

# 遊客藉由住宿體驗方式以達到對金門國家公園 傳統建築的保存識覺之研究

黃躍雯<sup>1</sup>，王正平<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>世新大學觀光學系；<sup>2</sup>通訊作者 E-mail: cpwang@cc.shu.edu.tw

**[摘要]** 金門國家公園擁有頗為難得、完整的閩南建築聚落，自國家公園管理處成立以來即予以積極修復、整建，並透過民宿方式委外經營。惟在遊客體驗住宿該傳統建築民宿之後，是否達到一定的滿意度？此傳統建築民宿體驗滿意度是否有助於遊客對傳統建築保存的識覺？而國家公園管理單位是否可以藉由傳統建築民宿服務品質的提昇，來達到傳統建築保存政策行銷的目的？這些疑點迄今未經過實證研究，卻又是國家公園頗為重視的保存、保育行動。本研究係透過問卷調查等方式，蒐集民眾對金門傳統建築民宿遊憩體驗之滿意度及重遊意願，以及對金門國家公園傳統建築民宿保存之識覺，目的在檢視遊客對金門傳統建築民宿體驗與對國家公園傳統建築保存之識覺的相關性。研究結果顯示，受訪者對於造訪金門國家公園體驗傳統建築民宿，與對國家公園傳統建築保存作法的識覺，呈現顯著正相關。因此，本研究肯定「傳統建築委外經營制度」(THB)能夠提升大眾對於國家公園的傳統建築保存之識覺。最後本研究建議：金門國家公園管理處應該要求承租者對傳統建築民宿更加強妥善經營，以提升民宿體驗品質，維持相當的滿意度。這將有利於遊客了解國家公園保存傳統建築的政策，進而提昇大眾對國家公園傳統建築保存政策的支持。

**關鍵字：**傳統建築民宿、傳統建築委外經營制度(THB)、體驗行銷、政策行銷

## How Traditional Building B&B Boosts Visitor Perception of Kinmen National Park's Traditional Building Conservation Policy

Yueh-Wen Huang<sup>1</sup> and Cheng-Ping Wang<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Department of Tourism, Shih-Hsin University; <sup>2</sup>Corresponding author E-mail: cpwang@cc.shu.edu.tw

**ABSTRACT** Kinmen National Park has several traditional villages in the style of southern Fukien Province, and the Park Service has restored buildings there and commissioned private sector to operate them as B&B (bed and breakfast) businesses. However, the park authority doesn't know visitors' satisfaction and the relationship between visitor satisfaction and their perception of the park's traditional building conservation policy. The purpose of this study is to investigate the relationship between the experience of staying with Kinmen traditional building B&B and visitor perception of the park's traditional building conservation policy. A questionnaire was deployed to investigate visitor perception of Kinmen traditional building conservation policy,

satisfaction of tradition building B&B experience, and willingness to revisit. Subsequently the correlation between perception and satisfaction/revisit willingness were further tested. The study results indicate that respondents' satisfaction and revisit willingness significantly and positively correlated with their perception of the park's traditional building conservation policy. In conclusion, the headquarters can receive more support for its traditional building conservation policy through efforts that strengthen service quality and maintain visitor satisfaction in traditional building B&B services.

**Keywords:** traditional building B&B, traditional house for bed & breakfast (THB), experiential marketing, policy marketing

## 前言

國家公園對於其園區環境資源的保育與保存工作，隨著全球環境問題日趨嚴重，也因著國家公園對自然、人文環境資源維護的設置宗旨，以及休憩體驗場所提供的功能，其重要性在當今不但未曾褪色，甚且更加重要 (Hall & Frost 2011)。在 2014 年於澳洲雪梨所舉辦的第六屆世界國家公園大會 (2014 IUCN World Park Congress)，會中所作的呼籲內容，更是透露出與會者對環境保育的焦慮，以及對國家公園、保護區更多的期許 (王鑫 2014)。

成立已屆滿 22 週年的金門國家公園，2015 年曾召開「歷史島嶼的未來」回顧研討會 (江柏煒、王秋桂主編 2015)，會中也對金管處 20 週年來的各項保育與保存施政，包括歷史文化的保存進行不少的省思。回顧金門國家公園能夠擁有珍貴的歷史文化資源，很重要的因素係因為長期在「戰地政務」軍事管制 (1949-1992 年) 之下，意外地保存了戰役遺跡及傳統聚落。在解除戰地政務之後的混沌未定狀態，內政部國家公園當局為有效管理該等資源，而成立了國家公園 (金以蕾 1994: P8)。簡言之，設置於 1995 年的金門國家公園，當時設置的宗旨最主要係以「戰役紀念」、「傳統聚落建築」等人文史蹟的維護等，做為最主要的訴求。

有別於臺灣其他大部分的國家公園擁有極為豐富、完整的生態環境資源，金門國家公園以具有閩南風格的傳統聚落建築最為獨特，最有其自明性 (identity) (註 1)。金門國家

公園以其「歷史型」國家公園的類型 (內政部營建署 1996) (註 2)，也使得臺灣的國家公園系統的建制更趨多樣性及完整性。金管處從國家公園成立以來，對於坐落在園區內之傳統聚落、建物、軍事遺址等，多有進行保存 (preservation)、保育 (conservation)、修復 (renovation) 等努力 (註 3)。其中尤以近似 ROT (Refurnish-Operate-Transfer) 方式，將該傳統建築概以執行「古厝民宿計劃」委外經營的方式，受到外界不少的關注 (註 4)。截至 2016 年 12 月底止，金管處共有 69 間古厝建築以民宿型態、19 間以商店或展示館型態委外經營。金管處實施這種「傳統建築委外經營」(以下簡稱 THB; Traditional House for Bed & Breakfast) 的制度已逾十年了 (從 2005 年開始實施)，已具有一定聲望，甚至被認為是保存傳統建築一項頗為成功、頗具創新的一種做法 (許秉翔 2014)。

金門國家公園內的傳統建築提供民宿利用的這個做法，既然是一項創新的制度，那麼它該如何被看待，尤其是使用過的客人的感受、印象如何，應該是要被高度正視。就較大的格局來看，它似乎不只是單純的住宿問題，也不只是單純的提供遊憩體驗、促進地方繁榮的議題，而至少應該是一種提供理念或知識給遊客的一種體驗活動場所 (郭瓊瑩、蘇振綱 2007)。再從國家公園政策的視角來看，因著國家公園的長期暨短期政策目標四大功能，所衍生的整個架構設計，略為：「國家公園係透過學術研究，提供客觀之資訊作為決策之基礎；以解說為手段，使遊客、民眾從價值觀、

態度乃至行為，都能油然而產生保育的觀念；經由國家公園警察對公權力的執行，得以維護國家公園環境資源保育、遊憩體驗品質，暨居民生計等功能」(黃躍雯 2002) (註 5)。這種傳統聚落提供民宿體驗的 THB 制度，既然還是在國家公園保育的政策框架之內，因此它的最終目的仍應是保存、保育園區資源。然而，金門國家公園執行了超過十年有關 THB 制度的各項舉措，能否達成國家公園保育、保存的政策目標？這才應該是最重要、最值得探討的議題。只可惜學界迄未見過較直接相關的研究，只見金門國家公園管理處以委託案的方式，分別委託金門技術學院 (現已改制大學) 江柏煒 (2006)、臺灣大學林晏州 (2009) 進行有關經營成效或經濟效益的評估。惟既然是由主管的公部門所委託的評估，難免有其機關效應，其成果的效度也難免令人質疑。且以上兩案，前者側重在經營民宿業者及遊客的滿意度評估；後者偏重在經濟效益的評估。兩者均未對國家公園的文化保存效益多所著墨，且國家公園並非一般商品，它並非完全以顧客滿意為導向，它仍會透過解說、教育等調整遊客的行為。簡言之，兩項委託案均未以金門國家公園的文化、遺產的保存效益為主體性，也未了解遊客在住宿、使用該傳統建築後的體驗感受，暨未對遊客體驗民宿與對國家公園保存識覺 (perception) (註 6) 兩者之間關聯進行分析，而其實這才是實施 THB 制度最重要的精髓所在，也是本文最主要的研究目的。質言之，本研究是在探討遊客於金門傳統建築民宿體驗滿意度，與其對傳統建築保存識覺之關聯性，藉以了解轉型為民宿的傳統建築，是否可藉由服務及體驗品質的提升，來行銷公部門對傳統建築保存的理念？亦即，可否透過(民宿)體驗品質的提升，來達到傳統建築保存政策行銷的目的？

