第四章 調查結果分析

摘要

本章係依據前章所述之統計方法，驗證研究假設。首先呈現個人背景變項之描述統計分析，其次依序為騎警隊與騎警隊品牌形象差異分析、騎警隊品牌形象與人口變項的交叉分析、不同樣本對騎警人員品牌的整體評價差異分析。

本研究自 96 年 1 至 4 月逢每週六、日及國定假日騎警隊執行勤務時，針對鶯歌陶瓷老街共計發放問卷 400 份(遊客 250、居民 150 份)，其中無效問卷有 113 份(含括沒完成問卷填答、填答都為一致答案，或是漏題勾選，皆經由人為判斷為無效問卷填答)，計回收實際有效問卷為 287 份(遊客 172 份、居民 115 分)。

第一節　人員樣本變項分析

一、 樣本基本資料

對受訪者調查個人屬性變項特性進行次數統計分析得知如下：

由表4-1得知，樣本中抽測樣本計有遊客172位，佔本問卷樣本59.9%；當地居民115位，佔本問卷樣本40.1，而分析遊客較當地居民多20%。

表 4-1：身份次數分析表

身份	次 數	百 分 比	累計百分比
一般民眾	172	59.9	59.9
社區居民	115	40.1	40.1
總和	287	100.0	100.0

由表4-2得知：樣本中性別以男生164位占57.1%，其次為女生123位占40.1。

表 4-2：性別次數分析表

性 別	次 數	百 分 比
男	164	57.1
女	123	42.9
總 和	287	100.0

由表 4-3 得知：樣本中年齡以 31-40 歲 97 位占最多達 33.8%，其次是 41-50 歲 76 位占 26.5%。

表 4-3：年齡次數分析表

年 齡	次 數	百 分 比
20 歲以下	21	7.3
21-30 歲	65	22.6
31-40 歲	97	33.8
41-50 歲	76	26.5
51-60 歲	21	7.3
61 歲以上	7	2.4
總 和	287	100.0

由表 4-4 得知：樣本中教育程度以大學 102 位占 35.5%，其次是高中職 72 占 25.1%。

表 4-4：教育程度次數分析表

教育程度	次　數	百 分 比
高中以下	24	8.4
高中(職)	72	25.1
專科	52	18.1
大學	102	35.5
研究所以上	37	12.9
總　和	287	100.0

由表4-5得知：樣本中職業以商117位占40.8%，其次是公務人員72位占25.1%、學生30位占10.5%、家管22位占7.7%、教職21位占7.3%、無業12位占4.2%、軍職8位占2.8%、其他5位占1.7%，總和為287位。

表 4-5：職業次數分析表

職業別	次　數	百 分 比
軍	8	2.8
公	72	25.1
教	21	7.3
商	117	40.8
家管	22	7.7
學生	30	10.5
無業	12	4.2
其他	5	1.7
總和	287	100.0

由表4-6得知：工作年資以5年以下90位占了31.3%為最多，其次為6-10年52位占18.1％、其他依序為16-20年48位占16.7％、11-15年42位占14.6％、21-25年33位占11.5％、26年以上22位占7.7％。

表 4-6：工作年資次數分析表

工作年資	次　數	百 分 比
5 年以下	90	31.3
6-10 年	52	18.1
11-15 年	42	14.6
16-20 年	48	16.7
21-25 年	33	11.5
26 以上	22	7.7
總　和	287	100.0

由表4-7得知：樣本中居住地仍以北部為最多254位占88.5%，其次為中部21位占7.3％、南部9位占3.1％、東部含離島3位占1.0％。

表 4-7：居住所次數分析表

居住地區	次　數	百 分 比
北　部	254	88.5
中　部	21	7.3
南　部	9	3.1
東部(含離島)	3	1.0
總　和	287	100.0

第二節 騎警隊與品牌形象的滿意度分析

一、影響警察品牌形象的重要因素與結果

經ＳＰＳＳ統計軟體分析結果，問卷合適度檢驗主要目的是針對問卷題目進行適切性的評估。建議採因素負荷量大於0.5，而相關分析法採Item-Total Correlation法，取值大於0.5，採用探索性因素分析(EFA)，將因素負荷量低於0.5以下，以及未能有效區別出其所歸屬之因素的問項刪去。本經由因素分析結果，將問卷題項4、5、6、7、11、12、13予以刪除，並根據問項內容與以命名，即為民眾與遊客對於騎警形象的態度，可分為五項重要的前結果變數，分別為：(ａ)重要性、(ｂ)親近性、(ｃ)功能性、(ｄ)專業性、(ｅ)吸引力(表4-8)，即願意因為騎警的存在而前來遊玩。整體Alpha信度水準達到0.90以上，全量表內部一致性考驗α值＝0.8312。

表4-8：刪題後因素分析結果-建構效度

	題號	問 項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量
重要性	1	您認為樹立騎警觀光警察品牌形象重要	0.70	11.08	39.60
	2	您認為騎警的工作性質對建立警察品牌形象重要	0.76		
	3	您認為騎警的服務態度對警政品牌形象重要	0.79		

親近性	8	您認為騎警比一般制服警察親切	0.87	2.253	8.047
	9	您認為騎警比一般制服警察容易親近	0.85		
	10	你認為台北縣政府警察局成立騎警隊讓你更主動親近警察	0.55		
功能性	14	您認為騎警在風景區治安維護對警察形象建立重要	0.61	1.533	5.475
	15	您認為騎警在風景區交通整理對警察形象建立重要	0.77		
	16	您認為騎警參與群眾運動疏處對警察形象建立重要	0.79		
專業性	18	您認為騎警的專業安全對警察品牌形象建立重要	0.82	1.430	5.106
	19	您認為騎警的專業素養對警察品牌形象建立重要	0.83		
	20	您認為騎警的專業訓練對警察品牌形象建立重要	0.79		
	21	您認為騎警與社區結合對警察品牌形象建立重要	0.54		
	22	您認為騎警執法適當對警察公正品牌形象重要	0.64		
	23	您認為騎警工作積極對警察公正品牌形象重要	0.61		
吸引力	17	您認為騎警會造成遊客到風景區觀光時的期待	0.69	1.251	4.469
	24	您認為騎警隊成立對風景區降低犯罪率有幫助	0.58		
	25	您認為成立騎警會提高遊客再次來遊玩的動機	0.87		
	26	您為了要看騎警而到特定風景點遊玩	0.86		
	27	您對台北縣風景區的印象會聯想到台北縣騎警隊	0.75		
	28	請問你認為台北縣政府警察局成立騎警隊對提昇警察形象有幫助	0.62		

KMO 值＝0.906　　全量表內部一致性考驗α值＝0.8312

二、迴歸分析

本研究將進一步針對這些重要的變數與與整體滿意度變數進行以迴歸分析的方式來說明。結果如下:

