

金門國家公園遊客調查與評估

受託單位：中華民國戶外遊憩學會

研究主持人：林晏州

協同主持人：林寶秀

研究助理：鄭亦卉、蘇愛嬪、林庭如

方澄喬、吳佳育、竇劭文

姚奇成

內政部營建署金門國家公園管理處報告
中華民國九十六年十月

目 次

目 次	I
表 次	III
圖 次	VII
摘 要	IX
第一章 研究主旨	1
第一節 計畫緣起	1
第二節 預期目標	2
第三節 計畫範圍	3
第四節 計畫執行流程	4
第二章 基地特性及相關研究	7
第一節 基地特性	7
第二節 遊客調查與遊客量推估	18
第三節 觀光經濟效益評估	19
第三章 研究方法	25
第一節 調查計畫	25
第二節 遊客量推估及經濟效益評估方法	28
第四章 研究結果與分析	29
第一節 樣本組成	29
第二節 受訪者基本資料分析	30
第三節 不同旅遊目的遊客資料分析	36
第四節 不同旅遊型態遊客資料分析	59
第五節 其他相關意見與建議分析	83

第五章	遊客量推估與分派	87
第一節	全區遊客量推估	87
第二節	主要遊憩據點遊客量分派	89
第六章	觀光經濟效益評估	91
第一節	直接效益分析	91
第二節	觀光活動對各產業部門之經濟影響	92
第七章	結論與建議	103
第一節	結論	103
第二節	建議	108
附錄一	調查問卷	113
參考書目	117

表 次

表 2-1-1 金門聯外交通表.....	15
表 2-1-2 金門國家公園各遊憩據點遊客人數統計資料表.....	17
表 2-3-1 假想區域各產業間關聯係數表.....	22
表 2-3-2 假想 A 產業生產百元產品各輪要求投入值.....	22
表 4-1-1 各調查月份樣本數分配表.....	29
表 4-1-2 受訪者到訪金門主要目的分析表.....	30
表 4-2-1 受訪者性別分析表.....	31
表 4-2-2 受訪者年齡分析表.....	31
表 4-2-3 受訪者教育程度分析表.....	32
表 4-2-4 受訪者職業分析表.....	33
表 4-2-5 受訪者個人月收入分析表.....	34
表 4-2-6 受訪者居住縣市分析表.....	35
表 4-3-1 受訪遊客性別分析表.....	36
表 4-3-2 受訪遊客年齡分析表.....	37
表 4-3-3 受訪遊客教育程度分析表.....	37
表 4-3-4 受訪遊客職業分析表.....	38
表 4-3-5 受訪遊客個人月收入分析表.....	39
表 4-3-6 受訪遊客居住縣市分析表.....	40
表 4-3-7 受訪遊客資訊來源分析表.....	41
表 4-3-8 受訪遊客旅遊方式分析表.....	42
表 4-3-9 受訪遊客出發地點分析表.....	43
表 4-3-10 受訪遊客旅遊原因分析表.....	44
表 4-3-11 受訪遊客遊覽地點分析表.....	45
表 4-3-12 受訪遊客旅遊次數分析表.....	47

表 4-3-13 受訪遊客停留時間分析表.....	48
表 4-3-14 受訪遊客同伴人數分析表.....	49
表 4-3-15 受訪遊客同伴性質分析表.....	50
表 4-3-16 受訪遊客主要交通工具分析表.....	50
表 4-3-17 受訪遊客對道路指示牌及路況意見分析表.....	51
表 4-3-18 受訪遊客住宿比例分析表.....	52
表 4-3-19 受訪遊客住宿地點分析表.....	52
表 4-3-20 受訪遊客對住宿設施意見分析表.....	53
表 4-3-21 受訪遊客對飯店住宿設施意見分析表.....	53
表 4-3-22 受訪遊客用餐比例分析表.....	54
表 4-3-23 受訪遊客對餐飲設施意見分析表.....	54
表 4-3-24 受訪遊客購物比例分析表.....	55
表 4-3-25 受訪遊客對特產及紀念品販賣意見分析表.....	55
表 4-3-26 受訪遊客使用停車場比例分析表.....	56
表 4-3-27 受訪遊客對停車設施意見分析表.....	56
表 4-3-28 受訪遊客使用公共廁所比例分析表.....	57
表 4-3-29 受訪遊客對公共廁所意見分析表.....	57
表 4-3-30 受訪遊客對遊憩活動與設施意見分析表.....	58
表 4-3-31 受訪遊客對金門整體滿意度分析表.....	58
表 4-3-32 受訪遊客重遊金門意願分析表.....	59
表 4-3-33 受訪遊客推薦親友到訪金門意願分析表.....	59
表 4-4-1 不同旅遊型態之受訪遊客性別分析表.....	60
表 4-4-2 不同旅遊型態之受訪遊客年齡分析表.....	60
表 4-4-3 不同旅遊型態之受訪遊客教育程度分析表.....	61
表 4-4-4 不同旅遊型態之受訪遊客職業分析表.....	62
表 4-4-5 不同旅遊型態之受訪遊客個人月收入分析表.....	62
表 4-4-6 不同旅遊型態之受訪遊客居住縣市分析表.....	63
表 4-4-7 不同旅遊型態之受訪遊客主要目的分析表.....	64

表 4-4-8 不同旅遊型態之受訪遊客資訊來源分析表.....	65
表 4-4-9 不同旅遊型態之受訪遊客出發地點分析表.....	66
表 4-4-10 不同旅遊型態之受訪遊客旅遊原因分析表.....	67
表 4-4-11 不同旅遊型態之受訪遊客遊覽地點分析表.....	68
表 4-4-12 不同旅遊型態遊客旅遊次數分析表.....	70
表 4-4-13 不同旅遊型態遊客停留時間分析表.....	71
表 4-4-14 不同旅遊型態遊客同伴人數分析表.....	72
表 4-4-15 不同旅遊型態遊客同伴性質分析表.....	73
表 4-4-16 不同旅遊型態遊客主要交通工具分析表.....	73
表 4-4-17 不同旅遊型態遊客消費分析表.....	74
表 4-4-18 不同旅遊型態遊客對道路指示牌及路況意見分析表.....	75
表 4-4-19 不同旅遊型態遊客住宿比例分析表.....	76
表 4-4-20 不同旅遊型態遊客住宿地點分析表.....	76
表 4-4-21 不同旅遊型態遊客對住宿設施意見分析表.....	77
表 4-4-22 不同旅遊型態遊客用餐比例分析表.....	77
表 4-4-23 不同旅遊型態遊客對餐飲設施意見分析表.....	78
表 4-4-24 不同旅遊型態遊客購物比例分析表.....	78
表 4-4-25 不同旅遊型態遊客對特產及紀念品販賣意見分析表.....	79
表 4-4-26 不同旅遊型態遊客使用停車場比例分析表.....	79
表 4-4-27 不同旅遊型態遊客對停車設施意見分析表.....	80
表 4-4-28 不同旅遊型態遊客使用公共廁所比例分析表.....	80
表 4-4-29 不同旅遊型態遊客對公共廁所意見分析表.....	81
表 4-4-30 不同旅遊型態遊客對遊憩活動與設施意見分析表.....	81
表 4-4-31 不同旅遊型態遊客對金門整體滿意度分析表.....	82
表 4-4-32 不同旅遊型態遊客重遊金門意願分析表.....	82
表 4-4-33 不同旅遊型態遊客推薦親友到訪金門意願分析表.....	82
表 5-1-1 各類型搭機比例分析表.....	89
表 5-2-1 主要遊憩據點遊客量分派表.....	90

表 6-1-1 遊客消費對金門直接效益分析表.....	92
表 6-2-1 遊客消費對金門地區各產業經濟效益分析表.....	94
表 6-2-2 除聯外交通之遊客消費對金門地區各產業經濟效益分析表.....	95
表 6-2-3 不同目的之遊客消費分析表.....	97
表 6-2-4 不同目的之遊客對各產業影響效果分析表.....	98
表 6-2-5 遊客消費對各產業所得效益分析表.....	100
表 6-2-6 除聯外交通之遊客消費對金門當地各產業所得效益分析表.....	101

圖 次

圖 1-3-1 計畫範圍圖.....	3
圖 1-4-1 計畫流程圖.....	6
圖 3-1-1 研究架構圖.....	25
圖 5-1-1 遊客量推估圖.....	88

摘 要

自金門地區開放觀光以來，憑藉著獨特的觀光資源吸引遊客前往參訪，民國 84 年 10 月成立「金門國家公園」，成為我國第六座國家公園。近年來到訪金門的遊客量逐漸增加，且觀光產業對於金門當地經濟發展之重要性也日益提升，國家公園因此面臨如何滿足遊憩需求，卻又不造成當地環境破壞的難題。為有效提供管理單位準確之評估與衡量指標，用以制定觀光發展管理計畫與策略，本研究透過結構式問卷於金門機場針對離境旅客進行現地問卷調查，以瞭解搭機旅客中離境遊客之比例、遊客旅遊特性、旅遊滿意度及消費行為等資訊，進行遊客量推估模式之建立與經濟效益的評估，作為未來各項設施規劃設計之依據。本研究於 96 年 6~9 月間，在金門機場進行問卷調查，並配合金門機場載運旅客人數資料，進行遊客推估。結果顯示 96 年金門地區之遊客量約為 335,831 人次。遊客以純觀光休閒度假者最多，受訪遊客中以自台北出發者最高，旅遊方式以自行規劃行程旅遊及參加旅行社套裝旅遊者最多，造訪比例最高的地點分別為八二三戰史館、古寧頭戰史館、翟山坑道、莒光樓、太武山等景點。在經濟效益方面，每位遊客可帶來的觀光經濟效益平均為 12,762.255 元，全年整體消費可為金門地區帶來 42.8 億元之經濟效益，並產生 16.1 億元的所得效益，在扣除聯外交通費用後，估算流入金門當地經濟的效益部分約有 25.7 億元，產生 10.6 億元的所得效益。依據研究成果本研究研擬立即可行建議，包括：長期追蹤調查以修正遊客量推估模式、建立遊客滿意程度長期追蹤調查模式、評估國家公園整體經濟價值、建立完善指標與解說導覽系統、提升公共與住宿設施品質；中長期建議，包括：進行小三通對交通運量之影響評估研擬交通改善計畫、進行小三通對金門地區之經濟效益影響評估、針對不同旅遊目的與型態遊客發展行銷推廣計畫。

關鍵字：金門國家公園、到訪目的、遊客量、經濟效益

第一章 研究主旨

第一節 計畫緣起

金門隸屬於福建省，位於福建省東南九龍江出口之廈門灣內，西距廈門外港約 10 公里，東距台灣約 277 公里，包括金門本島、烈嶼（小金門）、大膽、二膽等十二座大小島嶼，全島總面積約為 15,000 公頃，其緯度約與台中地區相當。由於金門特殊地理條件使其擁有與台灣本島迥異的人文及自然資源，在近代戰史上更因經歷了古寧頭大戰、八二三砲戰、九三砲戰等多場戰役，而留下多處具代表性戰役史蹟紀念地以及甚多文化史蹟，而因長期實施戰地政務體制，使金門地區得以保存一個相當完整而特殊的自然生態體系。於民國 81 年終止戰地政務後，於民國 82 年 2 月 7 日開放觀光，為妥善保存維護金門地區之特殊地貌、自然生態資源以及具代表性之人文史蹟等珍貴襲產，地方政府及立法委員相繼建議將金門規劃為國家戰役紀念公園，經營建署邀集相關單位及學者專家評估後，研擬「金門國家戰役紀念公園發展構想」，將金門地區之部分區域規劃為「國家戰役紀念公園」，納入國家公園系統中。民國 84 年經行政院核定通過後，將「金門戰役紀念國家公園」改名為「金門國家公園」，成為我國第六座國家公園，亦是第一座以維護戰役史蹟、文化資產為主且兼具保育自然資源的國家公園，以彰顯金門地區在戰役史蹟文化及自然生態景觀之環境特色。

自金門地區開放觀光以來，憑藉著獨特的觀光資源吸引遊客前往參訪，近年來到訪金門地區的遊客量逐漸增加而觀光產業對於金門當地經濟發展之重要性也日益提升，金門地區也因此面臨如何滿足遊憩需求，卻又不造成當地環境的破壞之難題。為有效提供管理單位精準的評估與衡量指標，以制定觀光發展之管理計畫與策略，本研究透過遊客意見調查、遊客量推估與經濟效益評估，充分呈現遊憩地之遊客需求與特性、各項設施與服務品質以及遊憩效益，以作為未來各項設施規劃設計之依據，進而提高遊客的遊憩體驗及遊憩品質。

遊客量的調查與推估是風景區規劃開發之重要依據，能夠有效提供管理單位制定管理策略與計畫，尤其在基礎設施之建置與活動舉辦之效益方面更提供精準的衡量指標。因此本研究以到訪金門地區之遊客為母體，探討不同特性的遊客到訪從事旅遊活動之旅遊行為、消費狀況及其對金門地區帶來之經濟效益，以作為金門地區經營管理單位日後之經營規劃以及管理維護之參考，以合理運用寶貴資源並創造更優質的遊憩環境提升遊客服務品質。

第二節 預期目標

本研究主要預期目標包括以下四項：

一、瞭解到訪金門地區遊客的組成

藉由問卷調查及結果整理分析，瞭解到訪金門地區之遊客社經背景，包括：性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入、居住地等之組成。

二、瞭解遊客之旅遊行為、消費狀況及其對金門地區帶來之經濟效益

本研究以現地問卷調查訪談之方式，蒐集到訪金門地區之遊客的旅遊行為，包括：遊程安排、旅遊型態（團客、散客）、遊程中消費情形等相關資訊，並進一步利用其消費金額評估遊客對於金門地區經濟所帶來的影響。

三、瞭解金門地區之遊客數量及偏好

運用本研究調查所得之遊客遊程安排以及航空載運旅客人次等相關資訊，進行金門地區遊客量之推估，並就現地調查所獲得的各項遊客滿意度及意見，整理分析出到訪遊客對於區內據點、設施等項目之偏好情形。

四、估計主要遊憩據點遊客數量作為規劃設計之依據

以調查結果中遊客遊程安排分析各據點之到訪機率，並配合本研究推估之遊客量進行金門地區各主要據點的遊客量推估，以作為未來規劃設計時之參考依據。

第三節 計畫範圍

本研究考量遊客到訪行為非僅限於金門國家公園管轄範圍內，基於遊程完整性，無須亦難以切割其行為與對當地之經濟影響，故計畫範圍由金門國家公園範圍擴及整個金門縣，計畫範圍詳見圖 1-3-1。



圖 1-3-1 計畫範圍圖

第四節 計畫執行流程

本研究執行流程步驟包含五個階段（圖 1-4-1），茲分述如下：

壹、界定研究範圍

依據研究目的及參考相關文獻，釐清研究課題與方向、界定研究範圍及主體，並研擬研究課題與研究內容。

貳、研擬研究架構與研究方法

一、相關文獻回顧與分析

蒐集金門地區現況與歷年遊客量資料，以及遊憩需求、特性與行為、遊客量推估、經濟效益評估等相關理論與研究之整體回顧與分析，做為建立研究架構及研擬調查項目與研究方法之基礎。

二、建立研究架構

根據相關文獻回顧之評析結果，建立遊客調查、遊客量推估與經濟效益評估之研究架構。

三、研擬研究調查方法

依循研究架構與相關文獻回顧結果，針對研究對象、調查地點、抽樣方法擬定調查進行方法及執行進程與人力配置等計畫。

參、資料收集

為周全瞭解遊客意見準確推估遊客量，本研究資料收集方法如下：

一、遊客遊憩行為調查

針對遊客之遊憩需求、特性與遊程安排等遊憩行為進行調查，以蒐集遊客之遊憩行為等相關資訊，包括：住宿、餐飲、購物、遊憩活動與設施使用等相關行

為調查。

二、遊客意見調查

針對遊客對於金門地區整體及各項滿意度進行調查，以瞭解前來參訪之遊客對區內設施、活動、據點以及整體之滿意度、重遊意願等相關意見資訊。

三、遊客消費行為調查

針對到訪金門地區之遊客在旅遊過程中所產生之消費行為進行調查，以釐清遊客之消費情形及各項目金額，以利進行金門地區遊客消費之經濟效益評估。

肆、資料分析

針對遊客調查與資料搜集結果，本研究進行遊客意見整合與分析，以及遊客量推估與分派，並對金門地區未來觀光發展進行整體評估與建議。

伍、提出研究成果與建議

根據資料分析結果，提出金門地區遊客遊憩行為、滿意度、相關意見等調查結果，並建構全區遊客量推估式，評估金門地區之經濟效益，針對研究結果提出本區未來發展策略與經營管理建議。

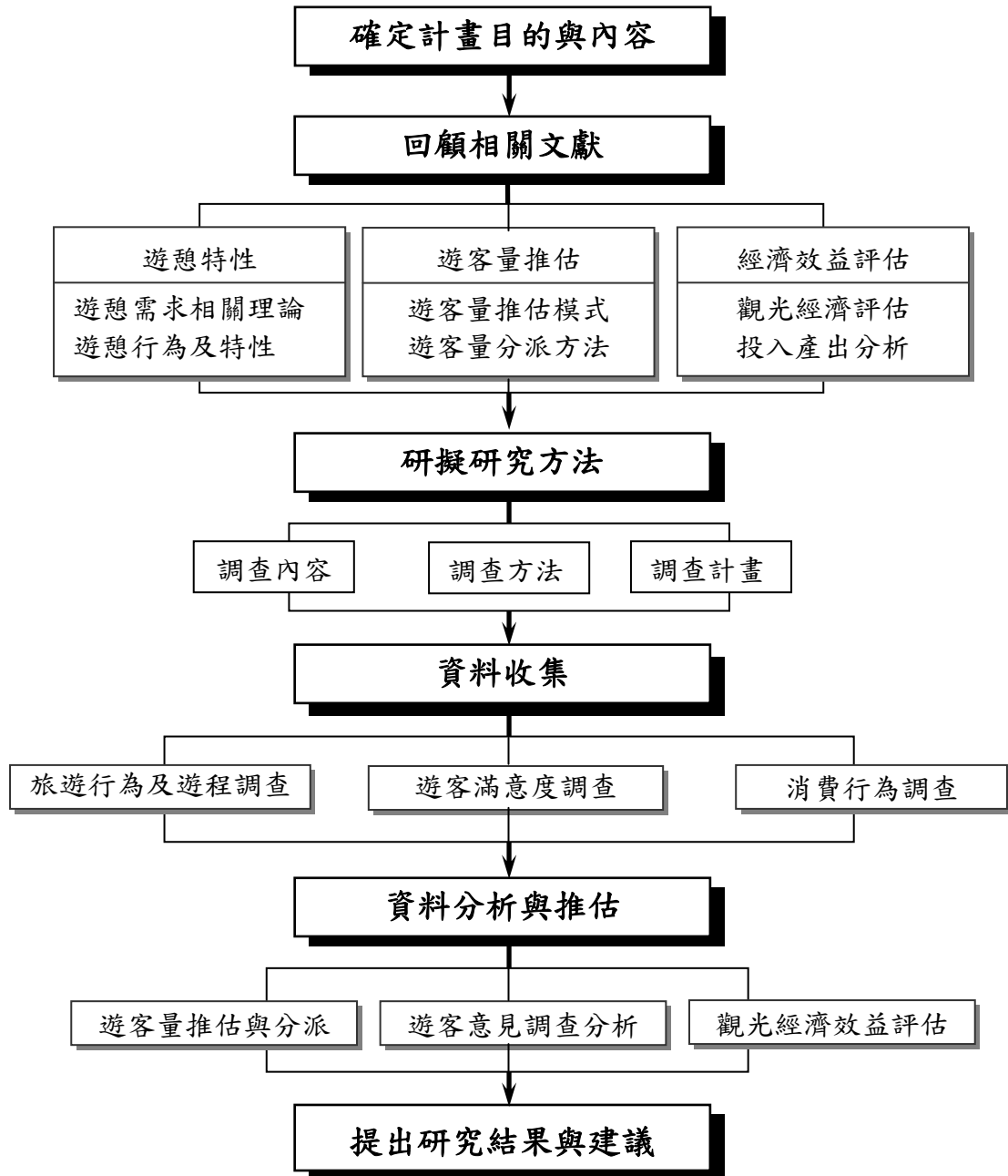


圖 1-4-1 計畫流程圖

第二章 基地特性及相關研究

第一節 基地特性

本研究透過金門國家公園、金門縣政府網站，及相關出版品探討金門地區之自然與人文遊憩資源、交通現況等背景資料，並瞭解國家公園與金門地區之關係等基地特性。

壹、自然資源

一、氣候

金門位於大陸邊緣，氣候受到大陸東南地區及中國沿岸流（寒流）之影響，冬季較乾冷，春季多霧，夏季雖有西南氣流和颱風帶來較豐沛雨量，卻因強烈蒸發及島嶼蓄水能力不佳，致島上作物多以旱作為主。

二、水文

金門地區三月、四月雖常有連日陰雨，但雨量不多，五、六月為類似大陸內地的梅雨季節，帶來較豐沛雨量，七、八月因夏季雷雨或颱風形成而帶來大量雨水，但因無法有效利用造成雨水流失，十月至翌年二月則為旱季。由於受地形影響，金門地區河流河源短且流量少，主要水源以人工湖庫及地下水為主，並興建有效之水利設施加強當地蓄水功能，包括設置水庫、攔水堰及多處農塘等，金門島西半部地底下有古河道堆積物所構成之天然地下水庫，其優質地下儲水岩層約位在海平面以下二十五公尺的金門層內部。

三、地質

金門本島基磐皆為花崗片麻岩，以金門東南海岸的料羅至田埔海岸一帶最為發達，深具地質觀察及教育之價值，其地質大致可依瓊林至尚義一線劃分為東、西兩半部，東半部以花崗片麻岩為主；西半部則以紅土層為主體，由含礫砂質粘土或含礫泥質砂岩構成。金門國家公園所在區域主要由花崗片麻岩所構成。

四、地形

金門之地形主要為花崗片麻岩構成之老年期波狀丘陵、紅土臺地以及海岸低地，水體除少數天然湖外多為人為開發或築堤而成之湖庫，為生態提供良好棲息及覓食之據點。金門四面環海，沙丘、沙灘及海岸是金門重要的地形景觀。金門及烈嶼東北至東南方，皆為花崗片麻岩丘陵地被海水侵蝕而成之崖面或平台，並且露出花崗片麻岩被岩脈侵入的景象，呈現豐富多變的天然地形景觀。而大金門西南海岸、東南海岸、烈嶼東崗北邊海岸，則有發育良好的沙灘，其中以料羅灣的規模最佳。陸上的沙丘在榕園東北直到海岸，與近代出土的「慰廬」配合，可佐證人為開發與自然環境之變遷，極具環境教育價值。

五、動植物資源

金門因經歷多場重要戰役，島上常可見瓊麻及仙人掌等有刺植栽，且因地緣關係，其植栽物種與大陸地區較為相近，與台灣則差異較大，目前金門地區所鑑定之維管束植物達 542 種，其中有 8 屬為特有種。園內之太武山因長期受強勁的東北季風吹襲且土壤淺薄，生長之植栽以較低矮的多刺灌叢為主，海口溼地主要為海茄苳及水筆仔形成之大片紅樹林景觀，目前金門的森林面積約達 6,000 公頃（佔陸地面積之 39.8 %），造林樹種以木麻黃（佔 57%）、相思樹、松樹、桉樹等為主。

動物資源方面，因四面環海屬於島嶼型的生態體系，據相關文獻及調查顯示，金門目前的野生動物資源包括 12 種哺乳類、287 種鳥類、14 種爬蟲類、5 種兩棲類、71 種蝶類及 35 種海水魚類。金門陸域野生哺乳類動物包括臭鼩、印度犬果蝠、棕蝠、東亞家蝠、赤腹松鼠、鬼鼠、田鼯鼠、家鼯鼠、小黃腹鼠、溝鼠、玄鼠及歐亞水獺等 12 種。其中歐亞水獺為列名於國際與國內保育類野生動物名錄中之瀕臨絕種動物，目前在金門地區的前埔溪及金沙河流域、雙鯉湖及慈湖周邊以及后豐港等主要溼地及水域均可發現水獺活動的足跡，群落完整但數量少，且某部份的水獺棲地並不在園區內，須與野生動物保育主管機關合作，加強其動態調查及棲地保護。其他較小型的野生哺乳動物，包括食蟲目、齧齒目及翼手目動物，均廣泛分佈於水域、農田及聚落等區域，數量頗為豐富。另外，在鄰接的台灣海域則有印太洋駝海豚等鯨豚進行季節性洄游。

金門地區的鳥類是當地最豐富之動物資源，由於金門四面環海，形成河岸灘地、河口沼地等多樣地貌，又位於大陸沿海中介，是每年冬夏候鳥遷徙的中繼站。鳥類物種豐富，在鹹淡水溼地、潮間帶、田野、樹林及灌叢間均可觀察到鳥類物種。已被列入紀錄之鳥種共有 287 種，包括在台灣不曾被發現之鵲鳩、斑翡翠、栗喉蜂虎、黑領椋鳥、黑翅鳶、小嘴鴉及髮冠捲尾等鳥類；在台灣極為少見但在金門卻頗為普遍的戴勝、玉頸鴉、喜鵲、黑喉鵲、鵲、灰沙燕、池鵲、羅文鴨、赤膀鴨、鶴鵲、蒼翡翠、鷗嘴燕鷗、黑脊鷗等鳥類；以及已列入保育類動物的短尾信天翁、鶉鴛、朱鷺、琵鷺、黑面琵鷺、唐白鷺、黑鸛、東方白鸛、赤腹鷹、灰面鵟鷹、魚鷹、隼、環頸雉、燕（行鳥）、小燕鷗、蒼燕鷗、翠翼鳩、諾氏鷗、短耳鴉、長耳鴉、褐鷹鴉、領角鴉、草鴉、紅尾伯勞、黃鸝、喜鵲等鳥類。依鳥類群聚特性來看，金門地區的鳥類以春季、秋季及冬季三個季節較為豐富，春季以春過境期即 4 月份的鳥種數量較多，但每種鳥類的數量均偏少；冬季則以 12 月份鳥種數量較多，主要是因大批雁鴨及鷗鷺等冬候鳥抵達所致。依鳥類遷移季節來分，金門地區的鳥類以過境鳥居多，其次則為冬候鳥、迷鳥及留鳥。

貳、人文資源

金門豐富的人文史蹟表現在歷史古蹟及傳統聚落建築上，每一處古蹟都記載它曾在歷史走過的痕跡。在瓊林、歐厝、珠山、水頭、南山及北山、山后等七個具代表性的傳統聚落中，大部分仍維持漳泉式樣的傳統閩南式建築，不論是磚石材料的運用、建築裝飾的表現、或是平面的佈局皆變化多端，深具獨特的地方風格與豐沛的藝術生命力。另清末由外出經商的僑民所引進的洋樓（俗稱番仔樓），與本地建築文化相互融合，形成更多樣性的民居風貌。

一、傳統建築景觀

金門地區因考量軍事安全，沿海 500 公尺內禁建任何建物，且規定所建建物其樓層得在三層以下，致全區都市化程度緩慢，建築多維持傳統風貌，構成金門本島特殊文化景觀。金門地區的居民其住宅建築型式大部分為閩南系統泉、漳式樣的傳統住宅，少部分為早期通商僑民移入的南洋式建築，以及混合兩種建築形式之住宅。主要傳統聚落之特性分述如下：

1. 瓊林

位於金門島中央偏北處，居太武山西麓，為國內保存最完整的傳統宗族聚落。瓊林舊稱「平林」，因昔日聚落附近多樹木，遠望宛如一片叢林，及至明代本村人士蔡獻臣入朝任官，明熹宗御賜「瓊林」之名而延用至今。瓊林聚落主要以蔡氏宗族為主，於南宋高宗時遷入定居至今，已近八百餘年，之中聚集蔡氏祠堂共 8 座祠堂，分屬於 7 棟大厝，此“七座八祠”名列為國家古蹟。本聚落東北和西南二角各有風獅爺一座，是為聚落發展的明顯界址，而聚落的精華地區多位於十一世宗祠附近，聚落內有一門三節牌坊、怡穀堂等多處古蹟，怡穀堂更為金門最早的國民學校，四處皆可見華麗馬背燕尾、精細雕琢泥塑裝飾等官宅建築。

2. 歐厝

位於金門西南隅，東南臨海，東北有金陽山屏障，為一背山面海之平坦台地，地勢向南緩降，對外聯絡道路交通為環島南路。聚落主要以歐陽氏為最大宗族，源於明朝中葉嘉靖年間，歐陽氏開金祖文卿公，自泉州出海捕魚，遇難漂流至浯州，先至薛厝坑(珠山)見風水甚佳，遂興墾殖念頭，並於煙墩山之南定居，即今之歐厝，明朝時曾於此設歐山寨，清朝時改為歐厝汛。歐厝聚落的配置組成早期多依自然環境發展，後隨族人繁衍日眾，形成具體組織性發展形態。現今所見住宅多為清道光年間所建，以橫互中央街道分聚落為上社與下社。

