

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM

MANAGEMENT, DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT,

NAN HUA UNIVERSITY

服務品質、期望落差、滿意度與忠誠度關係之研究

——以琉球鄉民宿為例

A STUDY ON THE RELATIONSHIP AMONG THE SERVICE QUALITY,  
EXPECTATION GAP, SATISFACTION AND LOYALTY:  
TAKE XIAOLIUQIU B&B FOR EXAMPLE

研究生：黃正宏

GRADUATE STUDENT : Cheng-Hung Huang

指導教授：丁誌紋 博士

ADVISOR : CHIH-WEN TING Ph.D.

中 華 民 國 一 零 七 年 一 月

南 華 大 學  
旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
碩 士 學 位 論 文

服務品質、期望落差、滿意度與忠誠度關係之研究

—以琉球鄉民宿為例

研究生：黃正奇

經考試合格特此證明

口試委員：林俊昇  
于建  
丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 106 年 12 月 26 日

## 謝誌

時光飛梭，很快兩年時間過去了，想一開始還只是剛入學的新生，轉眼間也到了我來寫謝誌的時候了。

首先誠摯的感謝指導教授丁誌紋博士，在丁老師悉心的教導下，使我得以一窺這旅遊管理的深奧，並且指點我正確的方向，使我在這些年中獲益匪淺，也因此能夠繼續往下走到這一步。丁老師對學問的嚴謹更是我等學習的典範，在論文寫作期間遇到的諸多疑難雜症，全仰賴丁老師的耐心指導與鼓勵。同時也感謝口試委員林俊昇老師與于健老師的指點，讓我發現論文撰寫中的盲點與不足之處，也因為各位口試委員的建議，而能夠使這本論文的內容因此更加完善。

感謝旅遊管理學系研究所的所有老師以及系辦公室各位助理的協助，並且感謝我的同學們：班長惠卿、姿伶、美惠、演芬、惠瑜、文彬、實秋和盧姐，在東港班上課的期間受到你們很多的幫助，也因為有你們的幫忙我才能走到這一步，同時恭喜我們順利走過這兩年。

最後，我要感謝我的家人們，我能夠有今日全都來自於你們在背後的關心與支援，感謝父母不辭辛勞的培育，為我打氣加油，也讓我能夠無後顧之憂，僅以此文獻給我親愛的家人。

黃正宏 謹誌

2018年1月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
一零六學年度第一學期碩士論文摘要

**論文題目：** 服務品質、期望落差、滿意度與忠誠度關係之研究

——以琉球鄉民宿為例

**研 究 生：**黃正宏

**指導教授：**丁誌紋 博士

**論文摘要內容：**

屏東縣琉球鄉，俗稱小琉球，位於東港鎮西南方外海之離島。由於國內旅遊型態的改變，國內短期旅遊盛行，民宿業者須提供能符合遊客期待的服務，提升遊客滿意度與忠誠度，進而成就永續經營的目的。本研究以消費者行為理論為基礎，以琉球鄉民宿為研究對象，透過李克特尺度量表問卷進行調查，研究構面分成「服務品質」與「活動行程」兩大項，遊客以投宿前後的期望與滿意程度分別填答，當中的差異可以產生預期與現實的「期望落差」，最後再總結民宿整體體驗的「滿意度」與「忠誠度」。採用的分析方法有敘述性統計、信效度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、逐步迴歸分析。

研究結果顯示：1.遊客以男性、大專在學或已畢業學生為主。2.「有形性」、「可靠性」、「保證性」與「活動行程」的滿意程度對民宿整體滿意度有正向顯著影響。3.「有形性」、「活動行程」的滿意度與民宿整體滿意度對忠誠度有正向顯著影響。4.遊客投宿前後的「期望落差」對整體滿意度無顯著影響。5. 遊客投宿前後「活動行程」的「期望落差」對忠誠度有正向顯著影響。本研究結果發現琉球鄉民宿的「有形性」與「活動行程」對遊客的忠誠度有顯著正向影響，若要提升遊客的重遊率，首要從民宿的外觀與相關的套裝行程活動著手改善，才是提升遊客住宿意願的方法。

**關鍵詞：** 民宿、服務品質、期望落差、滿意度、忠誠度

**Title of Thesis :** A STUDY ON THE RELATIONSHIP AMONG THE SERVICE QUALITY, EXPECTATION GAP, SATISFACTION AND LOYALTY: TAKE XIAOLIUQIU B&B FOR EXAMPLE

**Name of Institute :** Master program of Tourism management,  
**Department of Tourism Management,**  
**Nan Hua University**

**Graduate Date :** January, 2018

**Degree Conferred :** M.B.A

**Name of Student :** Cheng-Hung Huang **Advisor :** CHIH-WEN TING Ph.D.

## **Abstract**

Ryukyu Township, Pingtung County, commonly known as the small Ryukyu, located in the town of Donggang southwest of the outlying islands. Due to the change of domestic tourism patterns and the prevalence of short-term domestic travel, the home and hotel industry operators must provide services that meet the expectations of tourists and enhance visitor satisfaction and loyalty so as to achieve sustainable management. Based on Consumer Behavior Theory and Ryukyu Township Bureaus, this study conducts a survey using the Likert Scale Questionnaire. The research covers two major aspects: service quality and activity schedule. Before and after accommodation Of the expectations and satisfaction levels, respectively. The differences among them can lead to the "expected gap" between expectations and reality. Finally, we sum up the "satisfaction" and "loyalty" of the overall experience of B & B. The analysis methods used include descriptive statistics, reliability and validity analysis, independent sample T test, single factor analysis of variance, stepwise regression analysis.

The results show that: 1. Visitors to men, college students or graduated students. 2. The degree of satisfaction of "materiality", "reliability", "guarantee" and "activity schedule" have a positive and significant impact on overall satisfaction of B & B. 3. The satisfaction of "tangibleness" and "activity schedule" and the overall satisfaction of B & D have a significant positive impact on loyalty. 4. The "expected drop" of tourists before and after their stay had no significant effect on overall satisfaction. 5. The "expected drop" in the "itinerary" before and after tourists' stay has a significant positive impact on loyalty. The results of this study show that the "physicality" and "activity" of Ryukyu Township B & B have a significant positive impact on the loyalty of tourists. To enhance the re-entry rate of tourists, the improvement mainly depends on the appearance of the B & B and the related package activities.

**Keywords :** B&B, Service Quality, Expectation Gap, Satisfaction, Loyalty

## 目錄

中文摘要 .....	i
Abstract .....	ii
目錄 .....	iii
表目錄 .....	v
圖目錄 .....	vii
第一章 緒論 .....	1
1.1 研究背景與動機 .....	1
1.2 研究目的 .....	2
1.3 研究範圍與限制 .....	3
1.4 研究流程 .....	3
1.5 研究限制 .....	4
第二章 文獻探討 .....	5
2.1 民宿之起源 .....	5
2.1.1 民宿的定義與特性 .....	7
2.1.2 民宿的設置條件與種類 .....	16
2.1.3 台灣民宿及小琉球地區發展現況 .....	20
2.2 民宿投宿動機 .....	22
2.2.1 動機相關之理論實證研究 .....	24
2.3 活動行程 .....	26
2.3.1 活動行程之定義 .....	26
2.3.2 活動行程的定義與分類 .....	27
2.3.3 活動行程之衡量構面 .....	30
2.4 期望落差 .....	31
2.5 滿意度 .....	33
2.6 忠誠度 .....	34
第三章 研究方法 .....	36
3.1 研究架構 .....	36
3.2 準則構面設計 .....	37
3.3 問卷設計與操作 .....	39
3.4 抽樣設計 .....	41
3.5 資料處理與分析方法 .....	46

第四章 研究結果 .....	49
4.1 樣本特性及分析 .....	49
4.2 信度、效度分析 .....	56
4.3 區別效度分析 .....	61
4.4 差異分析 .....	62
4.5 期望落差 .....	69
4.6 逐步迴歸分析 .....	71
第五章 結論與建議 .....	73
5.1 研究結論與討論 .....	73
5.2 建議 .....	75
5.3 研究限制 .....	77
參考文獻 .....	78
一、中文部分 .....	78
二、英文部分 .....	80
附錄一：問卷題目 .....	82



## 表目錄

表 2.1	民宿之定義	9
表 2.2	民宿的類型—設置區域分類	17
表 2.3	民宿的類型—地區及特色分類	18
表 2.4	民宿的類型—經營及發展的現況分類	19
表 3.1	琉球鄉民宿評估準則構面與問卷題項對照表	37
表 3.2	小琉球民宿量表前測信度分析(n=85)	42
表 3.3	前測驗證性因素分析表(重要性, n=85)	42
表 3.4	前測驗證性因素分析表(滿意度, n=85)	44
表 4.1	琉球鄉民宿量表樣本敘述性統計資料(n=520)	49
表 4.2	琉球鄉民宿樣本敘述統計表(重要性, n=520)	52
表 4.3	琉球鄉民宿樣本各題項敘述統計表(遊客滿意度, n=520)	54
表 4.4	琉球鄉民宿評估屬性重要性與遊客滿意度信度測試(n=520)	56
表 4.5	研究構面之驗證性因素分析表(屬性重要性)(n=520)	57
表 4.6	研究構面之驗證性因素分析表(遊客滿意度)(n=520)	59
表 4.7	服務品質區別效度(屬性重要性, n=520)	61
表 4.8	服務品質區別效度(遊客滿意度, n=520)	61
表 4.9	不同人口變項與各構面之差異分析表(性別, n=520)	62
表 4.10	不同人口變項與各構面之差異分析表(年齡, n=520)	63
表 4.11	不同人口變項與各構面之差異分析表(職業, n=520)	64
表 4.12	不同人口變項與各構面之差異分析表(個人每月所得, n=520)	65
表 4.13	不同人口變項與各構面之差異分析表(教育程度, n=520)	66
表 4.14	不同人口變項與各構面之差異分析表(投宿民宿編號, n=520)	67
表 4.15	民宿期望落差分析表	70
表 4.16	各構面的遊客滿意度對於整體滿意度的逐步迴歸分析表	71



## 表目錄

表 4.17	各構面的遊客滿意度與整體滿意度對於忠誠度的逐步迴歸分析表 .....	72
表 4.18	各構面的期望落差對於整體滿意度的逐步迴歸分析表 .....	72
表 4.19	各構面的期望落差與整體滿意度對於忠誠度的逐步迴歸分析表 .....	72



## 圖目錄

圖 2.1	客製化旅遊行程規劃與設計群體知識創造概念性模型 .....	30
圖 2.2	忠誠度金字塔示意圖 .....	35
圖 3.1	琉球鄉民宿研究架構圖 .....	36
圖 3.2	琉球鄉民宿研究架構圖(續) .....	37



# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

政府自 1998 年起施行隔週休兩日、2000 年全面實施週休二日以後，國人的生活型態改變，可自行支配的休閒時間增加，國內短期旅遊成為最佳選擇，政府也一直推行相關觀光旅遊活動。根據交通部觀光局(2017)統計 2016 年來台觀光遊客為 10,690,279 人次，國人國內旅遊為 190,376,000 人次。觀光主要目的「觀光、遊憩、度假」為最大宗，占 81.2%，其次是「探訪親友」17.7%。以旅遊天數分類，旅遊一天無外宿占 71.8%，旅遊天數為兩天以上的占 28.2%；旅遊天數超過一天即有過夜外宿之需求。有外宿需求的遊客當中，最多數選擇住宿旅館占 44.7%、親友家占 26.2%、民宿占 22.7%，露營、招待所或其他僅占 6.4%。民宿部分全國合法民宿共有 7,632 家，房間數 30,891 間，相較於遊客住宿比率，民宿的住宿率是相當高的(交通部觀光局，2017)。

交通部觀光局為推動國民旅遊於 2001 年十二月十二日頒定「民宿管理辦法」，當中明訂民宿的定義為：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，提供遊客鄉野生活之住宿處所。民宿之經營規模，以客房數 5 間以下，且客房總樓地板面積 150 平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數 15 間以下，且客房總樓地板面積 200 平方公尺以下之規模經營。許多人將空置的房舍改建或者建造新樓房作為民宿出租，民宿已成為快速成長的新興產業，其經營大多與當地的觀光資源息息相關（黃美卿、林煒迪、盧龍泉，2000）。

琉球鄉俗稱小琉球，全島面積僅 6.8 平方公里，但由於琉球鄉屬於珊瑚島地形，擁有各式豐富的生態環境，並且結合水上活動，成為吸引觀光客的主要特色，島內總計共有 4 間旅館與 98 間合法民宿(屏東縣政府觀光傳播處，2017)，島內民宿密度非常高，再加上尚有許多未登記立案之非法民宿。由於島內僅有 4 間旅館，前往琉球鄉觀光的遊客住宿大多以民宿為主，民宿之間的競爭也相當激烈，島內民宿不能僅靠地利之便，還需要發展各自的特色藉以吸引遊客入住。

本研究將參考消費者行為理論作為立論基礎，建構民宿遊客投宿前後對於民宿的期待與實際住宿過後的落差，並且以服務品質、活動行程、滿意度與忠誠度等因子進行探討，分析這些因子對滿意度與忠誠度的影響，從消費者的角度出發，以期能夠給予民宿經營管理者實質的改善建議。

## 1.2 研究目的

本研究基於上述之研究背景與動機，以過去的民宿研究為基礎，研究琉球鄉民宿遊客投宿滿意度與忠誠度之間的關係，希望能夠達成以下之目的：

- 1、探討投宿民宿的遊客，對於民宿住宿前後之屬性重要性與遊客滿意度差距(期望落差)。
- 2、探討投宿民宿服務品質、活動行程的遊客滿意度與整體滿意度之間的關係。
- 3、探討投宿民宿服務品質、活動行程的遊客滿意度、整體滿意度與忠誠度之間的關係。
- 4、探討投宿民宿服務品質、活動行程的遊客期望落差與整體滿意度的關係。

5、探討投宿民宿服務品質、活動行程的遊客期望落差、整體滿意度與忠誠度之間的關係。

### 1.3 研究範圍與限制

本研究之屏東縣琉球鄉位於屏東縣東港鎮西南方外海，總面積 6.802 平方公里，研究對象為設置在琉球鄉內的合法民宿。此處所指民宿，是指一個為了提供遊客住宿的環境空間，包含有形的硬體設施、無形的服務與形象以及民宿業者所提供之體驗休閒活動。研究以前往琉球鄉住宿之遊客作為抽樣對象，研究主要探討遊客對於民宿各項服務的期望以及實際住宿過後的感受，比較當中的差異性。

### 1.4 研究流程

根據上述研究目的，本研究提出以下研究流程：

#### 一、確立研究動機與目的

針對本研究的背景與動機做整體思考，並確立研究目的。

#### 二、相關文獻探討

確立研究目的後，針對民宿之服務品質、活動行程、遊客總體滿意度與忠誠度等，與本研究相關的國內外文獻做資料的整理與探討，確定本研究的理論基礎。

#### 三、建立理論架構與假設

綜合研究動機、目的，並且參考相關文獻研究，推出本研究之理論架構與假設。

#### 四、確認研究對象

以投宿琉球鄉合法民宿的遊客為對象，採用便利抽樣方式對遊客進行問卷調查。

#### 五、問卷回收與資料調查蒐集

根據所回收之調查問卷後，以敘述性統計、驗證性因素分析、信度分析、單因子變異數分析、相關分析及線性結構關係模式進行實證分析，以瞭解不同民宿遊客對於民宿服務品質，活動行程及滿意度與忠誠度之間的關係。

#### 六、檢定假設與分析

對於本研究所提出的研究假設分別加以檢定，並將檢定結果加以歸納、整理，提出研究結果之分析。

#### 七、研究結論與建議

針對本研究之結果提出研究結論以及後續研究方向建議。

### 1.5 研究限制

本研究對象僅限於前往琉球鄉住宿遊客，僅能反映琉球鄉民宿的狀況，研究結果無法推估其他地區的民宿以及遊客。此外，本研究採用問卷調查法進行調查，無法掌握遊客是否有耐心及誠實回答，僅能假設遊客皆根據事實誠實填答。

