

國立台東大學體育學系
體育教學碩士班論文

民宿遊客住宿動機及滿意度之研究
—以苗栗縣南庄鄉為例

研究生：宋貞宜 撰
指導教授：周財勝 博士
中華民國九十七年八月

國立台東大學

學位論文考試委員審定書

系所別：體育教學研究所

本班 宋貞宜 君

所提之論文 民宿遊客住宿動機及滿意度之研究—以苗栗縣南庄鄉
為例

業經本委員會通過合於 碩士學位論文 條件
 博士學位論文

論文學位考試委員會：

薛 紹 卿

(學位考試委員會主席)

洪 煌 佳

周 財 勝

(指導教授)

論文學位考試日期：97年8月4日

國立台東大學

附註：1. 一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2. 本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

謝 誌

工作四年後再回到母校進修，首先要感謝指導教授周財勝博士的督促與鼓勵以及學校長官的支持，讓我能夠結識來自各學校表現優異的同學們，有幸與其相互切磋砥礪，開拓我的視野與豐富我的人生。

在論文撰寫期間，感謝洪煌佳博士嚴謹的治學態度與悉心的指導，從理論與實務的驗證中讓我獲益良多；口試委員薛銘卿教授對於論文內容提供許多寶貴意見與匡正之處，使得本論文得以更臻完善，在此一併致上謝意。

本論文得以順利完成，要感謝的人太多，感謝呂校長鼓勵學校同事們努力進修；感謝學校同仁良志、炯文、大慶、外子穎暉與我組成讀書會才使得順利考取本系所；感謝大方簽下問卷使用同意書的吳玟琪老師及所有幫忙填問卷的朋友們；感謝蘭亭咖啡民宿陳老師主動大力的幫忙協助問卷發放及回收、感謝容園谷民宿林小姐及國中同學秋枝為我辛苦奔走、蓬萊民宿溫經理、張經理。

當然，同窗們的相互鼓勵與打氣，每每在挑燈寫作時，總會發揮支撐的力量，特別是士民給予統計上全力的協助；祥毓在英摘上的辛苦翻譯；洒鋒灑脫豁達的態度；炯文總是叫我不怕；穎暉給我勇氣帶領著我往前走，感謝你們的情誼。在職進修這四年，周旋於工作、學業與家庭間，雖然負擔沉重，壓力不斷，但也練就處理事情的效率與能力。

感謝我的公公、婆婆、爸爸、媽媽，在這段求學過程的支持與體諒；也謝謝親愛的老公穎暉對於家庭的多方付出以及對我的疼惜與包容，妹妹貞昕總是在我們陷入困境時無條件付出物質與精神的關懷，讓我能夠順利完成碩士論文；而陳忻與陳佾這一雙寶貝兒女，更是我完成學業的重要推力。學習之路永無止境，期許自己在工作與學習上，皆能不斷努力精進，貢獻所長。

貞 宜 謹誌
2008 年 8 月

民宿遊客住宿動機及滿意度之研究

— 以苗栗縣南庄鄉為例

摘要

本研究旨在探討南庄民宿遊客之住宿動機與住宿後滿意度之相關情形。研究對象以南庄地區 493 位民宿遊客為主，研究工具為『南庄鄉民宿遊客之動機與滿意度相關研究之問卷』，透過問卷調查方式進行。根據所得之資料，以描述性統計分析、t 檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關、Scheffe 檢定等統計方法進行統計分析。研究結果發現：

- 一、住宿動機前五項依序為：「環境比較單純、清靜」、「使人有鬆弛身心的感覺」、「服務較為親切、樸實」、「附近有優美的自然景色」、「喜歡民宿的建築風格」。
- 二、住宿後滿意度前五項依序為：「熱情、親切的服務」、「室內外美化、綠化造景」、「四周景觀優美視野佳」、「整體的氣氛營造」、「環境清潔衛生」。
- 三、不同的人口統計變項在住宿動機上及住宿後滿意度上有顯著的差異。
- 四、住宿動機與住宿後滿意度之間呈顯著相關。

關鍵詞： 民宿遊客、住宿動機、住宿後滿意度

A Study of Lodging Motives and Satisfaction of B&B Tourists in Nanjhuang Township, Miaoli County

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between lodging motives and after-lodging satisfaction of B&B tourists in Nanjhuang Township, Miaoli County. The main tool of this study was “Questionnaire of Lodging Motives and Satisfaction of B&B Tourists in Nanjhuang Township, Miaoli County”. 493 effective questionnaires were collected and analyzed by descriptive statistics analysis, independent samples t-test, one-way analysis of variance, Pearson product-moment correlation analysis and Scheffe’s method. The results of the study were as follows:

1. The top five lodging motives were: “simpler and quiet environment”, “offering the feeling of relaxation to mind and body”, “service is more cordial and homely”, “natural scenery nearby is beautiful ”and “fond of the architectural style of B&B”.
2. The top five factors of after-lodging satisfaction were: “hospitality and cordial service”, “indoor and outdoor landscape gardening”, “great view and the scenery nearby is beautiful”, “integral ambiance”, and “environmental sanitation of B&B”.
3. There were significant differences in lodging motives and after-lodging satisfaction among the variables of tourists’ background.
4. There were notable correlation between lodging motives and after-lodging satisfaction.

Keyword: B&B, lodging motives, after-lodging satisfaction

目 次

謝 誌	i
中 摘	ii
英 摘	iii
目 次	iv
表 次	vi
圖 次	viii
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究問題	3
第四節 研究範圍與限制	3
第五節 名詞操作性定義	4
第貳章 文獻探討	5
第一節 民宿之內涵	5
第二節 民宿的相關研究	13
第三節 國內民宿發展之現況	16
第四節 南庄鄉遊憩資源與民宿發展現況	17
第五節 遊客動機之相關研究	24
第六節 遊客滿意度之相關研究	27
第參章 研究方法與設計	35
第一節 研究架構與流程	35
第二節 研究對象	38

第三節 研究工具.....	39
第四節 資料處理.....	45
第肆章 結果分析與討論.....	46
第一節 研究對象之基本資料分析.....	46
第二節 不同人口統計變項之南庄民宿遊客在住宿動機及住宿滿意度上之差異情形分析.....	51
第三節 民宿遊客住宿動機與住宿滿意度之相關情形.....	84
第伍章 結論與建議.....	86
第一節 結論.....	86
第二節 建議.....	89
參考文獻.....	91
一、中文部份.....	91
二、英文部分.....	98
附錄一：苗栗縣南庄鄉民宿遊客之動機與滿意度研究之問卷.....	101
附錄二：問卷使用同意書.....	104
附錄三：變異數分析摘要表.....	105

表 次

表 2-1 民宿之定義	7
表 2-2 民宿的特性	10
表 2-3 台灣民宿分類方式	11
表 2-4 民宿的相關研究	14
表 2-5 台灣民宿歷年統計表	16
表 2-6 民宿家數、房間數統計表	17
表 2-7 南庄鄉民宿特色	21
表 2-8 南庄鄉合法民宿	22
表 2-9 旅遊動機	25
表 2-10 選擇民宿動機	26
表 2-11 民宿住宿動機問項	27
表 2-12 滿意度定義彙整表	28
表 2-13 住宿滿意度問項	34
表 3-1 正式問卷回收表	39
表 3-2 南庄鄉民宿遊客住宿動機之信、效度考驗	40
表 3-3 南庄民宿遊客住宿滿意度之信、效度考驗	43
表 4-1 南庄民宿遊客基本資料統計表	49
表 4-2 南庄民宿遊客之住宿動機各題項同意程度排序表	52
表 4-3 不同性別之南庄民宿遊客住宿動機之比較	53
表 4-4 不同年齡之南庄民宿遊客住宿動機之比較	54
表 4-5 不同教育程度之南庄民宿遊客住宿動機之比較	56
表 4-6 不同職業之南庄民宿遊客住宿動機之比較	58

表 4-7 不同月收入之南庄民宿遊客住宿動機之比較	60
表 4-8 不同居住地之南庄民宿遊客住宿動機之比較	62
表 4-9 不同投宿次數之南庄民宿遊客住宿動機之比較	63
表 4-10 不同投宿同伴之南庄民宿遊客住宿動機之比較	65
表 4-11 不同交通工具之南庄民宿遊客住宿動機之比較	66
表 4-12 南庄民宿遊客之住宿滿意度各題項同意程度排序表	68
表 4-13 不同性別之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	69
表 4-14 不同年齡之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	71
表 4-15 不同教育程度之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	72
表 4-16 不同職業之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	73
表 4-17 不同每月所得之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	75
表 4-18 不同居住地之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	77
表 4-19 不同投宿次數之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	79
表 4-20 不同投宿同伴之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	80
表 4-21 不同交通工具之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較	82
表 4-22 不同人口統計變項之南庄民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度 影響因素達顯著差異表	83
表 4-23 住宿動機與住宿滿意度之影響因素 Pearson 相關係數表	84

圖 次

圖 3-1 研究架構	35
圖 3-2 研究流程	37



第壹章 緒論

本章主要目的在說明研究的動機、研究目的與問題、範圍與限制。本章共分為六節，第一節研究背景；第二節研究目的；第三節研究問題；第四節研究範圍與限制；第五節名詞操作性定義，分別敘述於後：

第一節 研究背景

在周休二日或連續假日從事休閒活動已經是國人日常生活中的一部分了，不管是何種類型的休閒活動，只要是能帶給自己愉快的身心、紓解平日生活中的壓力，這樣的休閒活動就達到效果了。而在休旅車流行的趨勢下，全家出外旅遊更成為風尚，且政府為加強國際青年旅遊宣傳推廣，吸引更多國際人士來台，以及落實公務人員利用非假日從事休閒旅遊，提升公務人員使用國民旅遊卡之誘因，降低離尖峰期間之住宿差距，正努力宣傳推廣合法平價民宿。在旅遊觀光的风氣影響以及政府大力提倡之下，旅遊住宿是在所難免的，除了飯店、旅館外，民宿是喜愛嘗試新鮮的國人的另一個新選擇。

在行政院推動挑戰 2008 觀光客倍增計畫下，未來的觀光休閒旅遊產業必定是蓬勃成長，連帶的民宿產業也潛藏著無限的商機。但是，國人對於休閒旅遊品質的重視以及喜歡嘗試新鮮感的特質，況且民宿是一個極重視與遊客互動的體驗型消費，所以瞭解遊客內在動機、重視的屬性以及體驗後的

感受，是值得研究的領域。

苗栗縣政府正在大力推廣觀光旅遊，而民宿更是重點發展項目，依交通部觀光局民宿相關統計（2008/07/03）苗栗縣內共有 146 家合法民宿，未合法民宿僅有 4 家，可見民宿的品質在縣府的把關下，維持一定的水準。其中南庄鄉內有 41 家合法民宿也是縣內發展最多的鄉鎮，顯見南庄鄉發展民宿具有他先天條件的優勢，也難怪南庄具有山城苗栗最佳淨土的稱號了。

本研究希望透過問卷調查以瞭解民宿遊客是如何選擇民宿及在住宿後的實質感受為何，藉以瞭解住宿動機與住宿滿意度是如何交互作用的。期本研究結果可以讓民宿業者做為改進的參考依據；民宿遊客做為旅遊前的考慮方向。

第二節 研究目的

本研究基於上述研究動機，歸納下列研究目的：

- 一、調查南庄鄉民宿遊客人口統計變項、住宿動機、住宿滿意度之現況。
- 二、比較不同人口統計變項的南庄鄉民宿遊客的住宿動機與住宿滿意度上之差異情形。
- 三、探討南庄鄉民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度之間的相關情形。

第三節 研究問題

本研究依據研究目的所提之研究問題：

- 一、南庄鄉民宿遊客人口統計變項、住宿動機、住宿滿意度之現況為何？
- 二、不同人口統計變項的南庄鄉民宿遊客的住宿動機與住宿滿意度上有何不同？
- 三、南庄鄉民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度之間的相關情形為何？

第四節 研究範圍與限制

茲將本研究之範圍與限制分述如下：

一、研究範圍

本研究主要以苗栗縣南庄鄉內 41 家民宿為研究範圍，自 2007 年 10 月 1 日至 2008 年 2 月 18 日止，以南庄鄉的民宿遊客為研究對象，進行調查研究，主要內容包含遊客的住宿動機、住宿滿意度等相關變項。

二、研究限制

本研究的樣本抽樣僅限於苗栗縣南庄鄉民宿遊客，故研究之結果僅能呈現南庄鄉的民宿遊客，而無法推論至其他地區民宿。

第五節 名詞操作性定義

茲將本研究所涉及的重要名詞，依概念性及名詞操作性定義界定如下：

一、民宿

依據民宿管理辦法第三條（交通部觀光局，2001）所下的定義：「民宿是利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所」。本研究所稱之「民宿」為南庄鄉境內民宿。

二、住宿動機

動機是促使個體活動的內在歷程（張春興，1993）。本研究所稱之「住宿動機」是指：促使南庄鄉民宿遊客住宿的內在歷程，並依李克特（Likert）五等量表來衡量遊客的動機同意程度。

三、住宿滿意度

滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間之差距來決定（余幸娟，2000）。本研究所稱之「住宿滿意度」是指：遊客選擇民宿住宿前的期望與住宿後所得到的感受，兩者間所產生差異的程度；若兩者間的差異小則滿意度較高，反之則滿意度較低，並依李克特（Likert）五等量表來衡量遊客的滿意度同意程度。

第貳章 文獻探討

本章依據本研究題目而做文獻之探討。全章共分為六節來探究，第一節民宿之內涵；第二節民宿的相關研究；第三節國內民宿發展之現況；第四節南庄鄉遊憩資源與民宿發展現況；第五節遊客動機之相關研究；第六節遊客滿意度之相關研究。

第一節 民宿之內涵

本節依民宿的起源與發展、民宿的定位與定義、民宿的特性、民宿的分類來探究民宿之內涵，分述如下：

一、民宿的起源與發展

姜惠娟（1997）指出國內外民宿的起源，大多是為解決觀光地區住宿設施的供需問題。以國外民宿起源為例：德國是因為阿爾卑斯山區及觀光旅遊地區住宿設施不足，造成遊客投宿民宅而產生；英國則是政府規定地主須維持農業歷史遺產的政策及民間空閒房間利用因素；至於日本是因為遊憩活動造成濱海及滑雪地區附近住宿設施不足，而產生投宿民家的民宿產業（引自廖榮聰，2003）。民宿的發展最早起源於德、澳，後來則流行到英、法、美等國，而日本的民宿則發展更為完善，除了以企業化經營，以達地盡其利，更以全國性的觀光開發計畫來輔導業者（潘正華，1994）。鄭健雄（2001）指出台灣地區的民宿發展時間約在1980年左右，由

於觀光風景遊樂區的興起，每逢假日常發生一房難求的情形。因此，當地居民為解決遊客住宿問題，遂將家中多餘房間略加整修後，提供給遊客住宿，民宿的雛形就此形成。且國內最早出現大規模民宿的地區是位於墾丁國家公園附近，其次是阿里山的豐山一帶（林宜甲，1998）。其後為合理規劃並輔導原住民有效利用其土地，當時的台灣省山胞行政局於1989年度起至1991年度止在全省山地選定八個農、林、漁牧、人文及觀光資源豐富之山村發展民宿事業（戴旭如，1993）。1992年間新闢屏東縣好茶村、南投縣的仁愛鄉及阿里山村以及位於台東縣海端鄉利稻村四處山地民宿村。1994年，政府開始輔導推動發展休閒農業計畫，以及行政院農委會委託研擬民宿輔導管理辦法草案。1997年，經建會指示交通部觀光局研訂民宿管理及輔導辦法。1998年，交通部觀光局完成民宿管理辦法草案，報請審議通過。直至2001年12月12日民宿管理辦法終於公佈施行（引自龔筱嫻，2007）。台灣民宿已發展了約三十年，從1980年左右的雛型呈現到目前的蓬勃發展中。

二、民宿的定位與定義

本研究依據觀光局目前公佈的民宿管理辦法（2001）第三條指出民宿的定義為：本辦法所稱民宿，指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

基本上在國內民宿並無一個標準規範是大家都認同的，

各種說法都有，也各有其立足點和不同的思考方向。民宿的定義經由多年來的研究及論述，已經形成較清楚而具體的輪廓，各方對民宿定義的主要概念經整理如下表：

表2-1 民宿之定義

作者（年代）	內容
何郁如、湯秋玲（1989）	以自宅內的套房出租予遊客，雖未辦理營利事業登記，卻已行旅館之實者。
郭永傑（1991）	私人住宅將其一部分居室出租予旅遊人口，以副業方式所經營的臨時住宿設施。
鄭詩華（1992）	是指在海濱、山村或觀光地，可供不特定或多數旅行者住宿之設施且有執照者，提供當地特產自製料理有家庭氣氛、其勞動力以家族為主、以顧客自我服務為主。
潘正華（1994）	農民利用其農宅空餘之部分房間出租予旅客暫時居留的行為。
羅惠斌（1995）	一般為趣味旅遊目的如釣魚或觀光地區各人經營之迷你旅館，或利用空房間供旅客投宿謂之民宿
Alastair et al.（1996）	大多是自己經營，可供住宿的人數不多，具有私人服務的特質，並與主人具有某一定程度上的交流，有特殊的機會去認識當地環境的地方。
姜惠娟（1997）	通常是指家族經營，工作人員不超過5人，客房10間，可容納25人左右且價位並不貴的住宿設施。
林宜甲（1998）	需先定位是否是為旅館業，此外管理經營上須有組織，並且民宿事業有結合週邊資源，不管是自然的、人文的資源或本身既有資源的特色。
高崇倫（1999）	是農戶提供鄉村旅遊者的住宿設備，有些甚至提供餐飲，遊客在此可以參與農家生活、體驗鄉村生活方式與瞭解傳統活動。
韓選棠（2000）	經營者將原本住宅的一部份空間，以「副業方式」來經營的住宿型態，其基本性質與普通飯店與旅館不同。
林梓聯（2001）	是有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動，讓旅客自然的接觸、認識與體驗。
觀光局民宿管理辦法（2001）	利用自用住宅空間房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處場所。

（續下頁）

表 2-1 續

作者 (年代)	內容
楊家彥 (2002)	利用傳統農莊建築，在不破壞農村地貌、景觀之原則下，提供具有農村特色的休憩住宿以及具有鄉土特色的餐飲。
吳碧玉 (2002)	一般私人住宅將其一部分起居室租與旅遊人口，提供住宿或食宿之住宿設施。
吳乾正 (2003)	是一種未來性的產業，未來的民宿將會邁向高服務品質、維護當地生態以及營造當地社區力量。走向是以「主業方式」經營的精緻小型旅館業。
林豐瑞 (2003)	宜以提供具有特殊的機會或優勢去認識農漁產業當地經營環境或建物及文化、技藝價值與信仰，以及社會行為等方面特質為前提。而且與民宿主人具有某一程度上的交流與較少的住宿容量。
楊永盛 (2003)	為一般個人住宅將其一部份居室，以副業方式，除了能與旅客交流認識外，旅客更能享受經營者所提供之當地鄉土味覺及及有如在家的感覺的住宿設施，並結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及體驗農林漁牧生產、生活、生態活動。
陳秋玲 (2003)	客房數少於十五間，結合當地自然或人文資源，提供旅客住宿及體驗之處所。
鄭健雄、吳乾正 (2004)	利用自宅空間提供旅遊者住宿，且由屋主自行經營，房間不得超過五間，特色民宿則在 5-15 間。

資料來源：本研究整理

由表 2-1 之眾多學者對民宿的解讀，可以發現下列特性：現今的「民宿」是因應環境所產生，它是當地風俗民情的指標，也是鄉土文化最佳的代言人，能引領我們進一步瞭解其文化背景。民宿的經營是多項休閒產業的集合體，分別提供住宿、餐飲、休憩、景觀介紹、藝術欣賞、體驗自然等服務，而這種感受不同於投宿在飯店或旅館裡。民宿除了具有經濟的功能外，還有社會發展的功能。從文化與價值觀點來看，民宿的存在不僅解決了風景名勝、觀光地點等旅客住宿的問題，也為消費者提供了一個價格更合理、環境更舒適

的選擇，同時更為人口嚴重外移的鄉村帶來新的商業活動，並增加當地居民的就業機會。同時民宿也讓遊客能更進一步體驗當地居民的生活、瞭解地方文化特色及認識當地自然景觀與天然資源。而藉由民宿的特色與獨特風格來吸引消費者前往遊覽與住宿，更能有效地提高地方的觀光收入（引自王伯文，2005）。

各學者對民宿的定義，其中因出發點不同，雖產生些許的差距，但比較而言，以現行法令所定義者最為明確，且我國民宿發展至今，已確定其法律地位，民宿經營者須依「民宿管理辦法」提出申請，始可依法經營，非在法令許可條件下經營，民宿將受到政府取締，則其存在將不為法令所保障，因此本研究所探討的民宿也以「民宿管理辦法」之定義為基本立足點，以提高本研究的實用價值。

