

中央及地方政府 服務滿意度調查研討會

會議手冊

主辦機關：行政院研究發展考核委員會

中華民國 102 年 6 月

「中央及地方政府服務滿意度調查研討會」議程
【北區場次】

時間：102年6月24日（星期一）

地點：臺大醫院國際會議中心401室

（臺北市中正區徐州路2號4樓）

議程

時間	議程	講座
08:30-09:00	報到	行政院研考會
09:00-09:10	貴賓致詞	宋餘俠 （行政院研考會主任委員）
09:10-10:40	民意調查概論	莊文忠 （世新大學行政管理學系副教授）
10:40-10:50	休息	—
10:50-12:20	民意調查設計與結果分析	陳俊明 （世新大學行政管理學系副教授）
12:20-13:30	午餐	—
13:30-15:30	機關服務滿意度調查常見問題與改進	周祖誠 （經濟日報、聯合報系民調中心、聯合行銷研究公司總經理）
15:30-16:00	綜合座談	主持人：廖麗娟（行政院研考會研究發展處處長） 與談人：周祖誠（經濟日報、聯合報系民調中心、聯合行銷研究公司總經理）
16:00~	賦歸	—

「中央及地方政府服務滿意度調查研討會」議程

【南區場次】

時間：102年6月26日（星期三）

地點：高雄蓮潭國際會館國際一廳

（高雄市左營區崇德路801號）

議程

時間	議程	講座
08:30-09:00	報到	行政院研考會
09:00-09:10	貴賓致詞	范姜泰基 （行政院研考會副主任委員）
09:10-10:40	民意調查概論	莊文忠 （世新大學行政管理學系副教授）
10:40-10:50	休息	—
10:50-12:20	民意調查設計與結果分析	陳俊明 （世新大學行政管理學系副教授）
12:20-13:30	午餐	—
13:30-15:30	機關服務滿意度調查常見問題與改進	周祖誠 （經濟日報、聯合報系民調中心、 聯合行銷研究公司總經理）
15:30-16:00	綜合座談	主持人：廖麗娟（行政院研考會研究發展處處長） 與談人：周祖誠（經濟日報、聯合報系民調中心、聯合行銷研究公司總經理）
16:00~	賦歸	—

目 次

一、致詞貴賓及講座介紹.....	1
二、民意調查概論.....	5
三、民意調查設計與結果分析.....	25
四、機關服務滿意度調查常見問題與改進.....	41
附錄 1：行政院所屬各機關民意調查作業要點.....	55
附錄 2：「政府服務品質獎」業務本會聯繫窗口.....	59

致詞貴賓及講座介紹

一、致詞貴賓



宋餘俠 主任委員

現職：行政院研究發展考核委員會主任委員

學歷：政治大學企業管理博士

經歷：1. 行政院研考會副主任委員

2. 行政院研考會主任秘書

3. 綜合計畫處處長、研究委員、管制考核處副處長

4. 資訊管理處高級分析師、科長、分析師、專員

5. 中原大學兼任副教授



范姜泰基 副主任委員

現職：行政院研究發展考核委員會副主任委員

學歷：國立臺灣大學政治研究所碩士

經歷：1.總統府簡任秘書兼任發言人

2.中國國民黨發言人

3.臺北市長郝龍斌競選辦公室發言人

4.客家電視台行銷企劃部副理、經理

5.自由時報、中時晚報、中國時報記者

二、講座



莊文忠 副教授

現職：世新大學行政管理學系副教授

學歷：政治大學公共行政學博士

經歷：1.財團法人臺北市公民教育基金會董事

2.電子治理研究中心研究員

3.台灣透明組織秘書處副執行長

4.財團法人國家政策研究基金會憲政法制組特約研究員



陳俊明 副教授

現職：世新大學行政管理學系副教授、台灣透明組織理事、台灣民主季刊執行編輯

學歷：美國紐約州立大學水牛城校區政治學博士

經歷：1.中央通訊社監事

2.公共治理研究中心研究員

3.電子治理研究中心研究員

4.國家發展研究院研究處處長



周祖誠 總經理

現職：經濟日報、聯合報系民調中心、聯合行銷研究公司總經理

學歷：臺灣大學國發所博士班肄業

經歷：1.聯合報系捷運報 U-Paper 總經理

2.聯合報民意調查中心主任

3.聯合報大臺北新聞中心主任

4.文化大學政治系兼任講師

5.臺北市政府民意調查諮詢委員



廖麗娟 處長

現職：行政院研考會研究發展處處長

學歷：美國夏威夷大學公共衛生研究所碩士

經歷：1.行政院研考會專員、科長、專門委員、副處長、研究委員

2.行政院環保署環保人員訓練所專員

民意調查概論

世新大學行政管理學系 莊文忠 副教授

一、前言

民主政治就是民意政治，政府機關必須瞭解與回應人民的需要，才能體現人民當家作主的精神，而民意調查的本質即在忠實反映人民的意見與態度，不僅可以做為政府施政的參考，也可以成為評估施政滿意度的依據。從民主政治的運作過程來看，民意調查即是一種「由下而上」的重要公共參與管道，更是政府制定與評估政策時不可或缺的資訊來源，成為連接政府與人民之間的一個橋樑。

綜觀我國行政院在近年來所推動之政府服務品質獎的重要評核構面之一即是優質便民服務，其中不管是服務流程的改進、機關形象的提昇，或是顧客關係的改善，均強調重視民眾的感受、回應民眾的要求和滿足民眾的需求，以提升服務品質與施政滿意度，進而強化民眾對政府的信心與信任，凡此皆是落實民主治理的意涵與精神，而透過各種民意調查方法的執行，可以有效地掌握民意的偏好與評價。

換言之，民意具有以下幾種特性，適當的調查設計可以幫助行政機關掌握民意的本質與趨勢，作為施政之參考：

- 方向(direction)對強度(intensity)：方向是測量一個人對某一政黨、候選人或政策的支持或反對傾向；而強度是測量對此偏好的感受程度。
- 穩定(stability)對流動(fluctuating)：民眾對某些議題的意見可能是基於長期持有的價值、意識形態或信仰所形成的，具有穩定性，不易改變；但對某些議題的意見變動非常快，新的事實資訊或突發的重大事件都可能導致民意改變。
- 隱性(latency)對顯性(salience)：民眾對於某些議題可能不願意表達個人立場，如涉及到道德或隱私的議題；但對於某些議題則可

能非常勇於表達個人意見，如民生議題等。

公共政策係政府選擇作為或不作為的任何行動，是解決公共問題的策略與工具，在民主社會中，所謂「好」的公共政策，不是取決於主事者個人的價值判斷，而在於人民的接受與滿意程度。因此，政府政策的正當性乃是來自於民意的支持，政府的施政理應以人民的偏好與福祉為依歸，而政府的「回應性」(responsiveness)即是建立在決策者與人民之間有充分的溝通管道，隨時掌握社會主流價值變遷之趨勢的基礎上，並適時與適度地反映在公共政策上。換言之，民意調查雖然不是民主政府的萬靈丹，但也不失為民主國家掌握大部分重大困難的有效途徑；民意調查可以協助政府找出民眾希望做些什麼期望，政府可以根據這項民意調查結果回應人民的期望(Ranney, 2001: 122)。

要言之，在民主政治發展成熟的社會中，民意調查已成為政府機關蒐集匯聚民眾意見的主要方法，同時也是民眾表達個人對於公共事務主觀評價的重要途徑之一。透過嚴謹、標準及客觀的調查程序，政府可透過民意調查探求到民眾對於政府施政的評價與觀感，並以標準化調查程序帶來推論的效益，作為改進特定政策與提升對全民或特定民眾服務品質的參考(劉正山等人，2012：15)。

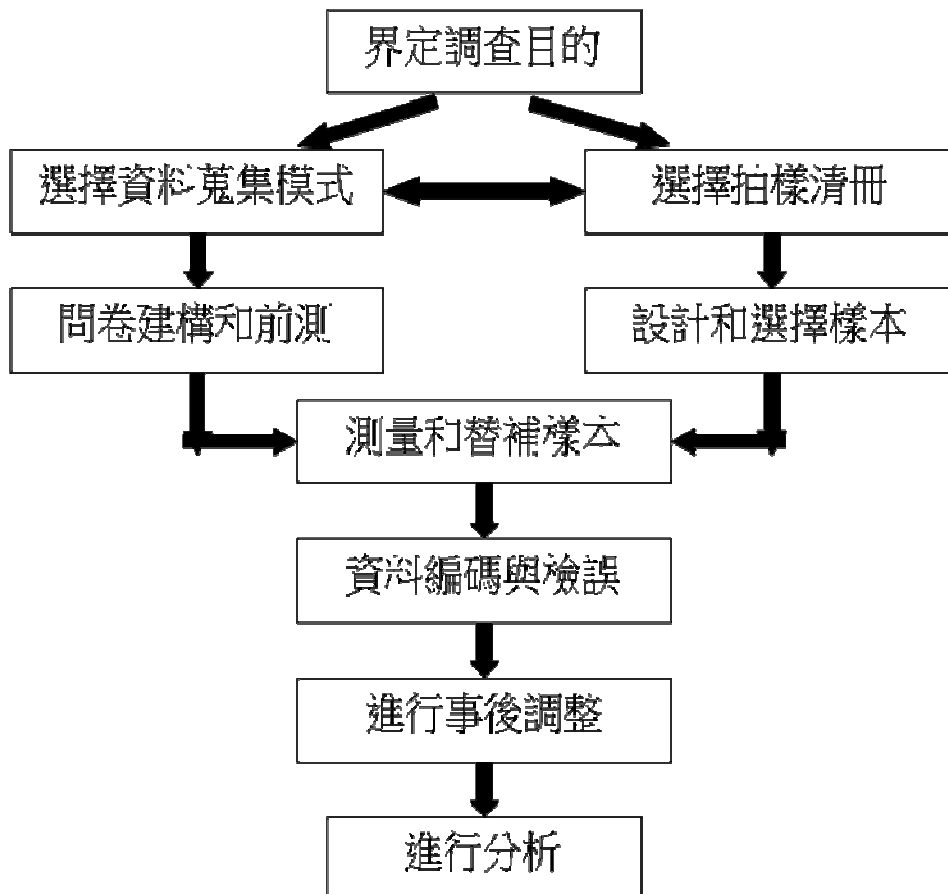
二、民意調查的流程與要素

(一)民意調查的意涵

- Lake(1987:5)認為：「民意調查是一種有系統的、科學的和公正的資料蒐集方式，這些資料是來自母體中所抽出的部份人(樣本)，用來推論更大的團體(母體)。」
- Curtice(1996:704)：「民意調查是一抽樣調查的形式，任何用來測量社會和政治態度的調查設計，就是民意調查。」
- 陳義彥等(2001：8)：「所謂民意調查，就是本著科學的與公正