從表 4-9 可得知，變數間並無共線性的問題，並找出影響騎警隊整體滿意度的相關因素中，以吸引力最為顯著，迴歸係數最為重要，係數值達 5.514、其次為專業性、第三排名為重要性且所有的因變數皆會影響到騎警隊在遊客與民眾心中的滿意度評分，可知本研究所分析出的這四項重要面向，對於騎警單位建置的績效表現上皆相當重要。可作為實務建議的內容。

表 4-9 ：迴歸分析結果

依變數：整體滿意度			
因素	標準後的 Beta 係數值	T	P-value
常 數		14.327	0.000
功能性	0.037	0.534	0.594
親近性	0.021	0.314	0.753
重要性	0.081	1.125	0.262
專業性	0.091	1.226	0.221
吸引力	0.378	5.514	0.000

第三節 騎警隊品牌形象與人口變項的交叉分析

此節將每一問卷題項針對警察品牌形象滿意評分作一分析，整體的滿意評分的分界點為 80 分，因此將小於 80 分歸為群組 1、大於 80 分歸為群組 2；再逐一對題項作交叉分析。整體的結果顯示，問題的填答均以〞同意〞 為最多的選項回答與整體的評分以 80 分為分界點，互相呼應，與滿意度的評分趨於一致，以下針對每一題項說明：

★題號 1、您認為樹立騎警觀光警察品牌形象重要:

由表 4-10 可證，受訪者對於樹立騎警觀光警察專業品牌形象都同意問項達 49.8%，評分上也各佔一半的滿意比率。

表4-10 ：題號1 對警察品牌形象滿意評分

題號 1：您認為樹立騎警觀光警察品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總 和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以下)	
1(非常不同意)	個數	2	4	6
	總和%	.7%	1.4%	2.1%
2(不同意)	個數	2	9	11
	總和%	.7%	3.1%	3.8%
3(沒意見)	個數	16	26	42
	總和%	5.6%	9.1%	14.6%
4(同意)	個數	77	77	143
	總和%	26.8%	23.0%	49.8%
5(非常同意)	個數	52	33	85
	總和%	18.1%	11.5%	29.6%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 2、您認為騎警的工作性質對建立警察品牌形象重要：**

由表 4-11 可知受訪者以同意問項達 43.2%，亦即大多數的受訪者認為騎警的工作性質對建立警察品牌形象是具有影響力的，而評價上呈現大於 80 分的評分，可解釋為騎警隊自 92 年 4 月成立迄今僅四年，在各風景點執勤獲得廣大民眾認同與好感，尤其是在週末假日及國定假日執勤或參與一些專案表演，現場民眾爭相與騎警合影，對騎警「為民服務」工作品牌形象已獲得認同，因此對騎警隊目前的工作表現給予 80 分以上的評價肯定。

表4-11：題號2　對警察品牌形象滿意評分

題號 2：您認為騎警的工作性質對建立警察品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	4	5
	總和%	.3%	1.4%	1.7%
2(不同意)	個數	3	9	12
	總和%	1.0%	3.1%	4.2%
3(沒意見)	個數	30	32	62
	總和%	10.5%	11.1%	21.6%
4(同意)	個數	60	64	124
	總和%	20.9%	22.3%	43.2%
5(非常同意)	個數	55	29	84
	總和%	19.2%	10.1%	29.3%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 3、您認為騎警的服務態度對警政品牌形象重要：**

由表 4-12 可知受訪者均認為騎警的服務態度對警政品牌形象重要回答同意問項達 44.6%；對於騎警的服務態度對建立警察品牌形象滿意評分呈現大於 80 分的評價，可解釋騎警隊目前在服務態度表現給予 80 分以上的評價；而騎警的服務態度對建立警察品牌形象是有影響力的。

表4-12：題號3　對警察品牌形象滿意評分

題號 3：您認為騎警的服務態度對警察品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	2	3
	總和%	.3%	.7%	1.0%
2(不同意)	個數	1	5	6
	總和%	.3%	1.7%	2.1%
3(沒意見)	個數	10	20	30
	總和%	3.5%	7.0%	10.5%
4(同意)	個數	61	67	128
	總和%	21.3%	23.3%	44.6%
5(非常同意)	個數	76	44	120
	總和%	26.5%	15.3%	41.8%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 4、您認為騎警在風景區治安維護對警政品牌形象重要：

由表 4-13 可知受訪者回答同意問項達 49.5%，對於現行騎警在風景區治安維護上是有貢獻且對提升警察品牌形象是有實質上的助益；但在滿意評分給予小於 80 分的評分，可解釋騎警隊在目前的工作屬性，皆強調於觀光警察、為民服務之訴求上，而對於治安維護上甚少著墨，今後工作重點應再強化其功能屬性，加強治安方面之勤務派遣，藉本問項亦可得知民眾對騎警的工作項目有治安上之需求。

表4-13：題號4　對警察品牌形象滿意評分

題號 4：您認為騎警在風景區治安維護對警政品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	3	2	5
	總和%	1.0%	.7%	1.7%
2(不同意)	個數	4	14	18
	總和%	1.4%	4.9%	6.3%
3(沒意見)	個數	19	33	52
	總和%	6.6%	11.5%	18.1%
4(同意)	個數	74	68	142
	總和%	25.8%	23.7%	49.5%
5(非常同意)	個數	49	21	70
	總和%	17.1%	7.3%	24.4%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 5、您認為騎警與一般制服警察工作屬性是不同的：

由表 4-14 可知受訪者認為騎警與一般制服警察工作屬性是不同的，回答同意問項達 50.9%，驗證出受訪者認為騎警應與一般制服警察工作屬性有所區別;但對於警察品牌形象滿意度評分呈現一樣的評分,可解釋就目前騎警隊的工作屬性模稜兩可,無法確切於以定位的狀況下,受訪者給予兩極化的評價。

表4-14：題號5　對警察品牌形象滿意評分

題號 5：您認為騎警與一般制服警察工作屬性是不同的				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	4	5
	總和%	.3%	1.4%	1.7%
2(不同意)	個數	7	14	21
	總和%	2.4%	4.9%	7.3%
3(沒意見)	個數	28	29	57
	總和%	9.8%	10.1%	19.9%
4(同意)	個數	73	73	146
	總和%	25.4%	25.4%	50.9%
5(非常同意)	個數	40	18	58
	總和%	13.9%	6.3%	20.2%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 6、您認為騎警應與一般制服警察的單位獨立編制：**

由表 4-15 可知受訪者認為騎警應與一般制服警察的單位獨立編制並回答同意問項達 42.5%；並對於騎警的單位獨立編制評分給予大於 80 分的評分，可解釋受訪者認為騎警隊在單位編制上應予獨立專屬，以發揮其有功能，在本驗證中，受訪者並給予相當高的認同感及支持度。