三、民宿的特性

台灣早期的民宿僅是因為位在風景點的周邊，將家中多餘的房間加以裝修，單純提供遊客短暫住宿，然而這類的民宿通常並不具備競爭力；相較於此，近幾年出現了許多強調自然生態、特殊景觀、強調體驗的特色民宿，除了提供住宿的服務之外，部分民宿還有提供套裝深度旅遊服務，使遊客能在旅遊過程中，藉著住在當地的接待家庭中和人事物的互動，瞭解當地的生活背景、文化特色、自然景觀、產業及生態等，進而達到知性、感性、趣味和學習的深度休閒旅遊（引自王伯文，2005）。

為了瞭解民宿的意涵，另可由民宿的特質加以探究。在

國內外的相關研究中也有類似發現，茲整理如下：

表2-2 民宿的特性

研究者（年代）	內容
Alastair et al. (1996)	<ol style="list-style-type: none"> 1.提供私人服務，與主人具有一定的交流。 2.具有特殊的優勢去認識當地環境或建物歷史沿革及文物特質。 3.通常是產權所有者自行經營，非連鎖經營。 4.提供給遊客特別的活動。 5.很少的住宿容量。
鄭詩華（1998）	<ol style="list-style-type: none"> 1.有相當的數量與適當的範圍。 2.維持現有景觀，減少自然破壞。 3.維護或發揚傳統特色。 4.強化社區組織功能，改善社區環境。 5.配合當地特殊自然資源景觀及產業、創造特色。 6.結合各項遊憩活動，寓教育於娛樂。
韓選棠、 顧志豪（1992）	<p>民宿基本性質與普通飯店及旅館不同，因此民宿除具增加個人收入，改善當地居民及生活環境外，有帶動相關產業發展等積極意義。</p>
段兆麟（2001）	<ol style="list-style-type: none"> 1.農莊民宿是新興的農業經營型態，是運用農業資源與活動，吸引遊客來鄉觀光休閒，進而留宿的農業服務業。 2.利用農家現有的閒置房間出租，所以規模不會很大。 3.農村現有的景觀、自然、文化資源是民宿最好的佈景。 4.提供簡餐，如早餐，所以簡易型的民宿被稱為 B & B (Bed & Breakfast) 的服務。 5.遊客在某種程度上涉入農家生活，所以是體驗鄉村文化的有效方式。
林梓聯（2001）	<p>民宿是有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動，讓旅客自然的接觸、認識與體驗。</p>
民宿管理辦法 第三條條文 (2001)	<p>民宿之主要精神為利用閒置空間、體驗當地風土民情或農村生活、結合自然環境、副業經營等。</p>
簡玲玲（2005）	<ol style="list-style-type: none"> 1.利用住家空餘房間。 2.副業經營。 3.提供很少的住宿容量。 4.經營者親自接待，並與旅客認識交流。 5.參與社區活動，發動社區活力，協助改善社區環境。 6.結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及體驗農林漁牧生產、生活、生態活動。

資料來源：本研究整理

但是，目前台灣的民宿則是以『替代性旅遊』的經營理念，這是不同於歐美的經營理念，而且是採『專業經營』而非副業經營（鄭健雄，2001），因此如何針對台灣民宿的特性去思考行銷的策略，這是民宿業者要仔細思考的課題。

四、民宿的分類

在民宿的分類上，國內眾說紛紜，其分類有依據民宿經營類型來分，也有以民宿設置的區位來分，市面上之一般雜誌、書籍與網路上之分類，則多是以行政區來區分。依據各研究者以及不同分類的方式整理如下表：

表2-3 台灣民宿分類方式

研究者(年代)	民宿分類分式	分類項目
顧志豪(1992)	依建築型態區分	1.套房式民宿建築 2.家庭隔間式民宿建築 3.通舖式民宿建築 4.綜合式民宿建築 5.集合式民宿建築
潘正華(1994)	依空間型態分類	1.套房 2.一般式家庭隔間 3.通舖
林宜甲(1998)	依旅遊型態分類	1.特殊興趣 2.休憩活動 3.體驗生活
鄭詩華(1998)	地區及特色	1.農園民宿 2.海濱民宿 3.溫泉民宿 4.運動民宿 5.傳統建築民宿 6.料理民宿 7.西洋農莊民宿

(續下頁)

表 2-3 續

研究者(年代)	民宿分類分式	分類項目
鄭健雄(2001)	經營特色	1.農園體驗民宿 2.海濱民宿 3.歐式民宿 4.養生民宿
黃淑玲(2001)	資源特色	1.體驗型民宿 2.地方產業型民宿 3.個人特色型民宿 4.原住民民宿
陳昭郎、 張東友 (2002)	民宿資源 及經營特色	1.藝術創作型 2.復古經營型 3.賞景渡假型 4.農村體驗型 5.社區文化體驗型
張彩芸(2002)	地區及特色	1.原住民部落民宿 2.農特產品及產區民宿 3.自然生態體驗民宿 4.藝術文化民宿 5.景觀特色民宿
劉清雄(2002)	設置位置	1.景觀特色民宿 2.文化體驗特色民宿 3.鄉野體驗民宿 4.產業特色民宿
楊永盛(2003)	地區及特色	1.農園民宿 2.海濱民宿 3.溫泉民宿 4.運動民宿 5.傳統建築民宿 6.料理民宿
龔筱嫻(2007)	民宿本身 主要之特色	1.農園民宿 2.海濱民宿 3.溫泉民宿 4.傳統建築民宿 5.原住民文化民宿 6.異國風情民宿 7.料理民宿 8.其他類型民宿

資料來源：本研究整理

由表2-3可看出民宿類型愈來愈多，也代表者消費者需求愈來愈多元，民宿業者積極的創造自身特色，目的就是要突顯出本身特色與其它業者的不同，使經營民宿更需要具備當地風土民情、自然景觀、生態、環境資訊及農林漁牧生產活動等特色；而民宿業者也充分的使用地方資源及努力塑造民宿特色以吸引遊客前來參觀。今日民宿業已從以往的附屬地方設施、提供遊客住宿的場所及餐食，到現在成為旅遊的主要目標，周邊的自然資源，不再是主角，民宿本身的特色及附帶的住宿體驗，成為主要吸引遊客前往的動機。

第二節 民宿的相關研究

國外的民宿發展已有多多年，而國內民宿的流行則是近幾年的事，相關的研究非常多元且觀點豐富，茲將相關的研究整理如下表：

表2-4 民宿的相關研究

觀點	研究者 (年代)	內容
民宿營運管理	吳碧玉 (2002)	以核心資源理論為基礎，尋找個案民宿經營成功關鍵因素，以了解其競爭優勢如何產生。
	陳惠怡 (2003)	以冬山河休閒農業區內民宿之經營者為分析對象，探討農村地區民宿經營者人格特質對決策風格影響。
	楊凱傑 (2003)	宜蘭民宿策略聯盟實例之探討，民宿業者策略聯盟的特性、影響宜蘭民宿策略聯盟整體績效之因素構面、探討宜蘭民宿策略聯盟之聯盟管理作為、聯盟整體形象、加盟者績效、及聯盟整體績效之影響關係等議題。
	張毓倫 (2003)	探討台灣民宿業者實施策略聯盟的現況，並試圖建立台灣民宿業者策略聯盟的模式，以供台灣民宿專業經營人做決策參考。
	王姿懿 (2003)	以Kano二維模式之應用來分析民宿品質，並作為民宿業者改善品質之依據。
	李宗珏 (2003)	探討民宿業者在餐旅行銷組合上的應用，及對關鍵成功因素的表現及看法態度。
民宿需求及動機	姜惠娟 (1997)	探討國內民宿旅客之社經背景特性與投宿情形，並探討民宿旅客選擇民宿的動機與住宿需求的相關意見。
	廖榮聰 (2002)	以南投縣清境地區之香格里拉空中花園民宿為研究對象。了解民宿旅客選擇動機及其與社經背景、投宿情形之間的關係。
	鄭健雄、吳乾正 (2004)	認為顧客到訪民宿主要動機為民宿的寧靜和諧，其次為接觸大自然。
民宿消費行為	林靜芳 (2003)	E-K-B模式 (Engel-Kollat-Blackwell model) 理論為基礎，建構一個清境地區民宿旅客再宿意願線性結構模式。
民宿市場區隔	陳詩惠 (2002)	以需求變數來進行市場區隔，並探討不同區隔群集其人口統計變數、遊客消費行為和遊客所追求的利益之差異狀況。
	嚴如鈺 (2002)	以生活型態做為市場區隔的基礎，探討消費者在從事民宿活動時的消費特性，並分析他們對目前民宿在環境、設備、安全、服務等各方面的滿意程度。

(續下頁)

表 2-4 續

觀點	研究者 (年代)	內容
民宿消費者需求評估	楊永盛 (2003)	探討遊客在宜蘭地區住宿民宿消費後，對民宿的設施、服務、環境景觀、經營管理及體驗活動等項之評價情形，並分析民宿評價因子之組成構面，及評價因子構面與再宿意願、推薦意願之關係。
	陳秋玲 (2003)	以宜蘭地區之民宿為研究對象，探討休閒農業區及非休閒農業區之民宿消費者之需求評估、滿意度及資訊來源管道。

資料來源：本研究整理

回顧以上文獻，可探討遊客住宿動機與滿意度的相關情形，顯示出消費者透過旅遊投住民宿，藉不同於自己家裡環境的住宿體驗來達到休閒的目的。在人為因素皆相同或者達到極致後，人們還是會反璞歸真注重自然，畢竟自然美景才是帶不走的無價寶。消費者對於住宿所重視的不外乎硬體、軟體及服務三項，所以民宿除了基本之安全、乾淨等項目應維持一定品質外，更應依附本身之資源創造最多的遊憩方式以滿足消費者多樣化之體驗需求。本研究也將依民宿的相關研究中與遊客之住宿動機及住宿滿意度相關項目作為比較，藉以探究民宿遊客的消費行為。

第三節 國內民宿發展之現況

根據觀光局資料顯示，在2001年12月民宿管理辦法公佈實施以前，台灣的民宿業者約有988家，卻為不合法經營，而公佈實施一年後函報申請業者為600家，合法的民宿已有65家，翌年函報申請業者已達1775家，合法民宿達到754家，成長了十一倍，截至今年2008年6月為止，函報申請民宿業者有2978家，其中合法民宿已達2477家，相較於2004年又成長了三倍，由此可見，三年半的時間，民宿的數量從600家增加到2978家，成長了2378家，而合法的民宿則從65家，增加到2477家，成長了三十八倍多，其成長速度實在驚人。詳細資料如下表所示：

表2-5 台灣民宿歷年統計表

時間	函報家數	合法家數	未合法家數
2001/12	----	----	988
2003/02	600	65	535
2003/12	1297	309	988
2004/12	1775	754	1021
2005/12	1851	1194	657
2006/12	2001	1704	297
2007/6	2525	2084	441
2008/6	2978	2477	501

資料來源：觀光局(2008/07/03)、本研究整理

表2-6 民宿家數、房間數統計表

97年6月份						
縣市別	合法民宿		未合法民宿		小計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
台北市	0	0	1	5	1	5
台北縣	67	271	72	462	139	733
桃園縣	20	93	18	62	38	155
新竹縣	34	140	9	28	43	168
苗栗縣	142	518	4	12	146	530
台中縣	31	108	13	58	44	166
南投縣	432	2094	127	873	559	2967
彰化縣	17	69	0	0	17	69
雲林縣	45	188	13	48	58	236
嘉義縣	73	249	63	327	136	576
台南縣	41	169	0	0	41	169
高雄縣	46	187	19	97	65	284
屏東縣	63	267	35	264	98	531
宜蘭縣	342	1312	88	462	430	1774
花蓮縣	680	2378	20	58	700	2436
台東縣	275	1086	4	13	279	1099
澎湖縣	128	540	4	18	132	558
金門縣	28	137	0	0	28	137
連江縣	13	60	11	81	24	141
總計	2477	9866	501	2868	2978	12734

資料來源：觀光局（2008/07/03）

第四節 南庄鄉遊憩資源與民宿發展現況

南庄鄉隸屬於苗栗縣，位於苗栗縣與新竹縣的交界處，大部分為山區，加上蓬萊溪流經其中，山光水色是這個鄉鎮最大的特色。南庄一詞的由來，是當年日據時期在鄰近的回美設庄開墾，當時的南庄位處於「回美庄」以南，故稱為南庄。由於南庄明媚的風景，現在也是台灣中北部一大熱門民宿及觀光旅遊區。依據苗栗縣觀光旅遊網提及南庄鄉的相關

內容整理如下：

一、鄉鎮簡介

南庄鄉是一個遠離城市的小鄉村，共有 9 村 3100 餘戶，人口約 13000 餘人，以泰雅、賽夏和客家人為主的族群。百年來，南庄鄉民流傳一句：「美不美，南庄水，親不親，故鄉人」，堪稱為山城苗栗最佳的淨土之一，加上蔬果、花卉、鱒魚、香菇...農產品豐富，民宿、山莊、餐廳林立蔚成一大特色，已形成最優質的農業、文化休閒農漁園區。南庄鄉其開發始於清嘉慶二十三年（1818），當時有廣東人到田尾（今田美）、獅山地區開墾，為開發南庄地區的先頭部隊。當時三灣、南庄等地，為賽夏族原住民所盤踞，三大頭目各擁其地，自成一霸。道光十二年（1832）漢人與賽夏原住民議和，在田尾（今田美村）等地再度開墾。

二、地理環境

南庄鄉東與新竹縣為鄰，南接泰安鄉，西連獅潭、三灣兩鄉。南庄鄉除了貫穿全鄉的中港溪河川地有少許田園外，幾乎沒有平地可言，可說是典型的山鄉。南庄鄉的地形，大部分為山地和丘陵，除了南富村，員林村外，四面環山。海拔從 120 公尺到 2200 餘公尺，由西向東，地勢漸高。

三、休閒、觀光資源

（一）農特產品：香菇、金針、一葉蘭、高冷蔬菜、甜柿、夏季蔬菜、金花石蒜、桂竹筍、椪柑、文旦、嫁接梨。

（二）交通方式：

1. 鐵路：竹南站下車→轉搭苗栗客運→南庄。

2. 公路：頭份站下車→轉搭苗栗客運→南庄。

3.開車：南下一中山高速公路→頭份交流道→台3線→珊瑚湖→三灣→124甲→龍門口→南庄。北上一苗栗·公館交流道南下→台6線→獅潭→苗124甲→仙山→八卦力→南庄。

(三) 著名景點有：

- 1.步道：蓬萊溪護魚步道、神桌山登山步道、八仙步道、茶園坪步道、石門古道、光天高山步道、八浦步道、橫屏背山登山步道、南天古道、神社步道、鵝公髻山步道、中加拉灣道步道、鹿風步道，共13線。
- 2.廟宇古蹟：獅頭山勸化堂、南庄郵局、桂花巷。
- 3.風景區：向天湖、獅頭山、鹿場。
- 4.山地部落：八卦力部落。

(四) 多元族群文化：粗獷的泰雅部落、神秘的賽夏族以及吃苦耐勞的客家族群，代表了南庄多元的文化資產，他們在這片土地上共榮共存了好幾代，產生濃濃的人情味。

(五) 街道環境建物及自然生態景觀保留：南庄鄉因早期屬山林地，資源較為貧瘠，因此許多山林景觀保留原貌，而早期生活型態的建物，皆未作過多的開發與變更，而保留其原貌特色。

(六) 四季各具特色：南庄擁有美麗的好山好水以及多元豐富的自然生態景觀，如此境地一直是外地人想一探究竟的神秘地帶。

1.油桐花開的春天：而「桐花祭」的由來，是因為白色的桐花滿山遍野綻放，風吹起來後，一陣雪白桐花飄落有如下雪一般，大家稱為「五月雪」。

2.親水的夏天：南庄小溪谷眾多，可說是水的季節，有天然的夏季戲水勝地三角湖、潺潺流水與壯觀瀑布的神仙谷、護魚有成與清澈見底的蓬萊溪谷、自然天成與林木環繞的向天湖、景致優美與有如蓬萊仙境的峨眉湖等，每每成為旅客駐足之處。

3.巴斯達隘的秋天：這個季節盛產甜柿，而賽夏族矮靈祭（巴斯達隘）於向天湖舉行。每兩年一祭，十年一大祭的矮靈祭，具有原始神秘的氣息，每隔一年的農曆 10 月 15 日前後舉行，共 4 天 3 夜是賽夏族人最重要的祭典，代表了文化的傳承。

4.山櫻花盛開的冬天：各式各樣的櫻花、垂梅依序盛開於南庄的咖啡庭園裡，沿途境內亦可觀賞，全鄉周圍道路旁有如花市般。而瓦祿文化節及鱒魚節也在這時展開。

四、南庄民宿的發展

依據苗栗縣合法民宿網整理出南庄鄉合法民宿及特色如下表：

表2-7 南庄鄉民宿特色

編號	主題屬性 民宿	人文 藝術	自然 生態	登山 健行	踏青 採果	戀戀 溫泉	美食 饗宴
1	玉荷園						
2	力新小築		√		√		
3	宜家園		√	√			√
4	紅磚屋		√	√			
5	南江璞園						
6	毓琇圖書山莊	√	√	√			
7	李家莊		√	√			√
8	真柏園						
9	眉山居		√	√			
10	栗田莊	√	√				
11	福美	√	√	√			
12	尚豐山蘇農場						
13	吶善嗎固						
14	里京館	√					
15	綠竹山莊						
16	悅園		√	√			
17	伴月民宿	√	√				
18	高山青民宿		√				√
19	寶康花卉農場		√				
20	八卦力民宿		√				
21	石壁彩虹民宿						
22	水雲間	√	√	√		√	
23	山居蘭園						
24	松柏山莊						
25	松緣民宿		√				
26	藝欣堡民宿	√	√				
27	杉林松境			√		√	
28	源寶山莊		√				
29	百合山莊						
30	北獅樓		√				
31	木玫瑰民宿		√				

(續下頁)

表 2-7 續

編號	主題屬性 民宿	人文 藝術	自然 生態	登山 健行	踏青 採果	戀戀 溫泉	美食 饗宴
33	余媽媽香菇園	√	√				
34	綠野仙蹤桃樂絲的家	√		√			
35	容園谷景觀度假山莊						
36	鳳櫻碧山莊	√	√		√		
37	悅來居民宿		√				
38	東河居民宿		√				
39	蘭亭民宿		√				
小計		10	25	9	2	2	3

資料來源：本研究整理

表 2-8 南庄鄉合法民宿

編號	民宿名稱	房間 數	價格	地址（苗栗縣南庄鄉）
1	眉山居	5	2000-4800	田美村 6 鄰 106 號
2	李家莊	3	1500-3000	東河村 12 鄰 22 號
3	吶善瑪固民宿	3	4000-5000	東河村 24 鄰鹿場 19 號
4	余媽媽香菇園	3	1380-4000	東河村 8 鄰 7 號
5	栗田莊	5	3000-4500	南江村 14 鄰小東河 17-2 號
6	力新小築	5	2000-3000	南江村 5 鄰東江 100 號
7	里京館	5	2000-3800	南江村 9 鄰 35 號
8	紅磚屋	21	2000-3500	南江村 9 鄰里金館 32-3 號
9	毓琇圖書山莊	5	1500-3000	南江村 9 鄰里金館 35 號
10	悅園	3	2000-4000	南富村 21 鄰四灣 69 號
11	尚豐山蘇農園	5	1600-2600	蓬萊村 12 鄰八卦力 57 號
12	真柏園	5	2000	蓬萊村 9 鄰四十二份 7-2 號
13	綠竹山莊		2500-3500	蓬萊村 9 鄰四十二份 8-1 號
14	伴月民宿	5	2800-5200	蓬萊村 5 鄰 68-1 號
15	宜家園	4	1500-2500	南江村小東河 1-1 號
16	源寶山莊	5	2000-2500	南江村 19 鄰南江 2-2 號
17	綠野仙蹤桃樂絲的家	9	2400-6000	獅山村 7 鄰 17-2 號
18	水雲間	3	3000-3500	東河村 10 鄰六隘寮 23 號
19	玉荷園	5	2800-4600	東村 16 鄰中正路 242 號
20	容園谷景觀度假山莊	4	2800-5000	蓬萊村 18 鄰 17 號

（續下頁）

表 2-8 續

編號	民宿名稱	房間數	價格	地址 (苗栗縣南庄鄉)
21	杉林松境	5	1680-3200	東河村 12 鄰橫屏背 26 號
22	石壁民宿	3	2400-3000	東河村 21 鄰石壁 21 號
23	山居蘭園	3		南富村 22 鄰四灣 77-1 號
24	鳳櫻碧山莊	4	2800-3500	蓬萊村 9 鄰 42 份 8-9 號
25	高山青民宿			蓬萊村 118-8 號
26	百合山莊	5	2400-6000	南江村 17 鄰福南 50 號
27	南江璞園	5	2600-5000	南江村 3 鄰東江 31~8 號
28	松柏山莊	4	2000-4000	東河村 24 鄰鹿場 20 號
29	東河居	4	1600~3000	東河村 1 鄰東興新邨 176 號
30	北獅樓	4	1760~4800	蓬萊村 4 鄰 45 號
31	寶康花卉農場	17	6000~8000	田美村 12 鄰四灣 47~2 號
32	松緣	5	2000~4000	田美村 2 鄰田美 22~22 號
33	木玫瑰	7	2500-4500	蓬萊村 4 鄰紅毛館 55 號
34	蘭亭民宿	4	2500~8000	田美村 2 鄰 22-3 號
35	八卦力民宿	5	1600~2500	蓬萊村 11 鄰八卦力 25-1 號
36	藝欣堡民宿	3	1750~3500	東村 16 鄰 89-7 號
37	仙山民宿	3	2080~5600	蓬萊村 2 鄰紅毛館 35 號
38	妹妹的家民宿	4	3000~4500	田美村 2 鄰田美 23-7 號
39	碧絡角民宿	4	1400~1800	東河村 12 鄰橫屏背 25 號
40	蘿菔農場	8	2680~3900	東河村 21 鄰石壁 23 號
41	陶然渡假山莊	8	3300~6500	蓬萊村 9 鄰 42 份 8 之 5 號

