

## 民眾參與古蹟文化活動動機及滿意度之研究－以臺灣文獻館舉辦之「百年風華－臺灣五大家族特展」史蹟勘考活動為例

鄭殷立<sup>1\*</sup>

**[摘要]** 臺灣文獻館向來為臺灣重要史料之典藏所在，為配合建國百年系列活動，以臺灣五大家族為題，舉辦「百年風華-臺灣五大家族特展」，活動內容包括文史資料展示、學術研討會及家族史蹟勘考活動等三大部分。本研究特針對參與「史蹟勘考活動」民眾的參與動機與滿意度做問卷調查，分析結果發現，參加兩次以上之民眾接近四成，顯示「常客」比例相當高。經由親友或老師推薦而來者達三成，意即文獻館以前承辦活動的「口碑」極佳。民眾參與動機主要為享受歷史文物之美、滿足好奇、增進學習、發現歷史真相及休閒與鬆弛身心等；對於活動的各項安排、氣氛及服務均有極高的評價。民眾未來再參加及推薦他人之意願高，且即使「要收費」，參加的意願仍高。參與民眾對於主辦單位的行程安排、氣氛營造及各項服務滿意度極高。「忠誠度」方面，對「我會願意再參加本館舉辦的活動」及「我願意推薦他人參加本館舉辦的活動」的認同極高，顯見「口碑」依舊良好，整體而言，即使收費，民眾參加的意願仍然很高。

**關鍵詞：**參與、滿意度、古蹟、家族、文化。

---

<sup>1\*</sup> 僑光科技大學觀光與休閒事業管理系助理教授；通訊作者(cheng887@ocu.edu.tw)

## 壹、前言

古蹟為文化休閒空間的一部分，體驗不同的文化，豐富人生閱歷，乃為人們從事觀光旅遊活動動機之一。學者研究指出（吳慶烜，2003），由於時代環境變遷，整體經濟環境改善，國民所得提高，古蹟已成為休閒文化活動使用的空間，除可增加知識、減輕工作壓力、促進人際關係，更能提升生活品質。

由臺灣文獻館的資料中指出(國史館臺灣文獻館(臺灣文獻館), 2011),「顏、林(板橋)、林(霧峰)、辜、陳」等五大家族在臺灣現代化產業的經營，及促進民主思潮的新文化運動，均貢獻卓著，五大家族發展史不啻為臺灣歷史的縮影。五大家族的「板橋林家」經營米鹽致富，至林維源時代，成全臺首富，且官拜太僕寺卿、全臺撫墾大臣。「霧峰林家」之林文欽光緒年間中舉人，林文欽之子林獻堂為謀臺人福祉，領導臺灣議會設置請願運動、成立臺灣文化協會、號召募款創立臺中中學校。「高雄陳家」的陳中和，經營米糖起家，首開臺糖外銷日本先驅。「基隆顏家」以經營礦業著稱，顏正春先以採金致富。「鹿港辜家」由商而政，日據初期在政界，以辜顯榮為巨擘。其子辜振甫貢獻經濟、外交，事功卓著。

從臺灣文獻館網頁中得知(<http://www.th.gov.tw/>)，向來為重要史料之典藏所在的臺灣文獻館，除從事臺灣文獻研究工作外，並負責文獻史料的採集、整理、典藏、文獻書刊的出版及史志的纂修。近年來除致力大眾史學推廣外並時常舉辦各種相關活動與展示，使國人有機會接觸並認識臺灣史，將歷史、文化、教育與觀光相結合，創造臺灣歷史文獻綿延流長的基業。為配合建國百年系列活動，特以「臺灣五大家族」為題，自2011年7~12月舉辦「百年風華-臺灣五大家族特展」活動，內容包括史資料展示、學術研討及史蹟勘考（參觀）等活動。

臺灣文獻館安排的五大家族史蹟勘考活動（臺灣文獻館，2011）日期分別為(1)6月29日「霧峰林家」：萊園、林獻堂文物館、林鶴年頤圃及景薰樓等；(2)7月20日「高雄陳家」：陳中和墓園、陳啓川紀念館、及陳中和紀念館等；(3)8月3日「鹿港辜家」：鹿港民俗文物館、文開書院、鹿港老街及天后宮等；(4)8月10日「基隆顏家」：國英坑、臺陽股份有限公司及顏雲年頌德碑等；(5)8月17日「板