## 材料與方法

### 一、相關文獻的檢視

### 1. 國家公園文化遺產 (傳統建築/聚落) 的保存論述

國家公園的文化遺產、文化景觀的保存，在國際保育組織「世界自然保育聯盟」(IUCN; International Union for the Conservation of Nature) 名錄的分類當中，係被歸類為保護區系統當中的一種。例如在 IUCN 的六大分類當中，尚且包括了「文化現象的保護」、「文化資源的維持」等。這意味著在國際社會是有賦予國家公園對於文化遺產、歷史建物的保存任務。國家公園之於文化遺產有其頗高的價值與地位；聯合國教科文組織 (UNESCO; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) 的分支機構「世界文化遺產中心」，也早在 1983 年即陸續推動該項保育工作。1990 年起更展開全球調查研究，希望能為全世界建立一套完整的架構(劉永孜等譯, 2008)。臺灣雖非聯合國的會員國，也自公元 2000 年起開始更重視文化遺產，當時即參照 UNESCO 的觀念和做法，選取臺灣 12 處世界遺產潛力點，其中也包括金門的文化遺產 (文建會 2003)。嗣後隔了約十年，文化部再擴大遴選 18 處的潛力點，金門也一樣入列 (文化部文化資產局 2012)，可見金門的文化遺產極具價值，受到中央當局的高度重視。

金門國家公園所保護文化遺產的範圍界線與這些傳統建築的分佈雖不完全一致，但國家公園在探勘其界址時，已經過調查、評價等做法，將較珍貴、較完整的建築聚落劃入範疇內，再加上管理處持續付出保育、保存行動，因此使得目前金門國家公園擁有一些傳統建築、聚落，不但保有相當完整、原真的 (authentic) 閩南式建築文化，在全球旅遊益趨蓬勃發展的當前，金門國家公園的傳統建築、聚落算是一種極具獨特性、差異性的觀光吸引物 (attractions)，因此金門國家公園在追求島嶼的永續發展暨永續觀光上，對其傳統建物、歷史聚落的保存的意義與重要性絕不可等閒視之。

惟如就歷史建築的保存而言，該觀念的起

源可追溯至 19 世紀中葉歐美歷史建築保存的觀念；至於傳統聚落保存的觀念則始於二次戰後的 1970 年代。由於對於保存動機之論述向度各有不同，而出現許多見解，例如：關乎城市再發展的、觀光的、保存的...包括了各個不同的向度（夏鑄九、林鏊 1993）；而對其規劃方式則興起「倡議式規劃」（advocacy planning）運動，讓使用者也能參與決策、設計、營造。社區發展放棄大規模更新方式，改採修復、維護、整建等方式（夏鑄九、林鏊 1993）。在這股風潮牽動下，聚落保存工作成為民眾參與的過程，也成為後現代社會中的文化形式。例如在新、舊並陳的建物中，不少觀光客是會想要了解該聚落的生活方式，也對傳統建築的原真性（authenticity）感到興趣，這成為地方經濟發展的動力，亦即藉由觀光業帶動經濟發展。這些觀念及做法延續到邁入 21 世紀之際，不少學者及中央層級文化部門的態度，對臺灣、對金門傳統聚落建築的處理方式，亦有其一定的影響力（財團法人古都保存再生文教基金會 2005）。

至於國家公園對傳統建築處理方式的相關文獻甚少，也不太具體（註 7），不過可從美國國家公園署明確的列舉四種處理方式予以說明：保存（preservation）、回復原狀（restoration）、修復（rehabilitation）或重建（reconstruction）等。一般而言，如僅為發展觀光所做的「歷史古蹟活化使用」，通常是採取後者「修復」與「重建」兩種方式。這被認為比較可能被接受的動態式、功能性的使用方式；如為了保存文化遺產的目的，則可能採取前兩者「保存」、「回復原狀」兩種方式，這被視為較適合做靜態的觀賞使用。惟即便是美國國家公園署所揭示的內容，也未涉及該傳統建築如何提供較細節利用的見地，所以能借鏡之處不多（整理自美國國家公園署網站，2016/7/2 摘取）。

## 2. 金門國家公園傳統建築/聚落保存的價值與意義

至於金門部分傳統建築、聚落為何具有保

存價值？這雖然沒有科學學術文獻直接、具體的論證它的價值，不過這不也是歷史文化保存最困難的地方。不過吾人還是可以透過有限參考資料予以佐證：其實金門早在設置國家公園之前，即有歐震緯（1984）、李乾朗（1989）等，在進行金門傳統建築基礎資料調查時，即對金門不少聚落具有閩南漳州、泉州樣式的歷史意義，以及另有其在地風格，相當肯定其價值；在成立國家公園前後，主政當局也啟動評估機制。多認為金門民居形式的影響因素源遠流長，面對當今國家公園影響較直接且深遠者，尤以明清民居形式為最。再加上清光緒年間（1840 年代），金門首見大規模移民南洋，其文化的相互影響，及呈現在金門特有的建築風格上，都很值得關注。綜合這些居民移進、移出金門，又再帶回南洋建築風格，以及歷經四十多年的軍事管制等因素，共同形塑成當今所見包括閩、廈、南洋風格建物聚落（金門縣政府 1987, 1992）。閱讀這些建築及聚落的空間形式，不但可探知其如何受到歷代社會結構、實際生活需要的影響，其材質、格局等也都各自呈現其獨特的文化風貌，深具保存價值（金門國家公園管理處 2009）。只可惜至今仍未見學術機構超然，客觀地對華人地區所有閩式傳統建築、聚落之規模、價值等進行綜合評價與分析，以致金門這些歷史建築與聚落的價值，並未普遍地為居民或地方政府所接受，也招致當今反對保存傳統建築、反對國家公園的聲音仍然不曾停止（陳恆鈞、張家齊 2014, 李金生 2017）。

在 21 世紀以來，中央層級的文化部，也將金門部分聚落地區，規劃為申請世界遺產的潛力點之一。基於該等地區為活的閩南文化，認為它們可展現大中華地區某一段時期，或呈現出一世界文化區域重要的人群價值觀的交流過程。另外，金門這些傳統聚落建築也是某一文化傳統或現存（或消失）文明的獨特或特別證明」（文化部文化資產局 2012）。由以上已概括的說明，金門國家公園的傳統建築/聚落不僅對臺灣，甚至對全人類都具有頗高的保

存價值與意義，都有待吾人高重視。

### 3. 傳統建築閒置空間的「再利用」與文化觀光、遺產觀光

金門傳統建築既然有其被保存的價值，一旦經過修復等維護方式之後，它也有可能只是成為閒置空間，但也有可能被活化再利用(revitalization)。目前全球對文化資產保存的概念漸趨向活化再利用的方式，希望能在兼顧「歷史原物性」、「史實證物性」、「觀光機能性」等前提下，進行「再利用」規劃(傅朝卿 2001, 郭幸萍、吳綱立 2013)。所謂「再利用」係指「藉由重新組構一棟建築，使其機能得以滿足新需求，藉由此種保存策略，提供人類在文化資產上具有連續性的可能性」(傅朝卿 2001)。

對於傳統建築等閒置空間的再利用，歐美先進國家起步較早，大約從 20 世紀六、七十年代就開始了。蕭麗虹(2002)從綜觀閒置空間再利用的角度指出：「德國曾將閒置空間由私部門從事房地產開發；英國曾將廢棄巧克力工廠賣給藝術愛好者作餐飲業使用；法國一座國家公園內的一處閒置空間被建築成巴黎國際藝術村；新加坡曾將廢棄私人倉庫，由政府投資再出租做娛樂區使用」。至於在臺灣則有中華民國建築學會(2003)對中外歷史建築再利用的方式，歸納出下列幾種使用類型：1. 社區中心、2. 體驗型空間設施、3. 文化設施、4. 教育設施、5. 商業與觀光使用、6. 辦公空間、7. 其他。其中體驗型空間設施，包含體驗農戶民宿及體驗不同的生活經驗等，頗類似本文的研究對象，也就是讓歷史建築提供遊憩、休閒體驗，即是一種再利用的類型。

另外，依據「國際文化觀光憲章」(ICOMOS)(1999)，在其開宗明義即闡述：「這些遺產必需要被經營管理，而且其首要目標乃是將遺產之重大意義與維護之需，與當地居民及外來訪客相互溝通。」，同時憲章中也提及：「國內與國際觀光已成為文化交流最主要的媒介」。再者，為了破除對開放文化遺產只是單純地想獲利的疑慮，該憲章特別提到：「從遺產所在的地方觀光計畫中獲得的收入中，相