的態度從研究範圍內的全體民眾中，抽取具有代表性的部分民眾為樣本，直接詢問他們對一些問題的看法，然後以這些樣本的看法來推論(或代表)全體民眾的看法，並說明誤差。」

(二)民意調查的流程



(三)「好」民意調查應具備的條件(AAPOR, 2002)：

- 調查目標的明確化程度
- 思考利用民意調查以外的方式蒐集相關資訊的適當性
- 選擇能夠代表研究母群體的樣本
- 選用兼顧成本與誤差的調查設計
- 根據研究母體小心使用測量概念的問卷用語
- 在正式調查之前對問卷進行前測，找出問題
- 嚴格訓練訪員的訪問技巧和應特別注意的事項
- 建立民意調查各階段的品管措施
- 在遵守調查倫理的前提下增加受訪者的合作或回答率
- 利用適當的統計分析和報導技巧處理所蒐集的資訊
- 保障受訪者的隱私
- 調查方法的公開透明，以允許評估或複製

例：政府服務品質獎評獎應備資料第 5 項：申請書內各項滿意度調查應具備信度及效度，包括調查對象、抽樣方法、有效樣本、抽樣誤差、調查結果分析等，均應提出說明及檢附相關資料供評分參考。

(四)影響民意調查的關鍵因素

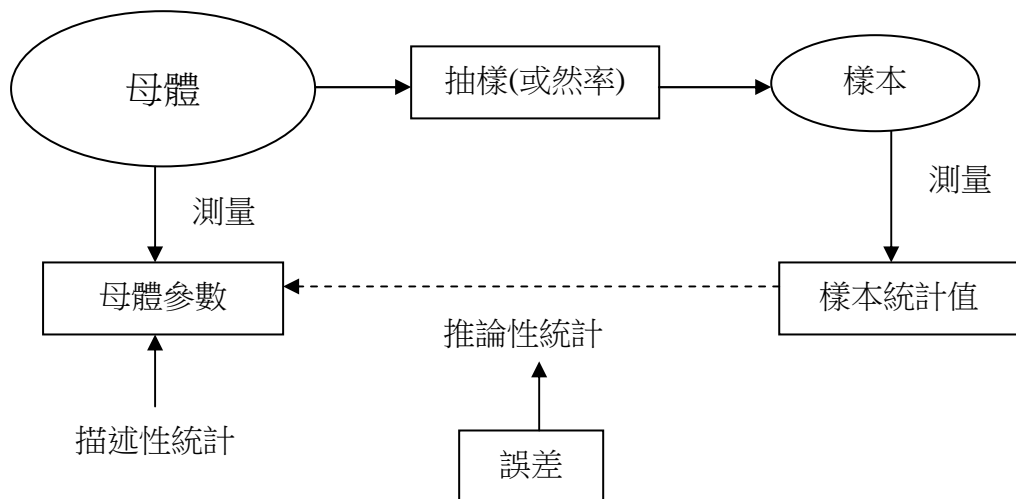
- 1.抽樣設計—由於時間與成本的考量，大部分民意調查是利用訪問成功樣本所得資訊來推論母體，在樣本的選取上必須具有代表性。
- 2.問卷設計—問卷設計是一套有系統的、有次序的、及有目的的題目結構。
- 3.調查方法—常見的調查研究有自填問卷、面對面訪問、電話訪問等方式，新興的調查方法為網路調查。

- 4.訪員素質—訪問過程需要受訪者的充分配合和誠實回答才能達到預期效果，訪員的基本訓練與心態至為關鍵。
- 5.資料處理—需對訪問成功樣本進行資料檢誤與處理以確保資料的品質。為使得樣本與母體結構一致，必要時，必須挑選重要變數，對母體做加權處理。
- 6.分析推論—若問卷是根據特定理論設計，可選擇適當的統計方法加以檢證；若是屬於探索性或議題性的問卷調查，則可以事實為基礎，進行描述性或比較性的陳述。

三、母體、抽樣清冊與抽樣方法

(一)抽樣的意義

- 1.由統計的觀點，抽樣是由母體 N 個分子中利用隨機或非隨機的方法抽取 n 個樣本，由樣本來推測母體的參數與分布情形。理論上，一個設計周全、執行嚴謹的抽樣調查結果是有可能比鬆散執行的普查更為準確。



圖：抽樣的基本概念

2.由研究方法的觀點，抽樣即是一種選擇研究對象的過程(Babbie, 2005: 185)。如果母體內的每一個分子在所有面向都具有同質性(homogeneity)，則任何一個分子均可代表母體，如此便沒有抽樣問題。

3.抽樣常見的問題：

- (1)誰是被研究的對象(標的)?我的研究範圍有多大?
- (2)從哪裡可以取得這些對象的完整名單?
- (3)如何從一群研究對象中決定適當的受訪樣本?這些樣本是否有「代表性」?
- (4)應該抽取多少樣本進行訪問?抽樣誤差到底有多大?
- (5)訪問失敗怎麼辦?有沒有可以補救的方法?

(二)母體(population)

1.意義：指抽樣調查所欲描述或推論的對象，亦即研究調查所涵括的所有合格對象。母體的界定愈明確愈好，有助於選擇最適當的「抽樣清冊」，避免調查訪問不合格之對象。此外，如果母體的界定不明確，也會影響到抽樣方法的決定，調查完成後亦很難檢驗樣本的代表性，整個調查結果的價值便大打折扣。要言之，瞭解母體的特徵，才能選擇適當的抽樣方法，樣本的代表性愈好。

2.定義母體的方法包括：

- (1)空間—如戶籍設在台北市的居民。
- (2)時間—如 2010 年 1 月 1 日至 6 月 30 日刷卡消費的民眾。
- (3)資格—如 20 歲以上有投票權的公民、具原住民身分者。
- (4)混合—如住在台北市，20 歲以上且具美國籍的外國人。

3.個案(cases)—母體中的任一個成員即為一個個案，或構成母體的每一個單位稱之為「分子」或「元素」(elements)。這些分子可以是：

- (1)個人—如選民、成年人、病患
- (2)組織—如學校、公司、社團
- (3)時間—如天、周、月、年
- (4)事件—如火災、偷竊案例
- (5)作品—如論文、小說、畫作、電影、廣告、電視節目
- (6)產品—汽車、飲料、衣服

4.母體參數(parameters)：針對全部母體測量所得之數值，如總和、平均數、變異數等，沒有抽樣誤差或統計檢定的問題，如戶口普查所得之資料、股票交易數據等。在大部分的情況下，母體的參數是未知的，必須利用樣本的數據來推估。

例：政府服務品質獎評獎參加對象

- 1.第一線服務機關：指日常業務直接、高頻率面對民眾提供服務之機關。民眾泛指個人、團體、營利企業、非營利組織或法人組織。機關界定採「例示」方式，以機關日常業務及服務特性進行界定。
- 2.服務規劃機關：指負責統籌規劃服務作業為主之中央主管機關或地方政府，透過其規劃、資源挹注或跨機關業務的流程整合、法令簡化等，達到提升第一線服務機關所提供服務之便民簡政效果為主要內容。機關界定採「列舉」方式，明定適用對象；如涉及跨機關服務整合情形，得聯合參與評獎。

(三)樣本(sample)

- 1.意義：由母體中所挑選出來的部分個案所組成的次群體(sub-group)。
 - (1)「代表性樣本」(representative sample)：具備母體所擁有的各種重要特徵的樣本，即是母體的「縮影」。換言之，樣本群的特徵與組成應該能夠反映母體的特徵與結構，若具有此一特性，即

稱之為「代表性樣本」。否則，利用樣本的調查結果來推論母體，即可能發生推論失真的現象，導致樣本代表性問題的發生。

2.樣本統計值(statistics)：針對一群自母體內選取的樣本測量所得之數值，在推論母體時必須考慮樣本代表性、抽樣誤差和統計檢定等問題，如學生學習成績的抽樣調查、廠商投資意願抽樣調查。

3.樣本數大小的決定因素：

(1)所欲研究之變數在母體內的同質性程度(Homogeneity)。同質性愈高，所需樣本數愈少。不過，這個因素很少納入考慮，因為很少有機會可以事先知道母體的變異情形，除非是進行多次的調查。

(2)研究變數的類別多寡。變數的類別愈多，需要愈多的樣本，才能針對各類別進行較為深入的分析，如次群體分析、交叉分析、模型比較。

(3)分析的精確性(accuracy)。亦即研究者所能接受的抽樣誤差愈小，需要愈多的樣本。

(4)成本的考量。研究的經費愈充裕，愈能支付大樣本調查所需之成本。

(5)研究時間的考量。研究期間愈長，愈能執行大樣本的調查。

(6)估計的信心水準高低，信心水準愈高，需要愈多的樣本數。

(四)抽樣清冊(sampling frame)

1.抽樣單位(sampling unit)：在大部分的情況下，抽樣單位即是代表母體中一個成員(元素)，如電話號碼、員工個人資料；但有些時候，抽樣單位是代表母體的一組成員(元素)，如班級、家庭、社團，每一個抽樣單位內含有二個以上的母體成員(元素)。

2.抽樣清冊：由抽樣單位所構成的名冊，用以代表母體成員(元素)的清單，如戶籍資料、選舉人名冊、住宅電話簿、學生名冊等。

一個理想的抽樣清冊應該包含母體內的所有分子。

3. 選擇抽樣清冊時必須考慮幾個問題：

(1) 涵蓋率(coverage)問題／資料完整性問題。

(2) 資料重複性(duplication)問題。

(3) 資料時效性(timeliness)問題。

(4) 資料的可取得性(availability)問題。

4. 由於研究母體的定義與抽樣清冊不一致的情況極為普遍，因此，實務上，常以既有的抽樣清冊來定義母體，而不是根據母體的定義來找抽樣清冊。

(五) 抽樣方法

1. 非隨機抽樣

(1) 統計定義：母群體內每一個分子的中選機率不相等，甚至有些個體的中選機率為0。基本上，以此方法所蒐集到的資料，只能作描述性用途，無法對母體作推論或驗證理論的假設檢定。有時，所欲研究的母體本身就無法明確定義，甚至找不到適當的抽樣清冊，只能選擇非隨機抽樣的方法，例如流浪漢生活習性的研究、私娼生活行為的研究。