表4-15：題號6　對警察品牌形象滿意評分

題號 6：您認為騎警應與一般制服警察的單位獨立編制				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	0	7	7
	總和%	%	2.4%	2.4%
2(不同意)	個數	7	10	17
	總和%	2.4%	3.5%	5.9%
3(沒意見)	個數	39	43	82
	總和%	13.6%	15.0%	28.6%
4(同意)	個數	50	72	122
	總和%	17.4%	25.1%	42.5%
5(非常同意)	個數	31	28	59
	總和%	10.8%	9.8%	20.6%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 7、您認為騎警應與一般制服警察更為專業化：

由表 4-16 可知受訪者以同意問項達 40.4%，對於現行的警察品牌形象滿意評分呈現大於 80 分的評分，可解釋受訪者認為騎警隊強化其專業功能，給予相當高的認同感，且強調其專業化對警察品牌形象提升有助益，因此在評分上給予大於 80 分之評價。

表4-16：題號7 對警察品牌形象滿意評分

題號 7：您認為騎警應與一般制服警察更為專業化				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	0	4	4
	總和%	0%	1.4%	1.4%
2(不同意)	個數	8	14	22
	總和%	2.8%	4.9%	7.7%
3(沒意見)	個數	32	44	76
	總和%	11.1%	15.3%	26.5%
4(同意)	個數	54	62	116
	總和%	18.8%	21.6%	40.4%
5(非常同意)	個數	47	22	69
	總和%	16.4%	7.7%	24.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 8、您認為騎警比一般制服警察親切：**

由表 4-17 可知受訪者以同意問項達 47.0%，對於現行騎警比一般制服警察親切；但在警察品牌形象滿意評分呈現小於 80 分的評分，可解釋騎警隊在親切性之表現上，仍有待加強，也絕不可能讓民眾有居高臨下，高不可攀的錯覺。

表4-17：題號8　對警察品牌形象滿意評分

題號 8：您認為騎警比一般制服警察親切				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	8	8
	總和%	.3%	2.4%	2.8%
2(不同意)	個數	8	8	16
	總和%	2.8%	2.8%	5.6%
3(沒意見)	個數	23	26	49
	總和%	8.0%	9.1%	17.1%
4(同意)	個數	71	64	135
	總和%	24.7%	22.3%	47.0%
5(非常同意)	個數	46	33	79
	總和%	16.0%	11.5%	27.5%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 9、您認為騎警比一般制服警察容易親近：**

由表 4-18 可知受訪者以同意問項達 45.6%，可證明受訪者普遍上認為騎警較一般制服警察容易親近；但以騎警親近性就警察品牌形象滿意評分比較，卻呈現小於 80 分的評分，可解釋騎警隊在親近性之表現上，仍有待加強，掃除僵化、不自在或高不可攀的感覺，讓民眾從心底去體會警察為民服務的真誠，而非留於逢場作戲、擺樣之舉，才能獲取民眾發自心靈深處的認同。

表4-18：題號9　對警察品牌形象滿意評分

題號 9：您認為騎警比一般制服警察容易親近				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	6	7
	總和%	.3%	2.1%	2.4%
2(不同意)	個數	11	14	25
	總和%	3.8%	4.9%	8.7%
3(沒意見)	個數	20	29	49
	總和%	7.0%	10.1%	17.1%
4(同意)	個數	72	59	131
	總和%	25.1%	20.6%	45.6%
5(非常同意)	個數	45	30	75
	總和%	15.7%	10.5%	26.1%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 10**、你認為台北縣政府警察局成立騎警隊讓你更主動親近警察：

由表 4-19 可知受訪者以同意問項達 40.8%，亦即成立騎警隊令民眾更主動的親近警察，政策上在此是受到肯定的；但受訪者警察品牌形象滿意評分上卻呈現小於 80 分的評分，可解釋騎警隊在主動親近性及行銷上仍有待加強，加強改善警察以往給予民眾不可親近或對馬匹不熟而產生誤解的錯誤觀念。

表4-19：題號10 對警察品牌形象滿意評分

題號 10：你認為台北縣政府成立騎警隊讓你更主動親近警察				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		10	10
	總和%	0%	3.5%	3.5%
2(不同意)	個數	12	14	26
	總和%	4.2%	4.9%	9.1%
3(沒意見)	個數	23	39	62
	總和%	8.0%	13.6%	21.6%
4(同意)	個數	60	57	117
	總和%	20.9%	19.9%	40.8%
5(非常同意)	個數	54	18	72
	總和%	18.8%	6.3%	25.1%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號11、你認為台北縣政府警察局成立騎警隊讓你更主動了解警察：

由表4-20可知受訪者以同意問項達40.8%，亦即說明騎警隊的成立會讓民眾更主動的去了解警察;但對於警察品牌形象滿意評分呈現小於80分的評分,可解釋騎警隊在工作屬性及其專業性行銷，仍有待加強，亦或可解釋為民眾認為警察業務仍沒有深入了解的必要或與警察品牌形象無直接關聯而給予較低的評分。

表4-20：題號11 對警察品牌形象滿意評分

題號 11：你認為台北縣政府警察局成立騎警隊讓你更主動了解警察				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		7	7
	總和%	%	2.4%	2.4%
2(不同意)	個數	13	22	35
	總和%	4.5%	7.7%	12.2%
3(沒意見)	個數	33	58	91
	總和%	11.5%	20.2%	31.7%
4(同意)	個數	74	43	117
	總和%	25.8%	15.0%	40.8%
5(非常同意)	個數	29	8	37
	總和%	10.1%	2.8%	12.9%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號12、你認為騎警隊員參與各項馬術競賽成績優良對品牌形象重要：

由表4-21可知受訪者以同意問項為37.3%,及對於現行的警察品牌形象滿意評分比較上，給予小於80分的評分，在此可解釋騎警隊員在參與各項馬術競賽成績優劣，受訪者認為對警察品牌形象不是很重要，再者民眾在風景區參觀時並不會在意或去詢問騎警隊員競賽成績之優劣來作為認定警察形象之參考依據。

表4-21：題號12 對警察品牌形象滿意評分

題號 12：你認為騎警隊員參與馬術競賽成績對品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	2	8	10
	總和%	.7%	2.8%	3.5%
2(不同意)	個數	16	24	40
	總和%	5.6%	8.4%	13.9%
3(沒意見)	個數	39	48	87
	總和%	13.6%	16.7%	30.3%
4(同意)	個數	63	44	107
	總和%	22.0%	15.3%	37.3%
5(非常同意)	個數	29	14	43
	總和%	10.1%	4.9%	15.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號13：您認為騎警在風景區的親民措施對警察形象重要:**

由表4-22可知受訪者對本問題給予同意問項達55.4%，證明受訪者普遍認為騎警在風景區的親民措施對提升警察形象重要；且對於警察品牌形象滿意評分比較上，也給予大於80分的評分，可解釋騎警隊目前在風景區的親民措施對警察形象提升重要並獲得高度認同。

