

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

運用 IPA 模式改善金門珠山聚落與水頭聚落民宿服務

品質之探討

Study on the Performance of B&B--Taking the Kinmen

Zhushan and Shuitou Settlement as an Examples

蔡啓添

Qi-Tian Tsai

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 108 年 7 月

July 2019

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩

班碩士學位論文

運用 IPA 模式改善金門珠山聚落與水頭聚落民宿服務品
質之探討

Study on the Performance of B&B--Taking the Kinmen

Zhushan and Shuitou Settlement as an Examples

研究生：

蔡啟宗

經考試合格特此證明

口試委員：

陳若昌

許澤宇

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

108 年 5 月 27 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
107 學年度第 2 學期碩士論文摘要
論文題目：運用 IPA 模式改善金門珠山聚落與水頭聚落民宿服務品質之
探討

研究生：蔡啓添

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

金門地區自民國 38 年起，就扮演了前線戰地的角色，一直到民國 81 年政府宣布解除戒嚴，在民國 90 年實施金門與廈門的海上航運，金門由戰地轉型成為了提供旅客觀光休閒的觀光勝地，金門的觀光資源非常地豐富，除了經過戰火洗禮遺留下來戰爭史蹟之外，從明、清兩朝先人遺留下來的古蹟也很多，而這些豐富的人文景觀需要觀光客細細地品味，站在推廣觀光與行銷的立場，當然希望觀光客停留的時間越長越好，如果能搭配具有當地特色與文化的住宿設施，相信對當地的觀光發展有很大的幫助。

本研究針對金門珠山與水頭聚落的傳統古厝民宿進行經營績效(IPA)之分析，研究結果顯示，受訪者希望改善的項目集中在餐飲方面，而古厝民宿本身受限於設備與人力不足，民宿業者若能與附近餐飲業者合作，製作各種風味餐，提供多樣化的選擇，以滿足遊客的需求。在「提供交通工具」方面，除了與計程車與汽車租賃業者保持聯繫，也可邀請電動機車與腳踏車租賃業者進駐，提供服務。至於在「提供諮詢」與「客訴處理迅速」方面，業者宜再加強員工訓練。在「導覽解說」方面，業者可與學校合作，提供學生訓練與就業的機會，也藉此解決導覽人力不足的問題。

【關鍵字】 績效分析、金門、珠山聚落、水頭聚落、民宿

Title of Thesis : Study on the Performance of B&B--Taking the Kinmen Zhushan and Shuitou Settlement as an Examples

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

Graduate Date : June 2019

Degree Conferred : M.S.

Name of Student : Qi-Tian Tsai

Advisor : Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

Kinmen has played the role of frontline for battlefield since 1949. Until the Republic of China announced the lifting of martial law in 1989. Kinmen transformed from the battlefield to provide sightseeing and leisure for tourists. The tourist resources of Kinmen are very rich. In addition to the war history left by the war baptism, there are many monuments left by the ancestors of the Ming and Qing dynasties. Standing on the promotion of sightseeing and marketing, of course, we hope that the longer the tourist stays, the better. If the accommodation facilities can match with local characteristics and culture, it will be of great help to the local tourism development.

This study analyzes the business performance (IPA) of the traditional ancient B&B in zhushan and Shuitou of Kinmen area . The results show that the respondents hope that the improved projects will focus on catering, while the B&B itself is limited by equipment and insufficient manpower, it is good if the hotelier can cooperate with nearby restaurant operators to produce a variety of flavors, offer a variety of choices to meet the needs of tourists. In terms of "providing transportation", in addition to keeping in touch with taxis

and car rental companies, motor vehicles and bicycle rental operators can also be invited to station and provide services. In terms of "guided commentary", operators can work with schools to provide opportunities for student training and employment, and to solve the problem of insufficient manpower for navigation.

【Keywords】 performance analysis, Kinmen, Zhushan settlement, Shuitou settlement, bed and breakfast



目 錄

中文摘要	I
Abstract	II
目 錄	IV
表目錄	VI
圖目錄	VIII
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究範圍與限制	3
1.4 研究流程	4
第二章 文獻探討	5
2.1 民宿	5
2.2 旅遊動機	16
2.3 行前期望	19
2.4 滿意度	22
2.5 重要性—績效分析	26
第三章 研究設計	28

3.1 研究架構	28
3.2 研究工具	29
3.3 抽樣方法	32
3.4 資料分析方法	33
第四章 研究結果與討論	35
4.1 遊客基本資料	35
4.2 遊客旅遊特性	43
4.3 遊客事後滿意度	50
4.4 經營績效分析	55
4.5 整體滿意度與重遊意願	62
4.6 差異性分析	64
第五章 結論與建議	76
5.1 結論	76
5.2 建議	79
參考文獻	80
附錄一 珠山聚落問卷	90
附錄二 水頭聚落問卷	94

表目錄

表 2-1 民宿的定義	7
表 2-2 國內合法民宿發展統計數量	9
表 2-3 金門縣合法民宿發展統計數量	10
表 2-4 珠山聚落與水頭聚落比較	16
表 3-1 旅遊特性題項	29
表 3-2 行前重視與實際體驗滿意度量表	30
表 3-3 整體滿意度與重遊意願量表	31
表 3-4 遊客背景資料變項	31
表 4-1 珠山聚落旅客基本資料	36
表 4-2 水頭聚落旅客基本資料	40
表 4-3 珠山聚落旅客旅遊特性	44
表 4-4 水頭聚落旅客旅遊特性	48
表 4-5 受訪者行前重視程度與事後滿意度（珠山）	51
表 4-6 珠山聚落受訪者事後滿意度最高之前五名	52
表 4-7 珠山聚落受訪者事後滿意度最低之前五名	52
表 4-8 受訪者行前重視程度與事後滿意度（水頭）	53
表 4-9 水頭聚落受訪者事後滿意度最高之前五名	54

表 4-10 水頭聚落受訪者事後滿意度最低之前五名	54
表 4-11 水頭聚落與珠山聚落民宿改善項目比較	60
表 4-12 珠山聚落與水頭聚落民宿滿意度與重遊意願	62
表 4-13 不願意再度住宿之因素（複選）	63
表 4-14 珠山聚落與水頭聚落民宿滿意度各項之相關係數	64
表 4-15 問卷信度	65
表 4-16 珠山聚落民宿性別與滿意度之 t 檢定	65
表 4-17 水頭聚落民宿性別與滿意度之 t 檢定	66
表 4-18 珠山聚落民宿成對樣本統計資料	67
表 4-19 水頭聚落民宿成對樣本統計資料	69
表 4-20 遊客年齡與滿意度構面差異分析資料（珠山）	71
表 4-21 遊客年齡與重遊意願差異分析資料（珠山）	71
表 4-22 遊客年齡與滿意度構面差異分析資料（水頭）	73
表 4-23 遊客年齡與重遊意願、推薦意願差異分析資料（水頭）	73
表 4-24 珠山聚落民宿旅客單獨出遊之年齡分布比例	75

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	4
圖 2-1 金門聚落分布圖	12
圖 2-2 珠山聚落俯瞰圖	14
圖 2-3 水頭聚落俯瞰圖	15
圖 2-4 第一線服務品質決定因素	20
圖 3-1 研究架構圖	28
圖 4-1 珠山聚落遊客性別分布	37
圖 4-2 珠山聚落遊客婚姻狀況分布	37
圖 4-3 珠山聚落遊客年齡分布	37
圖 4-4 珠山聚落遊客教育程度分布	38
圖 4-5 珠山聚落遊客職業分布	38
圖 4-6 珠山聚落遊客收入分布	38
圖 4-7 珠山聚落遊客居住地分布	39
圖 4-8 水頭聚落遊客性別分布	40
圖 4-9 水頭聚落遊客婚姻狀況分布	41
圖 4-10 水頭聚落遊客年齡分布	41
圖 4-11 水頭聚落遊客教育程度分布	41

圖 4-12 水頭聚落遊客職業分布	42
圖 4-13 水頭聚落遊客收入分布	42
圖 4-14 水頭聚落遊客居住地分布	42
圖 4-15 來訪珠山聚落民宿次數分布	45
圖 4-16 來訪金門停留時間分布	45
圖 4-17 來訪珠山聚落住宿天數分布	46
圖 4-18 旅遊動機分布	46
圖 4-19 來訪水頭聚落民宿次數分布	49
圖 4-20 來訪金門停留時間分布	49
圖 4-21 來訪水頭聚落住宿天數分布	49
圖 4-22 旅遊動機分布	50
圖 4-23 行前重視與事後滿意分布圖（珠山）	56
圖 4-24 行前重視與事後滿意分布圖（水頭）	58