## 第二章 文獻探討

第一章探討過研究背景、動機、目的、範圍、對象以及限制以後，本章將會把探討主題的相關文獻加以整理與歸納，首先以民宿之起源、定義、種類以及特性作整理與討論，再針對服務品質、活動行程、滿意度及忠誠度等相關理論與文獻進行探討，以建立本研究的理論基礎。

### 2.1 民宿之起源

根據邱湧忠(2002)的指出，世界最早的民宿可追溯至十八世紀法國貴族式的農村休閒度假，當時只有皇室親戚與貴族才有能力在風景名勝地區租下一棟別墅作為度假聖地。後來社會結構與經濟的改變，觀光休閒風潮開始盛行，使田園景觀與農村體驗形成一種所謂的「綠色旅遊」(green tour)需求。現在歐美地區有許多簡易型之民宿，提供「住宿與早餐」(Bed and Breakfast；B&B)就是由此而來。隨著觀光旅遊型態的平民化，一般民眾也開始走向田園鄉野，體驗農村生活(張彩芸, 2002)。民宿因農村住宿已不足以供應休閒市場的需求，開始轉向改建農場或舊有城堡之設施來供遊客使用。德國是因為阿爾卑斯山山區及觀光旅遊地區住宿設施不足，而產生投宿民宅的概念。

台灣的民宿，在觀光景點、登山口的起點、有民俗特色或農特產觀光果園地區，為都市居民或登山客的便利，利用其空餘的房間，讓遠道遊客落腳住宿，民宿因應而生，且存在一段相當長的時間。

鄭健雄(2004)指出台灣地區的民宿發展時間最早可追溯到 1980 年代，由於觀光風景遊樂區的興起，每逢假日觀光風景遊樂地區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，民宿的雛形就此應運而生。台灣地區發展民宿，早期主要是

遊客為求替代旅館之住宿設施，並且政府為輔導原住民有效利用土地，以及為推動發展休閒農業計畫，因此有計劃性之促進台灣民宿之成長，此外，民宿的發展其實也提供遊客旅遊時的另類體驗。

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年起至1991年止，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。

由於國人旅遊已成為風氣，傳統走馬看花之旅遊方式，已無法滿足現今遊客，於是體驗型態之民宿在近十年來大量興起，提供遊客旅遊時可嘗試之另類體驗。目前台灣本島各縣市及離島幾乎都有民宿存在(龔筱嫻，2007)。通常遊客在安排二日以上的旅遊休閒活動時都有住宿上的需求，在觀光旅館的價位太高，和一般旅館在旺季時無法容納及負荷眾多遊客的狀況下，遊客僅能轉求宿於旅遊區內的民家中，因而產生了民宿型態的住宿模式。這種形式的住宿方式在國外地區已發展了一段相當長的時間，甚至因為不同的國情而有不同型態的民宿，而在國內目前仍是剛起步的階段(楊永盛，2003)。

由上述國內、外民宿起源回顧，一般觀光旅館是不能滿足消費者想親近大自然、深度體驗各地風土民情之期望，且民宿具有解決觀光地區住宿供需、保護農村景觀、空間空間再利用及地區發展的功能。因此，民宿發展為配合國內現況，推動觀光休閒產業最主要的住宿型態之一。



## 2.1.1 民宿的定義與特性

### 一、民宿的定義

早在政府公布「民宿管理辦法」(觀光法規, 2001)實施之前, 民宿研究者從不同觀點對民宿定義如下:

何郁如、湯秋玲(1989), 在墾丁國家公園住宿現況調查研究中, 曾將民宿定義: 「居民以自宅內的套房出租予遊客, 雖未辦理營利事業登記證, 卻已行旅館之實者。」而郭永傑(1991)在山地民宿村之計畫理念與營運計畫中指出: 「民宿係一般私人住宅將其一部份居室出租予旅遊人口, 以「副業方式」經營的臨時住宿設施; 其性質與普通飯店、旅館不同, 除了能與遊客交流認識之外, 遊客更能享受經營者所提供當地之鄉土味覺及如同在“家”的感覺。」鄭詩華(1992)的研究中提到, 日本對民宿的定義: 「所謂民宿是指在海濱、山村或觀光地, 可供不特定或多數旅行者住宿之設施並有執照者, 包括提供當地特產、自製料理, 有家庭的氣氛, 其勞動力則以家族為主、以顧客自我服務為主。」韓選棠(1993)亦認為民宿為一般個人住宅將其一部份居室, 以副業方式經營的住宅設施。

潘正華(1994)在其論文中則提到, 民宿之主體係指農民利用其農宅空餘之部分房間, 將整棟或分棟之農宅出租予遊客暫時居留的行為, 而民宿之客體即指遊客投宿於民宅的行為; 主管旅遊的台灣省旅遊局則從經營者的層面認為, 民宿是一種借住於一般民眾住宅的方式, 所以它不是專業化和商業化的旅館。姜惠娟(1997)認為民宿通常是指家族經營, 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)則指出「民宿必須先定位是否是旅館業, 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(1998)指出民宿為休閒農業中的一環，是由農戶提供鄉村旅遊者的住宿設備，有些農家甚至提供餐飲，遊客在此可以參與農家生活，並體驗鄉村生活方式及瞭解傳統活動。而謝旻成(1998)認為「民宿是指一般私人住宅將其一部份居室更新成“家”的品質出租給遊客作為短期住宿用，其經營者多為屋主本人，雖沒有飯店的豪華餐飲及旅館眾多的服務生，卻有房東的熱情招呼及像“家”般的設備與住宿環境，讓遊客就好像在自己“家”附近做休閒旅遊。」，並且要讓人有機會輕鬆的去體驗當地的風土民情。

交通部觀光局在2001年12月份頒佈「民宿管理辦法」，在第三條中明確指出民宿定義：「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，提供遊客鄉野生活之住宿處所。」同法第六條指出：「民宿之經營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營之。前項偏遠地區及特色項目，由當地主管機關認定，報請中央主管機關備查後實施。並得視實際需要予以調整。」

楊永盛(1993)整理郭永傑(1991)、韓選棠(1993)、Morrison,et al.(1996)和陳墀吉、掌慶琳、談心怡(2001)等人說法後，將民宿定義為：「民宿為一般個人住宅將其一部份居室，以「副業方式」經營的住宿設施。其性質與普通飯店與旅館不同，除了能與遊客交流認識外，遊客更能享受經營者所提供之當地鄉土味覺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。」

王伯文(2005)研究將民宿定義為：客房數少於十五間，以家庭副業方式經營，提供給遊客住宿及體驗之處所。龔筱嫻(2007)指出民宿為結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動等特色，以家庭副業方式提供給遊客作為短期住宿之處所。

至於國外學者 Alastrar et al.(1996)認為民宿大多是自己經營、可供住宿人數不多、具有私人服務的特質、與主人具有某一程度上的交流、有特殊的機會去認識當地環境的一個地方。

綜合以上說法，本研究將民宿定義為：「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等特色，並以家庭副業方式經營，提供給遊客住宿及體驗之處所」。表 2.1 將上述諸多學者對民宿的看法做統一整理並且節錄重點。

表 2.1 民宿之定義

年代	學者	概念性定義
1989	何郁如 湯秋玲	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。
1991	郭永傑	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。
1993	韓選棠	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。

表 2.1 民宿之定義(續)

1994	潘正華	農民利用其農宅空餘之部分房間出租予遊客暫時居留的行為。
1995	羅惠斌	一般為趣味旅遊目的如釣魚或觀光地區個人經營之迷你旅館，或利用空間供遊客投宿謂之民宿。
1996	鄭詩華	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並有執照者，包括提供當地特產、自製料理，有家庭的氣氛，其勞動力則以家族為主、以顧客自我服務為主。
1997	姜惠娟	民宿通常是指家族經營，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。
1998	林宜甲	民宿必須先定位是否是旅館業，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。
1998	高崇倫	民宿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。
1998	謝旻成	民宿是指一般私人住宅將其一部份居室更新成“家”的品質出租給遊客作為短期住宿用，其經營者多為屋主本人，雖沒有飯店的豪華餐飲及旅館眾多的服務生，卻有房東的熱情招呼及像“家”般的設備與住宿環境，讓遊客就好像在自己“家”附近做休閒旅遊。

表 2.1 民宿之定義(續)

2001	林梓聯	民宿是有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動，讓遊客自然的接觸、認識與體驗。
2001	觀光局 民宿管理辦法	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，提供遊客鄉野生活之住宿處場所。
2002	楊家彥	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。
2003	楊永盛	民宿為一般個人住宅將其一部份居室，以「副業方式」經營的住宿設施。其性質與普通飯店與旅館不同，除了能與遊客交流認識外，遊客更能享受經營者所提供之當地鄉土味覺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。
2005	王伯文	客房數少於十五間，以家庭副業方式經營，提供給遊客住宿及體驗之處所
2006	廖瑞金	民宿是提供休閒旅遊者一個住宿的場所，且經營多項休閒產業的集合，利用自然資源，營造出有家的感覺、自然及休閒的氣氛，無須華麗的裝潢設備，是順應遊客需求而生的，應該會使消費者有親切的感受，因此民宿產業所具備的一些特性，是飯店無法提供給消費者的。

表 2.1 民宿之定義(續)

2007	龔筱嫻	民宿為結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動等特色，以家庭副業方式提供給遊客作為短期住宿之處所。
1996	Alastrir et al.	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，並與主人具有某一程度上的交流，有特殊的機會去認識當地環境的地方。

## 二、民宿的特性

從觀光旅遊的觀點來看，歐、美國家的民宿主要是基於提供『另類旅遊』的經營理念，所以投宿民宿除能感受主人親切的招待外，亦可體驗所安排的農村生活，並徜徉於大自然的風光，享受另類的度假生活，而且因為是採取『副業經營』的方式來經營民宿，期待以此能增加農場的收入，所以價格上較一般旅館便宜，而台灣的民宿則是以『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，2004)。

就台灣民宿的特性，我們體認到台灣早期的民宿僅是因位在風景點的週邊，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，了解當地的生活背景、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「基地型」深度休閒旅遊體驗。本研究所要探討的民宿即為此類型。以下就各研究學者論述整理其特性：

Pearce & Moscardo(1992)認為，屬於特殊興趣住宿(specialist Accommodation)的民宿有以下特性：

- 1.有私人服務，與主人具有某一程度上的交流。
- 2.有特殊的機會或優勢去認識當地環境或建物。
- 3.通常是產權所有者自行經營，非連鎖式的經營。
- 4.會提供特別的活動給遊客。
- 5.住宿容量較小(一個經營單位很少會超過二十五個房間)。

Morrison, et al.(1996)則認為若依實質規劃而言，特殊興趣住宿發展的重要性可由二方面視之，一是對地方，另一是對遊客而言，分別說明如下：

(一)對地方而言：

- 1.對自然環境的保存。
- 2.對文化的保存。
- 3.產業的發展。
- 4.生活環境的改善。
- 5.知識與技能的學習。

(二)對遊客而言：

- 1.可解決住宿問題。
- 2.認識地方資源。
- 3.了解地區文化特色。
- 4.品嚐地區特產。
- 5.體驗農村生活。

林宜甲(1998)認為遊客可以經由和屋主的互動，學習到當地的人事物，以及了解當地的風俗民情和一些產業活動的參與，例如，製茶過程、採草莓等等。對遊客來說，除富有教育性外，更有助於融入當地生活。

吳乾正(2004)也認為民宿有以下三點特性，內容如下：

- 1.提供另類且低廉的住宿服務：許多觀光景點適逢旅遊旺季，所有飯店房間被預定一空。此時民宿提供方便、價格低廉的住宿功能。

- 2.對人文及自然環境的維持：部份民宿利用傳統古宅、日式建築等具歷史性之建築物，提供部份或全部的房間給予遊客們使用，可促進傳統古蹟之維護。
- 3.產業功能：可吸引遊客至當地，和旅外青年返鄉創業，協助發展地方經濟。

黃穎捷(2006)曾指出民宿的基本特性與經營上的特性如下：

- 1.地點與環境：應該選擇景觀優美，環境幽靜，適合休閒及各種遊樂活動的地方。
- 2.建築設計：為維護風景地區的自然景觀，建築物應盡量利用地形以當地的建材興建，同時外觀與色彩應力求與自然景觀互相配合，才有特色。
- 3.設備：重視舒適方便，清潔衛生與安全並具家庭氣氛。」

綜合上述學者論點，「民宿」所給人的感覺就是親切、自然、無拘束，讓遊客有家的感覺。就經營管理方面，民宿有異於旅館的特色如下：

- 1.提供另一種的住宿體驗：

民宿往往提供了遊客不同於觀光旅館的住宿感受，像是山林中獨立的小木屋、鄰近海邊的海景住宅或在農莊中的農舍型民宿...，讓遊客對民宿有著不同於飯店的深刻感受。

- 2.認識當地的特色與文化：

大多數的民宿業者都是當地人就地經營，因此對於周圍的特色與當地的文化有深入的瞭解，這對於想要瞭解當地特色與文化的遊客來說，問他們就對了。

- 3.維持人文與大自然環境：

有些民宿是利用當地古老建築經過翻修而成的，保存了古代的建築風格具有歷史文化的意義；為了吸引更多遊客前往，許多民宿主人對周圍自然景觀的維護費盡不少心思。民宿成了維持人文與大自然環境的修護師。



#### 4.提供服務與休閒活動：

民宿業者提供當地旅遊介紹資訊，擔任旅遊嚮導，提供採果、採花、泡茶等休閒活動。例如南投縣仁愛鄉目前輔導訓練了一批當地的原住民，擔任當地旅遊的解說員，負責規劃行程並帶領遊客觀光。

#### 5.品嚐當地特產與美食：

有些民宿強調的是特產，像九份最著名的就是芋圓，阿里山最出名的是新鮮野菜；到白河欣賞蓮花順道品嚐著名的蓮子大餐；到坪林買茶與品嚐茶葉餐；到礁溪洗溫泉可嚐到利用溫泉水種植的蔬菜。

#### 6.親切的對待：

許多民宿的主人都是與遊客住在同一棟房子裡，就像寄宿家庭(Home Stay)一樣；這種住宿方式能將民宿主人與遊客的關係拉的更近，面對面的接觸增加彼此互動的機會。

#### 7.價格經濟實惠：

平常住在五星級飯店的價格平均都在 5000 元左右，普通一般旅館也要到 3000 元上下；民宿則根據他們所在位置與經營型態，所推出的價位從 1000~3000 元都有，因此彈性空間很大，遊客可根據他們所需找到好又經濟的民宿。

除了上述的經營特色外，有些民宿更貼心地提供汽、機車出租，全天候機場接送，出租登山或浮潛裝備等特別的服務。正因為民宿比起一般旅館更具親和力，且可供選擇的類型多，價格又不貴，徹底滿足消費者對外出住宿時的需求，因此民宿在旅遊市場中逐漸地被消費者所肯定與接受。

## 2.1.2 民宿的設置條件與種類

### 一、民宿的設置條件

政府為推動民宿的發展而制定了「民宿管理辦法」並在 2001 年 12 月 12 日正式公佈施行，將民宿的經營加以規範，以確保其他同業的權益與消費者享受到的品質。民宿管理辦法全文共 38 條。而根據民宿管理辦法第五條的規定：民宿的設置以下列地區為限，並須符合相關土地使用管制法令之規定：一、風景特定區。二、觀光地區。三、國家公園區。四、原住民地區。五、偏遠地區。六、離島地區。七、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場或經農業主管機關劃定之休閒農業區。八、金門特定區計畫自然村。九、非都市土地。民宿之申請登記應符合下列規定：

一、建築物使用用途以住宅為限。但第六條第一項但書規定地區，並得以農舍供作民宿使用。二、由建築物實際使用人自行經營。但離島地區經當地政府委託經營之民宿不在此限。三、不得設於集合住宅。四、不得設於地下樓層。

目前在民宿的分類上，國內眾說紛紜，其分類有依據民宿設置的區分來分，也有以民宿經營類型來分，市面上一般雜誌、書籍與網路上之分類，則多是以行政區來區分。其中劉清雄(2002)依據「民宿管理辦法」規定之民宿設置位置區分，將民宿分為景觀特色民宿、文化體驗特色民宿、鄉野體驗民宿、產業特色民宿等四類，茲整理如表 2.2 所示。