當大的比例應該分配給那些地方做保護、維護與呈現之用」。可見傳統建築的先人智慧、生活經驗、美感等，還是應當與外界多多分享，其方式之一就是發展文化遺產觀光，再透過制度的機制予以妥善保存。此外，就國家層級而言，發展文化遺產觀光，可成為國家經濟體制的一環，讓其收入回饋社區，也可將收入再轉化成維護遺產的資金。但必須透過經營管理、盡量減少觀光負面衝擊、設法引起訪客對當地文化的尊重，以利永續發展。

金門國家公園基於傳統建築的維護及各種因素，制定「金門國家公園傳統建築活化利用原則」以為推動基礎(註 8)。2005 年開始以近似 ROT (Refurnish-Operate- Transfer)方式對外出租，供遊客體驗利用。該種由國家介入保護區遺產體驗的創舉，在全球保護區的環境治理，仍極少見。不過國家公園並非營利單位，它仍有它的組織任務及制度設計。它固然有必要提供其休閒遊憩功能，但是更重要的仍是保育、保存的任務。因此即有學者建議國家公園應同時兼顧「遊客體驗—資源保護」(visitor experience and resource protection)二元性的任務(魯炳炎 2011)，管理處似也應該在該大原則下來設計傳統建築民宿體驗的制度。

### 4. 金門國家公園文化遺產之政策行銷、理念行銷與體驗行銷

國家公園的設置本即包括保育、遊憩等政策目標。就國家公園當局而言，為推動其各項政策，就會透過「政策行銷」(policy marketing)來加強溝通保育、保存的觀念。因著各種情況、條件的不同，而使用不同行銷工具的組合，以推動政策。這是一種以「顧客導向」(customer-oriented)來規劃及執行政策。其基本動能就是讓百姓知道政府的政策，進而予以支持。推動的機制就是透過 I-P-R (告知—說服—提醒)的過程，期望改變老百姓的態度與行為。當今行銷工具與技術，除了傳統的廣告、公關等，尚且包括網路廣告及體驗行銷等當代推廣技術(蘇偉業 2007, 祝鳳岡 2011)。

隨著社會發展與轉型，行銷概念的涵括範

圍也跟著擴大。包括社會行銷、理念行銷概念也跟著被提出。1971年，Kotler & Zaltman (1971)正式提出「社會行銷」(social marketing)的概念。Kotler & Roberto (1989)認為：「社會行銷是一種社會變革的管理技術，其目的是提昇標的團體 (target population)對社會理念的接受度」。由於它主要在傳遞某一社會理念，所以黃俊英 (2002)將其稱為「理念行銷」(idea marketing)。而Lazer & Kelly (1973)認為社會行銷包含的範圍應該更廣些，他們主張：「社會行銷不只是理念行銷，而且應包括行銷的社會責任，以及行銷對社會環境的影響」。

本研究認為國家公園既以保育理念的推動為其職責，所以國家公園就是在執行其理念行銷。而社會行銷縱然範圍更大些，基本上也是在改變社會的一些理念。金門國家公園為保育、保存理念而進行理念行銷，要讓標的團體的保育觀念能因親近、體驗國家公園，進而接受、改變對待國家公園的觀念乃至調查行為，這當中體驗行銷應該是不錯的手段或方式。然而，體驗行銷 (experiential marketing)又該如何做為傳播保育理念的政策工具？Schmitt (1999)在提出「體驗行銷」時強調：「體驗可以創造難忘的經驗活動，在活動結束之後，記憶卻可留在消費者(住宿客)的記憶中。這種見解有別於以前的傳統行銷，多只是一味單向、理性、功利的傳播產品的功能。Schmitt (1999)又以「策略體驗模組」(strategic experiential modules, SEMs)，具體地說明它包括了五種形式：感官、情感、思考、行動和關聯等五種，它將會從情感、認知、思考以至採取行動。在臺灣的實證研究中，有一些也肯定體驗行銷的效益近來益趨明顯 (林安平 2007, 姚政存 2015)。基此，金門國家公園傳統建築民宿的住宿客在使用後，是否也可能藉由體驗傳統建築民宿及相關遊程，而識覺到國家公園的保存作為，進而支持國家公園的理念與制度，即是本研究關心的議題。

##### 5. 保存識覺的內涵：包括覺知與認知

以上遊客在體驗民宿過程所涉及到的

些識覺、覺知等近似的名詞，因學科不同所下的定義或界定亦有所不同。以下有必要加強說明：在心理學領域係將 perception (心理學翻譯成覺知或知覺)分為神經的、生理的和社會的反應。然而在地理學卻有所不同。地理學者重視的是人與環境資源的關係。所以他們僅會重視心理學者當中的「社會」的向度。地理學者將 perception 翻譯成識覺，認定上係同時包括了心理學的覺知 (即識覺 perception)和認知 (cognition)兩者。對此，歐陽鍾玲 (1987:160)、倪進誠 (2000)都有清楚的說明。在他們比對後，認為地理學者所謂的 perception，同時包括了常見的知覺、記憶、偏好等。總之，在地理相關研究中，不刻意去區分覺知、認知、識覺等，而是一概用識覺 (perception)涵括社會層面的感受和印象，認為它是「一個人在所謂社會的某中刺激所獲得的印象，而這個印象是可透過它個人的經驗、學習、想像、記憶等他所居住過、想過、看過的各種環境所共同組成 (Lowenthal 1961)。亦即，所謂的識覺是在一個人接觸到真實世界，再透過他的價值系統 (value system)產生不同的反應 (倪進誠 2000)，因此它同時包括了覺知 (perception)和認知 (cognition)的這個觀點，也為本研究採用。

這種識覺的研究，因著關注主題的不同而有不同的組合。例如有人是研究移居、購物、交通(造訪、旅遊)、工作等主題。當識覺應用到重視保育、保存的國家公園環境當中，它是一種環境識覺，也可聚集為文化的保存識覺。在人們體驗過某種具保存，保護價值的環境、建築空間之後，他們能否識覺該環境空間保存的重要性，並認同它的保存價值等，這樣的體驗研究即為本文所關注的保存識覺的研究。

##### 6. 傳統建築民宿體驗與傳統建築保存識覺的關聯

國家公園等保護區透過加強遊憩體驗，以促進國家公園的保育、保存與永續發展的相關論述，近些年來似乎開始獲得較多的重視。類

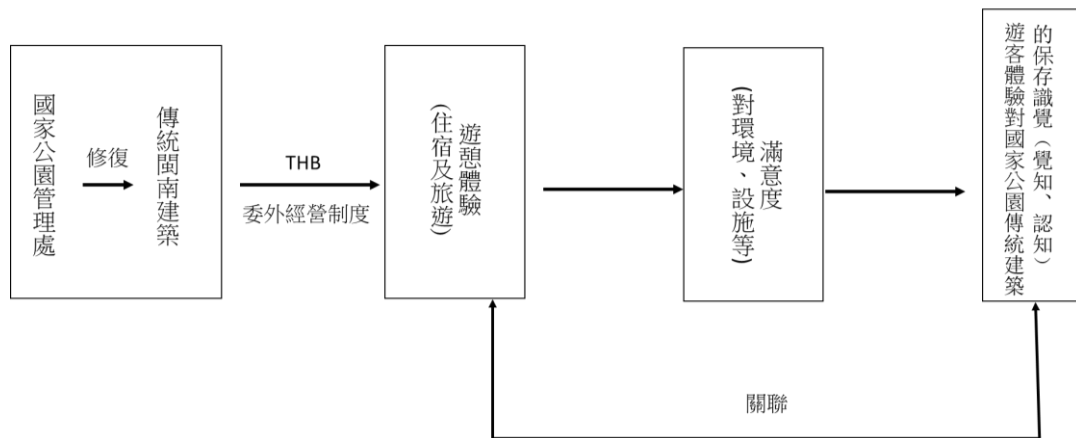


圖 1. 本研究之分析架構圖

似的概念，國家公園管理單位是否可藉由強化民眾造訪園區內文化遺產的體驗，來提升民眾對政府遺產保存作為之了解與支持，則是本研究探討的重要課題。

遊憩體驗可定義為遊客在從事遊憩活動過程中，從環境中獲得訊息，經過處理後，對個別事項或整體得到之判斷及呈現之生理及心理狀態 (陳水源 1989)。Clauson & Kretsch (1966) 認為完整的遊憩體驗包含行前 (anticipation phase)、前往 (travel to site)、現地活動 (on site activity)、回程 (return travel) 及回憶 (recollection phase) 等五個階段。而遊憩體驗之衡量則可透過情緒體驗 (林朝欽、李英弘 2001)、體驗感受 (李素馨、郭彰仁、張肇翰、謝宗恒 2010)、或滿意度 (黃宗成、吳忠宏、高崇倫 2000) 等方式來量測，其中又以滿意度來衡量民眾的遊憩體驗最為普遍。滿意度被定義為個體對體驗或服務事前期望與實際體驗感受間之落差 (Chruchill & Supernant 1982)；滿意度則包含分項滿意度及整體滿意度兩類，分項滿意度是針對各別屬性或服務項目 (如設施、活動或人員等服務) 體驗結果的衡量，而整體滿意度則是對整體服務感受的反應 (侯錦雄 1990)。