資料來源:南庄鄉公所 http://www.nanchuang.gov.tw/big5/e/news_01.htm (2008/07/07)

南庄鄉合法民宿截至 2008/07/07 為止已有 41 家，其中以具自然生態屬性最多，人文藝術次之，登山健行第三，顯見南庄民宿的設置以周邊的自然環境為優先考量，以吸引遊客前來住宿。

第五節 遊客動機之相關研究

一、動機的定義

任何行為產生其背後皆有動機，所以我們先從動機的定義來討論，而動機一詞最早是由伍德渥（Woodworth）於1918年首先應用於心理學界（引自張華保，1986）。根據心理學辭典的定義：「動機與行為是相對的兩個概念，行為是個體外的活動，而動機則是促進使用個體活動的內在歷程」（張春興，1989）。動機的差異可來自個體的外在因素與內在因素。外在的因素包括個人的年齡、所得、社會地位、文化因素等。而內在因素上最重要的則是個人在人格特性上的歧異。所以，動機是綜合內在與外在力量的影響結果。

從消費者動機來看，劉純（2001）認為動機是人們在希望得到滿足時所被激發出來的，每當消費者之需求一經刺激，即會承受某種必須設法減輕或消除此一需求之壓力，而動機就是消費者欲設法減輕或消除上述之壓力，所需施加之推力、拉力、方向與強度。因本研究相關遊客旅遊動機所以更聚焦至此。

二、民宿旅遊動機之相關研究

消費者的動機與需求是息息相關的，民宿消費的動機與旅遊、休閒更是密切相關，因此消費者選擇到民宿消費的動機大部分是屬於心理性的動機。本研究藉由探討民宿消費者選擇的動機，以深入瞭解消費者內心的想法、所顯現出的特質以及所產生的行為。

(一) 旅遊動機

國內外學者相關研究整理如下表：

表 2-9 旅遊動機

研究者 (年代)	分類	內容
Thomas (1964)	教育 與 文化	1.去看看別的國家的人民如何工作、生活和娛樂。 2.去看看特殊的風景名勝。 3.對現在發生的事件做較深入的了解。 4.去參加特別的節慶活動。
	休息 與 娛樂	1.脫離每天例行的工作與職責。 2.好好的玩一下並獲得樂趣。 3.去獲得某種和異性接觸的浪漫體驗。
	種族 傳統	1.去瞻仰自己祖先的故土。 2.去訪問自己的家庭或朋友曾經去過的地方。
	其他	1.氣候 2.健康 3.運動 4.經濟 5.冒險 6.勝人一等的本領 7.追求時髦 8.參與歷史 9.了解世界的願望。
Crandall (1980)		以芝加哥地區 2000 名民眾來分析其休閒動機，共獲得 17 種類型的休閒動機享受自然逃離文明、創造力、鬆弛、找尋朋友、家庭親近、利他主義，及打發時間避免無聊等動機類型。
陳昭明 (1981)	個人 內在 因素	1.生理發展及狀況(年齡、性別)。 2.心理發展及狀況(年齡、性別、教育程度)。 3.遊憩經驗。
	外在 環境 因素	1.家庭影響。 2.親近及參考團體之影響。 3.社會階層之影響。 4.次文化及文化影響。
交通部 觀光局 (2002)	個人 方面	區分為心理、生理及知識技能三小類，其中包括追求孤寂、逃離家庭壓力、追求愉悅快樂、滿足好奇心、平衡身心、休息、自我教育提昇及結交朋友等 38 項遊憩參與目的。
	人際 之間	結交朋友、尋求團隊認同、培養團隊合作精神、增加家庭情感及生活樂趣等 7 項遊憩參與目的。

資料來源：本研究整理

(二) 選擇民宿動機

國內外學者相關研究整理如下表：

表2-10 選擇民宿動機

研究者 (年代)	內容
Dawson & Brown (1988)	1.選定路線/地理位置 2.親切的服務 3.喜歡 Bed&Breakfast(B&B)的體驗/概念 4.膳食 5.指點/介紹 6.此地區有住宿需求 7.價格/價值 8.有效的(實際的)廣告 9.地方性的吸引力 10.對 B&B 有特殊的興趣 11.想嘗試有交流的寄宿。
鮑敦瑗 (2000)	1.瞭解人文風俗。 2.體驗民俗活動。 3.品嚐當地特產。 4.參加套裝旅遊。
嚴如鈺 (2002)	1.濃郁的人情味。 2.符合消費預算。 3.嘗試不同的住宿體驗。
鄭健雄、 吳乾正 (2004)	1.寧靜和諧。 2.接觸大自然。 3.喜歡民宿友善氣氛。
吳玟琪 (2005)	1.民宿附近有優美的景色。 2.民宿服務較為親切、樸實。 3.民宿地點鄰近主要的風景遊憩區。
簡宗洋 (2006)	1.輕鬆需求。 2.休息需求。 3.求新需求。
劉秀端 (2007)	1.民宿形象。 2.地方特色。 3.社會需求。

資料來源：本研究整理

依據逐年的文獻，及吳玟琪（2005）民宿的住宿動機，選擇與民宿有關之選項共19個做為本研究遊客住宿動機的問題，其項目整理如下表：

表2-11 民宿住宿動機問項

項目	因素構面
(1) 民宿地點臨近主要的風景遊憩區	四、自然景觀
(2) 民宿附近有優美的自然景色	四、自然景觀
(3) 想嘗試一下民宿的生活體驗	三、新鮮體驗
(4) 想體驗當地原住民文化與民俗活動	四、自然景觀
(5) 投宿民宿是這次旅遊行程之一	三、新鮮體驗
(6) 來住民宿是為了追求流行	二、社交追求
(7) 親友或媒體的介紹	二、社交追求
(8) 過去曾經住宿的印象不錯	二、社交追求
(9) 民宿提供當地的特色餐飲	三、新鮮體驗
(10) 民宿有導覽解說的服務	三、新鮮體驗
(11) 民宿有像家一樣的住宿感受	一、住宿效益
(12) 民宿環境較單純、清靜	一、住宿效益
(13) 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺	一、住宿效益
(14) 民宿服務較為親切、樸實	一、住宿效益
(15) 能認識新朋友	二、社交追求
(16) 可增進同行親友的感情	一、住宿效益
(17) 民宿環境喚起我的成長記憶	二、社交追求
(18) 民宿的消費比較便宜	一、住宿效益
(19) 喜歡民宿的建築風格	三、新鮮體驗

資料來源：本研究整理

第六節 遊客滿意度之相關研究

如何提昇服務品質、顧客滿意度與顧客重遊意願，一直是相關企業在服務領域上建立屬於自己競爭力的重要策略與課題。在旅遊體驗相關的學術研究中，眾多學者也多以滿意度概念來測量遊客遊憩體驗之滿意程度（陳墀吉，2004）。以下就滿意度定義、滿意度相關理論與研究加以說明。

一、滿意度的定義

「滿意度」一直是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面之看法的工具，是一

項非常有用的衡量行為指標。相當多研究滿意度的文獻中都發現，遊客不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺（侯錦雄，1990）。在一般的消費情境中，顧客在購買或使用商品與服務後是否感到滿意，必須視商品或服務是否達到顧客期望而定，這也是影響顧客是否形成忠誠顧客的重要因素。而對於滿意度之定義究竟為何，本研究綜合了國內外各學者之定義，整理如下表：

表2-12 滿意度定義彙整表

研究者（年代）	滿意度之定義
Howard & Sheth (1969)	購買的付出與實際獲得的報酬是否達到心理的滿足狀態。
Driver(1970)	認為遊憩滿意度是由遊客的期望與實際感受的知覺間的差距來決定，而整體滿意度係由現況各層面差異的總合所決定。
Swan (1977)	事前期望績效與消費後績效之間知覺差異的評鑑。
Hempel(1977)	顧客滿意決定於顧客所期望的產品利益的實現程度。
Hempel (1977)	滿意決定於「預期與實際結果兩者一致的情況」。
Westbrook(1980)	比較實際產品績效與先前期望的一種評價過程。
Oliver (1981)	對於所使用的產品或服務所獲的價值程度，所做的一種立即性的情緒反應。
Churchill (1982)	滿意度是消費者購後使用的結果。
蔡伯勳(1986)	滿意度是由個人認知所獲得的結果與想像應獲得結果間的差異而定。
陳水源(1988)	遊憩前的「期望體驗」和遊憩後的「獲得體驗」，而將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度。
Goodman (1989)	消費者滿意是消費者需求、慾望與期望配合或超過，而導致重複購買和持久忠誠度的要素。
邵正明 (1994)	「滿意對於隨附在產品取得或消費者經驗中的驚喜 (surprise) 所做的評價」。
侯錦雄 (1990)	遊客參與戶外遊憩是對其「遊憩行為目標」的執行，以及希望其結果能達到滿意水準；因此使遊客獲得滿意的遊憩體驗是所有遊憩事業的經營目標之一。

(續下頁)

表 2-12 續

研究者 (年代)	滿意度之定義
Woodruff et al (1993)	消費者使用情緒性的語句來表達出對使用產品的感覺，以代表消費者滿意時所感覺的情緒。
洪世全 (1995)	滿意是『一個對其「事前信念與希望」達成的一種情感愉悅狀態』。消費者的滿意度同時也受到消費者的涉入相關人格特質及消費環境所影響。
Miller(1997)	顧客滿意是由顧客期望的程度與認知的成效二者交互作用所導致。
方世榮(1998)	是個人感覺到愉悅或失望的程度，對產品功能特性的知覺與個人對產品的期望，兩者比較後所形成的。
Kolter (1999)	消費者比較消費前對產品或服務品質的期望與實際消費後認知產品或服務的表現，藉以判斷實際認知表現程度與期望是否存在差異。如果實際表現超過期望，則產生滿意；如果實際表現比期望差，則產生不滿意。
余幸娟 (2000)	滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間之差距來決定；此外，在任何情況下之整體滿意度是由現況各層面之差異組合所決定。
蘇武龍 (2000)	認為滿意度係指一群具有代表性的消費者，在沒有事先約定的情況下，於某一個時或期間，個別性的參加某次服務傳遞過程而對於該次服務的平均滿足程度。
黃淑君、何宗隆 (2001)	指出顧客對產品的滿意程度乃是受使用者期望與實際體驗的差異所決定的，若實際體驗能和預期一樣，甚至超過預期，則顧客群將會感覺滿意；反之，則感覺不滿意。
鄭順聰 (2001)	消費者滿意度則為消費者在購買產品前的認知、預期與購買後實際使用效果相對照的結果。若後者大於等於前者時，滿意度則相對較高。
謝金燕 (2003)	行前期望與實際體驗後的心理比較結果。

資料來源：本研究整理

綜合以上各研究學者的論點，本研究認為遊客滿意度是遊客在歷經行前期望與實際體驗後，預期目的地應發揮的效用水準與實際發揮的效用水準之間的心理比較結果。

二、滿意度之相關研究

(一) 滿意度理論

依據國內外相關學者理論整理如下：

1. 期望失驗理論 (Expectancy Disconfirmation Theory)

Oliver (1988) 提出期望失驗理論，主要以社會心理學及組織行為理論為基礎。事實上滿意是由事前期望與事後績效兩個過程相比較之結果。首先消費者會因為購買而產生對產品績效特質的期望，其購後實際獲得之績效水準與期望之水準相比較來決定是否滿意。而評斷的結果可分為三種：

- (1) 正向失驗 (Positive disconfirmation)：實際績效高於預期績效，消費者會感到滿意。
- (2) 簡單認可 (Simple confirmation)：實際績效等於預期水準。
- (3) 負向失驗 (Negative disconfirmation)：實際績效低於預期水準，消費者不會滿意。

2. 期望理論 (Expectancy value theory)

Lawler (1973) 提出的期望理論指出「人們對於其想要從事之努力，所獲致之表現及其所達成結果，均持特定的期望心理，並且對行動所能達成之結果，具有不同的偏好，在任何情況下，個人採取何種行動，係決定於當時個體本身的期望與偏好」。而更進一步以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅力 (Motivation force) 與對事件努力、表現及成果的期望心理與其價值觀有關。Driver (1977) 引用期望理論，認為期望乃是一種短暫信念，使一特殊的活動行為遵循目標導向，以滿足某些需要，這些行為表現是影響遊客遊憩

體驗之重點。

3. 差異理論 (Discrepancy theory)

Schreyer and Roggenbuck (1978) 提出差異理論對遊憩滿意度的解釋，他強調的是：

- (1) 滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間的差距來決定。
- (2) 任何情況下之整體滿意度，係由現況各層面差異總和所決定。

4. 認知失調理論 (Cognitive Dissonance Theory)

認知失調理論之重點在於人們花費許多時間與金錢在其可自由選擇的遊憩活動，為了減少心中的矛盾與衝突，遊客嘗試對其遊憩體驗作較高的評價。換言之，遊客的滿意度不考慮期望與實際知覺間的差異 (蔡伯勳，1986)。

(二) 滿意度的影響因素指標

宋秉明 (1983) 提出影響遊客滿意度之五大因子：

1. 遊客內在的心理性因子：包括遊憩動機、遊憩目的、遊憩需求、心中期待、過去經驗、興趣、偏好、感受、敏感度、價值判斷、年齡、性別、教育程度及家庭、文化、經濟等背景。
2. 遊憩區社會環境因子：遇見之遊客人數多寡、次數與其遊客行為、遊客團體之大小與均質度、遊客的空間及時間分佈。
3. 遊憩區自然環境因子：環境的特殊性、環境景緻、面積大小、環境之易被破壞性、隱蔽性、環境的限制、環境的整潔與衛生。噪音、遊憩設施的數量、方便度、形式及外觀和位

置、交通狀況。

4.遊憩活動因子：遊憩活動的種類與數量、活動期間的衝突程度、設備與基本條件質量的適合度、活動進行中所受限制、遊憩所需的費用、時間與活動之安全性。

5.其他因子：氣候、意外事件的發生、不明原因。

陳水源（1989）於遊憩體驗與環境因子關係之研究中認為遊憩機會滿意度受三項因素所影響：1.基地的實質環境設施特性。2.經營管理的型態與水準。3.遊客的社會與文化特性。

侯錦雄、姚靜婉（1997）指出滿意度為使用者期望和實際體驗間之差，整體滿意度往往因各環境因子及個人特質的差異，造成對基地不同的休閒需求及使用動機，也因而產生不同滿意程度。

依據上述學者之研究，皆認為遊客的特性為影響旅遊滿意度因素之一。

（三）住宿滿意度

陳桓敦（2002）在臺灣地區休閒旅遊遊客消費行為之研究認為影響遊客遊憩滿意度的三項重要因素是：旅館的住宿設備、規模大小、旅館周邊的自然資源及活動。而嚴如鈺（2002）在民宿使用者消費型態之研究結果為：當地自然景觀、環境整潔度為遊客住宿滿意度最重要考量。楊永盛（2003）在遊客對宜蘭地區民宿平價之研究結果得到：「居住地、年齡」上的不同對民宿的評價因子之組成構面有不同的看法。且陳秋玲（2003）在民宿旅客消費者之研究也顯示出：不同人口統計變項（教育程度、家庭狀況、月收入、旅遊金額等）

與「親切的主人、民宿房間的清爽乾淨、室內空間擺設溫馨舒適」會影響遊客之滿意度。國內學者鄭健雄、吳乾正(2004)對於多家民宿之顧客進行服務品質滿意度之研究，結果令顧客最滿意的依序為：民宿人員服務態度、民宿自然景觀、民宿環境整潔、民宿住宿服務等。另外林靜芳(2003)對清境地區的民宿旅客的研究結果是：個人價值觀與環境屬性會正向直接影響滿意度，且就環境屬性與滿意度而言，旅客對民宿環境屬性較重視的項目如：住宿設備、安全設施與價格合理等項目會影響到住宿的滿意度。吳玟琪(2005)在台北縣烏來風景區遊客之住宿滿意度前五項排序為：民宿主人熱情又親切的服務、環境清潔衛生、房間內有衛浴設備、民宿整體的氣氛營造、民宿的價格便宜。簡宗洋(2006)在民宿消費者其消費行為、休閒需求與休閒滿意度之研究中民宿消費者對民宿滿意度以「民宿餐飲」為最高，其次是「民宿環境」、「民宿設施」、「民宿服務」，滿意度最低為「民宿安全」。劉秀端(2007)在休閒民宿消費者住宿動機、住宿體驗、休閒利益與忠誠度關聯性之研究—以南投地區民宿為例中住宿體驗方面，則最重視「內在心境」與「自然環境」之體驗感受；而旅客於住宿後所自覺之休閒利益，以「紓解身心壓力」因素較高，其次為「充實生活內涵」之利益。

綜上所知，遊客對於所住宿之環境、設備、周邊的自然景觀、服務態度等皆會直接影響其滿意度。依據吳玟琪(2005)之民宿住宿滿意度共30個做為本研究滿意度的問項，主要目的在瞭解遊客住宿後，對民宿的滿意程度為何？其項目如下表：

表2-13 住宿滿意度問項

問項	因素構面
(1) 停車方便	四、附屬服務
(2) 房間內有衛浴設備	三、基本設施
(3) 房間內提供基本備品(如牙刷、拖鞋等)	三、基本設施
(4) 房間內提供電視、電話	三、基本設施
(5) 消防、逃生安全設備	三、基本設施
(6) 附設休閒設施(如棋奕、書報雜誌、溫泉等)	一、經營管理
(7) 有交誼廳公共空間	一、經營管理
(8) 提供網路設備	四、附屬服務
(9) 房間內提供沙發及書桌	一、經營管理
(10) 提供中、西式早餐	四、附屬服務
(11) 提供特殊的風味料理	四、附屬服務
(12) 提供代客訂購當地產品	一、經營管理
(13) 提供附近遊憩資源的圖文資料	一、經營管理
(14) 提供專人實地解說環境資源特色	一、經營管理
(15) 提供當地產業的活動體驗	一、經營管理
(16) 提供交通接駁服務	四、附屬服務
(17) 交通便利	二、環境服務
(18) 民宿四周景觀優美視野佳	二、環境服務
(19) 民宿整體的氣氛營造	二、環境服務
(20) 民宿建築具有特色	一、經營管理
(21) 民宿的室內外美化、綠化造景	二、環境服務
(22) 民宿房間佈置富有特色	一、經營管理
(23) 民宿房間的隱私性	二、環境服務
(24) 環境清潔衛生	二、環境服務
(25) 民宿的價格便宜	二、環境服務
(26) 民宿主人熱情、親切的服務	二、環境服務
(27) 民宿主人具有獨特的人格特質	一、經營管理
(28) 網路宣傳及訂房	二、環境服務
(29) 民宿地點指示牌的設置	二、環境服務
(30) 民宿主人為我解決問題的即時性	二、環境服務

資料來源：本研究整理

第參章 研究方法與設計

本章主要目的在說明研究樣本的選取、研究工具、研究進行流程以及資料處理之方法。本章共分為五節，第一節研究架構及流程；第二節研究對象；第三節研究工具；第四節實施程序；第五節資料處理，分別敘述於後：

第一節 研究架構與流程

本研究依據文獻探討的結果，確定研究目的後，透過人口統計變項、遊客住宿動機、遊客住宿滿意度，期望在瞭解各變項間的相關及差異情形後，提出建議及討論，以達本研究的目的。本研究之架構如圖 3-1 所示：