橋林家」：林本源園邸、汲古書屋、方鑑齋、來青閣、香玉移及大觀書社等。

由於臺灣文獻館舉辦史蹟勘考活動，將歷史、文化、教育與觀光休閒相結合，頗獲民眾喜愛，為進一步瞭解活動過程提供服務成效，藉本活動民眾參與動機及滿意度兩方面問卷調查，探討民眾對「古蹟文化」之需求，作為相關單位未來舉辦活動之參考。

## 貳、文獻探討

### 一、古蹟文化空間與旅遊

吳慶烜（2003）曾言，古蹟帶動觀光與休閒，更關係著地方興衰，古蹟文化空間則慢慢延伸到周圍街區開放空間，此時的古蹟與其周圍街區開放空間，許多的商業活動與觀光活動，皆從街區開始。林衡道（1999）研究指出，尋訪古蹟、欣賞文物，成為現今社會上戶外休閒活動之一，在參訪過程中，可增進對先人生活方式的認識，進而了解當地文化，培養欣賞、保存、傳承的觀念。古蹟文化結合社區振興組織、地方發展協會、社區居民等社群動力，共同致力於地方經濟及吸引國際觀光客，不僅能復甦地方經濟、找回地方的生命力，並強化當地居民地域認同感與凝聚力（辛晚教，2000）。簡惠貞（2001）研究指出，文化活動的舉行，可以增加當地居民的收入、人民對文化的認同、地方政府對該地的建設等。

### 二、旅遊動機

余幸娟（2000）曾言，旅遊動機可以分為心理的、精神的、身體的、經濟的四大需求動機，心理與精神是較高層次的需求，身體與經濟是個人基本需要。旅客從需求到行動再轉為體驗的過程中，旅客的旅遊需求與旅遊動機常受個人特性、過去經驗等影響，個人對旅遊的期望不同，引發的旅遊行為亦會有所差異。所以旅遊動機就是一種驅動力，促使旅客滿足內心社會和心理的需求，也可說是旅客從事旅遊活動真正的原因。

### 三、滿意度與忠誠度

黃佳慧（2005）研究發現，遊客參與體驗活動後，對整體活動行程的經驗感

受，即遊客對體驗活動之價格滿意程度、服務設施滿意程度、以及整體滿意程度。王伯文(2005)認為滿意度的衡量有以整體滿意度來作為滿意度的衡量指標或以事前的期望及事後的感受差距大小、與競爭者相對的感受及整體滿意度的感受。最近的研究的衡量方式(徐茂練,2005)大致可分兩類，一類以事前期望與事後績效的差距來衡量，因有時間差因素，執行困難度較高；另一類則直接採用績效來衡量，亦即消費者於使用某項產品或服務後，對某衡量項目之直接感受。孫明源(2003)實證結果，直接以「績效」衡量顧客的知覺態度，更能有效傳達顧客的實際知覺。因此，本研究以遊客直接感受整體滿意與分項的人員設施、文物展示等滿意作為衡量滿意度指標。

許梅芳(2005)指出，顧客忠誠度是顧客對所提供的整個體驗的感受所帶來的結果，衡量指標為對體驗的熱誠及向朋友推薦的意願。徐茂練(2005)將忠誠度區分為態度與行為，而態度指情感上的偏好程度，一般以品牌偏好、再購意願、口碑推薦意願、對價格或等待時間的容忍度衡量。黃佳慧(2005)認為遊客體驗後，對於參與體驗相關商品、活動、服務，進而影響再購意願、推薦意願及付費意願的可能性。

本研究綜合上述，以遊客「再參加意願」、「推薦他人意願」與「活動收費時參加之意願」等三個衡量構面測度遊客的「忠誠度」。

## 參、研究方法

本研究透過參與「五大家族史蹟勘考」民眾之問卷調查；經由資料彙總及統計分析，達成研究目的。

### 一、各變數之衡量問項與問卷設計

本研究問卷主要分為三個部分，第一部分是「參與動機」，問項包括：(1)享受歷史文物與人文故事之美(2)滿足我的好奇心(3)增進學習新事物的機會(4)發現歷史真相的樂趣(5)鬆弛身心調劑生活(6)增加社交及認識新朋友機會(7)工作或功課需要；第二部分是參與民眾「滿意度與忠誠度」，問項包括：(1)本活動之全程