表 2.2 民宿的類型—設置區域分類

民宿類型	位 置
景觀特色民宿	風景特定區、觀光地區、國家公園區
文化體驗特色民宿	原住民地區、金門特定區計畫自然村
鄉野體驗民宿	偏遠地區、離島地區
產業特色民宿	休閒農場或休閒農業區

資料來源：劉清雄(2002)

張彩芸(2002)將目前國內的民宿分為「原住民部落民宿」、「農特產品及產區民宿」、「自然生態體驗民宿」、「藝術文化民宿」及「景觀特色民宿」共五類。而若依地區及特色分類(楊永盛，民 92)可分為：「農園民宿」、「海濱民宿」、「溫泉民宿」、「運動民宿」、「傳統建築民宿」、「料理民宿」等六類，茲整理如表 2.3 所示。

表 2.3 民宿的類型—地區及特色分類

民宿類型	特色
農園民宿	採集山菜、採水果、採茶、採集昆蟲及自然教育
海濱民宿	海水浴、採集海草、釣魚、舟遊等活動
溫泉民宿	砂溫泉浴、岩石溫泉浴、天然瓦斯的利用
運動民宿	滑雪場、滑草場、自行車運動場、桌球、登山、健行、射箭
傳統建築民宿	古代建築遺址、古街道、古代驛站、古牧場、古民宅、古官家、古城、古都
料理民宿	河川魚料理、自然料理、火鍋料理、海鮮料理、特殊產品料理

資料來源：楊永盛，(2003)

若從經營者職業的型態來看，民宿可區分為「兼業的民宿」、「副業的民宿」及「專業的民宿」三種。兼業型的民宿業者本身有工作，民宿通常是由配偶來經營，且經營民宿的收入比起工作所得來得少。副業型的民宿則是業者本身從事農業生產活動，利用農舍或現有空間來經營民宿做為副業收入。專業型民宿則是業者以經營民宿做為專門的職業及收入來源。從提供餐飲的方式來看，則又可區分為「B&B 型民宿」、「一宿兩餐型民宿」、「自炊型民宿」。B&B 型的民宿僅提供早餐，一宿兩餐型的民宿則是提供早、晚餐，自炊型的民宿僅提供廚房與設備給遊客烹煮食材，不提供餐點。

若再依旅遊型態分類(林宜甲，民 87)，可分為「特殊興趣」、「休憩活動」和「體驗生活」三種。而陳墀吉、掌慶琳、談心怡(2001)以旅遊型態分類

為基礎，再依民宿之經營及發展的現況，將民宿經營型態再細分如下表(表 2.4)所示。

表 2.4 民宿的類型—經營及發展的現況分類

類型	細目	活動性質
生活體驗型	農園	參與生產農作過程
	牧場	加入畜牧牛羊過程
	遊樂園	到遊樂區遊玩
遊憩活動型	海濱	戲水、浮潛
	山林	森林浴
特殊目的型	考驗型	登山、健行
	特定活動型	參觀節慶博覽會或運動會
	運動型	滑雪、滑水、打球

資料來源：陳墀吉、掌慶琳、談心怡(2001)

吳乾正(2004)將台灣民宿分成四種，第一種是「簡易型民宿」，只提供房間的簡易型的民宿；第二種是「體驗型民宿」，因為體驗活動非常多，體驗的節目也非常的精采；第三種則是「渡假型民宿」，主要提供良好優質的渡假樂園，第四種則是「綜合型民宿」，結合體驗及渡假民宿的特性。未來不管是體驗型、渡假型或綜合型，都會非常受到市場歡迎，在日本的發展案例中，其實他們的簡易型民宿，後來都慢慢的被淘汰了。一般而言，小孩子比較喜歡的是體驗型民宿；大人則比較喜歡渡假型民宿；大部分的客人比較能接納的就是所謂的綜合型民宿。

本研究主要參考陳墀吉、掌慶琳、談心怡(2001)以旅遊型態分類為基礎，並考慮小琉球地區現有之民宿發展情況，以民宿本身參與活動性質作為區分，認為可區分出：生活體驗型、遊憩活動型、特殊目的型等三大類型民宿。

### 2.1.3 台灣民宿及小琉球地區發展現況

台灣早期民宿的發展，也就是在「民宿管理辦法」未通過之前，民宿給國人的印象是低價、低品質、正反評價皆有。1996 年以後，有雲山水、庄腳所在、玉蟾園、阿嬤的家、逢春園等新興民宿的陸續出現，不過在無「法」可以申請取得營業許可之下，這些民宿先驅，面對法令對民宿種種約束，仍毫不氣餒，除要求大家做好民宿品質，以獲得民眾的支持，那時候的民宿，可說是國民旅遊市場的模糊地帶。同時雲山水民宿主人吳乾正結合 40 位民宿先驅同好，組成「台灣鄉村民宿聯誼會」，積極推動台灣民宿發展、提升民宿服務品質，以及進一步催促「民宿管理辦法」的誕生。民宿管理辦法正式通過之後，以人情味吸引人的渡假民宿，已成為觀光旅遊界的凸起異軍，民宿像潮水一般，在各個風景區迅速蔓延，始於墾丁，長於宜蘭，卻在清境茁壯，並且形成一股圓夢創業風潮。民宿的特色固然是由在地人經營，地方人情味濃，可以深度旅遊鄉間，更難得的是，國內民宿的後起之秀，卻是開始強調民宿的建築特色，融入當地自然人文景觀，與台灣傳統農村的農舍迥然不同，置身於清境，彷彿到訪歐洲德國、奧地利、瑞士的感覺，充分感受濃郁歐風的視覺享受。

目前民宿與旅館主管單位皆是交通部觀光局。根據觀光局統計資料顯示，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 家均為不合法經營，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 1,399 家，合法民宿達到 394 家，成長了六倍，顯

示民宿產業正處於快速發展階段。截至2017年9月為止，函報已通過執照申請的合法民宿業者有7632家。

消費者在選擇民宿時會根據他們的喜好與需求來決定，但由於不同的消費者其消費特性有異，對民宿的需求也有所不同，因應消費者需求，目前國內的民宿市場如雨後春筍般的興起了許多不同種類與型式的民宿，有些推崇特殊景觀、有些則強調建築風格，目前民宿的種類繁複且尚未整合(林梓聯，2001)，其經營方式可分為有機關輔導與無機關輔導二種。屬於有機關輔導的包括休閒農業與原住民山村，而大多屬於自行營業的都是沒有機關輔導，也就是個人自行經營的民宿，許多人在自宅門口掛了「民宿」的招牌，就經營起民宿了，因此在民宿管理辦法尚未真正落實之前，實在很難正確估計目前屬於自行營業的民宿數量到底有多少。目前各縣市政府觀光課正在努力輔導當地的民宿申請合格執照，而這些民宿申請時大多具有特殊的景觀資源，對消費者來說具有相當的魅力。但隨著經營民宿的業者增多，產生同業競爭壓力，造成民宿優劣品質相差非常大，整體來說，無論是哪一種型態的民宿，能提供舒適的環境、運用自有資源突顯特色、且價格又合理的民宿才是消費者滿意的民宿，如此也才能長久在民宿市場中佔有一席之地。

民宿事業是一種重要且新興的觀光休閒產業，若不能有效解決經營民宿所遇到的問題，對民宿業者而言，無法安心經營，服務品質必然不佳。對於遊客而言，得不到服務品質的保證，若發生權益受損時，往往產生嚴重糾紛，產生對民宿不良印象。綜合以上國內民宿的各層面問題，歸納出業者未來在民宿產業發展方面，經營上所面臨的實質性問題有下列幾項：

(陳墀吉、掌慶琳、談心怡，2001)

- 1.規模小，較沒競爭力，僅是陪襯。
- 2.人力不足，鄉村環境留不住青壯年人。

- 3.財務不健全，經濟力不足。
- 4.服務品質良莠不齊，旺季敲詐遊客事件時有所聞。
- 5.專業知識與技能不足，大多是農民出身，沒有經營管理概念。
- 6.沒有特定的立基與訴求，資源特色之認定，需有專業人士指導。
- 7.沒有組織，民宿組織化需靠地方人士協助整合。
- 8.行銷推廣能力不足，無法包裝產品提昇價值。

## 2.2 民宿投宿動機

所謂動機(motivation)是由拉丁語“Movere”而來，是引起動作或是內在力量(Inner Force)驅使的意思，它是行為的原動力，它才能促進有機體產生行為(陸君約，1984)。動機簡單的說是指「一種促使人們採取某種行動，以滿足某種需求的內在力量」(林靈宏，1998)。在心理學上，動機是指動物行為的發動、持續、導向的動力，並指向於一特定目標(張華葆，1987)。張春興(1989)在其心理學辭典對動機的定義：「指引起個體活動、維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程」。所以動機是促使個體活動的內在歷程，行為是這種內在歷程的結果。故動機是個人內在的驅力，促使完成行為的過程。而韓傑(1998)認為只要能夠引起人類行為的任何刺激都視為動機。所以，動機亦稱為驅動力，是一種強大的壓力，指示個體尋求需要或滿足，並藉此降低焦慮程度與緊張的感受(Kotler,1991)。亦可解釋為消費者的精神力量推動身體能源去完成既定的目標(黃志文，1995)。

對人們而言，「動機」是決定行為最主要的因素之一。人們的行為在正常的情況下都會有他的動機，促使其去從事任何的活動，也就是說在參與任



何活動時，動機扮演著人們是否參加的重要角色。Brian, Mullen & Johnson(1990)認為動機是指個人內在的一種緊張狀態，它促發、維持並引導個體行為朝向某些目標，而一般假設目標的達成會減除動機所導致的緊張狀態，因此「動機」可解釋成促使人們行動且達成目標的個人因素。以觀光領域的角度來看，需求與動機是一體兩面的，透過人類的需求才會引起行為的動機，所以觀光動機也是源於人類的觀光需求(謝淑芬，2001)。

Dann(1977)認為人類的初次觀光動機是起源於想脫離現有社會規範和價值崩潰的社會環境的心態，或者是想克服日常生活中疏離感的一種逃避的心理。因此，「動機」一詞的定義是人們為了自身的需求而驅使人們付出行動的個人因素。

依據 Kozak(2002)研究結果顯示，觀光旅遊活動的動機實證研究有助於了解遊客的主要動機及目的，這有助於相關業者對目的地之特色的建立和資源的有效利用。Dann(1981)的研究也指出，與觀光旅遊有關的動機主要可區分為兩類不同方向的力量，就如同行銷活動中所謂的推式與拉式促銷策略一般。所以，人們從事觀光旅遊活動推力動機是因為被某些因素所促使和被某些力量所吸引。另 Yoon & Uysal(2005)的研究也認為這些不同方向的力量描述出個體如何被不同類型的目的地屬性或特色所吸引。且依據許義忠(2002)對激流泛舟遊客的研究中也指出，推力或是需求也許是下意識想逃避日常生活的無聊與單調，而動機與拉力則是想要接近大自然。而在遊憩動機的研究中，Solomon(1999)認為遊憩動機所代表的涵義即為消費者欲求設法減輕或消除壓力，所施加的推力、拉力、方向與強度。亦即遊憩動機是支配旅遊行為的最根本驅力(劉錦桂，邱士榮，2003)。所以，遊客在選擇民宿住宿時，往往會經過多方考量。

所謂投宿動機(Stay Motivation)，係指促使民宿遊客住宿的內在歷程(吳玟琪，2005)。依據鄭政宗、左如芝與龔聖雄(2005)的研究指出遊客住宿旅館，可滿足其內在需求的動力為住宿動機，而莊順全(2005)參考學者 Dawsom & Brown(1988);Norman(1988);Pearce (1990)。

由上述動機理論歸納可知，動機是促使個人活動的內在歷程，而遊客投宿動機應包含在慾望的推力驅使遊客前去住宿，而民宿的特色則是拉力動機。且民宿遊客的投宿動機可能是豐富多樣的，亦即它的動機來源可能不是從單一需求考量，它可能會受到個人內、外在因素的種種影響。

## 2.2.1 動機相關之理論實證研究

陳昭明(1981)在遊憩行為架構中認為遊憩動機因素可分為個人內在因素及外在環境因素兩大類。個人內在因素又分為生理發展及狀況(年齡、性別)，心理發展及狀況(年齡、性別、教育程度)及遊憩經驗等三項。而外在環境因素又分為家庭影響、親近及參考團體之影響、社會階層之影響與次文化及文化影響。至於居住地點週遭的地理位置亦是影響遊憩行為變化的原因，如都市與鄉村居民遊憩活動與行為有所不同(Knopf, 1992; Bammel, 1980)。

在旅遊休閒動機方面，Thomas(1964)在其「What Makes People Travel」文中，提出激發人們外出旅遊的十八種主要動機，共分為四大部份：第一部份：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)。第二部份：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)。第三部份：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)。第四部份：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)。

交通部觀光局(1989)將遊憩活動者的參與目的，參與動機及遊憩效益做部份的混合使用，並將參與的原因和參與目的視為相同意義，在此基礎下，整理出遊憩參與目的類別(交通部觀光局，民 78；引述自王偉哲，民 86)。對於遊憩參與目的分為個人方面與人際之間兩大類，個人方面又區分為心理、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。而江宜珍(2002)更整理了從 1973 至 2001 年國內外各研究者對旅遊動機的文獻資料，彙整出 52 項動機類別。鮑敦瑗(2000) 在溫泉旅館市場區隔分析之研究中，提出瞭解人文風俗、體驗民俗活動、品嚐當地特產與參加套裝旅遊等動機變項。

國外學者 Dawson and Brown(1988)在選擇民宿動機方面研究中，指出 11 個選擇民宿的理由，其排名依順序為：1.選定路線或地理位置 2.親切的服務 3.喜歡 B&Bs 的體驗或概念 4.膳食 5.親友指點或介紹 6.此地區有住宿需求 7.價格便宜或有價值 8.有效的(實際的)廣告 9.地方性的吸引力 10.對 B&Bs 有特殊的興趣 11.想嘗試有交流的寄宿。Dawson and Brown 所提及的理由與旅遊動機有相同之處。

Manning (1985)所說：「各種不同的旅遊動機都是為了滿足人們追求不同體驗之需要」。動機研究者相信某些產品的購買，都代表著一種隱藏性動機，如能了解這些動機，將對消費者行為及行銷者有很大的助益。本研究認為民宿投宿動機係指引遊客前往觀光目的地附近之民宿投宿的內在驅動力與外在吸引力。並參考相關學者(姜惠娟，民 86、廖榮聰，民 92、嚴如鈺，民 92、吳

玫琪，民94、劉秀端，民96)之投宿動機量表，將其歸納分析後，修改為符合本研究所需之民宿投宿動機量表。

## 2.3 活動行程

本節所討論之旅遊行程為參與琉球鄉民宿的活動行程，先藉由相關研究回顧以了解有關活動行程之定義，並以活動行程作為量表測量構面，以測量遊客參與小琉球民宿時套裝活動行程滿意度作為定位的依據。

### 2.3.1 活動行程之定義

狹義的：旅遊商品本身的設計。廣義的：應結合行銷組合 4p『產品(product)、價格(price)、通路(place)與推廣(promotion)』的觀念，不單是單純的產品本身設計。如何在旅遊景點大同小異的情況下，規劃出與眾不同的遊程，並受到顧客青睞，顯得格外重要。

活動行程的功能：創造市場需求，許多熱門旅遊目的地，可以透過行程規劃的設計，創造更多的市場需求。增加業者獲利空間，活動行程將多項服務結合銷售，增加獲利空間。供應商品的結合銷售經過活動行程的包裝，即可同時銷售機位旅館巴士景點等供應商品。旅行商品有形化將無形的旅遊商品有形化。

活動行程規劃的目的：1.達到企業所設定之目標。2.熟悉市場脈動。3.掌握消費者需求。4.熟知遊遊產品操作的所有細節。5.維繫良好之關係。6.教育培養員工專業知識。

### 2.3.2 活動行程的定義與分類

美洲旅行協會（American Society of Travel Agents,ASTA）：『活動行程，是事先計劃完善的旅行節目，其中包含交通、住宿、遊覽及其它有關之服務。』