表4-22：題號13 對警察品牌形象滿意評分

題號 13：您認為騎警在風景區的親民措施對警察形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		1	1
	總和%	%	.3%	.3%
2(不同意)	個數	7	6	13
	總和%	2.4%	2.1%	4.5%
3(沒意見)	個數	17	31	48
	總和%	5.9%	10.8%	16.7%
4(同意)	個數	78	81	159
	總和%	27.2%	28.2%	55.4%
5(非常同意)	個數	47	19	66
	總和%	16.4%	6.6%	23.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 14**、您認為騎警在風景區治安維護對警察形象建立重要：

由表 4-23 可知受訪者對騎警在風景區治安維護對警察形象上給予同意問項達 47.4%；但對於該獨立選項對警察品牌形象滿意評分呈現各佔一半的滿意比率，可解釋為騎警應再強化其治安功能之訴求，或亦可解釋在民眾心中警察形象非僅靠治安一項就可以提振，應廣泛的參酌警察風紀、工作態度等因素，因此在本選項上無法有效的給予區分。

表4-23：題號14 對警察品牌形象滿意評分

題號 14：您認為騎警在風景區治安維護對警察形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數 總和%	%	%	%
2(不同意)	個數 總和%	10 3.5%	17 5.9%	27 9.4%
3(沒意見)	個數 總和%	19 6.6%	34 11.8%	53 18.5%
4(同意)	個數 總和%	68 23.7%	68 23.7%	136 47.4%
5(非常同意)	個數 總和%	52 18.1%	19 6.6%	71 24.7%
總和	個數 總和%	149 51.9%	138 48.1%	287 100.0%

★題號 15：您認為騎警在風景區交通整理對警察形象建立重要：

由表 4-24 可知受訪者對騎警在風景區交通整理，給予同意問項達 47%；但就該單項評價跟警察品牌形象比較時，受訪者卻給予小於 80 分之評價，在此可解釋為民眾認為騎警應做好服務、勸導角色，至於在交通整理勤務，大部份屬干涉、取締勤務居多，對警察品牌形象無正面效益。

表4-24：題號15 對警察品牌形象滿意評分

題號 15：您認為騎警在風景區交通整理對警察形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	3	4
	總和%	.3%	1.0%	1.4%
2(不同意)	個數	9	22	31
	總和%	3.1%	7.7%	10.8%
3(沒意見)	個數	23	35	58
	總和%	8.0%	12.2%	20.2%
4(同意)	個數	71	64	135
	總和%	24.7%	22.3%	47%
5(非常同意)	個數	45	14	59
	總和%	15.7%	4.9%	20.6%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 16**、您認為騎警參與群眾運動疏處對警察形象建立重要：

由表 4-25 可知受訪者對騎警參與群眾運動疏處選項中，回答同意問項僅為 38.3%；對於現行騎警參與群眾運動疏處對警察形象建立評分上也呈現給予小於 80 分之評價，可解釋為國內目前騎警隊尚未將參與群眾運動疏處列為勤務項目，因此研究比較上尚缺乏具體成效可資佐證。

表4-25：題號16 對警察品牌形象滿意評分

題號 16：您認為騎警參與群眾運動疏處對警察形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	4	7	11
	總和%	1.4%	2.4%	3.8%
2(不同意)	個數	16	23	39
	總和%	5.6%	8.0%	13.6%
3(沒意見)	個數	33	51	84
	總和%	11.5%	17.8%	29.3%
4(同意)	個數	67	43	110
	總和%	23.3%	15.0%	38.3%
5(非常同意)	個數	29	14	43
	總和%	10.1%	4.9%	15.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 17**：您認為騎警會造成遊客到風景區觀光時的期待：

由表 4-26 可知受訪者對騎警在風景區執勤會造成遊客觀光時的期待，給予同意問項達 49.5%；並就該單項與警察品牌形象之比較時，受訪者亦給大於 80 分之評價，可解釋為騎警隊在風景區執勤，會造成遊客到風景區觀光、遊玩時的期待且對提升警察品牌形象是有幫助的。

表4-26：題號17 對警察品牌形象滿意評分

題號 17：您認為騎警會造成遊客到風景區觀光時的期待				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		3	3
	總和%	%	1.0%	1.0%
2(不同意)	個數	3	9	12
	總和%	1.0%	3.1%	4.2%
3(沒意見)	個數	23	41	64
	總和%	8.0%	14.3%	22.3%
4(同意)	個數	63	79	142
	總和%	22.0%	27.5%	49.5%
5(非常同意)	個數	44	22	66
	總和%	15.3%	7.7%	23.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 18、您認為騎警的專業安全對警察品牌形象建立重要：**

由表 4-27 可知受訪者就騎警的專業安全期許，給予相當高的同意問項達 51.6%；並普遍認為騎警在專業安全上之要求，對提升警察品牌形象是重要的，因此給予大於 80 分之評價，在此亦可解釋騎警隊在「執勤零意外」的專業安全要求下，對現行的騎警形象或是警察品牌形象均有達到 80 分以上的滿意度，也獲取民眾的高度信賴。

表4-27：題號18 對警察品牌形象滿意評分

題號 18：您認為騎警的專業安全對警察品牌形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	1	2
	總和%	3%	3%	7%
2(不同意)	個數	2	8	10
	總和%	7%	2.8%	3.5%
3(沒意見)	個數	22	26	48
	總和%	7.7%	9.1%	16.7%
4(同意)	個數	67	81	148
	總和%	23.3%	28.2%	51.6%
5(非常同意)	個數	57	22	79
	總和%	19.9%	7.7%	27.5%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 19、您認為騎警的專業素養對警察品牌形象建立重要：**

由表 4-28 可知受訪者對騎警的專業素養與警察品牌形象給予同意問項達 54%的認同；並對於現行騎警的專業素養對警察品牌形象建立的影響，呈現大於 80 分評價，可解釋為受訪者認為騎警隊專業素養對警察品牌形象有相當大的助益，並達到 80 分以上的滿意度。

表4-28：題號19 對警察品牌形象滿意評分

題號 19：您認為騎警的專業素養對警察品牌形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		1	1
	總和%	%	3%	3%
2(不同意)	個數	3	9	12
	總和%	1.0%	3.1%	4.2%
3(沒意見)	個數	11	20	31
	總和%	3.8%	7.0%	10.8%
4(同意)	個數	76	79	155
	總和%	26.5%	27.5%	54.0%
5(非常同意)	個數	59	29	88
	總和%	20.6%	10.1%	30.7%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 20、您認為騎警的專業訓練對警察品牌形象建立重要：

由表 4-29 可知受訪者對於騎警的專業訓練選項，給予同意問項達 46%之認同；並認為騎警在專業訓練要求對警察品牌形象建立重要，本研究中呈現大於 80 分評價，可解釋為騎警隊專業訓練在現行的品牌形象有達到 80 分以上的滿意度，馬術技巧上也受到肯定。