安排整體上感到滿意 (滿意度)。(2)活動所營造的氣氛感到滿意 (滿意度)。(3)所提供的導覽、服務等人員與設施感到滿意 (滿意度)。(4)活動展示的真實歷史文物感到滿意 (滿意度)。(5)我會願意再參加本館舉辦的活動 (忠誠度)。(6)我願意推薦他人參加本館舉辦的活動 (忠誠度)。(7)即使活動要收費,我還是願意參加 (忠誠度)。第三部分是參與民眾基本資料,包括:性別、年齡、職業、教育程度、居住地、第幾次參加本館活動、獲知本活動訊息管道等七項作為答題。

本研究對動機、滿意度與忠誠度之衡量,以五點量表從「非常不同意」(1分)至「非常同意」(5分)來給分,以求得民眾真實體驗的滿意度。

本研究採專家效度定,問卷經由承辦單位主管及四位學者專家提供意見修訂確認效度後,再以Cronbach's  $\alpha$ 檢測問卷,參與動機構面Cronbach's  $\alpha$ 為0.765,滿意度構面為0.893,忠誠度構面為0.797,顯示信度良好。

## 二、調查與樣本分配

本研究針對參加人員,於各景點活動後,立即全面發放問卷填答,活動實際參加人數共386人,問卷發放數量386份,回收問卷總計329份,總回收率85.23%,其中有效問卷323份,有效率98.18%。

## 三、分析方法

回收問卷資料經登錄後剔除無效問卷,以SPSS 12.0中文版統計分析軟體統計分析,使用統計方法主要為描述性統計、單一樣本T檢定、獨立樣本T檢定及單因子變異數分析等。描述性統計分析:分析參與民眾的特性分佈情形,並瞭解受訪者對各問項之認同程度;獨立樣本T檢定:檢定受訪者性別不同,對各項動機及滿意度之差異顯著性;單因子變異數分析:檢定參與民眾基本資料不同對各項動機及滿意度之差異顯著性。

# 肆、研究結果

## 一、參與活動民眾基本資料分析

本研究受訪民眾之基本資料如表1所示。

表 1 受訪民眾基本資料

變項	屬性	人數	百分比%	變項	屬性	人數	百分比%
性別	男	128	38.91	居住地	北部	65	19.76
	女	195	59.27		中部	203	61.70
年齡	19 歲以下	1	0.30	參加次數	南部	46	13.98
	20~29 歲	28	8.51		東部	9	2.74
	30~39 歲	32	9.73		外島	0	0
	40~49 歲	83	25.22		其他	0	0
	50~59 歲	121	37.08		首次參加	206	62.61
	60 歲以上	58	17.63		2 次	62	18.84
學歷	國中以下	7	2.13	3 次以上	55	16.72	
	高中職	32	9.73	獲知訊息管道 (可複選)	活動公文	91	27.7
	專科	54	16.41		網路訊息	138	41.9
	大學	160	48.63		親友推薦	86	26.1
	碩士以上	70	21.28		老師推薦	19	5.8
			其他		9	2.7	
職業	學生	23	6.99				
	軍公教	124	37.69				
	製造、商業	5	1.52				
	服務業	48	14.59				
	農林漁牧業	3	0.912				
	家管	20	6.08				
	退休	74	22.49				
	其他	26	7.90				

參加民眾以女性為多(59.27%);年齡以 50~59 歲者最多(37.08),其次為 40~49 歲者(25.22%), 19 歲以下者最少(1.32%), 參與者以中壯年及老年民眾為主;學歷以大學為最多(48.63%), 碩士以上次之(21.28%), 學歷均相當高。職業以軍公教為最多(37.69%), 退休者次之(22.49%)。文獻館辦理本活動的報名對象以文化、教育單位、各大專院校師生、高中職、國中小老師、文史工作人員等為主,因此參與民眾多為教師或文史單位人員。

居住地以中部最多(61.70%), 北部次之(19.76%), 由於本活動雖免費提供交通運輸,但起點為位處中部的文獻館,顯見參加民眾受限於地緣關係相當明顯。民眾參加文獻館活動次數以首次參加為最多(62.61%), 其中參加兩次以上者接近

四成，可見重複參與文獻館活動的民眾比例相當高。民眾獲知訊息管道以網路為最多(41.9%)，其次為活動公文(27.7%)及親友或同學的推薦(26.1%)，本活動訊息以網站公布及公文為主，因此，網站公布及公文為參與民眾訊息管道主要來源，但經由親友或老師推薦者合計達三成，其效力不容忽視。