(2) 非隨機抽樣類型

a. 偶遇樣本 (haphazard sample)/ 便利抽樣 (convenience sampling)：這是一種依賴可取得樣本(reliance on available subjects)的方法，研究人員並不在乎他的調查對象是否有代表性，如街頭訪問。

b. 判斷抽樣 / 立意選樣 (judgment sampling or purposive sampling)：由專家根據其對母體組成分子的瞭解來挑選樣本，是主觀的、人為的，缺乏科學檢驗，沒有評估標準，故不知道誤差有多大。此一抽樣方法亦較常見於問卷的前測，

而非最終的研究(Babbie, 2005: 189)。此外，在質性研究中，由於研究者有興趣的是特殊個案的態度和行為模式，因此，必須選擇特別極端的研究對象，觀察他們對某些議題的反應，這也是立意選樣的一種。

- c. 自願樣本(volunteer sample)：由調查對象自行決定是否參與，毫無代表性，如 calling in，或是在報章雜誌中附上問卷，由讀者填答後寄回。
- d. 配額選樣(quota sampling)：根據數個重要的變數(如性別、年齡、教育程度、收入等)組合成矩陣(matrix)，將母體根據研究需要切割成數個次母體，計算出每個次母體所佔比例，再依比例分配樣本，但每一小群體內的樣本則是採取便利抽樣。此做法可控制樣本「代表性」，接近機率抽樣，也可以節省成本和時間。
- e. 滾雪球選樣(snowballing sampling)：通常是在不知道母體的範圍時採用，首先找出符合母體定義的一些研究對象，再透過這些研究對象提供他們所知道的其他符合條件的研究對象，這是一種蒐集樣本的累積過程(a process of accumulation)，主要是用在探索性研究。

2. 隨機抽樣的意涵

(1) 統計定義：在一完整定義的母體，每一個母體分子均有不為 0 的抽中機會，包含等機率和不等機率抽樣。一個樣本若具有這種相等性，通常稱之為「等機率選取方法(equal probability of selection method, EPSEM)」的樣本(Babbie, 2005: 195)。

(2) 隨機抽樣的類型

- a. 簡單隨機抽樣(simple random sampling, SRS)：在 N 個分子所構成的母體中，所有樣本數為 n 的組合中選的機率都是相等的。

- b. 系統抽樣/等距抽樣(systematic sampling, SYS)：每間隔一段距離抽取一個樣本，由亂數決定第一個抽取點。
- c. 分層隨機抽樣(stratified random sampling, ST)：將母體成員依某一特徵分類(分層)，然後在各層之內再進行獨立的隨機抽樣。分層時必須謹守「同層之內同質性取其最大，異質之間異質性取其最大」的原則。當據以分層的變數與所欲研究的變數有很高的關聯性時，分層的效果愈好，愈可使層內的資料一致而集中，標準差變小，相對地，抽樣誤差自然變小。例如，教育程度可能是研究收入或社經地位時一個很好的分層變數。
- d. 集群抽樣(cluster sampling)：先將母體依某一標準切割成數個集群，並加以編號後，隨機抽取幾個集群，凡被抽中之集群，所有成員全部調查。切割時須注意「同集群內異質性愈大愈好」的原則，否則可能扭曲研究結果。以集體為抽樣單位，而非個人。
- e. 多階段集群抽樣(Multi-stage Cluster Sampling)
- (a) 兩段集群抽樣(two-stage cluster sampling)：指在第一個階段先抽出一部分集體(Primary Selection Unit, PSU)，然後在下一個階段自中選的集體抽出第二階段的集體(Secondary Selection Unit, SSU)，其次在最後階段抽出樣本個體。
- (b) 抽取率與單位大小成比例的多階段抽樣(probability proportional to size, PPS)。即在抽樣過程中每一階段各單位的中選機率和該單位的大小成比例，也就是單位愈大，中選的機率愈高，最後計算下來，所有全體的每個成員都有相等的機會被抽中。以三階段抽樣為例：

$$\text{每一分子的中選機率} = \frac{a \times A_i}{N} \times \frac{b \times B_j}{A_i} \times \frac{c}{B_j} = \frac{abc}{N}$$

(六)抽樣誤差(sampling error)與非抽樣誤差(nonsampling error)

1.估計誤差(error of estimation)：樣本統計值偏離母體參數的程度，亦即樣本屬性與母體屬性之間的差異。事實上，不論抽樣方法為何，只要是利用抽樣調查結果來推估母體參數，都有可能出現估計誤差，只是誤差的大小及是否可以被接受。此一誤差的來源主要有二：

(1)抽樣誤差：因為抽樣方法、抽樣的機遇、樣本數及推論方法所造成的。

$$\text{絕對抽樣誤差} = |\hat{\theta} - \theta|$$

$$\text{相對抽樣誤差} = \left| \frac{\hat{\theta} - \theta}{\theta} \right|$$

(2)非抽樣誤差：這類型的誤差較難以估計其大小。包括處理誤差(process error)和回應誤差(response error)。處理誤差是指處理資料時所犯的錯誤，如輸入錯誤、計算錯誤。回應誤差係指受訪者所提供的資訊是錯誤的或拒絕提供答案(林惠玲、陳正倉，2004a：377)。

2.實務上，常以95%的信賴係數為一般抽樣設計的常模，因此，下列公式便成為決定樣本數和誤差大小的依據。

$$\text{抽樣誤差} = \bar{X} \pm 1.96 \times \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \quad (\text{數字資料})$$

$$\text{抽樣誤差} = \hat{P} \pm 1.96 \times \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}} \quad (\text{類別資料})$$

四、調查方法與問卷設計原則

(一)調查方法

1.自填問卷(self-administered questionnaires)：研究者要求受訪者自行填答問卷，完成後再交由研究人員收回。

2.面對面訪問(face to face interview)：由訪員拿著問卷與受訪者作一

對一的問答，並將受訪者的答案記錄在問卷上。此一資料蒐集方法具有較高的效度，較常見於學術研究或需精確資料的研究。

3.電話訪問(telephone interview)：指訪員利用電話對受訪者進行訪問的蒐集資料方式。

4.網路問卷調查(Web survey)/線上調查(online survey)：將設計好的問卷置放於網頁上，任何可以進入此一網頁的網路使用者都可以自由填答。

(二)問卷題目的類型

1.事實(facts)方面—主要為受訪者的背景資料，如性別、年齡、教育、收入、職業等，分析時主要是做為自變數或控制變數之用。

2.意見(opinion)或態度(attitude)方面—主要是測量受訪者對議題、事件、政策等的想法、感受和判斷的題目。

3.資訊(information)方面—主要是想瞭解受訪者是否知道某項訊息、瞭解的程度有多少、認知正確與否、及如何知道此一資訊。

4.行為(behavior)方面—主要是瞭解受訪者之現在、過去、及未來的行為。

(三)問卷選項的型態

1.封閉式問題(close-ended questions)／結構式問題(structured questions)：傾向於「量」的研究，問卷中除了問題的陳述外，由研究者事先決定一組有限的選項範圍，受訪者只是對問卷選項，予以打勾或圈選即可。

2.開放式問題(open-ended questions)／非結構式問題(unstructured questions)：意義：傾向於「質」的研究，問卷中僅對題目作出陳述，不提供選項，給予受訪者自由發表意見的空間，以自身的用詞寫下答案。

3. 半開放式問題 (semi-open-ended questions) / 半結構性問題 (semi-structured questions)。

(四)測量的尺度(Stevens, 1946)

1. 類別資料(categorical data)—計質、間斷性的資料，可分為：

(1) 名義資料(nominal data)：只區分組別，無大小、順序或比率的關係；

(2) 等第資料(ordinal data)：有大小、強弱、高低、好壞或重要之分，但無確定的量。

2. 數字資料(quantitative data)—計量、連續性的資料，可分為：

(1) 區間資料(interval data)：數值間有相等或固定的衡量單位，數值間的差距是有意義的，但其比率沒有意義，因為“0”沒有定義；

(2) 比率資料(ratio data)：有固定的衡量單位，數值間的順序、大小、比率是有意義的，因“0”有明確定義，表示“沒有”的意思，可進行加減乘除四則運算。

五、調查結果的分析與解讀

(一)實務取向調查報告的內容(陳義彥等，2001：314-330)

1. 研究發現摘要：指本次民意調查的主要研究發現，可以用文字條列、或以圖形呈現的方式來加以說明。

2. 訪問執行過程：包括問卷設計、調查對象(母體的定義)、抽樣方法、調查方式、樣本代表性檢定以及加權方法等。

3. 樣本分配表：加權前後的成功樣本結構，可以瞭解哪些背景的受訪者接受訪問，各占多少的比例，在推論母體方面可能隱藏哪些偏差。

4. 問卷各題次數分配表：幫助讀者在閱讀研究發現摘要後，可以進

一步瞭解精確的數據與完整的選項內容。

- 5.問卷各題交叉列表：主要是以基本人口變數作為自變數，重要調查題目作為依變數進行交叉分析，提供更為詳細的資訊，幫助讀者掌握不同特徵的受訪者在回答問題時是否有顯著差異。
- 6.問卷題目：列出研究的問卷，一方面可以讓讀者知道研究者使用的問卷題目，一方面，也可以提供欲進行相關研究者，日後進行類似研究時的參考資訊。

(二)測量尺度與資料描述方式

1.單變量統計分析

變數類型	測量尺度	資料描述方法
類別	名義尺度	次數分配表 眾數 長條圖、圓餅圖
	等第尺度	中位數、四分位數、十分位數、四分位差 盒形圖
數字	等距尺度 比率尺度	平均數、標準差、變異數、偏度、峰度 直方圖、莖葉圖、盒形圖