3. 珠山

位於金門島之西南隅，北有龜山為屏，西倚珠山而建，為元至正年間薛氏祖先貞固公因避難渡海所發現，自此在此繁衍成族，山腳有巨石成岩，山明水秀，自然天成，並於山頂建一涼亭可覽東海日出。珠山立莊至今大約有六百五十年歷史，清中葉時達到全盛，約有六百人居住於此聚落中，聚落中主要的建築：薛氏大宗家廟、頂三落、大夫第、將軍第，在整體建築配置上，強烈的表達了其對風水的詮釋。

4. 水頭

位於金門西南隅之東側，臨海岸線之緩坡台地，水頭碼頭位村西北方，水頭開莊始於元代，發展迄今約六百年，其立莊起自主要氏族黃姓之祖仲卿公，因避

元亂，由同安遷居而定居水頭，其他主要氏族還有蔡氏與李氏。本聚落因臨近碼頭，處交通要津，早期居民經常往來大陸或南洋從事貿易活動，而讓水頭富甲一時，致富後匯款修建洋樓，中界的巴洛克式洋樓群則以得月樓為代表。而更早期於大陸經商致富後所修建之西堂別業，為一座擁有日月池的學堂，也是金門唯一的園池建築，此外十八間、黃氏家廟、黃氏小宗及黃氏三房家廟等傳統式閩南建築亦展現另一種建築風貌。

5. 南山、北山

位於金門西北角，屬於金門較早開發之聚落。坡度平緩，海拔高度約為二十至三十公尺，主要以環島北路為聯外道路。南山、北山二聚落與林厝合稱古寧頭，為金門宗族族群不斷繁衍而擴展至其他聚落的典型發展模式。主要以李氏為大姓宗族，主要係由同安浦園而來，於明初靖難之變後，因避難來此居州古龍頭，遂蔚為巨族。

6. 山后

位於金門東北隅，北倚獅山、西臨五虎山、東面向大海，以王姓、梁姓族人為主，其中民俗文化村位在山后村中堡，建於清光緒二十六年(西元一九〇〇年)全村住宅、家祠及學堂共有十八棟，佔地面積 1.5 公頃，全部房舍都採用閩南傳統二進式建築。本民俗村原係旅日僑領王國珍構建分贈山后王氏族人居住的宅第，所用建材皆購自漳、泉甚至遠及江西一帶，海運到金門，從闢建到完成費時二十餘年。

二、民俗文化

金門地區居民多來自漳、泉兩州，民居建築與風土民情仍多沿襲閩廈古風。延襲閩南傳統，保存傳統節慶等典型的民俗文化，為本地區重要的文化資產。

三、人文史蹟

金門地區所發現最早的人類活動遺跡是在距今五、六千年前的復國墩、金龜山、浦邊等地之貝塚遺址，而有史記載則可上溯自東晉，時值五胡亂華中原人士避禍屯墾於此，迄今已達一千六百多年，其文化淵源遠早於台澎地區。由於開發

甚早，古蹟文物十分豐富，由於四十年來的軍事管制，使得本區都市化腳步遲緩，而得以保存豐富的人文史蹟，目前經內政部依「文化資產保存法」評定公告之古蹟共二十一處。

四、戰役史蹟

金門自民國 38 年兩岸分制以來，重要戰役包括古寧頭戰役、大二擔之役、「九三」砲戰、「八二三」砲戰、「六一七」砲戰等戰事，其中以古寧頭戰役及八二三砲戰在空間發展上較具代表性，有長期戰備之工事與紀念史蹟。

1. 古寧頭戰役紀念

民國 38 年 10 月 25 日發生於金門古寧頭地區之古寧頭戰役，世稱「古寧頭大捷」，此戰役中國軍將欲襲金侵台約一萬餘人之共軍及二百餘艘船艦全部擊敗，為國軍穩定台閩局勢之重要轉捩點。金門地區的湖南高地、林厝、北山、南山、關帝廟、李光前將軍殉難紀念碑、西勝山及斷崖均是此場戰役所設置的重要紀念位址。

2. 八二三砲戰紀念

民國 47 年 8 月 23 日所發生的八二三砲戰，共軍以奇襲方式，同時向金門地區的太武山、料羅灣及各指揮所、觀測所及砲兵陣地實施猛烈砲擊，自此展開 44 天的連續砲擊，我軍贏得此場戰役的最後勝利。其重要紀念位址則包括太武山南麓陽明公園附近之翠谷、位於太武山東麓，為當時遭砲擊落彈最多處的鵲山陣地、太武山觀測所、料羅海灘以及小金門的將軍堡及庵頂村等。

3. 戰備工事及紀念物

獅山砲陣地位於金門東北方，為八二三砲戰後重新整建之永久性堅固陣地，各砲以坑道相連，當年建構時之工程艱鉅浩大，全是由駐軍獨立完成，為金門地區具代表性陣地。

馬山觀測所在八二三砲戰後整建為永久性的堅固建築。其位於金門最北端突出部份，與對岸角嶼島相望，於退潮時與其之直線距離僅有 1,800 公尺，經過馬山播音站後，就進入馬山觀測所地下坑道，天氣晴朗時，可清楚觀望對岸在島上

之沿岸活動。

擎天廳位於太武山內，是當年八二三炮戰駐軍以炸藥、簡易機械工具及雙手開鑿而成，工程雄偉壯觀，為中外聞名的地下工事，平日供防衛部集合或官兵休閒觀賞節目用。

中央坑道貫穿太武山南北，闢建於八二三砲戰前後，利於兵力轉用，是官兵以雙手開鑿而成的一項浩大工程。翟山小艇坑道位於古崗湖東南方，位於金門本島南海面西側尖端。為因應攻勢作戰而開掘的一小艇坑道，供登陸小艇汜水及迴轉，坑內有停靠碼頭，可隨時載運國軍登陸部隊。烈嶼九宮坑道又稱四維坑道，其位於烈嶼東南方四維與九宮之間，為一雙丁字型的水道，規模比翟山坑道要大，其全長為 790 公尺，戰時為人員、物資運補之用，此坑道於民國 88 年由金門防衛司令部移撥給管理處保存維護，並於民國 92 年 12 月對外開放。

迎賓館位於太武山東麓，為金門戰地政務時代最著名之外賓接待所，佔地面積達 19200 平方公尺，建地 600 平方公尺，有地下希爾頓飯店之稱，民國 89 年由中華民國軍人之友社移撥國家公園管理處保存維護。

訓練場主要包括中山紀念林西側的賈村，以及環島車道旁的戰技訓練場。前者為村莊典型的保衛戰模擬的訓練場地；後者在未來則可發展為青少年戰鬥營體能訓練之場地。

心戰基地包括馬山觀測所坑道內的馬山播音站、古寧頭西北角的古寧頭播音站以及烈嶼島西北海岸的湖井頭播音站。馬山播音站可用望遠鏡觀測到對岸的活動，為戰備時期心戰喊話之代表位址。古寧頭播音站位於古寧頭戰役中被敵軍殲滅之斷崖上方碉堡內，有播音喊話設備，且可清楚觀測到對岸角嶼之活動。湖井頭播音站主要位於湖井頭軍史館內的碉堡，為與大陸距離較近的一處播音喊話據點及觀測站。此外金門島東南隅靠近料羅灣處的心戰資料館，其內部展示了金門地區歷年的心戰成果及相關資料，民國 88 年則交由金門縣政府管理。

4. 紀念館及紀念碑

金門為當地經歷之重要戰役建立之紀念館包括古寧頭戰史館、八二三戰史館、湖井頭軍史館、經國紀念館及莒光樓，具有代表性的紀念碑則遍及金門全島，

如太武山軍人公墓、毋忘在莒碑、八達樓子精神堡壘、八二三砲戰紀念碑及無名英雄紀念碑。

金門地區的紀念館中，古寧頭戰史館位於古寧頭西一點紅（西陵山）附近，其建於民國 73 年，為紀念民國 38 年的古寧頭戰役而建，館內擁有豐富詳盡的古寧頭戰役戰情圖說展示，館外則陳列兩輛「金門之熊」的戰車，館內主要展示包括作戰經過圖表說明、作戰部隊組織表、作戰指揮官照片、作戰大型油畫、榮譽旗、一般戰報及俘獲敵軍文件及敵軍武器等，而館內及館外皆可通往附近岸邊的駐軍據點及觀測所。古寧頭戰史館於民國 89 年 6 月由金門防衛司令部移撥給管理處保存管理，於民國 90 年進行館內維修工作，除更新部份解說設施外，並規劃一劇場展示空間來介紹古寧頭戰役。八二三戰史館建於民國 78 年，位於太湖中正紀念林旁之榕園，該館為一方型建築，正中間留有一約十坪中庭，館內主要展示八二三砲戰相關資料，包括史料照片、陸海空軍作戰經過電動模型六具、國內外新聞報導、忠烈錄暨介紹、砲彈模型等；館外則陳列當年國軍在八二三砲戰時所使用的火砲兩門、F16 軍刀型戰鬥機乙架、登陸艇乙艘，外牆壁浮刻陣亡將士名錄。本館於民國 90 年 1 月由金門防衛司令部移撥給管理處保存維護，並於 92 年更新館內展示，開放給民眾參觀體驗。而於八二三砲戰期間擔任國防部長之俞大維先生，其紀念館即位於八二三戰史館對面。湖井頭軍史館位於烈嶼島之西北海岸，身為“前線中的前線”，在此也留下諸次戰事的各項輝煌戰果。主要展示內容為八二三砲戰小金門防務之圖說、油畫、史料、當年砲彈及軍俘品，以及戰備時期各階段的建設說明，館內後方則為觀測站與播音站。由此處利用高倍望遠鏡，還可看到對岸所設立的“一國兩制”牌樓。經國紀念館位於中山紀念林內，於民國 78 年正式成立，其建築形式仿照中國傳統的四合院建築，館內展示蔣故總統經國生前行跡照片、言論著作、使用器物及其與金門發展之相關史料，表達金門軍民對經國先生之感念。莒光樓位於金城南側，為國家公園計畫範圍外，為最富盛名的金門象徵之一，主要展示地方采風與軍事戰備之重要史蹟。

金門地區紀念碑遍及整個金門地區。太武山軍人公墓位於太武山西麓，為民國 42 年胡璉將軍設置之公墓，供祀自古寧頭戰役後於金門為國捐軀之國軍將士，公墓外並立一紀念碑供後人緬懷追思。毋忘在莒碑位於太武山上，為民國 40 年先總統蔣公親頒題字的紀念碑，後經防衛部協助在太武山高處勒石為記，

旨在勉勵金門軍民，為金門戰地精神之象徵。其他包括紀念抗戰精神的八達樓子精神堡壘、紀念八二三砲戰的八二三砲戰紀念碑，以及位於國家公園計畫範圍外的無名英雄紀念碑，主要作為軍人之精神象徵。

參、交通現況

金門地區主要聯外交通為航空，依往返點不同分別由立榮、復興、華信、遠東四家航空公司經營。台北松山機場往返金門的航班，由上述四家航空公司經營，每日 13 至 16 航班不等；高雄小港機場往返金門的航班，由立榮及復興航空公司經營，每日 6 航班；台中清泉崗機場往返金門的航班，由立榮及華信航空公司經營，每日 9 航班；而由嘉義機場及台南機場往返金門的航班，皆由立榮航空公司經營，除每週一嘉義往返金門僅有 1 航班之外，其餘皆為每日 2 航班（表 2-1-1）；另有小三通海運船包括：新金龍、馬可波羅、東方之星、捷安輪、同安號、新集美，往返金門廈門，每日 10 班次，泉州輪往返金門泉州，每日 2 班次。

聯內交通分為島際交通及島內交通，島際交通分別由富國號、浯江號、太武號，全日 7 時至 21 時，每半小時 1 班，往返水頭碼頭（大金門）及九宮碼頭（小金門）之間。島內交通則有公車、觀光公車及觀光解說計程車供搭乘，另有小客車可供遊客租用。

表 2-1-1 金門聯外交通表

		航空					海運	
		台北	台中	嘉義	台南	高雄	廈門	泉州
金門	公司	立榮 復興 華信 遠東	立榮 華信	立榮	立榮	立榮 復興		
	班次/天	13-16	9	1-2	2	6	10	2

肆、金門國家公園

金門國家公園，面積約為 3,780 公頃，佔全島面積的四分之一，包括太武山區、古寧頭區、古崗區、馬山區、烈嶼區等五個區域，依該計畫範圍內現有土地利用型態及資源特性可劃分成一般管制區、遊憩區、史蹟保存區、特別景觀區及生態保護區等分區管理，其中以一般管制區所佔面積最廣，約有 1,951 公頃，特

別景觀區則佔 1,636 公頃。各分區地理位置與資源特色說明如下：

一、太武山區

此區位於金門島中央，為重要的戰備中心，亦為八二三炮戰重要紀念地。太武山上戰役史蹟豐富，可鳥瞰金門田野風光，並設有登山步道，沿途可遊覽忠烈祠鄭成功觀兵弈棋處、「毋忘在莒」勒石等景點，另有八二三戰史館、經國紀念館等戰役紀念地，並有人文薈萃的瓊林傳統聚落及一門三節坊、邱良功墓園、蔡氏祠堂等古蹟。此外，太武山生長著豐富的原生植物，且為大批鳥類的棲息地，而位於太武山區的中山紀念林遊憩區，為金門第一座且規模最大之森林遊樂區，金門國家公園遊客中心、經國紀念館、乳山遊客中心亦位於此區內。

二、古寧頭區

位於金門本島西北，為古寧頭戰役主要紀念地，由於位處古寧頭戰役時的戰地前線，聚落裡之房舍磚牆留有許多當年槍彈襲擊的痕跡，其中最著名的代表即為北山古洋樓，另有南、北山傳統聚落及古龍頭振威第、古龍頭水尾塔等古蹟。此外，除海岸地形景觀優美外，慈湖及雙鯉湖為金門地區最重要群鳥聚集地，在此設立雙鯉濕地自然中心，展現此地豐富的生態資源。

三、古崗區

此區位於金門島西南方，具傳統聚落及古蹟、戰備工事、湖泊及豐富多變化的海岸地形景觀等資源特色。除歐厝外海岸線之細白沙灘外，在古崗外海岸亦有花崗片麻岩與白沙混和交錯的海岸景觀。古崗湖及湖邊的漢影雲根碣明魯王遺墓、古崗樓等，景觀甚佳。水頭黃氏西堂別業、文臺寶塔、虛江嘯臥群碣等國家古蹟，以及保留完整的歐厝、珠山、水頭等傳統聚落，人文景觀非常豐富。而翟山小艇坑道為區內最具代表性的戰役紀念史蹟。

四、馬山區

馬山位於金門東北角，以馬山觀測所及播音站聞名，區內具有海岸岬角地形、沙丘等豐富的海岸地形。另有金門林務所種植之楓香林。此外，山西郊外五

虎山登山步道已由管理處整理完成，在此孕育許多金門的原生植物，亦為一新興景點。區內金門民俗文化村即山后村的中堡，有十八間格局工整的二落大厝“山后十八間”，燕尾起翹昂揚，呈現經過整體規劃而精緻的閩南聚落型態。

五、烈嶼區

烈嶼區包含小金門島周邊地區，以環島自行車道最具特色。因與大陸對岸距離極近，環島有多處戰備碉堡，以及九宮（四維）坑道、湖井頭戰史館、將軍堡、八達樓子等豐富戰役史蹟。環島海岸包括沙灘及花崗岩、玄武岩等地質景觀；而陵水湖及西湖為小金門最大之溼地，亦是小金門最重要的鳥類棲息地，生物資源豐富。另外尚有廣為人知的烈女廟及將軍廟等景點。目前環島車轍道已規劃為環島自行車道，串連小金門的各個景點。

金門國家公園現有之遊客量資訊，係由管理處定期提報交通部觀光局之遊客統計資料，本研究採用 93 年至 95 年間有連續提報遊客人數之據點統計資料，依據金門國家公園範圍之分區，同一分區中有兩據點則取其平均值；而代表造訪該區之遊客量，則以此五區之遊客量進行計算。在各月遊客量比例方面，以 7 月份遊客量佔全年度遊客量的比例為最高，計 13.08%，其次是 5 月份遊客量（10.21%），而遊客量最少的月份為 1 月份，僅佔全年度遊客量的 5.35%，詳見表 2-1-2 所示。

表 2-1-2 金門國家公園各遊憩據點遊客人數統計資料表

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
太武山	中山紀念林	6595	6830	7921	10246	13123	12389	20031	14740	12632	13307	11110	8156	137080
	八二三紀念館	10146	11038	12620	15490	19302	17435	24167	18854	14867	20115	15673	11354	191061
	平均	8371	8934	10271	12868	16212	14912	22099	16797	13749	16711	13392	9755	164071
古岡	翟山	11015	11424	13384	16043	20424	18602	25899	20301	15571	21414	17879	14074	206030
古寧頭	自然中心	10453	11259	12388	15566	19086	16944	23306	17872	15301	20165	15805	12394	190539
	古寧頭戰史館	9301	9659	12422	15213	19140	16632	22074	16528	13340	19008	14547	10362	178226
	平均	9877	10459	12405	15389	19113	16788	22690	17200	14321	19587	15176	11378	184383
馬山	民俗村	5018	5023	6581	7548	8866	8951	13000	10327	5958	7091	5778	4116	88255
列嶼	四維坑道	6299	6952	8698	12398	12779	11434	15506	12065	6836	9072	8158	5424	115622
總計		40581	42791	51340	64246	77394	70687	99194	76690	56435	73874	60383	44748	758361
比例%		5.35	5.64	6.77	8.47	10.21	9.32	13.08	10.11	7.44	9.74	7.96	5.90	

資料來源：交通部觀光局，取民國 93~95 年之平均值。

金門國家公園管轄範圍雖僅佔全金門地區四分之一，但轄區內有許多重要且珍貴的自然與人文資源，在國家公園保育、育樂、研究 3 大目標下，使金門地區重要資源得以永續利用，且在國家公園提供國人遊憩育樂下，更為地方帶來實質之經濟效益，達到資源保存、永續發展之願景。

第二節 遊客調查與遊客量推估

一、遊客量調查方法

觀光遊憩規劃之目的在於規劃開發一處可滿足遊客需求之遊憩環境，因此遊憩領域中相當重視遊客需求之相關研究。遊客需求研究包括遊客需求分析(recreational demand analysis)、遊客量推估(recreational use estimating)、遊客量預測(recreational use forecasting)，含括遊憩需求與遊憩參與量。其中遊客量推估為開發完成後之遊憩區相當重要的基礎資料，用於掌握遊客動向、瞭解遊客需求、遊客使用情形等，以平衡遊客及遊憩資源的供需狀況，確保資源永續利用與提升遊憩品質。

遊客量推估係利用少數調查日所收集之遊客量資料，估計風景區一段時間之總遊客量，或利用風景區內少數據點之遊客人次估計進入風景區之總遊客量，或是利用進入風景區之總遊客量估計區內各據點之遊客人次。當風景區無收費資料或其他遊客量計數措施時，只能透過其他方法獲得資料。遊客量抽樣調查是較有效的方法之一，即在一年當中隨機抽取數天，於風景區之進出道路或入口進行遊客量屏柵調查，或於風景區內少數據點進行遊客計數，再利用旅次鍊概念，收集遊客在區內之遊程，分析到訪各遊憩據點之機率，進而估計各據點之遊客人次。進行遊客量抽樣調查以估計風景區遊客量時，必須詳擬調查計畫，以確保抽樣的代表性與正確性。調查計畫應包括抽樣調查時間及調查地點。在抽樣時間選擇方面，可依據研究地點實際遊客分佈狀況做選擇，一般可採用假日與非假日分別進行抽樣，而抽樣天數則可依據假日與一般日的遊客量比來進行分派。

鑑於遊客數量對於風景區經營管理之重要性，交通部觀光局於 2004 年委託編制「遊客調查統計作業手冊」(林晏州, 2004)，針對台閩地區主要觀光遊憩區研擬遊客調查計畫與遊客量推估方式，將觀光遊憩區依據型式、入口、有無穩定可靠之遊客人數紀錄，區分為六類：據點型有紀錄、據點型無紀錄單入口、據點型無紀錄多入口、外島型、區域型多入口全區無紀錄、區域型多入口至少一據點有紀錄。其中「外島型」之風景區因其特殊地理條件故具有範圍較大、區內土地使用非均質、包含數個景點且一般遊客無法自行開車而必須搭乘航空器或船舶才能到達之的特性，因此在進行遊客量調查統計時可直接收集海、空運旅客載運人次，並配合在機場、港口等出入口進行遊客比例調查，藉以取得遊客量推估參數，以進一步推估總體遊客量。

二、相關研究

隨著國內對觀光遊憩品質的重視，精確遊客數量的掌握已成風景區基本要務之一，國家公園、國家風景區等區域型遊憩地紛紛委託辦理遊客調查與遊客量推估之相關研究。依據不同風景區基地特性，調查與推估方法差異甚大，惟風景區之區域型特性，以抽樣調查方式推估全區遊客量之基本面相同。

外島型風景區遊客量推估相關研究，因基地特性相似，均需搭乘航空器或船舶到達，因此遊客調查與推估方法相似。馬祖國家風景區在 2005 年於島上主要機場、港口以遊客現地調查方式，配合過去遊客量之相關資料進行區內全年到訪遊客量之推估，總計 2005 年馬祖國家風景區全年遊客量為 84,178 人次(林晏州, 2005)，此外，澎湖國家風景區也曾運用相同方式進行旅遊人次之推估(林晏州, 1996；顏家芝, 2003)，而本研究之研究範圍金門地區同為離島型風景區，與上述地點均具有相同特性，故可採同樣方式進行遊客量之推估。

第三節 觀光經濟效益評估

觀光產業被視為基礎或出口產業，可帶來外地的資金，為區內家戶、商業及地方政府帶來收入，故常被視為刺激地方經濟發展的替選產業之一，而投入產出模型(Input-output models)為經濟影響評估主要方法(Fletcher, 1989; Stynes, 2005)。

壹、投入產出分析

一、投入產出分析發展與概念

投入產出分析(input-output)自1936年由李昂第夫(Leontief)發展出來後，便被廣泛的應用以研究國家經濟結構，分析產業部門間之相互關聯情形，已成為經濟學中一種重要之分析工具。

投入產出分析基本上包括三部分：投入產出表、投入係數表、關聯程度表。

(一) 投入產出表

投入產出表(I-O Table)，又稱為產業關聯表或交易表。

(二) 投入(產出)係數表(Input-output coefficient table)

以該部門之生產總值除其各項投入值，即獲得各部門之投入係數。各部門之投入係數，表示該部門生產一單位價值之產品所需各項投入之單位數，故投入係數表亦可稱為成本係數表，或直接購買係數表。投入係數也表示在現存生產技術條件下，直接所需各部門產品之投入比率，代表一種生產技術水準，故又稱為技術係數，由投入產出係數之大小，可顯示出產業間生產技術上依賴關係程度。

(三) 關聯程度表

又稱為逆矩陣係數表(Inverse Matrix Table)，表內的係數又可稱作相互依存係數或波及效果係數，其意義為某一部門產品之最終需要增加一單位時，所需向各部門直、間接購買單位數。

當最終需求產生變動時，可運用 Leontief 逆矩陣係數表，求取各產業之產出變動量，即其產出效果，公式如下列所示：

$$\Delta X = (I - D^*)^{-1} \Delta F^*$$

I ：恆一矩陣 (Identity Matrix)。

D^* ：則為國產品投入係數矩陣，投入中僅含國產品，不考慮輸入品中間投入之波及效果，而僅考慮國產品之波及效果部分。

ΔF^* ：不包含家計消費之最終需求變動向量。

由產業關聯程度表可知各產業間相互依存度，當某一產業之最終需求發生一單位變動時會直接、間接引發各產業產出之變動，此變動量則依產業關聯程度而定。透過產業關聯程度表可清楚分析，當最終需求發生變動時，對整個經濟總產出的效益。

二、分析方法

地區經濟中之各產業間具有一定程度的關聯，以鋁鍋生產為例，每產出一元價值的鋁鍋需投入礬土提煉，進一步則須投入電力煉鋁，而為產生電力則須投入煤、機械等來產生並輸出電力，依此類推，可知產業間之關係是一層層向外延伸且彼此相關的，因此每一筆消費皆可在經濟系統當中產生一波接一波之影響。

以下就一假設之投入係數矩陣 (Input-output coefficient table, A) 說明投入產出分析方法之進行。表 2-3-1 顯示同一區域當中三個不同產業，任一直行顯示選定某產業欲產出一元之產品，從其他產業所需投入的金額，即若欲生產 A 產業一元之商品，則需投入在 A 產業 0.3 元亦即需向本部門購買 0.3 元產品，並投入 B 產業 0.1 元以及 C 產業 0.4 元。假設某發展案需增加 100 元的 A 產業產出，將此金額與表 2-3-1 中第一直行之係數相乘，便可得到生產 100 元 A 產業產品所要直接投入在各產業的貨品及服務的值，稱為第一輪投入要求，即表 2-3-2 中第一直行之數；生產第一輪中所要求的 30 元的 A 產業產品同時也要求其他產業一系列之投入，可將 30 元與表 2-3-1 中第一直行係數相乘獲得，同樣地，欲生產 10 元之 B 產業產品則可將 10 元與表 2-3-1 中第二直行係數相乘求得。將第一輪所要求的必須投入加總便為第二輪之要求，同樣地，第二輪之產出必須要有投入因而產生第三輪之產出，以此類推，各輪之投入要求便逐漸趨於收斂，此時將各產業之各輪投入相加之總合便為該產業在最初需求之外的額外投入需求，即各產業

每一單位的需求在經濟體系當中所帶動的次級影響將可帶來高於最初需求的產出效果，而最初需求與各輪投入要求的總合，可運用產業關聯程度表，即逆矩陣係數表（Inverse Matrix Table）來加以估算，以瞭解當某一產業最終需要產生變動時，在其他產業部門所產生之直、間接的影響。

表 2-3-1 假想區域各產業間關聯係數表

產業生產	產業採購		
	A產業	B產業	C產業
A產業	0.3	0.1	0.1
B產業	0.1	0.2	0.2
C產業	0.4	0.2	0.3

表 2-3-2 假想 A 產業生產百元產品各輪要求投入值

	第一輪 投入要求	第二輪 投入要求	第三輪 投入要求	第n輪 投入要求
A產業	30.0	14.0	8.1
B產業	10.0	13.0	9.2
C產業	40.0	26.0	16.0
總計	80.0	53.0	33.3

在國外早就有許多研究應用投入產出法估計發展觀光事業對地方產業經濟、所得及就業機會之影響（Fesenmaier, Jones, Um & Ozuna, 1989; Heng & Low, 1990; Khan, Seng & Cheong, 1990; Archer & Fletcher, 1996）；評估運動觀光活動對地方經濟之影響（Gelan, 2003; Lee & Taylor, 2005）及所得效果（Daniel, Norman & Henry, 2004）；或用於國際會議產業發展對於整體經濟之影響（Kim, Chon & Chung, 2004）。在國內亦有許多運用相同方法進行觀光遊憩活動對地區經濟影響評估之研究案例，除用以評估某遊憩區遊客為地方所帶來之經濟效益（陳沛悌，2004）之外，也常用以評估某特定時段所舉辦之大型節慶活動所產生之經濟影響（吳宗瓊，2000；吳宗瓊、潘治民，2004）。

貳、MGM 模式

最初的 MGM 模式是由 Hornback 在 1995 年提出，以投入產出分析為基礎所發展出來的，2000 年 Stynes 與 Propst 發展為「MGM2 模式」(money generation model 2, MGM2)，用來評估到訪國家公園遊客花費對周邊地區的經濟影響，而國家公園對於地區的經濟影響方式，包括：遊客在當地的消費、國家公園營運而在當地所進行的花費、國家公園設立所衍生的經濟發展等。

MGM2 模式可以評估遊客花費所產生的直接效益 (direct effects) 與間接效益 (secondary effects)，直接效益係指直接來自遊客花費所得到之效益 (例如：住宿費、露營費、餐廳用餐費、活動費等)，並以商品或服務的銷售量、收入、工作機會等形式反應在遊客花費資金對於當地的經濟影響。間接效益又稱乘數效益 (multiplier effects)，用來估算遊客投入當地金額在不同產業部門所產生的經濟效果，包括花費所產生的間接效益 (indirect effects) 與衍生效益 (induced effects)。資金增值模式將遊客依據停留時間進行分群，故可更精確估算遊客花費效益，並比較不同分群遊客對當地的經濟效益，進一步亦可用來評估經營管理計畫對不同分群遊客的影響。Fort Stanwix 國家遺址區、Capulin 火山國家遺址區、Chesapeake & Ohio Canal 國家歷史公園皆為應用資金增值模式之案例。

第三章 研究方法

本研究主要工作項目包括：瞭解到訪金門地區遊客之組成、旅遊行為、消費狀況及其對金門地區帶來之經濟效益、金門地區之遊客數量及偏好、估計主要遊憩據點遊客數量作為規劃設計之依據。為完成以上工作項目，研擬研究方法及過程如下。