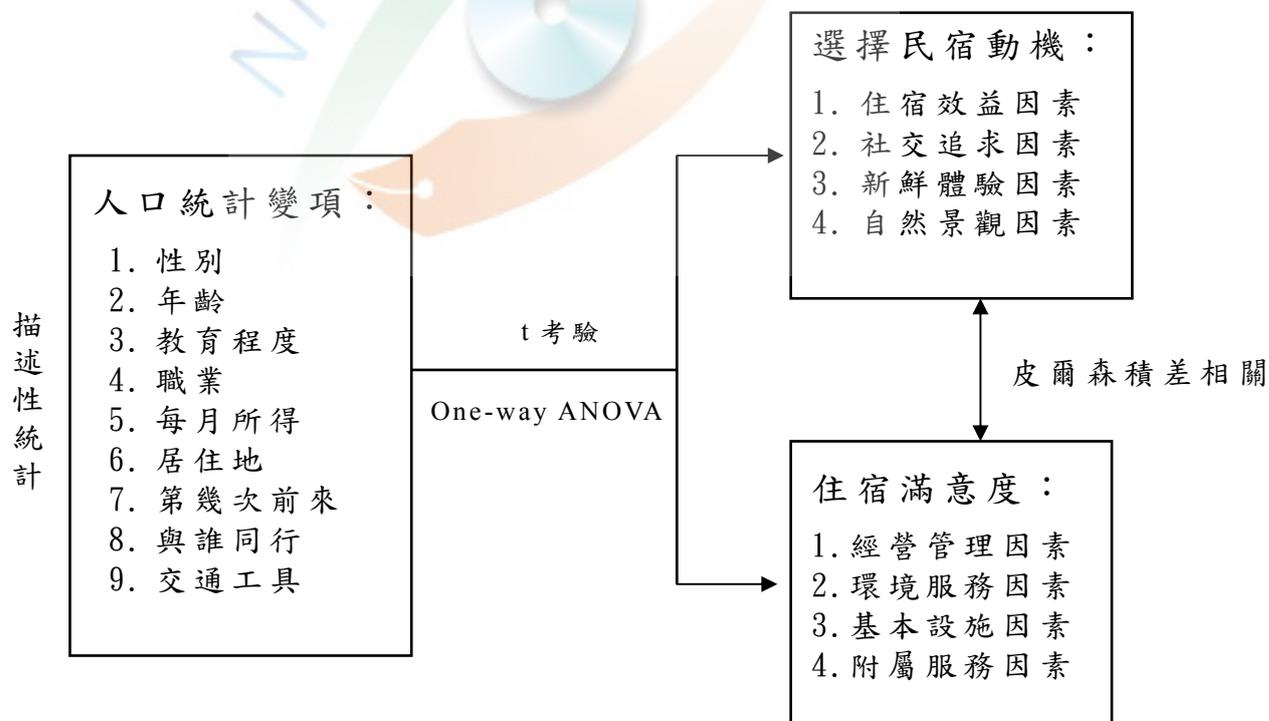


圖 3-1 研究架構

本研究之研究流程，於研究架構確立後，進行研究對象、範圍之鎖定，並開始著手擬定研究計畫，並進行相關文獻探討，一方面請專家學者評定研究之可行性，另一方面針對研究對象所填答的問卷，進行資料整理與蒐集，並依研究目的與問題，進行統計與分析，獲得研究結果，人口統計變項以供量化研究結果與相關文獻進行相互參照，以完成整個研究。本研究之流程如圖 3-2 所示：



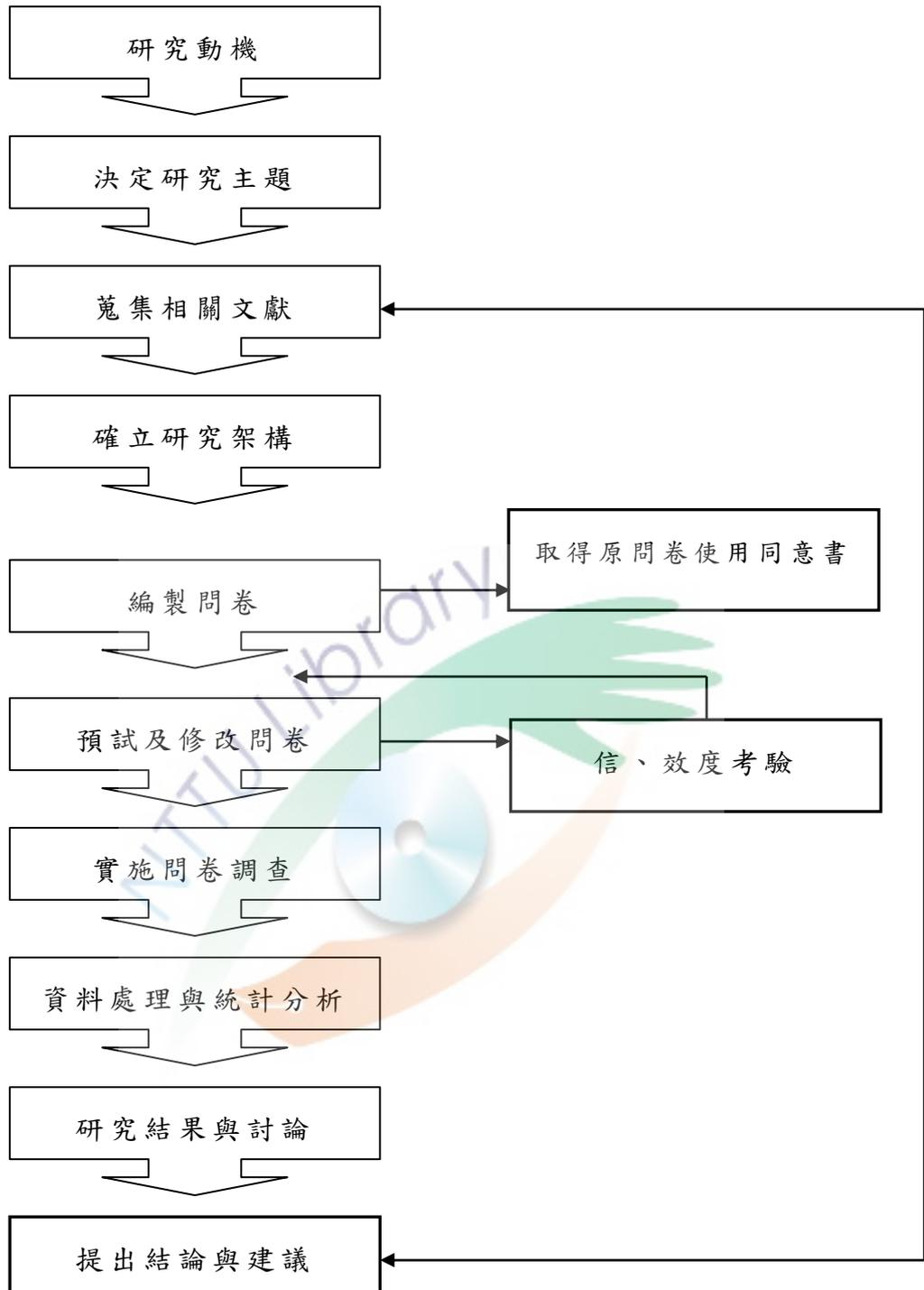


圖 3-2 研究流程

第二節 研究對象

本研究主要以苗栗縣南庄鄉內民宿遊客為研究對象，採便利抽樣方式進行問卷調查。本研究在確定研究方法後，即確定問卷調查對象及取得吳玫琪（2005）「民宿遊客之動機與滿意度相關研究之問卷」同意書後，即進行問卷之預試，研究調查實施情形說明如下：

一、問卷預試

預試時間自 2007 年 9 月 1 日至 2007 年 9 月 30 日完成，利用便利抽樣的方式，抽取 100 名南庄鄉的民宿遊客進行問卷之預試，回收 83 份，有效問卷 73 份，有效問卷率 73%，其結果未刪除任何問項，因此製成正式問卷。

二、正式問卷之發放

發放之時間，於 2007 年 10 月 1 日至 2008 年 2 月 18 日止，除利用周六、周日實地到民宿與遊客當面施測外，也與民宿業者取得溝通與共識，置放於民宿及商家櫃檯，請業者協助發放問卷並回收，問卷回收情形如下表：

表 3-1 正式問卷回收表

發放處	問卷數	回收問卷數	有效問卷數	有效問卷百份比(%)
蘭亭	150	150	150	100
容園谷	100	88	75	85
蓬萊	100	64	62	96
桂花暗巷	50	6	6	6
當面調查	200	200	200	100

由於本研究採取當面問卷調查方式以及由民宿業者協助發放，所發出之問卷數為 600 份，回收 508 份，回收率 84%，得到有效問卷 493 份，有效問卷率 97%，問卷回收率屬於非常良好，因此可以進行資料的統計與分析。

第三節 研究工具

本研究之研究內容主要在分析不同人口統計變項之民宿遊客住宿動機及住宿滿意度等各變數的差異性，由於這些資料不能經由次級資料取得，因此必須以問卷的方式來實際測量遊客對民宿的看法與感受。問卷設計依據本研究所要探討的因素而採吳玫琪（2005）「民宿遊客之動機與滿意度相關研究之問卷」設計之遊客選擇民宿動機及住宿滿意度的量表。問卷內容包含下列四大部分。

一、 選擇民宿之動機

本研究所指民宿之動機是指，促使民宿遊客住宿的內在歷程。量表主要是依據吳玫琪（2005）「民宿遊客之動機與滿

意度相關研究之問卷」，共計 19 題。為能更確定本量表之可行性，前往南庄進行問卷的預試，主要目的在瞭解遊客住宿時選擇民宿的動機為何？此部份是等距尺度的測量，採取李克特五點式量表來衡量遊客在選擇民宿時，對於各項動機之同意程度。根據填答者個人對於選擇民宿動機的情形，依「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」等填答，並採用李克特五點計分評量法所編製，並依序

(5.4.3.2.1) 給五至一分，總分愈高者代表住宿的動機愈高，反之則愈低。預試結果顯示信度良好故無需刪除任何問項，正式問卷結果得 Cronbach α 係數值為 .8792。

表3-2 南庄鄉民宿遊客住宿動機之信、效度考驗

題目	總分相關	Cronbach's α 值
01 民宿地點臨近主要的風景遊憩區	.3952	.8791
02 民宿附近有優美的自然景色	.6526	.8705
03 想嘗試一下民宿的生活體驗	.6384	.8707
04 想體驗當地原住民文化與民俗活動	.6119	.8715
05 投宿民宿是這次旅遊行程之一	.3425	.8804
06 來住民宿是為了追求流行	.3949	.8803
07 親友或媒體的介紹	.4323	.8812
08 過去曾經住宿的印象不錯	.6294	.8714
09 民宿提供當地的特色餐飲	.5989	.8719
10 民宿有導覽解說的服務	.6936	.8680
11 民宿有像家一樣的住宿感受	.7357	.8664
12 民宿環境較單純、清靜	.6009	.8723
13 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺	.6634	.8700
14 民宿服務較為親切、樸實	.6065	.8721
15 能認識新朋友	.6407	.8703
16 可增進同行親友的感情	.5474	.8737
17 民宿環境喚起我的成長記憶	.5843	.8733
18 民宿的消費比較便宜	.4549	.8794
19 喜歡民宿的建築風格	.6791	.8696

N=73

Cronbach's Alpha 值 .8792

由上表得知：「選擇民宿的動機量表」19題的信度係數 Cronbach $\alpha = .8792$ ，其量表共計四個因素分別為：

- (一) 住宿效益因素：包括「民宿環境比較單純、清靜」、「民宿服務較為親切樸實」、「民宿環境使人有鬆弛身心的感覺」、「民宿有像家一樣的住宿感受」、「民宿的消費比較便宜」、「可增進同行親友的感情」共 6 項。
- (二) 社交追求因素：包括「民宿環境喚起我的成長記憶」、「來住民宿是為了追求流行」、「親友或媒體的介紹」、「能認識新朋友」、「過去曾經住宿的印象不錯」共 5 項。
- (三) 新鮮體驗因素：包括「民宿提供當地的特色餐飲」、「喜歡民宿的建築風格」、「想嘗試一下民宿的生活體驗」、「民宿有導覽解說的服務」、「投宿民宿是這次旅遊行程之一」共 5 項。
- (四) 自然景觀因素：包括「民宿地點臨近主要的風景遊憩區」、「民宿附近有優美的自然景色」、「想體驗當地原住民文化與民俗活動」共 3 項。

以上四個因素層面可解釋全量表的 60.582%。

二、住宿滿意度

本研究所指民宿之遊客滿意度是指，民宿遊客選擇民宿住宿前的期望與住宿後所得到的感受，兩者之間所產生差異的程度；若兩者間的差異小則滿意度較高，反之則滿意度較低。量表是採吳玟琪（2005）「民宿遊客之動機與滿意度相關研究之問卷」，共計 30 題。主要目的在瞭解遊

客住宿後的滿意程度為何？此部份亦是等距尺度的測量，採取李克特五點式量表來衡量遊客在住宿後，對於各項滿意度之同意程度。根據填答者個人對於住宿滿意度的情形，依「非常滿意」、「滿意」、「無意見」、「不滿意」、「非常不滿意」等填答，並採用李克特五點計分評量法所編製，並依序（5.4.3.2.1）給五至一分，總分愈高者代表住宿後的滿意度愈高，反之則愈低。預試結果顯示信度良好，因此未刪除任何問項，而正式問卷結果得 Cronbach α 係數值為 .9322。



表3-3 南庄民宿遊客住宿滿意度之信、效度考驗

題目	總分相關	Cronbach's α 值
01 停車方便	.3229	.9328
02 房間內有衛浴設備	.6661	.9295
03 房間內提供基本備品 (如牙刷、拖鞋等)	.6518	.9293
04 房間內提供電視、電話	.7013	.9286
05 消防、逃生安全設備	.6526	.9291
06 附設休閒設施 (如棋奕、書報雜誌、溫泉等)	.7273	.9281
07 有交誼廳公共空間	.5620	.9303
08 提供網路設備	.4716	.9325
09 房間內提供沙發及書桌	.5596	.9306
10 提供中、西式早餐	.5216	.9307
11 提供特殊的風味料理	.5068	.9315
12 提供代客訂購當地產品	.6597	.9290
13 提供附近遊憩資源的圖文資料	.6452	.9292
14 提供專人實地解說環境資源特色	.5149	.9309
15 提供當地產業的活動體驗	.4770	.9314
16 提供交通接駁服務	.4580	.9319
17 交通便利	.6201	.9299
18 民宿四周景觀優美視野佳	.6389	.9295
19 民宿整體的氣氛營造	.6181	.9298
20 民宿建築具有特色	.6321	.9296
21 民宿的室內外美化、綠化造景	.6498	.9293
22 民宿房間佈置富有特色	.6651	.9290
23 民宿房間的隱私性	.6143	.9297
24 環境清潔衛生	.7246	.9286
25 民宿的價格便宜	.4386	.9322
26 民宿主人熱情、親切的服務	.6301	.9296
27 民宿主人具有獨特的人格特質	.6078	.9297
28 網路宣傳及訂房	.5481	.9307
29 民宿地點指示牌的設置	.5918	.9305
30 民宿主人為我解決問題的即時性	.7417	.9279

N=73

Cronbach's Alpha 值 .9322

由上表得知：「住宿後的滿意度量表」30題的信度係數 Cronbach $\alpha = .9322$ ，其量表共計四個因素分別為：

(一) 經營管理因素：包括「提供專人實地解說環境資源特色」、「民宿主人具有獨特的人格特質」、「提供附近遊憩

資源的圖文資料」、「提供代客訂購當地產品」、「提供當地產業的活動體驗」、「附設休閒設施」、「民宿建築具有特色」、「提供沙發及書桌」、「民宿房間佈置富有特色」、「有交誼廳公共空間」共 10 項。

(二) 環境服務因素：包括「環境清潔衛生」、「民宿的價格便宜」、「民宿整體的氣氛營造」、「民宿主人熱情、親切的服務」、「民宿四周景觀優美視野佳」、「民宿的室內外美化、綠化造景」、「交通便利」、「民宿主人為我解決問題的即時性」、「民宿房間的隱私性」、「民宿地點指示牌的設置」、「網路宣傳及訂房」共 11 項。

(三) 基本設施因素：包括「房間內提供基本備品」、「房間內提供電視、電話」、「房間內有衛浴設備」、「消防、逃生安全設備」共 4 項。

(四) 附屬服務因素：包括「提供交通接駁服務」、「提供特殊的風味料理」、「停車方便」、「提供網路設備」、「提供中、西式早餐」共 5 項。

以上四個因素層面共可解釋全量表的 61.77%。

三、遊客之重遊意願

重遊意願最直接的表現就是有意願再次到民宿住宿，因此本研究以是否有意願再來住宿：以願意、不願意詢問遊客意願，做為衡量遊客的重遊意願。

四、個人基本資料

此部份主要是在瞭解研究對象的基本資料。內容包括性別、年齡、職業、教育程度、每月所得、居住地區、

投宿次數、投宿同伴、交通工具，本部份屬於名目尺度的測量，且皆是單選題。

第四節 資料處理

本研究在問卷回收後，採用計量方法來進行資料分析，主要使用 SPSS/PC12.0 中文版統計套裝軟體進行分析，主要方法如下：

- 一、 描述性統計分析 (descriptive statistics analysis)：主要以次數分配及百分比顯示，用以瞭解樣本資料的分布情形。
- 二、 t 檢定 (t-test)：主要功能再檢定二組不同樣本在某一個等距以上變項 (依變項) 測量值的平均數是否有明顯差異，以瞭解樣本在依變項上的平均數高低是否會因自變項之不同而有所差異。
- 三、 單因子變異數分析 (one-way ANOVA)：檢定人口統計在遊客住宿動機、住宿滿意度是否有顯著差異存在。
- 四、 Scheffe 檢定：檢定各因素之差異。
- 五、 皮爾森積差相關分析 (Pearson Product-moment Correlation Analysis)：探討民宿遊客之住宿動機與住宿滿意度各構面之間是否有相關。

第肆章 結果分析與討論

本章主要目的是依據研究目的來分析研究資料所獲得之結果，並對所得之結果進行討論，全章共分為三節：第一節為南庄民宿遊客之人口統計變項分析；第二節為不同人口統計變項之南庄民宿遊客在動機、滿意度上之現況及差異情形分析；第三節為南庄民宿遊客在動機與滿意度上的相關情形分析。

第一節 研究對象之基本資料分析

本研究問卷針對問卷填答者之性別、年齡、職業、教育程度、每月所得、居住地區、投宿次數、投宿同伴、交通工具，做基本資料分析，茲將本研究之有效問卷填答者 493 人之基本資料分別敘述如下。

一、性別

由表 4-1 全體有效樣本中得知，有效樣本男性為 190 人，占 38.54 %；女性有 303 人，占 61.46%。

二、年齡

由表 4-1 全體有效樣本中得知，年齡分布在「21~30 歲」，159 人，占 32.25% 為最多；其次依序為「31~40 歲」，146 人，占 29.61%；「20 歲以下」，88 人，占 17.85%；「41~50 歲」，56 人，占 11.36%；「51~60 歲」，38 人，占 7.71%；「61~70 歲」，6 人，占 1.22%；「71 歲以上」，0 人，占 0%。

三、教育程度

由表 4-1 全體有效樣本中得知，教育程度以「大專」，248 人，占 50.30% 為最多；其次依序為「研究所以上」，91 人，占 18.46%；「高中(職)」，87 人，占 17.65%；「小學或小學以下」，42 人，占 8.52%；「初中或國中」，25 人，占 5.07%。

四、職業

由表 4-1 全體有效樣本中得知，職業以「學生」，125 人，占 25.35% 為最多；其次依序為「服務業」，110 人，占 22.31%；「商業」，62 人，占 12.58%；「工業」，54 人，占 10.95%；「教師」，43 人，占 8.72%；「公務人員」，26 人，占 5.27%；「家庭主婦」，23 人，占 4.67%；「自由業」，22 人，占 4.46%；「軍警」，15 人，占 3.04%；「無（含退休者）」，7 人，占 1.42%；「其他」，6 人，占 1.22%；「農林漁牧業人員」，0 人，占 0%。

五、每月所得

由表 4-1 全體有效樣本中得知，有效樣本平均每月所得在「10,000 以下」，141 人，占 28.60% 為最多；其次依序為「30,001~40,000」，93 人，占 18.86%；「40,001~50,000」，90 人，占 18.26%；「50,001~100,000」，71 人，占 14.40%；「20,001~30,000」，65 人，占 13.18%；「100,000 以上」，24 人，占 4.87%；「10,001~20,000」，9 人，占 1.83%。

六、居住地

由表 4-1 全體有效樣本中得知，居住地以「北部」，337

人，占 68.36% 為最多；其次依序為「南部」，76 人，占 15.42%；「中部」，62 人，占 12.58%；「其他」，12 人，占 2.43%；「外島」，6 人，占 1.22%；「東部」，0 人，占 0%。

七、投宿次數

由表 4-1 全體有效樣本中得知，至南庄鄉民宿的次數以「第一次」，322 人，占 65.31% 為最多；其次依序為「第三次以上」，99 人，占 20.08%；「第二次」，72 人，占 14.60%。

八、投宿同伴

由表 4-1 全體有效樣本中得知，投宿同伴以跟「家人親戚」，291 人，占 59.03% 為最多；其次依序為「朋友、同學或同事」，178 人，占 36.11%；「公司、機關或學校的團體活動」，10 人，占 2.03%；「一個人」，7 人，占 1.42%；「旅行團」，7 人，占 1.42%；「社會團體」，0 人，占 0.00%；「其他」，0 人，占 0.00%。

九、交通工具

由表 4-1 全體有效樣本中得知，交通工具以「自行開車」，449 人，占 91.08% 為最多；其次依序為「機車」，18 人，占 3.65%；「遊覽車」，14 人，占 2.84%；「搭公車」，12 人，占 2.43%；「其他」，0 人，占 0.00%。