遊程分類分為 12 項：

1. 依供需的時間點區分
2. 依遊程的內容區分
3. 依地區性區分
4. 依遊程內容等級區分
5. 依遊程屬性區分
6. 依成行人數區分
7. 依有無領隊隨團服務區分
8. 依飛行時間區分
9. 依付費時機區分
10. 依主要交通工具區分
11. 依遊程的時間特性區分
12. 旅遊行程空間分類

(一)依照供需的時間點來區分

#### 1.現成遊程(ready made tour)

業者依據品牌屬性與市場規劃而設計的全備旅遊商品，由旅行社企劃行銷而籌組「招攬」系列團（術語說是 SERIES，一般都為年度計劃或是季節性計劃，在媒體廣告上所看到的旅遊商品通常即為此類。

#### 2.訂製遊程(tailor made tour)

是由使用者（遊客）依其各自之目的，擬定日期而由旅行社進行規劃的單一行程，一般稱作 SINGLE SHOT、INCENTIVE 或 SPECIAL，雖然該訂製行程的量可能高數千名，或長達半年出發日，但仍以訂製行程稱之，以企業界的獎勵旅遊、公家機關或學術團體的自強活動最常見。二者之間的差異在於：1.費用；2.出發時間的彈性；3.安排的內容自主性；4.安排時所需的時間；5.生產量。

## (二) 依遊程的內容來區分

1.全備旅遊(Full Package Tour)具備旅遊期間所有的服務安排與必要事項，包含全程交通、住宿、餐食、旅遊節目、門票、導遊領隊的照料與解說、保險、稅金...等。全備旅遊：1.需基本成行人數；需符合航空公司最低開票人數規定；2.共同的行程；個別活動彈性低；3.固定費用且價格較低廉；4.共同定價；5.事先安排完善的遊程內容有專人沿途照料；6.服務精緻化較不足。

2.半成品旅遊(Package Holidays)只具備全備旅遊部分所包含的內容。一般只包括交通與住宿。3.半自助(Half Pension Package Tour)只具備全備旅遊所包含的內容。與半成品旅遊最大的不同在於，半自助有包含設定好的套裝遊程於價格內，半成品則無。半成品.半自助旅遊：1.出發日期不受限制，2.旅遊步調比較緩慢，3.遊程內容的安排自主性高，4.個別活動的彈性高(交通、飯店、餐食...的選擇)，4.受照顧的程度低，5.費用依內容而不同，6.要求的服務較高且精緻。

## (三) 依地區來區分

因機票結構、操作難度、成本模式、估價模式、市場規模、資訊掌握等條件差異而區分。

(四)依遊程內容等級來區分。

(五)依遊程屬性來區分：1.一般旅遊(normal tour)：一般團體，2.會議旅遊(conference tour)：先旅遊再開會-pre tour；會議完再旅遊-post tour。

3.獎勵旅遊(incentive tour)：訂製遊程。4.特別興趣旅遊

(special interest tour)：主要目的或興趣。5.遊學旅遊。6.打工旅遊。

(六)依成行人數來區分：團體旅遊、個人旅遊、迷你小團體

(七)依有無領隊隨行服務來區分：1.有領隊隨行服務之遊程，2.無領隊隨行服務之遊程。

(八)依飛行時間來區分：1.長線團體，2.短線團體。

(九)依付費時機來區分：1.契約內包含之遊程，2.額外自費遊程 (Optional tour)。

(十)依主要交通工具來區分：1.飛機(雙飛、單飛、環線)，2.水上交通(郵輪、渡輪)，3.鐵路(火車之旅)，4.陸上交通(BUS TOUR)，5.火機之旅。

(十一)依遊程的時間特性來區分：1.接送(Transfer)，2.Transfer only3.Transfer with a meal stop，4.市區觀光(City Tour)，5.郊區遊覽(Excursion)，6.夜間觀光(Night Tour)，7.一日遊(One-Day Tour)，8.One-Day Single Destination Tour，9.

One-Day Multi-Destination Tour，10.多日遊(Multi-Day Tour)。

(十二)依遊程的空間特性來區分：1.國際旅遊行程；2.國內旅遊行程。

### 2.3.3 活動行程之衡量構面

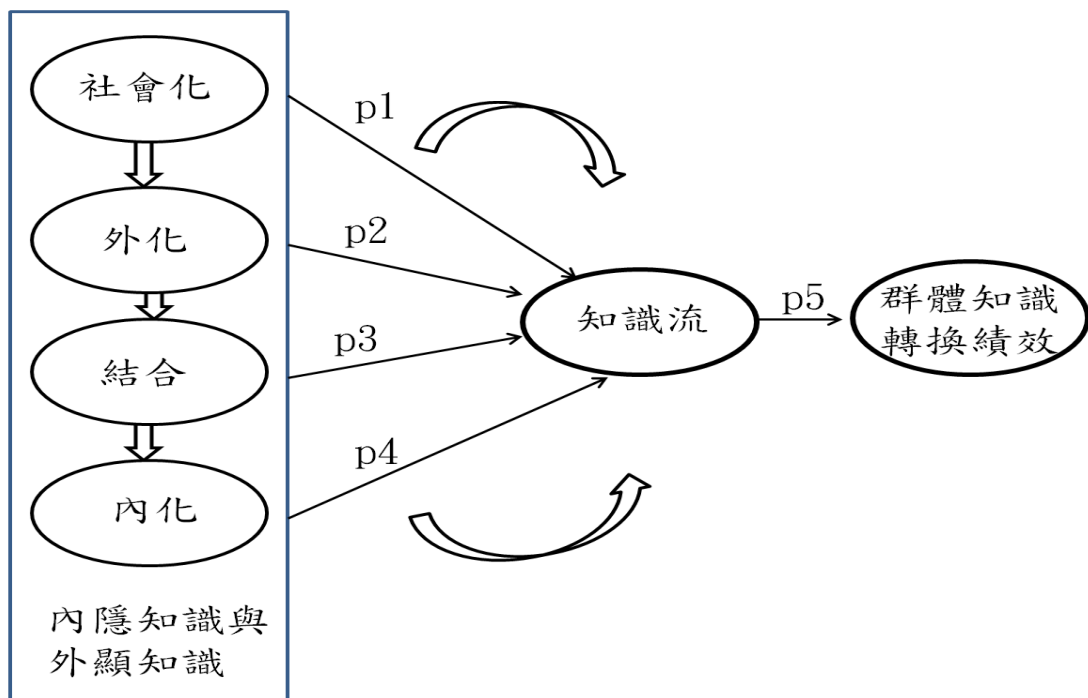


圖 2.1 客製化旅遊行程規劃與設計群體知識創造概念性模型

資料來源：張存金、鄭振茂（2014）

社會化共鳴的知識是指旅遊業供給者與客製化旅遊行程需求者，群體成員之間分享旅遊行程內隱知識經驗，藉由分享旅遊行程內隱知識經驗的交流，相互分享共同語言表意方式與工作經驗，才會詮釋出共同的想法。這也意涵著，藉由共享共同語言表意方式，持續詮釋彼此思想概念和專業知識，才會促成規劃與設計客製化旅遊行程的交流。外化概念性知識是指旅遊業供給者與客製化旅遊行程需求者，群體成員藉由會談或集體省思，將意象客製化的旅遊行程，透過群體經驗心得加以具體化與創新化之過程。結合系統性知識是指旅遊業供給者與客製化旅遊行程需求者，群體成員想要達成具體化的旅遊行程，須藉由文件、會議、電話



交談、和透過視訊網路科技化的溝通媒介交流知識，或是經由分類、增加、重新組合、和交流結合既有的知識，形成新的客製化旅遊行程知識。當客製化旅遊行程需求與供給雙方，產生有系統的具體概念時，群體成員試圖經由交流知識、發展、確認、模塑(model)出新的客製化旅遊行程系統性知識。群體成員經由觀察、交流和實做中，學習、體會、認知和「重溫」到客製化旅遊行程創造的過程。社會化、外化、結合、內化知識流會正向影響知識轉換績效。所有的社會化、外化、結合、內化等客製化旅遊行程知識轉換與創造，都必須經由旅遊業供給者與客製化旅遊行程需求者，群體成員參社會性互動與並公開地搜尋、交流和學習彼此的內隱知識與外顯知識（張存金、鄭振茂，2014）

## 2.4 期望落差

當消費者在購買一項產品時，會對其產生一定的期望，當選擇結果比預期望的好或差不多時，消費者會產生滿足的感覺；反之則會產生不滿意(林靈宏，2000)。由此可知期望及滿意度與品質之間有一定密切的關連性。而「期望」是指消費者的一種渴望或需要，也就是對一個服務提供者應該提供的服務或產品。Driver(1977)認為期望乃是一種短暫的信念，使一個特殊的活動行為遵循目標導向，以滿足某些需要。

根據 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，均保持特定的期望心理，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」，其更進一步以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅力與對事件努力、表現及成果的期望心理與其價值觀有關。

Manning(1986)則在觀念上引用社會心理學的期望理論，認為人們在遊戲環境中從事活動，旨在於實現某些可期望、知道且有價值的心理產出(體驗)，也就是人們選擇和從事遊憩活動，是為了達成某些目標或滿足需求的手段。人們對相同需求的結果可能有不同的期望；個人對同一結果的期望也可能因時間的改變而不同。因為期望是一個人及環境特質不同而異，如個人過去的經驗與別人溝通的程度和實際環境的狀況以及個人特質等(梁盛棟，民 2007)。

Morrison et al.(1996)認為遊客對民宿期望為主人和客人之間的互動與個人化服務。Zane(1997)調查美國 1400 位民宿遊客，遊客期望個人化服務、床的舒適度、家的氣氛、隱私性、清潔度、民宿主人提供景點與餐廳諮詢服務及導覽手冊是選擇民宿重視的因素。黃俊傑(民 92)認為與主人有互動認識的機會、親切樸實的服務、可以了解地方風土民情與參與當地特殊活動是民宿遊客期望之重要因素。陳詩惠(民 92)將民宿遊客需求屬性歸納為主客互動、旅遊訊息、餐食料理、生態與文化活動、民宿之美觀與設計、房間設施、個人化服務及停車空間與安全性。廖榮聰(民 92)研究結果，發現遊客重視環境清潔衛生、消防安全設備、隔音設備、防火設施、寬敞的空間、客房的隱私性、民宿環境輕鬆、景觀環境優美、民宿建築具特色、民宿地點指示牌的設置等因素。邱天佑(民 94)花蓮民宿遊客為調查對象，以渡假生活型態為區隔變數將遊客分群，發現家庭週末相聚型遊客重視「環境休閒與景觀特色」與「安全設施」，放鬆解壓型遊客重視「活動規劃」。莊順全(民 94)提及遊客期望民宿主人親切的服務、環境特色、舒適房間、民宿內外的建築與裝潢魅力。王美慧、陳瑞龍、葉陳錦(民 95)發現認識新朋友、優美的自然景色、體驗當地人文風俗、民宿提供當地的特色餐飲等都為遊客投宿民宿之期望因素。

依據以上文獻回顧，期望是觀光客印象中所希望的事情，亦可說是一個人對於某事、某物的渴望或者需要，也就是人在做某事或使用某物之前，心裡會存在

一份預期的結果。而本研究依據期望理論之觀點，認為行前期望是一種希望透過民宿住宿體驗得到滿足自身期望之心理狀態。

## 2.5 滿意度

消費者可能原本對產品或服務滿意，但與原先預期比較後，又認為產品是普通的。Kolter(2003)指出滿意度乃一個人所感覺愉悅或失望程度，係源自其對產品性能(或結果)的知覺與個人對產品的期望。滿意度乃知覺性能(perceived performance)與期望兩(expectation)者差異的函數。若性能遠不如所期望者，則顧客將感到不滿意；如果性能符合所期望者，則顧客感到滿意；如果性能遠超過期望者，則顧客將有高度的滿意水準或愉快的經驗。

鄭琦玉、楊文燦(1995)在研究滿意度部份，以因素分析將滿意度分四個向度：1.經營設施的滿意度。2.自然體驗的滿意度。3.活動參與過程的滿意度。4.對其他遊客行為的滿意度。侯錦雄(民 79)將滿意度分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度，分項滿意度包括有環境滿意、活動滿意及管理滿意等三個概念。陳水源(1988)認為遊憩機會滿意度受到三項因素影響：基地的實質環境設施特性、經營管理的型態與水準及遊客的社會與文化特性等三項因素影響。

綜觀上述學者所說，滿意度是個人經過體驗後比較結果的心理結果，經主觀評估所產生正向或負向的感受。在現今競爭激烈的市場中，為達到企業永續經營的目的，顧客已成為企業最重要的策略性資源，提高顧客滿意度將會是成功的不二法門。

## 2.6 忠誠度

Rust(1999)認為顧客忠誠度即是願意支付較高的價格，對原來公司選擇偏好、持續向公司購買、增加對公司的消費。Fredericks(2001)認為所謂顧客忠誠度是顧客的信任，也就是爭取值得投資的顧客並贏得顧客的承諾關係。Reichheld & Sasser(1990)強調若能將消費者維持率提高 5%，則組織的利潤將可提高 25%-85%。Ganesh, Arnold & Reynolds(2000)從組織成本的觀點來看，忠誠的消費者因為學習效果的累積，可為組織節省許多服務成本。而 Heskett, Sasser & Hart(1989)更明確指出，開發一個新的消費者所需花費的成本是維持舊消費者的五倍。可見維持現有消費者比獲取新消費者所需付出的代價較少且更有利，消費者關係的維繫對大部分的組織來說變成一項很重要的目標。

Gremler & Brown(1999)對服務產業中消費者的忠誠度定義抱持不同看法，他解釋忠誠度是一位消費者向某服務提供者重複購買程度且該消費者對服務提供者抱持積極的態度，因此當消費者對服務需求提升時，也只會考慮該服務提供者。而 Flavian(2001)等學者則認為再購買或推薦給其他人是大部分行銷文獻中最常提及的消費者忠誠度，且這樣的忠誠度概念及層級被用來當成一項測量行銷策略成功與否的關鍵性指標。

Hill and Alexander(2002)認為消費者忠誠度會有不同層級，且該層級如同一個連續的階梯型金字塔(詳如圖 2.2)，企業應該瞭解如何經營各層級的消費者，才能有效提升消費者忠誠度，進而達到最高目標層級，亦即與消費者的關係如同夥伴，以下茲將分述說明六個消費者層級。

懷疑者(suspects)：市場中所有產品和服務種類的購買者。亦即未察覺到企業所提供的產品或是沒有購買的傾向者。

勘察者(prospects)：對於企業所提供的一些產品和服務有一些興趣的潛在

消費者，但尚未進一步交易者。

顧客(customers)：僅一次購買企業所提供的商品者，亦即對於該企業並非真正感覺喜愛者。

常客(clients)：重複購買的消費者且對於企業所提供的產品和服務確實喜愛且忠誠者，然而卻是被動而不是主動購買者，屬於個別購買者。

代言人(advocates)：積極支持並推薦企業所提供的產品和服務給其他人的常客。

夥伴(partners)：消費者和供應者的關係堅定且持續，因為兩者的合夥對於彼此皆為有利的。

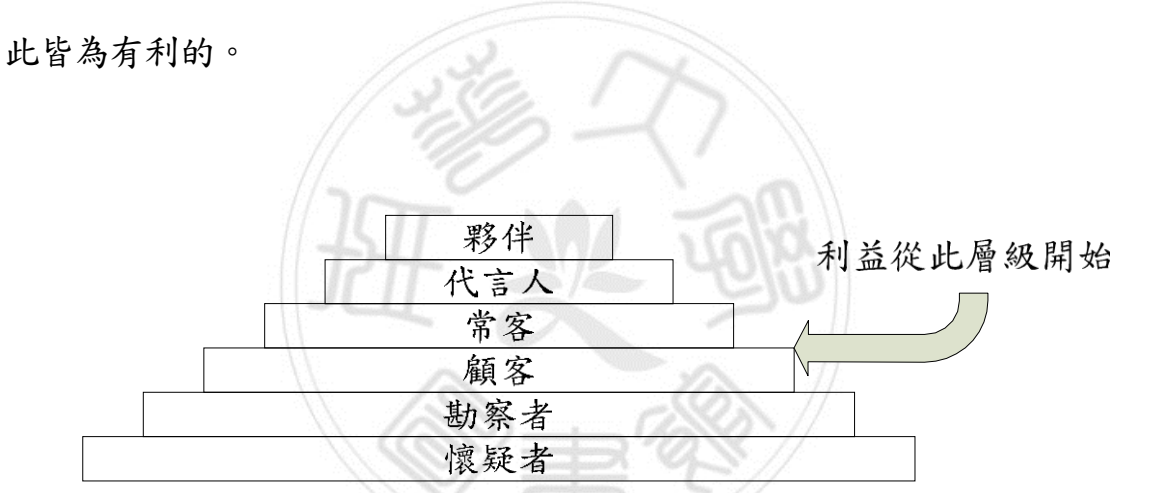


圖 2.2 忠誠度金字塔示意圖

資料來源: Hill and Alexander(2002)