表4-29：題號20 對警察品牌形象滿意評分

題號 20：您認為騎警的專業訓練對警察品牌形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		2	2
	總和%	%	.7%	.7%
2(不同意)	個數	3	8	11
	總和%	1.0%	2.8%	3.8%
3(沒意見)	個數	19	29	48
	總和%	6.6%	10.1%	16.7%
4(同意)	個數	65	67	132
	總和%	22.6%	23.3%	46.0%
5(非常同意)	個數	62	32	94
	總和%	21.6%	11.1%	32.8%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 21**：您認為騎警與社區結合對警察品牌形象建立重要：

由表 4-30 可知受訪者就本題項，給予同意問項為 48.1%；對於現行騎警在社區結合對警察品牌形象建立部分，呈現小於 80 分之評價，可解釋為騎警隊目前勤務規劃安排僅於週末假日及國定假日，並針對特定景點執勤，對廣大民眾而言，仍是陌生的，因此在社區結合仍需努力作好公關與行銷，落實勤務之執行，而這也間接表示出社區的民眾對騎警隊的勤務派遣未能普遍化，而覺得不滿意之處。

表4-30：題號21 對警察品牌形象滿意評分

題號 21：您認為騎警與社區結合對警察品牌形象建立重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	2	3
	總和%	.3%	.7%	1.0%
2(不同意)	個數	6	14	20
	總和%	2.1%	4.9%	7.0%
3(沒意見)	個數	23	35	58
	總和%	8.0%	12.2%	20.2%
4(同意)	個數	70	68	138
	總和%	24.4%	23.7%	48.1%
5(非常同意)	個數	49	19	68
	總和%	17.1%	6.6%	23.7%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 22**、您認為騎警執法適當對警察公正品牌形象重要：

由表 4-31 可知受訪者對騎警適當執對警察公正品牌形象問題上，給予同意問項達 50.2%之評價；但若就騎警適當執法與警察品牌形象建立作比較時，卻呈現小於 80 分之評價，在此可解釋為騎警隊在執法適當性上仍需努力作好依法行政職權行使，當然也代表騎警隊在執法性之要求，廣大的民眾尚無實質感受。

表4-31：題號22 對警察品牌形象滿意評分

題號 22：您認為騎警執法適當對警察公正品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		2	2
	總和%	%	.7%	.7%
2(不同意)	個數	3	9	12
	總和%	1.0%	3.1%	4.2%
3(沒意見)	個數	24	36	60
	總和%	8.4%	12.5%	20.9%
4(同意)	個數	74	70	144
	總和%	25.8%	24.4%	50.2%
5(非常同意)	個數	48	21	69
	總和%	16.7%	7.3%	24.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 23**、您認為騎警工作積極對警察公正品牌形象重要：

由表 4-32 可知受訪者對騎警工作積極對警察品牌形象的提升，給予同意問項達 42.9%之認同；並認為現行騎警在工作態度上，積極任事對提升警察品牌形象是重要的，在評分上也給予大於 80 分的認同評價，在此亦可解釋為騎警隊積極的工作態度，已獲得民眾高度的肯定與認同。

表4-32：題號23 對警察品牌形象滿意評分

題號 23：您認為騎警工作積極對警察公正品牌形象重要				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數		1	1
	總和%		.3%	.3%
2(不同意)	個數	4	9	13
	總和%	1.4%	3.1%	4.5%
3(沒意見)	個數	25	38	63
	總和%	8.7%	13.2%	22.0%
4(同意)	個數	59	64	123
	總和%	20.6%	22.3%	42.9%
5(非常同意)	個數	61	26	87
	總和%	21.3%	9.1%	30.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★**題號 24、您認為騎警隊成立對風景區降低犯罪率有幫助：**

由表 4-33 可知受訪者回答同意問項僅 36.6%；對於現行騎警在降低犯罪率問項警察品牌形象建立重要性上，呈現小於 80 分之評價，可解釋為騎警隊在降低犯罪率要再加強發揮效力，其微結為相關預防成效目前為止，僅 93 年做過一次針對騎警隊執勤之景點治安評比，唯績效上並未將結果公佈、宣導，往後亦未在做類似之績效評核，而缺乏驗證數據，因此應就此加強公關行銷，績效驗證，才可提高民眾的肯定與認同。

表4-33：題號24 對警察品牌形象滿意評分

題號 24：您認為騎警隊成立對風景區降低犯罪率有幫助				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	11	12
	總和%	0.3%	3.8%	4.2%
2(不同意)	個數	12	23	35
	總和%	4.2%	8.0%	12.2%
3(沒意見)	個數	37	49	86
	總和%	12.9%	17.1%	30.0%
4(同意)	個數	59	46	105
	總和%	20.6%	16.0%	36.6%
5(非常同意)	個數	40	9	49
	總和%	13.9%	3.1%	17.1%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 25、您認為成立騎警會提高遊客再次來遊玩的動機：

由表 4-34 可知受訪者就騎警隊會帶動遊客再次遊玩的動機上，勾選同意問項達 44.3%；對於現行騎警在風景區執勤，會提高遊客再次遊玩的動機上及對警察品牌形象之建立，受訪者都給予高度的認同，在評分上亦呈現大於 80 分之評價，可解釋為民眾在台北縣鶯歌老街等騎警執勤點遊玩時，都會期待騎警的出現，騎警也形成該觀光景點的特色並獲得民眾的肯定與認同。

表4-34：題號25 對 警察品牌形象滿意評分

題號 25：您認為成立騎警會提高遊客再次來遊玩的動機				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	10	11
	總和%	.3%	3.5%	3.8%
2(不同意)	個數	8	12	20
	總和%	2.8%	4.2%	7.0%
3(沒意見)	個數	21	39	60
	總和%	7.3%	13.6%	20.9%
4(同意)	個數	58	69	12
	總和%	20.2%	24.0%	44.3%
5(非常同意)	個數	50	19	69
	總和%	17.4%	6.6%	24.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 26、您為了要看騎警而到特定風景點遊玩：

由表 4-35 可知受訪者就一般民眾會因騎警而想到特定風景點遊玩之題項上，勾選同意問項僅為 39.4%；而對於現行為了看到騎警隊而特定去遊玩的想法也給予小於 80 分的評分。由本題項上可解釋為騎警隊應需再加強品牌行銷，落實宣傳並積極參與各類型活動，增加曝光率並建立騎警正面形象，以達預期成效。

表4-35：題號26 對警察品牌形象滿意評分

題號 26：您為了要看騎警而到特定風景點遊玩				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	3	17	20
	總和%	1.0%	5.9%	7.0%
2(不同意)	個數	9	24	33
	總和%	3.1%	8.4%	11.5%
3(沒意見)	個數	31	42	73
	總和%	10.8%	14.6%	25.4%
4(同意)	個數	71	42	113
	總和%	24.7%	14.6%	39.4%
5(非常同意)	個數	35	13	48
	總和%	12.2%	4.5%	16.7%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 27、您對台北縣風景區的印象會聯想到台北縣騎警隊：