## 二、民眾參與動機

民眾參與動機分析如所示。民眾對於本活動「增加社交及認識新朋友機會」及「工作或功課需要」認知上稍低（介於3.86~3.67間），其他問項多給予高度的肯定(4.20~4.64)，可見民眾對於活動中呈現的古蹟文化之美具有高度的好奇與學習興趣，並藉此活動享受文物之美及鬆弛身心。由於每一行程安排參觀及導覽時間短，學習內容豐富，縮短了民眾交友的機會。

## 三、民眾滿意度與忠誠度

民眾對於活動滿意度及忠誠度分析結果如所示。民眾對於主辦單位提供的各項安排、氣氛及服務之均有極高的評價（滿意度介於4.44~4.62間）。其中以「所提供的導覽、服務等人員與設施感到滿意」最高（滿意度4.62），足見主辦單位工作人員及導覽人員所提供的服務最受肯定。「忠誠度」方面，對「我會願意再參加本館舉辦的活動」及「我願意推薦他人參加本館舉辦的活動」的認同極高，分別為4.63與4.59，對「即使活動要收費，我還是願意參加」問項的認同則稍有降低(4.17)。由於以往文獻館所辦的活動，多可免費參加，若「要收費」，仍有些人會在經濟因素的考量下，稍有卻步，但調查顯示，即使收費民眾參加的意願仍然很高。

整體而言，參與民眾對於主辦單位的各項服務滿意度極高（平均4.5），足見工作人員費心費力，備受民眾之肯定。

表 2 民眾參與動機

問項		人數	百分比	平均數	標準差
享受歷史文物與人文之美	非常同意	217	67.2	4.64	0.56
	同意	99	30.7		
	普通	5	1.5		
	不同意	1	0.3		
	非常不同意	1	0.3		
滿足好奇心	非常同意	164	50.8	4.40	0.72
	同意	132	40.9		
	普通	21	6.5		
	不同意	4	1.2		
	非常不同意	2	0.6		
學習新事物	非常同意	219	67.8	4.63	0.59
	同意	93	28.8		
	普通	9	2.8		
	不同意	1	0.3		
	非常不同意	1	0.3		
發現歷史真相的樂趣	非常同意	201	62.2	4.55	0.65
	同意	103	31.9		
	普通	16	5		
	不同意	2	0.6		
	非常不同意	1	0.3		
鬆弛身心調劑生活	非常同意	126	39	4.20	0.79
	同意	145	44.9		
	普通	42	13		
	不同意	9	2.8		
	非常不同意	1	0.3		
增加社交及認識新朋友機會	非常同意	88	27.2	3.86	0.91
	同意	122	37.8		
	普通	96	29.7		
	不同意	13	4		
	非常不同意	4	1.2		
工作或功課 需要	非常同意	87	26.9	3.67	1.09
	同意	103	31.9		
	普通	85	26.3		
	不同意	37	11.5		
	非常不同意	11	3.4		

表 3 民眾滿意度分析

問項	人數	百分比	平均數	標準差	
活動安排感到滿意	非常同意	174	53.9	4.49	0.61
	同意	135	41.8		
	普通	11	3.4		
	不同意	3	0.9		
	非常不同意	0	0		
活動所營造的氣氛感到滿意	非常同意	170	52.6	4.44	0.65
	同意	128	39.6		
	普通	23	7.1		
	不同意	2	0.6		
	非常不同意	0	0		
導覽、服務等人員與設施感到滿意	非常同意	211	65.3	4.62	0.55
	同意	101	31.3		
	普通	11	3.4		
	不同意	0	0		
	非常不同意	0	0		
活動展示的真實歷史文物感到滿意	非常同意	193	59.8	4.57	0.56
	同意	120	37.2		
	普通	10	3.1		
	不同意	0	0		
	非常不同意	0	0		
願意再參加文獻館舉辦的活動	非常同意	220	68.1	4.63	0.63
	同意	90	27.9		
	普通	10	3.1		
	不同意	1	0.3		
	非常不同意	2	0.6		
願意推薦他人參加文獻館舉辦的活動	非常同意	209	64.7	4.59	0.64
	同意	100	31		
	普通	11	3.4		
	不同意	1	0.3		
	非常不同意	2	0.6		
即使活動要收費，我還是願意參加	非常同意	134	41.5	4.17	0.90
	同意	135	41.8		
	普通	33	10.2		
	不同意	17	5.3		
	非常不同意	4	1.2		
總平均				4.50	

