

以人為本的行動實踐

從觀眾研究看國立台灣文學館的服務滿意度

文／曾信傑 國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所助理教授

國立台灣文學館是南台灣少數幾座國家級博物館之一，開館至今一直強調對觀眾的服務，也是國內少數編制中有公共服務組的博物館，足見館方對公眾的重視。從2012年10月至12月之間，委由國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所著手進行觀眾服務調查研究，做為未來在推動業務時之參考。

二十一世紀的博物館應該要滿足觀眾的需求。

——Graham Black, 2005:1

博物館的數量在二十一世紀初達到高峰，服務的項目日趨繁複，類型也逐漸多元，觀眾面對琳瑯滿目的展覽與活動內容，是如何進行挑選的？在參觀過程中，是否能感到心滿意足地快樂賦歸？這些疑問往往是博物館從業人員心中最想知道的課題。因此，觀眾研究（visitor studies）就成為瞭解觀眾意見與想法的最佳途徑，除了反映出博物館已經走出傳統的學術象牙塔之外，更呼應了二十世紀末以來新博物館學所強調「以人為本」的核心價值（張譽騰，2011: 10-11）。

國立台灣文學館（以下簡稱台文館）開館至今一直強調對觀眾的服務，過去5年中，曾經委託執行兩次館內的觀眾調查，分別是「第二期常設展觀眾研究評估案」委託研究計畫（劉婉珍、于瑞珍、王啟祥，2008）與「國立台灣文學館公眾服務滿意度調查研究計畫」（張明蘭，2011），都是「（民國）101年度觀眾服務調查研究案」的重要參考基礎。

本次觀眾服務調查研究案的目的，在瞭解台文館既有的觀眾服務工作，重新審視組織定位與觀眾服務的成果，收集現有觀眾對服務各面向的意見，整體分析，提供給台文館未來在推動業務時之參考。

本次研究採用量化研究方法的問卷調查法，透過現場專人發放問卷的方式，收集觀眾對台文館各項

服務內容的滿意度與看法，執行期間自2012年11月10日至12月10日，以隨機抽樣方式，詢問來館參觀的觀眾是否願意回答問卷，實際施測人數共計1,289人。

在問卷設計上，針對觀眾服務劃分出五個主軸，共計45個題目；問卷填答方式採李克特量表（Likert-type scale）中的五點式量表方式計分，受試者根據實際的知覺與感受符合程度填答，共有「非常滿意」、「滿意」、「尚可」、「不滿意」、「非常不滿意」的選項，分別給予5、4、3、2、1分，最後計算總量表的得分。

觀眾問卷收集完成後，採用SPSS統計套裝軟體進行問卷資料的統整，全名為Statistical Package for Social Science。統計分析顯示，本次問卷總數1,289份中，無效問卷13份，判定原則為問卷題數，若受試者未填答題數達5題者，即視為無效問卷，因此問卷分析總數為1,276份。分析結果說明如下：

一、整體環境滿意程度

在整體環境滿意度方面，以第5題「您對本館整體的環境布置和整潔維護的滿意度」平均數最高（ $M=4.66$ ， $SD=0.516$ ）；而第3題「您對本館各單位服務內容是否了解」平均數最低（ $M=3.35$ ， $SD=0.773$ ），參照表1所示。

受訪觀眾對於環境布置與清潔的舒適度多半表示贊同；但是觀眾對於台文館各單位服務內容部分

卻不甚了解，可能是因為多數觀眾來館參觀只需要接觸到展示與觀眾服務，對於博物館其他單位的業務，如研究典藏、行政室等單位，少有接觸，造成不了解的狀況。

另外，配合問卷開放式問題的結果，發現到觀眾認為「內部設施導引指示」是台文館環境最需要改善的部分，不論是展區動線、洗手間和停車場位置，或是雙語化標誌，都是觀眾希望可以有更清楚標示設置的部分，與前次的觀眾調查結果一致。觀眾仍期望能夠增設休憩座椅，表示觀眾在參觀中容易產生博物館疲勞症候群，需適時地坐下休息。

二、館內服務禮儀滿意程度

在館內服務禮儀滿意度方面，以第9題「您對本館服務台人員的應對禮儀與態度的滿意度」平均數最高（ $M=4.26$ ， $SD=0.597$ ）；而第11題「您對本館服務台人員的識別的滿意度」平均數最低（ $M=3.99$ ， $SD=0.679$ ），參照表2所示。

觀眾普遍對於台文館服務台人員的禮儀與態度感到滿意，包括對於志工人員的服務的滿意度，可見觀眾肯定台文館人員服務的品質。

配合開放式問題的結果，發現觀眾期待服務人員以更積極的態度與觀眾互動，主動提供館內訊息，且能面帶笑容，增強對於觀眾（特別是兒童觀眾）的親切感。另一方面，民眾希望台文館能夠加強服務人員的識別度，協助觀眾清楚辨識與凸顯台文館的專業和特色。