由表 4-36 可知受訪者勾選同意問項僅為 39.7%；而整體的滿意度評分也給予小於 80 分的評價，在此可解釋為騎警隊目前僅限於區域性執勤未能普及於全國性，在品牌聯想上仍顯不足，也代表騎警隊在宣導上及普及性不足，以致造成品牌聯想性之差異，因此唯有更積極於各項活動的參與及勤務的執行，發揮騎警的特色及專屬性以獲得全民之認同。

表 4-36：題號 27 對 警察品牌形象滿意評分

題號 27：您對台北縣風景區的印象會聯想到台北縣騎警隊				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	2	11	13
	總和%	.7%	3.8%	4.5%
2(不同意)	個數	2	19	21
	總和%	.7%	6.6%	7.3%
3(沒意見)	個數	19	51	70
	總和%	6.6%	17.8%	24.4%
4(同意)	個數	76	38	114
	總和%	26.5%	13.2%	39.7%
5(非常同意)	個數	50	19	69
	總和%	17.4%	6.6%	24.0%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

★題號 28：你認為台北縣政府警察局成立騎警隊對提昇警察形象有幫助：

由表 4-37 可知受訪者對台北縣政府警察局成立騎警隊採正面肯定，並對提昇警察形象上認為是有幫助的，在勾選同意問項達 42.9%；而整體的滿意度評分給予大於 80 分的評價，兩項數據均表示騎警隊的成立對整體警察形象會有所幫助及獲得民眾大力支持與肯定。

表 4-37：題號 28 對 警察品牌形象滿意評分

題號 28：你認為台北縣政府警察局成立騎警隊對提昇警察形象有幫助				
填答選項		警察品牌形象滿意評分		總　和
		1 (80 分以下)	2 (80 分以上)	
1(非常不同意)	個數	1	7	8
	總和%	.3%	2.4%	2.7%
2(不同意)	個數	0	14	14
	總和%	.0%	4.9%	4.9%
3(沒意見)	個數	24	40	64
	總和%	8.4%	13.9%	22.3%
4(同意)	個數	58	65	123
	總和%	20.2%	22.6%	42.9%
5(非常同意)	個數	59	19	78
	總和%	20.6%	6.6%	27.2%
總和	個數	149	138	287
	總和%	51.9%	48.1%	100.0%

第四節 不同樣本對騎警人員的整體評價

本研究利用因素分析針對各構面間的相互關係加以分析，經分析資料驗證顯示騎警隊已達到一個充份的吸引力;這代表騎警隊長期的耕耘已經塑造一個獨特且專屬的品牌形象,民眾對於騎警隊成立及執勤方式也都給予相當肯定，而本節企圖對於人口變項之差異，更加深入的分析、研究找出相互間更明確的影響程度，以作為騎警隊未來發展與警察人員的行銷方式更具體政策與方法。並就此提出建議與改善方式，以作為未來警政行銷的依據。

假設一：當地居民與遊客對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

1、假設 1-1：居民與遊客對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：當地居民與遊客對騎警隊品牌形象有兩項目因素達到顯著的差異。即不管是遊客或當地居民對於騎警隊成立給予兩大期待，即是能更具專業性與吸引力(表 4-38)。但在（表 4-39)中可驗證出遊客與當地居民對騎警卻有不同期盼，如：遊客是因為騎警具有吸引力而來，而當地居民卻希望騎警能提高專業性，也希望能以專職的方式並佐於長期的訓練與輔導，甚至於能成立專業警察單位，達到各專業的分工。

參與觀察：在填答問卷中，並輔以條列式方式詢問受訪者，遊客在

問卷中有提到就是特別為了看警察人員騎馬巡邏而感到好奇，甚至遠從全國各地前來只為一睹騎警風采；而當地居民也認同此感，並提出騎警參與巡邏除能化解民眾對警察刻板、僵化的認知與觀感外，騎警參與勤務執行更能塑造不同的觀光景點特色。

表 4-38： 人口變項對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

	平均數	標準差	顯著性	T值
重要性(172)	4.0698	.7407	.840	4.098
(115)	4.0551	.7294		4.063
親近性(172)	3.8120	.8630	.520	4.057
(115)	3.8667	.8316		4.028
功能性(172)	3.6395	.8144	.959	5.080
(115)	3.7826	.8249		5.065
專業性(172)	4.0165	.6214	.007	5.358
(115)	3.9580	.7039		5.330
吸引力(172)	3.6267	.8894	.047	8.140
(115)	3.7252	.7914		8.041

分組方式：遊客有172個；居民有115個

表 4-39： 當地居民與遊客對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
遊客	平均數	4.0698	3.8120	3.6395	4.0165	3.626
	標準差	.7407	.8630	.8144	.6214	.889
居民	平均數	4.0551	3.8667	3.7826	3.9580	3.725
	標準差	.7294	.8316	.8249	.7039	.791
	F 檢定	.027	.284	2.105	3.549	3.922
	顯著性	.869	.594	.148	.045	.038

2、假設1-2：不同性別對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：(表4-40)說明性別對騎警隊品牌形象只有對吸引力達到顯著的差異。亦即不管是男生或是女生對於騎警隊都有性別差異的並形成不同觀感。而輔以參與觀察法得到差異原因說明。

參與觀察：當詢問到男性與女性對於騎警隊產生吸引力原因在那？很有趣的回答是，男性受訪者認為騎警英姿煥發、帥氣令人羨慕；女性受訪者則確是認為騎警令人覺得很威武及充滿者崇拜與好奇的眼光。

表 4-40： 不同性別對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
男性	平均數	4.1260	3.8882	3.7581	4.0305	3.753
	標準差	.7294	.8406	.8126	.6549	.853
女性	平均數	3.9810	3.7615	3.6152	3.9431	3.549
	標準差	.7371	.8594	.8265	.6549	.837
	F 檢定	2.752	1.566	2.144	1.252	4.081
	顯著性	.098	.212	.144	.264	.044

3、假設1-3：不同年齡對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：(表4-41)結果得知年齡對騎警隊品牌形象對警騎專業性及吸引力兩項達到顯著的差異。亦即不同的年齡對於騎警隊有不同的期盼，並輔以參與觀察法觀察其差異原因如下。

參與觀察：觀察得40-50年齡層的人強調騎警專業性，認為只有專業才能維持一定的品質，而制度化也才能讓騎警人員達到充份的學習與存在價值動機；而20-30的年齡層卻只注意到如何吸引他們的眼光注視，其他的就不太強調。