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

金門地區自民國38年國民政府退守台灣起，就扮演了前線戰地的角色，一直到民國81年（西元1992年）政府宣布解除戒嚴，結束戰地政務，在民國90年（西元2001年）實施金門與廈門的海上航運（小三通）（金門縣，維基百科，2019），金門由肅殺氣氛的戰地轉型成為了提供旅客觀光休閒的觀光勝地，過去的軍事設施，現在大多變成了觀光景點（TVBS News，2018）。而身為觀光勝地，金門吸引人的地方除了特有的戰地古蹟與人文及自然風景之外，要能夠讓外來觀光客在當地多停留一些時間消費，以促進地方經濟繁榮，良好住宿設施的提供就顯得非常重要。

在解嚴之前，龐大的駐軍人口在當地的消費已經足夠撐起金門的經濟，但是現在隨著駐軍人數的銳減，假日時期街道上擠滿了休假的阿兵哥的景象已不復見。根據媒體報導，目前金門的軍隊人數僅為三千（TVBS News，2018），在此情形之下，要維持金門地區的經濟，消費人口的主力勢必要由觀光客取而代之。

時至今日，金門的經濟已經有賴於觀光客消費的支撐，金門的觀光資源非常地豐富，除了經過戰火洗禮遺留下來戰爭史蹟之外，從明、清兩朝先人遺留下來的古蹟也很多，金門縣目前就有國家級古蹟21處、縣

市級古蹟12處（金門縣政府，2019），而這些豐富的人文景觀需要觀光客細細地品味，站在推廣觀光與行銷的立場，當然希望觀光客停留的時間越長越好，如果能搭配具有當地特色與文化的住宿設施，相信對當地的觀光發展有很大的幫助。

金門因地理位置（四面環海）的關係，自古以來，先民循著海路往外發展，有些人赴南洋經商，衣錦榮歸後，在當地興建住宅，樓房的建築風格融合了古厝與西方洋樓的風格，中西合璧成為獨特的建築形式（金門縣政府，2019），即使經過戰火的摧殘，有些古厝幸運的保存下來，有些甚至超過百年以上的歷史（劉天和，2016），這些具有當地特色的古厝，在金門轉型發展觀光之後，也轉型作為民宿使用，成為吸引觀光客的賣點之一。

偶然的機會下與金門某民宿業者在聊天時，業者談到想要住他在珠山聚落的民宿要等到半年後，因為他的民宿半年內都客滿，而且連淡季也是。但是家人由於工作業務需要，有跟金門所有民宿業者打交道，得到的訊息卻沒有那麼樂觀，很多民宿的住房率是很低的，本研究因此想要知道，這些不同聚落的民宿，其經營的績效為何，是否有機會能協助這些民宿業者，發現自己的問題所在，而有進行改善的機會。

1.2 研究目的

本研究所探討的古厝型的民宿，分別位於珠山聚落（11 家）與水頭聚落（14 家），本研究希望對該聚落的民宿進行經營績效分析，了解這些民宿在經營上的優缺點，預期達到的目的如下：

1. 了解遊客對於珠山聚落與水頭聚落的民宿的事前期望與事後滿意度。
2. 對珠山聚落與水頭聚落的民宿做經營績效之分析。
3. 了解優先改善之項目，提出建議做為未來改進方案。

1.3 研究範圍與限制

本研究以問卷調查方式，針對金門珠山聚落與水頭聚落民宿的投宿旅客進行調查，以民宿的住宿客人為研究範圍，在調查與研究過程中，會受到以下情形之影響，使得研究受到限制：

1. 本研究以金門珠山聚落與水頭聚落的民宿為限，該區民宿條件與其他地區之民宿不盡相同，故研究結果不宜直接推論至其他地區之業者，結果僅供當地業者參考。
2. 本研究之問卷設計、題目語意，均參考相關之文獻，以符合理論，但仍有未盡圓滿之可能。

1.4 研究流程

本研究之研究流程如下：先確立研究主題，然後說明研究目的，蒐集相關文獻資料，並找出與本研究有關之資訊，以過去的理论基礎擬定相關的研究設計架構，繼而進行問卷設計、訪談與調查，將所蒐集的問卷資料進行統計分析，最後做成結論與定義，所有研究流程以圖 1-1 說明。

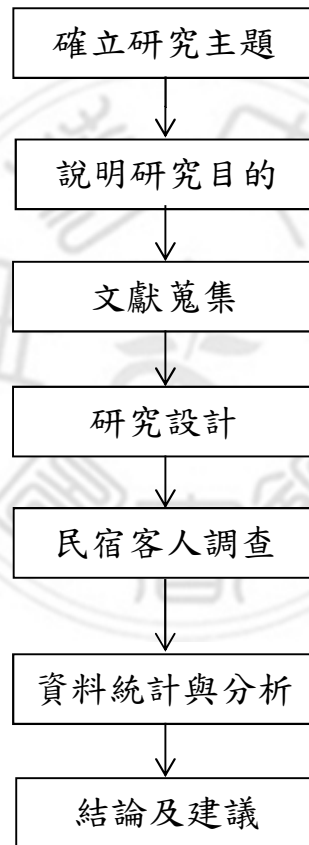


圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 民宿

2.1.1 民宿的起源與定義

在 18 世紀的歐洲國家，因應貴族興起至郊外農莊度假休閒活動之風潮，逐漸將農莊轉變為民宿，這是民宿最早發展起源的濫觴。1960 年代英國興起的「B&B」(Bed and Breakfast) 為早期的民宿，英國為歐洲當時發展工業最早的國家，因工業化造成農村人口外移，農家為了增加收入，將農業結合觀光，以家庭招待的經營方式提供住宿與早餐 (Bed and Breakfast)，形成早期的民宿。

而歐洲各國原只專屬貴族的農村度假風潮也逐漸平民化，發展出「Accommodation in the Farm」，接著也有紐西蘭與澳洲的「Farm Stay」、美國的「Inn」發展出類似民宿的型態。在亞洲地區則以日本先開始有民宿「Minshuku」之住宿型態，接著有大陸地區的「農家樂」。雖然沒有統一的名稱，但都具備民宿的精神，指的是提供旅人投宿之簡便處所 (林秋雄，2001；林連聰、陳墀吉、鄭健雄與沈進成，2009；郭書吟，2012；張蕙羽，民 2017；陳秀美，2016)。

台灣地區民宿的發展，早期只是單純做為遊客代替旅館之住宿設施，後來政府為了輔導原住民有效利用土地，同時為了休閒農業計畫的發展，因此計劃性地促進台灣民宿之成長，此外，民宿的發展其實也提供遊客

旅遊時另類的選擇與體驗（張耀堂，2011）。

康家菱（2012）指出民宿在台灣的發展相較於國外而言發展較晚，屬於較為新興的產業項目。並將台灣民宿發展區分為：1980 年以前為所謂的播種期；1980 年稱為萌芽期；1990 年前期為成長期；1990 年代後期則是茁壯期；2000 年代後邁入轉型期。

交通部觀光局在民國 90 年頒布民宿管理辦法（106 年修訂），第二條指出民宿是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所。

第四條指出民宿之經營規模，應為客房數八間以下，且客房總樓地板面積 240 平方公尺以下。但位於原住民族地區、經農業主管機關核發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民宿，得以客房數 15 間以下，且客房總樓地板面積 400 平方公尺以下之規模經營之。前項但書規定地區內，以農舍供作民宿使用者，其客房總樓地板面積，以 300 平方公尺以下為限（交通部觀光局，2019a）。

而在政府公布實施「民宿管理辦法」之前，已經有許多研究學者對民宿一詞作闡述與定義，表 2-1 為國內學者歷年對民宿所做的定義。

表 2-1 民宿的定義

作者	年代	內容
何郁如、 湯秋玲	民 78	以自宅內的套房出租予遊客，雖然未辦理營利事業登記，卻已經有經營旅館之實者。
郭永傑	民 80	私人住宅將其部分居室出租予旅遊人口，以副業方式經營的臨時住宿設施；旅客除了能與主人交流認識外，更能享受所提供當地鄉土風味及如同在家的感覺。
鄭詩華	民 81	指出在日本民宿組合中央會之會員資格中，記載民宿的定義為在海濱、山村或觀光地區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	民 83	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	民 84	是指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管，或利用空房間供旅客投宿謂之民宿。
歐聖榮	民 86	在英國，民宿稱為「B&B」亦即「Bed & Breakfast」，以合理的價格提供基本的住宿與早餐。
林宜甲	民 87	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	民 88	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	民 83	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	民 90	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。
陳秋玲	民 92	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	民 93	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：張榮昇(2009);張耀堂(2011);陳秀美(2016)，本研究整理