#### 四、民眾參與動機差異檢定分析

民眾背景不同與參與動機差異檢定分析結果如表4所示。

表4 民眾背景不同與參與動機差異檢定

變項	屬性	享受 人文	滿足好 奇	增進 學習	發現真 相	鬆弛 身心	增加 社交	工作 需要
享受歷史文物 與人文之美	男	4.67	4.43	4.59	4.53	4.22	3.95	3.71
	女	4.62	4.38	4.67	4.56	4.18	3.8	3.65
	t	0.90	0.68	-1.19	-0.51	0.40	1.51	0.48
	顯著性 p	0.37	0.50	0.24	0.61	0.69	0.13	0.63
年齡	19 歲以下	2	1	3	3	4	1	1
	20~29 歲	4.68	4.54	4.71	4.5	4.29	3.36	3.14
	30~39 歲	4.75	4.56	4.88	4.69	4.22	3.69	3.25
	40~49 歲	4.65	4.39	4.6	4.58	4.11	3.81	3.77
	50~59 歲	4.63	4.4	4.66	4.61	4.24	3.99	3.8
	60 歲以上	4.61	4.33	4.49	4.35	4.18	4.05	3.82
	F 檢定	4.978	5.41	3.655	2.854	0.371	5.35	4.367
	顯著性 F 檢定 (不含 19 歲)	0.00*	0.00*	0.00*	0.02*	0.87	0.00*	0.00*
顯著性 p (不含 19 歲)	0.43	0.77	2.44	1.97	0.44	3.29	3.96	
學歷	國中以下	4.14	4.14	4.14	4.14	4.29	3.86	3.71
	高中職	4.53	4.28	4.53	4.53	4.19	4.06	3.84
	專科	4.54	4.3	4.65	4.54	4.19	3.94	3.89
	大學	4.7	4.48	4.68	4.61	4.25	3.91	3.66
	碩士以上	4.67	4.39	4.63	4.47	4.09	3.59	3.47
	F 檢定	2.74	1.19	1.73	1.30	0.52	2.28	1.33
	顯著性 p	0.03*	0.32	0.14	0.27	0.72	0.06	0.26
職業	學生	4.61	4.35	4.7	4.43	4.26	3.26	3.09
	軍公教	4.72	4.42	4.69	4.57	4.18	3.83	3.65
	製造、商業	4.0	4.0	4.2	4.2	3.4	3.2	3.0
	服務業	4.63	4.4	4.77	4.65	4.15	3.96	4.02
	農林漁牧業	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4	3.33
	家管	4.5	4.55	4.55	4.55	4.35	3.95	3.25
	退休	4.59	4.34	4.50	4.43	4.20	4.01	3.76
	其他	4.68	4.48	4.64	4.76	4.28	3.96	4.00

表4 民眾背景不同與參與動機差異檢定 (續)

變項	屬性	享受 人文	滿足好 奇	增進 學習	發現真相	鬆弛 身心	增加 社交	工作 需要
職業	F 檢定	1.55	0.55	1.57	1.22	1.09	2.36	2.88
	顯著性 p	0.15	0.80	0.15	0.29	0.37	0.02*	0.01*
居住地	北部	4.69	4.41	4.66	4.58	4.16	3.73	3.53
	中部	4.61	4.39	4.62	4.52	4.19	3.9	3.73
	南部	4.65	4.46	4.65	4.59	4.26	3.87	3.70
	東部	4.89	4.33	4.78	4.78	4.22	3.78	3.44
	外島	4.69	4.41	4.66	4.58	4.16	3.73	3.53
	其他	4.61	4.39	4.62	4.52	4.19	3.9	3.73
	F 檢定	0.92	0.14	0.26	0.58	0.16	0.57	0.67
	顯著性 p	0.43	0.94	0.86	0.63	0.92	0.63	0.57
參加次數	首次參加	4.65	4.42	4.63	4.60	4.23	3.81	3.59
	2 次	4.63	4.45	4.61	4.45	4.16	3.94	3.71
	3 次以上	4.62	4.27	4.67	4.49	4.09	3.96	3.98
	F 檢定	0.08	1.09	0.16	1.43	0.78	0.89	2.91
	顯著性 p	0.93	0.34	0.86	0.24	0.46	0.41	0.06