由以上之研究中顯示，顧客已成為企業最重要的策略性資源，而企業行銷的重點是在建立顧客忠誠度(Webster,1994)。而吸引新顧客來消費並不是企業真正獲利的來源，留在住舊有顧客持續地消費，才會是企業真正的獲利所在(Kotler, 2000)。

### 第三章 研究方法

本章主要討論本研究之架構及所使用之統計方法，第一節根據文獻探討整理，提出研究架構；第二節建立研究假設；第三節說明研究變項與操作性定義；第四節為問卷設計與調查；第五節係資料分析方法。

#### 3.1 研究架構

綜合前述研究背景、動機與國內外相關文獻之探討得知，本研究主要目的在針對民宿服務品質、活動行程、滿意度、忠誠度等構面之關係來作探討。其中服務品質與活動行程分成遊客住宿前對於民宿各項指標的「屬性重要性」與遊客住宿後對於民宿各項指標的「遊客滿意度」，兩者相減之後即可獲得遊客對於民宿的「期望落差」，藉以探討遊客期望落差對於民宿整體滿意度的影響。本研究於 2016 年 12 月 10 日至 2017 年 3 月 31 日之間在小琉球對遊客做問卷測試，共發出 550 份問卷，回收並剔除無效問卷後得有效問卷 520 份，回收率 94.5%，以琉球鄉離島地區民宿作為研究目標。

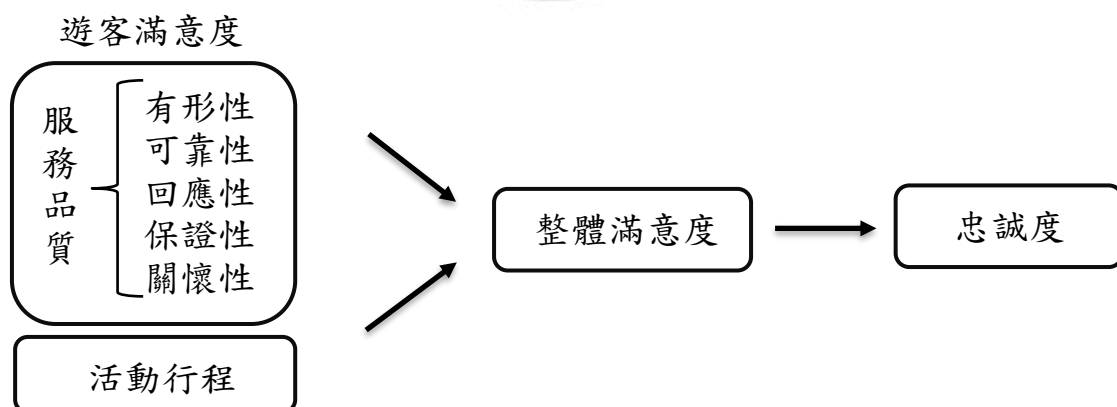


圖 3.1 琉球鄉民宿研究架構圖

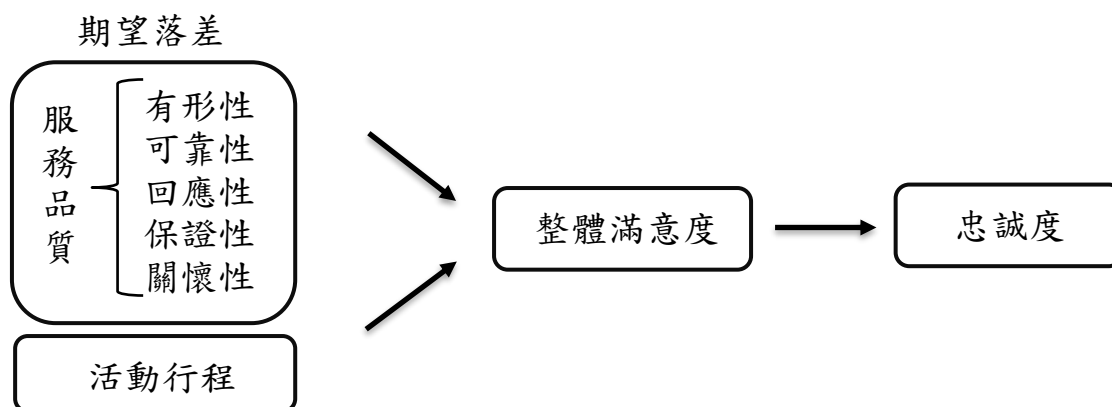


圖 3.2 琉球鄉民宿研究架構圖(續)

### 3.2 準則構面設計

研究依小琉球民宿之相關研究文獻資料，並且加上以衡量消費者滿意相關研究中的服務品質作為基礎，搭配小琉球民宿當中較重視的休閒活動安排與旅遊相關論文常提及的活動行程作為評估的主要面向，以此發展量表。綜合以上資料後，以琉球鄉民宿的「服務品質」、「活動行程」作為量表發展基礎，並發展評估準則。共分為 8 個評估準則特性，如表 3.1 所示。

表 3.1 琉球鄉民宿評估準則構面與問卷題項對照表

評估準則	問卷題項
服務品質—有形性	1. 民宿建築外觀具有特色
	2. 民宿房間的裝潢具有特色
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施
	5. 民宿設備合乎安全性的要求
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)
	7. 民宿提供租用交通工具服務
	8. 民宿房間內部整潔衛生

表 3.1 琉球鄉民宿評估準則構面與問卷題項對照表(續)

服務品質—可靠性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項
服務品質—回應性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題
服務品質—保證性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力
	20. 民宿具有良好的商譽
服務品質—關懷性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求
	23. 民宿能夠以我的利益為優先
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫



表 3.1 琉球鄉民宿評估準則構面與問卷題項對照表(續)

	25. 民宿提供多元豐富的活動行程
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與
活動行程	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆
	34. 民宿提供的活動行程讓我感到滿意
	35. 民宿提供的餐飲讓我感到滿意
整體滿意度	36. 民宿提供的交通工具讓我感到滿意
	37. 民宿提供的設施讓我感到滿意
	38. 民宿的訂價合理
	39. 有機會我會願意再度光臨此民宿
忠誠度	40. 我會將此民宿推薦給他人
	41. 我會給此民宿正面口碑

### 3.3 問卷設計與操作

問卷共分成三個部份：

第一部份為「投宿琉球鄉民宿遊客的個人基本資料」，調查投宿琉球鄉民宿遊客的各項基本資料，包含：

1. 性別
2. 年齡
3. 職業
4. 個人每月所得
5. 教育程度
6. 本次住宿的民宿名稱。

第二部份分為：

- 1、服務品質—有形性
- 2、服務品質—可靠性
- 3、服務品質—回應性
- 4、服務品質—保證性
- 5、服務品質—關懷性
- 6、活動行程

琉球鄉民宿提供之服務品質以 PZB 服務品質五構面：有形性(Tangibles)、可靠性 (Reliability)、回應性 (Responsiveness)、保證性 (Assurance)、關懷性 (Empathy) 作為衡量基礎，並以李克特四點量表 (Likert scale) 作為衡量工具，在問題題項的左右兩端作重要性與滿意度的衡量，左端測量重要性，分成「非常重要」、「重要」、「不重要」、「非常不重要」，右端測量滿意度，分成「非常滿意」、「滿意」、「不滿意」、「非常不滿意」。重要性測量目的在建立屬性重要性評估。滿意度的測量在衡量琉球鄉民宿在各準則的表現。

在旅遊研究中常以活動行程來測量遊客參與的滿意度與忠誠度相關研究，又因琉球鄉民宿多有搭配套裝行程，故問卷設計中以活動行程作為評量構面，來衡量遊客對於活動行程重要性與滿意度的表現。

第三部分則是遊客投宿後對民宿整體滿意度以及忠誠度，僅在題項的右端測量對题目的同意程度，分成「非常同意」、「同意」、「不同意」、「非常不同意」。做為問卷的總結與應變數進行探討。

### 3.4 抽樣設計

本研究以投宿琉球鄉民宿的遊客為主體，樣本母體數量具有侷限性，又因琉球鄉地處離島，與台灣本島的往來皆倚靠交通船，故採用便利抽樣法調查，於琉球鄉交通船搭乘點之大福漁港與白沙漁港候船處對遊客發放問卷。本研究首先進行前測，共發放 85 份問卷進行前測分析，評估屬性重要性與滿意度信度如表 3.2 所示，所有屬性之 Cronbach's  $\alpha$  值皆大於 0.7，表示其問卷信度可被接受。

再依照前測問卷數據，針對服務品質、活動行程分別作因素分析，萃取時使用驗證性因素分析。如表 3.3 與表 3.4 所顯示，透過各屬性構面之題項做驗證性因素分析，得到結果各個構面的因素特徵值皆大於 1，各構面之變項因素負荷量皆大於 0.5，顯示此因素分析結果具有收斂效度。

表 3.2 小琉球民宿量表前測信度分析(n=85)

構面	Cronbach's $\alpha$	
	重要性	滿意度
1. 有形性	0.863	0.874
2. 可靠性	0.796	0.876
3. 回應性	0.860	0.840
4. 保證性	0.853	0.854
5. 關懷性	0.874	0.854
整體信度	0.930	0.927
活動行程	0.931	0.911
整體滿意度	-	0.890
忠誠度	-	0.908

表 3.3 前測驗證性因素分析表(重要性，n=85)

因素	變項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量百分比
有形性	1. 民宿建築外觀具有特色	.748	4.114	50.42
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	.871		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	.714		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	.618		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	.690		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	.712		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	.679		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	.679		

表 3.3 前測驗證性因素分析表(重要性, n=85)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異 量百分比
可 靠 性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	.882	2.497	62.43
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	.795		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	.794		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦 的事項	.676		
回 應 性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	.881	2.843	71.07
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時 予以協助	.890		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	.806		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的 問題	.790		
保 證 性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提 出的問題	.856	2.682	67.07
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	.810		
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	.846		
	20. 民宿具有良好的商譽	.759		
關 懷 性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別 性的服務	.896	3.098	77.45
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	.866		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	.890		
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	.868		

表 3.3 前測驗證性因素分析表(重要性, n=85)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異 量百分比
活 動 行 程	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	.844	5.051	64.68
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	.735		
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	.855		
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	.780		
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	.824		
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	.800		
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	.798		
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	.822		
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	.774		

表 3.4 前測驗證性因素分析表(滿意度, n=85)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異 量百分比
有 形 性	1. 民宿建築外觀具有特色	0.829	4.275	53.44
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	0.770		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	0.698		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	0.683		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	0.774		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	0.706		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	0.640		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	0.731		

表 3.4 前測驗證性因素分析表(滿意度, n=85)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異 量百分比
可 靠 性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	0.755	2.583	65.58
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	0.848		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	0.833		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦 的事項	0.776		
回 應 性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	0.774	2.702	67.56
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時 予以協助	0.872		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	0.837		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的 問題	0.801		
保 證 性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提 出的問題	0.857	2.788	69.70
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	0.797		
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	0.879		
	20. 民宿具有良好的商譽	0.803		
關 懷 性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別 性的服務	0.814	2.781	69.53
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	0.858		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	0.821		
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	0.841		

表 3.4 前測驗證性因素分析表(滿意度, n=85)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異 量百分比	
活 動 行 程	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	0.780			
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	0.797			
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	0.642			
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	0.691			
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	0.732	5.286	58.74	
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	0.774			
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	0.821			
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	0.871			
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	0.765			
	整 體 滿 意 度	34. 民宿提供的活動行程讓我感到滿意	0.829		
		35. 民宿提供的餐飲讓我感到滿意	0.876		
36. 民宿提供的交通工具讓我感到滿意		0.860	3.474	69.48	
37. 民宿提供的設施讓我感到滿意		0.762			
38. 民宿的訂價合理		0.837			
忠 誠 度		39. 有機會我會願意再度光臨此民宿	0.929		
		40. 我會將此民宿推薦給他人	0.936	2.537	84.55
		41. 我會給此民宿正面口碑	0.892		

### 3.5 資料處理與分析方法

本節主要採用的分析方法有敘述性統計、信度分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、因素分析、Scheffe 事後比較法、迴歸分析等方法進行研究分析。



### 一、敘述性統計(Descriptive Statistics)：

以次數分配及百分比來瞭解遊客之個人基本資料包含：性別、年齡、職業、個人每月所得、教育程度與投宿民宿的分佈狀態。

### 二、信度分析(Reliability Analysis)：

信度主要是用來檢測問卷的一致性與可靠性。本研究問卷對於選擇服務品質、活動行程、滿意度、忠誠度等構面，採用 Wortzel(1979)研究所用之 Cronbach's  $\alpha$  係數檢定問卷，來檢視各構面之一致性程度。Cronbach's  $\alpha$  值係數介於 0 到 1 之間， $\alpha$  值越大表示信度越高， $\alpha$  值大於 0.7 為高信度、0.7~0.35 間則為中信度、0.35 以下為低信度。在基礎研究中，信度至少應達到 0.8 才可接受，在探索性研究中，信度達 0.7 就可以接受，若低於 0.35 則必須予以刪除。

### 三、相關分析(Correlate Analysis)：

採用皮爾森 (Pearson)之相關分析法，研究構面內各子構面的區別效度，以構面的解釋變異量平方根與其他構面之相關係數做為比較，必須至少 75% 大於其他相關係數。

### 四、Levene 同質性檢定(Levene's test)：

檢定遊客的人口統計變項各構面是否會因性別、年齡、收入等構面的不同而有所差異，差異未達顯著水準則判定為同質，即離散程度是否相似，即可進行 t 檢定(雙因子)或 ANOVA(多因子)分析比較各組樣本之高低。

### 五、獨立樣本 t 檢定(t-test)

遊客的性別變項經判定為同質後可進行 t 檢定，比較兩組樣本之間是否存在高低差異。

### 六、單因子變異數分析(One-way ANOVA)：

檢定遊客對於各變項構面的填答是否會因性別以外的個人背景不同而有所差異，經判定為同質後，以 LSD 事後比較法檢定各分組間差異情形。

#### 七、LSD 事後比較(Fisher least significant difference test)：

經單因子變異數分析組內各項有同質性後，進行事後分析比較各組之差異。LSD 簡化比較步驟，兩兩之間逕行比較，臨界值最小，較容易呈現顯著。

#### 八、單一樣本平均數 t 檢定 (One-sample t-test)

檢驗各題項之期望落差(滿意度-重要性)是否顯著，若達正向顯著水準，則表示該題項滿意度顯著高於重要性，滿意程度高過預期；若達負向顯著水準，則表示該題項滿意度顯著低於重要性，實際體驗與預期有顯著落差。

#### 九、逐步回歸(stepwise regression analysis)

多元迴歸分析的逐步迴歸是運用甚為廣泛的複迴歸分析法之一，逐步將最小解釋力的變數刪除，直到所有未達顯著的自變數都刪除為止。

## 第四章 研究結果

本研究採用問卷調查法的方式，取得琉球鄉民宿遊客投宿資料，包含人口統計變項、重要性、滿意度、整體滿意度與忠誠度等資料，本章將針對調查資料進行樣本特性的描述，並且進行分析。

### 4.1 樣本特性及分析

本研究樣本人口統計變項包括：1.性別、2.年齡、3.職業、4.個人每月所得、5.教育程度、6.遊客投訴民宿(以編號代表)等 6項變數，數據如下表 4.1所示：

表 4.1 琉球鄉民宿量表樣本敘述性統計資料(n=520)