以往國家公園由於特別強調生態保育、環境教育與解說的方法與成效，較少關照到傳統建築體驗與傳統建築保存識覺之論述及其相

關性。其實根據 Tonge & Moore (2007) 在討論國家海洋公園的體驗時發現，保護區管理的良窳，取決於遊客體驗品質的高低，他們認為有效提高滿意度，將可提升遊憩品質的深度，在透過詳實的訊息 (包括調查資料)，將有利於保護區的經營管理；另外，一項針對坦桑尼亞六個保護區的調查也發現，如能開展一些更永續的旅遊形式，讓遊客識覺到環境保育，將使得遊客有較高的滿意度，甚且將因滿意度的提高，再促使產品的多樣化 (Okello & Yerian 2009)。亦即：旅遊體驗品質與永續觀光 (必須具備保育、保存識覺等)，二者似乎存在著某種程度的關聯性。而本研究認為旅遊體驗品質與自然資源保育識覺之關聯性亦可延伸至民眾對傳統建築保存之識覺，亦即遊客對傳統建築之體驗品質應有助於其對傳統建築保存作為的認識與支持。

## 二、研究方法與設計

本研究關注的是，金門國家公園傳統民宿的遊客 (住宿客)，在住宿、旅遊體驗過後，是否能識覺到他們所住宿的是金門國家公園所經營輔導的傳統建築？同時也關注到他們體驗過後是否滿意？是否願意再度重遊並推薦給其他人？從住宿客體驗的滿意度，到產生保存識覺並支持金門國家公園的保存傳統建築之做法，它們之間的關聯又為何？為進行該項



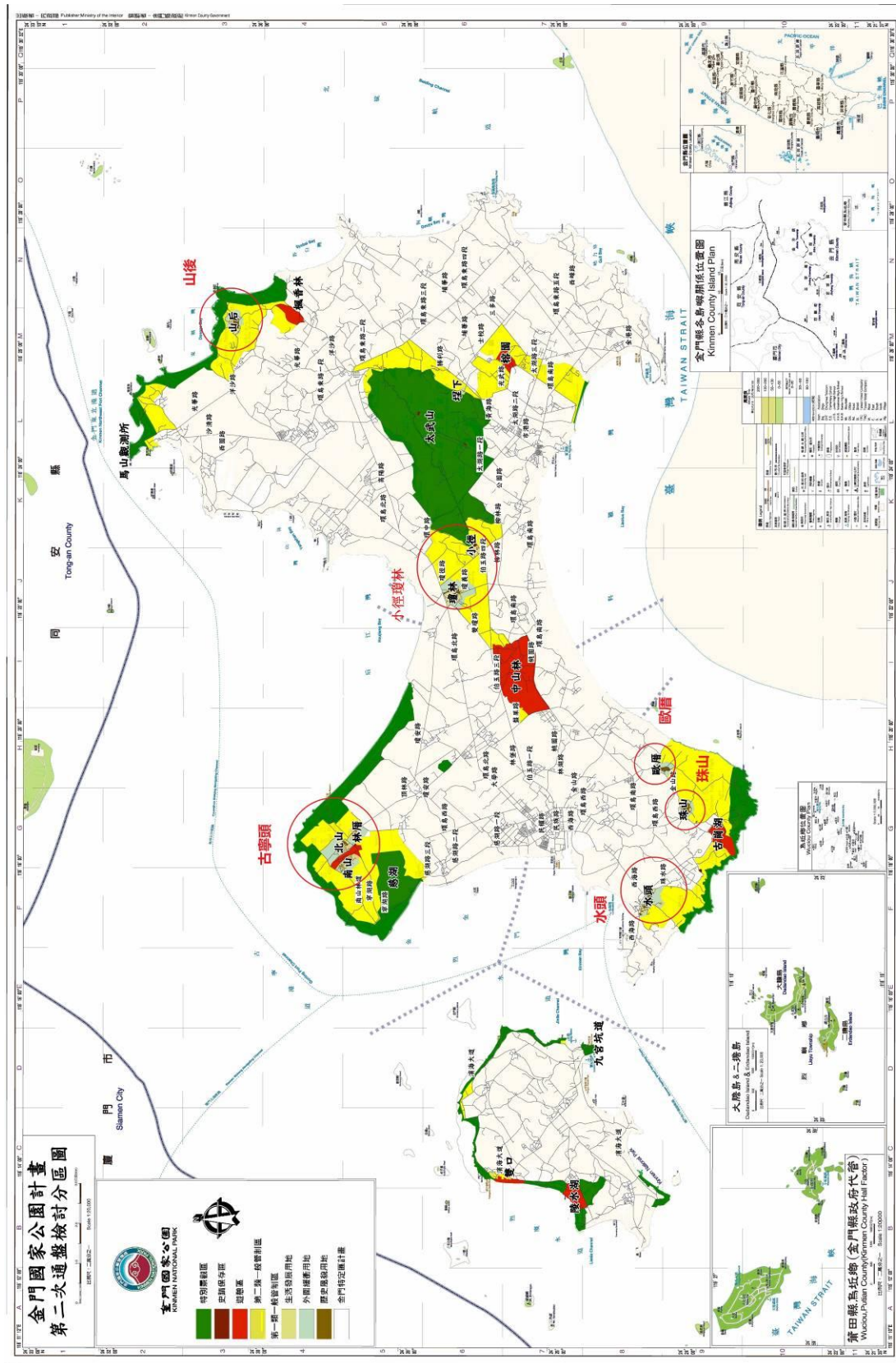


圖 2. 金門國家公園傳統建築聚落分佈示意圖



調查，以下除研擬一分析架構圖(如圖 1)，繼而從研究地點、研究變項、問卷的調查對象與抽樣方法等，分別予以說明：

### 1. 研究地點

金門國家公園僅佔金門縣面積的 23%，係簇狀的分佈在島嶼上(包括大、小金門)。自管理處成立以來，即有計畫的進行傳統建築的保存、保育，並依其聚落方式、風格特色及代表性大致劃分為七個傳統聚落：瓊林、水頭、山后、珠山、歐厝、南山北山。惟在實務的經營管理上，係依委外經營民宿的分佈狀況，分成古寧頭、水頭、珠山、歐厝、山后、小徑瓊林等六個區塊。由於本研究所進行的調查，有一部分是從國家公園獲取相關的基礎資料，因此亦參考管理處在經營、評鑑民宿的作業區劃(六個區塊)來進行(如圖 2)。

### 2. 研究變項

本研究最主要的目的，在於了解遊客對金門傳統建築民宿之體驗滿意度與其對國家公園文化遺產保存識覺之關聯。研究調查變數包含受訪者對傳統建築民宿保存識覺、傳統建築民宿體驗滿意度、重遊意願及受訪者背景等 4 個變項：(1) 傳統建築民宿保存識覺：在調查受訪者對金門國家公園管理處保存金門傳統建築並委託經營民宿之識覺調查。此題項包含兩類，一則是受訪者對公部門及政策的認知、宣導認知、委外經營認知等，另外也針對國家公園整體現況由遊客進行評價，以及希望國家公園透過民宿的委託經營向遊客傳達的內容，共計 5 題(參見表 3)；另一類是調查受訪者對傳統建築民宿保存作為的看法，包含對民宿委由民間經營之支持程度、對民宿主人用心維護傳統建築民宿之支持程度，以及對國家公園於文化保存(如傳統建築聚落)表現之感受程度，共 3 題(參見表 4)。(2) 傳統建築民宿體驗滿意度：則是對金門傳統建築民宿現地體驗之遊客，調查其對傳統建築民宿整體環境、交通狀況、設施設備、活動宣傳、旅遊活動設計、服務品質及收費水準等七大項目之體驗滿意度，衡量尺度為非常滿意至非常不滿意共分