十、重遊意願

由表 4-1 全體有效樣本中得知，重遊意願以「願意」，491 人為多數，占 99.59%；「不願意」，僅有 2 人，占 0.41%。

表 4-1 南庄民宿遊客基本資料統計表

	基本資料	次數(人)	百分比(%)
性別	男	190	38.54
	女	303	61.46
年齡	20歲以下	88	17.85
	21~30歲	159	32.25
	31~40歲	146	29.61
	41~50歲	56	11.36
	51~60歲	38	7.71
	61~70歲	6	1.22
	71歲以上	0	0.00
教育程度	小學或小學以下	42	8.52
	初中或國中	25	5.07
	高中(職)	87	17.65
	大專	248	50.30
	研究所以上	91	18.46
職業	軍警	15	3.04
	公務人員	26	5.27
	教師	43	8.72
	學生	125	25.35
	商業	62	12.58
	工業	54	10.95
	服務業	110	22.31
	自由業	22	4.46
	農林漁牧業人員	0	0.00
	家庭主婦	23	4.67
	無(含退休者)	7	1.42
	其他	6	1.22
	每月所得	10,000以下	141
10,001~20,000		9	1.83
20,001~30,000		65	13.18
30,001~40,000		93	18.86
40,001~50,000		90	18.26
50,001~100,000		71	14.40
100,000以上		24	4.87

(續下頁)

表 4-1 續

基本資料	次數 (人)	百分比 (%)
居住地		
北部	337	68.36
中部	62	12.58
南部	76	15.42
東部	0	0.00
外島	6	1.22
其他	12	2.43
投宿次數		
第一次	322	65.31
第二次	72	14.60
第三次以上	99	20.08
投宿同伴		
一個人	7	1.42
朋友、同學或同事	178	36.11
家人親戚	291	59.03
旅行團	7	1.42
公司、機關或學校的團體活動	10	2.03
社會團體	0	0.00
其他	0	0.00
交通工具		
自行開車	449	91.08
機車	18	3.65
搭公車	12	2.43
遊覽車	14	2.84
其他	0	0.00
重遊意願		
願意	491	99.59
不願意	2	0.41
總和	493	100.00

第二節 不同人口統計變項之南庄民宿遊客在住宿動機及住宿滿意度上之差異情形分析

本節旨在瞭解受試者對住宿動機、住宿後之滿意度的整體程度，並比較不同人口統計變項（性別、年齡、教育程度、職業、每月所得、居住地、投宿次數、投宿同伴、交通工具）遊客在選擇民宿之住宿動機、住宿滿意度的差異情形，各項統計變異數分析表如附錄三所示。且針對研究結果進行綜合性之討論，期能對研究結果做更深入的探討，內容茲分別敘述如下：

一、 民宿遊客住宿動機之分析

（一） 民宿遊客住宿動機之分析

就整體而言，受試者總得分之平均數為 4.01，標準差為 0.84，此代表在五點量表中，民宿遊客在整體住宿動機的得分約為 4 分，詳細題項之得分與排序如表 4-2

表4-2 南庄民宿遊客之住宿動機各題項同意程度排序表

題項	平均數	標準差	排序
12 民宿環境較單純、清靜	4.50	0.64	1
13 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺	4.49	0.70	2
14 民宿服務較為親切、樸實	4.49	0.65	3
02 民宿附近有優美的自然景色	4.45	0.63	4
19 喜歡民宿的建築風格	4.37	0.72	5
16 可增進同行親友的感情	4.30	0.77	6
05 投宿民宿是這次旅遊行程之一	4.27	0.76	7
11 民宿有像家一樣的住宿感受	4.21	0.80	8
01 民宿地點臨近主要的風景遊憩區	4.17	0.75	9
03 想嘗試一下民宿的生活體驗	4.16	0.74	10
09 民宿提供當地的特色餐飲	3.85	0.82	11
15 能認識新朋友	3.80	0.92	12
04 想體驗當地原住民文化與民俗活動	3.79	0.93	13
07 親友或媒體的介紹	3.76	1.03	14
10 民宿有導覽解說的服務	3.74	0.92	15
08 過去曾經住宿的印象不錯	3.73	1.08	16
18 民宿的消費比較便宜	3.72	1.00	17
17 民宿環境喚起我的成長記憶	3.64	0.95	18
06 來住民宿是為了追求流行	2.77	1.11	19
總平均數	4.01	0.84	

本研究發現南庄民宿遊客之住宿動機方面的前五項排序，以民宿環境較單純、清靜為第一位，可見民宿遊客以民宿的環境做為優先考量，其次依序為民宿環境使人有鬆弛身心的感覺、民宿服務較為親切、樸實、民宿附近有優美的自然景色、喜歡民宿的建築風格。研究結果發現與吳玫琪（2005）、陳詩惠（2002）、鮑敦媛（2000）及嚴如鈺（2002）等相關研究符合，顯示出南庄民宿遊客之住宿動機因素與相關文獻中的民宿遊客的住宿動機因素近乎相同，顯示出遊客除了考慮民宿附近的清幽環境外，也相當重視民宿本身帶給遊客的感受。因此，民宿業者或相關單位必須對南庄的自然

景觀加強維護，且必須能夠提供住宿遊客舒適、親切的服務，讓遊客能充分紓解壓力。

(二) 不同人口統計變項之民宿遊客住宿動機之差異情形分析

1、性別

由表 4-3 得知：不同性別之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，在住宿動機「住宿效益」($t = -2.85, p < .05$)、「社交追求」($t = -2.78, p < .05$)、「新鮮體驗」($t = -3.07, p < .05$)及「自然景觀」($t = -4.08, p < .05$)四個因素男、女均達顯著差異水準。

表 4-3 不同性別之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	性別	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	t 值
住宿效益	男	190	4.19	0.54	-2.85*
	女	303	4.34	0.58	
社交追求	男	190	3.43	0.62	-2.78 *
	女	303	3.61	0.74	
新鮮體驗	男	190	3.99	0.46	-3.07 *
	女	303	4.14	0.61	
自然景觀	男	190	4.01	0.52	-4.08 *
	女	303	4.22	0.65	

* $P < .05$

本研究發現：不同性別之南庄民宿遊客的住宿動機各因素上男、女有顯著差異。研究結果與吳玫琪（2005）的研究有明顯的不同，其研究在性別上是沒有差異的，而與陳昭明（1981）性別會影響選擇民宿動機的結果一致。顯示南庄民宿遊客在住宿動機上會因為男女之間的不同而有所差異。因為個人的社會化情形會受到其自身所生活的社會環境所影響，所以在休閒活動的選擇和行為常會存在著不同的期待，因此而造成住宿動機上的差異。

2、年齡

由表 4-4 可得知：不同年齡層之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」(F=4.93, p<.05)、
「社交追求」(F=7.95, p<.05)、「新鮮體驗」(F=2.55, p<.05)及「自然景觀」(F=6.73, p<.05)四個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「住宿效益」因素中 31~40 歲，41~50 歲均高於 51~60 歲；在「社交追求」因素中 21~30 歲高於 20 歲以下及 51~60 歲；在「自然景觀」因素中 21~30 歲，31~40 歲均高於 20 歲以下。

表 4-4 不同年齡之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 20 歲以下	88	4.35	.61	4.93*	(3)>(5) (4)>(5)
	(2) 21~30 歲	159	4.33	.50		
	(3) 31~40 歲	146	4.19	.64		
	(4) 41~50 歲	56	4.08	.50		
	(5) 51~60 歲	38	4.57	.39		
	(6) 61~70 歲	6	4.50	.00		
社交追求	(1) 20 歲以下	88	3.76	.81	7.95*	(2)>(1) (2)>(5)
	(2) 21~30 歲	159	3.33	.67		
	(3) 31~40 歲	146	3.55	.72		
	(4) 41~50 歲	56	3.46	.50		
	(5) 51~60 歲	38	3.92	.46		
	(6) 61~70 歲	6	4.00	.00		
新鮮體驗	(1) 20 歲以下	88	4.18	.63	2.55*	
	(2) 21~30 歲	159	4.07	.51		
	(3) 31~40 歲	146	4.03	.64		
	(4) 41~50 歲	56	3.94	.40		
	(5) 51~60 歲	38	4.28	.44		
	(6) 61~70 歲	6	4.20	.22		

(續下頁)

表 4-4 續

因素	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
自然景觀	(1) 20 歲以下	88	4.39	.55	6.73 *	(2)>(1)
	(2) 21~30 歲	159	4.07	.60		(3)>(1)
	(3) 31~40 歲	146	4.03	.67		
	(4) 41~50 歲	56	4.07	.53		
	(5) 51~60 歲	38	4.43	.46		
	(6) 61~70 歲	6	4.00	.37		

*P<.05

本研究發現：不同年齡層之南庄民宿遊客在住宿動機上，「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」及「自然景觀」四個因素均達顯著差異水準。研究結果與吳玫琪（2005）的研究多增加「新鮮體驗」因素達顯著差異，顯示不同年齡層之民宿遊客對於住宿的動機是有差異的，而與陳昭明（1981）年齡會影響選擇民宿動機的結果一致。本研究經事後比較後也發現 31~40 歲與 41~50 歲之民宿遊客在「住宿效益」動機上高於 51~60 歲之民宿遊客，21~30 歲之民宿遊客在「社交追求」因素中高於 20 歲以下及 51~60 歲之民宿遊客，21~30 歲，31~40 歲之民宿遊客在「自然景觀」因素中高於 20 歲以下之民宿遊客。以上說明了不同年齡層之想法、行為有所不同，其所感受之事物也將有所不同。同時也顯示出年齡層愈高其實際體驗之感受也較低年齡層的更為深刻，且在住宿動機上也有較為強烈的感受。

3、教育程度

表 4-5 不同教育程度之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」(F=11.79, p<.05)、「新鮮體驗」(F=3.98, p<.05)及「自然景觀」(F=9.42, p<.05)三個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「社交追求」因素中，初中或國中、高中(職)、研究所以上都高於小學或小學以下；在「新鮮體驗」因素中，研究所以上都高於小學或小學以下及高中(職)；在「自然景觀」因素中，大專高於小學或小學以下，研究所以上都高於其他教育程度。

表4-5 不同教育程度之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 小學或小學以下	42	4.40	.50	1.33	
	(2) 初中或國中	25	4.22	.56		
	(3) 高中(職)	87	4.30	.56		
	(4) 大專	248	4.30	.54		
	(5) 研究所以以上	91	4.18	.68		
社交追求	(1) 小學或小學以下	42	4.07	.81	11.79*	(2)>(1)
	(2) 初中或國中	25	3.31	.59		(4)>(1)
	(3) 高中(職)	87	3.75	.68		(5)>(1)
	(4) 大專	248	3.47	.66		
	(5) 研究所以以上	91	3.34	.66		
新鮮體驗	(1) 小學或小學以下	42	4.26	.65	3.98*	(5)>(1)
	(2) 初中或國中	25	4.02	.36		(5)>(3)
	(3) 高中(職)	87	4.21	.52		
	(4) 大專	248	4.06	.53		
	(5) 研究所以以上	91	3.94	.64		
自然景觀	(1) 小學或小學以下	42	4.44	.56	9.42*	(4)>(1)
	(2) 初中或國中	25	4.28	.44		(5)>(1)
	(3) 高中(職)	87	4.28	.49		(5)>(2)
	(4) 大專	248	4.13	.56		(5)>(3)
	(5) 研究所以以上	91	3.86	.78		(5)>(4)

*P<.05

本研究發現，不同教育程度之南庄民宿遊客的住宿動機上，在「社交追求」、「新鮮體驗」及「自然景觀」三個因素均達顯著差異水準，此研究結果與吳玟琪（2005）的研究不同。顯示不同教育程度在住宿動機上有顯著差異，而與陳昭明（1981）教育程度會影響選擇民宿動機的結果一致。而經事後比較後也發現，教育程度在初中或國中、高中（職）、研究所以以上之遊客在「社交追求」動機上，均高於小學或小學以下之遊客，教育程度在研究所以以上之遊客在「新鮮體驗」因素中，高於小學或小學以下及高中（職）之遊客；教育程度在大專之遊客在「自然景觀」因素中，高於小學或小學以下，而教育程度在研究所以以上之遊客在「自然景觀」因素中皆高於其他各教育程度之遊客。因此，對於研究結果的推論，不同教育程度之南庄民宿遊客在住宿動機上，其教育程度愈高者，對於住宿動機的追求愈高。

4、職業

由表 4-6 可得知：不同職業類別之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」($F=2.52, p<.05$)、「社交追求」($F=2.82, p<.05$)及「自然景觀」($F=3.11, p<.05$)三個因素均達顯著差異水準。

表4-6 不同職業之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 軍警	15	4.60	.52	2.52*	
	(2) 公務人員	26	4.18	.53		
	(3) 教師	43	4.37	.83		
	(4) 學生	125	4.38	.57		
	(5) 商業	62	4.12	.49		
	(6) 工業	54	4.16	.66		
	(7) 服務業	110	4.29	.48		
	(8) 自由業	22	4.17	.39		
	(9) 家庭主婦	23	4.43	.39		
	(10) 無(含退休者)	7	4.38	.52		
	(11) 其他	6	3.83	.00		
社交追求	(1) 軍警	15	4.08	.70	2.82*	
	(2) 公務人員	26	3.58	.36		
	(3) 教師	43	3.81	.95		
	(4) 學生	125	3.56	.89		
	(5) 商業	62	3.45	.65		
	(6) 工業	54	3.32	.41		
	(7) 服務業	110	3.44	.59		
	(8) 自由業	22	3.64	.47		
	(9) 家庭主婦	23	3.76	.45		
	(10) 無(含退休者)	7	3.51	.38		
	(11) 其他	6	3.30	.11		
新鮮體驗	(1) 軍警	15	4.36	.63	1.10	
	(2) 公務人員	26	4.00	.61		
	(3) 教師	43	4.11	.88		
	(4) 學生	125	4.11	.62		
	(5) 商業	62	3.93	.41		
	(6) 工業	54	4.03	.51		
	(7) 服務業	110	4.10	.47		
	(8) 自由業	22	4.03	.36		
	(9) 家庭主婦	23	4.19	.35		
	(10) 無(含退休者)	7	4.06	.53		
	(11) 其他	6	4.20	.22		

(續下頁)

表 4-6 續

因素	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
自然景觀	(1) 軍警	15	4.33	.49	3.11*	
	(2) 公務人員	26	4.09	.60		
	(3) 教師	43	4.04	.88		
	(4) 學生	125	4.28	.61		
	(5) 商業	62	4.08	.55		
	(6) 工業	54	3.97	.64		
	(7) 服務業	110	4.16	.49		
	(8) 自由業	22	3.71	.70		
	(9) 家庭主婦	23	4.41	.46		
	(10) 無(含退休者)	7	4.14	.50		
	(11) 其他	6	4.00	.00		

* $p < .05$

本研究發現，不同職業類別之南庄民宿遊客的住宿動機上，「住宿效益」、「社交追求」及「自然景觀」三個因素均達顯著差異水準。陳昭明（1981）的研究指出，影響遊憩動機因素會因不同遊客所從事的職業不同而有所差異，因此，遊客在住宿動機上會有所差異。

5、每月所得

由表 4-7 可得知：不同收入之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」($F=3.16, p < .05$)及「自然景觀」($F=4.13, p < .05$)二個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「自然景觀」因素中，收入 30,001~40,000 高於 10,000 以下。

表4-7 不同月收入之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	每月所得	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 10,000 以下	141	4.40	0.54	3.16*	
	(2) 10001~20,000	9	4.28	0.55		
	(3) 20,001~30,000	65	4.25	0.51		
	(4) 30,001~40,000	93	4.22	0.44		
	(5) 40,001~50,000	90	4.15	0.74		
	(6) 50,001~100,000	71	4.24	0.57		
	(7) 100,000 以上	24	4.57	0.42		
社交追求	(1) 10,000 以下	141	3.66	0.86	1.61	
	(2) 10,001~20,000	9	3.27	0.20		
	(3) 20,001~30,000	65	3.41	0.52		
	(4) 30,001~40,000	93	3.49	0.57		
	(5) 40,001~50,000	90	3.53	0.81		
	(6) 50,001~100,000	71	3.60	0.61		
	(7) 100,000 以上	24	3.40	0.31		
新鮮體驗	(1) 10,000 以下	141	4.13	0.57	1.75	
	(2) 10,001~20,000	9	4.13	0.53		
	(3) 20,001~30,000	65	4.10	0.47		
	(4) 30,001~40,000	93	4.11	0.44		
	(5) 40,001~50,000	90	4.03	0.72		
	(6) 50,001~100,000	71	3.92	0.55		
	(7) 100,000 以上	24	4.25	0.41		
自然景觀	(1) 10,000 以下	141	4.29	0.59	4.13*	(4)>(1)
	(2) 10,001~20,000	9	4.22	0.44		
	(3) 20,001~30,000	65	4.06	0.55		
	(4) 30,001~40,000	93	4.16	0.53		
	(5) 40,001~50,000	90	3.98	0.78		
	(6) 50,001~100,000	71	4.00	0.54		
	(7) 100,000 以上	24	4.39	0.50		

*p < .05

本研究發現：不同收入之南庄民宿遊客的住宿動機上，在「住宿效益」、「自然景觀」二個因素均達顯著差異水準。顯示不同收入水準的民宿遊客在住宿動機會有所不同。此研究結果與余幸娟（2000）、姜惠娟（1997）、陳桓敦（2002）的研究相符：不同收入之遊客在其動機上有顯著的差異。顯然，收入是會影響休閒活動的選擇，前往民宿住宿也是屬於休閒活動之一，參與休閒活動或持續參與都需要花費大量金

錢。所以，收入較高的遊客所追求的動機層次較趨於「自然景觀」。

6、居住地

由表 4-8 可得知：來自不同居住地之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」($F=9.84$, $p<.05$)、「社交追求」($F=3.78$, $p<.05$)、「新鮮體驗」($F=8.98$, $p<.05$)及「自然景觀」($F=13.73$, $p<.05$)四個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「住宿效益」、「新鮮體驗」及「自然景觀」三個因素中外島均高於北部、中部、南部、其他四區。



表4-8 不同居住地之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	居住地	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 北部	337	4.30	0.54	9.84*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	4.27	0.49		(4)>(2)
	(3) 南部	76	4.24	0.51		(4)>(3)
	(4) 外島	6	3.03	1.59		(4)>(5)
	(5) 其他	12	4.71	0.43		
社交追求	(1) 北部	337	3.59	0.73	3.78*	
	(2) 中部	62	3.45	0.53		
	(3) 南部	76	3.39	0.62		
	(4) 外島	6	2.80	1.44		
	(5) 其他	12	3.80	0.15		
新鮮體驗	(1) 北部	337	4.11	0.54	8.98*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	3.95	0.48		(4)>(2)
	(3) 南部	76	4.12	0.51		(4)>(3)
	(4) 外島	6	2.90	1.50		(4)>(5)
	(5) 其他	12	4.35	0.48		
自然景觀	(1) 北部	337	4.11	0.57	13.73*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	4.18	0.55		(4)>(2)
	(3) 南部	76	4.29	0.53		(4)>(3)
	(4) 外島	6	2.56	1.38		(4)>(5)
	(5) 其他	12	4.50	0.72		

*p < .05

本研究發現：來自不同居住地之南庄鄉民宿遊客的住宿動機上，四個因素均達顯著差異水準。顯示來自不同居住地之民宿遊客對於其住宿動機上也會有所不同，與陳詩惠（2002）在民宿遊客五個區隔市場中其居住地具有顯著差異相符合。且經事後比較後，發現來自外島的民宿遊客其在住宿動機上的三個因素皆高於來自其他地區的遊客，由此可見，愈是遠道而來之旅客，愈能夠體認其距離感所帶來的休閒與放鬆的渴望。

7、投宿次數

由表 4-9 可得知：不同投宿次數之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」($F = 11.02, p < .05$) 因素有達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「社交追求」因素中，來第三次或以上者高於第一、第二次的遊客。

表 4-9 不同投宿次數之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	投宿次數	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 第一次	322	4.28	0.60	0.66	
	(2) 第二次	72	4.24	0.53		
	(3) 第三次以上	99	4.34	0.51		
社交追求	(1) 第一次	322	3.47	0.69	11.02*	(3)>(1)
	(2) 第二次	72	3.44	0.87		(3)>(2)
	(3) 第三次以上	99	3.83	0.53		
新鮮體驗	(1) 第一次	322	4.05	0.61	1.31	
	(2) 第二次	72	4.09	0.48		
	(3) 第三次以上	99	4.16	0.46		
自然景觀	(1) 第一次	322	4.12	0.65	1.23	
	(2) 第二次	72	4.11	0.55		
	(3) 第三次以上	99	4.23	0.52		

* $p < .05$

本研究發現：不同投宿次數之南庄鄉民宿遊客的住宿動機上，在「社交追求」因素達顯著差異，可知不同投宿次數之遊客在住宿動機上會有所不同。且經事後比較後，發現在「社交追求」因素之動機上，來三次或以上者高於第一、第二次的遊客。此研究結果與陳詩惠（2002）、吳玫琪（2005）的研究相同。可以推測多次前來南庄住宿之民宿遊客，對於先前住宿的經驗有不錯的印象，才會有多次重遊的經驗，因此，住宿動機較第一、二次前來之遊客高。