變項	樣本數	百分比
性別	男性	263
	女性	257
年齡	20 歲以下	104
	21~30 歲	212
	31~40 歲	106
	41~50 歲	74
	51 歲以上	24
職業	學生	167
	自由業	51
	服務業	137
	軍公教	74
	工業	42
	其他	49

表 4.1 琉球鄉民宿量表樣本敘述性統計資料(n=520)(續)

	變項	樣本數	百分比
個人每月所得	10,000 元以下	132	25.38
	10,001~30,000 元	184	35.38
	30,001~50,000 元	152	29.23
	50,001~70,000 元	36	6.92
	70,001~90,000 元	12	2.31
	90,001 元以上	4	0.77
教育程度	小學以下	11	2.16
	國中	41	7.85
	高中職	163	31.35
	大專	264	50.77
	研究所以上	41	7.85
遊客投宿 民宿編號	1	8	1.54
	2	2	0.38
	3	21	4.05
	4	4	0.77
	5	4	0.77
	6	3	0.58
	7	1	0.19
	8	35	6.74
	9	3	0.58
	10	7	1.35
	11	26	5.01
	12	1	0.19
	13	1	0.19
	14	50	9.63
	15	20	3.85
	16	30	5.78
	17	27	5.20

表 4.1 琉球鄉民宿量表樣本敘述性統計資料(n=520)(續)

	變項	樣本數	百分比
	18	32	6.17
	19	47	9.06
	20	48	9.25
	21	10	1.93
遊客投宿	22	19	3.66
民宿編號	23	45	8.67
	24	15	2.89
	25	14	2.70
	26	18	3.47
	27	29	5.59

結果顯示遊客性別男性佔 50.58%；女性佔 49.42%，男性遊客稍微多於女性。遊客年齡分布以 21-30 歲者最多，佔 40.77%；其次為 31-40 歲者，佔 20.38%；20 歲以下佔 20%，30 歲以下的年輕族群佔總人數的 60.77%。遊客職業以學生居多，佔 32.12%；其次是服務業，佔 26.37%；軍公教佔 14.23%。遊客個人每月所得以 10,001~30,000 元者為最多，佔 35.38%；其次為 30,001~50,000 元者，佔 29.23%；10,000 元以下者佔 25.38%。教育程度以大專程度者為最多，佔 50.77%；其次為高中職程度者，佔 31.35%；研究所以上與國中畢業者相同，各佔 7.85%。

本研究採用的問卷為李克特四點量表，選項評分自 1 分至 4 分，排除中性選項，故中位數落在 2 及 3 分，平均分數 2.5 分以上為正向評價，代表遊客對於該變項之看法為正向意見；平均分數 2.5 分以下為負向評價，代表遊客對於該變項之看法為負向意見；平均分數落在 2.5 分則屬於中性評價。問卷分成兩大部分，遊客投宿前對於民宿各方面的「屬性重要性」與投宿後實際感受到的「遊客滿意度」，其平均數與標準差如表 4.2 與 4.3 所示。

表 4.2 琉球鄉民宿樣本敘述統計表(重要性, n=520)

構面	變項	平均數 Mean	標準差 SD	構面 平均數	主構面 平均數
有形性	1. 民宿建築外觀具有特色	3.340	0.609	3.391	
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	3.342	0.597		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	3.358	0.620		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	3.200	0.712		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	3.513	0.541		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	3.406	0.588		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	3.390	0.595		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	3.579	0.553		
可靠性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	3.562	0.576	3.492	
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	3.575	0.550		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	3.485	0.572		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	3.346	0.626		
回應性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	3.472	0.515	3.411	3.404
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	3.402	0.560		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	3.440	0.538		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	3.329	0.603		
保證性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	3.415	0.545	3.447	
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	3.477	0.555		
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	3.481	0.526		
	20. 民宿具有良好的商譽	3.415	0.556		
關懷性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務	3.274	0.601	3.295	
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	3.323	0.579		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	3.268	0.627		
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	3.313	0.605		

表 4.2 琉球鄉民宿樣本敘述統計表(重要性，n=520)(續)

構面	變項	平均數 Mean	標準差 SD	構面 平均數	主構面 平均數
活動行程	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	3.317	0.603		
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	3.274	0.595		
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	3.310	0.604		
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	3.322	0.554		
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	3.318	0.594	-	3.340
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	3.229	0.645		
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	3.362	0.583		
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	3.453	0.543		
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	3.472	0.548		

表 4.3 琉球鄉民宿樣本各題項敘述統計表(遊客滿意度, n=520)

構面	變項	平均數 Mean	標準差 SD	構面 平均數	主構面 平均數
有形性	1. 民宿建築外觀具有特色	3.442	0.505	3.426	
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	3.429	0.547		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	3.340	0.584		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	3.215	0.598		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	3.460	0.547		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	3.444	0.596		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	3.492	0.530		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	3.586	0.524		
可靠性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	3.558	0.520	3.526	
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	3.556	0.509		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	3.510	0.519		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	3.479	0.534		
回應性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	3.529	0.507	3.497	3.473
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	3.496	0.538		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	3.544	0.502		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	3.418	0.531		
保證性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	3.485	0.534	3.536	
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	3.579	0.510		
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	3.581	0.505		
	20. 民宿具有良好的商譽	3.500	0.519		
關懷性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務	3.444	0.509	3.429	
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	3.431	0.507		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	3.407	0.518		
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	3.435	0.551		



表 4.3 琉球鄉民宿樣本各題項敘述統計表(遊客滿意度，n=520)(續)

構面	變項	平均數 Mean	標準差 SD	構面 平均數	主構面 平均數
活動行程	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	3.475	0.526		
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	3.418	0.542		
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	3.415	0.556		
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	3.397	0.524		
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	3.472	0.522	-	3.471
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	3.443	0.513		
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	3.501	0.527		
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	3.563	0.504		
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	3.555	0.509		
	整體滿意度	34. 民宿提供的活動行程讓我感到滿意	3.476	0.511	
35. 民宿提供的餐飲讓我感到滿意		3.469	0.522		
36. 民宿提供的交通工具讓我感到滿意		3.465	0.515	-	3.469
37. 民宿提供的設施讓我感到滿意		3.463	0.525		
忠誠度	38. 民宿的訂價合理	3.471	0.537		
	39. 39. 有機會我會願意再度光臨此民宿	3.527	0.522		
	40. 40. 我會將此民宿推薦給他人	3.552	0.509	-	3.550
	41. 41. 我會給此民宿正面口碑	3.571	0.507		

結果顯示，無論是屬性重要性或者遊客滿意度，平均分數皆在 3 分以上，標準差約落在 0.5 左右，顯示遊客對於民宿屬性重要性以及投訴後的滿意度皆為正向評價，且遊客個別的评价差異不大。

## 4.2 信度、效度分析

一般而言，Cronbach's  $\alpha$  係數若在 0.7 以上，表示此一變項具有高度的一致性且可信度很高，因此若通過內部一致性檢定，表示本研究的問卷量表具有很高的可信度。然而由表 4.4 可知 8 項屬性之重要性與滿意度信度值皆大於 0.7，表示問卷具有高可信度。

表 4.4 琉球鄉民宿評估屬性重要性與遊客滿意度信度測試(n=520)

構面	Cronbach's $\alpha$	
	屬性重要性	遊客滿意度
1. 有形性	0.860	0.867
服 2. 可靠性	0.843	0.873
務 3. 回應性	0.859	0.880
品 4. 保證性	0.853	0.862
質 5. 關懷性	0.874	0.858
整體信度	0.933	0.939
活動行程	0.919	0.918
整體滿意度	-	0.895
忠誠度	-	0.895

本研究針對服務品質與活動行程分別作因素分析，萃取時使用驗證性因素分析。變項分成構面的屬性重要性與遊客滿意度兩部分來探討，如表 4.5 與表 4.6 所顯示，各屬性構面之題項進行驗證性因素分析後，得到結果各個構面的因素特徵值皆大於 1，各構面之變項因素負荷量皆大於 0.5，解釋變異量皆大於 50，顯示此因素分析結果具有收斂效度。

表 4.5 研究構面之驗證性因素分析表 (屬性重要性) (n=520)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異量 百分比
有形性	1. 民宿建築外觀具有特色	0.757	4.057	50.71
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	0.778		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	0.692		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	0.652		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	0.708		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	0.732		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	0.720		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	0.647		
可靠性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	0.849	2.726	68.16
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	0.865		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	0.852		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	0.729		
回應性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	0.868	2.819	70.47
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	0.884		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	0.841		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	0.760		
	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	0.796		
保證性	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	0.847	2.777	69.43
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	0.873		
	20. 民宿具有良好的商譽	0.814		

表 4.5 研究構面之驗證性因素分析表（屬性重要性）(n=520)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異量 百分比
關 懷 性          活 動 行 程	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供 個別性的服務	0.859	2.904	72.60
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	0.849		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	0.869		
	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	0.831		
	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	0.758		
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	0.752		
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動 行程	0.796		
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊 客參與	0.782		
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	0.781		
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	0.763		
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間 的互動	0.813		
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	0.784		
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	0.777		

表 4.6 研究構面之驗證性因素分析表(遊客滿意度) (n=520)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異量 百分比
有形性	1. 民宿建築外觀具有特色	0.731	4.155	51.93
	2. 民宿房間的裝潢具有特色	0.753		
	3. 民宿周遭景觀具有吸引力	0.676		
	4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	0.620		
	5. 民宿設備合乎安全性的要求	0.768		
	6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	0.749		
	7. 民宿提供租用交通工具服務	0.731		
	8. 民宿房間內部整潔衛生	0.725		
可靠性	9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	0.833	2.897	72.43
	10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	0.882		
	11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	0.876		
	12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	0.811		
回應性	13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	0.861	2.943	73.58
	14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	0.898		
	15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	0.875		
	16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	0.793		
保證性	17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	0.842	2.829	70.73
	18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	0.854		
	19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	0.853		
	20. 民宿具有良好的商譽	0.815		

表 4.6 研究構面之驗證性因素分析表(遊客滿意度) (n=520)(續)

因素	變項	因素 負荷量	特徵值	解釋變異量 百分比
關 懷 性	21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務	0.832	2.806	70.16
	22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	0.862		
	23. 民宿能夠以我的利益為優先	0.853		
活 動 行 程	24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	0.802	5.448	60.54
	25. 民宿提供多元豐富的活動行程	0.778		
	26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	0.772		
	27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	0.733		
	28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	0.745		
	29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	0.802		
	30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	0.775		
	31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	0.800		
	32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	0.813		
	33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	0.781		
整 體 滿 意 度	1. 民宿提供的活動行程讓我感到滿意	0.848	3.528	70.56
	2. 民宿提供的餐飲讓我感到滿意	0.847		
	3. 民宿提供的交通工具讓我感到滿意	0.868		
	4. 民宿提供的設施讓我感到滿意	0.833		
	5. 民宿的訂價合理	0.802		
忠 誠 度	6. 有機會我會願意再度光臨此民宿	0.889	2.478	82.61.
	7. 我會將此民宿推薦給他人	0.927		
	8. 我會給此民宿正面口碑	0.910		

### 4.3 區別效度分析

構面之平均解釋變異量的平方根值大於兩個構面間的相關係數，則我們認定構面之間具有區別效度，如表 4.7 與表 4.8 所示，雖然有形性-可靠性之相關係數略大於有形性之平均解釋變異量的平方值，但整體而言其他構面相關係數皆小於平均解釋變異量之平方根，服務品質的各項子構面具有區別效度。

表 4.7 服務品質區別效度(屬性重要性，n=520)

構面	有形性	可靠性	回應性	保證性	關懷性
有形性	0.712*				
可靠性	0.717	0.826*			
回應性	0.594	0.536	0.839*		
保證性	0.574	0.591	0.747	0.833*	
關懷性	0.503	0.394	0.656	0.599	0.852*

註: (\*)為平均解釋變異量之平方根

表 4.8 服務品質區別效度(遊客滿意度，n=520)

構面	有形性	可靠性	回應性	保證性	關懷性
有形性	0.720*				
可靠性	0.734	0.851*			
回應性	0.643	0.620	0.858*		
保證性	0.619	0.649	0.810	0.841*	
關懷性	0.614	0.605	0.700	0.726	0.838*

註: (\*)為解釋變異量之平方根

#### 4.4 差異分析

本節將針對人口統計變項進行分析，將利用 t 檢定(t-test) 與單因子變異數分析(One-way ANOVA)檢定不同類型的民宿旅客在各個構面上是否有差異。首先進行變異數同質性檢定(Levene 檢定)，驗證各組為同質，即樣本離散情形相似。分析變項為二元變項時(性別)，以 t 檢定進行差異性檢定；而當分析變項為二元以上之變項時，則以單因子變異數分析進行差異性檢定，並針對達顯著差異水準之構面，以 LSD 法進行事後比較。若經檢定為不同質，則改採用 Games-Howell 法進行各組兩兩比較。

表 4.9 不同人口變項與各構面之差異分析表(性別，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	t-test	P 值	LSD	Games- Howell
屬 性 重 要 性	有形性	2.04	.154	0.412	.676		
	可靠性	1.25	.263	0.735	.463		
	回應性	0.73	.394	0.911	.364		
	保證性	2.19	.139	1.949	.052		
	關懷性	2.49	.115	0.223	.826		
	活動 行程	0.04	.840	0.100	.908		
性 別 遊 客 滿 意 度	有形性	0.18	.672	0.332	.737		
	可靠性	0.51	.474	0.624	.532		
	回應性	1.09	.296	0.265	.798		
	保證性	0.56	.455	0.640	.522		
	關懷性	0.00	.990	0.000	.999		
	活動 行程	0.02	.879	0.000	.970		
	整體 滿意度	0.01	.933	0.721	.469		
	忠誠度	1.27	.260	0.632	.527		



表 4.10 不同人口變項與各構面之差異分析表(年齡，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	LSD	Games- Howell
屬性 重要性	有形性	0.73	.570	4.50	.001*	1>2,3 0>3	
	可靠性	0.64	.632	1.64	.163		
	回應性	0.93	.448	2.21	.067		
	保證性	0.77	.545	1.04	.384		
	關懷性	0.71	.583	2.77	.027*	1>3 0>3	
	活動 行程	3.44	.009**				1>3
年齡	有形性	1.73	.142	5.05	.001*	1>0,3,4	
	可靠性	0.12	.977	5.24	.000*	1>0,2,3,4	
	回應性	1.80	.128	3.63	.006*	1>0,2,3	
	保證性	0.46	.763	3.03	.017*	1>0,3,4	
	關懷性	2.50	.042**				1>3
	活動 行程	1.90	.109	7.40	<.0001*	1>2,3,4 0>3,4 2>3	
遊客 滿意度	整體 滿意度	1.19	.313	4.94	.001*	1>3,4 0>3 2>3	
	忠誠度	1.62	.169	3.49	.008*	1>3,4 2>3,4	

註：0 表 20 歲以下、1 表 21-30 歲、2 表 31-40 歲、3 表 41-50 歲、4 表 51 歲以上

表 4.11 不同人口變項與各構面之差異分析表(職業，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	LSD	Games- Howell	
屬性 重 要 性	有形性	0.54	.743	1.31	.259			
	可靠性	1.69	.136	2.54	.028*	5>1,3 0>1,3		
	回應性	0.73	.604	1.30	.261			
	保證性	0.84	.523	1.52	.183			
	關懷性	1.20	.308	0.76	.578			
	活動 行程	1.70	.133	0.61	.694			
	職業  遊 客 滿 意 度	有形性	1.27	.276	1.78	.116		
		可靠性	0.86	.508	1.67	.139		
		回應性	0.42	.834	1.87	.097		
		保證性	0.09	.994	1.71	.131		
關懷性		0.47	.797	3.07	.010*	0>2,3,4,5		
活動 行程		0.39	.855	4.43	.001*	0>1,2,3,4,5		
整體 滿意度		0.91	.475	5.32	<.0001*	0>1,2,3,4,5		
忠誠度		2.57	.026**				0>2	