綜合以上，本研究將民宿定義為民宿主人以其私人住宅，利用其多餘的閒置空間，利用當地的觀光資源與特色，規劃少量的房間提供住宿，並由民宿主人接待的經營方式之處所。

2.1.2 台灣地區民宿的發展

相對於歐美日等國，我國民宿發展的比較晚，當時的目的也是和國外一樣，為了解決觀光旅遊地區的旺季期間住宿不足的問題，國內民宿的發展最早約在民國 70 年左右，發展規模最大的地區是在墾丁國家公園，其次是阿里山豐山一帶、新北市九份地區、南投縣鹿谷和溪頭地區、宜蘭休閒農業區、外島的澎湖，然後發展至全國各地。每逢假日，這些觀光風景區的遊客大增，造成飯店旅館的客房一房難求，無法滿足遊客的需要，當地居民見狀，便將家中多餘房間加以整修裝潢，提供給遊客住宿，既可以解決遊客住宿問題，且可增加額外收入，至此發生群聚效應，各地民宿從此應運而生。這些民宿一開始純粹提供住宿而已，沒有其他旅遊或餐飲的相關服務，但是在民宿法通過之後，渡假民宿在各風景區迅速成長（表 2-2），開始提供多角化的服務。雖然民宿的特色是由地方人情味濃的在地人經營，但後期的民宿卻開始強調外觀的建築特色，並且融入當地的自然人文景觀（鄭詩華，1998；楊永盛，2003；鄭健雄、吳乾正，2004；林志築，2008；張榮昇，2009）。

表 2-2 國內合法民宿發展統計數量

日期	合法家數	合法房間數
民國 95 年 1 月	1237	5017
民國 96 年 1 月	1779	7123
民國 97 年 1 月	2339	9323
民國 98 年 1 月	2664	10650
民國 99 年 1 月	2929	11678
民國 100 年 1 月	3200	12725
民國 101 年 1 月	3397	13488
民國 102 年 1 月	3733	14848
民國 103 年 1 月	4434	17678
民國 104 年 1 月	5299	21326
民國 105 年 1 月	6153	24840
民國 106 年 1 月	7110	28747
民國 107 年 1 月	7878	31997
民國 108 年 1 月	8555	35525

資料來源：交通部觀光局(2019b)

2.1.3 金門地區民宿的發展

金門地區古厝民宿的發展，源自於觀光發展的需求，金門自民國 84 年成立金門國家公園，至 86 年止，當年到金門觀光的遊客逾 53 萬人次達到最高峰，隨後從民國 87 年至 89 年，旅遊人次逐年下降（張榮昇，2009），而遊客對金門的住宿服務品質滿意度不佳，重遊意願低落（李錫奎，2005），政府有感於推展觀光，住宿數量與品質的提升是刻不容緩的事情，民宿的數量也因此逐年提升（表 2-3）。

表 2-3 金門縣合法民宿發展統計數量

日期	合法家數	合法房間數
民國 95 年 1 月	29	150
民國 96 年 1 月	37	177
民國 97 年 1 月	35	170
民國 98 年 1 月	41	196
民國 99 年 1 月	49	230
民國 100 年 1 月	72	322
民國 101 年 1 月	84	368
民國 102 年 1 月	103	449
民國 103 年 1 月	125	549
民國 104 年 1 月	141	613
民國 105 年 1 月	172	754
民國 106 年 1 月	218	971
民國 107 年 1 月	264	1193
民國 108 年 1 月	336	1636

資料來源：交通部觀光局(2019b)

然而四十多年的戰地背景讓金門的發展較為封閉停滯，但也因此是因禍得福能保有本身大部分的文化習俗與傳統建築，其有形的觀光資源包括傳統聚落、軍事設施、自然生態；無形的觀光資源包括民俗活動、宗教祭典和戰地文化等（郭育任、楊明賢、李明晃、鄭耀忠、陳心怡，2005），這些豐富的在地文化及史蹟，成為後期發展觀光旅遊的重要資源（張蕙羽，2017）。

金門保留了許多完整的傳統聚落建築群，這些蘊含豐富的「閩南文化」及「僑鄉文化」的聚落，可以完整且精采地呈現當地特有的文化蘊

涵（郭育任等人，2005），政府當局遂於民國 94 年展開傳統古厝的活化再利用，評估保存狀況較好的古厝，將這些傳統古厝修復完成後，作為民宿之用，委託民間經營，推出古厝民宿旅遊活動（張榮昇，2009）。

金門地區古厝民宿是利用舊有傳統建築物，結合當地的生態環境和生活文化，提供遊客住宿、餐飲和相關活動的設備及服務，並以其特有的自然環境，動人的鄉土文化和溫馨的風土人情，發揮其獨特的風貌，讓遊客從事觀光、旅遊、休閒及教育等活動，這是一種新興的民宿經營型態（林豐瑞，2003）；業者經營古厝民宿的首要任務，在掌握既有資源的特質，除了對於傳統古厝的維護保育，更要讓傳統古厝的生活空間多元多樣化，滿足遊客需求，達到古厝活化利用賦予新生命的目的（張榮昇，2009）。



圖 2-1 金門聚落分布圖

資料來源：金門國家公園古厝民宿網(2019)。

金門國家公園範圍的傳統聚落有 11 個（圖 2-1），其中有 9 個聚落有古厝民宿，分別為山后、小徑、瓊林、林厝、北山、南山、水頭、珠山、歐厝聚落（金門國家公園古厝民宿網，2019）。為達成保存文化資產、推動觀光與活化地方經濟的三贏目標，金門國家公園管理處（金管處）希望能夠透過民宿經營的方式來賦予老建築新的生命，結合傳統聚落風貌、當地生態、生活文化，提供遊客住宿、餐飲和相關活動設備及服務，讓不曾體驗過古厝民宿的旅客有機會透過住宿體驗先民的智慧、溫馨的風土民情和傳統文化之傳承，進而帶動聚落觀光發展（張蕙羽，2017）。

針對傳統古厝的活化再利用，金管處除了提供補助鼓勵居民自行修復古厝和洋樓之外，對於無人居住之古厝，因為古厝民宿所有權、地上權（使用權）及經營管理權分別屬於不同對象，因此金管處將傳統建築修復完成取得地上權（使用權）後，委由民間自然人經營管理三十年，這是一種新興的民宿經營型態（張榮昇，2009）。

張榮昇（2009）在其研究中分析古厝民宿具有下列特性：（1）新興的民宿經營型態、（2）規模較小、（3）具有豐沛的觀光資源、（4）可體驗閩南民居生活文化、（5）可以解決觀光遊客住宿問題、（6）帶來新的就業機會與經濟收入（7）擔負文化藝術之傳承使命。

根據金門縣政府觀光處的「金門觀光旅遊網」的熱門景點排名，水頭聚落在所有景點中排名第 11，珠山聚落排名第 24，是這 9 個聚落中的前二名（金門觀光旅遊網，2019），故本研究選取這兩個聚落作為研究對象。

2.1.4 珠山與水頭聚落

珠山位在金門本島的西南方、環島西路起點，這裡是一個薛氏單姓聚落，薛氏祖先在元朝由廈門薛嶺前來定居，至今已經有 650 年歷史。清麗的色彩是步入珠山聚落的第一印象，聚落四周高地環繞，中有大潭，呈「四水歸塘」的風水吉穴，整個聚落以宗祠為中心向兩邊拓展，環繞

著大潭而建，古老磚牆的赭紅與清澄潭水的沉綠相互輝映，成一幕美好景象。登上珠山公園散步遠眺，或靜靜觀賞老房子上的磚雕和交趾陶藝的精緻，都是珠山聚落不可錯過的精彩（金門觀光旅遊網，2019）。

珠山聚落是「金門的僑鄉聚落」之一，清末之後有許多鄉親前往呂宋（菲律賓）謀生，從打工到經商終而致富，薛永南兄弟也是其中之一，兄弟倆事業有成後在家鄉珠山興建了第一座洋樓，除了居住外，還有禦敵功能，目前由民宿業者經營照護（金門觀光旅遊網，2019）。