三、機關服務滿意程度

在機關服務的滿意程度方面，以第24題「您對本館兒童文學書房整體服務的滿意度」平均數最高（ $M=4.29$ ， $SD=0.644$ ）；而第25題「您對本館提

供之餐飲服務（雪芙瑞文學咖啡坊）的滿意度」平均數最低（ $M=3.78$ ， $SD=0.699$ ），參照表3所示。

從調查結果餐飲服務則仍有改善的空間，也是觀眾表達未參與的次數最多者（47.2%），建議可以加強宣導或增加標示，幫助觀眾了解與使用此項服務。

綜合問卷題目與開放式問題的結果，發現到觀眾對於「展覽或活動進行之宣傳管道與內容」滿意度較低，可能是觀眾希望多瞭解台文館所舉辦的展覽與活動，缺少接觸的管道，建議可以在宣導行銷方式上開發不同的可能性，吸引觀眾參與。

四、民眾意見回應與改善程度

在民眾意見回應與改善程度方面，以第35題「您覺得本館對民眾意見的重視程度」平均數最高（ $M=4.06$ ， $SD=0.642$ ）；而第32題「您覺得本館回應民眾意見的速度或效率」平均數最低（ $M=3.91$ ， $SD=0.666$ ），參照表4所示。

整體而言，此一大項填答的觀眾樣本數（約433個）遠較其他項目低，顯示大多數觀眾較少使用意見回應的服務，或者只是初次參觀，沒有機會使用此項服務。

綜合問卷部分與開放式問項的結果，整體而言觀眾的意見平均分散於各個項目，項目間的滿意度差別較小。

五、觀眾的基本資料

在觀眾的基本資料部分，本次問卷設計有9個問題，包括年齡、性別、學歷、居住地、職業、參觀目的、主要交通工具、主要參觀夥伴與參觀次數。說明如下：

- (1) 年齡：受訪觀眾的年齡主要分布在20-29歲之間，佔48.4%，其次是14-19歲（19.1%）與30-39歲

(17.6%)之間的觀眾，推論目前台文館的觀眾以青壯年為主；60歲以上的觀眾僅佔1.3%，是值得開發的目標對象。

- (2) 性別：呈現出女性觀眾多於男性觀眾，各佔63.6%與36.4%，未來可以思考如何吸引男性觀眾來館參觀。
- (3) 學歷：以「大專」最多，佔59.4%；其次為「碩士」，佔19.3%；國中以下僅佔1.5%，與國內教育水平大幅提升現象吻合。
- (4) 居住地：以「外縣市」最多，佔47.4%；其次為「台南市」，佔46.9%，另外「國外」占4.4%，顯示目前外地觀眾超過本地觀眾。
- (5) 職業：以「學生」最多，佔47.0%；其次為「上班族（民間企業）」，佔26.6%；農業與軍警較少，佔1.8%。可能與文學屬性有關。
- (6) 參觀目的：以「休閒、休憩」最多，佔40.1%；其次為「參觀展覽」，佔35.0%，其他項目「洽公」、「參加活動、演講」、「家族出遊」、「課外教學」、「使用兒童文學書房」與「其他」都不超過8%。
- (7) 主要交通工具：以「騎機車」最多，佔36.2%；其次為「自行開車」，佔24.1%，這可能與台南市大眾交通運輸較不發達有關。
- (8) 主要參觀夥伴：以「與朋友同行」最多，佔52.4%；其次為「與家人同行」，佔20.5%，呼應參觀目的為休閒與家族出遊。
- (9) 參觀次數：參觀次數以「第一次參觀」最多，佔50.1%；其次為「偶爾來參觀（今年第二到四次）」，佔32.3%，顯見文學館對於未曾來館的民眾具有吸引力。

六、結論與建議

本次研究提出幾點建議，做為未來規劃時之參考。

（一）整合清楚的環境動線導引指示

首先，全館配置上，宜有讓觀眾在入館就能概略了解的位置說明。另外，觀眾也常發生對於展覽進出口分辨不清的狀況，在通道空間宜就展示方向清楚指示。

（二）強化服務人員識別方式，且定期辦理服務人員及館內志工教育訓練

台文館現有服務人員與志工都獲得觀眾的肯定。為了進一步地提升服務品質，建議可透過強化設計的制服或工作所需配件的方式，以及專業訓練所建立起的自我成長機制，提高入館觀眾對於服務人員的識別程度與認同感。