表4-41：不同年齡對騎警隊品牌形象ANOVA分析表

年齡分佈		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
20以下	平均數	4.0317	3.6190	3.5714	3.8492	3.495
(21個)	標準差	.5468	.9267	.5976	.5550	.711
20-30	平均數	4.0154	3.7487	3.6154	4.0359	3.492
(65個)	標準差	.7738	.9205	.8824	.5770	.894
31-40	平均數	4.1065	3.8763	3.7526	4.0412	3.746
(97個)	標準差	.7113	.9044	.8365	.7075	.862
41-50	平均數	4.0351	3.9167	3.7719	3.9649	3.771
(76個)	標準差	.7899	.7326	.7985	.6373	.818
51-60	平均數	4.2063	3.9365	3.6032	3.9762	3.838
(21個)	標準差	.7108	.7646	.9105	.8404	.809
61以上	平均數	3.9048	3.4762	3.5238	3.7143	3.028
(7個)	標準差	.7868	.4658	.5727	.4586	.795
總　　結	平均數	4.0639	3.8339	3.6969	3.9930	3.666
	標準差	.7350	.8496	.8202	.6552	.851
	F 檢定	.373	.900	.556	2.643	2.121
	顯著性	.867	.482	.734	.037	.054

4、假設1-4：不同教育程度對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：（表4-42）結果得知，不同教育程度對騎警隊品牌形象僅有吸引力一項達到顯著的差異。亦即呼應前述年齡在20-30也只注意到吸引力，兩結果互相呼應，而不違背；因人口統計變項也以大學生的教育程度居多，在不同的年齡對於騎警隊有不同的期盼，而輔以參與觀察法得到差異原因說明。

參與觀察：此項詢問不具任何實證結果，只以實際填答的狀況作資料分析與統計結果。

表 4-42 不同教育對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

年齡分佈		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
高中以下	平均數	4.1389	3.8611	3.7917	3.9028	3.7250
(21個)	標準差	.6661	.5553	.6937	.7175	.8368
高中(職)	平均數	4.0000	3.7917	3.7778	3.9236	3.6583
(65個)	標準差	.6690	.8853	.8485	.7175	.8368
專科	平均數	4.0000	3.7821	3.6410	3.9679	3.5808
(97個)	標準差	.8245	.9943	.8267	.7201	.984
大學	平均數	4.0654	3.8954	3.5948	4.0294	3.652
(76個)	標準差	.6862	.7835	.7900	.5837	.8049
研究所	平均數	4.2252	3.8018	3.8378	4.1216	3.8000
(21個)	標準差	.8925	.9211	.9082	.6755	.8894
總　　結	平均數	4.0639	3.8339	3.6969	3.9930	3.6662
	標準差	.7350	.8496	.8202	.6552	.8515
	F 檢定	.740	.243	3.984	.767	2.392
	顯著性	.565	.914	.007	.547	.043

5、假設1-5：不同職業對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：(表4-43)結果得知不同職業對騎警隊品牌形象只有功能性一項達到顯著的差異。而填答者以商的產業別的分佈佔較多的比率，輔以參與觀察法得到差異原因說明。

參與觀察：受訪者中以商業產別者較著重功能的發揮與否，強調經費預算運用應適當並強調功效，否則造成資源浪費，並同意成專責單位以做好專業培訓，使功能發揮更專業。

表 4-43：不同職業別對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

職業		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
軍	平均數	4.0000	3.5833	3.5417	3.8958	3.7500
(8位)	標準差	.8729	.6843	.8717	.7123	.6302
公	平均數	3.9861	3.8565	3.4630	3.8657	3.5583
(21位)	標準差	.6907	.8481	.8659	.6792	.9057
教	平均數	4.0794	3.6825	3.8095	3.9841	4.0476
(21位)	標準差	.7142	1.1473	.8665	.5795	.7346
商	平均數	4.0883	3.9972	3.8946	4.0641	3.7453
	標準差	.7433	.7317	.7397	.6304	.8278
家管	平均數	3.8788	3.5909	3.3636	3.8030	3.4273
	標準差	.9570	1.0283	.9700	.8320	.8625
學生	平均數	4.1111	3.5333	3.6333	4.0500	3.3933
	標準差	.6911	.9771	.6149	.5858	.9225
無業	平均數	4.4167	3.6389	3.6667	4.1806	3.8667
	標準差	.5882	.5405	.9101	.5480	.6110
其他	平均數	4.3333	4.0667	4.1333	4.4000	3.8400
	標準差	.4714	.6412	.8692	.6831	.8414
總　和	平均數	4.0639	3.8339	3.6969	3.9930	3.6662
	標準差	.7350	.8496	.8202	.6552	.8515
	F 檢定	.848	1.791	2.769	1.334	1.767
	顯著性	.548	.089	.008	.234	.094

6、假設1-6：不同工作年資對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：(表4-44)結果得知不同工作年資對警隊品牌形象不具任何顯著的差異。即填答者不會因為工作年資而有任何的改變，因此本項假設不受到支持。

參與觀察：就受訪者中觀察，不同工作年資對騎警品牌形象並無顯著差別。

表 4-44 不同工作年資對騎警隊品牌形象 ANOVA 分析表

工作年資		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
未曾工作	平均數	4.5556	3.8148	3.5185	4.0185	3.5111
(9位)	標準差	.5528	.7286	.5556	.4120	.6716
5年以下	平均數	4.0370	3.6543	3.5556	4.0041	3.4889
(81位)	標準差	.6258	.8699	.8563	.5992	.8349
6-10年	平均數	4.1474	3.9551	3.8397	4.1571	3.9000
(52位)	標準差	.8096	.7755	.7712	.5285	.7489
11-15年	平均數	3.8810	4.0556	3.8175	3.9008	3.7381
(42位)	標準差	.7923	.8261	.8368	.8570	.8246
16-20年	平均數	4.0625	3.7431	3.7708	3.9375	3.6833
(48位)	標準差	.7034	.9970	.7935	.6261	.9568
21-25年	平均數	4.0909	4.0505	3.7172	4.0404	3.6970
(33位)	標準差	.8177	.5720	.8705	.6834	.9208
26年以上	平均數	4.0758	3.6667	3.5303	3.7803	3.6091
(22位)	標準差	.7830	.9201	.8143	.7549	.8563
總　計	平均數	4.0639	3.8339	3.6969	3.9930	3.6662
	標準差	.7350	.8496	.8202	.6552	.8515
	F 檢定	1.250	1.882	1.108	1.165	1.376
	顯著性	.281	.084	.358	.325	.224

7、假設1-7：不同居住所對騎警隊品牌形象的評價無顯差異?