圖 2-2 珠山聚落俯瞰圖
資料來源：金門觀光旅遊網（2019）

水頭又名金水，位於金城鎮的西南隅，是個以黃姓為主的多姓聚落，歷史有 700 多年，鄰近水頭碼頭，早期即為金門與廈門之間的交通要津。水頭是金門最富有的古聚落，擁有全島最多最精美的閩式建築（黃氏西

堂)與洋樓(得月樓(銃樓)、金水國小)等建築，都是金門最有特色的建築。金水村轄區僅 4.0 平方公里，水頭聚落佔 2.2 平方公里，依山而建，呈長形分佈。聚落裡的主要廟宇為金水寺(關聖帝君)和靈濟宮(蘇府王爺)(金門觀光旅遊網，2019)。

水頭村民除以農、漁業維生外，亦多從事走船經商，聚落裡滿是美輪美奐的傳統閩南古厝與異國風趣的洋樓建築。有清朝乾隆時期所興建的黃氏大宗祠、黃濟古厝、西堂、頂界「十八支樑」(九棟二落大厝)等閩南式傳統建築。此處彷彿是歷史建築的展覽場，是金門保留最完善的傳統大聚落，現已成為金門遊客必訪的景點(金門觀光旅遊網，2019)。



圖 2-3 水頭聚落俯瞰圖

資料來源：金門觀光旅遊網(2019)

本研究的對象珠山聚落與水頭聚落，雖然都位於金門縣金城鎮，但是屬性與發展並不相同，珠山聚落四周丘陵環繞，屬於較為封閉的型態，

因此環境清幽，但是餐廳、便利商店、租車服務等有關生活機能之服務較缺乏。水頭聚落位於前往水頭碼頭的交通要道，無論去烈嶼或廈門，皆從水頭碼頭出發，此為遊客必經之處，相對而言人潮較多，附近餐廳、便利商店、租車服務皆具備，位置優越（表 2-4）。

表 2-4 珠山聚落與水頭聚落比較

	珠山聚落	水頭聚落
地理位置	金門縣金城鎮珠山	金門縣金城鎮前水頭
交通位置	位於環島西路起點，四周丘陵環繞，位置偏僻。	位於前往水頭碼頭的交通要道，位置優越。
周圍環境	清幽	熱鬧
附近景點	較少	較多
古厝民宿數量	11	27
餐廳數量	0	2
便利商店	無	有
租車服務	無	有

資料來源：金門觀光旅遊網（2019），本研究觀察。

2.2 旅遊動機

最早提出「動機」理論的 Murray (1938) 指出動機是一種存在於心理的內在因素，主要是由各種內在心理需求的驅動去影響個人的行為。Deci (1975) 認為動機是個人內在的心理因素，是外來情況的認知說明，動機

被認為是行為自主的引發或自覺，並且被期望能獲得滿意的體驗。

Pearce(1988) 首次提出了旅遊生涯階梯模型(Travel Career Ladder; TCL)，對於旅遊動機的定義越發完整，Pearce 將旅遊動機依層級由下而上分為五種，隨著年齡及旅遊經驗的增加，會有更高階層的需求：

- (一)放鬆／身體的需求(relaxation/bodily needs)。
- (二)刺激需求(stimulation)。
- (三)人際關係需求(relationship)。
- (四)自尊和自我發展需求(self-esteem and development)。
- (五)自我實現需求(fulfillment)。

Pearce(2005)進一步修正旅遊生涯階梯模型，提出新的 Travel Career Pattern Model(TCP)，透過質化與量化的研究方法，將旅遊動機分成 14 個構面：(1)新奇、(2)逃離／放鬆、(3)人際關係(家人和朋友)、(4)自主性、(5)自然風光、(6)對當地的了解與涉入、(7)刺激、(8)個人發展、(9)與他人相處時的安全感、(10)自我實現、(11)獨處、(12)懷舊、(13)浪漫、(14)認同感(Pearce & Lee, 2005)，以及 74 個問項。同時刪除 TCL 的階層概念，讓新的 TCP 模型更具備全面性。

Mcintosh (1977)將旅遊動機分為四大類：

- (一) 生理動機(physiological motive)：參加運動、遊憩、休養生息、與健康有關活動。
- (二) 文化動機(culture motive)：獲得他國知識，例如風土民情、音樂、美術、舞蹈、宗教等文化活動。
- (三) 人際動機(interpersonal motive)：拜訪親友、認識新朋友、避開日常瑣事、認識異性、發展戀情。
- (四) 地位\聲望動機(status and prestige motive)：考察、交流、開會、研究。

陳利光(2002)的研究中，與旅遊業者的訪談，歸納出的旅遊動機，前三項與 Mcintosh (1977)相同，第四項修改為「購物動機(shopping motive)」：獲得在自己居住地買不到或是價格較昂貴的物品。

本研究參考以上旅遊動機相關的文獻探討，選定「出差」、「拜訪親友」、「休閒觀光」、「文化探索」、「尋找記憶」、「宗教交流」、「活動交流」、「生態旅遊」、「運動旅遊」等項目做為本研究的問卷中有關旅遊動機之問項。

2.3 行前期望

2.3.1 期望的定義

Lawler 在 1973 年提出的期望理論 (expectancy value theory)，指出一般人具有期望行為結果的信念，這樣的信念會決定人的行為，也就是人們對於透過努力，所獲得的表現及其所達成的結果，均有特定的期望心理，對行動所能達成結果，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 (陳秀美，2016)。

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) 將期望定義為消費者的渴望或需要，就是消費者覺得在被服務的期間，這些期望可能不會被滿足，可能會被超過，也有可能剛好符合，這個期望的不確定性構成了 Parasuraman et al. (1985) 測定服務品質的 PZB 模型的基礎 (鄭恆星，2012)。

PZB 模型對服務品質的操作型定義為：顧客對服務的實際感受和事前期望水準之間的差異，若是實際感受的水準大於事前期望水準，則為滿意服務品質，差異越大代表服務品質越好，反之，實際感受的水準小於事前期望水準，則為不滿意服務品質，差異越大代表服務品質越不好 (高俊雄，2008)，圖 2-4 為事前期望水準與實際感受的水準組成的第一線服務品質決定因素。

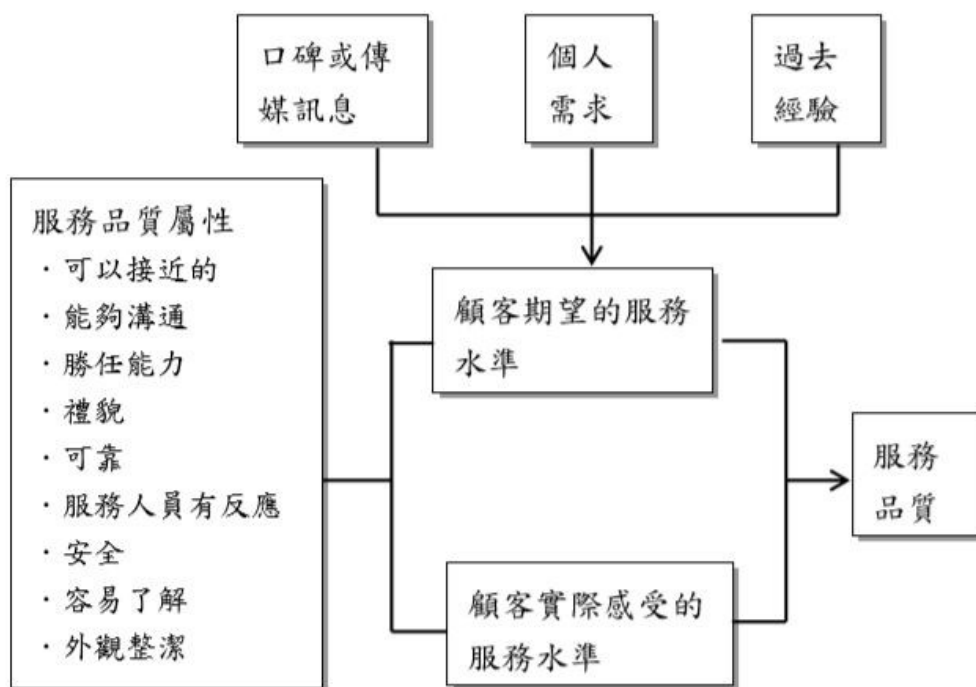


圖 2-4 第一線服務品質決定因素
資料來源：高俊雄（2008）

蔡伯勳（1989）認為期望（expectation）是一種短暫的信念，人們對相同的需求可能會因個人及環境因素而有不同程度的期望，個人對同一結果之期望也可能因時間的不同而改變，個人過去的經驗、與別人溝通之程度和實際環境之情況，以及個人特質等，都會影響對一個活動之期望。