（三）加強展覽與活動的宣傳行銷方式

在服務漸趨多樣化時，行銷相形重要，從「主要交通工具」的調查中，雖然以「騎機車」與「自行開車」為多數人的交通方式，但「步行」的人數也是不容小覷，從火車站前往文學館大約只有15至20分鐘的步程，台文館可以考慮與沿途騎樓商家合作行銷，達到互助互利的雙贏共識。

另一方面，台文館的台南市與外縣市觀眾的比率相當，未來台文館進行服務或展示規劃時，在關照附近居民的同時，外縣市觀眾也是可以發展的一個目標。本計畫調查結果發現觀眾參觀目的以「參觀展覽」與「休閒、休憩」為最大宗，因此，教育與娛樂兩者皆不可偏廢，應在博物館教育的使命下，規劃給予大眾親近的管道，拉近文學與生活間的距離。

（四）揭示民眾意見處理流程與因應

針對館方已建置之民眾意見處理流程，後續追蹤機制及回應民眾意見之部分，應適度於網站公布處理結果，且針對民眾意見進行分析。如此不僅能

夠提供民眾檢視案件處理階段，也能就民眾意見定期彙整、記錄與建檔，作為博物館各項規劃與評估的參考資料。

最後，根據上述的觀眾調查結果，顯示出2012年度的觀眾輪廓。但研究本身仍有其限制，在調查時間、人數與取樣上，因非全年度的收集資料，無法完整地代表全年度的觀眾意見，是未來可以努力的部分。觀眾研究與意見調查，是需要長久地、持續性地進行，得到的結果才更具代表性。博物館的服務對象是觀眾，要瞭解觀眾的需求，才能夠提供適切的服務，達到「知己知彼、百戰百勝」的理想，也是觀眾研究的真義。

致謝

本次研究，特別感謝蔡亦捷與潘詩茜兩位助理的協助；另外修習國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所「博物館組織與管理」的14位同學協助收集資料，與黃昱翔協助統計資料整理，在此致謝。

參考文獻

- 張譽騰，〈新博物館學的思潮和理念〉，收於張譽騰等著，《博物館的12堂課》，台北市：科學教育館，2011年，頁1-13。
- 張明蘭，「國立台灣文學館公眾服務滿意度調查研究計畫」，國立台灣文學館，2011年。
- 劉婉珍、于瑞珍、王啟祥，「『第二期常設展觀眾研究評估案』委託研究計畫總結報告」，國立台灣文學館，2008年。
- Black, G. 2005. *The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement*. London & New York: Routledge.

表1 整體環境滿意程度

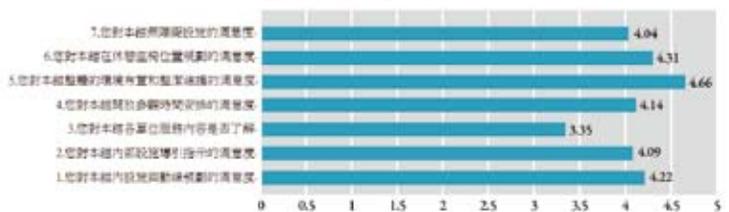


表2 館內服務禮儀滿意程度

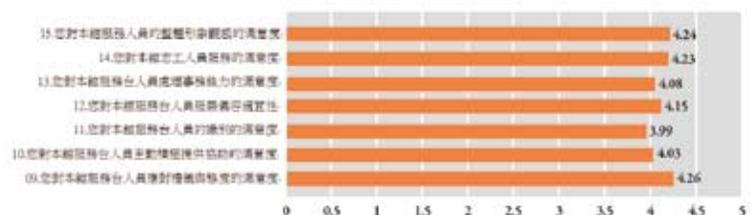


表3 機關服務滿意程度

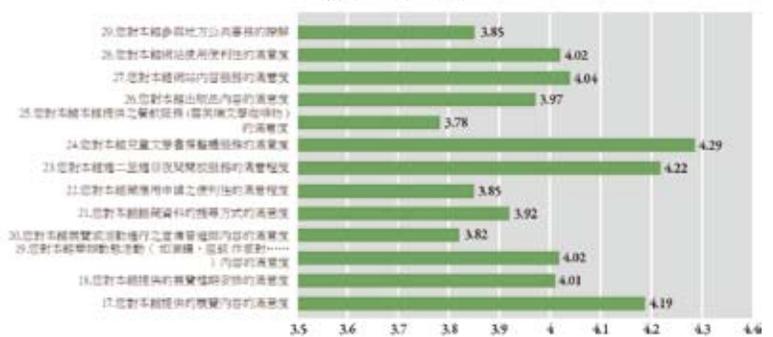


表4 民眾意見回應與改善程度