檢定分析：(表4-45)不同居住所對騎警隊品牌形象評價不具任何顯著的差異。即填答者不管居住在那個地區，對騎警的品牌形象不會產生任何的影響因素。

參與觀察：不同地區的受訪者對騎警是由警察機關主動所成立，均認為不可思議與充滿好奇，甚會好奇其成立之目的而加以詢問;在觀察中發現受訪者對騎警的品牌形象並不因來自不同地區而有所差異。

表 4-45 不同居住所對品牌形象 ANOVA 分析表

居住地所		重要性	親近性	功能性	專業性	吸引力
北部地區	平均數	4.0564	3.8688	3.7047	3.9974	3.6331
(254位)	標準差	.7373	.8384	.8313	.6515	.8685
中部地區	平均數	4.1270	3.5556	3.6667	3.9762	3.8952
(21位)	標準差	.6870	.9389	.8097	.7715	.7473
南部地區	平均數	4.2593	3.7407	3.7037	4.0370	4.0667
(9位)	標準差	.8941	.8127	.6334	.5996	.4690
東部地區	平均數	3.8333	3.6667	3.5000	3.7500	3.4000
(3位)	標準差	.2357	.4714	.2357	.1179	.5657
總　計	平均數	4.0664	3.8403	3.7005	3.9953	3.6643
	標準差	.7350	.8441	.8194	.6551	.8524
	F 檢定	.334	.963	.054	.111	1.365
	顯著性	.801	.411	.984	.953	.254

第五節 不同樣本對騎警隊滿意度分析

由於本研究焦點在騎警隊形象，因此將騎警隊的評分作分組，以整體形象作衡量，給與標準化，並依照平均分數分群，80分以下的為第1組計有149位，80分以上的分為第2組計有138位(表4-19)，針對不同的組別與不同面向與品牌因素作研究假設，並找出是否有差異與顯著性。(表4-46)將騎警隊的評分作分組，以整體形象作衡量，給與標準化，並依照平均分數分群，80分以下的為第1組計有149位，80分以上的分為第2組計有138位。

表4-46 分組表

	組別	個數
80分以下	1	149
80分以上	2	138
合　　計		287

假設二：人口變項對騎警隊整體評分無顯差異?

1、假設2-1：遊客與當地居民對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：遊客與當地居民對騎警隊滿意度評分有顯差異。表示遊客與當地居民在給予總體評分時，有不同的看法與評價(表4-47)。而輔以參與觀察法得到差異原因說明如下。

參與觀察：當地居民對於騎警隊仍有很深的期望，相對的要求也很高，在問卷中也以文字敘述看法，如：制服的要求、巡邏的舉止、定期巡邏的班次及騎警供人拍照的地點等建議與想法；而遊客只要求在定點能看到的表演與親切的問候或協助問題排除即可，因此都給予相當高的評價。

2、假設 2-2：不同性別對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同性別對騎警隊滿意度評分有顯著差異。這個是個很有趣的研究發現，性別對於整體滿意度會有不同的評分標準(表4-47)。而輔以參與觀察法得到差異原因說明。

參與觀察：這與研究假設1-2的結果能相呼應，研究假設一的人口對項在性別中，都有共同評價都產生吸引力的影響有顯著影響，因此也給予相當高的評價標準。

3、假設 2-3：不同年齡對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同年齡對騎警隊滿意度評分無顯差異(表 4-47)。

4、假設 2-4：不同教育程度對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同教育程度對騎警隊滿意度評分無顯差異(表 4-47)。

5、假設 2-5：不同職業對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同職業對騎警隊滿意度評分無顯差異(表 4-47)。

6、假設 2-6：不同工作年資對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同工作年資對騎警隊滿意度評分無顯差異(表 4-47)。

7、假設 2-7：不同居住所與遊客對騎警隊滿意度評分無顯差異?

檢定分析：不同居住所與遊客對騎警隊滿意度評分無顯差異(表 4-47)。

表4-47：人口變項對騎警隊整體評分T檢定表

	平均數	標準差	顯著性	T值
遊客/居民	1.4564 1.3406	.4998 .4756	.000	2.007 2.011
性別	1.3893 1.4710	.4892 .5010	.017	-1.398 -1.397
年齡	3.1544 3.0652	1.0826 1.1912	.133	.664 .662
教育程度	3.2148 3.1739	1.1423 1.2493	.095	.289 .288
職業	3.7315 3.9203	1.5624 1.5710	.587	-1.020 -1.020
工作年資	2.8456 2.7246	1.5842 1.8114	.061	.603 .600
居住地	1.1486 1.1667	.4421 .5347	.474	-.311 -.309

（分組方式：平均80分以下的有149個；平均80分以上的有138個）

第六節 騎警隊與警政品牌滿意度分析

台北縣政府警察局騎警隊以「觀光警察」及「為民服務」為建隊主軸，更期望透過騎警隊容易親近及親切的執勤方式，達到提升警察親民愛民優質新形象，因此本節擬就此探討騎警隊的品牌形象對提升警察品牌形象之助益及分析未來騎警執勤方向。

假設三：騎警隊品牌形象對警察形象滿意評分提升無顯差異?

1、設3-1：騎警隊功能性提升，對警察形象滿意度評分無顯差異?

檢定分析：*功能性*提升對警察形象滿意度評分有顯差異(表 4-48)。

2、假設3-2：騎警隊重要性提升，對警察形象滿意度評分無顯差異?

檢定分析：*重要性*提升對警察形象滿意度評分有顯差異(表4-48)。

3、假設3-3：騎警隊親近性提升，對警察形象滿意度評分無顯差異?

檢定分析：*親近性*提升對警察形象滿意度評分無顯差異(表4-48)。

4、假設3-4：騎警隊專業性提升，對警察形象滿意度評分無顯差異?

檢定分析：*專業性*提升對警察形象滿意度評分有顯差異(表4-48)。

5、假設3-5：騎警隊吸引力提升，對警察形象滿意度評分無顯差異?

檢定分析：*吸引力*提升對警察形象滿意度評分有顯差異(表4-48)。

即代表對騎警隊有高度的吸引力時，相對的對警察形象也會給予高度的評分；若失去吸引力時相對的也會降低其評價。

表4-48 ：騎警隊品牌形象對警察形象滿意評分T檢定表

	平均數	標準差	顯著性	T值
重要性(149)	4.2304	.6354	.003	4.098
(138)	3.8841	.7930		4.063
親近性(149)	4.0246	.7485	.072	4.057
(138)	3.6280	.9051		4.028
功能性(149)	3.9239	.7555	.004	5.080
(138)	3.4517	.8193		5.065
專業性(149)	4.1834	.5818	.017	5.358
(138)	3.7874	.6696		5.330
吸引力(149)	4.0215	.6389	.000	8.140
(138)	3.2826	.8871		8.041

（分組方式：平均80分以下的有149個；平均80分以上的有138個）

九、 建立騎警形象最重要三項因素:

問卷調查中輔以條例式例出民眾對騎警形象要素作一驗證，由研究中得知民眾對騎警形象建立之要求為：熱誠為民服務勾選 249 次占 32％最高、其次為專業的訓練與馬術 164 次占 21％、再者依序為良好的公共行銷關係 153 次占 19％、高工作士氣及豐富經驗 127 次占 16％、廉能公正形象 92 次占 12％。(如表 4-49)

表 4-49:騎警隊形象建立三要素

問項題	勾選	佔百分比%	排名	因素相對性
熱忱為民服務態度	249	32%	1	重要性
專業的訓練與馬術	164	21%	2	專業性
良好的公共與行銷關係	153	19%	3	吸引力
廉能公正的形象	92	12%	5	
高工作士氣及豐富經驗	127	16%	4	
合　　計	785			