8、投宿同伴

由表 4-10 可得知：在不同投宿同伴之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」($F=3.92$, $p<.05$)、「社交追求」($F=8.46$, $p<.05$)、「新鮮體驗」($F=3.53$, $p<.05$)及「自然景觀」($F=5.82$, $p<.05$)四個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「住宿效益」因素中，朋友、同學或同事、家人親戚及公司、機關或學校的團體活動高於一個人前往；在「社交追求」因素中，家人親戚及公司、機關或學校的團體活動高於朋友、同學或同事；在「新鮮體驗」因素中，公司、機關或學校的團體活動高於朋友、同學或同事；在「自然景觀」因素中，家人親戚高於朋友、同學或同事。

表4-10 不同投宿同伴之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	投宿同伴	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 一個人	7	3.52	0.45	3.92*	(2)>(1)
	(2) 朋友,同學或同事	178	4.26	0.56		(3)>(1)
	(3) 家人親戚	291	4.31	0.57		(5)>(1)
	(4) 旅行團	7	4.19	0.59		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.53	0.60		
社交追求	(1) 一個人	7	3.37	0.21	8.46*	(3)>(2)
	(2) 朋友,同學或同事	178	3.33	0.71		(5)>(2)
	(3) 家人親戚	291	3.66	0.66		
	(4) 旅行團	7	3.29	0.61		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.06	1.09		
新鮮體驗	(1) 一個人	7	3.89	0.11	3.53*	(5)>(2)
	(2) 朋友,同學或同事	178	4.01	0.53		
	(3) 家人親戚	291	4.10	0.58		
	(4) 旅行團	7	4.29	0.41		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.60	0.52		
自然景觀	(1) 一個人	7	4.38	0.36	5.82*	(3)>(2)
	(2) 朋友,同學或同事	178	3.98	0.62		
	(3) 家人親戚	291	4.22	0.60		
	(4) 旅行團	7	4.14	0.50		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.53	0.32		

* $p < .05$

本研究發現：不同投宿同伴之南庄民宿遊客的住宿動機上，在「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」及「自然景觀」四個因素均達顯著差異水準。本研究結果與吳玟琪(2005)的研究結果完全不同，其研究結果，在不同投宿同伴之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上，並沒有顯著的差異。且經事後比較發現，一個人前往在「住宿效益」因素中低於朋友、同學或同事、家人親戚及公司、機關或學校的團體活動，而家人親戚及公司、機關或學校的團體活動在「社交追求」、「新鮮體驗」及「自然景觀」三個因素中高於朋友、同學或同事。由此可以推論，前往南庄之民宿遊客，大部份皆結伴同行，

所以住宿同伴會影響其南庄民宿遊客之住宿動機。

9、交通工具

由表 4-11 可得知：不同交通工具之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」($F=11.44$, $p<.05$)、「社交追求」($F=7.07$, $p<.05$)及「新鮮體驗」($F=6.17$, $p<.05$)三個因素均達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較後發現，在「住宿效益」因素中，自行開車、機車、搭公車均高於遊覽車；在「社交追求」因素中，自行開車、搭公車均高於遊覽車；在「新鮮體驗」因素中自行開車、機車、搭公車均高於遊覽車。

表4-11 不同交通工具之南庄民宿遊客住宿動機之比較

因素	交通工具	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 自行開車	449	4.28	0.57	11.44*	(1)>(4)
	(2) 機車	18	4.56	0.42		(2)>(4)
	(3) 搭公車	12	4.83	0.00		(3)>(4)
	(4) 遊覽車	14	3.65	0.35		
社交追求	(1) 自行開車	449	3.57	0.71	7.07*	(1)>(4)
	(2) 機車	18	3.33	0.19		(3)>(4)
	(3) 搭公車	12	3.73	0.81		
	(4) 遊覽車	14	2.76	0.48		
新鮮體驗	(1) 自行開車	449	4.08	0.56	6.17*	(1)>(4)
	(2) 機車	18	4.27	0.37		(2)>(4)
	(3) 搭公車	12	4.47	0.26		(3)>(4)
	(4) 遊覽車	14	3.60	0.63		
自然景觀	(1) 自行開車	449	4.13	0.62	1.89	
	(2) 機車	18	4.28	0.50		
	(3) 搭公車	12	4.44	0.59		
	(4) 遊覽車	14	3.93	0.44		

* $p<.05$

本研究發現，不同交通工具之南庄民宿遊客的住宿動機，在「住宿效益」、「社交追求」及「新鮮體驗」三個因素

均達顯著差異水準，表示利用不同交通工具到達者，其在住宿動機上會有所不同。且經事後比較發現，搭遊覽車前往在「住宿效益」、「社交追求」及「新鮮體驗」三個因素中均低於自行開車、機車、搭公車。根據陳思倫等人（2001）提及，休閒遊憩機會的可及性是參與的關鍵因素。所以，交通的便利性會影響遊客接受休閒服務的機會。對於前往南庄的民宿遊客而言，自行開車及騎機車前往的遊客在活動上或是要至附近的風景區遊憩，其機動性會較搭遊覽車者高。

二、民宿遊客住宿滿意度之分析

（一）民宿遊客住宿滿意度之分析

就整體而言，受試者總得分之平均數為 4.12，標準差為 0.80，此代表在五點量表中，民宿遊客在整體住宿滿意度的得分約為 4 分，詳細題項之得分與排序如表 4-12 所示：

表4-12 南庄民宿遊客之住宿滿意度各題項同意程度排序表

題項	平均數	標準差	排序
26 民宿主人熱情、親切的服務	4.59	0.63	1
21 民宿的室內外美化、綠化造景	4.55	0.64	2
18 民宿四周景觀優美視野佳	4.54	0.64	3
19 民宿整體的氣氛營造	4.50	0.62	4
24 環境清潔衛生	4.48	0.66	5
02 房間內有衛浴設備	4.45	0.65	6
03 房間內提供基本備品（如牙刷、拖鞋等）	4.43	0.68	7
27 民宿主人具有獨特的人格特質	4.43	0.71	8
20 民宿建築具有特色	4.43	0.68	9
01 停車方便	4.40	0.71	10
30 民宿主人為我解決問題的即時性	4.33	0.75	11
23 民宿房間的隱私性	4.26	0.82	12
22 民宿房間佈置富有特色	4.24	0.76	13
10 提供中、西式早餐	4.17	0.71	14
28 網路宣傳及訂房	4.16	0.84	15
11 提供特殊的風味料理	4.08	0.85	16
29 民宿地點指示牌的設置	4.08	0.93	17
07 有交誼廳公共空間	4.07	0.84	18
05 消防、逃生安全設備	3.98	0.85	19
13 提供附近遊憩資源的圖文資料	3.97	0.81	20
06 附設休閒設施（如棋奕、書報雜誌、溫泉等）	3.97	0.82	21
25 民宿的價格便宜	3.92	0.85	22
09 房間內提供沙發及書桌	3.92	0.91	23
14 提供專人實地解說環境資源特色	3.79	0.84	24
17 交通便利	3.78	0.97	25
04 房間內提供電視、電話	3.74	1.11	26
15 提供當地產業的活動體驗	3.72	0.81	27
16 提供交通接駁服務	3.60	0.92	28
12 提供代客訂購當地產品	3.60	0.84	29
08 提供網路設備	3.38	1.10	30
總平均數	4.12	0.80	

本研究發現南庄民宿遊客之住宿滿意度方面的前五項排序，以民宿主人熱情、親切的服務為第一位，其次依序為民宿的室內外美化、綠化造景、民宿四周景觀優美視野佳、民宿整體的氣氛營造、環境清潔衛生。研究結果發現與吳玫琪

(2005)、林靜芳(2003)、陳秋玲(2003)、楊永盛(2003)、廖榮聰(2002)及嚴如鈺(2002)等相關研究相符，顯示出南庄民宿遊客之住宿滿意度對於民宿主人熱情、親切的服務感到相當滿意，民宿周邊環境及民宿整體的氣氛營造也相當重視。由此可知民宿業者不僅要提供良好的、優美的、清潔的、有氣氛的硬體設備，更要讓遊客感受到親切又熱情的人情味，才能讓住宿遊客感到滿意。

(二) 不同人口統計變項之民宿遊客住宿滿意度之差異情形分析

1、性別

由上表 4-13 得知：不同性別之南庄民宿遊客住宿滿意度研究結果發現在住宿滿意度之「基本設施」因素 ($t=2.57$, $p<.05$) 有顯著差異。

表4-13 不同性別之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	性別	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	t 值
經營管理	男	190	4.04	0.53	0.84
	女	303	4.00	0.55	
環境服務	男	190	4.29	0.52	0.04
	女	303	4.29	0.56	
基本設施	男	190	4.24	0.53	2.57 *
	女	303	4.09	0.65	
附屬服務	男	190	3.93	0.53	0.29
	女	303	3.92	0.57	

* $p<.05$

本研究發現：不同性別之南庄民宿遊客住宿滿意度，僅在「基本設施」因素上，男女有顯著差異。遊客的特性為影響旅遊滿意度因素之一，這與宋秉明(1983)提出遊客滿意度之五大因子中：遊客內在的心理因子之性別，相互呼應。

2、年齡

由表 4-14 可得知：不同年齡之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」($F=13.50, p<.05$)、「環境服務」($F=7.16, p<.05$)、「基本設施」($F=3.90, p<.05$)及「附屬服務」($F=5.99, p<.05$)四個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中，21~30 歲及 31~40 歲高於 20 歲以下，41~50 歲高於 20 歲以下、31~40 歲及 51~60 歲；「環境服務」因素中，31~40 歲高於 20 歲以下及 61~70 歲，41~50 歲高於 20 歲以下、21~30 歲及 51~60 歲；「基本設施」因素中，41~50 歲高於 20 歲以下及 21~30 歲；「附屬服務」因素中，41~50 歲高於 20 歲以下及 31~40 歲。

表 4-14 不同年齡之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	年齡	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 20 歲以下	88	4.28	0.51	13.50*	(2)>(1)
	(2) 21~30 歲	159	4.02	0.46		(3)>(1)
	(3) 31~40 歲	146	3.96	0.62		(4)>(1)
	(4) 41~50 歲	56	3.62	0.46		(4)>(3)
	(5) 51~60 歲	38	4.23	0.30		(4)>(5)
	(6) 61~70 歲	6	3.75	0.05		
環境服務	(1) 20 歲以下	88	4.47	0.48	7.16*	(3)>(1)
	(2) 21~30 歲	159	4.32	0.48		(4)>(1)
	(3) 31~40 歲	146	4.19	0.64		(4)>(2)
	(4) 41~50 歲	56	4.04	0.55		(3)>(5)
	(5) 51~60 歲	38	4.52	0.32		(4)>(5)
	(6) 61~70 歲	6	4.18	0.20		
基本設施	(1) 20 歲以下	88	4.26	0.72	3.90*	(4)>(1)
	(2) 21~30 歲	159	4.18	0.55		(4)>(2)
	(3) 31~40 歲	146	4.15	0.63		
	(4) 41~50 歲	56	3.83	0.56		
	(5) 51~60 歲	38	4.20	0.43		
	(6) 61~70 歲	6	4.25	0.27		
附屬服務	(1) 20 歲以下	88	4.12	0.68	5.99*	(4)>(1)
	(2) 21~30 歲	159	3.90	0.49		(4)>(3)
	(3) 31~40 歲	146	3.96	0.56		
	(4) 41~50 歲	56	3.63	0.43		
	(5) 51~60 歲	38	3.91	0.37		
	(6) 61~70 歲	6	3.80	0.66		

* $p < .05$

本研究發現：不同年齡之南庄民宿遊客住宿滿意度中，「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素均達顯著差異水準。且經事後比較發現，年齡較長者更重視各因素方面的提供，此研究結果與陳詩惠（2002）、楊永盛（2003）之研究結果指出：年齡上的不同對民宿的住宿滿意度有顯著差異，相符合。推究年齡越長者的遊客因見多識廣、旅遊經驗豐富，所以會更重視所獲得的服務品質及自身感受。

3、教育程度

由表 4-15 可得知：不同教育程度之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」(F=7.83, p<.05)、「環境服務」(F=7.09, p<.05)及「附屬服務」(F=2.59, p<.05)三個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中，高中(職)、大專、研究所以上均高於小學或小學以下，大專、研究所以上均高於初中或國中；「環境服務」因素中，大專、研究所以上均高於初中或國中；「附屬服務」因素中，大專高於小學或小學以下及高中(職)。

表4-15 不同教育程度之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	教育程度	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 小學或小學以下	42	4.34	.46	7.83*	(3)>(1)
	(2) 初中或國中	25	4.35	.46		(4)>(1)
	(3) 高中(職)	87	4.00	.47		(5)>(1)
	(4) 大專	248	3.94	.51		(4)>(2)
	(5) 研究所以上	91	3.97	.66		(5)>(2)
環境服務	(1) 小學或小學以下	42	4.38	.50	7.09*	(4)>(2)
	(2) 初中或國中	25	4.75	.34		(5)>(2)
	(3) 高中(職)	87	4.39	.46		
	(4) 大專	248	4.23	.52		
	(5) 研究所以上	91	4.20	.70		
基本設施	(1) 小學或小學以下	42	4.18	.48	1.10	
	(2) 初中或國中	25	4.36	.71		
	(3) 高中(職)	87	4.08	.70		
	(4) 大專	248	4.14	.54		
	(5) 研究所以上	91	4.16	.71		
附屬服務	(1) 小學或小學以下	42	4.18	.62	5.59*	(4)>(1)
	(2) 初中或國中	25	4.05	.78		(4)>(3)
	(3) 高中(職)	87	4.04	.53		
	(4) 大專	248	3.83	.46		
	(5) 研究所以上	91	3.92	.65		

*p<.05

本研究發現：不同教育程度之南庄民宿遊客住宿滿意度，在住宿滿意度中的「經營管理」、「環境服務」及「附屬服務」三個因素達顯著差異水準。且經事後比較發現，教育程度愈高者其滿意程度愈高；此研究結果與陳詩惠（2002）、陳秋玲（2003）有相同之處。國外學者 Yu（1992）曾表示，人的教育程度，代表著其學習的歷程，而所受教育會對未來學習的態度、價值觀與認知產生相當程度之影響。所以不同的教育程度會影響南庄民宿遊客在住宿上的滿意程度。

4、職業

由表 4-16 可得知：不同職業之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」($F=3.84, p<.05$)、「環境服務」($F=3.48, p<.05$)及「附屬服務」($F=2.62, p<.05$)三個因素達顯著差異水準。

表 4-16 不同職業之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 軍警	15	4.20	.83	3.84*	
	(2) 公務人員	26	3.80	.46		
	(3) 教師	43	4.15	.89		
	(4) 學生	125	4.09	.54		
	(5) 商業	62	3.86	.45		
	(6) 工業	54	3.85	.53		
	(7) 服務業	110	4.15	.43		
	(8) 自由業	22	3.97	.25		
	(9) 家庭主婦	23	3.70	.30		
	(10) 無(含退休者)	7	4.11	.27		
	(11) 其他	6	3.85	.05		

(續下頁)

表 4-16 續

因素	職業	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
環境服務	(1) 軍警	15	4.55	.54	3.48*	
	(2) 公務人員	26	4.02	.48		
	(3) 教師	43	4.45	.87		
	(4) 學生	125	4.40	.51		
	(5) 商業	62	4.18	.52		
	(6) 工業	54	4.12	.63		
	(7) 服務業	110	4.35	.45		
	(8) 自由業	22	4.05	.14		
	(9) 家庭主婦	23	4.14	.41		
	(10) 無(含退休者)	7	4.34	.42		
	(11) 其他	6	4.23	.35		
基本設施	(1) 軍警	15	4.05	.53	1.12	
	(2) 公務人員	26	4.14	.51		
	(3) 教師	43	4.19	.99		
	(4) 學生	125	4.21	.69		
	(5) 商業	62	4.01	.54		
	(6) 工業	54	4.09	.49		
	(7) 服務業	110	4.23	.50		
	(8) 自由業	22	4.18	.54		
	(9) 家庭主婦	23	3.91	.23		
	(10) 無(含退休者)	7	4.14	.40		
	(11) 其他	6	4.25	.55		
附屬服務	(1) 軍警	15	3.96	.40	2.62*	
	(2) 公務人員	26	3.83	.52		
	(3) 教師	43	4.05	.89		
	(4) 學生	125	3.94	.66		
	(5) 商業	62	3.74	.42		
	(6) 工業	54	3.89	.44		
	(7) 服務業	110	4.09	.42		
	(8) 自由業	22	3.77	.24		
	(9) 家庭主婦	23	3.76	.40		
	(10) 無(含退休者)	7	3.89	.34		
	(11) 其他	6	3.60	.00		

*p < .05

本研究發現：不同職業之南庄民宿遊客住宿滿意度，在住宿滿意度中的「經營管理」、「環境服務」及「附屬服務」三個因素達顯著差異水準。與陳詩惠（2002）、吳玟琪（2005）

的研究結果一致。也與侯錦雄（1990）指出遊客不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺，相互呼應。表示不同職業類別之民宿遊客對於民宿經營管理、所提供的環境服務及附屬服務等等皆會影響其住宿滿意度。

5、每月所得

由表 4-17 可得知：不同每月所得之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」($F=4.18$ ， $p<.05$)、「環境服務」($F=3.30$ ， $p<.05$)、「基本設施」($F=5.43$ ， $p<.05$)及「附屬服務」($F=3.13$ ， $p<.05$)四個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中，40,001~50,000 元高於 20,001~30,000 元；在「附屬服務」因素中，10,001~20,000 元、30,001~40,000 元及 40,001~50,000 元均高於 20,001~30,000 元。

表4-17 不同每月所得之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	每月所得	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 10,000 以下	141	4.07	0.51	4.18*	(5)>(3)
	(2) 10,001~20,000	9	3.70	0.40		
	(3) 20,001~30,000	65	4.03	0.48		
	(4) 30,001~40,000	93	4.17	0.44		
	(5) 40,001~50,000	90	3.91	0.69		
	(6) 50,001~100,000	71	3.83	0.52		
	(7) 100,000 以上	24	4.06	0.52		
環境服務	(1) 10,000 以下	141	4.37	0.49	3.30*	
	(2) 10,001~20,000	9	4.15	0.66		
	(3) 20,001~30,000	65	4.25	0.49		
	(4) 30,001~40,000	93	4.38	0.41		
	(5) 40,001~50,000	90	4.16	0.73		
	(6) 50,001~100,000	71	4.16	0.59		
	(7) 100,000 以上	24	4.51	0.31		

(續下頁)

表 4-17 續

因素	每月所得	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
基本設施	(1) 10,000 以下	141	4.19	0.66	5.43*	
	(2) 10,001~20,000	9	3.83	0.13		
	(3) 20,001~30,000	65	4.13	0.56		
	(4) 30,001~40,000	93	4.29	0.46		
	(5) 40,001~50,000	90	4.08	0.72		
	(6) 50,001~100,000	71	3.99	0.61		
	(7) 100,000 以上	24	4.30	0.38		
附屬服務	(1) 10,000 以下	141	3.93	0.64	4.13*	(2)>(3)
	(2) 10,001~20,000	9	3.73	0.26		(4)>(3)
	(3) 20,001~30,000	65	3.82	0.42		(5)>(3)
	(4) 30,001~40,000	93	4.18	0.44		
	(5) 40,001~50,000	90	3.87	0.65		
	(6) 50001~100000	71	3.75	0.45		
	(7) 100,000 以上	24	4.00	0.38		

*p < .05

本研究發現：不同每月所得之南庄民宿遊客在住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素達顯著差異水準，顯示不同收入水準的民宿遊客，對於民宿所提供的各層面附屬服務之滿意度也會有所不同。此一結果對照陳秋玲（2003）、吳玟琪（2005）的研究相同。經 Scheffe 事後比較發現，發現在「經營管理」、「附屬服務」兩個因素上，收入在 30,001~40,000 元及 40,001~50,000 元的遊客其滿意度高於 20,001~30,000 元，可能是因為收入在 20,001~30,000 元的遊客對於民宿會有較高的期待，也許會期望得到像飯店般的附屬服務，所以其滿意度也會較低。

6、居住地

由表 4-18 可得知：不同居住地之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」($F=6.96, p<.05$)、「環境服務」($F=11.49, p<.05$)、「基本設施」($F=2.61, p<.05$)及「附屬服務」($F=4.76, p<.05$)四個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中、「環境服務」因素中及「附屬服務」因素中，外島均高於北部、中部、南部及其他。

表 4-18 不同居住地之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	居住地	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 北部	337	4.03	0.52	6.96*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	3.88	0.48		(4)>(2)
	(3) 南部	76	4.08	0.45		(4)>(3)
	(4) 外島	6	3.02	1.58		(4)>(5)
	(5) 其他	12	4.18	0.49		
環境服務	(1) 北部	337	4.31	0.52	11.49*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	4.09	0.55		(4)>(2)
	(3) 南部	76	4.44	0.38		(4)>(3)
	(4) 外島	6	3.11	1.68		(4)>(5)
	(5) 其他	12	4.43	0.46		
基本設施	(1) 北部	337	4.18	0.56	2.61*	
	(2) 中部	62	4.17	0.58		
	(3) 南部	76	4.09	0.67		
	(4) 外島	6	3.42	1.96		
	(5) 其他	12	4.06	0.22		
附屬服務	(1) 北部	337	3.93	0.54	4.76*	(4)>(1)
	(2) 中部	62	3.97	0.46		(4)>(2)
	(3) 南部	76	3.94	0.54		(4)>(3)
	(4) 外島	6	3.00	1.59		(4)>(5)
	(5) 其他	12	3.75	0.31		