為五個等級進行評斷，共計 29 題(參見表 5)。(3) 重遊意願：在調查受訪者對傳統建築民宿住宿旅客下次再來重宿及重遊的意願進行調查，並調查是否會推薦給他人來旅遊住宿的意願，共計 3 題(參見表 6)。(4) 受訪者背景變項：包含受訪者之性別、年齡、居住地、教育程度、個人年所得及職業之背景資訊(參見表 1)，並調查受訪者來金門旅遊之同行成員關係、預計停留天數、來金門主要動機及所住民宿的訊息管道等(參見表 2)，共計 10 題，主要係針對金門傳統建築民宿遊客所做的基本背景調查，以了解民宿主要之客群特徵。

### 3. 調查對象及抽樣份數

本研究受測對象為金門國家公園傳統建築民宿之住宿(兼外出遊憩)的遊客，在其住宿體驗過傳統建築民宿後，由本研究工作人員會同民宿相關人員進行立意抽樣調查(註 9)。調查時間為 2016 年 3-9 月，依管理處委外經營民宿的六個區塊各發出 50 份問卷，共發出 300 份問卷，扣除填答不完整之無效問卷後，有效問卷份數為 287 份。

## 結果

本文最主要的研究結果共可分成六個部分：一、受訪者背景結構；二、受訪者旅遊特性；三、受訪者對國家公園傳統建築保存識覺；四、受訪者對金門傳統建築民宿體驗滿意度；五、受訪者重遊意願；六、民眾對金門傳統建築民宿體驗與對國家公園傳統建築保存識覺關係等六個部份。

一、受訪者背景結構：從受訪者的背景觀之，體驗者性別以女性(56.1%)略多於男性(43.9%)。受訪者年齡以 21 歲至 34 歲佔最多(49.1%)，其次為 35 歲至 44 歲(21.4%)。居住地以北部(新竹以北，含新竹)最多(47%)，其次為中部(新竹以南，嘉義以北)(21.1%)、其他國家(15.1%，多為中國大陸)、南部(嘉義以南)(14.3%)及東部(2.5%)。教育程度以大學

表 1. 受訪者背景

變數	問項	次數	百分比	變數	問項	次數	百分比
性別	男	126	43.9	居住地	北部	131	47.0
	女	161	56.1		中部	59	21.1
職業	農林漁牧	5	1.8	東部	7	2.5	
	工	22	7.9	南部	40	14.3	
	商	44	15.7	其他國家	42	15.1	
	服務業	66	23.6	教育程度	國小以下	7	2.4
	軍公教	38	13.6		國中	6	2.1
	學生	39	13.9		高中職	32	22.3
	自由業	20	7.1		大專	172	60.1
	退休家管	23	8.2		研究所以上	69	24.1
年齡	20 歲以下	17	6.0	個人年所得	35 萬以下	107	40.3
	21-34 歲	140	49.1		36-55 萬	72	27.1
	35-44 歲	61	21.4		56-75 萬	45	16.9
	45-54 歲	36	12.6		76-100 萬	23	8.7
	55-64 歲	24	8.4		100 萬以上	19	7.1
	65 歲以上	7	2.5				

表 2. 受訪者旅遊特性

變數	問項	次數	百分比	變數	問項	次數	百分比
成員關係	自身投宿	29	10.7	預計停留天數	當天來回	3	1.0
	家人	97	35.9		2 天 1 夜	51	17.8
	朋友/同事	109	40.4		3 天 2 夜	178	62.2
	情侶	35	13.0		4 天 3 夜	33	11.5
					5 天以上	21	7.3
來金門主要動機 (複選)	休閒娛樂	200	69.7	住民宿訊息管道	報章雜誌	20	7.2
	住民宿	131	45.6		政府資訊	9	3.3
	體驗戰地風光	98	34.1		DM/宣傳單	7	2.5
	賞鳥	14	4.9		電視/廣播	8	2.9
	路過順道	7	2.4		店家網路	115	41.7
	購買特色產品	35	12.2		活動看板	6	2.2
	做生意	6	2.1		親友推薦	89	32.2
	參加特定活動	34	11.8		其他	21	7.6
其他	19	6.6					

(含技術學院)最多 (50.91%)，其次為研究所以上 (24.1%)。職業以服務業最多 (23.6%)，其次為商業 (15.7%)，再來是學生 (13.9%)。在年所得方面，以 25 萬以下為最多 (24.1%)，其次為 26-35 萬 (16.2%) (表 1)。整體而言，受訪者以女性、大專學歷、服務業、北部且收入不高的年輕人為主，顯示金門民宿的住宿者亦以北部且收入不高的青年為主力市場。

二、受訪者旅遊特性方面：同行成員以一般朋友/同事 (40.4%) 最多，與家人同行者次之 (35.9%)，而自身投宿者相對較少 (10.7%) (參見表 2)。受訪者預計停留天數以 3 天 2 夜者

最多 (62.2%)，其次為 2 天 1 夜 (17.8%)，而當天來回及停留 5 天以上者相對較少。受訪者至金門之主要動機以休閒娛樂為最多 (69.7%)，其次為住民宿 (45.6%)，體驗戰地風光再其次 (34.1%)，而做生意、路過順道及賞鳥者相對較少。受訪者住民宿之訊息管道方面，以店家網路為最多 (41.7%)，其次為親友推薦 (32.2%)，而其餘訊息來源管道相對較少。整體而言，受訪者多與朋友及家人同行為主，停留約 2~3 天 (1~2 夜)，至金門多為休閒娛樂、住民宿並體驗戰地風光，而訊息多來自網路及親友的推薦。

表 3. 民眾對金門國家公園傳統建築民宿之識覺

問 項	次數	百分比
請問您知道您目前所住的傳統建築民宿，主要是由哪一個公部門所輔導經營的嗎？(單選)		
金門縣政府	53	19.1%
行政院文化部	3	1.1%
交通部觀光局	7	2.5%
內政部國家公園管理處	154	55.6%
不知道	59	21.3%
請問您認為傳統建築民宿的經營推動，需由民間或居民參與的最主要目的為何？(可複選)		
帶動金門觀光發展	161	56%
吸引更多觀光人潮	95	33%
較能讓遊客體驗金門戰地氣氛	73	25%
藉由民間常態性管理，可使閒置空間善加利用	145	51%
讓遊客藉由體驗古厝建築，進而重視文化保存	219	76%
其他	4	1%
民宿主人(經理人)曾向您傳遞或宣導的內容有哪些？(可複選)		
傳統建築保存的重要性	237	83%
節用資(能)源的重要性	119	41%
生態保育的重要性	97	34%
金門未來發展的願景	80	28%
民眾如何配合文化保存的概念	150	52%
其他	6	2%
您認為公部門如要有效推行傳統聚落建築的保存，應有的做法是：(可複選)		
充分和居民溝通，取得居民的支持	252	88%
加強學校教育	137	48%
一旦有破壞行為，即採取重罰手段	62	22%
在平面媒體或電子媒體進行觀念的行銷	168	59%
其他	6	2%
您最希望國家公園透過民宿的委託經營，向您傳達的內容是？(可複選)		
成立國家公園的理念(永續發展、保育、保存)	210	73%
國家公園好吃的東西、好玩的	99	34%
國家公園未來的發展計畫	73	25%
國家公園未來的發展願景	96	33%
國家公園有哪些管制	40	14%
國家公園有哪些投資、標案機會	36	13%
金門的歷史與生態資源	210	73%

表 4. 民眾對金門國家公園傳統建築保存作為之支持情形

問 項	平均	標準差
您支持國家公園管理處為保存及維護傳統建築，而委由民間經營的做法嗎？	4.24	0.78
民宿主人對傳統建築民宿應該用心維護	4.54	0.60
國家公園在文化保存(如傳統聚落建築)的表現	4.40	0.63