第一節 調查計畫

壹、研究架構

本研究主要採門戶調查，透過現地問卷訪談離境旅客取得遊客比例資料，再配合調查日機場載運旅次推估全區遊客量。針對離境遊客進行問卷訪談，調查到訪金門地區之遊客組成、據點到訪率、旅遊行為、消費狀況與相關意見等資料。依據據點到訪率與全區遊客量資料，推估區內主要遊憩據點遊客人數，作為管理處未來規劃設計之參考依據。此外根據調查所得之遊客消費資訊，評估金門地區之經濟效益。從使用者觀點將取得直接、客觀資訊，供管理處掌握遊客組成、數量及旅遊行為模式，以提升遊憩品質與擬定經營管理策略之參考（圖 3-1-1）。

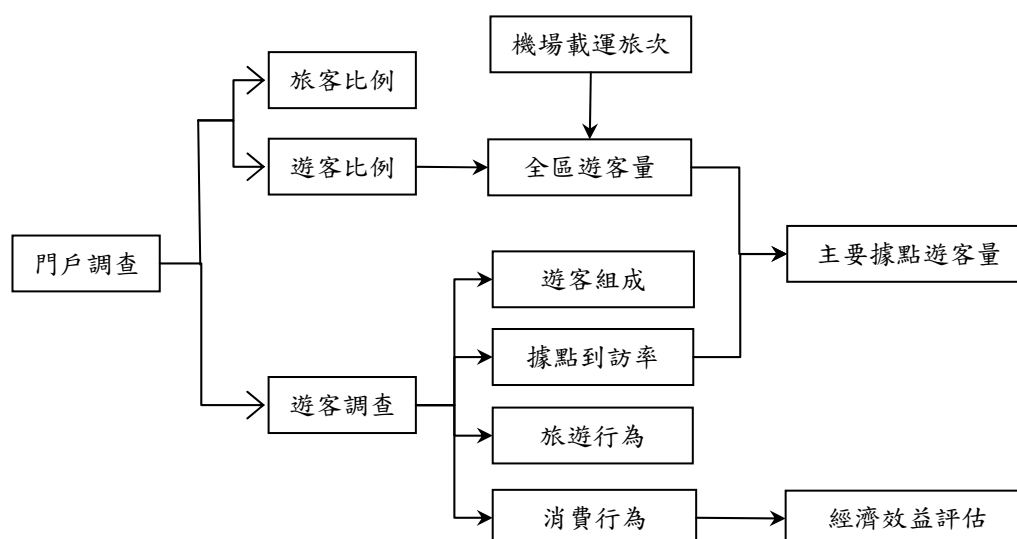


圖 3-1-1 研究架構圖

貳、調查地點

基於研究經費限制及實際應用考量，本研究無法、亦無需進行全面普查，故採抽樣調查方式。考量機場為進出金門地區之主要門戶，於門戶進行遊客調查，最能含括所有抽樣調查母體，因此本研究於金門航空站進行遊客意見與搭乘之遊客比例調查。

參、調查對象

本研究將遊客調查之抽樣母體定義為 12 歲以上、在本區遊憩據點從事旅遊之遊客。

肆、總樣本數

決定抽樣樣本大小考量的主要因素包括：母體大小、估計之信賴區間、母體變異度、是否需要比較次樣本、統計分析上的考量因素、調查成本因素之考量等。而本研究估計在 95% 之信賴度、母體大小為 50 萬以上、估計誤差為 $\pm 3\%$ 時，所需樣本數約為 1,065，設定抽樣樣本大小為 1,200 份。

伍、調查時間

本研究工作期間為 96 年 5 月至 96 年 10 月 31 日止，共計 6 個月，扣除調查前置作業以及資料分析與評估所必須花費之時間，設定問卷調查期間為 96 年 6 月至 96 年 9 月，共計調查 4 個月。調查日之選定則包括假日與非假日，藉由不同時間斷面的抽樣調查，以瞭解不同時段，進入金門地區之遊客到訪情形。

在調查日抽樣方面，本研究採連續性方式，每月擇三日為一單位，包括假日非假日，如：五六日、六日一、二三四等。總計調查期間選擇 12 個調查日。

陸、問卷設計

本研究參考林晏州（2004）遊客調查統計作業參考手冊，結合遊客意見與遊客比例之調查內容，進行遊客問卷內容研擬，內容包括：個人基本資料、旅遊特性、旅遊決策、遊憩行為、旅遊滿意度、消費行為、其他相關建議等部分，茲分

述如下（詳見附錄一）：

一、個人基本資料

受訪者年齡、教育程度、職業、個人月收入、居住地區、性別等項目。

二、旅遊特性

本研究以到金門地區之主要目的作為遊客與非遊客之判別，將回答觀光、休閒、渡假或商（公）務兼旅行或探訪親友之受訪者視為遊客，並請該受訪者繼續填答以下問題；將回答純商（公）務出差、金門服役、本地居民返鄉視為非遊客，則問卷填答到此結束；回答其他項目者，則由調查員請受訪者填寫其主要目的，並由調查員進行遊客、非遊客之判別，判別為遊客之受訪者繼續填答以下問題，非遊客之受訪者則問卷填答到此結束。

三、旅遊決策

受訪者選擇到金門地區旅遊的相關資訊來源、旅遊方式、出發地點、旅遊原因等項目。

四、遊憩行為

調查受訪者在金門地區遊覽過哪些景點、旅遊次數、停留時間、住宿方式、同伴性質與人數、交通工具等項目。

五、旅遊活動偏好與滿意度

調查受訪者對金門地區之各項與整體滿意度、重遊意願、是否推薦他人前來等項目。

六、消費行為

調查受訪者在金門地區之消費項目與金額等項目。

七、其他相關建議

此部份採開放方式，供受訪者填寫相關意見。

第二節 遊客量推估及經濟效益評估方法

壹、遊客量推估模式之建立

依據林晏州（2004）遊客調查統計作業參考手冊及金門地區之基地特性，歸納金門地區係屬外島型觀光遊憩區，主要聯外交通為航運，因此在進行此類風景區之遊客量調查時，可直接收集空運旅客載運人數，並配合機場進行遊客比例調查，藉以取得遊客量推估參數，以進行全區之遊客量推估。進一步配合區內主要據點到訪率，推估主要遊憩據點之遊客量。

貳、經濟效益之評估

本研究之資料分析效益估算的部分，經由相關文獻彙整、現地遊客消費行為問卷調查資料、產業投入產出相關資料的蒐集，將現地遊客調查所得之旅遊消費項目與金額調查結果代入中華民國投入產出分析之產業關聯表，以投入產出分析法推估金門地區之經濟效益。

第四章 研究結果與分析

第一節 樣本組成

本研究計畫於 96 年期間共完成 4 個月的調查工作，調查工作月份為 6 月至 9 月，每月選取 3 天為調查日。調查結果共獲得有效問卷 1,533 份，其中六月份共獲得 272 份有效問卷佔總問卷數 17.74%；七月份共得有效問卷 435 份佔總問卷數 28.38%；八月份共得有效問卷 329 份佔總問卷數 21.46%；九月份共得有效問卷 497 份佔總問卷數 32.42%（詳見表 4-1-1）。

表 4-1-1 各調查月份樣本數分配表

		N	%
六 月	22 (五)、23 (六, 補班)、24 (日)	272	17.74
七 月	20 (五)、21 (六)、22 (日)	435	28.38
八 月	7 (二)、8 (三)、9 (四)	329	21.46
九 月	1 (六)、2 (日)、3 (一)	497	32.42
總 計		1,533	100.00

本研究將到訪金門之受訪者依其到訪金門地區之主要目的區分為遊客及非遊客，其中遊客之主要到訪目的包含觀光休閒渡假、商（公）務兼旅行、探訪親友或其他旅遊目的者，而主要目的為純商（公）務出差兼小三通、金門服役、本地居民返鄉或其他非旅遊目的者之受訪者皆歸類於非遊客。其中到訪金門之主要目的最多者為觀光休閒渡假，佔所有受訪者 32.88%；其次為商（公）務兼旅行者佔 7.31%，其中又以到訪目的為金門洽公兼旅遊者所佔比例較高，約佔全部商（公）務兼旅行者的 72.22%；而主要目的為探訪親友者佔總受訪樣本 6.85%。非遊客中以純商（公）務出差小三通者最多佔總受訪者 33.79%，其次為本地居民返鄉及其他非旅遊目的各佔 8.74%、8.68%，而金門服役者則佔 1.76%（詳見表 4-1-2）。

表 4-1-2 受訪者到訪金門主要目的分析表

主要目的		N	%
旅遊目的	觀光休閒渡假	504	32.88
	商務兼旅行	112	7.31
	金門洽公兼旅遊	78	72.22
	小三通兼金門旅遊	30	27.78
	探訪親友	105	6.85
非旅遊目的	純商務出差小三通	518	33.79
	金門服役	27	1.76
	本地居民返鄉	134	8.74
	其他非旅遊目的	133	8.68
總計		1,533	100.00

第二節 受訪者基本資料分析

本節將各月份調查所得 1,533 份有效問卷，依其到訪目的區分為遊客及非遊客，再針對其性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入及居住地區等六項基本資料進行分析。

壹、受訪者性別分析

在受訪者性別分析結果部分，整體來看，到訪金門地區以男性居多，佔所有受訪者之 57.81%，女性則佔 42.19%。進一步分別就遊客及非遊客的性別分配情形進行討論，非遊客性別部分以男性居多，佔全部非遊客中的 65.06%，而遊客部分性別比例則以女性略高於男性，約佔受訪遊客中的 50.35%；進一步以卡方分析檢定非遊客及遊客之性別分配比例是否有顯著差異，結果顯示其卡方值達顯著水準 ($\chi^2=37.131$)，故非遊客和遊客之性別比例具有顯著差異(詳見表 4-2-1)。

表 4-2-1 受訪者性別分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
男	527	65.06	358	49.65	885	57.81
女	283	34.94	363	50.35	646	42.19
總計	810	100.00	721	100.00	1531	100.00
$\chi^2 = 37.131^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

貳、受訪者年齡分析

就全體受訪遊客來看，其年齡多分佈在 21~50 歲間，其中以 21~30 歲間之受訪者為最多佔 25.18%，其次為 31~40 歲（24.85%）及 41~50 歲（24.52%），而以 71 歲以上（0.33%）之受訪者最少。就遊客及非遊客分別來看，非遊客及遊客之年齡層也多分佈在 21~50 歲之間，其中非遊客以 31~40 歲及 41~50 歲間者居多各佔 27.26%及 26.02%，而遊客則是以 21~30 歲者為最多，約佔全體遊客的 26.88%；經由卡方檢定結果得知，非遊客及遊客之年齡分佈具有顯著差異（ $\chi^2 = 18.306$ ）（詳見表 4-2-2）。

表 4-2-2 受訪者年齡分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
20 歲以下	68	8.43	75	10.45	143	9.38
21~30 歲	191	23.67	193	26.88	384	25.18
31~40 歲	220	27.26	159	22.14	379	24.85
41~50 歲	210	26.02	164	22.84	374	24.52
51~60 歲	91	11.28	114	15.88	205	13.44
61~70 歲	24	2.97	11	1.53	35	2.30
71 歲以上	3	0.37	2	0.28	5	0.33
總計	807	100.00	718	100.00	1,525	100.00
$\chi^2 = 18.306^{**}$						

註：*** $p \leq 0.01$

參、受訪者教育程度分析

在所有受訪者教育程度分析結果中，受訪者之教育程度以大學最多，佔 35.85%，其次為高中職（25.40%）以及專科（20.08%）。進一步以卡方檢定進行遊客及非遊客之受訪者教育程度情形的分析，結果顯示非遊客及遊客之教育程度並無顯著差異（ $\chi^2=8.898$ ）；其中非遊客及遊客之教育程度皆以大學居多，比例分別為 36.63% 以及 34.96%，比例最低者則皆為教育程度為國中以下者（詳見表 4-2-3）。

表 4-2-3 受訪者教育程度分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
國中及以下	59	7.48	51	7.34	110	7.41
高中職	199	25.22	178	25.61	377	25.40
專科	170	21.55	128	18.42	298	20.08
大學	289	36.63	243	34.96	532	35.85
研究所及以上	72	9.13	95	13.67	167	11.25
總計	789	100.00	695	100.00	1484	100.00
$\chi^2=8.898$						

肆、受訪者職業分析

受訪者之職業分析方面，整體來說，職業為專業人員者最多，佔 20.66%，其次為民意代表、行政主管、企業主管及經理人員（16.78%）與學生（16.25%），而非技術及體力工與待業者最少。經由卡方檢定分析，結果顯示卡方值已達顯著水準（ $\chi^2=111.777$ ），因此非遊客及遊客之職業分佈比例有顯著差異。若就遊客及非遊客之受訪者職業分佈情形分別來看，非遊客中則是以民意代表、行政主管、企業主管及經理人員（23.79%）居多，專業人員（16.44%）次之，而第三為學生（13.95%）；遊客中以專業人員（25.38%）最多，其次則為學生（18.83%），服務工作人員及售貨員為第三，佔 14.37%（詳見表 4-2-4）。

表 4-2-4 受訪者職業分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	191	23.79	64	8.93	255	16.78
專業人員	132	16.44	182	25.38	314	20.66
技術員及助理專業人員	88	10.96	58	8.09	146	9.61
事務人員	31	3.86	34	4.74	65	4.28
服務工作人員及售貨員	72	8.97	103	14.37	175	11.51
農、林、漁、牧工作人員	30	3.74	15	2.09	45	2.96
技術工及有關工作人員	32	3.99	14	1.95	46	3.03
機械設備操作工及組裝工	11	1.37	12	1.67	23	1.51
非技術及體力工	3	0.37	5	0.70	8	0.53
現役軍人	35	4.36	11	1.53	46	3.03
學生	112	13.95	135	18.83	247	16.25
家管及退休人員	61	7.60	83	11.58	144	9.47
待業中	5	0.62	1	0.14	6	0.39
總計	803	100.00	717	100.00	1520	100.00
$\chi^2 = 111.777^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

伍、受訪者個人月收入分析

在受訪者之個人月收入方面 20,000 元以下居多，佔所有受訪者之 26.38%，其次為 20,001 元~40,000 元（23.99%）及 40,001 元~60,000 元（22.07%）。經由卡方檢定分析，結果顯示非遊客及遊客之個人月收入分佈具有顯著差異（ $\chi^2 = 36.688$ ）；其中非遊客之各人月收入以 20,000 元以下最多，其次為 40,001 元~60,000 元（21.90%）以及 20,001 元~40,000 元（21.65%），而遊客部分之個人月收入則以 20,000 元以下居多（29.01%），其次則為 20,001 元~40,000 元（26.62%）（詳見表 4-2-5）。

表 4-2-5 受訪者個人月收入分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
20,000 元以下	192	24.03	206	29.01	398	26.38
20,001 元~ 40,000 元	173	21.65	189	26.62	362	23.99
40,001 元~ 60,000 元	175	21.90	158	22.25	333	22.07
60,001 元~ 80,000 元	109	13.64	97	13.66	206	13.65
80,001 元~ 100,000 元	61	7.63	21	2.96	82	5.43
100,001 元以上	89	11.14	39	5.49	128	8.48
總計	799	100.00	710	100.00	1509	100.00
$\chi^2 = 36.688^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

陸、受訪者居住縣市分析

受訪者居住縣市分析結果中，以居住在台北縣及台北市者最多，分別佔所有受訪者之 15.94% 及 14.92%，其次為居住在本地金門縣市者約佔 14.58%，並有來自韓國、新加坡及美國等非居住於本國之受訪者。若就非遊客及遊客之居住地點分別來看，非遊客以居住於台北縣市（29.38%）者最多，其次為金門縣，佔所有非遊客之 26.06%；而遊客部分則是以台北縣市（32.40%）及台中縣市（21.78%）者居多；進一步以卡方分析檢定，結果顯示非遊客及遊客之受訪者居住地點具有顯著差異（ $\chi^2 = 190.569$ ）（詳見表 4-2-6）。

表 4-2-6 受訪者居住縣市分析表

	非遊客		遊客		總計	
	N	%	N	%	N	%
台北縣	109	14.49	125	17.46	234	15.94
台北市	112	14.89	107	14.94	219	14.92
金門縣	196	26.06	19	2.51	215	14.58
台中市	57	7.58	79	11.03	136	9.26
台中縣	45	5.98	77	10.75	122	8.31
高雄市	39	5.19	46	6.42	85	5.79
桃園縣	29	3.86	55	7.68	84	5.72
高雄縣	25	3.32	36	5.03	61	4.16
台南市	27	3.59	27	3.77	54	3.68
台南縣	22	2.93	25	3.49	47	3.20
彰化縣	13	1.73	12	1.68	25	1.70
新竹縣	9	1.20	13	1.82	22	1.50
嘉義市	12	1.60	10	1.40	22	1.50
雲林縣	10	1.33	12	1.68	22	1.50
南投縣	6	0.80	12	1.68	18	1.23
宜蘭縣	4	0.53	11	1.54	15	1.02
苗栗縣	4	0.53	11	1.54	15	1.02
嘉義縣	6	0.80	8	1.12	14	0.95
屏東縣	9	1.20	5	0.70	14	0.95
基隆市	6	0.80	7	0.98	13	0.89
新竹市	4	0.53	7	0.98	11	0.75
花蓮縣	4	0.53	4	0.56	8	0.54
台東縣	1	0.13	3	0.42	4	0.27
澎湖縣	2	0.27	0	0.00	2	0.14
新加坡	0	0.00	3	0.42	3	0.20
美國	1	0.13	2	0.28	3	0.20
韓國	0	0.00	1	0.14	1	0.07
總計	752	100.00	716	100.00	1468	100.00
$\chi^2 = 190.569^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

第三節 不同旅遊目的遊客資料分析

本研究共計獲得 721 份遊客問卷，進一步依據到訪金門之主要目的，將遊客區分為：1.觀光休閒渡假；2.商（公）務兼旅行；3.探訪親友等三類，再依序進行性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入及居住地區等六項遊客基本資料分析。

壹、遊客基本資料分析

一、性別分析

受訪遊客性別分析方面以卡方檢定分析不同旅遊目的之遊客，其性別比例是否有顯著差異，分析結果顯示其卡方值已達顯著水準 ($\chi^2=15.022$)，因此不同到訪目的之遊客其性別比例具有顯著差異；若就不同目的分別來看，主要目的為商（公）務兼旅行者其男性所佔比例高於女性，達 66.07%，而以觀光休閒渡假及探訪親友為主要目的者之性別分佈，則皆是女性高於男性，分別佔 52.58%及 57.14%（詳見表 4-3-1）。

表 4-3-1 受訪遊客性別分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
男	239	47.42	74	66.07	45	42.86	358	49.65
女	265	52.58	38	33.93	60	57.14	363	50.35
總計	504	100.00	112	100.00	105	100.00	721	100.00
$\chi^2 = 15.022^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

二、年齡分析

不同主要目的之遊客年齡皆以 21~50 歲間為主，其中以觀光休閒渡假及探訪親友為主要目的者，遊客年齡以 21~30 歲，分別佔 26.44%及 26.92%，其中主要目的為觀光休閒渡假以 41~50 歲者次之（24.25%），探訪親友者則以 31~40 歲者次之（23.08%），而商（公）務兼旅遊之遊客年齡以 31~40 歲（34.23%）為主，21~30 歲次之（28.83%）；經由卡方檢定分析結果顯示，三種不同旅遊目的

之遊客年齡分佈具有顯著差異 ($\chi^2=26.976$) (詳見表 4-3-2)。

表 4-3-2 受訪遊客年齡分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
20 歲以下	55	10.93	2	1.80	18	17.31	75	10.45
21~30 歲	133	26.44	32	28.83	28	26.92	193	26.88
31~40 歲	97	19.28	38	34.23	24	23.08	159	22.14
41~50 歲	122	24.25	22	19.82	20	19.23	164	22.84
51~60 歲	87	17.30	15	13.51	12	11.54	114	15.88
61~70 歲	7	1.39	2	1.80	2	1.92	11	1.53
71 歲以上	2	0.40	0	0.00	0	0.00	2	0.28
總計	503	100.00	111	100.00	104	100.00	718	100.00
$\chi^2 = 26.976^{**}$								

註：** $p \leq 0.01$

三、教育程度分析

受訪遊客教育程度分析部分，以卡方檢定進行三種目的遊客之教育程度分佈情形之分析，結果顯示遊客之主要目的不同，其教育程度分佈具有顯著差異 ($\chi^2=49.315$)。就不同旅遊目的加以分別探討，主要目的為商(公)務兼旅行者，其教育程度為研究所以上及大學者最多，各佔 30.28%，其次為專科 (22.02%)，而觀光休閒度假及探訪親友者之教育程度則皆以大學為最多，所佔比例分別為 35.74%及 36.27% (詳見表 4-3-3)。

表 4-3-3 受訪遊客教育程度分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
國中及以下	43	8.88	2	1.83	6	5.88	51	7.34
高中職	138	28.51	17	15.60	23	22.55	178	25.61
專科	75	15.50	24	22.02	29	28.43	128	18.41
大學	173	35.74	33	30.28	37	36.27	243	34.96
研究所及以上	55	11.36	33	30.28	7	6.86	95	13.67
總計	484	100.00	109	100.00	102	100.00	695	100.00
$\chi^2 = 49.315^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

四、職業分析

受訪遊客職業分析部分經由卡方檢定分析，結果顯示三種不同目的之遊客其職業分佈具有顯著差異 ($\chi^2=36.971$)。就各不同旅遊目的分別來看，觀光休閒渡假及商（公）務兼旅行者皆以專業人員居多，分別佔 23.11%及 37.50%，其次為學生，而探訪親友則以學生所佔比例較高（24.27%），專業人員則次之（23.30%）（詳見表 4-3-4）。

表 4-3-4 受訪遊客職業分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	46	9.16	13	11.61	5	4.85	64	8.93
專業人員	116	23.11	42	37.50	24	23.30	182	25.38
技術員及助理專業人員	38	7.57	12	10.71	8	7.77	58	8.09
事務人員	28	5.58	2	1.79	4	3.88	34	4.74
服務工作人員及售貨員	74	14.74	11	9.82	18	17.46	103	14.37
農、林、漁、牧工作人員	10	1.99	4	3.57	1	0.97	15	2.09
技術工及有關工作人員	10	1.99	3	2.68	1	0.97	14	1.95
機械設備操作工及組裝工	11	2.19	1	0.89	0	0.00	12	1.67
非技術及體力工	4	0.80	1	0.89	0	0.00	5	0.70
現役軍人	6	1.20	3	2.68	2	1.94	11	1.53
學生	93	18.53	17	15.18	25	24.27	135	18.83
家管及退休人員	65	12.95	3	2.68	15	14.56	83	11.58
待業中	1	0.20	0	0.00	0	0.00	1	0.14
總計	502	100.00	112	100.00	103	100.00	717	100.00
$\chi^2 = 36.971^*$								

註：* $p \leq 0.05$

伍、個人月收入分析

在個人月收入方面經由卡方分析檢定，顯示遊客之主要目的不同，其個人月收入分佈並無顯著差異；而觀光休閒度假及探訪親友之受訪遊客個人月收入分佈情形，與所有遊客之結果相似，以 20,000 元以下居多，分別佔 30.18%及 31.68%，而主要目的為商務兼旅行者，其月收入為 20,001 元~ 40,000 元者較多（27.93%），其次為 40,001 元~ 60,000 元（23.21%）（詳見表 4-3-5）。

表 4-3-5 受訪遊客個人月收入分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
20,000 元以下	150	30.18	24	21.43	32	31.68	206	29.01
20,001 元~40,000 元	136	27.36	31	27.68	22	21.78	189	26.62
40,001 元~60,000 元	109	21.93	26	23.21	23	22.77	158	22.25
60,001 元~80,000 元	68	13.68	17	15.18	12	11.88	97	13.66
80,001 元~100,000 元	12	2.41	4	3.57	5	4.95	21	2.96
100,001 元以上	22	4.43	10	8.93	7	6.93	39	5.49
總計	497	100.00	112	100.00	101	100.00	708	100.00
$\chi^2 = 10.056$								

六、居住縣市分析

受訪遊客居住縣市分析，經由卡方檢定分析，結果顯示遊客之主要目的不同，其居住縣市分佈具有顯著差異 ($\chi^2 = 65.704$)。就不同旅遊目的分別來看，三種主要目的皆以居住於台北縣及台北市者居多，以觀光休閒渡假為目的者其居住縣市以台中縣市次之，共佔 24.30%，商（公）務兼旅行者以台中縣市及高雄市次之，各佔 11.11%，而探訪親友者居住於桃園縣者比例較高（11.96%）其中居住於非本國之遊客並無以商（公）務兼旅行為旅遊目的者（詳見表 4-3-6）。

表 4-3-6 受訪遊客居住縣市分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
台北縣	83	16.67	20	18.52	22	23.91	125	17.91
台北市	71	14.26	19	17.59	17	18.48	107	15.33
台中市	59	11.85	12	11.11	8	8.70	79	11.32
台中縣	62	12.45	12	11.11	3	3.26	77	11.03
桃園縣	38	7.63	6	5.56	11	11.96	55	7.88
高雄市	34	6.83	12	11.11	0	0.00	46	6.59
高雄縣	27	5.42	5	4.63	4	4.35	36	5.16
台南市	19	3.82	4	3.70	4	4.35	27	3.87
台南縣	19	3.82	3	2.78	3	3.26	25	3.58
新竹縣	11	2.21	0	0.00	2	2.17	13	1.86
彰化縣	6	1.20	4	3.70	2	2.17	12	1.72
南投縣	7	1.41	2	1.85	3	3.26	12	1.72
雲林縣	7	1.41	3	2.78	2	2.17	12	1.72
宜蘭縣	8	1.61	1	0.93	2	2.17	11	1.58
苗栗縣	10	2.01	1	0.93	0	0.00	11	1.58
嘉義市	8	1.61	1	0.93	1	1.09	10	1.43
嘉義縣	4	0.80	1	0.93	3	3.26	8	1.15
基隆市	6	1.20	0	0.00	1	1.09	7	1.00
新竹市	5	1.00	1	0.93	1	1.09	7	1.00
屏東縣	5	1.00	0	0.00	0	0.00	5	0.72
花蓮縣	4	0.80	0	0.00	0	0.00	4	0.57
台東縣	2	0.40	1	0.93	0	0.00	3	0.43
新加坡	0	0.00	0	0.00	3	3.26	3	0.43
美國	2	0.40	0	0.00	0	0.00	2	0.29
韓國	1	0.20	0	0.00	0	0.00	1	0.14
總計	498	100.00	108	100.00	92	100.00	698	100.00
$\chi^2 = 65.704^*$								

註：* $p \leq 0.05$

貳、遊客旅遊特性分析

在遊客之旅遊特性部分，分析內容包括主要資訊來源、旅遊方式、出發地點及選擇至金門旅遊的原因等；遊憩行為分析方面，包含遊覽地點、旅遊次數、停留時間、同伴人數、同伴性質及區內旅遊主要交通工具等。

一、主要資訊來源分析

所有受訪遊客之主要資訊來源，以親友同學同事為最多，佔 40.56%，其次為觀光遊憩政府單位（旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務）佔 21.53%。而經由卡方檢定分析得知，三種不同目的之遊客其主要資訊來源在未曾索取、觀光遊憩政府單位（旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務）、旅行社及親友同學同事等項目上之比例上具有顯著差異。就不同目的分別來看，三種不同目的之遊客皆以親友同學同事為主要資訊來源，其中又以探訪親友為主要目的者所佔比例最高(61.90%)；以觀光休閒度假為主要目的者，主要資訊來源為旅行社(20.28%)比例略高於其他兩種目的（詳見表 4-3-7）。

表 4-3-7 受訪遊客資訊來源分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計		χ^2
	N	%	N	%	N	%	N	%	
未曾索取	46	9.15	23	20.54	21	20.00	90	12.50	17.188 ***
平面媒體	70	13.92	16	14.29	8	7.62	94	13.06	3.212
電子媒體	58	11.53	12	10.71	6	5.71	76	10.56	3.116
政府單位	109	21.67	33	29.46	13	12.38	155	21.53	9.382 **
電腦網路	77	15.31	18	16.07	9	8.57	104	14.44	3.474
旅行社	102	20.28	9	8.04	2	1.90	113	15.69	28.043 ***
旅遊展覽	28	5.57	6	5.36	3	2.86	37	5.14	1.321
親友同學同事	189	37.57	38	33.93	65	61.90	292	40.56	23.746 ***

註 1：本題為複選題。

註 2：** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$ 。

二、旅遊方式分析

在所有受訪遊客之旅遊方式中，以自行規劃行程旅遊及參加旅行社套裝旅遊者最多，各佔 39.86%及 35.14%，其次為參加機關、公司舉辦的旅遊，占 23.47%。就不同旅遊目的分別加以探討，以觀光休閒渡假為主要目的者之遊客參加旅行社套裝旅遊者所佔比例最高（46.23%），其次為參加機關、公司舉辦的旅遊（28.57%）；而商務兼旅行者及探訪親友者，其自行規劃行程旅遊方式佔極大比例，分別為 60.71%及 94.23%；經由卡方檢定分析顯示，不同主要旅遊目的之遊客其旅遊方式具有顯著差異（ $\chi^2=218.942$ ）（詳見表 4-3-8）。