註：\* p<.05

由於顯著性數值均大於0.05，故不同性別之民眾參與動機沒有顯著差異。年齡不同與與民眾動機有明顯差異的項目為「鬆弛身心」一項外，均因年齡不同而有差異；由於年齡「19歲以下」民眾僅一名，若將其忽略不計，則年齡不同與與民眾動機有明顯差異的項目僅為「增進學習」、「增加社交」及「工作需要」三項，「30~39歲」之民眾對於「增進學習」之動機認同高於60歲以上民眾；「增加社交」及「工作需要」兩項，則「60歲以上」民眾認同度高於「30~39歲」之民眾。

民眾學歷不同與參與動機有明顯差異之項目 (P值小於0.05者)，僅「享受人文」一項，其大學及碩士以上學歷者對於享受人文之動機 (4.67以上) 明顯高於國中以下學歷者(4.14)。職業不同與參與動機差異如表7所示，僅「增加社交」及「工作需要」兩項有明顯差異，其中退休民眾「增加社交」之動機(4.01)明顯高於製造、商業民眾(3.2)及學生(3.26)；服務業民眾因「工作需要」之動機(4.02)明顯高於製造、商業民眾(3.0)。居住地不同與民眾參與動機間並無顯著差異。民眾

參加次數不同與參與動機並無顯著差異( $p > .05$ )。

## 五、民眾滿意度及忠誠度檢定分析

民眾背景不同與參與動機差異檢定分析結果如表5所示。各項滿意度及忠誠度之高低與民眾之性別無關( $p > .05$ )。年齡不同與民眾滿意度檢定分析結果，無顯著差異者 ( $p > .05$ )，為「活動安排」、「營造氣氛」、「導覽服務」及「展示文物」等項目。其中30~39歲年齡之民眾忠誠度（平均數分別為4.88、4.84及4.38）明顯高於19歲以下年齡之民眾（分別為3、2、1），若忽略該位19歲以下年齡之民眾後，統計分析結果顯示，僅「活動收費參加意願」一項，與年齡不同有顯著差異，其中以30~39歲年齡之民眾忠誠度明顯高於20~29歲之民眾（平均數為3.75）。學歷不同與民眾滿意度檢定分析結果，有顯著差異的項目為「推薦他人」與「活動收費參加意願」兩項，「推薦他人」項目以大學學歷之民眾顯著高於國中以下學歷之民眾，「活動收費參加意願」則以專科學歷民眾顯著大於國中以下學歷之民眾。職業不同與民眾滿意度檢定分析結果，有顯著差異的項目為「營造氣氛」與「活動收費參加意願」兩項，「營造氣氛」項目以「其他」及「製造、商業」民眾之滿意度較高(4.68)，顯著高於「製造、商業」職業之民眾(3.6)，「活動收費參加意願」則以「農林漁牧業」民眾(4.67)顯著高於學生民眾(3.52)，此項可能與學生之尚無經濟能力之因素有關。居住地不同及參加次數不同對與滿意度並無顯著差異。

表 5 民眾背景不同與滿意度檢定分析

變項	屬性	活動 安排	營造 氣氛	導覽 服務	展示 文物	再參加 意願	推薦 他人	收費參加意願
性別	男	4.55	4.49	4.62	4.55	4.67	4.57	4.16
	女	4.44	4.41	4.62	4.58	4.6	4.6	4.18
	t	1.58	0.99	-0.03	-0.47	0.92	-0.38	-0.13
	顯著性 p	0.12	0.32	0.98	0.64	0.36	0.71	0.90
年齡	19 歲以下	3	3	3	5	3	2	1
	20~29 歲	4.36	4.25	4.54	4.46	4.64	4.54	3.75
	30~39 歲	4.53	4.56	4.66	4.69	4.88	4.84	4.38

表 5 民眾背景不同與滿意度檢定分析 (續)