說明 1：衡量尺度為 1(非常不支持)~5(非常支持)，3 表普通。

2：衡量尺度為 1(很不好)~5(非常好)，3 表普通。

三、受訪者對金門國家公園傳統建築保存識覺：在所住的傳統建築民宿主要是由哪個公部門所輔導經營，以認為是金門國家公園管理處

之受訪者最多 (55.6%)，其次為不知道 (21.3%) 及金門縣政府 (19.1%)，顯示仍有近半數之受訪者對傳統建築民宿之輔導單位不甚了解。受

表 5. 金門國家公園傳統建築民宿及旅遊體驗滿意度

問 項	平均	標準差
民宿環境滿意度	4.63	
民宿入口第一印象	4.65	0.52
民宿環境的美感	4.67	0.49
環境的整齊清潔	4.68	0.53
活動的動線	4.51	0.60
民宿設施滿意度	4.43	
廁所、衛浴的數量與乾淨	4.56	0.58
垃圾桶的數量與乾淨	4.45	0.68
消防與安全設施的品質	4.41	0.65
遮陽(雨)設施的品質	4.31	0.72
交通狀況滿意度	4.23	
沿路指標指導	4.11	0.79
島外交通運輸(如飛機、船)	4.16	0.77
島內交通運輸(如摩托車等)	4.30	0.70
停車的方便性	4.39	0.66
活動宣傳滿意度	4.21	
文宣品所做的路線安排	4.23	0.66
旅遊據點的吸引力	4.25	0.62
宣傳管道的多元性	4.10	0.73
旅遊資訊的完整性	4.25	0.67
活動設計滿意度	4.15	
活動內容具有當地特色	4.30	0.64
活動很特別	4.15	0.69
活動時間長度	4.06	0.69
客製化程度	4.06	0.75
服務品質滿意度	4.44	
工作人員的服務品質	4.49	0.62
環境解說(如：建物)服務	4.49	0.60
體驗活動的服務	4.40	0.67
交通接駁的協助	4.36	0.72
收費水準滿意度	4.25	
住宿花費	4.35	0.64
餐飲花費	4.24	0.67
購物花費	4.20	0.68
交通花費	4.20	0.72
總花費	4.22	0.72

說明：滿意度測量尺度為：1(非常不滿意)~5(非常滿意)，3 表普通。

表 6. 金門國家公園傳統建築民宿重遊意願

問 項	平均	標準差
經過這次住了傳統建築民宿及參與的旅遊活動，我下次會再來金門旅遊的意願	4.55	0.61
我會向他人推薦金門國家公園所委託經營的民宿	4.59	0.51
我下次會願意再選住這間民宿	4.62	0.51

說明：重遊意願衡量尺度為：1(非常不願意)~5(非常願意)，3 表普通。

訪者認為傳統建築民宿的經營推動需由民間或居民參與的最主要目的以「讓遊客藉由體驗傳統建築，進而重視文化保存」最多 (76%)，其次為「帶動金門觀光發展」(56%)、「藉由

民間常態性管理，可使閒置空間善加利用」(51%)，顯示民眾在體驗過傳統建築民宿住宿後對國家公園之文化保存與活動有一定的認識。受訪者反應民宿主人(經理人)曾傳遞或宣

導的內容項目上，以「傳統建築保存的重要性」為最多 (83%)，其次為「民眾如何配合文化保存的概念」(52%)、「節用資(能)源的重要性」(41%)；此結果顯示民宿業者宣導或傳達的文化保存理念大多有被民眾所接收。受訪者認為管理處如要有效推行傳統聚落建築的保存應有的做法項目上，以「充分和居民溝通，取得居民的支持」為最多 (88%)，其次為「在平面媒體或電子媒體進行觀念的行銷」(59%)、「加強學校教育」(48%)。而受訪者最希望國家公園透過民宿的委託經營傳達的內容項目上，以「成立國家公園的理念 (永續發展、保育、保存)」及「金門的歷史與生態資源」為最多 (各為 73%)，其次為「國家公園好吃的東西、好玩的地方」(34%)，由以上可知民眾對於歷史文化保育等課題還是相當感興趣的 (表 3)。

研究另調查受訪對國家公園管理處為保育及維護傳統建築委由民間經營的做法之看法，顯示有近八成的受訪者支持這樣的作法，平均支持情形為 4.24 (標準差為 0.78)；對於「民宿主人對傳統建築民宿應該用心維護」之反應平均值為 4.54 (標準差為 0.60)；對於「國家公園在文化保存(如傳統聚落建築)的表現」反應之平均值為 4.40 (表 4)。整體而言，受訪者支持金門國家公園管理處為保存及維護傳統建築，委由民間經營的做法，並且認為國家公園在傳統建築保存的表現不錯，顯示受訪者肯定金門國家公園管理處對傳統建築之保存作為。

四、受訪者對金門國家公園傳統建築民宿體驗滿意度：共可分為七大構面 (整體環境、交通狀況、設施配備、活動宣傳、旅遊活動設計、服務品質、收費水準)來評量民宿軟體及旅遊服務的體驗滿意度 (表 5)。以構面平均值來看，以民宿環境構面最高，平均值為 4.63，其次為服務品質構面平均值為 4.44，最低則為旅遊活動設計構面平均值為 4.15。以各構面下之題目分析來看，以環境的整齊清潔最高，平均值為 4.68 (標準差為 0.53)，其次為民宿環境的

美感，平均值為 4.67 (標準差為 0.49)；最低則為活動時間長度及客製化程度兩項 (平均值各為 4.06)。整體而言，受訪者普遍對於金門傳統民宿及旅遊之體驗滿意度均相當正向，對於傳統建築民宿之設施與環境兩項更是高度肯定，唯在民宿業者所提供的活動設計內容及活動宣傳兩項相對沒那麼高，不過還是有一定的支持水準。

五、受訪者重遊意願：受訪者反應最高者為「我下次會願意再選住這間民宿」，其平均值為 4.62 (標準差為 0.51)，其次為「我會向他人推薦金門國家公園所委託經營的民宿」，平均值為 4.59 (標準差為 0.51)；而「經過這次住了傳統建築民宿及參與的旅遊活動，我下次會再來金門旅遊的意願」之平均值為 4.55 (標準差為 0.61) (表 6)。分析結果顯示受訪民眾重遊或是推薦意願頗高，主要集中在願意與非常願意之間，足見受訪者對金門民宿體驗相當滿意。

六、就民眾對金門國家公園傳統建築民宿的體驗與對國家公園傳統建築保存識覺關聯方面：從資料分析結果顯示，受訪者對民宿體驗之滿意度及重遊意願與其對管理處之傳統建築保育作法及表現呈顯著相關。其中，受訪者對「您支持國家公園管理處為保存及維護傳統建築，而委由民間經營的做法嗎？」支持程度與民宿環境、交通狀況、民宿設施、活動宣傳、服務品質等滿意度及三個重遊意願呈顯著正相關；「民宿主人對傳統建築民宿應該用心維護」問項與各項滿意度及重遊意願呈顯著正相關；「國家公園在文化保存(如傳統聚落建築)的表現」問項亦與各項滿意度及重遊意願呈顯著正相關 (表 7)；唯就顯著相關者中，皮爾森相關係數介於 0.128 (低度關聯)~0.405 (中度關聯)，顯示當民眾於金門傳統建築民宿滿意度及重遊意願愈高時，愈支持民宿民營政策和民宿主人應用心維護傳統建築民宿，也愈肯定金門國家公園於文化保存的表現。然而，此關聯強度並不高，也透露出管理單位欲藉由傳統建

表 7. 金門國家公園傳統建築民宿體驗與傳統建築保存識覺之相關分析

滿意度/重遊意願	支持民宿民營以保存及維護傳統建築	民宿主人應用心維護傳統建築民宿	國家公園在文化保存(如傳統聚落建築)的表現
民宿環境滿意度	0.229**	0.469**	0.363**
交通狀況滿意度	0.133*	0.355**	0.287**
民宿設施滿意度	0.289**	0.290**	0.324**
活動宣傳滿意度	0.128*	0.248**	0.405**
活動設計滿意度	0.103	0.292**	0.402**
服務品質滿意度	0.173**	0.326**	0.347**
收費水準滿意度	0.059	0.149*	0.264**
金門旅遊重遊意願	0.273**	0.349**	0.273**
推薦傳統建築民宿意願	0.258**	0.289**	0.352**
傳統建築民宿再住意願	0.234**	0.358**	0.302**

說明：\*表  $P < 0.05$ ；\*\*表  $P < 0.01$  (表格內之數值為皮爾森相關係數。打星號者表示兩變數具顯著線性相關。單一星號者表示該組線性相關在 95% 信心水準下呈顯著；兩個星號者表示該組線性相關在 99% 信心水準下呈顯著)。