* $p < .05$

本研究發現：來自不同居住地之南庄民宿遊客，在住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素均達顯著差異水準。也就是說來自不同居住地之民宿遊客，在住宿滿意度是有極大不同的感受，此研究結果與陳詩惠（2002）、楊永盛（2003）、吳玟琪（2005）之研究有相同之處。經事後比較發現，在「經營管理」因素中、「環境服務」因素中及「附屬服務」因素中，外島均高於北部、中部、南部及其他。推究其原因，因為居住地不同，會對休閒遊憩區的住宿基本設施產生不同之需求，如居住距離休閒遊憩區較遠的遊客，其對休閒遊憩住宿的需求較大，且往往也有較深刻的體驗。

7、投宿次數

由表 4-19 可得知：不同投宿次數之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」（ $F=5.11$ ， $p<.05$ ）、「環境服務」（ $F=7.66$ ， $p<.05$ ）、「基本設施」（ $F=4.55$ ， $p<.05$ ）及「附屬服務」（ $F=10.61$ ， $p<.05$ ）四個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中，第二次高於第一次；「環境服務」因素中，第二次高於第一次及第三次以上；「基本設施」因素中，第二次高於第一次；「附屬服務」因素中，第二次高於第一次及第三次以上。

表 4-19 不同投宿次數之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	投宿次數	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 第一次	322	3.97	0.56	5.11*	(2)>(1)
	(2) 第二次	72	4.19	0.53		
	(3) 第三次以上	99	4.02	0.47		
環境服務	(1) 第一次	322	4.24	0.58	7.66*	(2)>(1)
	(2) 第二次	72	4.52	0.46		
	(3) 第三次以上	99	4.27	0.47		
基本設施	(1) 第一次	322	4.10	0.60	4.55*	(2)>(1)
	(2) 第二次	72	4.34	0.68		
	(3) 第三次以上	99	4.16	0.55		
附屬服務	(1) 第一次	322	3.87	0.54	10.61*	(2)>(1)
	(2) 第二次	72	4.19	0.61		
	(3) 第三次以上	99	3.91	0.50		

*p < .05

本研究發現：不同投宿次數之南庄民宿遊客，住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素均達顯著差異水準，表示投宿次數的多寡會影響遊客住宿滿意度。此研究結果與吳玫琪（2005）完全不同，推究其原因可能為南庄地區民宿本身的屬性較吸引民宿遊客，從遊客重遊意願較高達 99.59% 可以看出。且經事後比較發現，第二次投宿的遊客其滿意程度皆高於第一次投宿之遊客，顯示南庄遊客在過去住宿的印象不錯，所以能讓人願意舊地重遊。

8、投宿同伴

由表 4-20 可得知：不同投宿同伴之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「經營管理」($F=9.68$, $p<.05$)、「環境服務」($F=6.68$, $p<.05$)、「基本設施」($F=3.03$, $p<.05$)及「附屬服務」($F=4.04$, $p<.01$)四個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「經營管理」因素中，家人親戚、旅行團及公司、機關或學校的團體活動均高於一個人，家人親戚、公司、機關或學校的團體活動均高於朋友，同學或同事；「環境服務」因素中，家人親戚、公司、機關或學校的團體活動均高於一個人；「附屬服務」因素中，公司、機關或學校的團體活動高於一個人。

表 4-20 不同投宿同伴之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	投宿同伴	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 一個人	7	3.31	0.64	9.68*	(3)>(1)
	(2) 朋友,同學或同事	178	3.90	0.50		(4)>(1)
	(3) 家人親戚	291	4.07	0.54		(5)>(1)
	(4) 旅行團	7	4.29	0.40		(3)>(2)
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.60	0.52		(5)>(2)
環境服務	(1) 一個人	7	3.58	0.39	6.68*	(3)>(1)
	(2) 朋友,同學或同事	178	4.20	0.53		(5)>(1)
	(3) 家人親戚	291	4.34	0.55		
	(4) 旅行團	7	4.40	0.42		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.71	0.38		
基本設施	(1) 一個人	7	3.57	0.40	3.03*	
	(2) 朋友,同學或同事	178	4.13	0.63		
	(3) 家人親戚	291	4.19	0.60		
	(4) 旅行團	7	4.18	0.62		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	3.75	0.20		

(續下頁)

表 4-20 續

因素	投宿同伴	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
附屬服務	(1) 一個人	7	3.31	0.64	4.04*	(5)>(1)
	(2) 朋友,同學或同事	178	3.88	0.53		
	(3) 家人親戚	291	3.95	0.57		
	(4) 旅行團	7	4.17	0.47		
	(5) 公司,機關或學校的團體活動	10	4.28	0.10		

* $p < .05$

本研究發現：不同投宿同伴之南庄民宿遊客，在住宿滿意度中的「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素均達顯著差異水準。這與吳玫琪（2005）研究完全不同。且經事後比較發現，愈趨於團體的組成份子其滿意度愈高，顯示出投宿同伴會影響其滿意度。

9、交通工具

由表 4-21 可得知：不同交通工具之南庄民宿遊客住宿滿意度研究發現，住宿滿意度中的「環境服務」($F=2.66, p < .05$)及「基本設施」($F=12.02, p < .05$)二個因素達顯著差異水準。經 Scheffe 事後比較發現，在「基本設施」因素中，搭公車高於自行開車，自行開車、機車及搭公車均高於遊覽車。

表 4-21 不同交通工具之南庄民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	交通工具	人數	平均數	標準差	F 檢定	Scheffe 事後比較
經營管理	(1) 自行開車	449	4.02	0.55	1.69	
	(2) 機車	18	4.12	0.37		
	(3) 搭公車	12	4.10	0.23		
	(4) 遊覽車	14	3.72	0.51		
環境服務	(1) 自行開車	449	4.28	0.56	2.66*	
	(2) 機車	18	4.44	0.36		
	(3) 搭公車	12	4.61	0.52		
	(4) 遊覽車	14	4.06	0.31		
基本設施	(1) 自行開車	449	4.15	0.59	12.02*	(3)>(1)
	(2) 機車	18	4.38	0.59		(1)>(4)
	(3) 搭公車	12	4.75	0.21		(2)>(4)
	(4) 遊覽車	14	3.43	0.78		(3)>(4)
附屬服務	(1) 自行開車	449	3.92	0.56	0.75	
	(2) 機車	18	3.97	0.42		
	(3) 搭公車	12	4.13	0.20		
	(4) 遊覽車	14	3.83	0.59		

* $p < .05$

本研究發現：利用不同交通工具之南庄民宿遊客，在住宿滿意度中的「環境服務」及「基本設施」二個因素達顯著差異水準，表示利用不同交通工具到達民宿之遊客對於其住宿滿意度上是會有所差異。陳思倫等人（2001）一個地區的交通運輸方式的便利性及可及性會大大影響人們的休閒參與，並會影響參與後的滿意度。且經事後比較發現，在「基本設施」因素中，搭公車來的遊客在住宿滿意度上高於自行開車來的遊客，而自行開車、騎機車及搭公車的遊客均高於搭遊覽車前來的遊客。顯示愈是困難前往南庄住宿的遊客其住宿後的滿意度愈高。

綜合本節對於不同人口統計變項之南庄民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度上之差異情形的結果與討論的部份，將不同人口統計變項（性別、年齡、職業、教育程度、每月所得、居住地區、投宿次數、投宿同伴、交通工具）之南庄民宿遊客在住宿動機與滿意度影響因素皆達顯著差異，統整如表4-22所示。

表4-22 不同人口統計變項之南庄民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度影響因素達顯著差異表

量表	因素構面	一性別	二年齡	三教育程度	四職業	五每月所得	六居住地	七投宿次數	八投宿同伴	九交通工具
民宿遊客之住宿動機	住宿效益	◎	◎		◎	◎	◎		◎	◎
	社交追求	◎	◎	◎	◎		◎	◎	◎	◎
	新鮮體驗	◎	◎	◎			◎		◎	◎
	自然景觀	◎	◎	◎	◎	◎	◎		◎	
民宿遊客之住宿滿意度	經營管理		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
	環境服務		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	基本設施	◎	◎			◎	◎	◎	◎	◎
	附屬服務		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	

第三節 民宿遊客住宿動機與住宿滿意度之相關情形

本節主要在瞭解影響南庄地區民宿遊客住宿動機（住宿效益、社交追求、新鮮體驗、自然景觀）及住宿滿意度（經營管理、環境服務、基本設施、附屬服務）之關係，以皮爾森積差相關法（pearson product-moment correlation analysis）來檢視情形如表 4-23。

由表 4-23 可知，以皮爾森積差相關所求出之民宿遊客與住宿滿意度各構面的相關係數，均呈顯著的正相關。以「住宿效益」而言，與住宿滿意度之「環境服務」相關最高，其次為「經營管理」；「社交追求」與住宿滿意度之「經營管理」相關最高，其次為「環境服務」；「新鮮體驗」與住宿滿意度之「環境服務」相關最高，其次為「經營管理」；「自然景觀」與住宿滿意度之「環境服務」相關最高，其次為「經營管理」。

綜合以上分析可以看出，在不同的住宿動機中，與住宿滿意度之「環境服務」呈現較高的相關。

表 4-23 住宿動機與住宿滿意度之影響因素 Pearson 相關係數表

住宿動機	住宿滿意度			
	經營管理	環境服務	基本設施	附屬服務
住宿效益	.6545*	.7089*	.5569*	.5110*
社交追求	.5453*	.4782*	.3913*	.4202*
新鮮體驗	.6951*	.6984*	.5316*	.5479*
自然景觀	.5429*	.5623*	.4190*	.4420*

*p < .05

本研究結果發現：住宿動機與住宿滿意度呈現相關性，此結果與宋秉明（1983）、吳玟琪（2005）的研究是相符的，而從結果可得知，住宿動機愈高其住宿滿意度也呈現較高的

情形。故民宿業者更應維持提供令遊客滿意的「環境服務」項目，並改善令遊客不滿意的項目，像是最不滿意的前五項為「提供網路設備」、「提供代客訂購當地產品」、「提供接駁服務」、「提供當地產業的活動體驗」、「房間內提供電視、電話」等，進而增強遊客前來住宿的動機。



第五章 結論與建議

本章旨在依研究結果與討論提出結論與建議，以供民宿業者與政府相關單位及後續研究者參考。本章分為兩節：第一節為結論；第二節為建議。

第一節 結論

本節之研究結論乃是針對研究問題而發，綜合上述實証分析結果，針對本研究主要的發現及其代表的意義，經由討論後，彙整提出以下結論：

一、南庄地區民宿遊客基本資料之特性

民宿遊客以「女性」為多數，年齡「21~30 歲」者為多數，而教育程度以「大專」程度為多，職業以「學生」居多，每月所得也在「10,000 以下」為多，居住地於「北部」者為大部份且大都與「家人親戚」一同前往，交通工具則以「自行開車」為主。「第一次」投宿的住宿者居多，而重遊意願以「願意」者佔絕大多數，此兩者顯示至南庄之民宿遊客對於所提供的住宿環境是滿意的，所以重遊意願佔了大多數，此結果對於民宿業者無疑是相當正面的肯定與鼓勵。

二、民宿遊客之住宿動機及住宿滿意度的排序情形

(一) 南庄民宿遊客在住宿動機前五項排序，依序為：

1. 民宿環境較單純、清靜。
2. 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺。
3. 民宿服務較為親切、樸實。
4. 民宿附近有優美的自然景色。
5. 喜歡民宿的建築風格。

(二) 南庄民宿遊客在住宿滿意度前五項排序，依序為：

1. 民宿主人熱情、親切的服務。
2. 民宿的室內外美化、綠化造景。
3. 民宿四周景觀優美視野佳。
4. 民宿整體的氣氛營造。
5. 環境清潔衛生。

三、不同人口統計變項之民宿遊客在住宿動機及住宿滿意度上之差異情形

本研究以九個不同人口統計變項，包括性別、年齡、職業、教育程度、每月所得、居住地區、投宿次數、投宿同伴、交通工具與住宿動機與住宿滿意度之兩大類別進行差異情形分析，其研究結果為：

(一) 南庄民宿遊客在住宿動機方面，九項變項均明顯不同，顯示不同人口統計變項，皆會造成住宿動機上的不同需求，此結果即顯示，南庄民宿遊客個人特性的不同，其住宿動機也會有所不同。

(二) 南庄民宿遊客在住宿滿意度方面，九項變項均明顯不同，顯示不同人口統計變項，皆會造成住宿滿意度上的不同結果，此結果即顯示，南庄民宿遊客個人特性的不同，其住宿滿意度就會有所不同。

四、南庄民宿遊客在住宿動機與滿意度之間的相關情形

本研究之民宿遊客住宿動機與住宿滿意度各構面均呈正相關。因此住宿動機愈高其住宿滿意度也呈現較高的情形。



第二節 建議

本研究發現根據文獻探討與實證研究的結果，提出下列幾點建議，以做為民宿業者與政府有關單位發展民宿產業經營及後續研究之參考。

一、 民宿經營方面

- (一) 由研究結果及研究中發現，遊客最不滿意的第一項「提供網路設備」及第五項「房間內提供電視、電話」，部分民宿因為顧及環境清幽遠離世俗塵囂的理念而未設置，建議可以在交誼廳等公共空間專設，以提供必需時時接收資訊的遊客使用，進而提升遊客住宿滿意度。
- (二) 由研究中發現，遊客最不滿意第二項為「提供代客訂購當地產品」，南庄的農特產品相當豐富，但大都在老街上販賣，遠離民宿；而且每逢假日老街都擠滿觀光的遊客，建議民宿業者可以代售當地農特產品或是在櫃檯放置商家販賣產品的訂購單，方便住宿的遊客訂購甚至宅配到府。
- (三) 由研究中發現，滿意度最不滿意第三項為「提供接駁服務」大部份遊客皆自行開車前往或騎機車，因此交通便利及可達性應更加改善，例如：專車的設置或是接駁車的服務可以更廣泛。
- (四) 研究過程中發現，滿意度最不滿意的第四項為「提供當地產業的活動體驗」，像是蓬萊溪護魚步道、桐花季、螢火蟲季、賽夏族矮靈祭等都可以配合政府單位在推廣宣傳時，帶民宿客人前往參加或是提供相關資訊。

二、後續研究方面

- (一) 本研究的樣本範圍，主要以南庄民宿遊客為主，因此研究結果只能呈現南庄地區民宿遊客的情形，無法推論其他地方的民宿遊客，建議後續研究者，可以將範圍擴大至縣市民宿或全國民宿的研究，並加上不同地區相互比較，以瞭解不同地點之民宿遊客之間的差異，而抽樣方式能愈普及愈好，建議可至各地區觀光旅遊協會、民宿產業發展協會或是各地區民宿討論網尋求支援。
- (二) 本研究採用量化研究，建議後續研究者可加上質性的研究或加上經營者的深度訪談項目，以更深入瞭解遊客與業者的經營理念，更有助益於其對於民宿經營上的發展，讓遊客與業者皆獲其利。
- (三) 本研究因時間限制，主要的調查期間為9~2月份(年假期間)，較無法做整個縱斷面的觀察，建議後續研究者可以拉長調查時間，能兼顧淡季與旺季，以便瞭解不同季節、期間的民宿遊客在其動機與滿意度上是否會有所不同。

參考文獻

一、中文部份

- 王伯文 (2005)。 *民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究-以奮起湖地區為例*。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 王姿懿 (2003)。 *以Kano二維模式分析台灣民宿品質之研究*。未出版碩士論文，健康暨管理學院，台中縣。
- 台灣省旅遊局 (1998)。 *民宿制度之研究*。台中：台灣省旅遊局。
- 交通部觀光局 (2001)。 *民宿管理辦法*。2007年07月04日，取自中華民國交通部觀光局行政資訊系統/旅館及民宿/觀光法規，網址 <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>
- 交通部觀光局 (2008)。 *民宿相關統計*。2008年07月03日，取自中華民國交通部觀光局行政資訊系統/旅館及民宿，網址 <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>
- 何郁如、湯秋玲 (1989)。 *墾丁國家公園住宿服務現況之研究*。 *戶外遊憩研究*，2(1)，51-62。
- 余幸娟 (2000)。 *宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究-以台南南鯤鯓代天府為例*。未出版碩士論文，中國文化大學，台北市。
- 吳玟琪 (2005)。 *台北縣烏來風景區民宿遊客之動機與滿意度相關研究*。未出版碩士論文，台灣師範大學，台北市。

- 吳乾正(2001)。農園的民宿經營。農業經營管理會訊,27(3), 10-11。
- 吳碧玉(2002)。民宿經營成功關鍵因素之研究—以核心資源觀點理論。未出版碩士論文,朝陽科技大學,台中縣。
- 宋秉明(1983)。遊樂容納量理論的研究。未出版碩士論文,台灣大學,台北市。
- 李宗珽(2003)。台灣民宿業者餐旅銷組合與關鍵成功因素之研究。未出版碩士論文,銘傳大學,桃園縣。
- 林宜甲(1998)。國內民宿經營上所面臨問題與個案分析—以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例。未出版碩士論文,東華大學,花蓮縣。
- 林梓聯(2001)。台灣的民宿。農業經營管理會訊,27,3-5。
- 林靜芳(2003)。清境地區民宿旅客再宿意願之研究。未出版碩士論文,朝陽科技大學,台中縣。
- 林豐瑞(2003)。台灣民宿發展的管理啟思—藉德國、日本的發展經驗。農業推廣文彙,47,197-206。
- 邵正明(1994)。購後滿意程度與再購行為之研究—以彩色電視機為例。未出版碩士論文,中興大學,台北市。
- 侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究。未出版碩士論文,台灣大學,台北市。
- 侯錦雄、姚靜婉(1997)。市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究。戶外遊憩研究,10(3),1-17。
- 姜惠娟(1997)。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。未出版碩士論文,中興大學,台中市。
- 段兆麟(2001)。休閒農場民宿經營。九十年度農漁民第二

- 專長訓練——休閒旅遊(農業)班課程輯錄,屏科大。
- 洪世全(1995)。服務品質、服務價值與顧客滿意的關係。未出版碩士論文,台灣大學,台北市。
- 苗栗縣合法民宿網(2007)。2007年7月4日,取自
<http://travel.miaoli.gov.tw/pension/index.php>
- 苗栗縣觀光旅遊網(2007)。2007年7月4日,取自
<http://travel.miaoli.gov.tw/>;
<http://www.taiwan-go.com.tw/top16/nz.ASP>
- 高崇倫(1999)。遊客對國營休閒農場遊憩環境體驗之研究-以武陵農場為例。未出版碩士論文,中國文化大學,台北市。
- 張春興(1989)。張氏心理學辭典。台北市:東華書局。
- 張春興(1993)。現代心理學(二版)。台北市:東華書局。
- 張彩芸(2002)。海外連線看民宿。東海岸評論,167。
- 張華保(1986)。社會心理學(二版)。台北市:三民書局。
- 郭永傑(1991)。山地民宿村莊之計劃理念與營運計劃。休閒農業經營手冊,農委會省農會,106-111。
- 陳水源(1988)。擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究。台北市:大立出版社。
- 陳水源(1989)。遊憩需求與遊憩體驗之研究。戶外遊憩研究,1(3),56-79。
- 陳思倫(1993)。休閒遊憩參與阻礙區隔之研究。戶外遊憩研究,6(3),25-52。
- 陳昭明(1981)。台灣森林遊樂需求—資源經營之調查與分析,台大森林遊樂研究所。

- 陳昭郎、張東友（2002）。台灣農村民宿之類型及其行銷策略。農業經營管理會訊，33(4)，16-20。
- 陳秋玲（2003）。民宿旅客消費者行為之研究—以宜蘭地區民宿為例。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 陳桓敦（2002）。台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究。未出版碩士論文，世新大學，台北市。
- 陳惠怡（2004）。民宿經營者人格特質對決策風格影響之研究—以宜蘭縣冬山河休閒農業區為例。未出版碩士論文，輔仁大學，台北縣。
- 陳詩惠（2002）。民宿遊客市場區隔之研究。未出版碩士論文，中國文化大學，台北市。
- 陳墀吉（2004）。遊客對埔里重建區災後旅遊服務與設施滿意度之探討。南瀛觀光休憩產業發展暨永續經營研討會（129-146），嘉義縣：南華大學。
- 陳墀吉、掌慶琳、單心怡（2001）。國內民宿經營及發展現況之探討—以九份風箏博物館為例。休閒旅遊觀光學術研討會論文集，236-283，台北市：中華民國戶外遊憩學會。
- 黃淑君、何宗隆（2001）。在台北縣立坪林茶業博物館遊客滿意度對重遊意願之影響。海峽兩岸二十一世紀觀光學術研討會論文集，台北縣：真理大學觀光學院編印。
- 黃淑玲（2001）。來去民宿做客。台北：城邦文化。
- 楊永盛（2003）。遊客對宜蘭地區民宿評價之研究。未出版碩士論文，世新大學，台北市。
- 楊家彥（2002）。危機也是轉機-淺論台灣休閒農業的發展。