變項	屬性	活動 安排	營造 氣氛	導覽 服務	展示 文物	再參加 意願	推薦 他人	收費參加意願
年齡	40~49 歲	4.45	4.40	4.60	4.55	4.53	4.57	4.07
	50~59 歲	4.53	4.49	4.67	4.60	4.65	4.62	4.30
	60 歲以上	4.51	4.47	4.6	4.49	4.60	4.49	4.19
	F 檢定	1.68	1.92	2.15	0.94	2.92	5.02	4.98
	顯著性	0.14	0.09	0.06	0.46	0.01*	0.00*	0.00*
	F 檢定 (不含 19 歲)	0.61	1.18	0.36	0.97	1.89	1.80	3.03
	顯著性 p (不含 19 歲)	0.66	0.32	0.84	0.43	0.11	0.13	0.02*
學歷	國中以下	4.00	4.00	4.29	4.57	4.00	3.86	3.29
	高中職	4.59	4.50	4.56	4.50	4.59	4.56	4.22
	專科	4.52	4.39	4.59	4.44	4.65	4.54	4.35
	大學	4.47	4.49	4.69	4.62	4.67	4.67	4.23
	碩士以上	4.49	4.40	4.56	4.59	4.59	4.54	3.96
	F 檢定	1.42	1.24	1.56	1.11	2.12	3.19	3.52
	顯著性 p	0.23	0.29	0.19	0.35	0.08	0.01*	0.01*
職業	學生	4.26	4.13	4.43	4.43	4.57	4.39	3.52
	軍公教	4.51	4.44	4.67	4.64	4.62	4.61	4.17
	製造、商業	4.00	3.60	4.00	3.80	4.60	4.40	3.80
	服務業	4.48	4.54	4.63	4.60	4.69	4.69	4.35
	農林漁牧業	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67
	家管	4.50	4.45	4.6	4.55	4.55	4.55	4.20
	退休	4.51	4.45	4.61	4.51	4.61	4.54	4.22
	其他	4.56	4.68	4.72	4.60	4.72	4.68	4.28
	F 檢定	1.03	2.71	1.56	2.03	0.23	0.72	2.38
顯著性	0.41	0.01*	0.15	0.05	0.98	0.66	0.02*	
居住地	北部	4.41	4.39	4.61	4.64	4.61	4.55	3.95
	中部	4.51	4.48	4.64	4.56	4.63	4.60	4.24
	南部	4.43	4.35	4.54	4.50	4.65	4.59	4.15
	東部	4.67	4.56	4.67	4.67	4.67	4.67	4.33
	外島	4.41	4.39	4.61	4.64	4.61	4.55	3.95
	其他	4.51	4.48	4.64	4.56	4.63	4.60	4.24
	F 檢定	0.85	0.74	0.41	0.72	0.05	0.16	1.72
顯著性 p	0.47	0.53	0.74	0.54	0.98	0.92	0.16	

表 5 民眾背景不同與滿意度檢定分析 (續)

變項	屬性	活動 安排	營造 氣氛	導覽 服務	展示 文物	再參加 意願	推薦 他人	收費參加意願
參加 次數	首次參加	4.52	4.44	4.64	4.59	4.64	4.59	4.13
	2 次	4.39	4.35	4.58	4.52	4.55	4.53	4.11
	3 次以上	4.47	4.56	4.58	4.55	4.65	4.65	4.38
	F 檢定	1.09	1.51	0.48	0.48	0.62	0.54	1.83
	顯著性 p	0.34	0.22	0.62	0.62	0.54	0.59	0.16

## 伍、結論與建議

### 一、結論

臺灣文獻館辦理五大家族史蹟勘考活動，由問卷調查結果顯示，就動機而言，符合民眾的需求，同時契合文獻館「致力大眾史學推廣」的政策；經由服務人員的努力，也獲得民眾給予極高的滿意度評價，本活動分析結果如下：

(一) 文獻館辦理本活動的報名對象以文化、教育單位為主，參與成員較特殊，參訪民眾約有六成為女性，學歷以高學歷者居多；民眾職業以軍公教為最多且參與民眾多為教師或文史單位人員。

(二) 活動受限於地緣關係，參訪民眾之居住地以中部為多，民眾雖以首次參加者為最多，但也發現頗多重複參與文獻館活動的「常客」。

(三) 民眾獲知訊息管道以網路為最多，經由親友或老師推薦者而來者也不少，顯見文獻館以前承辦活動的「口碑」不錯。

(四) 民眾參與動機主要為「享受歷史文物與人文故事之美」、「滿足我的好奇心」、「增進學習新事物的機會」、「發現歷史真相的樂趣」、「鬆弛身心調劑生活」等項，可見民眾對於五大家族古蹟文化之美具有高度的好奇與學習興趣，並藉此活動享受文物之美及鬆弛身心。