表 4-3-8 受訪遊客旅遊方式分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
參加旅行社套裝旅遊	233	46.23	15	13.39	5	4.81	253	35.14
參加機關、公司舉辦的旅遊	144	28.57	25	22.32	0	0.00	169	23.47
參加宗教團體舉辦的旅遊	6	1.19	3	2.68	0	0.00	9	1.25
自行規劃行程旅遊	121	24.01	68	60.71	98	94.23	287	39.86
其他旅遊方式	0	0.00	1	0.89	1	0.96	2	0.28
總計	504	100.00	112	100.00	103	100.00	720	100.00
$\chi^2=218.942^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

三、出發地點分析

在遊客出發地點方面，所有受訪遊客中以自台北出發者之比例最高，佔 53.54%，其次為自台中（21.49%）及高雄（15.53%）。而經由卡方檢定分析之結果顯示，遊客之主要目的不同其出發地點分佈具有顯著差異（ $\chi^2=28.189$ ）。就不同目的分別來看，三種不同目的之遊客其出發地點皆以台北居多，比例分別為 52.78%、51.79%以及 59.05%，其中並無以觀光休閒渡假為主要目的之遊客自廈門出發（詳見表 4-3-9）。

表 4-3-9 受訪遊客出發地點分析表

	觀光休閒渡假		商(公)務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
台北	266	52.78	58	51.79	62	59.05	386	53.54
台中	110	21.83	27	24.11	18	17.14	155	21.49
嘉義	20	3.97	2	1.79	6	5.71	28	3.88
台南	21	4.17	4	3.56	10	9.52	35	4.85
高雄	87	17.26	18	16.07	7	6.67	112	15.53
廈門	0	0.00	3	2.68	2	1.90	5	0.69
總計	504	100.00	112	100.00	105	100.00	721	100.00
$\chi^2 = 28.177^{**}$								

註：** $p \leq 0.01$

四、選擇本區旅遊原因分析

所有受訪遊客當中，選擇至金門旅遊的原因主要為學校公司團體安排(26.09%)、景觀優美(25.67%)、戰地體驗(25.11%)、親友推薦(19.32%)及文化巡禮(17.49%)。就不同目的來說，以觀光休閒渡假為主要目的者，其選擇本區旅遊原因主要為戰地體驗及學校公司團體安排；商務兼旅行者則多因學校公司團體安排以及會議學習型渡假；而探訪親友者主要目的多為親友推薦(28.28%)且並無以學校公司團體安排為旅遊原因者；進一步以卡方檢定分析，結果顯示遊客的主要目的不同，其選擇本區旅遊的原因之分佈，在戰地體驗、緬懷昔日軍旅生活、親友推薦、景觀優美、會議學習型渡假、文化巡禮、節慶活動、學校公司團體安排、釣魚及探訪親友之比例上具有明顯差異(詳見表 4-3-10)。

表 4-3-10 受訪遊客旅遊原因分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		χ^2
	N	%	N	%	N	%	N	%	
戰地體驗	156	31.33	11	9.91	11	11.00	178	25.11	34.459 ***
行銷活動	11	2.21	5	4.50	0	0.00	16	2.26	4.857
緬懷昔日軍旅生活	45	9.04	11	9.91	6	6.00	62	8.74	1.186
親友推薦	94	18.88	11	9.91	32	32.00	137	19.32	16.682 ***
景觀優美	141	28.31	17	15.32	24	24.00	182	25.67	8.207 *
會議學習型渡假	31	6.22	21	18.92	2	2.00	54	7.62	26.006 ***
運動健身	5	1.00	1	0.90	2	2.00	8	1.13	0.802
文化巡禮	105	21.08	12	10.81	7	7.00	124	17.49	15.515 ***
民俗宗教活動	17	3.41	2	1.80	4	4.00	23	3.24	0.963
節慶活動	2	0.40	2	1.80	6	6.00	10	1.41	18.915 ***
學校公司團體安排	154	30.92	31	27.93	0	0.00	185	26.09	41.525 ***
品嚐地方美食	57	11.45	9	8.11	14	14.00	80	11.28	1.868
參加生態旅遊	23	4.62	3	2.70	9	9.00	35	4.94	4.806
釣魚	0	0.00	0	0.00	3	3.00	3	0.42	18.348 ***
探訪親友	9	1.80	1	0.90	105	100.00	115	16.08	642.179 ***

註 1：本題為複選題。

註 2：* $p \leq 0.05$ ，*** $p \leq 0.001$ 。

五、區內遊覽地點分析

所有受訪遊客在區內遊覽地點的分析方面，造訪比例最高的十個地點依序分別為八二三戰史館（77.57%）、古寧頭戰史館（74.33%）、翟山坑道（73.77%）、莒光樓（72.21%）、太武山（67.70%）、毋忘在莒（64.17%）、馬山觀測所（58.25%）、榕園（51.62%）、模範街（49.79%）及慈湖（49.22%），而到訪比例最少的為蓮豐山牧馬侯祠，僅佔所有遊客之 3.96%。其中以觀光休閒渡假為目的者，其遊覽各地點的比例大多高於商務兼旅行及探訪親友者（詳見表 4-3-11）。

表 4-3-11 受訪遊客遊覽地點分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
八二三戰史館	445	88.29	53	49.53	52	53.06	550	77.57
古寧頭戰史館	440	87.30	46	42.99	41	41.84	527	74.33
翟山坑道	431	85.52	50	46.73	42	42.86	523	73.77
莒光樓	423	83.93	43	40.19	46	46.94	512	72.21
太武山	401	79.56	36	33.64	43	43.88	480	67.70
毋忘在莒	385	76.39	35	32.71	35	35.71	455	64.17
馬山觀測所	340	67.46	41	38.32	32	32.65	413	58.25
榕園	296	58.73	35	32.71	35	35.71	366	51.62
模範街	272	53.97	44	41.12	37	37.76	353	49.79
慈湖	276	54.76	33	30.84	40	40.82	349	49.22
烈女廟	280	55.56	24	22.43	21	21.43	325	45.84
雙鯉濕地自然中心	269	53.37	32	29.91	21	21.43	322	45.42
邱良功母節孝坊	238	47.22	41	38.32	30	30.61	309	43.58
太湖	218	43.25	38	35.51	39	39.80	295	41.61
九宮坑道	240	47.62	24	22.43	18	18.37	282	39.77
八達樓子	222	44.05	22	20.56	21	21.43	265	37.38
李光前將軍廟	187	37.10	26	24.30	26	26.53	239	33.71
古寧頭傳統聚落	191	37.90	24	22.43	24	24.49	239	33.71
文臺寶塔	201	39.88	21	19.63	15	15.31	237	33.43
金門酒廠	181	35.91	24	22.43	29	29.59	234	33.00
山后民俗文化村	167	33.13	34	31.78	28	28.57	229	32.30
瓊林戰鬥坑道	167	33.13	22	20.56	20	20.41	209	29.48
水頭傳統聚落	155	30.75	29	27.10	23	23.47	207	29.20
將軍廟	165	32.74	22	20.56	17	17.35	204	28.77
中山紀念林遊憩區	155	30.75	28	26.17	16	16.33	199	28.07
得月樓洋樓群	153	30.36	18	16.82	20	20.41	191	26.94
乳山故堡	151	29.96	14	13.08	12	12.24	177	24.96
經國紀念館	129	25.60	16	14.95	16	16.33	161	22.71
海印寺、石門關	122	24.21	13	12.15	13	13.27	148	20.87
北山古洋樓	118	23.41	15	14.02	14	14.29	147	20.73
瓊林傳統聚落	103	20.44	20	18.69	20	20.41	143	20.17
古崗湖	98	19.44	17	15.89	23	23.47	138	19.46

續表 4-3-11 受訪遊客遊覽地點分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
古崗樓	89	17.66	22	20.56	20	20.41	131	18.48
清金門鎮總兵署	93	18.45	18	16.82	20	20.41	131	18.48
將軍堡	100	19.84	14	13.08	12	12.24	126	17.77
海印寺石門關	100	19.84	11	10.28	12	12.24	123	17.35
古龍頭水尾塔	104	20.63	10	9.35	8	8.16	122	17.21
延平郡王祠	92	18.25	13	12.15	16	16.33	121	17.07
茅山塔	78	15.48	17	15.89	14	14.29	109	15.37
虛江嘯臥碣群	82	16.27	14	13.08	11	11.22	107	15.09
金沙水庫	66	13.10	20	18.69	19	19.39	105	14.81
珠山傳統聚落	77	15.28	14	13.08	10	10.20	101	14.25
南北山傳統聚落	71	14.09	12	11.21	16	16.33	99	13.96
湖井頭戰史館	67	13.29	13	12.15	15	15.31	95	13.40
瓊林蔡氏祠堂	67	13.29	12	11.21	15	15.31	94	13.26
水頭黃氏酉堂別業	65	12.90	8	7.48	12	12.24	85	11.99
歐厝傳統聚落	52	10.32	14	13.08	13	13.27	79	11.14
一門三節坊	57	11.31	9	8.41	11	11.22	77	10.86
水頭將軍泉	56	11.11	8	7.48	11	11.22	75	10.58
陵水湖與西湖	53	10.52	9	8.41	12	12.24	74	10.44
邱良功墓園	52	10.32	7	6.54	10	10.20	69	9.73
浯江書院朱子祠	43	8.53	11	10.28	9	9.18	63	8.89
漢影雲根碣	36	7.14	7	6.54	15	15.31	58	8.18
奎閣	38	7.54	10	9.35	7	7.14	55	7.76
古龍頭振威第	43	8.53	4	3.74	5	5.10	52	7.33
五虎山	29	5.75	7	6.54	8	8.16	44	6.21
貓公石海岸	25	4.96	10	9.35	4	4.08	39	5.50
蓮豐山牧馬侯祠	16	3.17	4	3.74	8	8.16	28	3.95

註：本題為複選題。

六、旅遊次數分析

過去五年內造訪次數方面，遊客之平均造訪次數為 2.91 次。以 F 檢定分析顯示，不同目的之遊客其平均造訪次數有顯著差異，其中以探訪親友者之平均造訪次數（7.21 次）為最多，其次為商務兼旅行者之平均造訪次數（5.16 次），而

觀光休閒度假者之平均旅遊次數（1.62 次）為最少。將過去五年內造訪次數進行分類比較，整體而言，造訪次數以 1 次（66.62%）為最多，觀光休閒度假者及商務兼旅行者亦以 1 次（81.12%及 43.27%）為最多，而探訪親友者則是以 5 次以上（47.37%）為最多，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其造訪次數有顯著差異（詳見表 4-3-12）。

表 4-3-12 受訪遊客旅遊次數分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1 次	404	81.12	46	43.81	15	15.79	465	66.62
2 次	53	10.64	14	13.33	15	15.79	82	11.75
3 次	15	3.01	10	9.52	15	15.79	40	5.73
4 次	4	0.80	7	6.67	5	5.26	16	2.29
5 次以上	22	4.42	28	26.67	45	47.37	95	13.61
總計	498	100.00	105	100.00	95	100.00	698	100.00
$\chi^2 = 229.524^{***}$								
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
平均旅遊次數	1.62	2.85	5.16	9.06	7.21	8.71	2.91	5.72
$F = 54.955^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

七、停留時間分析

在遊程天數方面，遊客之平均停留時間為 3.55 天。以 F 檢定分析顯示，不同目的之遊客其平均停留時間有顯著差異，其中以探訪親友者之平均停留時間（5.48 天）為最久，其次為商務兼旅行者之平均停留時間（3.96 天），而觀光休閒度假者之平均停留時間（3.06 天）為最短。將停留時間進行分類比較，整體而言，停留時間以 3 天（67.32%）為最多，觀光休閒度假者及商務兼旅行者亦以 3 天（82.87%及 34.86%）為最多，而探訪親友者則是以 5 天以上（47.06%）為最多，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其停留時間有顯著差異（詳見表 4-3-13）。

表 4-3-13 受訪遊客停留時間分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1 天	7	1.39	25	22.94	8	7.84	40	5.61
2 天	40	7.97	19	17.43	13	12.75	72	10.10
3 天	416	82.87	38	34.86	26	25.49	480	67.32
4 天	26	5.18	11	10.09	7	6.86	44	6.17
5 天以上	13	2.59	16	14.68	48	47.06	77	10.80
總計	502	100.00	109	100.00	102	100.00	713	100.00
$\chi^2 = 306.115^{***}$								
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
平均停留時間	3.06	1.08	3.96	7.91	5.48	5.34	3.55	3.88
$F = 17.969^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

八、同伴人數及性質分析

在同伴人數方面，遊客之平均同伴人數為 31.79 人。以 F 檢定分析顯示，不同目的之遊客其平均同伴人數有顯著差異，其中以觀光休閒度假者之平均同伴人數（39.58 人）為最多，其次為商務兼旅行者之平均同伴人數（23.75 人），而探訪親友者之平均同伴人數（2.50 人）為最少。將同伴人數進行分類比較，整體而言，同伴人數最多及其次分別為 2~5 人（27.51%）及 41 人以上（21.51%），而觀光休閒度假者之同伴人數最多及其次分別為 41 人以上（26.49%）及 2~5 人（22.71%），商務兼旅行者之同伴人數則以 2~5 人（34.23%）為最多，其次為獨自 1 人（25.23%），探訪親友者之同伴人數則大多集中於 5 人以下（96.12%），以 2~5 人（43.69%）為最多，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其同伴人數有顯著差異（詳見表 4-3-14）。

表 4-3-14 受訪遊客同伴人數分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有同伴	14	2.79	28	25.23	23	22.33	65	9.08
1 人	53	10.56	15	13.51	31	30.10	99	13.83
2~5 人	114	22.71	38	34.23	45	43.69	197	27.51
6~10 人	40	7.97	2	1.80	3	2.91	45	6.28
11~20 人	42	8.37	2	1.80	0	0.00	44	6.15
21~30 人	43	8.57	4	3.60	0	0.00	47	6.56
31~40 人	63	12.55	2	1.80	0	0.00	65	9.08
41 人以上	133	26.49	20	18.02	1	0.97	154	21.51
總計	502	100.00	111	100.00	103	100.00	716	100.00
$\chi^2 = 194.983^{***}$								
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
平均同伴人數	39.58	57.36	23.75	56.23	2.50	6.92	31.79	54.54
$F = 22.439^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在同伴性質方面，整體而言，同伴性質以同學、同事、朋友或鄰居（43.46%）為最多，其次為配偶（20.00%），觀光休閒度假者亦以同學、同事、朋友或鄰居（46.41%）為最多，配偶（20.48%）次之，而商務兼旅行者以同學、同事、朋友或鄰居（53.64%）為最多，沒有同伴（27.27%）次之，探訪親友者則是以沒有同伴（26.04%）為最多，其次為配偶（25.00%），經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其同伴性質有顯著差異（詳見表 4-3-15）。

表 4-3-15 受訪遊客同伴性質分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有同伴	22	4.79	30	27.27	25	26.04	77	11.58
配偶	94	20.48	15	13.64	24	25.00	133	20.00
子女	25	5.45	1	0.91	7	7.29	33	4.96
父母	55	11.98	2	1.82	10	10.42	67	10.08
兄弟姊妹、親戚	50	10.89	3	2.73	13	13.54	66	9.92
同學、同事、朋友或鄰居	213	46.41	59	53.64	17	17.71	289	43.46
總計	459	100.00	110	100.00	96	100.00	665	100.00
$\chi^2 = 102.122^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

九、區內主要交通工具分析

在交通工具方面，整體而言，交通工具以搭乘遊覽車（56.63%）為最多，騎乘機車（15.83%）次之。觀光休閒渡假者亦以搭乘遊覽車（73.33%）為最多，騎乘機車（12.32%）次之，而商務兼旅行者以搭乘遊覽車（28.44%）為最多，租用小客車（22.94%）次之，探訪親友者則是以騎乘機車（27.84%）為最多，其次為駕駛自用小客車（24.74%），經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客所使用的交通工具有顯著差異（詳見表 4-3-16）。

表 4-3-16 受訪遊客主要交通工具分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
徒步	1	0.20	0	0.00	0	0.00	1	0.14
自行車	8	1.62	3	2.75	6	6.19	17	2.43
機車	61	12.32	23	21.10	27	27.84	111	15.83
計程車	8	1.62	18	16.51	11	11.34	37	5.28
自用小客車	10	2.02	8	7.34	24	24.74	42	5.99
租用小客車	37	7.47	25	22.94	20	20.62	82	11.70
搭乘公車	7	1.41	1	0.92	6	6.19	14	2.00
遊覽車	363	73.33	31	28.44	3	3.09	397	56.63
總計	495	100.00	109	100.00	97	100.00	701	100.00
$\chi^2 = 262.409^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

參、遊憩滿意度分析

本節針對到訪金門之遊客對道路、住宿、餐飲、購物、停車設施及公共廁所等各項設施與活動及遊憩系統之各項與整體滿意度、重遊意願、推薦意願等進行意見調查。

一、道路指示牌及路況滿意度分析

在道路指示牌及道路狀況方面，針對道路指示牌數量及明確度的部分，整體滿意度平均皆為 3.59，介於普通至滿意之間，以觀光休閒渡假者之滿意度（3.67 及 3.67）為最高，其次為探訪親友者（3.47 及 3.43），而商務兼旅行者之滿意度（3.35 及 3.38）較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對道路指示牌數量及明確度之滿意度有顯著差異；針對道路路面品質的部分，整體滿意度平均為 3.62，同樣是介於普通至滿意之間，其中以觀光休閒渡假者之滿意度（3.75）為最高，其次為商務兼旅行者（3.42），而探訪親友者之滿意度（3.23）較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對道路路面品質之滿意度有顯著差異；針對道路交通流暢情形的部分，整體滿意度平均為 4.11，介於滿意至極滿意之間，以觀光休閒渡假者之滿意度（4.16）為最高，其次為商務兼旅行者（4.02），而探訪親友者之滿意度（3.98）較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對道路交通流暢情形之滿意度有顯著差異（詳見表 4-3-17）。

表 4-3-17 受訪遊客對道路指示牌及路況意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
道路指示牌數量	3.67	0.89	3.35	0.89	3.47	0.73	3.59	0.87	6.514 ***
道路指示牌明確度	3.67	0.85	3.38	0.85	3.43	0.77	3.59	0.85	6.950 ***
道路路面品質	3.75	0.83	3.42	1.09	3.23	1.07	3.62	0.93	16.526 ***
道路交通之流暢情形	4.16	0.71	4.02	0.86	3.98	0.82	4.11	0.75	3.443 *

註：* $p \leq 0.05$ ，*** $p \leq 0.001$

二、住宿比例及意見分析

在住宿方面，94.45%的遊客此次旅遊有在金門住宿，其中觀光休閒渡假者此次旅遊有住宿的比例最高，佔 98.21%，探訪親友者次之，佔 94.29%，住宿比例較低的是商務兼旅行者，佔 77.68%，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其住宿的比例有顯著差異（詳見表 4-3-18）。

表 4-3-18 受訪遊客住宿比例分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有	9	1.79	25	22.32	6	5.71	40	5.55
有	495	98.21	87	77.68	99	94.29	681	94.45
總計	504	100.00	112	100.00	105	100.00	719	100.00
$\chi^2 = 73.755^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在住宿地點方面，將金門住宿的地點分為住宿親友家及下榻飯店兩種，整體而言，此次旅遊下榻飯店的遊客佔 82.82%，其中以觀光休閒渡假者下榻飯店的比例為最高，佔 94.55%，商務兼旅行者次之，佔 80.46%，探訪親友者下榻飯店僅 26.26%，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其住宿地點有顯著差異（詳見表 4-3-19）。

表 4-3-19 受訪遊客住宿地點分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
親友家	27	5.45	17	19.54	73	73.74	117	17.18
飯店	468	94.55	70	80.46	26	26.26	564	82.82
總計	495	100.00	87	100.00	98	100.00	679	100.00
$\chi^2 = 270.728^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在住宿滿意度方面，整體而言，遊客針對下榻飯店之服務態度、住宿設施品質、清潔衛生及住宿價格之平均滿意度分別為 3.48、3.40、3.44 及 3.49，皆介於普通至滿意之間，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對住宿方面的滿意度沒有顯

著差異，表示不同目的之遊客對住宿方面的看法一致（詳見表 4-3-20）。

表 4-3-20 受訪遊客對住宿設施意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
住宿服務態度	3.47	0.77	3.53	0.64	3.50	0.83	3.48	0.75	0.181
住宿設施品質	3.39	0.82	3.48	0.68	3.38	0.92	3.40	0.81	0.412
住宿清潔衛生	3.44	0.84	3.47	0.81	3.33	0.96	3.44	0.84	0.233
住宿價格	3.49	0.69	3.51	0.71	3.39	0.84	3.49	0.70	0.248

在住宿飯店方面，針對住宿比例較高之台金、金沙、金瑞及浯江四家飯店進行住宿滿意度分析，整體而言，遊客對於這四家飯店服務態度及住宿價格之滿意度分別為 3.57 及 3.51，介於普通至滿意之間，經 F 檢定分析遊客對這四家飯店服務態度及住宿價格之滿意度沒有顯著差異；住宿設施品質之平均滿意度為 3.54，同樣是介於普通至滿意之間，其中以浯江（3.69）及金沙（3.68）之住宿設施品質滿意度較高，其次為台金（3.55）及金瑞（3.26），而清潔衛生之平均滿意度為 3.58，也是介於普通至滿意之間，其中以金沙（3.71）及台金（3.70）之清潔衛生滿意度較高，其次為浯江（3.67）及金瑞（3.32），經 F 檢定分析顯示遊客對於不同飯店的住宿設施品質及清潔衛生之滿意度有顯著差異（詳見表 4-3-21）。

表 4-3-21 受訪遊客對飯店住宿設施意見分析表

	台金		金沙		金瑞		浯江		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
住宿服務態度	3.61	0.62	3.55	0.76	3.60	0.68	3.54	0.61	3.57	0.65	0.194
住宿設施品質	3.55	0.70	3.68	0.74	3.26	0.85	3.69	0.62	3.54	0.74	4.892 **
住宿清潔衛生	3.70	0.70	3.71	0.61	3.32	0.86	3.67	0.63	3.58	0.73	4.250 **
住宿價格	3.62	0.59	3.49	0.61	3.50	0.59	3.48	0.55	3.51	0.58	0.523

註： ** $p \leq 0.01$

三、用餐比例及意見分析

在用餐方面，94.31%的遊客此次旅遊有在金門用餐，其中觀光休閒渡假者此次旅遊有用餐的比例最高，佔 98.61%，商務兼旅行者次之，佔 87.50%，用餐比例較低的是探訪親友者，佔 80.95%，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其用餐的比例有顯著差異（詳見表 4-3-22）。

表 4-3-22 受訪遊客用餐比例分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有	7	1.39	14	12.50	20	19.05	41	5.69
有	497	98.61	98	87.50	85	80.95	680	94.31
總計	504	100.00	112	100.00	104	100.00	721	100.00
$\chi^2 = 62.694^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在餐飲滿意度方面，遊客對用餐地點之服務態度、清潔衛生、餐飲價格及餐飲特色之平均滿意度分別為 3.43、3.40、3.48 及 3.44，皆介於普通至滿意之間，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對餐飲方面的滿意度沒有顯著差異，表示不同目的之遊客對餐飲方面的看法一致（詳見表 4-3-23）。

表 4-3-23 受訪遊客對餐飲設施意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
餐飲服務態度	3.44	0.68	3.43	0.64	3.39	0.79	3.43	0.69	0.185
餐飲清潔衛生	3.41	0.70	3.42	0.63	3.29	0.78	3.40	0.70	1.093
餐飲價格	3.49	0.63	3.46	0.68	3.48	0.65	3.48	0.64	0.046
餐飲特色	3.40	0.79	3.54	0.65	3.52	0.77	3.44	0.77	1.693

四、購物比例及意見分析

在購買特產及紀念品方面，92.37%的遊客此次旅遊有購買特產及紀念品，其中觀光休閒渡假者購買特產及紀念品的比例最高，佔 96.23%，商務兼旅行者次之，佔 85.71%，購買特產及紀念品比例較低的是探訪親友者，佔 80.95%，經

卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其購買特產及紀念品的比例有顯著差異(詳見表 4-3-24)。

表 4-3-24 受訪遊客購物比例分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有	19	3.77	16	14.29	20	19.05	55	7.63
有	485	96.23	96	85.71	85	80.95	666	92.37
總計	504	100.00	112	100.00	105	100.00	721	100.00
$\chi^2 = 37.125^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在購買特產及紀念品滿意度方面，遊客對特產品販賣服務態度、產品特色及產品價格之平均滿意度分別為 3.57、3.73 及 3.40，皆介於普通至滿意之間，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對購買特產及紀念品方面的滿意度沒有顯著差異，表示不同目的之遊客對購買特產及紀念品方面的看法一致(詳見表 4-3-25)。

表 4-3-25 受訪遊客對特產及紀念品販賣意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
特產品販賣服務態度	3.55	0.72	3.62	0.66	3.62	0.66	3.57	0.70	0.565
產品特色	3.73	0.64	3.71	0.62	3.79	0.66	3.73	0.64	0.386
產品價格	3.37	0.75	3.51	0.68	3.44	0.72	3.40	0.74	1.613

五、使用停車場比例及意見分析

在使用停車設施方面，46.94%的遊客此次旅遊有使用停車設施，其中觀光休閒渡假者有使用停車設施的比例為 46.71%，商務兼旅行者之停車設施使用比例為 41.07%，而探訪親友者之停車設施使用比例為 54.29%，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其使用停車設施的比例沒有顯著差異(詳見表 4-3-26)。

表 4-3-26 受訪遊客使用停車場比例分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有	267	53.29	66	58.93	48	45.71	381	53.06
有	234	46.71	46	41.07	57	54.29	337	46.94
總計	501	100.00	112	100.00	105	100.00	718	100.00
$\chi^2 = 3.835$								

在停車設施滿意度方面，針對停車場設置地點、停車場位置指標及停車場數量的部分，整體滿意度平均分別為 3.69、3.64 及 3.69，介於普通至滿意之間，以觀光休閒渡假者之滿意度(3.76、3.73 及 3.77)為最高，其次為探訪親友者(3.54、3.54 及 3.55)，而商務兼旅行者之滿意度(3.48、3.35 及 3.46)較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對停車場設置地點、停車場位置指標及停車場數量之滿意度有顯著差異(詳見表 4-3-27)。

表 4-3-27 受訪遊客對停車設施意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
停車場設置地點	3.76	0.61	3.48	0.75	3.54	0.71	3.69	0.66	5.414 **
停車場位置指標	3.73	0.66	3.35	0.74	3.54	0.73	3.64	0.69	6.728 ***
停車場數量	3.77	0.59	3.46	0.78	3.55	0.85	3.69	0.68	5.763 **

註：** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$

六、使用公共廁所比例及意見分析

在使用公共廁所方面，82.94%的遊客此次旅遊有使用金門的公共廁所，其中觀光休閒渡假者使用公共廁所的比例最高，佔 91.67%，商務兼旅行者次之，佔 70.54%，公共廁所使用比例較低的是探訪親友者，佔 54.29%，經卡方檢定分析顯示不同目的之遊客其使用公共廁所的比例有顯著差異(詳見表 4-3-28)。

表 4-3-28 受訪遊客使用公共廁所比例分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
沒有	42	8.33	33	29.46	48	45.71	123	17.06
有	462	91.67	79	70.54	57	54.29	598	82.94
總計	504	100.00	112	100.00	105	100.00	721	100.00
$\chi^2 = 100.236^{***}$								

註：*** $p \leq 0.001$

在公共廁所滿意度方面，針對廁所設置地點、廁所位置指標及廁所數量的部分，整體滿意度平均分別為 3.74、3.74 及 3.67，皆介於普通至滿意之間，以觀光休閒度假者之滿意度（3.78、3.78 及 3.72）為最高，其次為探訪親友者（3.67、3.66 及 3.54），而商務兼旅行者之滿意度（3.57、3.57 及 3.49）較低；針對廁所清潔與衛生的部分，整體滿意度平均為 3.74，同樣介於普通至滿意之間，以觀光休閒度假者之滿意度（3.81）為最高，其次為商務兼旅行者（3.52），而以探訪親友者之滿意度（3.51）較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對廁所設置地點、廁所位置指標、廁所數量及廁所清潔與衛生之滿意度有顯著差異（詳見表 4-3-29）。

表 4-3-29 受訪遊客對公共廁所意見分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
廁所設置地點	3.78	0.63	3.57	0.67	3.67	0.76	3.74	0.65	4.151 *
廁所位置指標	3.78	0.65	3.57	0.67	3.66	0.79	3.74	0.67	3.796 *
廁所數量	3.72	0.70	3.49	0.70	3.54	0.83	3.67	0.72	4.642 **
廁所清潔與衛生	3.81	0.73	3.52	0.78	3.51	0.95	3.74	0.77	7.617 ***