陳思因（2006）指出，期望是人們對於某些事物有所希望的一種情緒反應，也就是當對某件事物產生期待感時，人們會對事物感到更加的渴望，並大大提升那些事物在自己心中的形象與地位。因此，往往會傾向於對未來的事物產生較為正面的看法。

2.3.2 住宿期望相關文獻

林靜芳（2003）研究清境地區的民宿旅客，得到的結果是：旅客期望的項目如：住宿設備、安全設施與價格合理等項目都會影響到住宿的滿意度，而旅客個人的價值觀與環境屬性會正向直接影響滿意度。

陳依婷、許惠珠、胡惟喻（2008）針對宜蘭地區的遊客進行行前期望、滿意度與再宿意願關係之分析，研究結果顯示行前期望與滿意度具有負向的關係，亦即在行前的期望越高的情況下，遊客所得到的滿意度會越差。其次由再宿意願來看，倘若遊客再宿意願高時，其與滿意度與行前期望之間均具有正向關係，表示再宿意願高，除了受到遊客滿意度直接影響，另一方面也間接受到遊客行前期望所影響。

林淑真（2008）以古坑地區民宿，研究民宿投宿動機、期望、旅遊意象、滿意度與忠誠度之關係，研究發現旅客對古坑地區之民宿有較高之行前期望，將會有較正面的旅遊意象及較高的滿意度程度。在服務、環境方面之期望與忠誠度之間具有顯著的正相關，顯見旅客對古坑地區民宿服務、環境因素期望越高，將會有越高的顧客忠誠度。

徐瓊信、陳榮文（2010）在研究遊客在馬公地區休閒渡假民宿的住宿體驗、期望與滿意度時，發現遊客對民宿接待抱持極高的期望，經分析後得到民宿遊客在從事住宿體驗前，其行前之期望會與體驗後的滿意

程度之間具有顯著相關性。

馬承源（2015）調查溪頭民宿顧客在住宿者期望及滿意度對再宿意願之影響，結果顯示因顧客期望會影響其對於旅遊內容的感受，當遊客對旅遊內容感受到正面效果時，即進而影響其對於整體滿意度的正面感受，而滿意度又影響其重遊意願，因此當遊客滿意此次的旅遊經驗，下一次才會願意再來當地旅遊，因此三者間幾乎全部呈正向顯著相關。

本研究依據前述學者之觀點，認為行前期望是一種心理上的渴望與需要，行前期望是觀光客心目中所希望的事情，代表對於這件事情的重視程度，期望越高也就是越為重視，也就是對其所住宿之民宿會存有一份預期的心理。並希望藉由住宿體驗能夠得到自己在身心靈方面的一種滿足狀態，對於行前期望（重視）的衡量，透過民宿相關構面的問卷調查，獲得住宿前與住宿後的差異性與相關性之比較。

2.4 滿意度

2.4.1 滿意度定義

Cardozo 於 1965 年開始研究顧客滿意度，認為顧客滿意度常受到下列因素影響：顧客自身的因素、顧客所處的環境及顧客與環境所產生的互動關係。之後許多學者也提出多元的理論。本研究歸納相關理論，描述如下：

1. 期望理論(Expectancy Theory)： Lawler(1973)認為人們從事行動所獲得的表現，可能存有預期的心理，因此當在採取行動時，跟當時的期望和偏好有關。並且與人們的動機、對事情努力、表現、成果的期望及價值皆有關連。
2. 差異理論(Discrepancy Theory)： Schreyer and Roggenbuck(1978)認為遊客事前的期望與事後的實際知覺之間的差距可以決定滿意度的高低，在任何的情況下，整體滿意度會因各個層面的差異而有所不同。
3. 調適理論(Adaptation Theory)： Helson(1964)認為產品績效若高於調適水準，則會產生正面的評價，也就是說心中的期望越高，判斷滿意的標準越高，反之，若產品績效若低於調適水準，則會產生負面的評價。
4. 公平理論(Equity Theory)： Oliver and Desarbo(1988)認為滿意的基礎是對投入和產出之間是否公平作比較。對消費者而言，若感覺投入多於產出，則會有不公平的感覺，就會產生不滿意的態度，反之，當感覺公平時，即感到滿足。
5. 滿意理論(Satisfaction Theory)： Latour and Peat(1979)認為消費者會對某一事務產生期望，滿意水準是該事務的附加本質。消費者對該事務的判斷會形成一種態度，並與滿意度結合在一起。
6. 歸因理論(Attribution Theory)： Weiner(1985)首先提出，他認為從

(1) 內、外在原因、(2) 原因的穩定性、變動性、(3) 可控制性等三個構面可以導出因果。內在原因包含個人努力和能力，外在原因則包括工作的困難度及運氣。

Oliver (1981) 認為滿意是由在特定交易下所產生的一種情緒上的反應，因此學者認為滿意會與顧客的特定情緒有關，即使在相同的服務之下，顧客當下的情緒可能也會造成滿意度在程度上的差別。

Cina (1989) 認為「當某人的事前期望與他接受服務的經驗相比較，事後經驗和事前期望的差距通常是被消費者所注意與記憶的。當服務未達到消費者的預期，消費者會產生失望；當服務超過預期，消費者感到舒服、愉悅、留下好印象，代表顧客滿意發生，而這些經驗將造成顧客後續是否願意重複購買公司的產品與服務」。

Bolton and James (1991) 提出滿意度是顧客購後經驗所賦予的特性，故滿意度可能會影響顧客對服務品質、購買意願及行為的評估。

Kotler (2003) 認為滿意度是一個人所感覺的愉快或失望的程度，係源自於比較產品功能特性（或結果）的知覺與個人對產品的期望之間的差距後所形成的。因此，簡而言之，滿意是顧客對於產品或服務是否能滿足其所需要與期望的評價。

綜合上述學者的意見，我們可以了解顧客滿意度可以說是一種相對

的「比較」的態度，當消費者感受到的服務比期望差時，就會對服務感到不滿意。相反的，當消費者感受到的服務比期望好，消費者就會對服務感到滿意。

2.4.2 住宿滿意度相關文獻

陳秋玲（2003）在民宿旅客消費者之研究中指出：不同的人口統計變項（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。

吳玟琪（2005）調查在新北市烏來風景區遊客之住宿滿意度，滿意度前五項為：(1) 民宿主人熱情又親切的服務、(2) 環境清潔衛生、(3) 房間內有衛浴設備、(4) 民宿整體的氣氛營造、(5) 民宿的價格便宜。

劉秀端（2007）研究南投地區民宿，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中，結論為在住宿體驗方面，旅客最重視「內在心境」與「自然環境」之體驗感受；而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。

宋貞宜（2008）研究苗栗縣南庄鄉的民宿遊客的住宿動機及滿意度，發現遊客之住宿滿意度方面的前五項排序，分別是（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。

綜合以上所述，住宿之環境、設施、服務態度皆對遊客的滿意度有影響。本研究參考國內民宿相關研究學者(姜惠娟，1997；林淑真，2008；陳秀美，2016)所作期望與體驗程度之操作性定義，參考問項構面分為六個部份：分別為感官體驗、心理感受、環境衛生、餐飲供應、服務品質、經營管理等方面，設計 30 個問項。主要目的在瞭解遊客住宿後，對民宿的滿意程度與行前期望(重視)是否有差異。

2.5 重要性－績效分析

「重要性－績效分析」(Importance－Performance Analysis, IPA)是一種藉由「重要」(對消費者的重要程度)和「表現」(消費者認為表現的程度)，將特定產品或服務的相關屬性表現做排序的一種技術(Sampson & Showalter, 1999)。分析的結果可以讓業者知道消費者的感受及本身所提供的產品或服務的現況評價，做為發展或改善的參考，對業者來說是一種非常有用的分析工具(江宜珍，2002)。

IPA 出現於 1970 年代，由 Martilla & James (1977) 提出 IPA 的簡單架構用於機車工業產品的屬性研究中，將重要性與表現情形的各點平均值置於一個二為矩陣中，矩陣裡面軸的尺度和象限為置可以任意定位，

重點是矩陣中各點的相對位置，代表分處不同象限所代表的意涵，IPA 作為評估產品或服務品質好壞的衡量工具，除了被汽車業、食品業、旅宿業、教育界廣泛使用外，近年來也備受觀光休閒領域運用在遊客遊憩行為與業者行銷策略滿意度的衡量上（江宜珍，2002；范睿翎，2014）。