築民宿體驗滿意度來提昇民眾對公部門傳統建築保存之支持，應該還是存在著一些課題。

## 結論與建議

本研究依以上調查結果所做的分析，可獲致下列幾個重要結論及建議：

一、受訪者的背景結構，與一些文獻所陳述的「文化觀光客」特徵，約有七、八成類似。即女性多於男性、具有較高的教育水準、年齡層偏年輕，而年長者 (大於 55 歲) 則是頗具潛力的客源 (綜合參考自 Dickinson 1996, Richards 2000, Mckercher & Cros 2002)。而較不同的是：服務業 (23.6%) 高於軍公教 (13.6%) 與學生 (13.9%)。軍公教與學生這兩個族群人數並不如想像地多，甚至還少於服務業。因此，將來國家公園在提供服務或保育行銷時，也不宜忽略服務業從業人員。

二、就受訪者的旅遊特性而言，亦有兩大發現：1. 旅遊的成員關係以朋友/同事關係者佔最多，其次才是家人。這很可能與不婚與晚婚的單身族結伴同行有關；2. 造訪金門的主要動機，以休閒娛樂及住民宿分居前兩名，體驗戰地風光居第三。這很可能是本研究問卷的進

行係在民宿內做調查，客人本即是受到傳統建築所吸引而來有關，不過也可看出體驗金門戰地風光所佔人數，不如想像地高。這很可能是戰地差異地點 (heterotopia) 的想像可能已經褪流行。也很有可能是以女性較多的文化觀光客，不特別喜歡戰爭主題所致。

三、另外，本研究還發現：近半數的受訪者 (住宿者) 對金門傳統建築民宿是由誰在經營輔導不甚了解。傳統建築體驗如不知是由主導保育、保存任務的國家公園在執政，如何能藉機傳達保育、保存理念呢？這也顯示金門國家公園管理處之保存政策行銷仍有改善的空間。本研究建議國家公園管理可考慮參考交通部觀光局民宿標章模式，進行金門傳統建築維護之識別標章，來促使民眾對金門傳統建築之認同。即針對金門國家公園管理處補助維護並轉型為民宿之傳統建築，頒授「國家公園傳統建築民宿標章」，作為金門國家公園傳統建築民宿之專用標章，除增加民眾對金門閩式建築之認同外，亦能達到國家公園傳統建築保存政策行銷的目的。

四、就整體而言，受訪者對金門國家公園傳統建築民宿及旅遊體驗滿意度頗高，顯示受訪民眾對金門國家公園傳統建築民宿住宿及旅遊



活動之體驗感受頗佳，而高體驗滿意度亦展現於後續之重遊及推薦意願上（李宜曄、林詠能 2008，張清源、王照欽、賴恆生 2014）。近年來，因著金門國家公園活化傳統聚落及建築策略之落實及民宿經營者之努力，已將金門國家公園傳統建築民宿塑造為金門旅遊之重要意象 (image)，傳統聚落及建築不但是金門國家公園顯著出色的價值 (outstandingly remarkable value)，也成為金門國家公園與臺灣其他國家公園之重要區隔。此特色也吸引民眾至金門體驗傳統閩式建築之美及生活型態的重要資源，而高服務品質及高體驗滿意度亦是吸引民眾再次前來的重要因素，進而影響遊客對保育的認知 (Tonge & Moore 2007)。因此，本研究建議管理處宜持續提升金門國家公園民宿之服務品質，從整齊清潔之住宿環境與設施，到金門旅遊之交通接駁、接待服務、資訊提供、導覽解說...等全面提升傳統民宿之服務品質，使民眾有好的體驗感受，進而增加民眾之重遊意願。這裡須注意的是，提升金門國家公園傳統建築民宿服務品質，並非鼓勵民宿服務追求五星級旅館的標準，而是應強化金門傳統建築及文化特色，並透過導覽解說來促進住宿者對金門國家公園傳統建築文化的認同，進而提升其體驗品質，最終提高遊客的保存識覺。

五、如聚焦於本研究最核心關注，根據資料分析結果顯示，金門傳統建築民宿及旅遊體驗滿意度及重遊/推薦意願，與民眾對金門國家公園傳統建築保存識覺兩者呈顯著正相關。此結果顯示：民眾對金門傳統建築民宿的體驗，與對金門國家公園管理處於傳統建築保存識覺呈現顯著正相關；亦即，體驗感受佳者較支持國家公園管理處於傳統建築保育的努力，並肯定透過民間經營民宿方式來保存並活化傳統建築。然而兩者間從低至中之關聯強度顯示，如果一味提升民眾對傳統建築民宿之體驗滿意度於國家公園之傳統建築保存行銷，恐怕效果有限，主因為現行民宿業者強調滿足消費

者之需求，卻未主動說明政府之相關保存政策。因此，本研究建議傳統建築民宿經營者除強化民宿的服務品質外，更應主動向遊客說明國家公園之傳統建築保存政策及實質作為，來提升民眾對此傳統建築保存政策的認識與支持，亦即透過體驗行銷來達到國家公園保育、保存政策行銷的目的（即本研究所支持推動的 THB 制度）。實質的作為則應透過教育宣導及獎勵等策略來落實：在教育宣導方面，可加強對民宿經營者進行教育訓練與評鑑，說明國家公園對文化及傳統建築保存及保育之政策與提昇民宿服務品質的方法，期透過民宿經營者之導覽解說與遊客(住宿客)體驗滿意度之提昇，來進行歷史建築保育政策；在獎勵策略方面，金門國家公園管理處亦可考慮透過民宿地圖集點活動或民宿折價券等方式，來獎勵民眾對金門閩式建築之造訪與了解，藉以達到保育、保存政策行銷之目的。總之，金門國家公園透過這套 THB 制度，將可以有效地維護傳統歷史建築。如再妥適地開放遊客住宿體驗，就可達到國家公園所預設的功能。

六、最後，本研究的自我檢討既未來研究的建議：本研究一開始即界定在研究入住傳統建築民宿的遊客，由民宿承租人接待（但實況是他們不一定有導覽服務），在該旅遊暨住宿體驗過程，我們想了解遊客對傳統建築保存的識覺情形。這當中有一部份頗具研究價值的議題，因囿於篇幅，不得不做一些割捨，也因而多少影響研究的深度或廣度，殊為可惜，這些都有待後續研究者繼續努力。例如：其一，本研究的體驗，係鎖定在住宿（含其間的旅遊）體驗的客人。惟另有一些僅是到金門旅遊但未住宿的客人，這兩者結果的差異為何，我們並不清楚；其二，遊客所選住的民宿，因著導覽解說方式或內容的不同，會不會影響遊客對傳統建築的保存識覺？亦即不同的導覽解說服務或待客情形、類型，其關聯情形很可能不盡相同，亦有待釐清；其三，傳統建築民宿承租者的保存識覺情形一直都不清楚，以致很可能影

響體驗者的保存識覺。金管處並未對民宿承租者的基礎資料進行調查與分析，即便管理處已握有歷年來承租者的基本資料，每年雖也進行民宿的評鑑工作，但他們的因果相關分析卻仍付諸闕如。對這種重要傳統建築保存「仲介者」行為的了解，亦有待後人繼續努力。