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$

七、遊憩活動與設施意見分析

在遊憩活動與設施滿意度方面，遊客對遊憩活動宣傳與資訊提供、活動種類、活動品質、設施數量及設施品質之平均滿意度分別為 3.95、3.97、3.98、3.95 及 3.98，意見皆相當接近滿意，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客對遊憩活動與設施方面的滿意度沒有顯著差異，表示不同目的之遊客對遊憩活動與設施方面的看法一致（詳見表 4-3-30）。

表 4-3-30 受訪遊客對遊憩活動與設施意見分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
遊憩活動宣傳與資訊提供	3.90	1.43	4.01	1.63	4.15	1.85	3.95	1.53	1.259
遊憩活動種類	3.95	1.47	3.96	1.83	4.09	1.80	3.97	1.58	0.330
遊憩活動品質	3.93	1.43	4.16	1.89	4.05	1.82	3.98	1.57	1.046
遊憩設施數量	3.89	1.45	4.09	1.86	4.08	1.97	3.95	1.60	1.077
遊憩設施品質	3.93	1.42	4.14	1.83	4.03	1.92	3.98	1.57	0.847

八、滿意度、重遊與推薦意願分析

在整體滿意度方面，整體平均為 3.74，介於普通至滿意之間，其中觀光休閒渡假者之整體滿意度為 3.76，商務兼旅行者為 3.67，而探訪親友者為 3.70，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客的整體滿意度沒有顯著差異，表示不同目的之遊客的整體滿意度意見一致（詳見表 4-3-31）。

表 4-3-31 受訪遊客對金門整體滿意度分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
整體滿意度	3.76	0.63	3.67	0.62	3.70	0.69	3.74	0.64	1.197

在重遊意願方面，整體平均為 3.69，介於普通至願意之間，其中以探訪親友者之重遊意願（3.98）為最高，其次為商務兼旅行者（3.86），而以觀光休閒渡假者之重遊意願（3.60）較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客的重遊意願有顯著差異（詳見表 4-3-32）。

表 4-3-32 受訪遊客重遊金門意願分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
重遊意願	3.60	0.85	3.86	0.71	3.98	0.73	3.69	0.83	12.478 ***

註：*** $p \leq 0.001$

在推薦親朋好友到訪金門意願方面，整體平均為 3.82，介於普通至願意之間，其中以探訪親友者之推薦意願(4.05)為最高，其次為商務兼旅行者(3.90)，而以觀光休閒渡假者之重遊意願(3.76)較低，經 F 檢定分析顯示不同目的之遊客的推薦意願有顯著差異(詳見表 4-3-33)。

表 4-3-33 受訪遊客推薦親友到訪金門意願分析表

	觀光休閒渡假		商務兼旅行		探訪親友		總計		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
推薦意願	3.76	0.77	3.90	0.65	4.05	0.74	3.82	0.76	7.067 ***

註：*** $p \leq 0.001$

第四節 不同旅遊型態遊客資料分析

本研究進一步依據到訪金門之旅遊型態，將遊客區分為自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊，並進行遊客基本資料、旅遊特性與滿意度分析，以瞭解不同旅遊型態遊客之差異。

壹、遊客基本資料分析

一、性別分析

受訪遊客性別分析方面以卡方檢定分析不同旅遊型態之遊客，其性別比例是否有顯著差異，分析結果顯示不同旅遊型態之遊客其性別比例並無顯著差異；若就不同旅遊型態來看，自行規劃遊程者其男性所佔比例高於女性，佔 53.97%，而參加旅行社套裝旅遊行程者之性別分佈，則以女性高於男性，佔 53.35% (詳見表 4-4-1)。

表 4-4-1 不同旅遊型態之受訪遊客性別分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
男	163	53.97	195	46.65	358	49.72
女	139	46.03	223	53.35	362	50.28
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2=3.761$						

二、年齡分析

不同旅遊型態之遊客年齡皆以 21~50 歲間為主，其中自行規劃遊程者，遊客年齡以 21~30 歲最多，佔 34.11%，其次為 31~40 歲（23.41%），而參加旅行社套裝旅遊行程之年齡分佈以 41~50 歲居多，佔 26.63%，其次為 21~30 歲（21.77%）及 31~40 歲（21.29%）；經由卡方檢定分析結果顯示，不同旅遊型態之遊客年齡分佈具有顯著差異（ $\chi^2=19.608$ ）（詳見表 4-4-2）。

表 4-4-2 不同旅遊型態之受訪遊客年齡分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
20 歲以下	31	10.37	43	10.29	74	10.32
21~30 歲	102	34.11	91	21.77	193	26.92
31~40 歲	70	23.41	89	21.29	159	22.18
41~50 歲	54	18.06	110	26.32	164	22.87
51~60 歲	37	12.37	77	18.42	114	15.90
61~70 歲	4	1.34	7	1.67	11	1.53
71 歲以上	1	0.33	1	0.24	2	0.28
總計	299	100.00	418	100.00	717	100.00
$\chi^2=19.608^{**}$						

註：** $p \leq 0.01$

三、教育程度分析

受訪遊客教育程度分析部分，以卡方檢定分析不同旅遊型態之遊客教育程度分佈情形，結果顯示遊客之旅遊型態不同，其教育程度分佈有顯著差異（ $\chi^2=13.166$ ）。就不同旅遊目的加以分別探討，自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊

者之教育程度皆以大學居多，分別佔 39.12%及 32.00%，而自行規劃遊程以高中職(20.41%)及專科(21.43%)次之，參加旅行社套裝旅遊者則以高中職(29.50%)次之（詳見表 4-4-3）。

表 4-4-3 不同旅遊型態之受訪遊客教育程度分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
國中及以下	16	5.44	35	8.75	51	7.35
高中職	60	20.41	118	29.50	178	25.65
專科	63	21.43	64	16.00	127	18.30
大學	115	39.12	128	32.00	243	35.01
研究所及以上	40	13.61	55	13.75	95	13.69
總計	294	100.00	400	100.00	694	100.00
$\chi^2=13.166^{**}$						

註：** $p \leq 0.01$

四、職業分析

受訪遊客職業分析部分經由卡方檢定分析，結果顯示不同旅遊型態之遊客其職業分佈具有顯著差異（ $\chi^2=22.920$ ）。就不同旅遊型態分別來看，自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊者，其職業皆以專業人員居多，分別佔 28.43%及 23.26%，其次為學生及服務工作人員及售貨員（詳見表 4-4-4）。

伍、個人月收入分析

在個人月收入方面經由卡方分析檢定，顯示遊客之旅遊型態不同，其個人月收入分佈具有顯著差異（ $\chi^2=1.387$ ）。自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊者其個人月收入皆以 20,000 元以下居多，分別佔 28.14%及 29.47%，其次亦皆為 20,001 ~ 40,000 元，分別為 27.46%及 26.09%（詳見表 4-4-5）。

表 4-4-4 不同旅遊型態之受訪遊客職業分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
民意代表、行政主管、企業主管及經理人員	24	8.03	40	9.59	64	8.94
專業人員	85	28.43	97	23.26	182	25.42
技術員及助理專業人員	29	9.70	29	6.95	58	8.10
事務人員	11	3.68	23	5.52	34	4.75
服務工作人員及售貨員	46	15.38	57	13.67	103	14.39
農、林、漁、牧工作人員	4	1.34	11	2.64	15	2.09
技術工及有關工作人員	4	1.34	10	2.40	14	1.96
機械設備操作工及組裝工	2	0.67	10	2.40	12	1.68
非技術及體力工	1	0.33	4	0.96	5	0.70
現役軍人	9	3.01	2	0.48	11	1.54
學生	57	19.06	77	18.47	134	18.72
家管及退休人員	27	9.03	56	13.43	83	11.59
待業中	0	0.00	1	0.24	1	0.14
總計	299	100.0	417	100.0	716	100.0
$\chi^2=22.920^*$						

註：* $p \leq 0.05$

表 4-4-5 不同旅遊型態之受訪遊客個人月收入分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
20,000 元以下	83	28.14	122	29.47	205	28.91
20,001 ~ 40,000 元	81	27.46	108	26.09	189	26.66
40,001 ~ 60,000 元	69	23.39	89	21.50	158	22.28
60,001 ~ 80,000 元	36	12.20	61	14.73	97	13.68
80,001 ~ 100,000 元	9	3.05	12	2.90	21	2.96
100,001 元以上	17	5.76	22	5.31	39	5.50
總計	295	100.00	414	100.00	709	100.00
$\chi^2=1.387^*$						

註：* $p \leq 0.05$ 。

六、居住縣市分析

受訪遊客居住縣市分析，經由卡方檢定分析，結果顯示遊客之旅遊型態不同，其居住縣市分佈具有顯著差異 ($\chi^2=59.163$)。就不同旅遊型態來看，自行規

劃遊程者其居住縣市以台北縣居多 (22.97%)，其次為台北市 (18.37%)，而居住於桃園縣者之比例偏高 (9.89%)；而參加旅行社套裝旅遊者以台北縣及台中縣居多，分別為 14.49%及 14.01%，其次為台中市 (13.77%) 及台北市 (13.29%) (詳見表 4-4-6)。

表 4-4-6 不同旅遊型態之受訪遊客居住縣市分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
台北縣	65	22.97	60	14.49	125	17.93
台北市	52	18.37	55	13.29	107	15.35
台中市	22	7.77	57	13.77	79	11.33
台中縣	19	6.71	58	14.01	77	11.05
桃園縣	28	9.89	26	6.28	54	7.75
高雄市	16	5.65	30	7.25	46	6.60
高雄縣	14	4.95	22	5.31	36	5.16
台南市	8	2.83	19	4.59	27	3.87
台南縣	13	4.59	12	2.90	25	3.59
新竹縣	2	0.71	11	2.66	13	1.87
彰化縣	5	1.77	7	1.69	12	1.72
南投縣	6	2.12	6	1.45	12	1.72
雲林縣	5	1.77	7	1.69	12	1.72
宜蘭縣	2	0.71	9	2.17	11	1.58
苗栗縣	2	0.71	9	2.17	11	1.58
嘉義市	8	2.83	2	0.48	10	1.43
嘉義縣	7	2.47	1	0.24	8	1.15
基隆市	1	0.35	6	1.45	7	1.00
新竹市	1	0.35	6	1.45	7	1.00
屏東縣	1	0.35	4	0.97	5	0.72
花蓮縣	1	0.35	3	0.72	4	0.57
台東縣	1	0.35	2	0.48	3	0.43
新加坡	2	0.71	1	0.24	3	0.43
美國	1	0.35	1	0.24	2	0.29
韓國	1	0.35	0	0.00	1	0.14
總計	283	100.00	414	100.00	697	100.00
$\chi^2=59.163^{***}$						

註：* $p \leq 0.05$

貳、遊客旅遊特性分析

在遊客之旅遊特性部分，分析內容包括本次到金門之主要目的、主要資訊來源、出發地點及選擇至金門旅遊的原因等；遊憩行為分析方面，包含遊覽地點、旅遊次數、停留時間、同伴人數、同伴性質、區內旅遊主要交通工具及消費情形等。

一、本次到金門之主要目的

受訪遊客本次到金門之主要目的經卡方檢定分析結果，顯示遊客旅遊型態不同，其主要目的具有顯著差異 ($\chi^2=234.534$)。自行規劃遊程之遊客其目的以觀光休閒度假為主，佔 40.07%，其次為探訪親友 (33.11%)，而目的為商務兼旅行者以至金門洽公兼旅遊者居多 (73.08%)；參加旅行社套裝旅遊者其主要目的大部分皆為觀光休閒度假者，佔其中 91.63%，而目的為商務兼旅行者亦以至金門洽公兼旅遊者居多 (70.00%)。此外分析商務兼旅行受訪者之細項目的，結果顯示不同旅遊型態遊客在兩目的之比例分配無顯著差異，皆以金門洽公兼旅遊者居多 (詳見表 4-4-7)。

表 4-4-7 不同旅遊型態之受訪遊客主要目的分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
觀光休閒度假	121	40.07	383	91.63	504	70.00
商務兼旅行	81	26.82	31	7.42	112	15.56
金門洽公兼旅遊	57	73.08	21	70.00	78	72.22
小三通兼金門旅遊	21	26.92	9	30.00	30	27.78
$\chi^2=0.102$						
探訪親友	100	33.11	4	0.96	104	14.44
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2=234.534^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

二、主要資訊來源

受訪遊客之主要資訊來源，經由卡方檢定分析得知，不同旅遊型態之遊客其主要資訊來源在未曾索取、旅行社及親友同學同事等項目上之比例上具有顯著差異。就不同旅遊型態分別來看，自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊者皆以親友同學同事為主要的資訊來源，其中以自行規劃遊程所佔比例較高（51.32%），其次為觀光遊憩政府單位（旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務），而參加旅行社套裝旅遊者其主要資訊來源為旅行社之比例偏高（25.90%）（詳見表 4-4-8）。

表 4-4-8 不同旅遊型態之受訪遊客資訊來源分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		χ^2
	N	%	N	%	N	%	
未曾索取	49	16.23	40	9.59	89	12.38	7.105 **
平面媒體	42	13.91	52	12.47	94	13.07	0.318
電子媒體	23	7.62	53	12.71	76	10.57	4.808
政府單位	66	21.85	89	21.34	155	21.56	0.027
電腦網路	55	18.21	49	11.75	104	14.46	5.910
旅行社	5	1.66	108	25.90	113	15.72	77.717 ***
旅遊展覽	11	3.64	26	6.24	37	5.15	2.412
親友同學同事	155	51.32	137	32.85	292	40.61	24.776 ***
其他資訊來源	6	1.99	3	0.72	9	1.25	2.276

註 1：本題為複選題。

註 2：** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$ 。

三、出發地點分析

在出發地點方面，經由卡方檢定分析結果得知，遊客旅遊型態不同，其出發地點之分佈具有顯著差異 ($\chi^2 = 22.230$)。就旅遊型態分別來看，自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊其出發地點皆以台北居多，比例分別為 55.96% 以及 51.67%，其中並無參加旅行社套裝旅遊之遊客自廈門出發。(詳見表 4-4-9)。

表 4-4-9 不同旅遊型態之受訪遊客出發地點分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
台北	169	55.96	216	51.67	385	53.47
台中	53	17.55	102	24.40	155	21.53
嘉義	18	5.96	10	2.39	28	3.89
台南	19	6.29	16	3.83	35	4.86
高雄	38	12.58	74	17.70	112	15.56
廈門	5	1.66	0	0.00	5	0.69
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2 = 22.230^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

四、選擇本區旅遊原因分析

所有受訪遊客當中，自行規劃遊程者，其選擇本區旅遊原因主要為探訪親友 (35.33%)、景觀優美 (30.51) 及親友推薦 (26.10%)，而參加旅行社套裝旅遊者之旅遊原因以學校公司團體安排 (26.13%)、景觀優美 (25.71%) 及戰地體驗 (25.14%) 為主；進一步以卡方檢定分析，結果顯示遊客的主要目的不同，其選擇本區旅遊的原因之分佈，在戰地體驗、親友推薦、景觀優美、節慶活動、學校公司團體安排、釣魚、探訪親友及其他原因之比例上具有明顯差異 (詳見表 4-4-10)。

表 4-4-10 不同旅遊型態之受訪遊客旅遊原因分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		χ^2
	N	%	N	%	N	%	
戰地體驗	51	17.29	127	30.75	178	25.14	16.571 ***
行銷活動	6	2.03	10	2.42	16	2.26	0.117
緬懷昔日軍旅生活	25	8.47	37	8.96	62	8.76	0.051
親友推薦	77	26.10	60	14.53	137	19.35	14.771 ***
景觀優美	90	30.51	92	22.28	182	25.71	6.107 *
會議學習型渡假	24	8.14	30	7.26	54	7.63	0.186
運動健身	5	1.69	3	0.73	8	1.13	1.445
文化巡禮	46	15.59	78	18.89	124	17.51	1.292
民俗宗教活動	11	3.73	12	2.91	23	3.25	0.371
節慶活動	8	2.71	2	0.48	10	1.41	6.123 *
學校公司團體安排	20	6.78	165	39.95	185	26.13	98.101 ***
品嚐地方美食	41	13.90	39	9.44	80	11.30	3.408
參加生態旅遊	18	6.10	17	4.12	35	4.94	1.444
釣魚	3	1.02	0	0.00	3	0.42	4.218 *
探訪親友	106	35.33	8	1.93	114	15.97	144.638 ***
其他原因	54	18.31	11	2.66	65	9.18	50.495 ***

註 1：本題為複選題。

註 2：* $p \leq 0.05$ ，*** $p \leq 0.001$ 。

五、區內遊覽地點分析

受訪遊客遊覽地點方面，自行規劃遊程者主要遊覽的地點為八二三戰史館（62.20%）、莒光樓（54.64%）、翟山坑道（53.95%）、古寧頭戰史館（53.61%）及太武山（48.11%），而奎閣及蓮豐山牧馬侯祠為較少人遊覽的地點，僅各佔 6.19%；而在參加旅行社套裝旅遊部分，主要遊覽地點皆與自行規劃行程者相似，且遊覽比例更高，而蓮豐山牧馬侯祠亦為較少遊覽的地點（詳見表 4-4-11）。

表 4-4-11 不同旅遊型態之受訪遊客遊覽地點分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
八二三戰史館	181	62.20	369	88.28	550	77.57
古寧頭戰史館	156	53.61	371	88.76	527	74.33
翟山坑道	157	53.95	366	87.56	523	73.77
莒光樓	159	54.64	353	84.45	512	72.21
太武山	140	48.11	340	81.34	480	67.70
毋忘在莒	123	42.27	332	79.43	455	64.17
馬山觀測所	128	43.99	285	68.18	413	58.25
榕園	114	39.18	252	60.29	366	51.62
模範街	122	41.92	231	55.26	353	49.79
慈湖	130	44.67	219	52.39	349	49.22
烈女廟	81	27.84	244	58.37	325	45.84
雙鯉濕地自然中心	85	29.21	237	56.70	322	45.42
邱良功母節孝坊	101	34.71	208	49.76	309	43.58
太湖	130	44.67	165	39.47	295	41.61
九宮坑道	63	21.65	219	52.39	282	39.77
八達樓子	85	29.21	180	43.06	265	37.38
李光前將軍廟	80	27.49	159	38.04	239	33.71
古寧頭傳統聚落	89	30.58	150	35.89	239	33.71
文臺寶塔	59	20.27	178	42.58	237	33.43
金門酒廠	90	30.93	144	34.45	234	33.00
山后民俗文化村	104	35.74	125	29.90	229	32.30
瓊林戰鬥坑道	85	29.21	124	29.67	209	29.48
水頭傳統聚落	84	28.87	123	29.43	207	29.20
將軍廟	62	21.31	142	33.97	204	28.77
中山紀念林遊憩區	64	21.99	135	32.30	199	28.07
得月樓洋樓群	68	23.37	123	29.43	191	26.94
乳山故堡	42	14.43	135	32.30	177	24.96
經國紀念館	45	15.46	116	27.75	161	22.71
海印寺、石門關	44	15.12	104	24.88	148	20.87
北山古洋樓	49	16.84	98	23.44	147	20.73
瓊林傳統聚落	74	25.43	69	16.51	143	20.17
古崗湖	65	22.34	73	17.46	138	19.46
古崗樓	64	21.99	67	16.03	131	18.48

續表 4-4-11 不同旅遊型態之受訪遊客遊覽地點分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
清金門鎮總兵署	63	21.65	68	16.27	131	18.48
將軍堡	58	19.93	68	16.27	126	17.77
海印寺石門關	38	13.06	85	20.33	123	17.35
古龍頭水尾塔	27	9.28	95	22.73	122	17.21
延平郡王祠	59	20.27	62	14.83	121	17.07
茅山塔	48	16.49	61	14.59	109	15.37
虛江嘯臥碣群	40	13.75	67	16.03	107	15.09
金沙水庫	51	17.53	54	12.92	105	14.81
珠山傳統聚落	49	16.84	52	12.44	101	14.25
南北山傳統聚落	46	15.81	53	12.68	99	13.96
湖井頭戰史館	50	17.18	45	10.77	95	13.40
瓊林蔡氏祠堂	42	14.43	52	12.44	94	13.26
水頭黃氏西堂別業	33	11.34	52	12.44	85	11.99
歐厝傳統聚落	43	14.78	36	8.61	79	11.14
一門三節坊	39	13.40	38	9.09	77	10.86
水頭將軍泉	30	10.31	45	10.77	75	10.58
陵水湖與西湖	36	12.37	38	9.09	74	10.44
邱良功墓園	27	9.28	42	10.05	69	9.73
浯江書院朱子祠	31	10.65	32	7.66	63	8.89
漢影雲根碣	38	13.06	20	4.78	58	8.18
奎閣	18	6.19	37	8.85	55	7.76
古龍頭振威第	20	6.87	32	7.66	52	7.33
五虎山	27	9.28	17	4.07	44	6.21
貓石公海岸	24	8.25	15	3.59	39	5.50
蓮豐山牧馬侯祠	18	6.19	10	2.39	28	3.95
其他景點	12	4.12	13	3.11	25	3.53

註：本題為複選題。

六、旅遊次數分析

過去五年內造訪次數方面，遊客之平均造訪次數為 2.91 次。以 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其平均造訪次數有顯著差異，其中以自行規劃遊程者之平均造訪次數較多（2.64 次），參加旅行社套裝旅遊者其平均旅遊次數為 1.30 次。將過去五年內造訪次數進行分類比較，整體而言，造訪次數以 1 次（66.62%）為最多，其中自行規劃遊程者平均造訪次數以 1 次為最多（42.25%），其次為 5 次以上（29.23%），而以平均造訪 4 次為最少（4.23%）；參加旅行社套裝旅遊之遊客中，其過去五年平均造訪金門次數也是以 1 次為最多（83.33%），其次則為 2 次（10.14%），而以 4 次為最少（0.97%），經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其造訪次數有顯著差異（詳見表 4-4-12）。

表 4-4-12 不同旅遊型態遊客旅遊次數分析表

	自行規劃		套裝旅遊		合計	
	N	%	N	%	N	%
1 次	120	42.25	345	83.33	465	66.62
2 次	40	14.08	42	10.14	82	11.75
3 次	29	10.21	11	2.66	40	5.73
4 次	12	4.23	4	0.97	16	2.29
5 次以上	83	29.23	12	2.90	95	13.61
合計	284	100.00	414	100.00	698	100.00
$\chi^2=155.256^{***}$						
	M	SD	M	SD	M	SD
平均旅遊次數	2.64	1.71	1.30	0.82	2.91	5.72
$t=12.289^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

七、停留時間分析

在遊程天數方面，遊客到金門平均停留時間為 3.55 天，以 t 檢定分析顯示，不同旅遊型態之遊客其平均停留時間有顯著差異，其中以自行規劃遊程者平均停留時間較長，為 3.23 天，參加旅行社套裝旅遊者其平均停留時間則為 2.94 天。將停留時間進行分類比較，整體而言，停留時間以 3 天（67.42%）為最多，其中

自行規劃遊程者其停留時間以 3 天為最多 (35.37%)，其次為 5 天以上 (24.49%)，而以停留 1 天為最少 (10.88%)；參加旅行社套裝旅遊之遊客亦以停留 3 天最多 (89.95%)，其次為停留 2 天 (5.50%)，而以停留 5 天以上為最少 (0.96%)，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其停留時間有顯著差異 (詳見表 4-4-13)。

表 4-4-13 不同旅遊型態遊客停留時間分析表

	自行規劃		套裝旅遊		合計	
	N	%	N	%	N	%
1 天	32	10.88	8	1.91	40	5.62
2 天	49	16.67	23	5.50	72	10.11
3 天	104	35.37	376	89.95	480	67.42
4 天	37	12.59	7	1.67	44	6.18
5 天以上	72	24.49	4	0.96	76	10.67
合計	294	100.00	418	100.00	712	100.00
$\chi^2 = 245.056^{***}$						
	M	SD	M	SD	M	SD
平均停留時間	3.23	1.29	2.94	0.43	3.55	3.88
$t = 3.701^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

八、同伴人數及性質分析

在同伴人數方面，遊客之平均同伴人數為 31.79 人。以 t 檢定分析顯示，不同旅遊型態之遊客其平均同伴人數有顯著差異，以參加旅行社套裝旅遊者之平均同伴人數 (52.31 人) 較多，自行規劃遊程者其平均同伴人數則為 3.34 人。將同伴人數進行分類比較，整體而言同伴人數最多及其次，分別為 2~5 人 (27.41%) 及 41 人以上 (21.54%)，而自行規劃遊程者之同伴人數最多及其次分別為 2~5 人以上 (45.15%) 及 1 人 (25.08%)，參加旅行社套裝旅遊者者其同伴人數則以 41 人以上 (36.06%) 為最多，其次為 31~40 人 (15.63%)，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其同伴人數有顯著差異 (詳見表 4-4-14)。

表 4-4-14 不同旅遊型態遊客同伴人數分析表

同伴人數	自行規劃		套裝旅遊		合計	
	N	%	N	%	N	%
沒有同伴	62	20.74	3	0.72	65	9.09
1 人	75	25.08	24	5.77	99	13.85
2~5 人	135	45.15	61	14.66	196	27.41
6~10 人	17	5.69	28	6.73	45	6.29
11~20 人	2	0.67	42	10.10	44	6.15
21~30 人	4	1.34	43	10.34	47	6.57
31~40 人	0	0.00	65	15.63	65	9.09
41 人以上	4	1.34	150	36.06	154	21.54
合計	299	100.00	416	100.00	715	100.00
$\chi^2 = 373.450^{***}$						
	M	SD	M	SD	M	SD
平均同伴人數	3.34	7.60	52.31	63.85	31.79	54.54
$t = -15.488^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

在同伴性質方面，整體而言，同伴性質以同學、同事、朋友或鄰居（43.52%）為最多，其次為配偶（20.03%），自行規劃遊程者亦以同學、同事、朋友或鄰居（35.09%）為最多，沒有同伴（23.16%）次之，而以同伴性質為子女最少，參加旅行社套裝旅遊者以同學、同事、朋友或鄰居（49.87%）為最多，配偶（19.00%）次之，而以沒有同伴最少（2.90%），經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其同伴性質有顯著差異（詳見表 4-4-15）。

表 4-4-15 不同旅遊型態遊客同伴性質分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有同伴	66	23.16	11	2.90	77	11.60
配偶	61	21.40	72	19.00	133	20.03
子女	12	4.21	21	5.54	33	4.97
父母	22	7.72	44	11.61	66	9.94
兄弟姊妹、親戚	24	8.42	42	11.08	66	9.94
同學、同事、朋友或鄰居	100	35.09	189	49.87	289	43.52
總計	285	100.00	379	100.00	664	100.00
$\chi^2 = 70.405^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

九、區內主要交通工具分析

在交通工具方面，整體而言，交通工具以搭乘遊覽車（56.07%）為最多，騎乘機車（15.68%）次之。其中，自行規劃遊程者以騎乘機車（34.59%）為最多，租用小客車（23.29%）次之，而參加旅行社套裝旅遊者則以搭乘遊覽車（92.55%）為最多，其次為租用小客車（3.37%），經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客所使用的交通工具有顯著差異（詳見表 4-4-16）。

表 4-4-16 不同旅遊型態遊客主要交通工具分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
徒步	0	0.00	1	0.24	1	0.14
自行車	16	5.48	1	0.24	17	2.40
機車	101	34.59	10	2.40	111	15.68
計程車	35	11.99	2	0.48	37	5.23
租用小客車	68	23.29	14	3.37	82	11.58
搭乘公車	12	4.11	2	0.48	14	1.98
遊覽車	12	4.11	385	92.55	397	56.07
其他交通工具	7	2.40	1	0.24	8	1.13
自用小客車	41	14.04	0	0.00	41	5.79
總計	292	100.00	416	100.00	708	100.00
$\chi^2 = 552.145^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

十、消費情形分析

為瞭解不同旅遊型態之遊客消費情形，進一步分析自行規劃遊程及參加旅行社套裝旅遊者各項花費狀況，其中在交通花費方面，考量聯外交通費用產生之效益多非流入當地經濟體系中，故僅以金門地區內當地之交通費用進行討論。

將不同旅遊型態之遊客其各項花費以 t 檢定分析比較，結果顯示不同旅遊型態之遊客在餐飲、住宿、購物及總花費上均有顯著差異，其中在餐飲消費情形方面，以自行規劃遊程者之平均花費較高（1040.57 元），而參加旅行社套裝旅遊者之平均花費則為 773.32 元，在住宿消費方面，亦以自行規劃遊程者花費較高（957.73 元），參加旅行社套裝旅遊者之平均花費則為 696.66 元，在購物消費方面，則以參加旅行社套裝旅遊者之花費較高（3446.33 元），自行規劃遊程者之平均花費為 1820.68 元，而在總花費方面，以參加旅行社套裝旅遊者之平均花費較高（5581.88 元），自行規劃遊程者之平均花費則為 4659.21 元（詳見表 4-4-17）。