廖智鈴（2018）以 IPA 分析臺北市貓空商圈之遊客滿意度，分析顯示低滿意度與低重視度項目：「解說設施與服務、公車班次與服務、座椅設施與維護、導引設施與維護、停車場設施與維護、無障礙設施與維護、購物環境與服務」，為貓空被遊客忽略之項目，宜檢討原因，是否為服務供給政策偏差。低滿意度與高重視度項目：「登山步道與維護、廁所設施與維護、垃圾筒設施與維護」，屬貓空應該立即改善項目，以滿足遊客對貓空供給服務之需求。

鄭瑤琳（2018）研究遊客對宜蘭頭城休閒農場各項體驗要素的重視與滿意情形。針對未來的經營管理與改善方向，提出建議如下：(1)改善及美化農場周遭整體環境；(2)增設裝置藝術並導入「萌元素」；(3)改善或增補人力以提昇服務效率；(4)結合文化元素進行特色紀念品開發；(5)營造農場特色及經營模式；(6)利用口碑及創意行銷策略加深遊客印象。

第三章 研究設計

本章主要討論本研究之架構及所使用的統計方法，本章節的內容安排，依序為第一節發展研究架構；第二節研究工具；第三節資料分析法。

3.1 研究架構

本研究根據前述研究背景與動機、研究目的以及文獻探討，推論本研究之研究架構，針對遊客背景、住宿行前期望、民宿體驗、整體旅遊滿意度以及再訪意願等構面之關係來作探討，因此建立本研究之研究架構，如圖3-1。

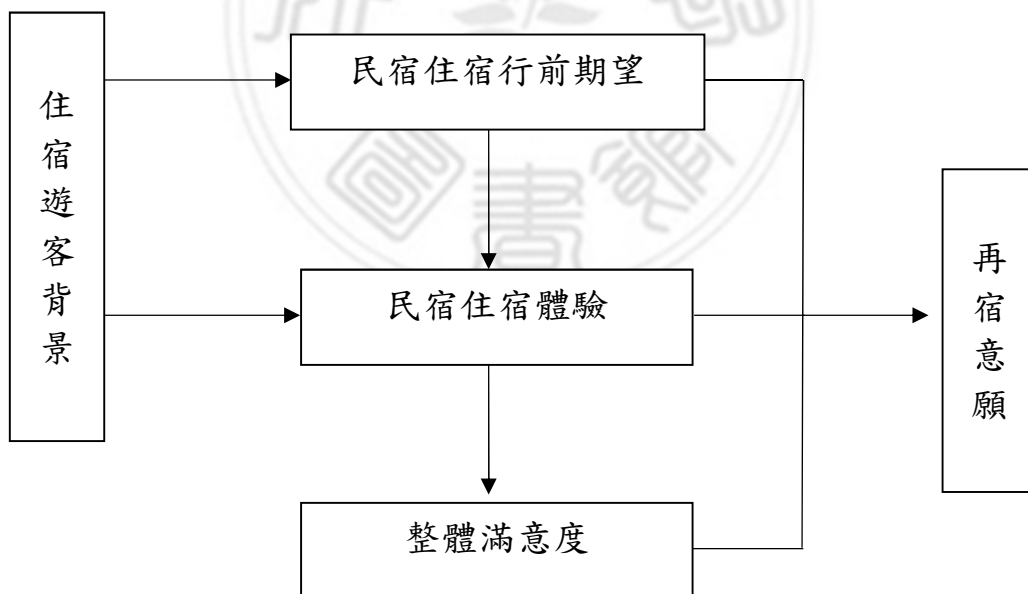


圖3-1 研究架構圖

3.2 研究工具

本研究問卷共分四大部分，第一部分為旅遊特性，第二部分為對民宿住宿的行前重視與實際體驗滿意度，第三部分為民宿住宿體驗後之整體滿意度與重遊意願，第四部份為遊客背景資料。以下為相關量表內容及計分方式：

一、旅遊特性

目的是了解住宿客的旅遊客性（表3-1），包括「來傳統聚落民宿之次數」、「住哪一家民宿」、「旅遊同伴性質」、「旅遊資訊來源」、「在金門停留多久時間」、「在此間民宿住宿時間」和「旅遊動機」共7題。

表3-1 旅遊特性題項

編號	問卷題項內容
1	來傳統聚落民宿之次數
2	住哪一家民宿
3	旅遊同伴性質
4	旅遊資訊來源
5	在金門停留多久時間
6	在此間民宿住宿時間
7	旅遊動機

二、為對民宿住宿的行前重視與實際體驗滿意度

問卷第二部分的每項答是採用Likert五等第尺度衡量。1分為「非常不重視 / 非常不滿意」，2分為「不重視 / 不滿意」，3分為「普通」，4

分為「重視／同意」，5分為「非常重視／非常同意」。本研究參考國內民宿相關研究學者（姜惠娟，1997；林淑真，2008；陳秀美，2016）所作期望與體驗程度之操作性定義，參考問項構面分為六個部份：分別為感官體驗、心理感受、環境衛生、餐飲供應、服務品質、經營管理等方面，設計30個問項。主要目的在瞭解遊客住宿後，對民宿的滿意程度與行前期望（重視）是否有差異。各構面及對應題項請參見表3-2。

表3-2 行前重視與實際體驗滿意度量表

構面	題項	構面	題項
感官體驗	1. 景觀設計優美	餐飲供應	1. 用餐環境設施規劃
	2. 家飾具有特色		2. 餐飲口味具有特色
	3. 建築具有特色		3. 餐飲的多樣選擇性
	4. 環境清幽		4. 周遭餐飲價錢合理度
	5. 房間空氣清新		5. 使用餐飲環境舒適性
心理感受	1. 懷舊感	服務品質	1. 員工服務態度
	2. 氛圍輕鬆		2. 旅遊資訊與遊憩資源的提供
	3. 舒適感		3. 導覽解說服務
	4. 隱私性		4. 提供諮詢服務
	5. 溫馨感		5. 提供交通工具
環境衛生	1. 周遭環境乾淨衛生	經營管理	1. 網頁使用與訂房方便度
	2. 客房內環境乾淨衛生		2. 沿路指示標誌清楚
	3. 浴室廁所環境乾淨衛生		3. 民宿價格合理
	4. 公共空間環境乾淨衛生		4. 業者對客人抱怨的處理迅速
	5. 餐飲設備乾淨衛生		5. 消防安全設施符合規定

三、整體滿意度與重遊意願

本部分為整體滿意度與重遊意願之調查（表3-3），包括「對於此次住宿整體滿意度」、「願意再來住宿」、「願意推薦給其他親朋好友」、「願意在社群上給予正面口碑」和「不願意再度住宿的因素」共5題。

表3-3 整體滿意度與重遊意願量表

編號	題項
1	對於此次住宿整體滿意度
2	願意再來住宿
3	願意推薦給其他親朋好友
4	願意在社群上給予正面口碑
5	不願意再度住宿的因素

四、遊客背景資料

遊客背景變項參考林淑真（2008）民宿遊客社經背景變項，共包含7個問題，主要針對遊客性別、婚姻狀況、年齡、職業、平均月收入、教育程度、居住地區等資料進行調查（表3-4）。

表3-4 遊客背景資料變項

題項	選項
性別	男、女

表3-4 遊客背景資料變項 (續)

題項	選項
婚姻	未婚、已婚、其它
年齡	12~20歲、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲、61歲以上
職業	學生、軍警公教、工、商、農林漁牧、服務業、自由業、退休人員、家管、其它_____
平均月收入	23,100元以下、23,101~30,000元、30,001~45,000元、45,001~60,000元、60,001~80,000元、80,001元以上
教育程度	小學、國中、高中職、大專院校、研究所
居住地區	北部(基北桃竹苗)、中部(中彰雲投) 南部(嘉南高屏)、東部(宜花東)、外島(澎湖馬祖)、金門本地

3.3 抽樣方法

本研究受限於人力與時間，調查對象為投宿金門珠山聚落與水頭聚落之旅客，為求足夠之樣本數，無法以隨機抽樣之方式進行，在預定之調查時間內（民國107年12月20日至3月20日），採取立意抽樣（purpose sampling），問卷將發放給每一位年齡12歲以上的投宿旅客。

3.4 資料分析方法

本研究將採用Excel進行統計分析與檢定，以驗證各項研究假設，以下就研究統計方法做說明。

一、描述性統計：描述性統計是一套用以整理、描述、解釋資料的系統方法與統計技術。本研究依據問卷調查結果，以百分比與次數分配呈現遊客背景資料，並以平均數及標準差呈現遊客民宿住宿行前期望、民宿住宿體驗滿意程度、遊客民宿再宿意願之程度。