資料來源：莊文忠譯(2011：388)。

2. 雙變量統計分析

第 1 個 或依變 數是	第 2 個或自變數是		
	名義／類別的	等第的	等距／比率的
名義／ 類別的	交叉表 卡方檢定(χ^2)、Phi 值(ψ)、Cramer's V 係數、列聯係數、 Lambda 值、 McNemar 檢定、 不確定係數 對數線性分析	交叉表 卡方檢定(χ^2)、Phi 值(ψ)、 Cramer's V 係 數、列聯係數、 Lambda 值、 McNemar 檢定、 不確定係數 對數線性分析	Logistic 迴歸分析
	交叉表 Eta 值 對數線性分析	交叉表 Kendall' tau(τ) 統 計量數、Gamma 參數、Somer's d 值、Kappa 統計量 數、Spearman 相關 係數(ρ) 對數線性分析	散佈圖 相關係數 迴歸分析
等第的			
等距／ 比率的	t 檢定 變異數分析 二組或多組盒形 圖	t 檢定 變異數分析	散佈圖 Pearson 相關係數 (r) 迴歸分析

資料來源：莊文忠譯(2011：388)。

(三)民意調查報告的解讀

1.樣本回收率與無反應比例

(1)不同的調查方式有不一樣的回收率

(2)回收樣本≠有效樣本

(3)高回收率≠高樣本代表性

(4)無效樣本的認定

2.絕對數據與相對數據

(1)絕對數據：如個數、次數等。

(2)相對數據：如百分比、成長率、標準化數值、對數成敗比(odds ratio)等。

3.點估計(point estimation)與區間估計(interval estimation)

(1)點估計：以單一的估計值來推論母體參數，即以調查所得之數據來估計母體的參數。

(2)區間估計：估計出一個可信的區間並決定估計的可靠度，推論母體參數的可能範圍。即利用「平均數±標準差」所得之區間來估計母體的參數，一般是以 95%信賴水準的區間估計來計算。

例子：2012 年總統選舉民調結果

	馬吳配	蔡蘇配	宋張配	未表態	樣本數
點估計	39.5%	36.5%	5.8%	18.2%	1104
區間估計	36.5~42.5%	33.5~39.5%	2.8%~8.8%	15.2~21.2%	±3.0%

資料來源：中國時報，101/1/2。

4. 調查誤差與排名

(1) 意義：所謂的「誤差」(bias)並不是說調查過程犯了錯誤，而是指實際所獲得的結果與可欲的結果之間出現不一致或偏離的情形。

(2) 經抽樣所得的調查數值，是一種統計學上的估計值，並不必然等於母體的真正數值，民調結果的使用者不應忽視統計學上所定義的信賴區間以及誤差範圍，這才是符合專業的要求。

(3) 誤差 = 抽樣誤差 + 非抽樣誤差

$$\text{抽樣誤差} = \bar{X} \pm 1.96 \times \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \quad (\text{數字資料})$$

$$\text{抽樣誤差} = \hat{P} \pm 1.96 \times \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}} \quad (\text{類別資料})$$

σ : 標準差

P : 母體比例

n : 樣本數

非抽樣誤差

- 涵蓋範圍之誤差(coverage error)
- 測量誤差(Measurement error)
- 訪問誤差(interviewing error)
- 處理誤差(processing error)

5. 單次(one-shot)民調與長期(longitudinal)民調

六、滿意度調查討論案例

	戶政機關	環保人員	圖書館人員	機場服務
1.母體定義				
2.抽樣清冊				
3.抽樣方法				
4.調查方式				
5.調查重點				
6.樣本代表性				

參考書目：

莊文忠譯，Robert L. Miller et al.著，2011，**SPSS 在社會科學的應用**，二版。台北市：五南。

陳義彥等著，2001，**民意調查**。初版，台北市：五南。

劉正山、張其祿、黃靖麟，2013，**民眾對地方政府施政滿意度影響成因之研究**，行政院研究發展考核委員會委託研究報告。

Earl Babbie原著，陳文俊譯，民95，**社會科學研究方法**。初版，台北市：雙葉書廊。

民意調查設計與結果分析

世新大學行政管理學系 陳俊明 副教授

因為選舉產生的縣市長以及政治任命的部會首長，對於民意脈動的重視，做為公共管理者主要構成部分的常任文官，往往因此必須思考如何建立一種制度化的民意蒐集機制，避免行政官僚可能帶來的「專業專制」(professional tyranny)。一般而言，最為人所熟悉的制度化民意蒐集機制，就是「民意調查」；其中或許可區分為政策性及事務執行性的民意調查等兩大類。

政策民意調查：包括各項縣(市)政工作的施政滿意度，以及針對特定的「最新施政方向」和「重大議題」的調查，目的在掌握民意趨勢。此外，為了發掘問題根源，行政機關也特別追蹤例行工作中，民眾滿意程度較差，以及每年投入大量資源辦理的活動，進行「專案調查」。上述各項調查多由機關的研考單位編列預算，委託專業民意調查機構代為執行。

在執行的層面，政府(尤以地方政府為然)也因對於行政效率及為民服務品質(申請案件的處理時效及公務人員服務態度)的關切，而進行民意的蒐集。第一線臨櫃業務的承辦同仁，多有奉命自行對洽公民眾進行「滿意度調查」的經驗，探求民眾對於所接受服務的感受及相關基本資料。

值得一提的是，如果政府「將施政滿意度和政策意向調查，列為例行業務的一部分」，那麼公務人員理應具備一定的執行及解讀民意調查的能力。

壹、問卷設計綜合說明與實例

問卷設計這樣一種測量民意的工具，之所以值得注意，實在是因為它足以影響民意能否穩定呈現；它可用於蒐集具體客觀的事實性資料，也可用來蒐集抽象主觀的態度與意見資料。有關問卷的形式，除了一般人較熟知的封閉式(結構式)與開放式(非結構式)外，還有一種可以說是封閉式問題特例的「條件式問題」(contingency question)，它適用於受訪者中的某一部分，具體而言，它是經由詢問所有受訪者一個過濾性問題(filter question)，以決定受訪者繼續回答問題，或指示受訪者跳到另一個問題。

藉由問題來測量人們正確的態度、信仰和行為，成功的關鍵在於問題的品質，好的問題可以引出正確的答案，不好的問題會有不好的刺激，導致不具效用的回答。就此而言，問卷的措辭，必須清晰明確(make questions clear)，簡要、淺白，使受訪者能夠在最短的時間內，迅速掌握題意，不宜有類似「為達到垃圾減量，加強資源回收以及污染者付費原則，X政府在XX年推動『垃圾費隨袋徵收』，縣(市)民垃圾費負擔已隨垃圾減量大幅降低，垃圾減量已達60%，資源回收率提高至40%，請問您對於『垃圾費隨袋徵收』的工作成效感到滿不滿意？」這種使用機關專業術語或簽辦公文的用語，如果是用在以電話訪問方式來執行的調查時，就很可能會對於部分受訪民眾造成了解題意的困難或誤解，因為他、她們是在缺視覺輔助媒介的情形下受訪，不易在訪員讀題之際立即有所聯想或會意，而影響調查的效度。

另一方面，以下狀況應儘量避免：一、模稜兩可、一題多問(double-barreled questions)，將兩個以上的主題，結合在一個問題之中，但所提供選項卻未將兩個以上主題納入，例如「請問您滿不滿意XX市(縣)大眾運輸工具(公車、捷運…)所提供的服務？01.非常不滿意 02.不太滿意 03.還算滿意 04.非常滿意 05.沒意見 06.不知道 07.

拒答」，受訪者卻可能因僅滿意公車或捷運兩者之一，而無法從上述選項中做出選擇；二、威脅性問題(threatening questions)：會讓受訪者感到尷尬的主題，而難以回答的問題；三、有社會可欲性(social desirability)的問題，以免使受訪者因為要符合社會期待而作答；四、易令人受窘的(potentially embarrassing)隱私性問題。

至於第五種也就是所謂的引導性問題(leading question)：研究者在問題的措辭方面，有意或無心地予受訪者一種期待從受訪者得到某種答案的印象，尤為大忌。譬如上段所舉例「垃圾減量已達 60%，資源回收率提高至 40%，請問您對於『垃圾費隨袋徵收』的工作成效感到滿不滿意？」中，「已達」、「提高至」等用詞，都有「引導」受訪者往特定方向思考的傾向，實在不妥。

類似「引導」的情形還可以從下例中看得到：「反核是世界的趨勢…，請問你暫不贊成政府停止興建核能發電第四廠？」可能予部分受訪者一種「要不違反潮流，就應贊成停止興建核四」的心理壓力；而如果題目是「政府為了興建核能第四廠，已經投下八千多萬的規劃費用，…請問您暫不贊成政府繼續興建核四廠？」則可能使若干不願政府支出成為「沉澱成本」的受訪者，在無可奈何的情況下支持續建核四。

一個可能的克服之道在於嘗試將這個議題的正反意見或看法，併陳於題目敘述中，例如：「有人說反核是世界的潮流…，所以政府不應該興建核能發電第四廠；但也有人說，政府為了興建核能第四廠，已經投下八多萬的規劃費用，…，所以應該繼續興建核四廠；那麼請問您比較贊成哪一種說法？」。

在問題陳述之後，則是有關選項的安排和建構。就此而言，因為事關未來統計方法的選擇，必須在這個階段就一併確定選項所涉及測量尺度的性質(名目、順序、等距、等比)；至於詳盡(exhausted)與互斥(mutually exclusive)則是選項安排的基本原則，而「不知道」、「無

意見」、「拒答」等所謂「無回應(non-response)」的選項也應一併納入。

由於問題及選項出現的順序，也會在相當程度影響到受訪者，因此如果是以電話執行調查，即應善用「電腦輔助電話訪問系統」(Computer Assisted Telephone Interview, CATI)的功能，將一些可能會造成「脈絡效應」的題目，加以隨機化排列順序。基本上，調查問卷中各問題順序的安排，是有些可以參考的原則。通常對第一個問題的設計，會以受訪者比較容易回答為考量(但不是受訪者的基本資料)，使受訪者感到自在。依此邏輯，涉及個人或是比較敏感的題目，宜置於問卷的後端。此外，還得儘量排除因為一連串的問題都有相同答案的「矩陣式問卷」(matrix question)，造成所謂的回答設定或反應型式(response set)。

值得注意的是，邇來因為詐騙集團的影響，電話民意調查受訪者不願作答的比例較前攀升，施測也因此益形困難；如果被抽到的受訪者拒訪，或未完成的題目過多(例如特定政黨傾向選民在選前民調中，因故不願回應某些題目)，有可能會因此與原來的母群體出現系統性的差異，造成偏差(bias)，影響調查結果，這個部分有賴對樣本及母體的人口統計特徵加以調整，進行統計加權(statistical weighting)。

一、條件式問題

只應用於受訪者中某些次團體的，一種封閉式的問題形式。

例如：這是您第一次接觸民意調查的相關資訊嗎？(勾選一個)