## 引用文獻

- 中華民國建築學會。2003。維護、再利用執行手冊。屏東縣政府。
- 內政部營建署。1996。營建政策白皮書(國家公園及公園綠地抽印本)。內政部營建署。
- 閻亞寧、賴建華。2012。金門與世界文化遺產保存暨觀光發展探微。文化部文化資產局。
- 文建會。2003。許若雲編。臺灣世界遺產在潛力點簡介。台北：文建會。
- 王鑫。2014。2014 IUCN WPC 世界保護區大會的來龍去脈與發展現況。「與世界接軌—第六屆世界公園(保護區)大會之經驗傳承與分享」研習會論文集。農業委員會林務局委託。
- 江柏煒(國立金門技術學院)。2006。「金門國家公園傳統建築活化利用委託民宿經驗業」成效評估。金門國家公園管理處委託。
- 江柏煒、王秋桂(主編)。2015。歷史島嶼的未來(論文集)。金門國家公園管理處。
- 李金生。2017。慈湖推濕地保育，金門人反對管制。中時電子報金門報導，8月5日。
- 李宜擘、林詠能。2008。十三行博物館導覽服務滿意度與重遊意願之研究。博物館學季刊 22(1):93-105。
- 李素馨、郭彰仁、張肇翰、謝宗恒。2010。國家森林遊樂區之遊憩體驗與知覺復癒關係研究—以內洞國家森林遊樂區為例。戶外遊憩研究 23(2):1-24。
- 李乾朗。1989。金門民居建築(增訂版)。台北：雄獅圖書公司。
- 林安平。2007。行銷 2.0。台北：天下文化。
- 林晏州(國立臺灣大學)。2009。金門國家公園傳統建築活化多元利用與經濟效益評估。金門國家公園管理處委託。
- 林朝欽、李英弘。2001。遊憩體驗之多階段性驗證。戶外遊憩研究 14(1):1-10。
- 金以蕃。1994。金門開放觀光的社會變遷研究。國立中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- 金門國家公園管理處。2009。金門國家公園，再版。
- 金門縣政府。1987。金門史蹟源流(三版)。金門縣政府。
- 金門縣政府。1992。金門傳統聚落保存之研究。
- 侯錦雄。1990。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。未出版之博士論文，國立臺灣大學園藝學研究所。
- 姚政存。2015。文化創意園區體驗行銷之研究——以華山文創園區為例。朝陽科技大學建築及都市設計碩士論文。
- 倪進誠。2000。外在作用力形塑下觀光空間的遊客行為之研究—以澎湖離島為例。國立臺灣大學地理學研究所博士論文。
- 夏鑄九、林鏊。1993。戰後歐美聚落保存論述的形成與趨勢。當代 92:30-47。
- 祝鳳岡。2011。政策行銷與形象管理(一般公務員)(作者內部未對外之教材)。
- 財團法人古都保存再生文教基金會。2005。文化資產保存與觀光國際研討會。國立文化資產保存研究中心籌備處。
- 張清源、王照欽、賴恆生。2014。宗教旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究—以鹿港天后宮為例。旅遊健康學刊 13(1):1-16。
- 許秉翔。2014。委外經營制度於金門國家公園傳統建築再利用之研究。建築與規劃學報 15(1):1-20。
- 郭幸萍、吳綱立。2013。公私合夥觀點之古蹟再利用委外。建築學報 84:141-161。
- 郭瓊瑩、蘇振綱。2007。國家公園中長程政策

- 及策略規劃。2007 國家公園中長程政策與經營管理研討會論文集。內政部營建署。
- 陳水源。1989。遊憩機會序列研究專論選(二)。台北：淑馨出版社。
- 陳恆鈞、張家齊。2014。思與言 52(3):201-263。
- 傅朝卿。2001。臺灣閒置空間再利用理論建構。推動閒置空間再利用國際研討會會議手冊。台南市行政院文建會。
- 黃宗成、吳忠宏、高崇倫。2000。休閒農場遊客遊憩體驗之研究。戶外遊憩研究 13(4):1-25。
- 黃俊英。2002。行銷學。台北華泰文化事業公司。
- 黃躍雯。2002。築夢荒野：臺灣國家公園的建制過程。台北稻鄉出版社。
- 劉永孜等譯 (Feilden, B. M. & Jokilehto, J. 原著) 2008。世界文化遺產管理指南，同濟大學出版社。
- 歐陽鍾玲。1987。行為地理的內涵與發展。地理研究報告 13:151-166。
- 歐震緯。1984。金門中式民居建築調查概要(上)(下)。
- 魯炳炎。2011。體驗臺灣之美，勾勒世界巔峰：淺談國家公園行銷。T&D 飛訊 111:1-23。
- 蕭麗虹。2002。演講專題—「文化空間再造—閒置空間再利用的國際趨勢」。華山 2002 文化論壇系列「文化空間·閒置空間再利用」論壇集。中華民國藝術文化環境改造協會。
- 蘇偉業。2007。政策行銷：理論重構與實踐。中國行政評論。
- Churchill, G.A. & Surprenant, C. 1982. A investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research* 9(4):491-504.
- Clauson, M. & Krnetsch, J.K. 1969. Alternative method of estimating future use. *Economics of Outdoor Recreation* 21(7):36-49.
- Dickinson, R. 1996. Heritage tourism is hot. *American Demographics* 18(9):13-14.
- Hall, C.M. & Frost, W. 2011. *Tourism and national parks: International perspectives on development, histories and change*. New York: Routledge.
- ICOMOS. 1999. International cultural tourism charter: Managing tourism at places and heritage significance. in ICOMOS, *International charter for conservation and reservation*. Paris, France: ICOMOS.
- Kotler, P. & Roberto, E. 1989. *Social marketing: Strategy for changing public behavior*. New York: The Free Press.
- Kotler, P. & Zaltman, G. 1971. Social marketing: An approach to planned social change, *Journal of Marketing* 35(3):3-12.
- Lazer, W. & Kelley, E.J. 1973. *Social marketing: Perspectives and viewpoints*. Homewood, ILL: R. D. Irwin Inc.
- Lowenthal, D. 1961. Geography, experience and imagination: Towards a geographical epistemology. *Annals of the Association of American Geographers* 51(3): 241-260.
- Mckercher, B. & du Cros, H. 2002. *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Okello, M.M. & Yerian, S. 2009. Tourist satisfaction in relation to attractions and implications for conservation in the protected areas of the Northern Circuit, Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism* 17(5):605-625.
- Richards, G. 2000. Cultural tourism: Challenges for management and marketing. in Gartner, W. & Lime, D. (eds) *Trends in outdoor recreation, leisure, and tourism*. Wallingford: CABI publishing.
- Schmitt, B. H. 1999. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: Free Press.
- Tonge, J. & Moore, S.A. 2007. Importance-satisfaction analysis for marine-park hinterlands: A Western Australian case study. *Tourism Management* 28:768-776.

## 註解

1. 金門國家公園雖也擁有豐富的動物資源，例如鳥類資源、小型哺乳動物及沿海生物，但相較於傳統建築、聚落的完整、原真性，自然生態只能算是陪襯性質。在其對外的簡介中，亦自我定位為：國內第一座以維護歷史文化資源與戰役紀念為主，並保育自然生態的國家公園。
2. 根據內政部營建署 (1996) 刊行的「營建政策白皮書」(國家公園及公園綠地抽印本)，其中將臺灣

的國家公園系統分成「自然型」、「歷史型」及「遊憩型」三類。雖然嗣後部份國家公園不見得都這樣定位及歸類，不過這三種分類畢竟屬於較正式的政策宣示。

3. 通常保存 (preservation)是指完善的保護，以維持其完整性；而保育 (conservation)是指聰明的使用資源 (wise use)，不只是消極的只著重保護。因為金門傳統建築的保護政策，重視的是將傳統建築以閒置空間再利用的方式使用，目的仍在保育。近幾年，部分文獻資料用語，已從早年普通使用「保存」也開始出現使用「保育」一詞，或兩者併列使用。本研究將視前後文情形而擇用。

4. 此處所謂「近似 ROT (Refurnish-Operate-Transfer)」，係參考自許秉翔 (2014)所謂的「整修—營運—重建」，是由政府投入大筆資金修繕古厝，再委由民間經營，俟三十年地上權屆滿後再交還予原屋主的一種創新制度，並非政府委託民間慣常使用的制度—ROT (Reconstruction-Operate-Transfer)，後者指的是「重建、營運、轉移」。這兩種方式不太一樣。

5. 從國家公園當局的文件資料，幾乎看不出它整套的政策設計為何。它雖有明確界定國家公園成立的三大宗旨，也指出將提供四項功能。但未設定它的

長、短程目標，以及達成這些目標的一些手段，以及手段與手段之間的關連等。請參考黃躍雯 (2002, 151)。

6. 本處識覺 (perception)是行為地理學常用的名詞，主要是指一個人在歷經社會的某種刺激所獲得的印象，它同時包括了心理學的覺知 (perception)與認知 (cognition)兩者。詳見本文所引用的文獻。

7. 國內外雖有不少在討論古蹟活化再利用的文獻，但多不在園區內。如要聚焦在國家公園內的相關文獻，相當的少。推想應該是早期國家公園保育的對象，係以生態環境為主；一些歷史遺跡、建物等的保存、保育，並非最優先、最主要的標的物，或者僅將其各自列入「國家公園系統」中的不同種類，因此，這方面直接的文獻相當有限。

8. 金門國家公園的傳統聚落建築得以民宿方式委外經營，除了參依政府 BOT 相關政策之外，亦有其更細的制度設計，請參考許秉翔 (2014)的論述。

9. 由於要對住宿客進行調查，有必要先知會民宿的經營者。所以調查人員多是事前知會經營者而自行前往進行，或當場請民宿主人陪同前往會見住宿客，以免讓客人感到唐突、不安。