二、信度分析：檢驗本研究問卷之可信度。Cronbach' s α 係數大於0.7 屬於可信範圍，0.5~ 0.7為可接受範圍，如果信度過低，在0.6以下則應該重新定研究工具或重新編排較為適當（邱皓政，2006）。

三、t檢定：檢驗遊客個人的特質變數（變項為二類者，如性別）與其他因素是否有顯著的關係存在。

四、變異數ANOVA（Analysis of Variance）分析：檢驗遊客個人的變數（變項為二類以上者，如年齡）與其他因素是否有顯著的關係存在。

五、相關分析：衡量問卷內容之各項變數之間的相關性的強弱，-1是完全的負相關，+1是完全正向相關，以數值的方式呈現，所得的資料彙整結果（邱皓政，2006）。

六、IPA 模式重要度-表現度分析法：IPA 模式重要度-表現度分析法 (Importance-performance analysis.) 是以消費者的觀點來分析重要性與表現績效的關連，本研究以IPA 模式重要度-表現度分析遊客民宿住宿行前期望與體驗滿意度之相關性。

IPA 分析法的步驟如下：(黃章展、李素馨、侯錦雄，1999)

- (一) 列出要研究的各項屬性，發展成問卷的題項。
- (二) 請受訪者針對這些屬性分別在「行前重視程度」和「事後滿意度」兩方面評定等級。
- (三) 以「行前重視程度」為橫軸，「事後滿意度」為縱軸，以各屬性的評定等級為座標，將各項屬性的數值標示在二為空間中。
- (四) 以等級中點為分隔點，將二為空間分成四個象限。

在 O'Sullivan (1991) 的 IPA 座標圖中是以等級中點做為分隔點，但是 Hollenhorst, Olson and Fortney (1992)認為若以重要 (I) - 表現 (P) 程度各自的總平均值(overall mean)為分隔點，比使用等級中點(middle point)更具有判斷力，故在本研究中使用總平均值做為 X-Y 軸的分隔點。

第四章 研究結果與討論

本研究自 2018 年 12 月 20 日開始分別在珠山聚落與水頭聚落發放問卷，至 2019 年 2 月，全部發放 173 份，實際收回 145 份，有效問卷各為 60 份共計 120 份，無效問卷為 25 份；無效部分皆為遊客填寫不完整，所以淘汰掉無效問卷，以有效問卷進行分析。

本研究先以敘述性統計來分析遊客基本資料、旅遊特性及滿意度，以明瞭珠山聚落與水頭聚落民宿的遊客特性，接著以 IPA 績效分析法，以提供給業者經營管理上的決策參考依據。

4.1 遊客基本資料

遊客至金門珠山聚落與水頭聚落民宿的基本資料包括性別、婚姻、年齡、職業、平均月收入、教育程度及居住地區，共計七個題項，其樣本特性調查結果如下列各表所示。

4.1.1 珠山聚落民宿遊客基本資料

經由表 4-1 得知，珠山聚落的調查以男性受訪者居多，佔 65.0% (圖 4-1)，已婚與未婚比例接近，分別為 46.6%與 51.7%，其他佔 1.7% (圖 4-2)，而遊客平均年齡落在「21~30 歲」及「31~40 歲」兩個區間，分別為 33.3%與 50.0% (圖 4-3)，教育程度以「大專院校」最多，佔比例達 88.3%。(圖 4-4)

在職業方面，以「商」及「服務業」居多，分別為 35.0%與 33.3% (圖 4-5)，而平均月收入以「30,001~45,000 元」最多 (53.3%)，其次為「45,001~60,000 元」(26.7%)(圖 4-6)，遊客所居住地區均勻分布全台，分別為北部(基北桃竹苗)佔 35.0%、中部(中彰雲投)佔 30.0%、南部(嘉南高屏)佔 30.0%、東部(宜花東)佔 5.0% (圖 4-7)。

表 4-1 珠山聚落旅客基本資料

基本資料變數		樣本數	百分比	基本資料變數		樣本數	百分比
性別	男	39	65.0%	學生		3	5.0%
	女	21	35.0%		軍警公教		4
婚姻狀況	未婚	31	51.7%	職業	工	11	18.3%
	已婚	28	46.6%		商	21	35.0%
	其他	1	1.7%		農林漁牧	1	1.7%
年齡	12~20 歲	2	3.3%	服務業	20	33.3%	
	21~30 歲	20	33.3%	自由業	0	0%	
	31~40 歲	30	50.0%	退休人員	0	0%	
	41~50 歲	4	6.7%	家管	0	0%	
	51~60 歲	4	6.7%	其它	0	0%	
	61 歲以上	0	0%				
教育程度	小學	0	0%	平均 月收 入	23,100 元以下	1	1.67%
	國中	0	0%		23,101~30,000 元	7	11.67%
	高中職	3	5.0%		30,001~45,000 元	32	53.33%
	大專院校	53	88.3%		45,001~60,000 元	16	26.67%
	研究所	4	6.7%		60,001~80,000 元	3	5.00%
居住地	北部(基北桃竹苗)	21	35.0%	80,001 元以上	1	1.67%	
	中部(中彰雲投)	18	30.0%				
	南部(嘉南高屏)	18	30.0%				
	東部(宜花東)	3	5.0%				