(五) 民眾對於文獻館提供的各項安排、氣氛及服務均有極高的評價。

(六) 民眾對再參加、推薦他人部分的認同極高，即使收費，民眾參加的意願仍高。

(七) 參與動機部分，退休民眾「增加社交」動機明顯高於製造、商業及學生民

眾；服務業民眾「工作需要」之動機明顯高於製造、商業民眾。

(八) 滿意度部分：年齡不同與民眾滿意度部分項目無顯著差異者。30~39 歲年齡之民眾忠誠度明顯高於 20~29 歲之民眾；「推薦他人」項目以大學學歷之民眾明顯高於國中以下學歷者，「活動收費參加意願」以專科學歷民眾明顯大於國中以下學歷者。

## 二、建議

(一) 由於地緣關係，參加民眾多限於中部及北部地區，主辦單位可考慮針對不同主題，將活動擴展至其他地區，以嘉惠其他地區有興趣之民眾參與。

(二) 文獻館承辦活動之口碑極佳，若能持續進行類似活動，對於臺灣歷史古蹟與文物之推廣，將有甚大的助益，對於民眾而言，也是增加知識與對於土地熱愛的泉源。

(三) 對於主辦單位而言，活動招收民眾可擴大不同背景來源，不以教師、文史單位之人員為主，將更有利於達到「大眾史學推廣」之目的。

## 誌謝

本研究感謝臺灣文獻館於勘考活動期間提供相關資料及問卷發放與回收之協助，使本研究得以順利進行，謹此謝忱。

## 參考文獻

王伯文 (2005)。民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究—

以奮起湖地區為例。南華大學旅遊事業管理系碩士論文，未出版，嘉義。

余幸娟 (2000)。宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以臺南南鯤鯓代天府

為例。文化大學觀光事業系碩士論文，未出版，臺北。

辛晚教 (2000)。地方文化產業與國際休閒化。文化視窗，26，12-20。

吳慶烜 (2003)。影響民眾參與古蹟文化空間活動因素之研究—以臺南安平古堡  
為例。嘉南學報，29，495-506。

林衡道 (1999)。臺灣史蹟源流。臺北：藝術家。

徐茂練 (2005)。顧客關係管理。臺北：全華。

孫明源 (2003)。服務品質、服務價值、滿意度與顧客行為意向關係之研究—以  
固網寬頻上網服務為例。國立成功大學電信管理研究所碩士論文，未出版，  
臺南。

許梅芳 (2005)。顧客經驗管理。臺北：臺灣培生。

黃佳慧 (2005)。體驗品質、滿意度及行為意向關係之研究—以華陶窯為例。朝  
陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，臺中。

臺灣文獻館 (2011)。百年風華—臺灣五大家族特展史蹟堪考活動導覽手冊。臺  
灣文獻館，南投市。

簡惠貞 (2001)。外籍旅客對臺灣民俗慶典活動參與意願研究。世新大學觀光學  
系碩士論文，未出版，臺北。

## **The Motivation and Satisfaction of Participant Cultural Activities at Historical Space — A case study of Centenary Five Well-known Taiwanese Families Activities' Exhibition Sponsored by Taiwan Historica**

Cheng Yin-li<sup>1\*</sup>

**Abstract** Taiwan Historica has had gathered many Taiwanese essential historic relics over the past years. In order to celebrating the Centenary National Day of Taiwan and magnifying the great Taiwanese ancient culture, a Five- Well-known- Taiwanese Families' Relic Exhibition held. The contents of this Exhibition are classified into: (1) Historic archives and relics (2) Workshop (3) Archaeological studies. Questionnaire is carried out to investigate the motivation and satisfaction of participants for this exhibition activity. Statistics analysis results indicated that 40% of attendee is re-visitor and partly more than 2 times. 30% of the coming visitors are recommended by their friends and relatives. In other words, a good “Word of Mouth” reputation for Taiwan Historica has been involved into the mind of most visitors. Enjoying the beauty of ancient historic relics, satisfying visitors' curiosity, enhancing the knowledge, discovering the truth of history and relaxation of one's body and mind are the key motivation of visitors. Additionally, visitors very satisfied to the pleasing atmosphere, service quality and varying activities at Taiwan Historica. Most of the visitors would like to recommend others to TCHRI and have the willingness to pay.

**Keywords:** Participant, Satisfaction, Historical space, Families, Culture.

---

<sup>1\*</sup>Department of Tourism and Recreation Management, Overseas Chinese University.  
(Corresponding author:cheng887@ocu.edu.tw)