7. 謝謝您們(2人) 8. 繼續加油~支持臺北e大(1人) 9. 繼續努力加油(6人) 10. 很用心又免費，很棒!請繼續努力!(1人) 11. 讓我們一同努力更上一層樓(1人) 12. 讚(2人) 13. OK。(1人) 14. 目前對於操作、課程內容都覺得不錯，尚無其他建議(1人) 15. 希望能一直持續辦下去(1人) 16. 強化學習社群功能(1人) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問卷設計：6-8 課程長度應視課程主題及預定學習深淺程度而定較好(1人) 2. 很棒的學習資源，可多推廣讓更多人知道。(1人) 3. 很好(棒)。(8人) 4. 很滿意(1人) 5. 非常好(滿意)，請再接再厲!(2人) 6. 棒(讚)。(2人) 7. Good(1人) 8. 好好更好!!好好好!!(1人) 9. 再接再厲，加油(4人) 10. 再接再厲，讚!(1人) 11. 比文官學苑還容易(1人) 12. 臺北e大課程真的超實用(1人) 13. 再加強一下(1人) 14. 感恩繼續加油!(1人) 15. 多元化外也多人性化(1人) 16. 謝謝你們。(6人) 17. 謝謝提供這麼好的學習管道(1人) 18. 收穫良多，感謝!(1人) 19. 再豐富多樣化一些(1人) 20. 希望可以讓更多資訊比較不發達者也能知道這些訊息(1人) 21. 希望持續辦理(1人) 22. 請繼續開課，謝謝(1人) 23. 希望能在各區有語言實體課程(1人) 24. 辛苦工作人員了!(3人) 25. 使用行動版上完課，課程時數無法直接上傳終身學習時數，必須再用電腦版才會上傳終身學習時數(1人) 26. 是否可以直接匯入公務人員學習平台(1人) 27. 實體課程的天數如果太長，會比較無法參加(1人)
----	--	--

附件 9：107 年度臺北 e 大數位學習網滿意度調查問卷

【第一部分】臺北 e 大形象及期望

- 1-1. 請問您對臺北 e 大「**提倡終身學習服務**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 不清楚
- 1-2. 請問您對臺北 e 大「**提供免費課程服務**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 不清楚
- 1-3. 請問您對臺北 e 大「**共享學習資源服務**」（如志工培訓、提供跨機關課程）感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 不清楚

【第二部分】網站系統服務

- 2-1. 請問您對臺北 e 大的「**網站資訊豐富度**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 2-2. 請問您對臺北 e 大的「**網站操作便利性**」（如課程搜尋）感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 2-3. 請問您對臺北 e 大的「**網頁視覺設計**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 2-4. 請問您對臺北 e 大的「**課程播放流暢度**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

【第三部分】課程內容

- 3-1. 請問您對臺北 e 大提供的「**課程數量**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3-2. 請問您對臺北 e 大的課程「**主題多元性**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3-3. 請問您對臺北 e 大的課程「**內容深度**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3-4. 請問您對臺北 e 大的課程「**內容實用性**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3-5. 請問您對臺北 e 大「**推出新課程符合需求的程度**」感到滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

【第四部分】延伸服務

4-1. 請問您對臺北 e 大「**客服專線**」是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 未使用

4-2. 請問您對臺北 e 大「**線上留言(如 email、FB 粉絲專頁)**」諮詢服務是否滿意？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 未使用

4-3. 請問您對臺北 e 大採用「**FB 粉絲專頁**」行銷推廣方式感到滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 未參加

4-4. 請問您對臺北 e 大採用「**贈品獎勵活動**」行銷推廣方式感到滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 未參加

4-5. 請問您對臺北 e 大採用「**鮮活電子報**」行銷推廣方式感到滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意 未曾閱讀

【第五部分】顧客整體滿意度與品牌忠誠度

5-1. 請問您對臺北 e 大整體服務感到滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

5-2. 請問您覺得臺北 e 大符合您的學習需求嗎？

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

5-3. 我會繼續選修臺北 e 大課程

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

5-4. 我會推薦親朋好友或同事使用臺北 e 大線上學習

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

【第六部分】使用者行為

1. 請問您主要是透過何種「**管道**」得知臺北 e 大課程及學習推廣活動？(至多複選 3 項)

主動上臺北 e 大查詢

公文

至臺北市政府公務人員訓練處上課時的課前說明

網路廣告

網路自行搜尋

e 大海報、簡介 DM 等文宣

親友介紹

媒體及社群（報紙、燈箱及臉書）

其他（請說明_____）

鮮活電子報

2. 臺北 e 大課程目前有兩種「**上課介面**」，請問您比較習慣那一種？

電腦版 行動載具版（手機及平板）

3. 請問您使用臺北 e 大網站的「**頻率**」？

- 每天使用 每週至少 1 次 每月至少 1 次 視需要時使用
4. 請問您偏好於何時上臺北 e 大？
週間(週一至週五) 週末(週六至週日)
5. 請問您通常是什麼「時段」上臺北 e 大？
上午 中午 下午 晚上 凌晨
6. 請問在臺北 e 大您最想選修的「課程類別」？（請依最想選修的順序填入 1~6）
 _____管理類
 _____公務類
 _____職訓類
 _____資訊類
 _____語言類
 _____人文類
7. 請問您建議臺北 e 大未來如何強化「與會員的互動」？（請依最想建議的順序填入 1~4）
 _____強化學習社群功能（如 FB 粉絲專頁）
 _____舉辦學習成果發表會、座談會或實體演講
 _____舉辦贈獎行銷活動
 _____透過電子報或 e-mail 方式傳送課程訊息
8. 請問您認為最適當的「課程長度」為何？
15 分鐘以內 16~30 分鐘 31~60 分鐘 61~120 分鐘 121 分鐘以上
9. 請問您選讀臺北 e 大課程的「主要原因」為何？(至多複選 3 項)
對課程有興趣 欲取得學習認證時數(或學習證明)
親友推薦 課程免費
政策指定課程 課程僅臺北 e 大有提供(如：_____)
被課程行銷活動吸引 工作需要
其他（請說明_____）
10. 您對臺北 e 大的其他建議：_____

【第七部分】基本資料

7-1. 請問您的性別？

- 男 女 其他

7-2. 請問您的年齡？

- 19歲以下 20-29歲 30-39歲
40-49歲 50-59歲 60歲以上

7-3. 請問您的學歷？

- 國(初)中以下 高中職 大專/大學 碩士 博士

7-4. 請問您目前的行業類別？

- 政府員工(正式編制人員) 政府員工(約聘僱人員) 文教業
製造業 服務業 商業 資訊業 自由業 家管
學生 退休人員 其他(請說明_____)

7-5. 請問您是否為臺北市政府員工？

- 是 否

7-6. 請問您目前擔任的職務？

- 主管 非主管

7-7. 請問您是否已加入臺北 e 大會員？

- 是(請續答 7-8 題) 否(請跳答 7-9 題)

7-8. 請問您選擇加入臺北 e 大會員的「主要原因」為何？

- 服務機關要求 取得學習認證時數(或學習證明)
親友推薦 本身對課程有興趣
課程免費 喜歡線上學習方式的自主性
行銷活動吸引人 其他

7-9. 請問您不加入臺北 e 大會員的「主要原因」為何？

- 申辦會員程序麻煩 提供會員的服務項目不符合個人需求
不想留下個人資料 其他(請說明_____)