是 否

例如：請問您之前還有哪些和民調相關的經驗？(勾選一個)

辦業務時學習 看報紙或電視 在學時曾修課

其他

例如：請問您在過去這一年當中，有來過公所辦事情嗎？常常

來 來過幾次 不太常來 沒來過

【來過者續問】請問哪些項目公所做得最讓您滿意？【複選題】
(不提示選項)

二、問題格式：語意差異/矩陣/排序

問題的格式-語意差異

要求受訪者對一組具有對比意義、置於兩端的形容詞，所形成的極端值層次量表，選擇並顯示評量結果。

例如：請問您滿不滿意區公所的公務人員的服務態度？

	完全	相當	稍微	沒意見	稍微	相當	完全	
滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	不滿意

問題的格式-矩陣題目

矩陣題目的優點(主要用在自填式問卷時)：1.有效運用空間；2.便利回答；3.增進比較能力。矩陣題目的缺點：容易引起反應形式(response set)。

將很多有相同答項的評量題目，組織在一起所採取的方法。

例如：

	同意	不同意	沒意見
我經常對服務民眾的做法，提出有建設性的建議。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我單位的同事會在工作上相互幫忙。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我的主管會讓我覺得受到尊重。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(一) 以排序或評分表達同不同意

1.有關價值和態度的題目，最好提供精確的選項。

例如：與其問：「你是否同意男性市民比較適合這項工作」的說法？

不如問：「在您看來，男性市民比較適合這項工作？女性市民比較適合這項工作？還是兩性都適合？」

2.選項加上數值(極端值)有助於受訪者了解如何作答：如-5 至

+5(打分數)即適合雙向有兩極的變項；而 0 至 10 (打分數)則適用於單一方向的連續變項。

例如：在您看來，櫃台人員解說正確的程度，在 1 至 5 分之間您要給幾分？ __ 95.拒答 96.很難說、看情形 97.無意見 98.不知道

在您看來，服務台人員的服務態度，在 1 至 5 分之間您要給幾分？__ 95.拒答 96.很難說、看情形 97.無意見 98.不知道

在您看來，公所的公務人員在上班時做自己的事情的情況嚴不嚴重？在 1 至 5 分之間您要給幾分？__ 95.拒答 96.很難說、看情形 97.無意見 98.不知道

(二) 問題的格式-排序

取得受測者對一組態度或物件，所給予的重要程度或優先順序。

例如：請就下面四個政府要處理的公共問題，排出您認為政府應優先處理的順序

大眾運輸 1 2 3 4

環境衛生 1 2 3 4

公共安全 1 2 3 4

文化藝術 1 2 3 4

三、問卷內容：事實/態度/行為

(一)問卷內容類別：事實性問題

針對有關受訪者個人本身或相關環境的問題，包括：性別、年齡、職業、籍貫、居住地區(或戶籍)、宗教信仰、收入等基本資料。此外，受訪者所知道的事件或政策也屬於事實性資料，目的在瞭解不同屬性的受訪者，在態度與行為上有否差異。這類問題也提供研究者，檢驗所抽樣出來的研究對象，是否具有代表性。

例如：請問您目前居住在臺北市的哪一個行政區？1.松山區 2.信義區 3.大安區 4.中山區 5.中正區 6.大同區 7.萬華區 8.文山區 9.南港區 10.內湖區 11.士林區 12.北投區 95.拒答 96.很難說 97.無意見 98.不知道

例如：請問您的父親是本省客家人、本省閩南（福佬）人、大陸各省市人，還是原住民？1.本省客家人 2.本省閩南人 3.大陸各省市 4.原住民 95.拒答 96.很難說 97.無意見 98.不知道。

例如：請問您最高的學歷是什麼（讀到什麼學校）？ 1.不識字及未入學 2.小學 3.國、初中 4.高中、職 5.專科 6.大學 7.研究所及以上 95.拒答 96.很難說 97.無意見 98.不知道

例如：請問中華民國第一任民選總統是誰？

例如：請問中華民國現任的國防部長是誰？

例如：請問我國縣市長的任期是幾年？

例如：請問我國哪一個政府機關有權解釋憲法？

例如：請問我國立法院立法委員的總數是多少？

(二)問卷內容類別：態度性問題（意見、感受、信念等）

對多數受訪者而言，這方面的問題要不就是很可能平時未有所思考，要不就是常受環境影響，因此對用字及字詞出現順序相對敏感。

例如：國軍未來不劃分軍種，朝向不分陸、海、空的軍種建制，請問，您是否同意這樣的看法？非常同意 還算同意 不太同意 完全不同意 不知道/無意見

值得注意的是，為了獲取受訪者較為可靠的答案，研究者對這類問題常會連續以多個問題切入，甚至用「態度量表」來詢問受訪者。

例如：在您看來，立法院貪污的情況嚴不嚴重？1至5之間要給多少？
__ 95.拒答 96.很難說、看情形 97.無意見 98.不知道

例如：在您看來，公家機關貪污的情況嚴不嚴重？1至5之間要給多少？__ 95.拒答96.很難說、看情形 97.無意見 98.不知道 (1表示非常不嚴重，5表示非常嚴重)

例如：民主政治內涵態度量表

	非常不同意	不同意	同意	非常同意
政治只是少數人的事，與多數人無關。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
每一個國民都應有同等的機會來影響政府的決策。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
我認為民主政治是比較好的政體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
意見不同的少數人也應有自由表達的機會。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
無論一個人的政治觀點為何，都可以公開發表。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
政府無權限制人民閱讀他所想要看的政治性刊物。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

例如：有人說「現在用選的鄉鎮市長，如果改成(台語：改做)縣政府派人來做，可以改善地方政治裡面的黑金(台語：黑道和歪哥)問題。」請問您同不同意這種說法？【訪員追問強弱度】非常同意 還算同意 不太同意 非常不同意 (95) 拒答 (96) 很難說 (97) 無意見 (98) 不知道

例如：在國民黨、民進黨、新黨、台聯黨及親民黨（政黨順序隨機出現）這五個政黨中，請問您認為您比較支持哪一個政黨？（回答「選人不選黨」者，請追問「非選舉時期」整體而言較支持哪一個政黨）1.國民黨 2.民進黨 3.新黨 4.台聯黨 5. 親

民黨 6.都支持 7.都不支持 95.拒答 96. 很難說 97.無意見 98.不知道

(三)問卷內容類別：行為性問題

有關這類問題的詢問，宜提供較具體的情境，以供受訪者有較多足以回憶的線索。對於較為敏感的行為性問題，也應考慮以迂迴或漸進的多個題目，間接探知受訪者可能的行為。

例如：請問上一次的總統選舉（民國97年，2008年）您是投給哪一組候選人？

(01)謝長廷、蘇貞昌 (02)馬英九、蕭萬長 (91)沒去投票 (92)投廢票 (93)無投票權 (98)拒答、不知道、忘記了

例如：請問您是不是常常參加各種跟自己所居住社區有關的公共事務或活動？

從不參加 很少參加 有時參加 經常參加

四、問卷順序

(一)漏斗序列(funnel sequence)

每一個後續問題都與前面問題有所關聯，且範圍趨於狹窄化。

例如：Q1：您從事什麼工作？

Q2：整體而言，您對您的工作滿不滿意？

Q3：您滿意您的工作伙伴嗎？

Q4：您滿意您的薪水嗎？

例如：請問您有沒有聽過以下國防政策？

(01)建立精銳國軍 (02)強化災害防救 (03)推動募兵制度？

請問您對於「建立精銳國軍」，也就是推動國防組織改造、強化國防實力的政策，瞭不瞭解？

請問您對於「強化災害防救」，也就是建全防災機制、提升救災效能的政策，瞭不瞭解？

(二) 逆漏斗序列(inverted funnel sequence)

每一個後續問題都與前面問題有所關聯，且範圍趨於廣泛。

例如：Q1：您知道這次水災有多少民眾必須送往醫院就醫？

Q2：您認為醫院有足夠人力醫治這些傷患嗎？

Q3：整體來說，您對這次災害的救難與急救行動滿意嗎？

五、問卷長度

訪問時間多久才合適？依據訪問的形式有所不同；也有時有些運氣成分。

如：電訪每一通都成功 v.s. 每四通成功一通。大致上，電訪十至二十分鐘、郵寄問卷三到十頁(一頁約十題)、面對面訪談約一小時。

六、沒有意見和中間選項

要不要提供中間選項？有意見卻選填中間(無意見)選項；真的無意見，被強迫要選邊(不知道或不了解也得選答案)

無意見選項有三種方式加以區別：標準型、半過濾型、全過濾型

(一) 標準型問題(不提供「無意見」選項)

例如：以下是一個有關國家安全的問題。你是否同意以下的敘述：「國軍因為防衛需求，應增加對外軍事武器的採購。」

(二) 半過濾型問題

例如：你是否同意以下的敘述：「國軍因為防衛需求，應增加對外軍事武器的採購」。請問你是同意、不同意、還是沒意見？

(三) 全過濾型問題

例如：以下是一個有關國家安全的問題，不是每一個人都會對這個問題有意見。這個問題是：「國軍因為防衛需求，應增加對外軍事武器的採購」。請問你是不是有意見？如果有的話，您是同意還是不同意？

七、問題的順序

安排題目順序的基本原則是，讓受訪者不舒服或混淆的感覺降到最低；由簡單、沒有威脅性的問題開始；最初的問題設法吸引受訪者感到興趣，或者不會感受到被威脅；相關主題的問題宜集中在一起。

(一)如何安排題目順序

受訪者的社會或人口統計上的背景問題，最好在問卷的最後面。

1. 請問您的年齡是？
2. 請問您的最高學歷是(唸到什麼程度)？
3. 請問您的職業是？
4. 請問您的性別？

(二)答題順序的影響

順序效應(order effects)：問題的排序可能對受訪者(特別是立場未定或教育程度低者)的答題產生影響，也就是說，這類受訪者會以前面的問題，做為回答後面問題的基礎。

(三)未回答、拒答者及其態度推估

調查訪問第一要務就是要找到適合的受訪者，提高完全回答率；但拒答或回答不完全的狀況是很平常的事！好的訪員通常能夠透過適當的「追問」，降低拒答或無回應者的數量。

利用問卷中的其他相關題目，進行「邏輯斯迴歸(logistic regression)」統計分析，或結合其它總體(人文)資料(aggregate data)，也有助於推測不願表態受訪者對至關重要題目的可能態度傾向。

(四)未回答及回答比率計算

1. 無法找到受訪者(尋獲率)
2. 找到受訪者，但無法接觸(沒空、無法回答)(接觸率)
3. 找到也接觸到，但拒絕接受調查(拒絕率，20%)
4. 找到、接觸到、也願接受調查，但許多題目未回答，或未填寫完即交卷(未答完即掛電話)(完成率)

八、問卷設計原則

(一)避免誘導或刻意引導

1. 媒體對國軍的負面報導，造成國軍官兵的尊嚴低落，請問，您覺得媒體應扮演何種角色？【複選題】(不提示選項)
2. 現在的國防組織已具備文人領軍的特質，請問，您是否同意國防部文人領軍這樣的作法？非常同意 還算同意 不太同意 完全不同意 (98)不知道/無意見

(二)避免模稜兩可、一題多問

請問您對於目前國防政策的七大主軸，在廣度與深度上，感到滿不滿意？非常滿意 還算滿意 不太滿意 完全不滿意 (98)不知道/無意見

(三)清晰明確(有無「表面」或「專家」效度？能否以台、客語發音)、詳盡

1. 目前因兩岸交流密切，是否影響民眾在敵我意識上模糊？(01)一定會 (02)可能會 (03)不影響 (04)可能不會 (05)一定不會

(98)不知道/無意見 (誰是受訪者? 受訪者知道本題在問什麼嗎? 敵我意識模糊是兩岸交流密切唯一的影響嗎?)