註：0 表學生、1 表自由業、2 表服務業、3 表軍公教、4 表工業、5 表其他

表 4.12 不同人口變項與各構面之差異分析表(個人每月所得，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	LSD	Games- Howell	
個人 每月 所得	有形性	1.24	.291	2.05	.057			
	屬性 重 要 性	可靠性	0.83	.526	2.16	.046*	4>2 5>1,2,3	
		回應性	0.30	.915	0.79	.575		
		保證性	0.70	.621	0.69	.661		
		關懷性	2.18	.055	1.22	.294		
		活動 行程	3.47	.004**				-
	遊客 滿 意 度	有形性	0.20	.961	0.74	.620		
		可靠性	1.12	.348	1.01	.415		
		回應性	0.35	.880	1.04	.396		
		保證性	1.05	.389	0.16	.988		
關懷性		1.15	.334	0.91	.484			
活動 行程		1.72	.128	0.98	.436			
整體 滿意度		1.43	.211	3.94	.001*	0>1,2 4>1,2,3,5		
忠誠度		1.74	.124	2.44	.025*	0>1,2 4>1,2		

註：0 表 10,000 以下、1 表 10,001-30,000、2 表 30,001-50,000、3 表 50,001-70,000  
4 表 70,001-90,000、5 表 90,001 以上

表 4.13 不同人口變項與各構面之差異分析表(教育程度，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	LSD	Games- Howell
屬性 重 要 性	有形性	0.70	.592	4.21	.002*	0>2 3>2 4>2	
	可靠性	1.89	.111	6.86	<.0001*	3>2 4>2	
	回應性	1.29	.273	2.10	.079		
	保證性	1.48	.206	3.76	.005*	3>1,2 4>1,2	
	關懷性	3.36	.010**				-
	活動 行程	1.11	.352	1.55	.187		
	教育 程 度	有形性	0.92	.452	5.45	.000*	0>1,2,3,4 1>3,4 2>1,3,4
可靠性		1.69	.151	4.53	.001*	0>1,2 3>1,2 4>1,2	
回應性		2.72	.029**				0>1,2,3 3>1
保證性		1.03	.391	6.29	<.0001*	0>1,2 3>1,2 4>1,2	
關懷性		4.09	.003**				-
活動 行程		3.55	.007**				0>1,2,3
整體 滿意度		3.66	.006**				0>2 3>2 4>2
忠誠度		3.65	.006**				0>1,2,3 3>2 4>2

註：0 表小學以下、1 表國中、2 表高中職、3 表大專、4 表研究所以上

表 4.14 不同人口變項與各構面之差異分析表(投宿民宿編號，n=520)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	L S D	Games- Howell
投宿 民宿 編號	有形性	3.87	<.0001**				8>27; 14>27; 16>27; 17>27; 18>27; 19>27; 20>27; 22>10,14,27; 23>14,27; 26>27
	可靠性	3.97	<.0001**				3>27; 14>8,10,11,27; 15>27; 16>27; 17>10,11,27; 18>27; 19>27; 20>8,10,11,27; 22>8,10,11,27; 23>8,10,11,27; 25>27
	回應性	7.08	<.0001**				3>27; 8>27; 14>27; 16>11,21,27; 17>27; 18>27; 19>27; 20>11,21,27; 22>11,21,27; 23>21,27; 26>27
	保證性	7.81	<.0001**				3>27; 14>27; 16>27; 17>27; 18>27; 19>27; 20>8,11,27; 22>8,11,14,16,19,27; 23>11,27; 25>27; 26>27
	關懷性	4.43	<.0001**				16>27; 20>27; 22>8,11,14,15,19,21,27 ; 23>15,27
	活動 行程	5.70	<.0001**				14>27; 16>27; 17>27; 18>27; 19>27; 20>11,27; 22>8,11,14,15,16,19,21 ,25,27; 23>11,27

表 4. 14 不同人口變項與各構面之差異分析表(投宿民宿編號, n=520)(續)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	L S D	Games- Howell
投宿 民宿 編號	有形性	7.00	<.0001**			3>11,27; 14>8,11,22,27; 15>27; 16>11,27; 18>8,11,27; 19>27; 20>8,11,27; 22>3,8,10,11,14,15,16, 17,18,19,20,21,23,25,2 7; 23>11,27; 25>27; 26>8,11,27	
	可靠性	7.64	<.0001**			3>27; 8>27; 14>8,11,16,27; 15>27; 16>27; 17>27; 18>8,11,16,19,27; 19>27; 20>8,11,27; 22>8,11,15,16,17,19,23 ,24,25,27; 23>11,27; 26>10,27	
	回應性	9.45	<.0001**			3>8,10,16,17,21,25,27; 8>27; 11>27; 14>27; 15>27; 16>3,27; 18>8,10,16,17,21,25,27 ; 19>27; 20>8,10,16,17,19,21,25 ,27; 22>8,10,11,14,15,16,17 ,19,21,23,25,27; 23>27; 26>10,25,27	
	保證性	8.88	<.0001**			3>27; 8>27; 11>27; 14>5,16,25,27; 15>27; 16>27; 17>27; 18>5,16,25,27; 19>27; 20>5,8,10,11,16,17,19, 25,27; 22>5,8,10,11,14,15,16, 17,19,21,23,24,25,27; 23>5,27; 26>5,25,27	
	關懷性	6.80	<.0001**			3>27; 8>27; 11>27; 14>25,27; 16>27; 18>27; 19>27; 20>11,15,17,19,21,25, 27; 22>8,10,11,14,15,16,17 ,18,19,21,23,24,25,27; 23>27; 26>21,25,27	

表 4.14 不同人口變項與各構面之差異分析表(投宿民宿編號，n=520)(續)

變項	構面	Levene 同質性 檢定	P 值	ANOVA	P 值	L S D	Games- Howell
投宿 民宿 編號	活動 行程	6.80	<.0001**				3>5,21,25,27; 8>27; 11>27; 14>4,5,8,11,15,16,17,1 9,21,25,27; 15>27; 16>25,27; 18>25,27; 19>27; 20>4,5,11,15,19,21,25, 27; 22>4,5,8,11,15,16,17,1 8,19,21,23,24,25,27; 23>27; 26>4,5,21,25,27
	遊客 滿意 度	7.06	<.0001**				3>5,27; 11>27; 14>5,8,15,16,19,21,23, 25,27; 15>27; 16>27; 17>5,27; 18>5,27; 19>27; 20>5,8,15,16,19,21,25, 27; 22>5,8,11,15,16,19,21, 23,25,27; 23>5,27; 26>5,27
	忠誠度	10.45	<.0001**				3>8,27; 8>27; 11>27; 14>8,11,16,19,27; 15>27; 16>27; 17>27; 18>27; 19>27; 20>8,11,16,19,27; 22>8,16,19,27; 23>27; 24>27; 26>27

註：投宿民宿問卷份數少於 3 份不列入計算；民宿編號 2、7、12、13 剔除

## 4.5 期望落差

以單一樣本 t 檢定對屬性重要性－遊客滿意度的平均值差異進行檢定分析。檢定詳細結果如表 4.15 所示。

表 4.15 民宿期望落差分析表

變項	屬性 重要性	遊客 滿意度	平均 差異	t 值	顯著性
1. 民宿建築外觀具有特色	3.340	3.442	.102	3.675	.000*
2. 民宿房間的裝潢具有特色	3.342	3.429	.087	2.932	.004*
3. 民宿周遭景觀具有吸引力	3.358	3.340	-.017	-0.531	.596
4. 民宿提供良好的無障礙空間設施	3.200	3.215	.015	0.474	.635
5. 民宿設備合乎安全性的要求	3.513	3.460	-.054	-1.910	.057
6. 民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	3.406	3.444	.038	1.261	.208
7. 民宿提供租用交通工具服務	3.390	3.492	.102	3.589	.000*
8. 民宿房間內部整潔衛生	3.579	3.586	.006	0.222	.825
9. 入住民宿期間我不擔心財物被竊	3.562	3.558	-.004	-0.148	.882
10. 入住民宿期間我不擔心人身安全	3.575	3.556	-.019	-0.753	.452
11. 民宿提供的資訊皆是正確無誤	3.485	3.510	.025	0.977	.329
12. 民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	3.346	3.479	.133	4.470	.000*
13. 民宿服務人員能夠立即解決我的困難	3.472	3.529	.063	2.666	.008*
14. 民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	3.402	3.496	.094	3.605	.000*
15. 民宿服務人員樂於協助我解決問題	3.440	3.544	.104	4.109	.000*
16. 民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	3.329	3.418	.091	3.175	.002*
17. 民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	3.415	3.485	.069	2.699	.007*
18. 民宿服務人員的服務態度真誠親切	3.477	3.579	.102	3.825	.000*
19. 民宿服務人員具有良好的溝通能力	3.481	3.581	.100	3.801	.000*
20. 民宿具有良好的商譽	3.415	3.500	.083	3.243	.001*
21. 民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務	3.274	3.444	.177	6.229	.000*
22. 民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	3.323	3.431	.108	3.917	.000*
23. 民宿能夠以我的利益為優先	3.268	3.407	.139	4.764	.000*
24. 民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	3.313	3.435	.121	4.211	.000*
25. 民宿提供多元豐富的活動行程	3.317	3.475	.158	5.777	.000*
26. 民宿提供有別於其他民宿的活動行程	3.274	3.418	.145	5.350	.000*
27. 民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	3.310	3.415	.104	3.811	.000*
28. 民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	3.322	3.397	.075	2.970	.003*



表 4.15 民宿期望落差分析表(續)

變項	屬性 重要性	遊客 滿意度	平均 差異	t 值	顯著性
29. 民宿活動行程能夠增進我的知識	3.318	3.472	.154	5.865	.000*
30. 民宿活動行程能夠增進我的體能健康	3.229	3.443	.214	7.199	.000*
31. 民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	3.362	3.501	.139	5.274	.000*
32. 民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	3.453	3.563	.110	4.384	.000*
33. 民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	3.472	3.555	.083	3.381	.001*

#### 4.6 逐步迴歸分析

本節先將各項構面對於整體滿意度與忠誠度進行迴歸分析，探討各構面對於整體滿意度與忠誠度是否有顯著影響，再透過逐步迴歸法，篩選並且剔除可能具有共線性的構面，最後僅保留有顯著影響的構面。

表 4.16 為各構面經過逐步分析排除共線性高但解釋力低構面的結果，結果有形性、可靠性、保證性與活動行程對整體滿意度有顯著影響。

表 4.16 各構面的遊客滿意度對於整體滿意度的逐步迴歸分析表

變數	估計值	標準誤	t 值	P 值	VIF
有形性	0.117	0.048	2.44	0.015*	2.536
可靠性	0.160	0.048	3.36	0.001*	2.531
保證性	0.139	0.047	2.96	0.003*	2.443
活動行程	0.418	0.047	8.88	<0.0001*	2.457

表 4.17 為各構面經過逐步分析排除共線性高但解釋力低構面的結果，結果有形性、活動行程與整體滿意度對忠誠度有顯著影響。

表 4.17 各構面的遊客滿意度與整體滿意度對於忠誠度的逐步迴歸分析表

變數	估計值	標準誤	t 值	P 值	VIF
有形性	0.076	0.035	2.16	0.031*	1.873
活動行程	0.220	0.040	5.54	<0.0001*	2.337
整體滿意度	0.590	0.037	15.91	<0.0001*	2.062

表 4.18 為各構面經過逐步分析排除共線性高但解釋力低構面的結果，結果顯示各項構面對遊客滿意度皆無顯著影響。

表 4.18 各構面的期望落差對於整體滿意度的逐步迴歸分析表

變數	估計值	標準誤	t 值	P 值	VIF
保證性	0.076	0.052	1.47	0.143	1.470
關懷性	0.093	0.058	1.61	0.108	1.789
活動行程	0.099	0.056	1.77	0.077	1.681

表 4.19 為各構面經過逐步分析排除共線性高但解釋力低構面的結果，結果顯示活動行程與整體滿意度對忠誠度有顯著影響。

表 4.19 各構面的期望落差與整體滿意度對於忠誠度的逐步迴歸分析表

變數	估計值	標準誤	t 值	P 值	VIF
活動行程	0.064	0.028	2.33	0.020*	1.038
整體滿意度	0.775	0.028	28.15	<0.0001*	1.038

## 第五章 結論與建議

### 5.1 研究結論與討論

本問卷遊客性別佔各半，男性稍多於女性；遊客年齡以年輕族群為最大宗，30歲以下佔遊客總人數超過60%；遊客職業以學生居多，其次是服務業，再來是軍公教；遊客收入普遍不高，跟學生族群與年輕族群佔比相近；教育程度以大專程度者為最多，雖然本問卷是採用便利抽樣，但若隨機到琉球鄉各景點，遊客依然以年輕人居多，整體來說琉球鄉民宿對於年輕族群是個頗具吸引力的選擇。

問卷結果顯示所有變項平均分數皆在3分以上，標準差約落在0.5左右，顯示遊客對於民宿屬性重要性以及投訴後的滿意度皆為正向評價。以下針對各別題項討論，屬性重要性的變項4.「民宿提供良好的無障礙空間設施」分數最低，同時遊客滿意度也最低，推測主要原因是因為琉球鄉屬於離島，主要活動類型屬於較動態的水上活動，對於相關的無障礙設施不重視，也鮮少有機會使用，故評分最低。屬性重要性變項30.「民宿活動行程能夠增進我的體能健康」為第二低分，雖然琉球鄉活動主要是動態的水上活動，但遊客是以在遊憩中獲得快樂為主，甚至於可能因此而受傷，並不能算是「促進健康」，因此評分偏低。屬性重要性變項23.「民宿能夠以我的利益為優先」為第三低分，推測原因為遊客對於琉球鄉這類型熱門遊憩區域的性價比並不抱有期待，不期待能有物超所值的品質，從遊客滿意度的評分也能得到相近的結果，但平均分數較屬性重要性為高，可解讀為投宿後已經較遊客的預想更好。屬性重要性評分最高的前三名依序為：變項8.「民宿房間內部整潔衛生」、變項10.「入住民宿期間我不擔心人身安全」、變項9.「入住民宿期間我不擔心財物被竊」，顯示遊客對於民宿的要求最重視房間的整潔，以及人身、財物的安

全，從遊客滿意度來看這三項的評分也相當高，表示民宿業者在這部分讓遊客感到滿意。

遊客滿意度部分評價最低的除變項 4.「民宿提供良好的無障礙空間設施」以外尚有變項 3.「民宿周遭景觀具有吸引力」與變項 28.「民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與」。民宿周遭環境評價低的原因可能是因為琉球鄉民宿密度相當高，且並無統一規劃，整體外觀缺乏一致性，造成遊客對民宿周遭景觀評價不高。琉球鄉活動行程以水上活動與野外活動為主，從遊客年齡分布也可得知，遊客年齡大部分為 30 歲以下的年輕族群(佔全部 60.77%)，並非適合所有年齡層的遊客。遊客滿意度評分最高的前三名依序為變項 8.「民宿房間內部整潔衛生」、變項 19.「民宿服務人員具有良好的溝通能力」與變項 18.「民宿服務人員的服務態度真誠親切」，顯示民宿服務人員的溝通能力以及服務態度接受到遊客之青睞。

本研究結果顯示，遊客在性別方面對於各構面並無顯著差異。年齡方面，21-30 歲組在屬性重要性與遊客滿意度的各項構面皆顯著高於其他組別，雖然屬性重要性評分較高代表較重視民宿各項構面的表現，但遊客滿意度較高代表對於該組別更容易滿足於民宿在各項構面的表現。職業部分，學生組別在遊客滿意度的關懷性、活動行程與整體滿意度顯著高於其他組別，忠誠度在經過 Games-Howell 事後檢定後，顯著高於服務業組，表示學生相較於其他族群更容易滿足民宿在各構面的表現，也擁有較高的忠誠度。個人每月所得方面，收入 70,001-90,000 元組與 90,000 元以上組在民宿服務品質可靠性的屬性重要性顯著高於其他組別，表示收入高的遊客對於民宿的可靠性更加重視；收入 10,000 與 70,001-90,000 元組整體滿意度顯著高於其他組。教育程度部分，高中職組在有形性的遊客滿意度顯著高於其

他組別，但在其他的構面無論是屬性重要性或者遊客滿意度皆顯著低於其他組別。民宿投宿方面，民宿編號 18、20、22 在屬性重要性與遊客滿意度各項構面皆顯著高於其他各組；民宿編號 8、11、27 在屬性重要性與遊客滿意度各項構面表現顯著低於其他各組。