表 4-4-17 不同旅遊型態遊客消費分析表

	自行規劃		套裝旅遊		t
	M	SD	M	SD	
交通	640.27	912.03	539.16	909.39	1.415
購物	1820.68	3335.82	3446.33	4241.37	-5.523 ***
餐飲	1040.57	1367.58	773.32	382.27	3.211 ***
住宿	957.73	1318.25	696.66	541.00	3.154 **
活動	199.96	1470.94	126.42	207.10	0.839
總消費	4659.21	5213.25	5581.88	4507.74	-2.439 *

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$ 。

參、遊憩滿意度分析

本節針對到訪金門之遊客對道路、住宿、餐飲、購物、停車設施及公共廁所等各項設施與活動及遊憩系統之各項與整體滿意度、重遊意願、推薦意願等進行意見調查。

一、道路指示牌及路況滿意度分析

在道路指示牌及道路狀況方面，針對道路指示牌數量及明確度的部分，整體滿意度平均皆為 3.59，介於普通至滿意之間，其中均以參加旅行社套裝旅遊者之滿意度（3.82 及 3.80）較高，而自行規劃遊程者對其之滿意度則分別為 3.28 及 3.32，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對道路指示牌數量及明確度之滿意度有顯著差異；針對道路路面品質的部分，整體滿意度平均為 3.62，同樣是介於普通至滿意之間，以參加旅行社套裝旅遊者之滿意度（3.79）較高，而自行規劃遊程者之滿意度則（3.38）較低，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對道路路面品質之滿意度有顯著差異；針對道路交通流暢情形的部分，整體滿意度平均為 4.11，介於滿意至極滿意之間，以參加旅行社套裝旅遊者之滿意度（4.14）較高，自行規劃遊程者之滿意度（4.08）較低，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客僅對道路交通流暢情形之滿意度無顯著差異（詳見表 4-4-18）。

表 4-4-18 不同旅遊型態遊客對道路指示牌及路況意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
道路指示排數量	3.28	0.95	3.82	0.73	3.59	0.87	-7.805 ***
道路指示牌明確度	3.32	0.90	3.80	0.74	3.59	0.85	-7.209 ***
道路路面品質	3.38	1.06	3.79	0.79	3.62	0.93	-5.558 ***
道路交通之流暢情形	4.08	0.83	4.14	0.69	4.11	0.75	-0.936

註：*** $p \leq 0.001$

二、住宿比例及意見分析

在住宿方面，94.44%的遊客此次旅遊有在金門住宿，其中參加旅行社套裝旅遊者此次旅遊有住宿的比例較高，佔 97.85%，自行規劃遊程者住宿比例則較低，佔 89.74%，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其住宿的比例有顯著差異（詳見表 4-4-19）。

表 4-4-19 不同旅遊型態遊客住宿比例分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有	31	10.26	9	2.15	40	5.56
有	271	89.74	409	97.85	680	94.44
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2 = 21.988^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

在住宿地點方面，將金門住宿的地點分為住宿親友家及下榻飯店兩種，整體而言，此次旅遊下榻飯店的遊客佔 82.94%，其中以參加旅行社套裝旅遊者下榻飯店的比例較高，佔 99.02%，自行規劃遊程者下榻飯店則為 58.67%，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其住宿地點有顯著差異（詳見表 4-4-20）。

表 4-4-20 不同旅遊型態遊客住宿地點分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
親友家	112	41.33	4	0.98	116	17.06
飯店	159	58.67	405	99.02	564	82.94
總計	271	100.00	409	100.00	680	100.00
$\chi^2 = 187.569^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

在住宿滿意度方面，整體而言，遊客針對下榻飯店之服務態度、清潔衛生及住宿價格之平均滿意度分別為 3.48、3.40、3.44 及 3.49，皆介於普通至滿意之間，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對住宿方面的滿意度僅有住宿服務態度及住宿設施品質有顯著差異，其中在住宿服務態度方面，自行規劃遊程者滿意度為

3.60，而參加旅行社套裝旅遊者之滿意度為 3.44。在住宿設施品質之滿意度方面，以自行規劃遊程者滿意度(3.55)較高，參加旅行社套裝旅遊者滿意度則為 3.34，在清潔衛生及住宿價格方面均以自行規劃遊程者滿意度較高，分別為 3.54 及 3.55，經 t 檢定分析無顯著差異，顯示不同旅遊型態之遊客對此兩項住宿意見之看法一致(詳見表 4-4-21)。

表 4-4-21 不同旅遊型態遊客對住宿設施意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
住宿服務態度	3.60	0.75	3.44	0.75	3.48	0.75	2.222 *
住宿設施品質	3.55	0.71	3.34	0.84	3.40	0.81	2.885 **
住宿清潔衛生	3.54	0.80	3.40	0.85	3.44	0.84	1.730
住宿價格	3.55	0.76	3.46	0.67	3.49	0.70	1.326

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ 。

三、用餐比例及意見分析

在用餐方面，94.31%的遊客此次旅遊有在金門用餐，其中參加旅行社套裝旅遊者此次旅遊有用餐的比例較高，佔 97.85%，探訪親友者用餐比例則稍低(89.40%)，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其用餐的比例有顯著差異(詳見表 4-4-22)。

表 4-4-22 不同旅遊型態遊客用餐比例分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有	32	10.60	9	2.15	41	5.69
有	270	89.40	409	97.85	679	94.31
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2 = 23.273^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

在餐飲滿意度方面，遊客對用餐地點之服務態度、清潔衛生、餐飲價格及餐飲特色之平均滿意度分別為 3.43、3.40、3.48 及 3.44，皆介於普通至滿意之間，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對餐飲方面的滿意度僅在餐飲特色方面有

顯著差異，其中以自行規劃遊程者之滿意度較高 (3.63) (詳見表 4-4-23)。

表 4-4-23 不同旅遊型態遊客對餐飲設施意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
餐飲服務態度	3.48	0.72	3.39	0.67	3.43	0.69	1.638
餐飲清潔衛生	3.41	0.73	3.39	0.69	3.40	0.70	0.331
餐飲價格	3.52	0.68	3.45	0.61	3.48	0.64	1.393
餐飲特色	3.63	0.74	3.31	0.77	3.44	0.77	5.450 ***

註：*** $p \leq 0.001$ 。

四、購物比例及意見分析

在購買特產及紀念品方面，92.36%的遊客此次旅遊有購買特產及紀念品，其中參加旅行社套裝旅遊者購買特產及紀念品的比例較高，佔 97.37%，自行規劃遊程者購買特產及紀念品的比例則佔 85.43%，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其購買特產及紀念品的比例有顯著差異 (詳見表 4-4-24)。

表 4-4-24 不同旅遊型態遊客購物比例分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有	44	14.57	11	2.63	55	7.64
有	258	85.43	407	97.37	665	92.36
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2 = 35.415^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$

在購買特產及紀念品滿意度方面，遊客對特產品販賣服務態度、產品特色及產品價格之平均滿意度分別為 3.57、3.73 及 3.40，皆介於普通至滿意之間，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對於特產品販賣服務態度及產品價格之滿意度有顯著差異，均以自行規劃遊程者之滿意度較高，滿意度分別為 3.65 及 3.50 (詳見表 4-4-25)。

表 4-4-25 不同旅遊型態遊客對特產及紀念品販賣意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
特產品販賣服務態度	3.65	0.68	3.52	0.72	3.57	0.70	2.233 *
產品特色	3.78	0.65	3.70	0.63	3.73	0.64	1.437
產品價格	3.50	0.71	3.33	0.74	3.40	0.74	3.063 **

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ 。

五、使用停車場比例及意見分析

在使用停車設施方面，整體而言，有 47.00% 的遊客此次旅遊有使用停車設施，其中自行規劃遊程者有使用停車設施的比例較高，為 55.63%，而參加旅行社套裝旅遊者則以無使用停車設施之比例較高，為 59.28%，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其使用停車設施的比例有顯著差異（詳見表 4-4-26）。

表 4-4-26 不同旅遊型態遊客使用停車場比例分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有	134	44.37	246	59.28	380	53.00
有	168	55.63	169	40.72	337	47.00
總計	302	100.00	415	100.00	717	100.00
$\chi^2 = 15.592^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$ 。

在停車設施滿意度方面，針對停車場設置地點、停車場位置指標及停車場數量的部分，整體滿意度平均分別為 3.69、3.64 及 3.69，介於普通至滿意之間，均以參加旅行社套裝旅遊者之滿意度（3.79、3.75 及 3.78）較高，而自行規劃遊程者之滿意度則較低，分別為 3.59、3.54 及 3.61，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對停車場設置地點、停車場位置指標及停車場數量之滿意度均有顯著差異（詳見表 4-4-27）。

表 4-4-27 不同旅遊型態遊客對停車設施意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
停車場設置地點	3.59	0.69	3.79	0.61	3.69	0.66	-2.776 **
停車場位置指標	3.54	0.75	3.75	0.62	3.64	0.69	-2.757 **
停車場數量	3.61	0.75	3.78	0.59	3.69	0.68	-2.230 *

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ 。

六、使用公共廁所比例及意見分析

在使用公共廁所方面，82.92%的遊客此次旅遊有使用金門的公共廁所，其中參加旅行社套裝旅遊者使用公共廁所的比例最高，佔 92.82%，自行規劃遊程者則佔 69.21%，經卡方檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客其使用公共廁所的比例有顯著差異（詳見表 4-4-28）。

表 4-4-28 不同旅遊型態遊客使用公共廁所比例分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計	
	N	%	N	%	N	%
沒有	93	30.79	30	7.18	123	17.08
有	209	69.21	388	92.82	597	82.92
總計	302	100.00	418	100.00	720	100.00
$\chi^2 = 69.042^{***}$						

註：*** $p \leq 0.001$ 。

在公共廁所滿意度方面，針對廁所設置地點、廁所位置指標及廁所數量及廁所清潔與衛生的部分，整體滿意度平均分別為 3.74、3.74、3.67 及 3.74，皆介於普通至滿意之間，均以參加旅行社套裝旅遊者之滿意度（3.79、3.80、3.73 及 3.80）較高，自行規劃遊程者之滿意度（3.66、3.63、3.56 及 3.62）較低，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對廁所設置地點、廁所位置指標、廁所數量及廁所清潔與衛生之滿意度均有顯著差異（詳見表 4-4-29）。

表 4-4-29 不同旅遊型態遊客對公共廁所意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
廁所設置地點	3.66	0.70	3.79	0.62	3.74	0.65	-2.316 *
廁所位置指標	3.63	0.76	3.80	0.61	3.74	0.67	-2.749 **
廁所數量	3.56	0.77	3.73	0.68	3.67	0.72	-2.626 **
廁所清潔與衛生	3.62	0.84	3.80	0.72	3.74	0.77	-2.572 *

註：* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ 。

七、遊憩活動與設施意見分析

在遊憩活動與設施滿意度方面，遊客對遊憩活動宣傳與資訊提供、活動種類、活動品質、設施數量及設施品質之平均滿意度分別為 3.95、3.97、3.98、3.95 及 3.98，意見皆相當接近滿意，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客對遊憩活動與設施方面的滿意度均無顯著差異（詳見表 4-4-30）。

表 4-4-30 不同旅遊型態遊客對遊憩活動與設施意見分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
遊憩活動宣傳與資訊提供	4.03	1.71	3.88	1.37	3.95	1.53	1.246
遊憩活動種類	4.09	1.77	3.88	1.40	3.97	1.58	1.719
遊憩活動品質	4.07	1.75	3.91	1.41	3.98	1.57	1.294
遊憩設施數量	4.03	1.84	3.88	1.39	3.95	1.60	1.143
遊憩設施品質	4.04	1.80	3.92	1.36	3.98	1.57	0.971

八、滿意度、重遊與推薦意願分析

在整體滿意度方面，整體平均為 3.74，介於普通至滿意之間，其中自行規劃遊程者之整體滿意度略高 (3.74)，參加旅行社套裝旅遊者為 3.73，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客的整體滿意度無顯著差異，表示不同旅遊型態之遊客的整體滿意度意見一致 (詳見表 4-4-31)。

表 4-4-31 不同旅遊型態遊客對金門整體滿意度分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
整體滿意度	3.74	0.64	3.73	0.63	3.74	0.64	0.134

在重遊意願方面，整體平均為 3.69，介於普通至願意之間，其中以自行規劃遊程者之重遊意願 (3.87) 較高，參加旅行社套裝旅遊者之重遊意願 (3.56) 則較低，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客的重遊意願有顯著差異 (詳見表 4-4-32)。

表 4-4-32 不同旅遊型態遊客重遊金門意願分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
重遊意願	3.87	0.75	3.56	0.85	3.69	0.83	5.171 ***

註：*** $p \leq 0.001$

在推薦親朋好友到訪金門意願方面，整體平均為 3.82，介於普通至願意之間，其中以自行規劃遊程者之推薦意願 (3.98) 較高，參加旅行社套裝旅遊者之推薦意願 (3.71) 則較低，經 t 檢定分析顯示不同旅遊型態之遊客的推薦意願有顯著差異 (詳見表 4-4-33)。

表 4-4-33 不同旅遊型態遊客推薦親友到訪金門意願分析表

	自行規劃		套裝旅遊		總計		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
推薦意願	3.98	0.71	3.71	0.77	3.82	0.76	4.838 ***

註：*** $p \leq 0.001$

第五節 其他相關意見與建議分析

本研究為通盤瞭解遊客各種不同意見，在問卷最後設計有開放填答問項，請遊客自由針對其所欲表達之意見進行填寫，其中有針對金門地區整體以及特定據點的意見，將各項建議依據內容整理歸納為以下七點：

壹、旅遊資訊方面

關於金門地區整體旅遊資訊方面，遊客表示遊憩活動之宣傳與資訊提供不足，特別是針對金門特有傳統文化部分，可將其視為重點進行宣傳，此外地圖等資訊提供及其準確性尚待改善，網路資訊應隨時更新，套裝行程應多樣化以滿足各式遊客需求。

貳、商業活動方面

商業活動部分，有遊客認為金門地區食物較為單調且清潔衛生仍須改善，應加強美食及特色小吃，特別是團體旅遊的餐飲品質欠佳，另有遊客認為餐廳偏遠用餐不易，且街容有待改進。針對金門特產高粱酒及其相關產品和一條根等，可強化特產宣傳並僅在金門地區提供特產及紀念品販售，使其成為吸引遊客前來的誘因。此外遊客建議店家營業時間可再延長，而店員在販售紀念品時，請適度推銷勿過於積極易引發反感。在紀念品種類方面，建議開發多樣種類供遊客選購。而團體旅遊之套裝行程應儘量減少購物時間，使遊客能有更多機會遊覽金門的風光。

參、交通方面

聯外交通方面，遊客認為飛機航班尚嫌不足，特別是霧季期間之交通問題仍是重要的課題亟待改善，此外針對華信航空公司服務態度不佳、班次調度與候補處理方面不甚滿意。

區內交通方面，遊客反應公車班次不足、路線與觀光景點連接度不佳，針對近期推出之觀光公車則評價不錯，建議小金門也能推行觀光公車。遊覽車方面，遊客反應車齡過舊，建議改善。計程車方面，遊客反應車內清潔不足、收費過高。

在道路指標與整建方面，遊客表示道路缺乏指示牌、路名標示不清十分不便，而金門機場以及水頭路段施工效率有待加強，建議可在夜間施工，針對公路建設方面，建議開闢自行車道及行人專用道。在景點交通方面，有遊客針對邱良功母節孝坊提出希望能加強車輛管制，避免機車闖入；而在太武山部分則有遊客希望能有單程電動車輛服務年長及行動不便者。

肆、硬體設施方面

遊客希望能增加及變化當地園景及遊憩設施，例如座椅、路燈、遮蔭樹等；多數遊客認為金門地區早期遺留下來的古厝聚落、文化古蹟及建築型式應加強維護保存，注意整修工程之品質及平時的管理，並對外多開放戰地保存之軍備坑道，或在現代建築方面加入具有金門特有建築之風格，以加強金門地區地方特色，當地也宜注重環境整潔。在據點建議部分，有遊客反應金門酒廠推銷部及金城鎮能改善其廁所，加強金沙照明設備及路標指示，另有遊客認為中山紀念林遊憩區及湖井頭戰史館的武器裝備破舊未更換及小金門指標不夠明確。

伍、軟體設施方面

遊客認為金門地區動態活動較為缺乏，可考慮增加水上(如海釣)或夜間活動，有遊客則認為應增加青少年活動設施及場所，但也有遊客認為應維持無夜間活動以保留金門純樸之民情。另外，金門地區應加強重點旅遊，並將開發重點放在文化資產及生態，特別是戰後所遺留的坑道及傳統民俗風情，宜聘請專業解說員或配合活動來加強導覽工作建立完善的解說系統，針對戰地文化及當地人文歷史作深入規劃介紹，同時提昇小金門導覽解說服務。有遊客認為在金門地區之展示應有英日語說明或是附設英語導覽系統。另有遊客認為古寧頭戰史館內電影可提供彈性時間滿足團客需求並提升館內陳列內容。

陸、服務方面

整體而言，遊客認為金門地區服務人員態度不佳，服裝不整齊；住宿品質需要改善，包括珠山旅社較為雜亂、宏福飯店房間內很不乾淨、四海及浯江飯店服務人員態度不佳、浯江及金瑞飯店空氣太潮濕且盥洗用具老舊，另有遊客則認為

飯店週遭環境不夠熱鬧，或飯店應提供自行車租借服務；在旅行社及導遊方面，遊客認為導遊應妥善安排行程如減少旅客購物時間，並加強對歷史文化景點之專業認識，如介紹閩南式建築特色，以提升導覽解說品質，而對於表現優良之旅行社及導遊則應加以表揚。另外，某些遊客認為金門地區可增設便利商店及加強醫療設備；機場或碼頭可提供金門地區遊覽簡介。在各遊憩據點方面，有旅客認為邱良功母節孝坊街道較為髒亂。

柒、其他方面

其他方面則有遊客認為金門酒廠的營收可回饋至地方，幫助老弱，有遊客則提到金門地區應持續推動當地社區營造工作，另外也可開放金門沿海地區；而多數遊客認為金門地區環境優美且具有人情味，給遊客留下不錯印象，但有少數遊客則認為金門地區愈來愈商業化，仍具許多進步空間。

第五章 遊客量推估與分派

本研究於 96 年 6~9 月於金門機場針對離境旅客進行調查，以取得遊客比例後，配合金門機場載運旅客人數進行全區遊客量推估，並進一步依據區內主要遊憩據點到訪率，進行各主要遊憩據點遊客量分派，藉以瞭解各主要遊憩據點遊客數量空間分佈情形，供據點未來相關規劃建設之參考。

第一節 全區遊客量推估

壹、遊客量推估方式

往返金門地區主要交通方式為航空，依據林晏州（2004）遊客調查統計作業參考手冊，屬外島型觀光遊憩區。在遊客量推估方面，於機場進行遊客比例調查，取得遊客量推估參數後，配合航空旅客載運人數進行全區之遊客量推估。

本研究全區遊客量推估方式如圖 5-1-1 所示，於金門機場進行問卷調查，其中穿著軍服之現役軍人不在抽樣母體內，於調查期間點算穿著軍服之現役軍人人數，並配合機場問卷調查到訪目的與調查當日航空載運旅客數，估算搭機軍人比例；機場問卷調查到訪目的為純商（公）務出差兼小三通、本地居民返鄉或其他非旅遊目的之受訪者定義為非遊客，配合調查當日航空載運旅客數，估算搭機非遊客比例；而機場問卷調查到訪目的為觀光休閒度假、商（公）務兼旅行、探訪親友或其他旅遊目的之受訪者則定義為遊客，配合調查當日航空載運旅客數，估算搭機遊客比例。各比例再以假日非假日進行加權估算平均單日搭機軍人比例、平均單日搭機非遊客比例、平均單日搭機遊客比例。

在全區遊客量推估方面，假設今年度 6~9 月金門機場載運旅客數佔全年之比例與去年相同，在取得 96 年度 6~9 月金門機場載運旅客數，配合去年度同時期搭機旅客佔全年之比例，推估今年度金門機場總載運旅客數，進一步以搭機遊客比例推估 96 年度到訪金門地區全區遊客量。

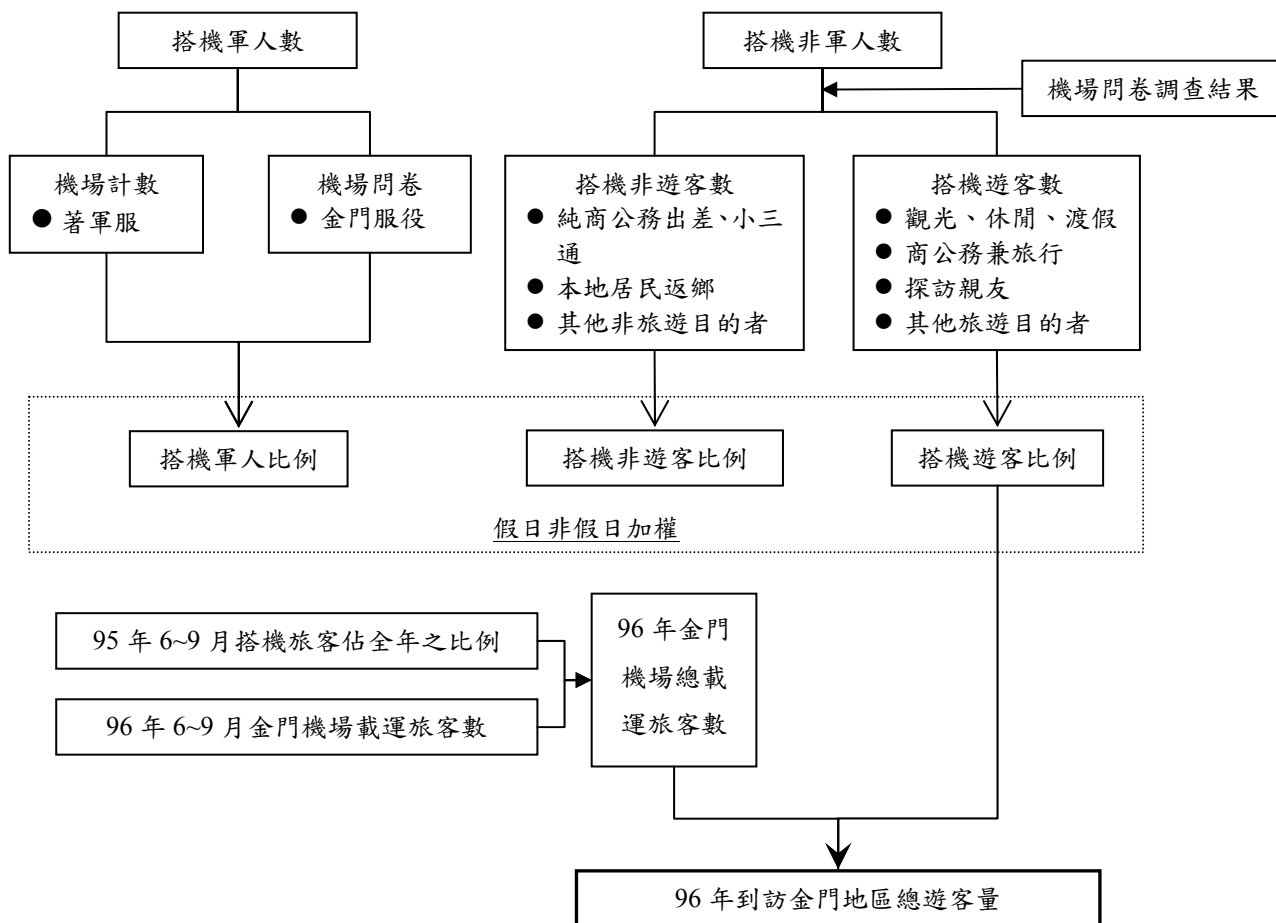


圖 5-1-1 遊客量推估圖

貳、全區遊客量推估

本研究在全區遊客量推估方面，以機場問卷調查、機場計數調查、金門機場載運旅客人數資料，以假日非假日加權估算平均單日各類型搭機比例，估算結果顯示，平均單日軍人搭機比例為 0.037、平均單日搭機非遊客比為 0.511、平均單日搭機遊客比為 0.452。依據民航局金門機場營運統計資料顯示，95 年 6~9 月平均單向載運旅客數約為 249,532 人，佔 95 年全年度單向載運旅客總人次(717,577 人)之 0.348，假設此比例不變，以今年度 6~9 月平均單向載運人數 258,560 人推估 96 年金門機場平均單向總載運旅客數約為 742,989 人。配合遊客比例參數推估 96 年度到訪金門地區全區遊客量約為 335,831 人（詳見表 5-1-1）。

表 5-1-1 各類型搭機比例分析表

	軍人比	非遊客比	遊客比
平均單日比例	0.037	0.511	0.452
6~9 月搭機旅客佔全年之比例	95 年 6~9 月載運旅客數 249,532		
	95 年全年載運旅客數 717,577		
	0.348		
96 年金門機場總載運旅客數	96 年 6~9 月載運人數 258,560		
	742,989		
96 年到訪金門地區總遊客量	335,831		

第二節 主要遊憩據點遊客量分派

金門地區主要遊憩據點遊客量分派方面，本研究依據遊客問卷之遊覽地點調查結果，將所得之各據點到訪率以空間分派方式進行估計。

主要遊憩據點遊客量分派結果如表 5-2-1 所示。各主要遊憩據點年遊客量推估結果顯示，金門地區各主要遊憩據點以戰役景點到訪人數較多，其中以位於大金門之八二三戰史館、古寧頭戰史館年遊客量推估結果分別為 260,504 人、249,623 人，分佔所有據點遊客人數第一、第二名；而翟山坑道、莒光樓、太武山、毋忘在莒年遊客量推估結果亦在 20 萬以上；著名生態旅遊、賞鳥景點之慈

湖、雙鯉溼地自然中心年遊客量推估亦在 15 萬上下；而古蹟、傳統聚落遊憩據點年遊客量亦不少。

表 5-2-1 主要遊憩據點遊客量分派表

遊憩據點	遊客量	遊憩據點	遊客量
八二三戰史館	260,504	北山古洋樓	69,618
古寧頭戰史館	249,623	瓊林傳統聚落	67,737
翟山坑道	247,743	古崗湖	65,353
莒光樓	242,504	古崗樓	62,062
太武山	227,358	清金門鎮總兵署	62,062
毋忘在莒	215,503	將軍堡	59,677
馬山觀測所	195,622	海印寺石門關	58,267
榕園	173,356	古龍頭水尾塔	57,797
模範街	167,210	延平郡王祠	57,326
慈湖	165,296	茅山塔	51,617
烈女廟	153,945	虛江嘯臥碣群	50,677
雙鯉濕地自然中心	152,534	金沙水庫	49,737
邱良功母節孝坊	146,355	珠山傳統聚落	47,856
太湖	139,739	南北山傳統聚落	46,882
九宮坑道	133,560	湖井頭戰史館	45,001
八達樓子	125,534	瓊林蔡氏祠堂	44,531
李光前將軍廟	113,209	水頭黃氏酉堂別業	40,266
古寧頭傳統聚落	113,209	歐厝傳統聚落	37,412
文臺寶塔	112,268	一門三節坊	36,471
金門酒廠	110,824	水頭將軍泉	35,531
山后民俗文化村	108,473	陵水湖與西湖	35,061
瓊林戰鬥坑道	99,003	邱良公墓園	32,676
水頭傳統聚落	98,063	浯江書院朱子祠	29,855
將軍廟	96,619	漢影雲根碣	27,471
中山紀念林遊憩區	94,268	奎閣	26,060
得月樓洋樓群	90,473	古龍頭振威第	24,616
乳山故堡	83,823	五虎山	20,855
經國紀念館	76,267	貓公石海岸	18,471
海印寺、石門關	70,088	蓮豐山牧馬侯祠	13,265

第六章 觀光經濟效益評估

為瞭解遊客到訪金門之旅遊消費及其對當地所帶來之效益，本研究蒐集到訪遊客之各項消費項目與金額，並以投入產出分析評估到訪金門地區遊客之消費行為對於金門地區經濟之影響及助益，瞭解觀光遊憩活動對當地經濟之效益。

第一節 直接效益分析

觀光遊憩行為所帶來之經濟效益中，經由遊客消費直接產生的經濟影響稱為「直接效益」，本研究將遊客現地調查所獲得之遊客消費情形進行分析，以瞭解遊客消費對金門地區經濟所帶來之直接效益。

為便於遊客進行消費金額的填答，本研究在消費情形問項中將遊客區分為自行規劃遊程及參加旅行社套裝行程（經由旅行社購買各種套裝行程）兩大類，分別調查其各項目之詳細消費金額，其中向旅行社購買各項套裝、半套裝行程遊客所填寫之團費在扣除業者常規中的兩成利潤後，參考自行規劃遊程之遊客各消費項目之分配情形和比例，將團費依照比例分攤至各不同項目當中。為配合後續投入產出分析之部門分類，故遊客之消費調查項目包含到達金門的聯外交通費用、在金門地區內的當地交通費用、購買各種特產及紀念商品的購物費用、餐飲費用、住宿費用、活動娛樂費用等。