2. 請問您對於「推動募兵制度」, 也就是招募優秀人才、建立專業部隊的政策, 瞭不瞭解? (01)非常瞭解 (02)還算瞭解 (03)不太瞭解 (04)完全不瞭解 (98)不知道/無意見 (詢問受訪者「瞭不瞭解」的用意何在? 如能先以明確易懂的陳述說明募兵的意義為何, 詢問受訪者「知不知道」? 再探詢受訪民眾「支不支持(贊不贊成)」這種新的兵役制度, 或許可以提供更多可供決策的資訊!)

(四)正反併陳式題目設計

例如：有人說, 反對會危害人體的核能是世界的潮流, 所以政府應該立即停止使用核能發電, **但是也有人說**, 核能發電雖然有風險效率卻最好, 所以政府目前應該繼續使用。請問您比較同意哪一種看法?

- 1.立即停止核能發電 2.目前應該繼續使用 95.拒答 96.很難說
97.無意見 98.不知道

貳、實地審查所見綜合提醒

一、調查時機可結合調查議題內容一併思考

在政策或措施推動前, 掌握利害關係人預期反應 (政策可行性分析); 如係在政策或措施執行後, 則主要在了解利害關係人認知評價。

二、關於調查議題的規畫與蒐集

針對機關的現況與未來進行廣泛而多元的意見蒐集, 諸如機關的願景政策、機關的變革管理、機關的內部管理(領導、溝通、員工的

組織承諾)等均可納為調查的題目。例如某機關訂有未來有十項重要的發展方向，這雖是館方對本身及外在環境的優劣和機會與威脅評估後，所提出的策略規劃，然而如果能就此也請受服務的對象，表達對其間的先後順序甚而有所增刪，都可以將之納為調查題目。

如果目的在了解機關服務對象(顧客)的滿意度，則相關問卷題目的設計多聚焦於機關服務動線規劃、措施設備、人員態度、專業能力等項目。

三、調查問卷的施測或填答方式

1. 受訪者自行填答；
2. 訪員電話訪問；
3. 訪員面訪；
4. 網路調查。

四、調查對象的選擇 (隨機抽樣？非隨機抽樣？)

如果各機關無法掌握所有應服務對象的名冊，也就是欠缺母體資料時，因僅就能夠接觸到的，或願意填答者發放及收取問卷，故應注意在針對這些為數相對有限，又有所謂自願特性的樣本問卷，進行統計分析時，不宜將所獲發現推論為全體應服務對象的意見，否則可能遭質疑樣本的代表性。值得注意的是，類似這種調查機關無法使所有應服務對象都有相同被抽取填答問卷機率的樣本選擇方式，並非所謂的「隨機抽樣」，乃是非隨機抽樣的樣本。

五、網路調查的使用

如果服務對象多半在上網或使用資訊通訊科技的能力不足，則網路民調即使有其價值，可能不一定真能成為有效蒐集民意的管道。

六、調查頻率

雖然民意有時像月亮，初一十五不一樣，但多數民眾除非面臨環境的變遷或衝擊，或者因為涉及切身利益，否則對於許多公共議題的意見，尤其是機關內部比較屬於例行業務類的題目，如設備環境、動線規劃、服務態度、相對來講都是比較穩定的，因此未必需要太過頻繁地執行調查。

七、調查肩負行銷重任？

行銷是行銷，民調歸民調，參獎機關如欲藉調查兼做政策或措施的推廣，進行所謂的行銷式民調(push poll)，也就是在做民意調查的時候，順便把機關所做，或需要民眾配合的事情，讓民眾知道，可能並不適當；比較合宜的做法是在推動或行銷一段時間之後，另行執行民意調查，評估行銷成效。

八、調查能力的養成

各機關在未來實施顧客滿意或施政滿意之類的民意調查前，或許可以透過派員參加行政院研考會或各地方政府，所開設的民意調查相關課程，期以正確掌握相關專業技能。

機關服務滿意度調查常見問題與改進

經濟日報/聯合報系民調中心/聯合行銷研究公司 周祖誠 總經理

一、服務滿意度相關評核指標

行政院研考會推動舉辦「政府服務品質獎」五屆以來，參獎機關數量迭創新高，呈現的服務績效逐年精進。以今年得獎機關的屬性 & 地域分布來看，服務品質獎確實已經發揮了帶動從中央到地方，從都市到偏鄉，各級機關全面提升服務品質的功用。

「政府服務品質獎」評獎主要依據是「政府服務品質獎評獎實施計畫」及「政府服務品質獎評獎作業手冊」。這兩項辦法，對於評核構面、評核項目、評核指標、次指標及評分參考標準等，都有非常明確、具體、清楚的說明。

其中有關政府服務滿意度的部分，「政府服務品質獎評獎作業手冊」明定，機關應根據服務對象及類型的不同，設計與執行合適的滿意度調查，並重視調查的信度及效度，包括抽樣方法、樣本數、樣本代表性、調查結果分析等。

政府服務品質獎有第一線服務機關及服務規劃機關兩類。第一線服務機關的「優質便民服務」構面中，共有四項評核指標與滿意度調查相關。

第一、「機關形象」評核項目下的「服務場所便利性」評核指標，其中「洽公環境適切程度」次指標，評分標準為：民眾對機關整體洽公環境的滿意度。

第二、「機關形象」評核項目下的「服務行為友善與專業性」評核指標，其中的「服務親和程度」次指標，評分標準為：民眾對洽公服務禮儀的滿意度。

第三、「顧客關係」評核項目下的「民眾滿意度」評核指標，其中的

「機關服務滿意度」次指標，評分標準為：調查方法的信度與效度，是否定期性辦理滿意度趨勢分析，並提出改善服務措施。

第四、「顧客關係」評核項目下的「民眾意見處理有效性」評核指標，其中的「民眾意見回應與改善程度」次指標，評分標準為：調查方法的信度與效度，是否定期性辦理滿意度趨勢分析，並提出改善服務措施。

「服務規劃機關」則在外部效益評核指標中，明列：服務對象滿意度提升；內部效益評核指標中明列：第一線服務機關或服務規劃機關本身的工作士氣提升。

二、機關服務滿意度調查常見問題

近幾年參與政府服務品質獎的評獎工作，看到不少機關對於服務滿意度民調的執行與運用，與前述評獎指標與評分標準的要求，有段還待加強的落差。

各級政府機關，尤其是基層機關，常因受限於經費，必須自行規劃及執行滿意度調查。這雖難免遭到公信力的挑戰，甚至被譏為「選手兼裁判」。但如果從調查設計、問卷設計、抽樣設計、調查執行、資料分析、報告撰寫等流程，都能符合社會科學調查方法的要求，也經得起嚴謹的檢驗，即使自行執行民調，結果仍相當具備參考價值。

因此，服務滿意度民意調查的整個調查設計與執行過程中，常出現哪些問題？怎麼做才能符合社會科學調查方法的要求？是以下各節闡述的重點。

第一、調查設計問題

政府服務品質獎評獎作業手冊中，對於服務滿意度調查的調查設計已經說明得很清楚，「機關應根據服務對象及類型的不同，設計與

執行合適之滿意度調查」。

也就是，各政府機關都應該針對服務對象的差異、機關業務屬性的不同，及本身的實際需要，規劃合適的滿意度調查。

有機關把洽公環境及洽公服務禮儀滿意度調查，放在機關網站讓上網的網友填答，卻沒考慮到瀏覽機關網站的網友，未必都曾親自到過本機關的服務現場。這些沒有到過機關洽公經驗的網友，填答的洽公環境滿意度問卷，根本不具意義。

在訪視為民服務工作現場時也常發現，機關雖在現場櫃檯放置了服務滿意度問卷調查表，但卻沒有積極鼓勵民眾填寫的機制或做法。放任民眾自由填寫，結果常是沒有幾個民眾主動填寫，一個月收不到幾份問卷，不足以分析，通常也沒在分析。還有機關連一個月收到幾份現場問卷都搞不清楚。

現場臨櫃問卷調查，會因為洽公民眾的教育程度有限，導致填答有所困難，或因生理因素（門診、急診或住院病患）無法填寫問卷。這些狀況，都應採取人員面對面訪問的方式進行，而非讓受訪者自行填寫。

有些機關擔心回收問卷數量不足以分析，同時採取多種調查執行方法來蒐集問卷。並用郵寄、電訪、現場訪問，甚至加上網路調查等多種方法，俗稱為「雞兔同籠」法，因為調查方法不同，問卷題目的呈現方式也就不同，各種調查執行方法的樣本數分配也沒有分層等比例抽樣，調查結果當然沒有參考價值。

比較先進的機關，會使用滿意度燈號機進行臨櫃服務滿意度調查。民眾洽公完畢後，可立即按下滿意或不滿意的燈號按鍵。但訪視過程中也發現，不少機關從未統計洽公民眾當中，有多少比例的人按了滿意度燈號；對於洽公民眾不按滿意度燈號機的原因，也缺乏追蹤