一、屬性重要性與遊客滿意度之間的差異產生的期望落差，變項 5「民宿設備合乎安全性的要求」表現最差，平均數差值-0.054，檢定 p 值達-0.057，已接近顯著標準。

本研究將各項構面對於整體滿意度與忠誠度進行迴歸分析後，再透過逐步迴歸法，最後將有顯著影響的構面分述如下：

二、遊客滿意度部分，服務品質的「有形性」、「可靠性」、「保證性」與「活動行程」對整體滿意度有顯著影響。

三、服務品質的「有形性」、「活動行程」與「整體滿意度」對忠誠度有顯著影響。

四、民宿各構面的期望落差方面，對於整體滿意度並無顯著影響。

五、「活動行程」與「整體滿意度」的期望落差對忠誠度有顯著影響。

## 5.2 建議

遊客滿意度部分評價最低的變項依序為變項 4.「民宿提供良好的無障礙空間設施」、變項 3.「民宿周遭景觀具有吸引力」與變項 28.「民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與」。雖然平均得分仍在 3 分以上，但秉持精益求精的論點，以及未來面臨高齡化社會的人口結構，無障礙空間的設置還是有必要進行改善。民宿周遭不一定屬民宿業者所有，若能改善是最好，若無法則可考慮以遮蔽觀感不佳的地方為思考方向。雖

然現在琉球鄉遊客以年輕人族群（30 歲以下）以及水上相關活動居多，若考慮到永續經營，或許多元化經營的方式也是一個思考的方向，若要開發較高年齡的遊客族群，可考慮從增加較為靜態的生態環境、特殊地形景點的參觀行程方面下手。

根據本研究的逐步迴歸分析結果，建議民宿業者優先改進的方向是「有形性」與「行程活動」，即民宿的外觀方面與相關的套裝行程部分，有鑑於遊客年齡層落在 30 歲以下的年輕族群，以及琉球鄉周遭環境的特性，水上相關活動特別發達，相對的各家民宿的套裝行程其實也大同小異，改進空間不大，若能反向思考，開發較高年齡的客群，以及發展較為靜態的生態旅遊，與其他家做出區別，或許不失為一個方法。

根據差異分析表的結果，收入較高(收入 70,000 元以上)的遊客群對民宿的可靠性重要度顯著高於其他族群，若民宿業者想要開發較高收入的遊客群，則需要對「可靠性」多加著墨，「可靠性」滿意度低的民宿業者進行改善、而滿意度高的業者則需要繼續保持，或是更加提升。

屬性重要性與遊客滿意度之間的差異產生的期望落差，變項 5 「民宿設備合乎安全性的要求」表現最差，平均數差值-.054，檢定 p 值達-0.057，已接近顯著標準，整體來說遊客對於民宿業者安全性的表現期望落差較大，應該列入民宿優先改善的目標，以符合遊客的需求。所有呈現顯著的變項皆為正向顯著，表示民宿業者在那些項目的表現優於遊客所期望，超乎遊客的預期，雖然有一種可能性是原本遊客對於琉球鄉民宿期望就不高，但鑒於整體所有變項的平均評分皆高於四等第分數平均數的 2.5 分，表示民宿業者在這些項目表現優良，而非是遊客對於這些項目期望過低的結果。

### 5.3 研究限制

本研究未考慮遊客重遊次數的問題，琉球鄉這類型的區域很多都是嘗鮮式的活動，到訪的遊客會不會因為到訪兩次以上而因此造成遊客滿意度下降。

本研究問卷題目不含人口統計變項共 41 題，但分成屬性重要性與遊客滿意度兩部分，相當於總題數 74 題的問卷，雖然問卷整體內容濃縮於 A3 單一頁面，但是否對於遊客填答造成負擔，進而影響作答品質，則可能需要進一步做探討。



## 參考文獻

### 一、中文部分

1. 王伯文(2005)，民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究—以奮起湖地區為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
2. 王偉哲(1997)，遊客在休閒農業區中從事遊憩活之遊憩動機、體驗與滿意度之探討。休閒遊憩行為。
3. 江宜珍(2002)，運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究。台中師範學院環境教育研究所碩士論文，未出版，台中市。
4. 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。
5. 吳玟琪(2005)，依據鄭政宗、左如芝與龔聖雄(2005)的研究指出遊客住宿旅館，可滿足其內在需求的動力為住宿動機，而莊順全(2005)參考學者。
6. 吳乾正(2004)，農園的民宿經營。農業經營管理會訊。第27期，第10-11頁。
7. 林宜甲(1998)，國內民宿經營上所面臨問題與案例分析~以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例，國立東華大學自然資源管理研究所碩士論文。
8. 林梓聯(2001)，台灣的民宿，農業經營管理會訊，27(4)，頁3-5。
9. 林靈宏(1998)，消費者行為學。五南出版社，台北。
10. 邱湧忠(2002)。休閒農業經營學。台北市：茂昌圖書有限公司。
11. 姜惠娟(1997)，休閒農業民宿旅客特性與需求之研究，國立中興大學園藝學系碩士論文。
12. 高崇倫(1998)，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，中國文化大學觀光研究所碩士論文。
13. 張彩芸(2002)，海外連線看民宿，東海岸評論，167(11)，14-17。
14. 張華葆(1987)，《社會階層》。台北市：三民書局。
15. 許義忠(2002)，遊客對參加冒險旅遊之動機與滿意度之研究--以秀姑巒溪泛舟為例，觀光研究學報，8(2)，115-130。
16. 郭永傑(1991)，山地民宿村莊之計畫理念與營運計畫。農業委員會休閒農業經營手冊，106-111。
17. 陳水源(1988)，擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究，大立出版社，台北。韓傑(1998)
18. 陳昭明(1981)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析，國立台灣大學森林遊樂研究所碩士論文。
19. 陳詩惠(2003)，民宿遊客市場區隔之研究—以清境地區為例，碩士論文，中國文化大學觀光事業研究所，台北。
20. 陸君約(1984)，心理學，台北：中國行為科學社。
21. 黃志文(1995)，行銷管理，華泰書局。



22. 黃美卿、林煒迪、盧龍泉(2000)，義縣休閒農業發展探討－以民宿型態發展為例。
23. 黃穎捷(2006)，台灣休閒民宿產業經營攻略全集，台灣記者協會網站（線上資料）。
24. 楊永盛(2003)，遊客對宜蘭地區民宿評價之研究，碩士論文，世新大學觀光研究所，台北。
25. 廖榮聰(2003)，民宿旅客投宿體驗之研究，朝陽科技大學/休閒事業管理系碩士論文。
26. 劉秀端(2007)，休閒民宿休費者住宿動機、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。
27. 劉清雄(2002)，「民宿分級標準」，農村民宿經營管理手冊，第 22-23 頁。
28. 鄭健雄(2004)，民宿經營之道。農業經營管理會訊，27，6-9。
29. 鄭健雄、吳乾正(2004)，渡假民宿管理，台北：全華科技圖書。
30. 鄭詩華(1992)，農村民宿之經營與管。戶外遊憩研究，5，13-24。
31. 鮑敦瑗(2011)，親子活動參與動機與效益。休閒保健期刊，6，191-199。
32. 戴旭如(1993)，台灣民宿農莊之規劃與經營管理－從嘉義農場之個案說起。台灣經濟，197(5)，69-77。
33. 謝旻成(1998)，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。碩士論文，國立台灣大學農業工程學研究所，台北市。
34. 謝淑芬(2001)，已婚職業婦女與全職家庭主婦對休閒活動參與阻礙與參與協商策略差異之研究，戶外遊憩研究，第 14 卷，第 2 期，p63-84。
35. 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。
36. 嚴如鈺(2003)，民宿使用者消費型態之研究，輔仁大學，生活應用科學系碩士論文。
37. 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，世新大學，碩士論文。

## 二、英文部分

1. Alastrar et al.(1996) ,Special Accommoda-tion : Definition, Markets Served,and Roles in Tourism Development. J.of Travel Research,(Summer),pp.18-21.
2. Dann(1977) , Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of Tourism Research, (4): 184-194.
3. Dann(1981), Tourist Motivation: An Appraisal. Annals of Tourism Research,8(2), 187-219.
4. Dawsom & Brown(1988),Norman(1988);Pearce 1990) °
5. Dawson and Brown(1988). B & B's: A matter of choice. The Cornell H.R.S. Quarterly, 29(5),17-21.
6. Driver, B. L. (1997). The defining moment of benefits. Parks and Recreation, 32(12), 38-41.
7. Flavian,C., Martinez, E., and Polo, Y. (2001), Loyalty to grocery stores in the Spanish market of the 1990. Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.8 ,pp.85-93.
8. Fredericks,J.O.,(2001),Connecting customer loyalty to financial results. Marketing Management, Vol.10, pp.26-33.
9. Ganesh, J., M. J. Arnold, and K. E. Reynolds. (2000) ,Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Differences Between Switchers and Stayers. Journal of Marketing 64, no.3:pp. 65-87.
10. Gremler,D.D. and Brown, S.W. (1999), The loyalty ripple effect: Appreciating the full value of customers.International Journal of Service Industry Management, Vol. 10(3) , pp.271-291.
11. Hall. Kolter.P. (1994), Marketing Management Analtsis, Planning, Implementation and Control. New Jersey : Prentice-Hall.
12. Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Hart, C. W.(1989), Service Breakthrough, New York: The Free Press, pp.148-156.
13. Hill,N., and Alexander, J., (2002). Handbook of Customer Satisfaction an Loyalty Measurement. 2th Edition, Gower Publishing Company
14. Knopf (1992),A Multidisciplinary Model for Managing Vandalismand Depreciative Behavior in Recreation Settings. Influencing Human Behavior:Theory and Application in Recreation,Tourism,and National Resources Management, pp209-262,Sagamore Publishing Co.,Inc.
15. Kotler(1991) , Marketing Management, Seventh Edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

16. Kotler(2000), Marketing Management 10th ed. Upper Saddle River ,NJ:Prentice Hall.Hill and Alexander(2002) , Handbook of Customer Satisfaction an Loyalty Measurement. 2th Edition, Gower Publishing Company.
17. Kotler, P. (2003,. Marketing management (11th ed.). New Jersey: Prentice
18. Kozak(2002), Comparative analysis of touristmotivations by nationality and destinations. Tourism Management, 23(3), 221-232.
19. Lawler(1973) .Motivation in work organizations. California : Brooks/Cole Publishing Company,224.
20. Manning (1985).Motivations for Recreation : A Behavioral Approach Studiesin Outdoor Recreation Search and Research for Satisfation Mineographed,Oregon State University Press, Oregon.
21. Morrison, et al.(1996) , Specialist Accommodation : definition, markets served, and roles in tourism development,Journal of Travel Research, Vol.1,pp18-25.
22. Morrison,et al.(1996), Specialist Accommodation : definition, markets served, and rolesin tourism development,Journal of Travel Research, Vol.1,pp18-25.
23. Pearce & Moscardo(1992) , The boutique/specialist accommodation sector: Perceived government needs and policy initiatives. Queensland Small Business Research Journal. pp. 34-41.
24. Reichheld & Sasser(1990) , "Zero Defection: Quality Comes to Services," Harvard Business Review, 68, pp.105-111.
25. Rust, Roland T. and Antnony J. Zahorik.(1993), Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. Journal Of Retailing, Vol.69, no.2, pp.193-215.
26. Solomon(1999) , Consumer Behavior-Buying , Having, and Buying, Allyn and Bacon
27. Webster(1994), Executing the New Marketing Concept. Marketing anagement,3(1), 9-18
28. Yoon & Uysal(2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction ondestination loyalty: A structural model. Tourism Management 26 (1), 45-56.
29. Zane,B.,(1997),The B & B Guest : A Comprehensive View, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.38(4),pp. 69-75.

附錄一：問卷題目

親愛的先生／女士，您好！

這是一份學術問卷，目的在研究探討民宿定位，以小琉球民宿作為研究目標。所有的問題均無標準答案，請依照自己的看法與事實回答即可。問卷中的所有資料皆會保密，請放心作答！祝您：

事事順心

南華大學 旅遊管理學研究所

指導老師：丁誌紋 教授

研究生：曾瓊慧 黃正宏

第一部份：個人基本資料（請您依照您的個人狀況，在下列適當的選項□打「V」）

- 1.性別：  男  女
- 2.年齡：  20歲以下  21~30歲  31~40歲  41~50歲  51歲以上
- 3.職業：  學生  自由業  服務業  軍公教  工業  其他\_\_\_\_\_
- 4.個人每月所得：  10,000元以下  10,001~30,000元  30,001~50,000元  
 50,001~70,000元  70,001~90,000元  90,001元以上
- 5.教育程度：  小學以下  國中  高中職  大專  研究所以上
- 6.本次住宿或最有印象的民宿名稱（單選題）：  
 極の宿  芙蓉灣觀海VILLA  鑽寶民宿  花宿假期民宿  彩色屋民宿  首瓦設計民宿  
 天藍海民宿  幸福海景VILLA  夏之嶼民宿  船屋特色民宿  其他(請註明)\_\_\_\_\_

第二部份：

右半部是為了瞭解您對本次住宿或最有印象的民宿的印象感覺，請依您的主觀認知來勾選打「V」。以您本次住宿或最有印象的民宿為主（依上述第6題）  
左半部是調查您心目中對本次住宿的民宿中各相關屬性重要程度的認知，右半部是調查您心目中對民宿各相關屬性滿意程度的認知，請您依據重要性的程度在方格中打「V」。

重要性				題 目	滿意度			
非常 重 要	重 要	不 重 要	非 常 不 重 要		非 常 滿 意	滿 意	不 滿 意	非 常 不 滿 意
4	3	2	1	作答範例：民宿業者的信譽良好	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿建築外觀具有特色	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿房間的裝潢具有特色	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿周遭景觀具有吸引力	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿提供良好的無障礙空間設施	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿設備合乎安全性的要求	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿內有提供網路連線設備(包含無線、有線)	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿提供租用交通工具服務	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿房間內部整潔衛生	4	3	2	1
4	3	2	1	入住民宿期間我不擔心財物被竊	4	3	2	1

4	3	2	1	入住民宿期間我不擔心人身安全	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿提供的資訊皆是正確無誤	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員在我要求的時限內完成交辦的事項	4	3	2	1
重 要 性				題 目	滿 意 度			
非 常 重 要	重 要	不 重 要	非 常 不 重 要		非 常 滿 意	滿 意	不 滿 意	非 常 不 滿 意
4	3	2	1	民宿服務人員能夠立即解決我的困難	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員能夠隨時注意我的需求適時予以協助	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員樂於協助我解決問題	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿能夠迅速回應我在網路留言板提出的問題	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員具有專業知能以回覆我所提出的問題	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員的服務態度真誠親切	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員具有良好的溝通能力	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿具有良好的商譽	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員能夠針對我的需求提供個別性的服務	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員能夠瞭解我的真實需求	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿能夠以我的利益為優先	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿服務人員能夠與我保持密切聯繫	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿提供多元豐富的活動行程	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿提供有別於其他民宿的活動行程	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿善用小琉球的景點設施舉辦活動行程	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠適合所有年齡的遊客參與	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠增進我的知識	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠增進我的體能健康	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠促進旅遊同伴之間的互動	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠讓我感到身心愉悅	4	3	2	1
4	3	2	1	民宿活動行程能夠讓我感到放鬆	4	3	2	1

根據此次體驗，請就您滿意度及未來重遊意願的同意程度作答

題 目	同 意 程 度			
	非 常 同 意	同 意	不 同 意	非 常 不 同 意
民宿提供的活動行程讓我感到滿意	4	3	2	1
民宿提供的餐飲讓我感到滿意	4	3	2	1
民宿提供的交通工具讓我感到滿意	4	3	2	1
民宿提供的設施讓我感到滿意	4	3	2	1

· 民宿的訂價合理	4	3	2	1
· 有機會我會願意再度光臨此民宿	4	3	2	1
· 我會將此民宿推薦給他人	4	3	2	1
· 我會給此民宿正面口碑	4	3	2	1

問卷結束，感謝您的作答！