各項消費金額分析結果顯示，每人到訪金門地區的總消費金額平均為 8398.71 元（SD=5554.66），其中以到達金門地區的交通花費為最高，每人平均為 3214.84 元（SD=2074.93），此與金門為離島型觀光地區有密切關係；平均消費金額居次的為購買特產及紀念品的購物花費（M=2745.07，SD=3956.93），再其次則為餐飲花費（M=888.60，SD=951.69）以及住宿花費（M=809.28，SD=964.94）；而遊客在金門當地的交通花費以及活動花費則是平均金額較低的項目，分別為 582.78 元（SD=911.22）以及 158.14 元（SD=978.35）（詳見表 6-1-1）。

表 6-1-1 遊客消費對金門直接效益分析表

	交通消費		購物	餐飲	住宿	活動	總消費
	到金門	金門內					
M	3214.84	582.78	2745.07	888.60	809.28	158.14	8398.71
SD	2074.93	911.22	3956.93	951.69	964.94	978.35	5554.66

註：單位（元/人）

第二節 觀光活動對各產業部門之經濟影響

壹、資料處理

本研究所進行之經濟效益評估屬區域性之研究，但因缺乏金門縣區域性之投入產出表等相關資料，故本研究假設金門縣之產業結構與全國相似，利用行政院主計處所出版之中華民國 93 年產業關聯表進行觀光產業之效益分析，為便於檢視結果並釐清觀光產業對於整體經濟的影響，故本研究將主計處所編制原本 161 部門的資料依照產業部門間之特性及關係歸類整理為 30 部門，其中與觀光遊憩相關之產業部門包括：交通運輸、零售、餐飲服務、旅館服務以及娛樂文化服務等部門。

貳、遊客消費產生之經濟效益

為瞭解觀光遊憩活動為地方經濟所帶來之影響，本研究將遊客消費調查金額結果代入產業關聯表的適當部門中進行分析，結果發現，到訪金門地區之遊客其平均總消費 8398.708 元，所帶入的資金在經濟體系中運轉後共可產生約 12762.255 元的效益，此金額約為其原始消費金額的 1.520 倍，故每位到訪金門的遊客其每消費 1 元約可產生 1.520 元的經濟效益。

就不同部門分別來看，遊客在交通運輸部門的平均消費金額為 3797.617 元，總計產生 6028.739 元的效益，在所有觀光相關部門當中為效益較高的部門；遊客在零售部門平均消費 2745.069 元並產生 3849.429 元之效益；旅館服務、餐飲服務之每位遊客平均消費金額分別為 809.278 元、888.602 元，且分別帶來約 1324.138 元、1317.561 元之效益，消費金額最低的娛樂文化服務其平均為 158.142 元並產生 242.389 元之最終效益。

進一步就不同產業部門所受到之總影響效果來看，結果顯示出遊客之觀光活動對於交通運輸部門的總影響效果最大（4044.275 元），其次則為零售部門（2831.988 元），而另外兩項與觀光遊憩相關產業部門旅館服務、餐飲服務，也因遊客到訪而獲得 811.731 元以及 900.937 元的總影響效果；而其他與觀光遊憩非直接相關的產業部門方面，則以金融保險服務的總影響效果最高（620.947 元），其次為資訊及工商服務（499.797 元）、石油及非金屬礦物製品（472.338 元）等部門（詳見表 6-2-1）。

其中因金門地區的離島型風景區特性，使得遊客到訪之消費金額中有一定比例之聯外交通費用並不會流入金門地區當地的經濟體系當中，本研究為釐清遊客消費對於金門當地經濟的幫助及效益，故進一步將遊客消費的聯外交通部分扣除後進行到訪遊客消費對當地經濟的影響分析。結果顯示遊客之平均消費金額為 5183.868 元，並可為金門當地帶來約 7658.679 元之效益，約為其原始消費金額的 1.477 倍，且帶來之效益對於零售業之影響最大（2794.823 元），其次為旅館服務（895.024 元）及餐飲服務（810.658 元）（詳見表 6-2-2）。

表 6-2-1 遊客消費對金門地區各產業經濟效益分析表

	總 和					
	交通運輸	零售	旅館服務	餐飲服務	娛樂服務	總影響
遊客每人平均消費(元)	3797.617	2745.069	809.278	888.602	158.142	8398.708
農林漁牧礦	14.807	1.618	3.670	7.666	0.213	27.974
食品、飲料及煙草	0.406	0.556	1.064	6.720	0.173	8.919
織品及成衣製品	5.903	4.478	29.756	8.373	0.283	48.793
皮革及其製品	0.167	0.070	0.111	0.037	0.016	0.402
木材及其製品	2.713	1.483	0.422	0.976	0.135	5.729
紙、紙製品及印刷出版	65.621	59.096	27.538	25.562	4.645	182.462
化工化學材料及製品	76.864	71.369	50.520	52.661	4.682	256.095
石油及非金屬礦物製品	355.546	55.730	29.326	29.202	2.534	472.338
鋼鐵及其他金屬及製品	93.962	16.464	7.930	7.868	2.407	128.631
機械	28.508	5.348	2.992	2.577	0.707	40.132
電子電機及通訊器材	29.576	13.241	6.777	6.114	2.137	57.844
運輸工具	230.590	8.659	2.181	1.148	0.509	243.087
其他製品	8.880	4.471	4.122	2.131	2.643	22.247
營造業	109.652	12.892	6.408	3.863	1.866	134.681
水電燃氣	96.586	84.685	57.098	56.987	5.415	300.770
交通運輸*	4011.834	15.611	8.193	7.232	1.405	4044.275
倉儲	15.252	1.113	0.278	0.908	0.052	17.602
通信服務	94.943	85.266	25.899	15.055	3.877	225.040
零售*	43.902	2764.069	10.442	12.120	1.455	2831.988
批發及國際貿易	49.317	15.143	9.579	9.275	1.555	84.869
金融保險服務	270.957	203.364	104.991	31.778	9.857	620.947
不動產服務	67.114	155.753	28.505	45.619	9.311	306.303
旅館服務*	1.267	0.396	809.852	0.142	0.073	811.731
餐飲服務*	6.986	3.103	1.259	889.353	0.237	900.937
資訊及工商服務	228.285	141.873	54.317	63.345	11.976	499.797
公共行政與教育服務	2.399	0.656	1.043	0.365	0.071	4.534
醫療服務	3.441	9.929	3.068	1.003	0.127	17.568
廣電服務	12.512	17.094	6.019	4.738	6.415	46.777
娛樂文化服務*	1.805	2.031	1.442	0.569	159.863	165.710
其他服務	98.946	93.865	29.338	24.175	7.748	254.072
合 計	6028.739	3849.429	1324.138	1317.561	242.389	12762.255
產出乘數						1.520

註：*表旅遊相關產業

表 6-2-2 除聯外交通之遊客消費對金門地區各產業經濟效益分析表

金門地區						
	交通運輸	零售	旅館服務	餐飲服務	娛樂服務	總影響
遊客每人平均消費(元)	582.778	2745.069	809.278	888.602	158.142	5183.868
農林漁牧礦	2.272	1.618	3.670	7.666	0.213	15.440
食品、飲料及煙草	0.062	0.556	1.064	6.720	0.173	8.576
織品及成衣製品	0.906	4.478	29.756	8.373	0.283	43.796
皮革及其製品	0.026	0.070	0.111	0.037	0.016	0.260
木材及其製品	0.416	1.483	0.422	0.976	0.135	3.432
紙、紙製品及印刷出版	10.070	59.096	27.538	25.562	4.645	126.911
化工化學材料及製品	11.796	71.369	50.520	52.661	4.682	191.026
石油及非金屬礦物製品	54.562	55.730	29.326	29.202	2.534	171.354
鋼鐵及其他金屬及製品	14.419	16.464	7.930	7.868	2.407	49.088
機械	4.375	5.348	2.992	2.577	0.707	15.999
電子電機及通訊器材	4.539	13.241	6.777	6.114	2.137	32.807
運輸工具	35.386	8.659	2.181	1.148	0.509	47.883
其他製品	1.363	4.471	4.122	2.131	2.643	14.730
營造業	16.827	12.892	6.408	3.863	1.866	41.856
水電燃氣	14.822	84.685	57.098	56.987	5.415	219.007
交通運輸*	615.651	15.611	8.193	7.232	1.405	648.092
倉儲	2.340	1.113	0.278	0.908	0.052	4.691
通信服務	14.570	85.266	25.899	15.055	3.877	144.667
零售*	6.737	2764.069	10.442	12.120	1.455	2794.823
批發及國際貿易	7.568	15.143	9.579	9.275	1.555	43.120
金融保險服務	41.581	203.364	104.991	31.778	9.857	391.571
不動產服務	10.299	155.753	28.505	45.619	9.311	249.489
旅館服務*	0.194	0.396	809.852	0.142	0.073	810.658
餐飲服務*	1.072	3.103	1.259	889.353	0.237	895.024
資訊及工商服務	35.032	141.873	54.317	63.345	11.976	306.544
公共行政與教育服務	0.368	0.656	1.043	0.365	0.071	2.503
醫療服務	0.528	9.929	3.068	1.003	0.127	14.655
廣電服務	1.920	17.094	6.019	4.738	6.415	36.185
娛樂文化服務*	0.277	2.031	1.442	0.569	159.863	164.182
其他服務	15.184	93.865	29.338	24.175	7.748	170.310
合計	925.163	3849.429	1324.138	1317.561	242.389	7658.679
產出乘數						1.477

註：*表旅遊相關產業

參、不同旅遊目的遊客對於經濟效益之影響

為瞭解不同旅遊目的之遊客其消費情形與所產生之效益差異，本研究進一步將遊客依照其到訪之主要目的區分為三群，就其消費情形進行分析，其中在交通花費部分，由於金門地區聯外交通費用產生之效益多非流入當地經濟體系當中，故本研究在進行不同旅遊目的之消費情形與效益比較時，交通花費部分僅就金門地區內當地交通費用部分進行討論。

分析結果顯示，就整體消費金額來看，觀光休閒渡假、商務兼旅行以及探訪親友等三種不同主要旅遊目的之遊客除到達金門之聯外交通費以外之消費金額以商務兼旅行者為最高，平均為 5709.20 元，其次是觀光休閒渡假者（5306.41 元），探訪親友者則為三種目的之遊客當中消費金額相對較低者，平均消費金額為 4078.61 元，進一步就三種目的之遊客的平均消費進行 F 檢定，結果顯示三種不同主要旅遊目的之遊客在金門當地的消費具有顯著差異（ $F=3.243$ ）。就不同消費項目分別來看，三種不同主要旅遊目的之遊客皆以購買特產及紀念品之購物消費金額為最高，分別為 2977.55 元（ $SD=3972.25$ ）、2535.44 元（ $SD=4434.42$ ）及 1876.05 元（ $SD=3196.12$ ），F 檢定結果顯示目的為觀光休閒渡假遊客的購物消費顯著高於另外兩種目的者。到訪目的為觀光休閒渡假以及探訪親友者之次高消費項目為餐飲花費，分別為 822.57 元（ $SD=563.35$ ）及 1038.82 元（ $SD=1542.26$ ），而到訪目的為商務兼旅行者之次高花費項目則為住宿花費，每人平均金額為 1185.40 元（ $SD=1659.58$ ），經 F 檢定分析結果顯示，三種不同旅遊目的之遊客消費在餐飲以及住宿花費部分均達顯著水準，顯示不同旅遊目的的受訪者在餐飲以及住宿消費金額皆具有顯著之差異。而在金門地區境內之交通花費方面，以主要目的為商務兼旅行之遊客的平均消費金額最高（ $M=888.58$ ， $SD=1784.42$ ），交通消費金額較低的則為探訪親友者（ $M=353.33$ ， $SD=602.99$ ），且三種不同目的遊客之平均交通消費金額 F 檢定值達顯著水準，顯示三群遊客在交通消費金額部分具有顯著差異。三種不同目的之遊客的消費皆是以娛樂活動花費金額為最低，其中又以商務兼旅行者之平均消費金額最低（ $M=50.21$ ， $SD=262.77$ ），其次為觀光休閒渡假者（ $M=151.35$ ， $SD=659.27$ ）及探訪親友者（ $M=309.93$ ， $SD=2119.74$ ）（詳見表 6-2-3）。

表 6-2-3 不同目的之遊客消費分析表

	觀光休閒度假		商務兼旅行		探訪親友		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
交通	563.78	616.28	888.58	1784.42	353.33	602.99	9.111 ***
購物	2977.55	3972.25	2535.44	4434.42	1876.05	3196.12	3.249 *
餐飲	822.57	563.35	1049.58	1473.24	1038.82	1542.26	3.799 *
住宿	791.17	659.86	1185.40	1659.58	500.48	1080.91	13.217 ***
活動	151.35	659.27	50.21	262.77	309.93	2119.74	1.780
總和	5306.41	4370.48	5709.20	6276.17	4078.61	5170.81	3.243 *

註：1. 交通費不含到達金門之聯外交通部分；

2. 單位（元/人）；

3. *** $p \leq 0.001$ 、* $P < 0.05$ 。

進一步將扣除聯外交通費用之各項消費金額配合產業關聯表進行投入產出分析，探討三群不同到訪目的受訪遊客對金門地區產生之觀光效益。結果顯示，三群不同到訪目的之遊客以商務兼旅行遊客所產生之效益最高，其平均消費金額約為 5709.200 元，可為金門地區經濟帶來約 8538.830 元之效益，約為其消費的 1.496 倍，其次則為觀光休閒度假者，平均每人消費金額約為 5306.413 元，共可帶來約 7816.572 元之總效益，產生之效益約為其消費金額的 1.473 倍，而總效益較低的則是探訪親友者，其平均消費金額約為 4078.610 元，產生之總效益約 6025.927 元，約為其消費金額的 1.477 倍。

就產出乘數來看，以商務兼旅行者之產出乘數較高，而以觀光休閒度假者之觀光乘數稍低。就產業面向來看，三群不同主要目的之遊客皆在零售部門產生最大的影響效果，其次則為餐飲服務及旅館服務，而探訪親友者在旅館服務部門之總影響效果上有明顯低於另外兩種目的之遊客的現象（詳見表 6-2-4）。

表 6-2-4 不同目的之遊客對各產業影響效果分析表

主要目的	觀光休閒度假	商務兼旅行	探訪親友
遊客每人平均消費(元)	5306.413	5709.200	4078.610
農林漁牧礦	14.842	19.457	14.133
食品、飲料及煙草	8.090	10.160	9.271
織品及成衣製品	42.846	59.082	32.355
皮革及其製品	0.259	0.315	0.207
木材及其製品	3.457	3.818	2.933
紙、紙製品及印刷出版	128.872	141.941	102.510
化工化學材料及製品	191.441	221.590	157.908
石油及非金屬礦物製品	171.360	212.919	128.407
鋼鐵及其他金屬及製品	49.147	58.865	38.814
機械	16.020	19.261	12.555
電子電機及通訊器材	33.083	36.976	27.327
運輸工具	47.307	66.664	31.060
其他製品	14.700	15.602	14.102
營造業	41.888	52.105	31.149
水電燃氣	219.950	253.482	179.406
交通運輸*	628.567	974.116	400.201
倉儲	4.633	6.093	3.514
通信服務	149.548	157.918	108.322
零售*	3027.496	2593.331	1916.603
批發及國際貿易	43.186	51.006	34.752
金融保險服務	402.304	445.684	285.591
不動產服務	257.916	258.155	201.899
旅館服務*	792.546	1187.091	501.535
餐飲服務*	829.123	1056.882	1043.710
資訊及工商服務	310.980	342.638	249.316
公共行政與教育服務	2.493	3.148	1.882
醫療服務	15.330	15.695	10.424
廣電服務	36.808	35.165	34.679
娛樂文化服務*	157.402	55.834	316.414
其他服務	174.979	183.836	134.946
合計	7816.572	8538.830	6025.927
產出乘數	1.473	1.496	1.477

註：*表旅遊相關產業

肆、遊客消費對當地民眾所得影響評估

觀光遊憩活動對於地區經濟之影響，除因銷售產品本身給遊客所帶來之效益外，銷售之收益最後也將為各產業之從業人員帶來收入上的收益，因而產生工作機會並使地方經濟更加活絡，為瞭解遊客消費為地方經濟帶來之所得影響，本研究運用主計處所編制之投入產出係數表（A）內的「勞動報酬係數」，配合先前所估算出遊客消費對各產業總影響效果進行所得影響之評估。

評估結果發現，每位到訪金門地區之遊客消費可帶來共 4810.892 元之所得效益，即每位遊客到訪金門地區旅遊時所進行之消費可為各產業從業人員帶來約 4810.892 元收益，其中以零售業之從業人員所獲得之所得效益最大（1461.536 元），其次則為交通運輸業、餐飲服務業以及旅館服務業，所得效益各為 1414.689 元、479.795 元以及 340.209 元，顯示遊客消費對於服務業等各種三級產業的從業人員所得助益最大（詳見表 6-2-5）。

本研究進一步扣除遊客聯外交通消費所產生之效益後進行分析，以瞭解遊客消費對於金門本地從業人員的實質收益影響。分析結果發現每位遊客在聯外交通費用之外的花費對於金門當地從業人員平均可產生 3183.658 元之所得效益，其中以零售業、餐飲服務業、旅館服務業和交通運輸業等部門之從業人員獲得較高之所得效益，分別為 1442.356 元、476.645 元、339.759 元及 226.703 元（詳見表 6-2-6）。

表 6-2-5 遊客消費對各產業所得效益分析表

	總 和		
	勞動報酬係數	總影響效果	所得效益
農林漁牧礦	0.322	27.974	9.013
食品、飲料及煙草	0.112	8.919	1.000
織品及成衣製品	0.178	48.793	8.686
皮革及其製品	0.183	0.402	0.074
木材及其製品	0.191	5.729	1.094
紙、紙製品及印刷出版	0.212	182.462	38.612
化工化學材料及製品	0.123	256.095	31.379
石油及非金屬礦物製品	0.118	472.338	55.908
鋼鐵及其他金屬及製品	0.132	128.631	17.041
機械	0.157	40.132	6.283
電子電機及通訊器材	0.108	57.844	6.265
運輸工具	0.157	243.087	38.171
其他製品	0.198	22.247	4.408
營造業	0.218	134.681	29.313
水電燃氣	0.154	300.770	46.266
交通運輸*	0.350	4044.275	1414.689
倉儲	0.307	17.602	5.404
通信服務	0.466	225.040	104.872
零售*	0.516	2831.988	1461.536
批發及國際貿易	0.421	84.869	35.770
金融保險服務	0.336	620.947	208.869
不動產服務	0.099	306.303	30.352
旅館服務*	0.419	811.731	340.209
餐飲服務*	0.533	900.937	479.795
資訊及工商服務	0.422	499.797	210.925
公共行政與教育服務	0.760	4.534	3.445
醫療服務	0.566	17.568	9.949
廣電服務	0.214	46.777	10.013
娛樂文化服務*	0.405	165.710	67.188
其他服務	0.529	254.072	134.362
合 計			4810.892

註：*表旅遊相關產業

表 6-2-6 除聯外交通之遊客消費對金門當地各產業所得效益分析表

金門當地			
	勞動報酬係數	總影響效果	所得效益
農林漁牧礦	0.322	15.440	4.975
食品、飲料及煙草	0.112	8.576	0.961
織品及成衣製品	0.178	43.796	7.797
皮革及其製品	0.183	0.260	0.048
木材及其製品	0.191	3.432	0.656
紙、紙製品及印刷出版	0.212	126.911	26.857
化工化學材料及製品	0.123	191.026	23.406
石油及非金屬礦物製品	0.118	171.354	20.282
鋼鐵及其他金屬及製品	0.132	49.088	6.503
機械	0.157	15.999	2.505
電子電機及通訊器材	0.108	32.807	3.554
運輸工具	0.157	47.883	7.519
其他製品	0.198	14.730	2.918
營造業	0.218	41.856	9.110
水電燃氣	0.154	219.007	33.689
交通運輸*	0.350	648.092	226.703
倉儲	0.307	4.691	1.440
通信服務	0.466	144.667	67.417
零售*	0.516	2794.823	1442.356
批發及國際貿易	0.421	43.120	18.174
金融保險服務	0.336	391.571	131.713
不動產服務	0.099	249.489	24.722
旅館服務*	0.419	810.658	339.759
餐飲服務*	0.533	895.024	476.645
資訊及工商服務	0.422	306.544	129.368
公共行政與教育服務	0.760	2.503	1.902
醫療服務	0.566	14.655	8.299
廣電服務	0.214	36.185	7.746
娛樂文化服務*	0.405	164.182	66.568
其他服務	0.529	170.310	90.066
合計			3183.658

註：*表旅遊相關產業

伍、整體經濟效益推估

本研究進一步以投入產出分析得到之平均每位遊客效益與 96 年到訪金門地區全區遊客量，推估金門地區觀光遊憩活動對整體經濟效益之影響。

根據本研究推估結果，民國 96 年金門地區全年之遊客量約為 335,831 人，再依據本研究所進行之遊客消費效益分析結果，每一位遊客平均效益為 12762.255 元，將此結果與遊客人數相乘，故推算出民國 96 年金門地區遊客全年整體之消費，可帶來總計約 42.8 億元 (4,285,960,872.78) 之經濟效益，其中扣除聯外交通部分後，流入金門當地經濟的效益部分約有 25.7 億元 (2,572,021,734.45)，故能藉此帶動地方經濟，對於地方發展具有正面之助益。

在所得效益方面，依據遊客消費所帶來之所得效益分析結果，每位遊客平均產生之所得效益為 4810.892 元，配合遊客人次推估民國 96 年到訪金門地區之遊客消費對於各產業部門之從業人員將可產生約 16.1 億 (1,615,646,527.65) 元的所得效益，其中流入金門地區當地各產業之部分則約為 10.6 億 (1,069,170,991.67) 元，故將可因此提高各產業從業人員之收入，且能增加各產業部門的就業機會，帶動地方經濟的發展。

第七章 結論與建議

第一節 結論

壹、遊客意見調查結果

本計畫調查時間為 96 年 6 月至 9 月，共計 4 個月，於金門機場對即將搭機離開金門之旅客進行調查。共計 1,533 份有效問卷，其中遊客問卷 721 份，非遊客問卷 812 份。

一、非遊客基本資料

非遊客以男性居多，高達三分之二的比例，而年齡以 31~40 歲最多，且以 71 歲以上最少；在教育程度方面以大學畢業的最多，而國中以下的最少；職業方面則以民意代表、行政主管、企業主管及經理人員最多，而月收入以 20,000 元以下較多，80,001 元~ 100,000 元最少。居住地以金門縣者最多，其次為台北市與台北縣，以台東縣最少。到訪目的以純商（公）務出差小三通者最多，其次為本地居民返鄉及其他非旅遊目的，再其次則為金門服役。

二、遊客基本資料

遊客在性別方面以女性略高於男性，其中商（公）務兼旅行者多為男性，而來金門觀光休閒渡假及探訪親友者，則女性多於男性，另外在自行規劃遊程者以男性略多，而參加旅行社套裝旅遊行程者之性別分佈，則以女性高於男性。年齡方面，以 21~30 歲較多，其次為 31~50 歲，其中來金門觀光休閒渡假及探訪親友者，年齡以 21~30 歲居多，而商（公）務兼旅遊之遊客年齡多為 31~40 歲，參加旅行社套裝旅遊行程之年齡分佈以 41~50 歲居多。受訪遊客教育程度以大學畢業較多，其次為高中職，國中以下最少，其中商（公）務兼旅行者多為研究所以上學歷。遊客的職業以專業人員最多，其次為學生、服務工作人員及售貨員，其中探訪親友者以學生所佔比例較高。遊客之個人月收入以 20,000 元以下居多，其次則為 20,001 元~ 40,000 元，其中商（公）務兼旅行者，月收入為 20,001 元~ 40,000 元者較多。受訪遊客居住地區分析中顯示，來金門旅遊之遊客以居住於台北縣市

者最多，其次為台中縣市。

三、遊客旅遊特性

受訪遊客的主要目的以觀光休閒度假為主，其中以參加旅行社套裝旅遊居多，而商（公）務兼旅行及探訪親友者以自行規劃遊程居多。遊客的資訊來源多是經由親友同學同事介紹，其次是經由政府觀光遊憩單位所提供的資訊（旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務），其中以探訪親友者及自行規劃遊程者，資訊來源多為親友同學同事介紹，而觀光休閒度假者及參加旅行社套裝旅遊者，資訊主要為旅行社提供。遊客旅遊方式以自行規劃行程旅遊及參加旅行社套裝旅遊者最多，不同旅遊目的之遊客其旅遊方式具有顯著差異，其中來金門觀光休閒度假的遊客多為參加旅行社套裝行程，而商（公）務兼旅行者及探訪親友者，以自行規劃旅遊行程方式佔極大比例。出發地點方面，以自台北出發比例最高，其次為自台中及高雄。遊客選擇至金門旅遊的原因主要為學校公司團體安排、景觀優美、戰地體驗、親友推薦及文化巡禮，而商（公）務兼旅行者到訪原因為會議學習型度假偏高，而探訪親友及自行規劃行程者以探訪親友為原因者居多。

受訪遊客中大部分都是第一次造訪金門地區，且多為停留三天，其中探訪親友者之停留時間較觀光休閒度假者及商務兼旅行者來得長。同伴人數以 2~5 人及 41 人以上最多，其中觀光休閒度假者同伴人數多為 41 人以上，商務兼旅行者之同伴人數以 2~5 人居多，而探訪親友者之同伴人數則多為 5 人以下。至於同伴性質以同學、同事、朋友或鄰居為最多，其次為配偶，其中觀光休閒度假者及商務兼旅行者之同伴皆以同學、同事、朋友或鄰居為最多，探訪親友者之同伴則是以配偶為多。在區內主要交通工具方面，半數以上之遊客以遊覽車作為主要交通工具，其次為機車，其中觀光休閒度假者及商務兼旅行者多為搭乘遊覽車，而探訪親友者多為騎乘機車或駕駛自用小客車。而遊客之到訪據點比例較高者依序為八二三戰史館、古寧頭戰史館、翟山坑道、莒光樓、太武山、毋忘在莒、馬山觀測所、榕園、模範街及慈湖。

四、遊憩滿意度

綜合到訪金門之遊客對道路、住宿、餐飲、購物、停車設施及公共廁所等各項設施與活動及遊憩系統之各項與整體滿意度、重遊意願、推薦意願等之意見，調查結果顯示，遊客對指示牌數量、指示牌明確度、路面品質之滿意度皆介於普通至滿意之間，而交通之流暢情形則介於滿意至極滿意之間，其中皆以觀光休閒渡假者之滿意度為最高。

遊客在金門住宿的比例高達九成以上，以觀光休閒渡假者最多。多是選擇下榻飯店，其中探訪親友者則以住在親友家較多。遊客對住宿各項目之滿意度由高至低依序為住宿價格、服務態度、清潔衛生及住宿設施品質。進一步針對住宿比例較高之台金、金沙、金瑞及浯江四家飯店進行住宿滿意度分析，遊客對這四家飯店各項目之滿意度皆介於普通至滿意之間。

遊客對餐飲各項目之滿意度由高至低依序為餐飲價格、餐飲特色、服務態度及清潔衛生。在金門購買特產及紀念品的遊客中以觀光休閒渡假者之購買比例為最高，其次為商務兼旅行者。遊客對特產及紀念品之滿意度由高至低依序為產品特色、特產品販賣服務態度及產品價格。

在設施使用方面，遊客對停車場設置地點、停車場位置指標及停車場數量之滿意度皆介於普通至滿意之間。遊客對廁所設置地點、廁所位置指標、廁所數量及廁所清潔與衛生之滿意度皆介於普通至滿意之間。

遊客對遊憩活動宣傳與資訊提供、活動種類、活動品質、設施數量及設施品質之滿意度，皆相當接近滿意。對提供之遊憩活動與設施各項目之滿意度，以活動品質及設施品質為最高，其次為活動種類，再其次是設施數量及遊憩活動宣傳與資訊提供，而自行規劃遊程者對遊憩活動與設施之滿意度較高。

整體滿意度方面，遊客對金門地區的整體滿意度介於普通至滿意之間，不同旅遊目的及旅遊型態遊客之整體滿意度相當接近，表示所有遊客之整體滿意度意見相當一致。重遊意願方面，遊客對金門地區的重遊意願介於普通至願意之間，其中以探訪親友者之重遊意願為最高，商務兼旅行者次之，觀光休閒渡假者之重遊意願較低，而自行規劃者之重遊意願亦較參加旅行社套裝旅遊者高。推薦親朋

好友前來金門旅遊意願方面，受訪遊客中以探訪親友者之推薦意願為最高，而商務兼旅行者和觀光休閒度假者之推薦意願次之，而自行規劃者之推薦意願亦較參加旅行社套裝旅遊者高。