瞭解。

第二、抽樣設計問題

當機關的服務對象總數有限時，可以省略抽樣步驟，直接採取普查（全部調查）方式進行。比如：偏鄉的衛生所或派出所，每天上門洽公民眾可能不到十人，這種母體數量很少時，當然可以不用抽樣，可採取普查的方式，擇一段期間內（兩周或一周），凡登門洽公者，全部都進行訪問。

普查的前提是，母體的總數不能太多，而且普查必須有高到接近百分之百的成功率。如果不做普查，採用抽樣調查就要注意兩項重要的抽樣原理：一、樣本產生過程必須隨機，母體中每個單位被抽中為樣本的機率是相同的；二、調查完成後，樣本結構必須具有母體代表性，要能通過樣本代表性檢驗，否則須就樣本與母體特質的差異，進行樣本結構的加權。

執行滿意度調查時，常見一些機關毫無抽樣設計的觀念，尤其是洽公現場問卷，想訪問誰就訪問誰，或者誰願意填寫就自行填寫。沒有抽樣，當然不能推論母體。

有些機關雖強調已進行抽樣，但是抽樣方法並非隨機抽樣，當然也不具母體代表性。或者樣本結構與母體結構有偏差，卻未做加權調整，這種樣本也不能推論母體。

民意調查報告中對於抽樣設計的說明，必須交代清楚抽樣的完整過程，包括調查日期與時間、調查範圍的限制、調查對象的界定、母體清冊的定義、選取受訪對象的過程等，以確認抽樣的隨機性。

更具體來看，隨機抽樣方法主要有四：

- 1.簡單隨機抽樣，任何樣本數為 n 的樣本組合中選的機率都是相同的。把所有成員從 1 到 N 編號，然後抽取出 n 的號碼。比如：抽籤、

亂數表法。

- 2.等距抽樣，又稱系統抽樣。全體總數 N 除以樣本數 n ，得到 K ， K 即間隔數，每間隔 K 個抽一個。用亂數表自 1 到 K 選一個亂數 R ，則 R ， $R+K$ ， $R+2K$ ，..... $R+(n-1)K$ 等號碼中選。
- 3.分層隨機抽樣，先把母群體所有單位依據某些特徵分類，再進行獨立的隨機抽樣；分層原則採同層內同質性越大越好，不同層間平均數差異越大越好；分層之後，各層視為一獨立母體，分別進行抽樣設計。
- 4.集群抽樣，或稱「團體抽樣」。先把母群體分割成許多小集群（團體），再隨機抽取幾個小集群，調查集群內全體成員。

便利抽樣、立意抽樣、配額抽樣、滾雪球抽樣等，都是非隨機抽樣方法，這些非隨機產生的樣本，都不具母體代表性，不建議採納。同時，對於我們採用的抽樣方法，自己也要有正確的認識，不要誤用這些非隨機抽樣的名詞來表述自己所用的抽樣方法。

至於樣本數要多少才合理，學理上並無定論。這取決於幾項考慮因素：

- 1.分析上的必要。如果要要細分次樣本來分析，像縣市調查還要區分鄉鎮市區樣本，那總樣本數就要比較大一些；又如有進行高等統計分析的需要（如迴歸分析），總樣本也要比較大。
- 2.可容忍的抽樣誤差。在分析上，我們可容忍的抽樣誤差有多大，就要依據抽樣誤差來決定樣本數。在 95% 的信心水準下，完成樣本 400、600、1068 份的抽樣誤差，分別是正負 5.0、4.0、3.0 個百分點。這些抽樣誤差的標準可以作為參考。
- 3.母體數的多寡。母體數量不多時，可執行訪問的對象有限，調查成功的樣本會更少。

4.調查經費及時間的許可狀況。時間越緊迫，經費越困難，能完成的有效樣本當然會比較少。

第三、 調查成功率問題

原則上，調查成功率越高，也就是拒訪率越低，樣本特質跟母體特質之間的差異會越小，樣本的母體代表性會越高。通常，拒訪者都會有系統性的偏差，比如：教育程度較低、工作較忙、比較注重隱私、比較無意見、對相關問題比較冷漠等。如果拒訪率越高，就表示成功訪問的樣本，無法代表完整母體的意見。

準此原則，一個無法計算成功率、拒訪數的調查，根本就沒有參考價值。

第四、 問卷設計問題

針對不同的調查對象，應有不同的問卷設計。調查對象是一般民眾、公司團體，或者職業代理人（如地政士），問卷題目的方向及基本資料的題目，本就應有所區隔。曾有機關的問卷，訪問對象是公司，竟然連性別、教育程度、年齡都列為基本資料進行訪問。凡調查對象為法人團體的，其實沒有性別、學歷、年齡，只有填答人才有這些基本資料。

機關設計問卷題目前，對於服務品質的內涵應先有深度了解，建議可從服務品質的有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性等五項屬性（如表 1）出發，針對本機關的業務屬性，提出完整調查架構。

表 1：服務品質的內涵

1.有形性 (tangibles)：顧客可以看見的實體部分，包括場所設備及人員
2.可靠性 (reliability)：服務績效可靠、正確的提供承諾服務的能力
3.反應性 (responsiveness)：迅速協助顧客解決問題及提供顧客立即的需求之意願
4.保證性 (assurance)：服務人員的專業知識、禮貌及傳達給顧客信任感的能力
5.關懷性 (empathy)：服務人員能提供顧客貼心、個別關懷的服務

(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988年)

至於評量服務品質與滿意度，可參考 Parasuraman, Zeithaml and Berry 三位學者於 1985 年所發展出的 PZB 模型。消費者所認知的服務品質(Q)，是消費者對服務的期望(E)與對所接受服務的知覺(P)兩者間的差距。把服務品質與顧客滿意當作「對預期服務與績效的比較」。

PZB 模型提出十項服務品質的決定因素，包括接近性 (access)、溝通性 (communication)、勝任性 (competence)、禮貌 (courtesy)、信用 (credibility)、可靠度 (reliability)、回應力 (responsiveness)、安全 (security)、有形性 (tangible) 與瞭解/熟知顧客 (understanding/knowning the customer) 等，如表 2 所列。

表2：PZB模型構面的內容

衡量服務品值的構面	說明
有形性 (tangible)	指硬體設施、提供服務的工具以及服務人員的儀表
可靠性 (reliability) 反應性 (responsiveness)	能正確執行服務承諾的能力 服務人員幫助顧客的意願及提供快速服務的能力
保證性 (assurance) 關懷性 (empathy)	服務人員的專業知識、禮貌以及讓顧客感到信賴的能力 能提供顧客關心、個別關懷的服務

Parasuraman, Zeithaml and Berry 後來的實證研究，更提出一組具有良好信度與效度的因素結構，作為衡量服務品質的變項，稱之為 SERVQUAL SCALE。由五個向度與 22 個項目所組成，如表 3。

設計機關的服務滿意度調查問卷，未對於前述服務品質的內涵及服務滿意度的架構，先有完整的瞭解，設計出來的問卷，是不可能具有信度與效度的。

表3：SERVQUAL量表

構面	SERVQUAL量表
有形性	這家公司有現代化的設施 這家公司設施外觀吸引人
	這家公司員工穿著整齊並有亮麗的外表 這家公司的各項措施與提供的服務相符合
可靠性	這家公司對所做的承諾均會及時完成

	當遭遇問題時，這家公司會熱誠的保證解決
	這家公司第一次服務就做對
	這家公司會於承諾的時間內提供適當的服務
	這家公司的紀錄正確無誤
反應性	這家公司的員工會精確的告知完成時間
	這家公司的員工能給予即時的服務
	這家公司的員工總是樂於協助顧客
保證性	這家公司的員工不會因太忙而不提供適當的服務
	你能信任這家公司的員工
	你在與這家公司的員工接觸時的感覺很安全
	這家公司的員工很禮貌
	這家公司的員工有足夠的知識做好他們的工作
關懷性	這家公司能給你特有的關照
	這家公司能於經營時間內符合顧客需求
	這家公司有專門的員工給予顧客個別的照顧
	這家公司以顧客的利益為優先
	這家公司員工能知道顧客的個別性需求

良好的測量，應該是可靠的，也就是問卷題目具備信度 (reliability)，問卷題目對於受測者，應具有穩定性與一致性；樣本中每個受訪者，應該用相同的方式回答問題，答案若有差異，是受訪者的差異，而非不同受訪者對於問題理解所造成的差異。問卷設計，應確保每個受訪者在相同的環境下，以相同的方式來回答問題，減少非隨機抽樣誤差。

問卷信度，可從問卷陳述是否準確、問卷陳述是否具體、避免出現複合式問法等去檢核。信度可於測量完成後，進行信度檢驗。

問卷效度，包括 1.內容效度(content validity)；2.表面效度：研究

者對於測量工具(問卷題目)的主觀評量，比如，用十個題目測量民眾對「政府服務滿意度」，設計題目之後，檢視這些題目跟「政府服務滿意度」的關連性；3.經驗效度(empirical validity)，運用測量工具所獲得的結果與測量變數之間的關連性，比如智力測驗的結果，能否代表智商？4.建構效度(construct validity)，又稱概念效度，問卷題目應依據某種理論假設與概念所建立的量表。問卷效度可邀請專家以審查方式確認。

第五、資料分析與解釋

資料分析常見的問題，有以下幾點，應提出改進。

- 1.基數太小時的處理方式：調查樣本太少時，就不適合換算成百分比，否則百分比的跳動幅度會非常大。原則上，有效樣本低於 50 人時，就盡量以回答人數來敘述調查結果。
- 2.成長百分點的意義：調查方法相同的情況下，兩次調查結果可以做比較。要比較本次調查跟上次調查的增減幅度，應以「百分點」來表達，比如上次有 50% 的人滿意，這次有 60% 滿意，滿意比率增加「10 個百分點」。
- 3.成長率的意義：兩次調查間的成長率，應以前次百分比為分母，增減百分點為分子，計算成長率。上次調查 50% 的人滿意，這次 60% 滿意，成長 10 個百分點，「成長率」為 10 除以 50，為 20%
- 4.正反俱呈結果：盡量正反意見的百分比都表達清楚，比較方便判斷數據的意義。比如：A 調查，贊成興建核四的比率 51%，不贊成比率 45%；B 調查，贊成興建核四的比率 51%，不贊成比率 10%。A 跟 B 兩個調查的意義，就有很大的差異。
- 5.比較調查變化的前提條件：調查的基準要相同才能做比較，包括：調查方法、調查對象、調查範圍、調查問卷、抽樣方式等，都樣相