台灣經濟研究月刊，25(1)，81-85。

楊凱傑（2004）。民宿業者策略經營聯盟方式之探討—以宜蘭民宿策略聯盟為例。未出版碩士論文，政治大學，台北市。

廖榮聰（2002）。民宿旅客投宿體驗之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。

劉秀端（2007）。休閒民宿消費者住宿動機、住宿體驗、休閒利益與忠誠度關聯性之研究—以南投地區民宿為例，未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。

劉清雄（2002）。民宿分級標準。農村民宿人才訓練班授課講義，台北市：行政院農業委員會。

潘正華（1994）。台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上興建民宿建築之法令可行性研究。未出版碩士論文，台灣大學，台北市。

蔡伯勳（1986）。遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景遊憩區實例調查。未出版碩士論文，台灣大學，台北市。

鄭健雄（2001）。民宿經營之道。農業經營管理會訊，27，6-9。

鄭健雄、吳乾正（2004）。渡假民宿管理。台北：全華科技圖書股份有限公司。

鄭順聰（2001）。台北市YMCA 游泳訓練班消費行為之研究。國立體育學院論叢，12(1)，175-188。

鄭詩華（1992）。農村民宿之經營及管理。戶外遊憩研究，5(3/4)，13-24。

- 鄭詩華（1998）。*民宿制度之研究*。台中：台灣省交通處旅遊事業管理局。
- 鮑敦瑗（2000）。*溫泉旅館遊客市場區隔分析之研究—以知本溫泉為例*。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 戴旭如（1993）。*台灣民宿農莊之規劃與經營管理—由嘉義農場之個案說起*。*台灣經濟*，(197)，69-77。
- 謝金燕（2003）。*宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例*。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 謝旻成（1999）。*由德國民宿空間居住體驗探討台灣農村傳統三合院住宅發展民宿空間調整之研究*。未出版碩士論文，台灣大學，台北市。
- 鍾倫納（1993）。*應用社會科學研究法*。台北市：台灣商務印書館發行。
- 韓選堂、顧志豪（1992）。*休閒農業發展中民宿建築類型之選擇研究*。*農業工程學報*，38(3)，38-55。
- 韓選棠（1994）。*台北市坡地農村發展休閒農業之研究*。*市政建設專題研究報告*，第251輯。
- 韓選棠（2000）。*北德農村之旅：台灣的休閒農業下一步該怎麼走？**鄉間小路*26(8)，62-69。
- 簡宗洋（2006）。*民宿消費者其消費行為、休閒需求與休閒滿意度之研究*。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 簡玲玲（2005）。*民宿評鑑指標之研究*。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 羅惠斌（1995）。*觀光遊憩區規劃與管理*。台北：固地文化。

- 嚴如鈺（2002）。*民宿使用者消費型態之研究*。未出版碩士論文，輔仁大學，台北縣。
- 蘇武龍（2000）。*住院服務品質與病患滿意度之探討—以成大、奇美醫院為例*。未出版碩士論文，成功大學，台南市。
- 顧志豪（1991）。*台灣休閒農業發展中民宿建築之配合規劃研究*。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 龔筱嫻（2007）。*民宿特色與遊客住宿偏好之研究—以宜蘭地區為例*。未出版碩士論文，世新大學，台北市。



二、英文部分

- Alastair, M. M., Philip, L. P., Gianna, M., Nandini, N., & Joseph, T. O. (1996), "Special Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development", *Journal of Travel Research*, (Summer), 18-25.
- B. L. Driver and R. C. Knopf (1977), "Personality, Outdoor Recreation, and Expected Consequences" *Environment and Behavior*, 9(2).
- Churchill, G.A., (1982), "Research design effects on the reliability of rating scales: a meta-analysis." *Journal of Marketing Research*, 2(Nov), 360-375.
- Crandall, R. (1980). Motivations for Leisure. *Journal of Leisure Research*, (12), 45-54.
- Dawson, C.P., & Brown, T.L. (1988). B&Bs: A matter of choice. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29(1), 17-21.
- Deci, Edward L (1975). Intrinsic Motivation. *New York and London: Plenum Press*.
- Dorfman, P.W. (1976), "Measurement and meaning of recreation satisfaction: a case study of camping." *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510.
- Driver, B. L. & Toucher, R.C (1970) , "Toward a behavioral interpretation of recreation of planning." *Element of Outdoor Recreation Planning*, 13(3), 135-153.
- E.E. Lawler, Motivations 2 in 1 Work Organizations, (Monterey,

- California :Brooks/Cole Publishing Company, 1973), cited from Gramman, J.H.(1982) Toward a Behavior Theory of Crowding in Outdoor Recreation : An Evaluation and Synthesis of Research. *Leisure Sciences*, 5(2),109-126.
- Gold. Seymour(1972). Nonuse of Neighborhood Parks. *Journal of American Institute of Planners*, 38(3),369-378.
- Goodman, J.(1989), “The Nature of Customer Satisfaction,” *Quality Progress*, 22 (2),37-40.
- Hampel, D. J.(1977), The Conceptualization of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, *Marketing Science Institute, Cambridge, MS*.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N.(1969). *The theory of buyer behavior*. New York:John Wiley & Sons.
- Kolter, P.(1999), *Marketing Management*, Englewood, NJ: Prentice Hall,751.
- Miller, J. A.(1997), Exploring Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problems and Making Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. K. Hunt, ed., Cambridge, Massachusetts: *Marketing Science Institute* (May),72-91.
- Oliver, R. L.(1988), Response Determinants in Satisfaction Judgments. *Journal of Consumer Research*, 14(4),495-507.
- Oliver, RL(1981), Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting, *Journal of Retailing*, 57(3),25-48.
- R.Schreyer and J. W. Roggenbuck(1978), “The Influence of

Experience Expectation on Crowding Perceptions and Social-Psychological Carrying Capacities” *Leisure Sciences*, 1(4), 373-394 .

Swan, J.E. and L.J. Comb(1977). “Produce Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept”, *Journal of Marketing Management*, 17(2), 3-8.

Thomas, J. A. (1964). What makes people travel . *ASTA Travel News*, (August), 64-65.

Westbrook, Robert A.(1980), ”A Retailing Scale for Measuring product/Service Satisfaction”, *Journal of Marketing* , 44(Fall), 68-72.

Woodruff, R., Schumann David W. and Gardial, Sarah Fisher (1993), *Surrey of Business*, Summer/Fall, 33-40.

Yu, L. (1992). Seeing stars: China’s hotel-rating system. *Cornell Hotel and Restaurant Administration quarterly*, 29, 24-27.

附錄一：苗栗縣南庄鄉民宿遊客之動機與滿意度研究之問卷

親愛的遊客，您好：

首先感謝您的協助，使我們的研究得以順利進行。本問卷是民宿遊客重遊意願調查的問卷，主要目的是要瞭解您對於選擇民宿住宿的動機、住宿後的滿意度及重遊意願。煩請您撥冗數分鐘，並依照個人實際狀況及真實感受填答。本問卷採不記名方式填寫，您所填的資料將純供學術研究之用，完全不對外公開，敬請放心。謹祝
旅程愉快、身體健康！

國立台東大學體育教學碩士班
指導教授：周財勝 博士
研究生：宋貞宜

第一部份：選擇南庄民宿住宿的動機

下列問項是請教您選擇南庄民宿住宿的動機。請依照您個人意見在右邊□內勾選您對該問項的同意程度。

	非常 同意	同 意	無 意 見	不 同 意	非常 不 同 意
01. 民宿地點臨近主要的風景遊憩區	<input type="checkbox"/>				
02. 民宿附近有優美的自然景色	<input type="checkbox"/>				
03. 想嘗試一下民宿的生活體驗	<input type="checkbox"/>				
04. 想體驗當地原住民文化與民俗活動	<input type="checkbox"/>				
05. 投宿民宿是這次旅遊行程之一	<input type="checkbox"/>				
06. 來住民宿是為了追求流行	<input type="checkbox"/>				
07. 親友或媒體的介紹	<input type="checkbox"/>				
08. 過去曾經住宿的印象不錯	<input type="checkbox"/>				
09. 民宿提供當地的特色餐飲	<input type="checkbox"/>				
10. 民宿有導覽解說的服務	<input type="checkbox"/>				
11. 民宿有像家一樣的住宿感受	<input type="checkbox"/>				
12. 民宿環境較單純、清靜	<input type="checkbox"/>				
13. 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺	<input type="checkbox"/>				
14. 民宿服務較為親切、樸實	<input type="checkbox"/>				
15. 能認識新朋友	<input type="checkbox"/>				
16. 可增進同行親友的感情	<input type="checkbox"/>				
17. 民宿環境喚起我的成長記憶	<input type="checkbox"/>				
18. 民宿的消費比較便宜	<input type="checkbox"/>				
19. 喜歡民宿的建築風格	<input type="checkbox"/>				

第二部份：南庄民宿住宿的滿意程度

下列問項是請問您住宿後對住宿的滿意程度。請依照您個人意見分別在右邊□內勾選您對該問項的滿意程度。

	非常 滿意	滿 意	無 意 見	不 滿 意	非常 不滿意
01.停車方便	<input type="checkbox"/>				
02.房間內有衛浴設備	<input type="checkbox"/>				
03.房間內提供基本備品（如牙刷、拖鞋等）	<input type="checkbox"/>				
04.房間內提供電視、電話	<input type="checkbox"/>				
05.消防、逃生安全設備	<input type="checkbox"/>				
06.附設休閒設施（如棋奕、書報雜誌、溫泉等）	<input type="checkbox"/>				
07.有交誼廳公共空間	<input type="checkbox"/>				
08.提供網路設備	<input type="checkbox"/>				
09.房間內提供沙發及書桌	<input type="checkbox"/>				
10.提供中、西式早餐	<input type="checkbox"/>				
11.提供特殊的風味料理	<input type="checkbox"/>				
12.提供代客訂購當地產品	<input type="checkbox"/>				
13.提供附近遊憩資源的圖文資料	<input type="checkbox"/>				
14.提供專人實地解說環境資源特色	<input type="checkbox"/>				
15.提供當地產業的活動體驗	<input type="checkbox"/>				
16.提供交通接駁服務	<input type="checkbox"/>				
17.交通便利	<input type="checkbox"/>				
18.民宿四周景觀優美視野佳	<input type="checkbox"/>				
19.民宿整體的氣氛營造	<input type="checkbox"/>				
20.民宿建築具有特色	<input type="checkbox"/>				
21.民宿的室內外美化、綠化造景	<input type="checkbox"/>				
22.民宿房間佈置富有特色	<input type="checkbox"/>				
23.民宿房間的隱私性	<input type="checkbox"/>				
24.環境清潔衛生	<input type="checkbox"/>				
25.民宿的價格便宜	<input type="checkbox"/>				
26.民宿主人熱情、親切的服務	<input type="checkbox"/>				
27.民宿主人具有獨特的人格特質	<input type="checkbox"/>				
28.網路宣傳及訂房	<input type="checkbox"/>				
29.民宿地點指示牌的設置	<input type="checkbox"/>				
30.民宿主人為我解決問題的即時性	<input type="checkbox"/>				

第三部份：南庄民宿之重遊意願

- (一) 您願意再來南庄的民宿住宿嗎？ 1. 願意 2. 不願意

第四部份：基本資料

以下是您的個人基本資料，僅供學術研究之用，請您放心填答。

- (一) 您的性別：1. 男 2. 女
- (二) 您的年齡：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歲以上
- (三) 您的教育程度：1. 小學或小學以下 2. 初中或國中
3. 高中(職) 4. 大專
5. 研究所以上(碩士、博士)
- (四) 您的職業：1. 軍警 2. 公務人員 3. 教師 4. 學生
5. 商業 6. 工業 7. 服務業 8. 自由業
9. 農林漁牧業人員 10. 家庭主婦
11. 無(含退休者) 12. 其他(請註明：)
- (五) 您個人每個月所得約為多少元？
1. 10,000以下 2. 10,001~20,000 3. 20,001~30,000
4. 30,001~40,000 5. 40,001~50,000
6. 50,001~100,000 7. 100,000以上
- (六) 您現在的居住地？
1. 北部(新竹以北、宜蘭) 2. 中部(苗栗、嘉義以北)
3. 南部(台南、屏東以北) 4. 東部(花蓮、台東)
5. 外島 6. 其他(請註明：)
- (七) 您是第幾次來南庄的民宿？
1. 第一次 2. 第二次 3. 第三次以上
- (八) 您此次跟誰一起來？
1. 一個人 2. 朋友、同學或同事 3. 家人、親戚
4. 旅行團 5. 公司、機關或學校的團體活動
6. 社會團體(如扶輪社、登山社...)
7. 其他(請註明：)
- (九) 您此次的交通工具？
1. 自行開車 2. 機車 3. 搭公車 4. 遊覽車
5. 其他(請註明：)

本問卷到此結束，衷心感謝您的協助！

附錄二：問卷使用同意書

同 意 書

本人同意宋貞宜君使用本人所編之「台北縣烏來風景區
民宿遊客之動機與滿意度相關研究之問卷」，以進行國立台
東大學暑期體育教學碩士班碩士論文之研究工具。

同意人：吳 煥 瑛

中華民國 96 年 7 月 2 日



附錄三：變異數分析摘要表

附表 1 不同性別在住宿動機上之獨立樣本 t 檢定

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
住宿效益	假設變異數相等	.903	.343	-2.846	491	.005	-.14915	.05241	-.25213	-.04617
	不假設變異數相等			-2.888	420.937	.004	-.14915	.05164	-.25065	-.04765
社交追求	假設變異數相等	7.432	.007	-2.671	491	.008	-.17292	.06473	-.30010	-.04573
	不假設變異數相等			-2.779	451.111	.006	-.17292	.06222	-.29519	-.05064
新鮮體驗	假設變異數相等	19.365	.000	-2.883	491	.004	-.14861	.05155	-.24989	-.04732
	不假設變異數相等			-3.067	473.396	.002	-.14861	.04846	-.24382	-.05339
自然景觀	假設變異數相等	16.963	.000	-3.883	491	.000	-.21630	.05570	-.32574	-.10687
	不假設變異數相等			-4.082	462.064	.000	-.21630	.05300	-.32045	-.11216

附表 2 不同年齡在住宿動機上之變異數分析摘要表

		ANOVA				
		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	7.709	5	1.542	4.927	.000
	組內	152.401	487	.313		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	18.388	5	3.678	7.947	.000
	組內	225.355	487	.463		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	3.951	5	.790	2.549	.027
	組內	150.995	487	.310		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	11.852	5	2.370	6.731	.000
	組內	171.491	487	.352		
	總和	183.343	492			

附表 3 不同教育程度在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	1.724	4	.431	1.328	.259
	組內	158.386	488	.325		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	21.482	4	5.370	11.791	.000
	組內	222.261	488	.455		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	4.898	4	1.225	3.983	.003
	組內	150.048	488	.307		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	13.139	4	3.285	9.418	.000
	組內	170.204	488	.349		
	總和	183.343	492			

附表 4 不同職業在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	1.724	4	.431	1.328	.259
	組內	158.386	488	.325		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	21.482	4	5.370	11.791	.000
	組內	222.261	488	.455		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	4.898	4	1.225	3.983	.003
	組內	150.048	488	.307		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	13.139	4	3.285	9.418	.000
	組內	170.204	488	.349		
	總和	183.343	492			

附表 5 不同收入在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	6.018	6	1.003	3.164	.005
	組內	154.091	486	.317		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	4.749	6	.792	1.610	.142
	組內	238.993	486	.492		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	3.285	6	.548	1.754	.107
	組內	151.661	486	.312		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	8.890	6	1.482	4.128	.000
	組內	174.453	486	.359		
	總和	183.343	492			

附表 6 不同居住地在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	11.948	4	2.987	9.838	.000
	組內	148.162	488	.304		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	7.324	4	1.831	3.779	.005
	組內	236.419	488	.484		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	10.626	4	2.656	8.983	.000
	組內	144.320	488	.296		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	18.546	4	4.637	13.730	.000
	組內	164.796	488	.338		
	總和	183.343	492			

附表 7 不同投宿次數在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	.427	2	.214	.655	.520
	組內	159.682	490	.326		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	10.487	2	5.244	11.016	.000
	組內	233.255	490	.476		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	.823	2	.412	1.309	.271
	組內	154.123	490	.315		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	.913	2	.457	1.226	.294
	組內	182.430	490	.372		
	總和	183.343	492			

附表 8 不同投宿同伴在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	4.985	4	1.246	3.920	.004
	組內	155.125	488	.318		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	15.804	4	3.951	8.459	.000
	組內	227.939	488	.467		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	4.354	4	1.089	3.528	.007
	組內	150.592	488	.309		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	8.351	4	2.088	5.822	.000
	組內	174.992	488	.359		
	總和	183.343	492			

附表 9 不同交通工具在住宿動機上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
住宿效益	組間	10.504	3	3.501	11.444	.000
	組內	149.606	489	.306		
	總和	160.109	492			
社交追求	組間	10.137	3	3.379	7.073	.000
	組內	233.606	489	.478		
	總和	243.743	492			
新鮮體驗	組間	5.654	3	1.885	6.173	.000
	組內	149.292	489	.305		
	總和	154.946	492			
自然景觀	組間	2.102	3	.701	1.891	.130
	組內	181.240	489	.371		
	總和	183.343	492			

附表 10 不同性別在住宿滿意度上之獨立樣本 t 檢定

獨立樣本檢定

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性(雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
經營管理	假設變異數相等	1.327	.250	.836	491	.404	.04192	.05015	-.05661	.14044
	不假設變異數相等			.845	415.619	.399	.04192	.04961	-.05560	.13943
環境服務	假設變異數相等	.012	.914	.045	491	.964	.00228	.05084	-.09762	.10218
	不假設變異數相等			.046	424.184	.964	.00228	.04997	-.09593	.10049
基本設施	假設變異數相等	1.936	.165	2.573	491	.010	.14410	.05601	.03405	.25414
	不假設變異數相等			2.700	460.561	.007	.14410	.05337	.03923	.24897
附屬服務	假設變異數相等	.170	.680	.290	491	.772	.01487	.05136	-.08604	.11579
	不假設變異數相等			.294	422.135	.769	.01487	.05055	-.08450	.11424

附表 11 不同年齡在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	17.579	5	3.516	13.502	.000
	組內	126.806	487	.260		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	10.154	5	2.031	7.164	.000
	組內	138.062	487	.283		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	7.009	5	1.402	3.895	.002
	組內	175.271	487	.360		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	8.768	5	1.754	5.993	.000
	組內	142.505	487	.293		
	總和	151.273	492			

附表 12 不同教育程度在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	8.708	4	2.177	7.830	.000
	組內	135.676	488	.278		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	8.142	4	2.035	7.091	.000
	組內	140.075	488	.287		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	1.634	4	.408	1.103	.354
	組內	180.646	488	.370		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	6.631	4	1.658	5.593	.000
	組內	144.642	488	.296		
	總和	151.273	492			

附表 13 不同職業在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	10.656	10	1.066	3.841	.000
	組內	133.728	482	.277		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	9.986	10	.999	3.482	.000
	組內	138.230	482	.287		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	4.136	10	.414	1.119	.346
	組內	178.144	482	.370		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	7.792	10	.779	2.618	.004
	組內	143.481	482	.298		
	總和	151.273	492			

附表 14 不同收入在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	7.092	6	1.182	4.184	.000
	組內	137.292	486	.282		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	5.801	6	.967	3.299	.003
	組內	142.416	486	.293		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	5.978	6	.996	2.747	.012
	組內	176.302	486	.363		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	9.498	6	1.583	5.426	.000
	組內	141.776	486	.292		
	總和	151.273	492			

附表 15 不同居住地在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	7.795	4	1.949	6.962	.000
	組內	136.589	488	.280		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	12.761	4	3.190	11.493	.000
	組內	135.456	488	.278		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	3.812	4	.953	2.606	.035
	組內	178.468	488	.366		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	5.686	4	1.422	4.765	.001
	組內	145.587	488	.298		
	總和	151.273	492			

附表 16 不同投宿次數在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	2.947	2	1.474	5.106	.006
	組內	141.437	490	.289		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	4.493	2	2.247	7.659	.001
	組內	143.723	490	.293		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	3.324	2	1.662	4.550	.011
	組內	178.956	490	.365		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	6.281	2	3.140	10.613	.000
	組內	144.992	490	.296		
	總和	151.273	492			

附表 17 不同投宿同伴在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	10.618	4	2.655	9.684	.000
	組內	133.766	488	.274		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	7.691	4	1.923	6.677	.000
	組內	140.525	488	.288		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	4.411	4	1.103	3.025	.018
	組內	177.869	488	.364		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	4.848	4	1.212	4.039	.003
	組內	146.425	488	.300		
	總和	151.273	492			

附表 18 不同交通工具在住宿滿意度上之變異數分析摘要表

ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
經營管理	組間	1.478	3	.493	1.686	.169
	組內	142.906	489	.292		
	總和	144.384	492			
環境服務	組間	2.378	3	.793	2.658	.048
	組內	145.839	489	.298		
	總和	148.217	492			
基本設施	組間	12.522	3	4.174	12.023	.000
	組內	169.758	489	.347		
	總和	182.280	492			
附屬服務	組間	.692	3	.231	.749	.523
	組內	150.581	489	.308		
	總和	151.273	492			