五、遊客其他相關建議與意見

本研究將開放填答之其他相關意見與建議一項，依據填寫內容整理歸納為七點，包括：旅遊資訊、商業活動、交通、硬體設施、軟體設施、服務與其他。

旅遊資訊方面，遊客表示遊憩活動、宣傳資訊、網路資訊有待加強。商業活動方面，建議特產品應只在金門才買得到，以具地方特色，吸引遊客前來，另外針對賣店販售態度、清潔衛生也建議改善。交通方面遊客反應聯外交通航班不足、霧季關場問題希望有關單位可以改善；區內交通部份，針對一般公車反應班次不足、路線與景點連接度低，而近期推出觀光公車後，搭乘遊客表示滿意，並建議擴大辦理至小金門；而多數遊客對區內旅遊使用之遊覽車方面則反應車齡過舊等；其他尚有關建自行車道與行人專用道等公路建設建議。硬體設施方面，遊客建議加強古蹟之維護與保存，並注重整修工程之品質，另外針對旅遊據點則建議加強指標系統、設施維護與更新等。軟體設施方面，遊客建議可重點開發戰地文化資產與生態旅遊，在解說服務上，建議建立完善解說系統，並提供外語導覽系統等。服務方面，針對餐飲與住宿服務人員之態度、服裝儀容建議改善。其他意見尚包括建議進行地方回饋、持續推動當地社區營造等。

貳、遊客量推估

本研究於 96 年 6~9 月間，於金門機場針對離境旅客進行問卷調查，並配合搭機離境著軍服之人次計數調查，配合調查期間金門機場載運旅客人數資料，進行遊客推估參數之分析。在遊客比例方面，經由假日非假日加權計算後，平均單日搭機遊客比例為 0.452，而平均單日搭機軍人比例為 0.037、平均單日搭機非遊客比例為 0.511。在假設去年度 6~9 月金門機場載運旅客人數佔去年總載運旅客人數之比例不變下，以現地調查資料分析後所得之遊客比例進行全區遊客量推估，得 96 年度到訪金門地區全區遊客量約為 335,831 人。

各主要遊憩據點遊客量分派方面，本研究以遊客問卷調查所得之各據點到訪率，以空間分派方式進行各主要遊憩據點年遊客量推估，推估結果將可供相關單位未來針對遊憩據點進行規劃建設之參考。

參、觀光經濟效益評估

本研究透過遊客問卷蒐集受訪遊客各項消費項目與金額，以投入產出進行到訪遊客消費行為對金門地區觀光經濟效益之評估。由於金門屬離島地區，航空為往返台灣、金門之主要聯外交通工具，本研究考量此項交通花費效益產出不在金門地區，因此在觀光經濟效益評估方面，特別將資料分為總效益與去除聯外交通費用之經濟效益，此外針對不同到訪目的之遊客所帶來之觀光經濟效益亦進行比較分析。

在總效益方面，每位遊客能為金門地區帶來觀光經濟效益平均為 12762.255 元，整體來說，96 年金門地區遊客全年整體消費可為金門地區帶來 42.8 億元之經濟效益；扣除聯外交通部分後，流入金門當地經濟的效益部分約有 25.7 億元。在所得效益方面，每位遊客平均產生之所得效益為 4810.892 元，整體來說，96 年到訪金門地區之遊客消費對於各產業部門之從業人員將可產生約 16.1 億元的所得效益，其中流入金門地區當地各產業之部分則約為 10.6 億元。在比較不同到訪目的遊客對金門地區之觀光經濟效益方面，觀光休閒度假、商務兼旅行以及探訪親友目的三群遊客之觀光乘數不同，在部門影響效果亦有差異。

第二節 建議

本研究於金門航空站針對離境遊客進行一對一問卷訪談，蒐集到訪金門地區遊客之社經背景、旅遊特性、遊憩滿意度等資料，以不同旅遊目的、旅遊型態進行相關分析，結果將有助於經營管理單位依據目的別、型態別擬定不同經營管理計畫，就觀光經濟影響評估方面，本研究所得結果呈現不同旅遊目的對金門地區之經濟影響強弱不同，該資料不僅釐清觀光發展對金門地區之影響外，更可從遊客旅遊目的區分其對地方經濟影響力，藉以界定擴大活絡地方經濟之目標客群，擬定後續相關行銷推廣計畫。

整體來說，本計畫之執行除建構基礎資料外，更由資料之剖析獲得金門地區未來國家公園經營管理策略以及觀光發展之方向，據此擬訂立即可行及中長期相關經營管理建議如下：

壹、立即可行建議

一、長期追蹤調查以修正遊客量推估模式

本研究以實際抽樣調查方式，在 6 月到 9 月間的假日與非假日於金門機場進行抽樣調查，由於金門地區為重要軍事基地，進出旅客有一部份為現役軍人，因而調查計畫中，將穿著軍服之現役軍人排除在抽樣母體外，同時問卷設計中，亦將無法透過外觀辨識之未穿著軍服之現役軍人納入到訪目的問項中。而金門地區於 90 年試辦小三通以來為重要轉運站，搭機旅客當中有一大部分為小三通旅客，因此本研究亦將小三通納入到訪目的，並將其區分為「純商（公）務出差、小三通」與「小三通兼金門旅遊」，除此之外，本研究在到訪目的問項設計上，另提供開放填答選項，以儘可能區分遊客與非遊客，且在隨機抽樣、人員面訪方式進行下，所得飛機載客人數之遊客比例，具有極高可信度。

在遊客量推估方面，雖僅調查四個月，但依據民航局載運旅客人次資料推估全年遊客量，應仍具相當可信度，然而未來若要精確掌握全年各月遊客量資料，建議管理單位可進行全年調查，以確實瞭解各季遊客量變動情形。此外因金門縣政府交通旅遊局亦有委辦類似案件，以掌握到訪金門地區遊客人數，故本研究考

量金門地區遊客量推估較為單純，建議未來針對遊客量推估業務，可與縣政府進行分工，將機場搭機遊客比例調查列入一般業務，長期追蹤推估參數以修正金門地區遊客量推估模式。

除了於機場進行遊客參數之長期追蹤調查外，針對各據點之遊客量資料，建議未來考量實際情況，可於各個遊客中心、戰役紀念館等據點設置固定式自動記錄器，進行長期遊客人數調查，此法不但節省人力還能得到更精確而完整的每日遊客量資料，亦因其確實記錄遊憩據點之遊憩使用量，更可提供直接資訊供規劃設計參考。

此外除了建立長期的監測資料外，並應於三至五年或重大建設與經營管理改變時，進行一次全面性的遊客量調查與預測，以瞭解遊客量變動情形，修正適宜之遊客量推估方式。

二、建立遊客滿意程度長期追蹤調查模式

國家公園在適當的經營管理之下，將園內資源有效運用以提供遊客良好的學習環境與遊憩體驗，因此遊客對國家公園遊憩品質與體驗之滿意程度為國家公園經營管理成效之主要評估依據，有系統的建立遊客滿意度長期追蹤調查模式則是關鍵因素。

「遊客數量」是最直接評定遊憩滿意度的指標，因遊客數量的增減即表示該遊憩地點或遊憩活動受歡迎與否，然而遊客人數太多卻經常伴隨著因過度擁擠而使得遊憩品質低落，因此在調查遊客人數的同時，經營管理單位亦應隨時注意遊憩品質的調查才能適時掌握遊客需求。

本研究建議國家公園管理處可自行或是委託擬定遊客滿意度長期追蹤調查的計畫，此計畫應包含兩個主軸，第一部份為可自行進行之遊客滿意度調查，調查方式應包括定點的遊客意見收集、調查人員進行訪談調查、特殊節慶活動調查。平時可於各個遊客中心設立固定之遊客滿意度問卷填寫處，亦可以每月或每季為單位，派員隨機的進行區內各據點的遊客調查，舉辦各種節慶活動也應獨立進行遊客滿意度調查，以確實掌握區內各據點之遊客滿意度現況。第二個主軸則要對於國家公園內之遊客滿意度及遊客行為建立長期的調查模式，進行全區的遊

客滿意度、遊客旅遊特性及遊客意見調查，此部分則設定為三至五年進行一次大規模的調查，瞭解遊客滿意度的變動狀況，進一步瞭解遊客的旅遊型態偏好與遊客分佈狀況、數量的改變情形，使經營管理者可以藉由調查遊客滿意度，改善旅遊環境增加其舒適性與吸引力，讓遊憩品質與遊憩需求同步成長，並且能確實掌握遊憩活動之提供是否能因應遊客之需求，並可對管理處長期的經營管理計畫提供相當大的幫助。

三、評估國家公園整體經濟價值

金門國家公園獨特的戰地史蹟與豐富的自然人文特色有別於其他國家公園，對於國人應具有極高之整體經濟價值。

一般評估國家公園之經濟重要性，可從經濟價值與經濟影響評估來著手，本研究以遊憩利用帶動地方經濟活絡角度，評估其對地方經濟之影響評估，就整體經濟價值而言，僅屬於可供遊憩利用之一部分，而整體經濟價值尚包括間接使用、選擇使用與非使用價值，因此為瞭解金門國家公園之整體價值及其對離島地區之影響，建議國家公園管理處應盡速進行國家公園整體經濟價值評估，以瞭解設置國家公園與經營管理在保育、育樂、研究等方面之整體價值。

四、建立完善指標與解說導覽系統

依據本研究遊客意見調查結果顯示，遊客認為整體道路指標系統、解說導覽系統等方面有待加強。由於金門地區道路指標與解說導覽依據設置地點而分屬不同單位，因此建議相關主管單位應增設明確之道路指標、景點指標系統，此外需注重景點與景點間、景點與主要交通站（航空站、公車站、碼頭）之串連，以方便自行規劃遊客前往旅遊。

在解說方面，亦建議相關單位設立多語對照之解說牌（版），並可增加人員解說服務，提供遊客預約申請，或於套裝行程中增加解說服務，讓到訪遊客能更瞭解戰地文化、增加對歷史古蹟之鑑賞，亦可增加當地解說員工作機會。

五、提升公共與住宿設施品質

針對其他公共與住宿設施方面，依據本研究遊客意見調查結果，遊客對於停車設施、廁所之滿意度介於普通到滿意間，此外在開放式其他建議中，遊客亦針對廁所提出希望能改善之建議，因此本研究建議相關單位應儘速針對公共設施提出品質改善計畫，以提供整潔便利之公共設施。在住宿設施方面，遊客對金門地區住宿價錢滿意度相對高於服務態度、清潔衛生與住宿品質，就住宿價錢來講，由於搭配機票折扣所致，住宿花費相較於其他非離島型遊憩區為低，但服務態度、清潔衛生則有待改進，因此建議相關單位應將遊客意見反應給旅館業者並要求改善，以提供高品質住宿設施，吸引遊客前來並可能延長停留時間，增加對地方之觀光經濟效益。

貳、中長期建議

一、進行小三通對交通運量之影響評估，研擬交通改善計畫

金門屬離島地區，航空為往返台灣、金門之主要聯外交通工具，從民航局歷年載運旅客人數資料顯示，試辦小三通以來，除 92 年 SARS 期間載運量較低外，其餘每年單向載運旅客人數約 70 餘萬人次，然而在航班與座位有限情形下，小三通過境旅客似與到訪金門遊客出現爭購機位情形。就本研究調查結果顯示「純商（公）務出差、小三通」旅客所佔比例大，而「小三通兼金門旅遊」者比例甚低，若就繁榮地方觀點來看，機位有限、訂購不易之情形下，小三通對到訪金門遊客人數成長似乎出現抑制壓力。而就開闢航班增加座位而言，近期立榮航空公司針對小三通旅客開闢夜航，以方便旅客銜接小三通船班，此項服務對於金門地區交通運量之影響，以及機位增加後到訪金門遊客量之影響，皆有待後續深入探討，以瞭解金門特殊交通區位之變動情形，供未來地方發展之參考。此外依據本研究遊客意見調查結果顯示，遊客對於金門地區聯外航空運輸表示航班不足，而霧季期間無法正常起降，因此針對天候因素所引發交通不便問題，應研擬相關配套措施，便利旅客行程安排。而針對區內交通方面，遊覽車為遊客之主要交通工具，但遊客反應車齡過舊，除影響乘客舒適問題外是否牽涉安全問題有待相關單位進行瞭解與評估。

二、進行小三通對金門地區之經濟效益影響評估

本研究主要針對到訪金門地區遊客進行觀光經濟效益之影響評估，結果可見遊客消費行為的確為地方帶來觀光經濟收益，刺激觀光相關部門之經濟活絡與發展。同前所述，金門地區試辦小三通，大多數台商經由金門轉進大陸，若在有限的交通運量下，對於到訪金門地區遊客勢必產生抑制作用，然而本研究並未針對「純商(公)務出差、小三通」旅客進行消費項目與金額調查，僅透過「純商(公)務出差、小三通」比例、「小三通兼金門旅遊」比例及其消費，推判小三通旅客對於金門地區之經濟效益主要得利者為航空公司與船家，然而小三通為進出金門地區主要客群，因此相關單位有必要針對小三通旅客進行其對金門地區之經濟效益影響評估，研擬以繁榮地方為目標之相關配套措施。

三、針對不同旅遊目的與型態遊客發展行銷推廣計畫

本研究分析不同旅遊目的、旅遊型態遊客之旅遊消費可知其花費項目與金額顯著不同。不同旅遊目的之遊客，以商務兼旅行、觀光休閒度假遊客花費金額較多，而以探訪親友花費金額較少；不同旅遊型態遊客方面，則以參加旅行社套裝旅遊者花費較高。整體而言，遊客在金門地區的花費項目以購物消費最高，著名金酒、貢糖等特產採購對於地方零售、農產、運銷等相關部門經濟影響顯著。

由於國家公園以保育、育樂、研究為三大主要目標，但在國家公園與金門地區密不可分的關係下，建議國家公園管理處可與金門縣政府共同協商合作，以園區內與縣政府之重要遊憩資源為基礎，針對商務兼旅行與觀光休閒度假者，尤其參加旅遊社套裝旅遊之觀光休閒度假遊客，配合旅行社共同研擬行銷推廣計畫，在不損害資源、優質遊憩體驗下增加遊客到訪量與停留時間，提升對地方之觀光經濟產值。

附錄一 調查問卷

金門國家公園管理處遊客調查問卷

親愛的遊客：您好

內政部營建署金門國家公園為改善轄區內觀光設施及瞭解各位在本區旅遊需求、消費情形及觀感，以期在未來提供到訪遊客更好的服務品質，敬請接受我們的訪問。謝謝您的協助！

金門國家公園管理處
中華民國戶外遊憩學會 敬啟

問卷編號：_____ 日期：_____月_____日 星期_____ 調查員_____

壹、個人基本資料

- 一、性別：1.男 2.女
- 二、年齡：1. 20歲以下 2. 21~30歲 3. 31~40歲 4. 41~50歲
5. 51~60歲 6. 61~70歲 7. 71歲及以上
- 三、教育程度：1.國中及以下 2.高中職 3.專科 4.大學 5.研究所及以上
- 四、職業：1.民意代表、行政主管、企業主管及經理人員
2.專業人員(教師、工程師、作家、畫家....)
3.技術員及助理專業人員(製圖員、營養師、專技銷售員....)
4.事務人員(打字員、運輸事務人員、收費員.....)
5.服務工作人員及售貨員(嚮導、廚師、警察、餐飲、美髮.....)
6.農、林、漁、牧工作人員
7.技術工及有關工作人員(雕刻工、泥水工、裁縫工、木工....)
8.機械設備操作工及組裝工(鑽井設備操作工、工具機操作工....)
9.非技術及體力工(抄表員、食品小販、洗車工、搬家工...)
10.現役軍人 11.學生 12.家管及退休人員
- 五、個人月收入：1. 20,000元以下 2. 20,001元~ 40,000元 3. 40,001元~ 60,000元
4. 60,001元~ 80,000元 5. 80,001元~ 100,000元 6. 100,001元以上
- 六、居住地區_____ (縣、市) _____ (鄉、鎮、市、區)

貳、旅遊特性

一、您這次到金門主要目的是：

1. 觀光、休閒、渡假
2. 純商(公)務出差、小三通
3. 商(公)務兼旅行
3-1. 金門洽公兼旅遊 3-2. 小三通兼金門旅遊
4. 探訪親友
5. 金門服役
6. 本地居民返鄉 7. 其他_____ (請註明)

請回答 1.觀光、休閒、渡假 或 3.商(公)務兼旅行 或 4.探訪親友 的朋友，繼續填答下列問題

二、請問您這次選擇到金門旅遊的相關資訊主要從哪裡獲得(可複選)?

- 1.未曾索取 2.平面媒體(旅遊叢書、報章雜誌) 3.電子媒體(電視、廣播、戶外活動看板)
4.觀光、遊憩政府單位(旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務) 5.電腦網路 6.旅行社
7.旅遊展覽 8.親友、同事、同學 9.其他_____ (請註明)

三、請問您這次到金門的旅遊方式是?

- 1.參加旅行社套裝旅遊 2.參加機關、公司舉辦的旅遊 3.參加宗教團體舉辦的旅遊
4.自行規劃行程旅遊 5.其他_____ (請註明)

四、請問您這次到金門的搭機/搭船出發地點？

1. 台北 2. 台中 3. 嘉義 4. 台南 5. 高雄 6. 廈門 7. 泉州

五、請問您這次選擇到金門旅遊的原因是（可複選）？

1. 戰地體驗 2. 行銷推廣活動或表演活動 3. 緬懷昔日軍旅生活 4. 親朋好友推薦
5. 景觀優美 6. 會議或學習型渡假 7. 運動健身 8. 文化巡禮 9. 民俗宗教活動 10. 節慶活動
11. 學校、公司或團體的安排 12. 品嚐地方美食 13. 參加生態旅遊 14. 釣魚（磯釣、海釣）
15. 其他_____（請註明）

六、您這次在金門內哪些地方遊覽（可複選）？

- 戰地風光：1. 八二三戰史館 2. 古寧頭戰史館 3. 湖井頭戰史館 4. 毋忘在莒 5. 乳山故堡
6. 翟山坑道 7. 瓊林戰鬥坑道 8. 馬山觀測所 9. 八達樓子 10. 將軍堡
11. 九宮(四維)坑道 12. 經國紀念館
- 歷史建築：13. 莒光樓 14. 古崗樓 15. 得月樓洋樓群 16. 北山古洋樓
17. 模範街 18. 李光前將軍廟 19. 海印寺石門關 20. 烈女廟
21. 將軍廟 22. 延平郡王祠 23. 水頭將軍泉
- 古蹟：24. 邱良功母節孝坊 25. 虛江嘯臥碣群 26. 水頭黃氏酉堂別業 27. 文臺寶塔
28. 茅山塔 29. 浯江書院朱子祠 30. 瓊林蔡氏祠堂 31. 古龍頭水尾塔
32. 古龍頭振威第 33. 一門三節坊 34. 海印寺、石門關 35. 邱良功墓園
36. 漢影雲根碣 37. 蓮豐山牧馬侯祠 38. 清金門鎮總兵署 39. 奎閣
- 傳統聚落：40. 山后民俗文化村 41. 水頭傳統聚落 42. 古寧頭傳統聚落 43. 瓊林傳統聚落
44. 珠山傳統聚落 45. 歐厝傳統聚落 46. 南北山傳統聚落
- 自然生態：47. 太武山 48. 榕園 49. 雙鯉濕地自然中心 50. 中山紀念林遊憩區 51. 慈湖
52. 太湖 53. 古崗湖 54. 陵水湖與西湖 55. 貓公石海岸 56. 金沙水庫 57. 五虎山
- 其他：58. 金門酒廠 59. 其他_____（請註明）

七、請問過去五年內（民國91年至今）這次是您第_____次到金門旅遊？八、請問您這次在金門的遊程，停留共是幾天幾夜？_____天_____夜九、請問您這次同伴人數約有_____人（不含自己）十、請問您這次旅遊主要的同伴是？

1. 沒有同伴 2. 配偶 3. 子女 4. 父母 5. 兄弟姊妹、親戚 6. 同學、同事、朋友或鄰居

十一、您這次旅遊在金門主要是使用何種交通工具？

1. 徒步 2. 自行車 3. 機車 4. 計程車 5. 租用小客車 6. 搭乘公車 7. 遊覽車 8. 其他

參、旅遊滿意度

一、請問您這次旅遊對金門道路指示牌及道路狀況的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意	未使用或注意 無法回答
(1) 道路指示牌數量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 道路指示牌明確度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 道路路面品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 道路交通之流暢情形	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

二、請問您這次旅遊有沒有在金門住宿？

1. 沒有（請跳答題三、） 2. 有，住宿地點：_____，您對此住宿地點的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意
(1) 服務態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 住宿設施品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 清潔衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 住宿價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

三、請問您這次旅遊有沒有在金門用餐？

- 1.沒有（請跳答題四、） 2.有，您對金門餐飲設施的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意
(1) 服務態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 清潔衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 餐飲價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 餐飲特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

四、請問您這次旅遊有沒有在金門購買特產及紀念品？

- 1.沒有（請跳答題五、） 2.有，您對金門特產及紀念品販賣的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意
(1) 服務態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 產品特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 產品價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

五、請問您這次旅遊有沒有使用金門的停車設施？

- 1.沒有（請跳答題六、） 2.有，您對金門停車設施的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意
(1) 停車場設置地點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 停車場位置指標	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 停車場數量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 其他，請註明：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

六、請問您這次旅遊有沒有使用金門公共廁所？

- 1.沒有（請跳答題七、） 2.有，您對金門公共廁所的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意
(1) 廁所設置地點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 廁所位置指標	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 廁所數量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 廁所清潔與衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 其他，請註明：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

七、請問您這次旅遊對金門所提供的遊憩活動與設施的意見如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	極滿意	未使用或注意 無法回答
(1) 遊憩活動宣傳與資訊提供	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 遊憩活動之種類	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 遊憩活動之品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 遊憩設施之數量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 遊憩設施之品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

八、請問您這次旅遊對金門的整體滿意度？

- 1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意

九、請問您是否願意再來金門旅遊？

- 1.非常不願意 2.不願意 3.普通 4.願意 5.非常願意

十、請問您是否願意推薦親朋好友到金門旅遊？

- 1.非常不願意 2.不願意 3.普通 4.願意 5.非常願意

肆、消費行為

一、請問您這次旅行的旅遊方式及遊程中各項花費情形為何？

1. 【自行規劃遊程】

1-1. 請問您這次旅遊有下列項目的花費嗎？（可複選）

1-1.1. 交通花費

到達金門地區之交通花費，每人平均消費_____元

於金門縣境內之交通花費，每人平均消費_____元

1-1.2. 餐飲花費，每人平均消費_____元

1-1.3. 住宿花費，每人平均消費_____元

1-1.4. 購買特產及紀念品花費，每人平均消費_____元

1-1.5. 活動參加費用每人平均_____元，活動名稱為_____（請註明）

1-1.6. 其他項目花費每人平均_____元，項目為_____（請註明）

2. 【參加旅遊社套裝旅遊】

2-1. 請問您的團費（套裝旅遊）每人平均總金額_____元

2-2. 團費包含哪些項目？

2-2.1. 交通費 2-2.2. 餐費 2-2.3. 住宿費 2-2.4. 活動費

2-2.5. 其他_____（請註明）

2-3. 除了團費外，請問您這次旅遊還有下列項目的花費嗎？

2-3.1. 交通花費

到達金門地區之交通花費，每人平均消費_____元

於金門縣境內之交通花費，每人平均消費_____元

2-3.2. 餐飲花費，每人平均消費_____元

2-3.3. 住宿花費，每人平均消費_____元

2-3.4. 購買特產及紀念品花費，每人平均消費_____元

2-3.5. 活動參加費用每人平均_____元，活動名稱為_____（請註明）

2-3.6. 其他項目花費每人平均_____元，項目為_____（請註明）

伍、其他相關建議

一、您對金門若有其他意見或建議，歡迎您盡情地寫下來。

～再次謝謝您的協助，祝您有個愉快的假期！～

參考書目

1. Peterson, G.L., Champ, P.A. & 林晏州, (2005), 太魯閣國家公園的生態經濟效益分析, 花蓮: 太魯閣國家公園管理處。
2. 中華民國交通部觀光局, (2007), <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。
3. 吳宗瓊, (2000)。宜蘭縣國際童玩藝術節觀光經濟影響評估調查, 宜蘭: 宜蘭縣政府工商旅遊局。
4. 吳宗瓊、潘治民, (2004)。觀光慶典活動遊客花費與整體經濟效果之評估研究—以國際童玩節為例, 戶外遊憩研究, 17 (1): 1-21。
5. 林晏州, (1994), 東北角海岸風景特定區遊客及觀光服務業調查研究, 台北: 交通部觀光局東北角海岸風景特定區管理處。
6. 林晏州, (1998), 澎湖風景特定區遊客調查暨旅遊人次推估規劃, 澎湖: 交通部觀光局澎湖風景特定區管理籌備處。
7. 林晏州, (2002), 日月潭國家風景區遊客意見調查及遊客量推估, 南投: 日月潭國家風景區管理處。
8. 林晏州, (2003), 日月潭國家風景區遊客意見調查及遊客量推估 (二), 南投: 日月潭國家風景區管理處。
9. 林晏州, (2004), 太魯閣國家公園峽谷段遊憩環境衝擊之研究與遊客調查分析, 花蓮: 太魯閣國家公園管理處。
10. 林晏州, (2004), 遊客調查統計作業參考手冊, 台北: 交通部觀光局。
11. 林晏州, (2005), 馬祖國家風景區遊客意向調查暨遊客人次推估模式建立之研究, 連江: 交通部觀光局馬祖國家風景區管理處。
12. 林晏州, (2006), 日月潭國家風景區遊客意見調查及遊客量推估 (三), 南投: 日月潭國家風景區管理處。
13. 陳沛悌, (2004)。觀光對澎湖地區經濟影響的分佈情形, 戶外遊憩研究, 17(2): 23-48。
14. 顏家芝、陳惠美, (2003), 澎湖國家風景區遊客調查暨旅遊人次推估模式建立規劃, 澎湖: 交通部觀光局澎湖國家風景區管理處。
15. Adamowicz, W., Swait, J., Boxall, P., Louviere, J. & Williams, M. (1997). Perceptions versus objective measures of environmental valuation. *Journal of Environmental Economics and Management*, 32, 65-84.
16. Boxall, P.C., Adamowicz, W. L., Swait, J., Williams, M. & Louviere, J. (1996). A comparison of stated preference methods for environmental valuation. *Ecological Economics*, 18, 243-253.
17. Brown, T. C. & Peterson, G. L. (2003). Multiple good valuation. In P. A. Champ, K. Boyle, & T. Brown (eds.), *A primer on non-market valuation*, (pp. 221-258). Netherlands, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
18. Champ, P. A. (2003). Collecting survey data for non-market valuation. In P. A. Champ, K. Boyle, & T. Brown (eds.), *A primer on non-market valuation*, (pp.

- 59-98) . Netherlands, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
19. Daniel, M.J., Norman, W.C. & Henry, M.S. (2004) . Estimating income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 31: 180-199.
 20. Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2004) . Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.
 21. Fesenmaier, D. R., Lonnie J., Um, S. & Ozuna, J. (1989) . Assessing the economic impact of outdoor recreation travel to the Texas Gulf Coast. *Journal of Travel Research*, 28(1): 18-23.
 22. Fletcher, J.E. (1989) . Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research*, 16: 514-529.
 23. Gelan, A. (2003) . Local economic impacts: The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30: 406-425.
 24. Heng, T.M. & Low, L. (1990) . Economic impact of tourism in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17: 246-269.
 25. Khan, H., Seng, C.F. & Cheong, W.K. (1990) . Tourism multiplier effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17: 408-418.
 26. Kim, S. S., Chon, K. & Chung, K. Y. (2004) . Convention industry in South Korea: An economic impact analysis. *Tourism Management*, 24, 533-541.
 27. Lee, C.K. & Taylor, T. (2005) . Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: The case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26: 595-603.
 28. Lin, N. (1976) . *Foundations of social research*. New York: McGraw-Hill Publishing.
 29. McCollum, D. W. (2003) . Non-market valuation in action. In P. A. Champ, K. Boyle, & T. Brown (eds.), *A primer on non-market valuation*, (pp. 483-535) . Netherlands, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
 30. Stynes, D. J. & Sun, Y. Y. (2005). Impacts of visitor spending on local economy: capulin volcano national monument, National Park Service Social Science Program. Michigan State: Michigan University.
 31. Stynes, D. J. & Sun, Y. Y. (2005) . Impacts of visitor spending on the local economy: Chesapeake & Ohio Canal National Historical Park, *National Park Service Social Science Program*. Michigan State: Michigan University.
 32. Stynes, D. J. & Sun, Y. Y. (2005) . Impacts of visitor spending on the local economy: Fort Stanwix National Monument, *National Park Service Social Science Program*. Michigan State: Michigan University.
 33. Stynes, D.J. (2005) . Economic significance of recreational uses of national parks and other public lands. *NPS Social Science Research Review*, 5(1): 1-33.