同。

- 6.分析方法錯誤：比如把 Likert scale 的滿意度測量，變成分數，進而計算平均數。
- 7.統計方法舞弊：曾有機關刻意要把滿意度分數做高，像用 1 到 10 分來打滿意分數，但是把 1 分計算為 65 分，2 分計算為 70 分，8 分以上計算為 100 分來重新統計。這種計算滿意分數的舞弊，不僅欺騙自己，也欺騙評獎委員。
- 8.分析與推論範圍的限制：問卷調查問甚麼，推論的範圍就不能超過問卷的測量範圍，比如問對於電話禮貌滿不滿意，就不能推論到對機關整體服務禮貌的滿意程度。抽樣來自甚麼母體，也不能超過母體的範圍，做過度推論，比如針對臨櫃洽公民眾的調查意見，就不能推論到本機關全體服務對象的意見，除非本機關只有臨櫃服務這種方法。

第六、 調查分析報告

調查分析報告應符合規定的格式。依據「行政院所屬各機關民意調查作業要點」，調查報告應包括下列內容：

1. 主辦機關及調查機構
2. 調查主旨
3. 調查過程與方法(包括調查時間、調查對象、調查方式、抽樣方法、樣本數、抽樣誤差及信賴區間、資料處理及分析方法等)
4. 調查發現與建議
5. 問卷
6. 其他必要事項

如果調查結果的分析內容很多，報告篇幅很大，應加上一至兩頁的「摘要」，簡述調查執行過程、調查對象、方法、樣本、日期等，

以及主要調查結果及建議。

如果屬於研究性質的民意調查報告，建議事項也可區分為：一、立即可行的建議，二、中長期規劃的建議，並列出建議事項的主協辦機關，以利未來列入追蹤考核。

有些民調報告的建議事項過於空泛，最常看到的就是建議機關加強政令宣導，但其實這次的調查結果可能根本與宣導無關；也常見民調報告建議的改善作為，不在本機關的職權範圍內，這可能是委外執行機構不認真，對於委辦機關的職權瞭解有限；也還常有建議事項天馬行空，在實務上根本不可行的。民調報告的建議事項，委託機關都應事先審查與溝通。

政府機關或首長常太在意強調滿意度的變化，看到滿意度上升，就沾沾自喜，並認為是本機關努力有成；看到滿意度下降，就歸咎其他外在社會因素，忘了檢討自己。機關應該認真檢討民眾為何對我們的服務不滿意，並針對不滿意的原因提出改善措施。

政府機關常把 PDCA (Plan-Do-Check-Action)，也就是針對品質工作的規劃、執行、查核與行動的管理循環原則掛在嘴上。民意調查是 PDCA 的「查核」活動，民調結果應該做為改善行政措施、提高服務品質的參考依據。滿意度民調，不是機關自己「做爽、喊爽」的，機關應該鄙棄為民調而民調的形式主義。

服務品質獎於進行實地評審時，會查閱現場佐證資料，對於機關服務滿意度的民調報告，評審委員會要求查閱民調報告的簽呈原件，確認調查完成後，有將應興應革事項，列表交相關單位辦理，相關單位也確切提出改善措施，並且追蹤改善的成效。

三、綜合建議

綜合前述，簡要整理一些重點如後：

- 第一、調查機構：調查若有經費委外辦理，建議以評選方式慎選認真嚴謹的民調機構；若機關自行執行，則需特別留意調查設計與執行，必須符合民意調查方法的要求，調查結果才有可信度。
- 第二、抽樣設計：一定要做隨機抽樣，並檢驗樣本的母體代表性；樣本若不具母體代表性，則必須做加權調整。
- 第三、問卷設計：依據服務品質及滿意度的理論架構，參考機關業務屬性與調查對象的特質來設計問卷；可聘請外部學者專家參與討論調查設計及審查問卷，問卷應具備信度與效度。
- 第四、調查執行：原則上，調查成功率越高越好，若無法計算成功率，就無法確認調查可信度。
- 第五、資料分析與解釋：注意各種平均數、百分比、成長率等的計算方式；注意資料解釋的陷阱與限制。
- 第六、調查分析報告：調查分析報告應符合規定的格式。調查的政策建議應具體，並區分立即可行建議、中長期建議兩類，列出主辦單位，追蹤考核辦理情況。

四、機關網站問卷調查

網站問卷調查，因為調查對象無法過濾，又屬於主動回答者，也無法確定母體的範圍，無法進行隨機抽樣。因此，網站問卷調查的結果，基本上不具可信度，調查結果沒有參考價值。

機關進行網站問卷調查已行之有年，即使不具可信度，如果回答量夠大，這些廣泛蒐集來的意見，仍可稍作參考來改善一些服務流程及行政措施。只是，現行政府機關網站問卷調查，問題仍多，以下略舉幾項：

- 第一、連結不到調查問卷題目。網站上有民意調查問卷的項目，但連進去時，看不到問卷題目。
- 第二、回答問卷的人數太少。有時候，問卷放在網站上一個多月，回

答的人次還不到 10 人。這表示，機關沒有用心行銷這項網路問卷調查。

第三、問卷的跳題設定有誤。前一題明明點選沒有到過本機關，次一題還問對於機關環境清潔的滿意程度。

第四、問卷調查主題有誤。有些不適合放在機關網站上詢問網友的，也放在網站上。比如環境設施滿意度，應該詢問曾經到現場洽公的民眾，而非放在網站問網友。

第五、延續時間太長。有些機關的網站民意調查問卷，一放上去就是半年甚至一年。基本上，一個特定主題的網站民意調查，調查期間不應超過兩個月。

第六、網站問卷調查，並未進行分析及運用。

附錄 1

行政院所屬各機關民意調查作業要點

70.12.30 日行政院核定，71.1.11 日會研字第 0086 號函訂定

86.12.26 行政院核定，87.1.5 會研字第 0058 號函修正，原名稱「各級行政機關民意調查作業要點」修正為現行名稱

89.10.9 行政院核定，89.10.17 會研字第 0018995-1 號函修正

96.11.21 院授研展字第 0960032630 號函修正

98.5.11 院授研展字第 0982160822 號函修正

一、為加強行政院所屬各機關民意調查工作之協調整合，提升民意調查品質，增進施政規劃參考之價值，特訂定本要點。

二、本要點所稱民意調查，指運用社會科學研究方法瞭解相關人員對政府施政之意見，以作為政策研擬、評估及提升服務品質與機關內部管理等之參考。民意調查類型如下：

(一)在特定政策形成前之調查。

(二)在特定政策執行後之調查。

(三)針對民眾對各機關施政品質滿意度之調查。

(四)針對機關內部人員滿意度之調查。

(五)其他與施政有關之調查。

三、民意調查得依下列方式辦理：

(一)洽商行政院研究發展考核委員會（以下簡稱本院研考會）協助辦理或合作辦理。

(二)委託學術機構、團體或專家學者辦理。

(三)委託專業民意調查機構辦理。

(四)由機關自行辦理或委託其他機關辦理。

四、民意調查應依下列程序辦理：

(一)確立調查目的。

(二)調查設計（包括確定調查地區、對象、樣本數、抽樣設計及調查方法）。

(三)問卷設計及試測。

(四)調查執行。

(五)資料整理。

(六)統計分析。

(七)撰寫報告。

五、調查報告應包括下列內容：

(一)主辦機關及第三點之辦理調查單位。

(二)調查主旨。

(三)調查過程與方法(包括調查時間、調查對象、調查方式、抽樣方法、樣本數、抽樣誤差及信賴區間、資料處理及分析方法等)。

(四)調查發現與建議。

(五)問卷。

(六)其他必要事項。

六、調查結果之發布，應由主辦機關首長核可，並配合政府政策審慎為之；在發布前應先與調查議題有關機關協調，以為發布之參考。

前項調查結果之發布，應包括下列內容：

(一)主辦機關及第三點之辦理調查單位。

- (二)調查時間。
- (三)調查對象。
- (四)調查方式。
- (五)抽樣方法。
- (六)樣本數。
- (七)抽樣誤差及信賴區間。
- (八)調查發現。
- (九)問卷。

七、調查報告應送交有關機關作為決定施政方向、制定政策及評估績效之參考。

各機關民意調查資料應妥為保管，俾供政策規劃參考。

八、為提升各機關民意調查功能，各機關應依其業務狀況辦理下列事項：

- (一)培養辦理民意調查人力，並籌編預算妥為規劃該機關民意調查工作。
- (二)依調查需要，組成調查作業小組進行之。
- (三)視需要不定期辦理民意調查訓練或研討會，以提升相關人員民意調查專業知識。
- (四)就承辦民意調查績效卓著人員給予獎勵。

九、為提升各機關民意調查專業知能，本院研考會得不定期舉辦民意調查研習訓練活動，各機關應指派主辦民意調查業務人員參加。

十、各機關應於每年一月三十一日前，運用本院研考會建置之各機關民意調查資料庫(以下簡稱資料庫)填

報年度預定辦理之民意調查計畫摘要；臨時性調查並應隨時填報。

- 十一、各機關應於各項民意調查報告完成二星期內，運用前點之資料庫填報民意調查報告摘要。
- 十二、本院研考會基於民意調查資源協調整合、掌握民意動向、施政規劃參考或政策研議之需，得請各機關提供個別之民意調查計畫及調查報告。
- 十三、本院研考會於彙整各機關民意調查計畫及報告摘要後，得簽陳院長核閱，俾供掌握民意動向與整體施政規劃之參考，並得就各機關民意調查辦理情形，報請本院就績效卓著承辦人員予以獎勵。

附錄 2

「政府服務品質獎」業務本會聯繫窗口

職稱	姓名	電話	e-mail
處長	廖麗娟	02-23419066 轉 215	jenny@rdec.gov.tw
副處長	莊麗蘭	02-23419066 轉 218	juang@rdec.gov.tw
專門委員	陳文瑛	02-23419066 轉 236	wichen@rdec.gov.tw
科長	黃子華	02-23419066 轉 233	thhwang@rdec.gov.tw
專員	李天民	02-23419066 轉 235	tmlee@rdec.gov.tw
專員	莊千慧	02-23419066 轉 242	chchuang@rdec.gov.tw
科員	方怡茹	02-23419066 轉 229	yrfang@rdec.gov.tw