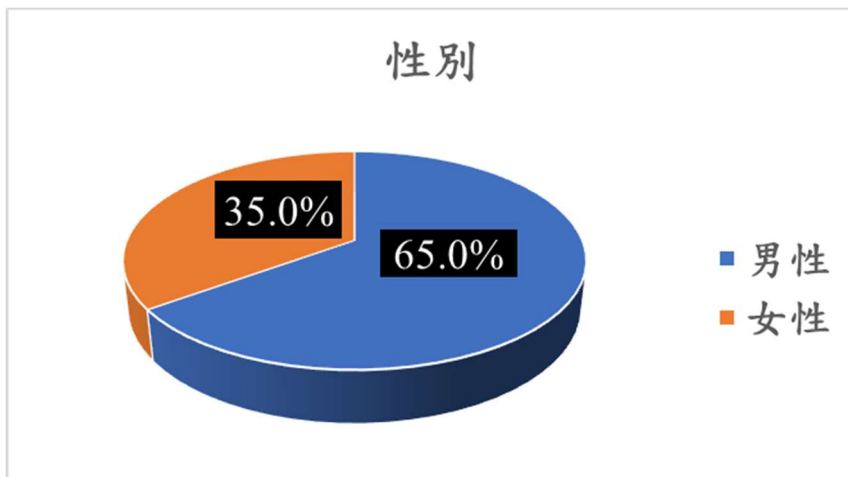


圖 4-1 珠山聚落遊客性別分布

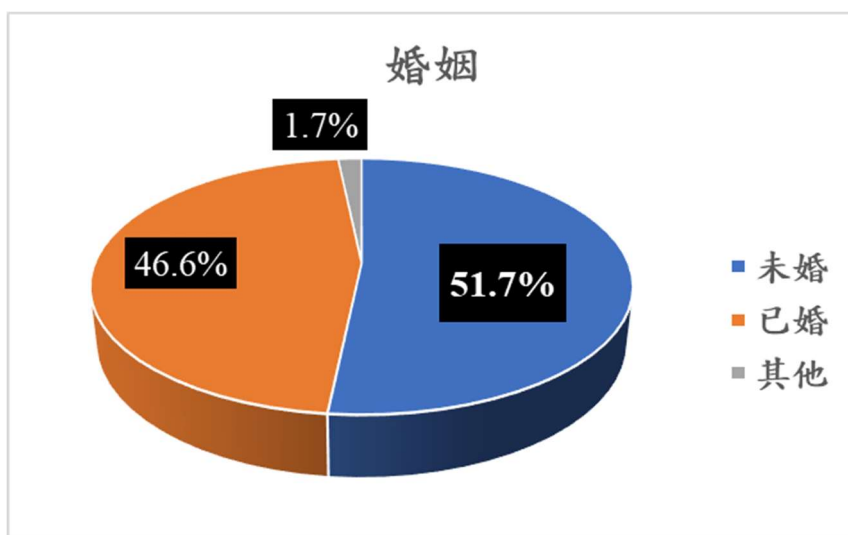


圖 4-2 珠山聚落遊客婚姻狀況分布

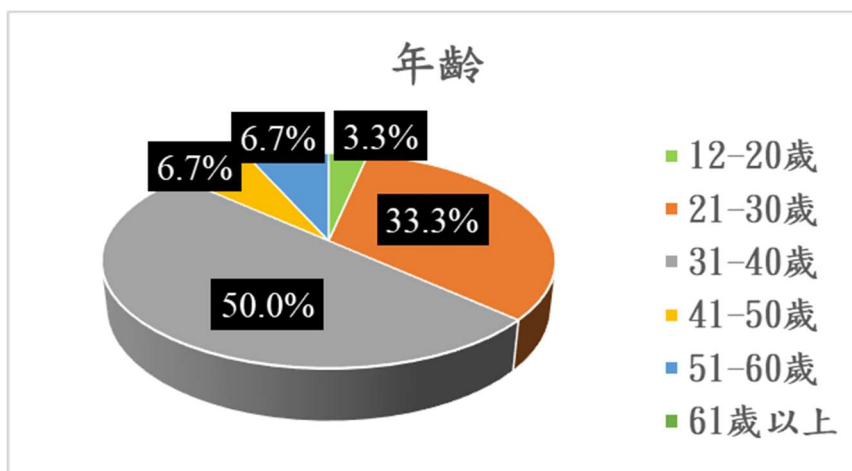


圖 4-3 珠山聚落遊客年齡分布

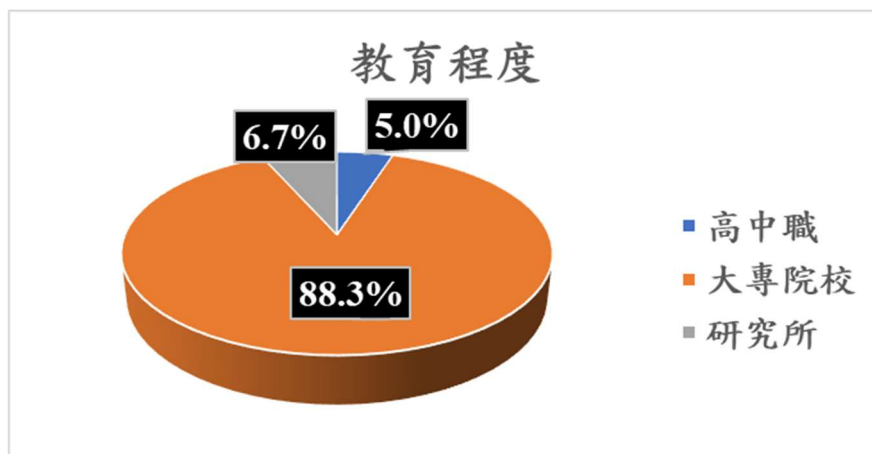


圖 4-4 珠山聚落遊客教育程度分布

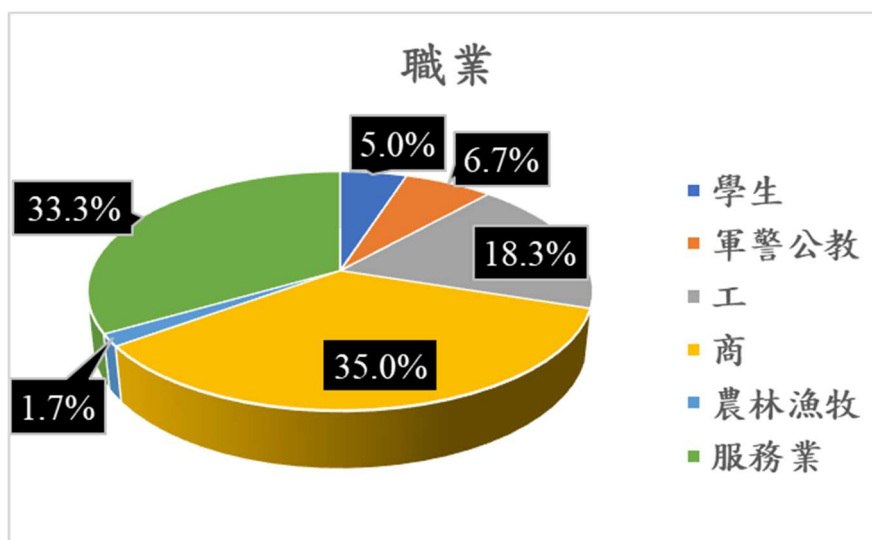


圖 4-5 珠山聚落遊客職業分布

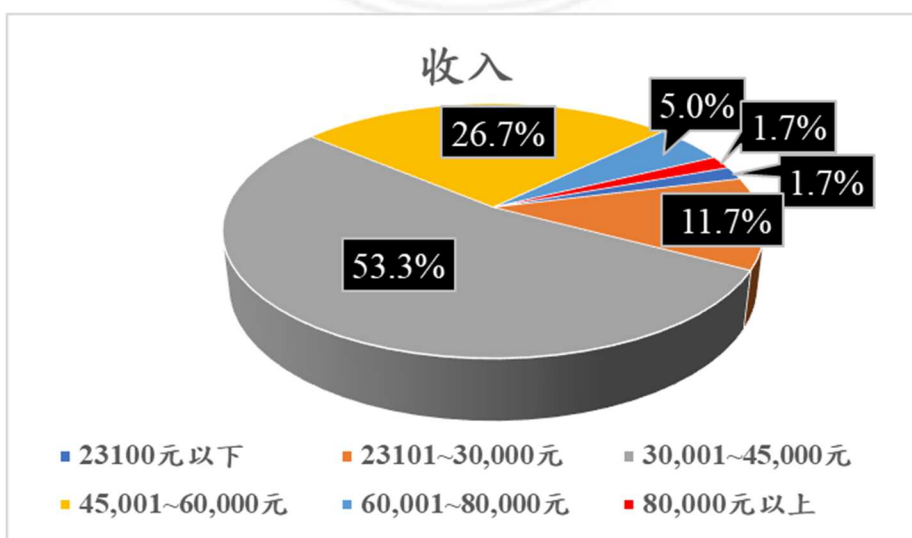


圖 4-6 珠山聚落遊客收入分布

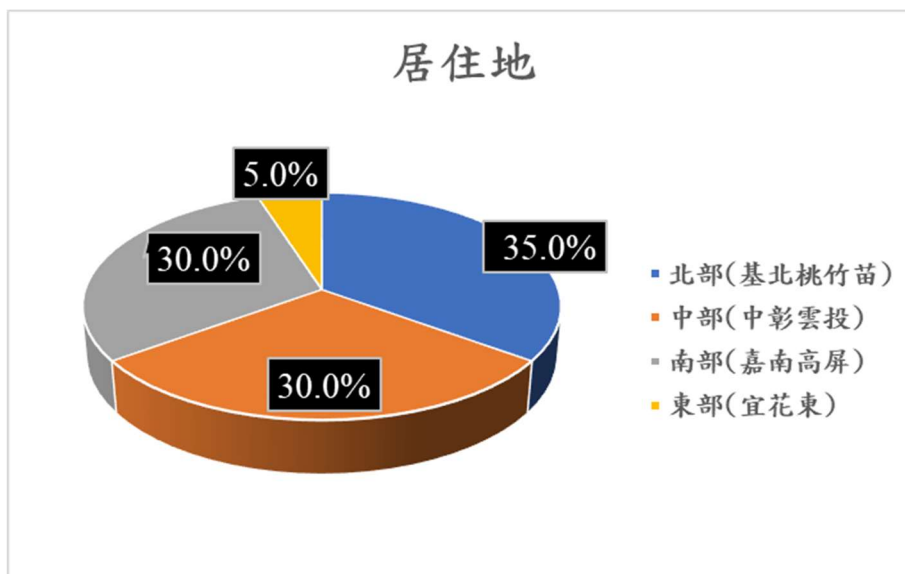


圖 4-7 珠山聚落遊客居住地分布

4.1.2 水頭聚落民宿遊客基本資料

經由表 4-2 得知，水頭聚落的調查以男性與女性比例接近(圖 4-8)，但未婚者居多 (66.7%) (圖 4-9)，而遊客平均年齡落在「21~30 歲」及「31~40 歲」兩個區間，分別為 46.7%與 38.3% (圖 4-10)，教育程度以「大專院校」最多，佔比例達 93.3% (圖 4-11)。

在職業方面，以「商」及「服務業」居多，分別為 38.4%與 28.3% (圖 4-12)，而平均月收入以「30,001~45,000 元」最多 (51.7%)，其次為「45,001~60,000 元」(25.0%) (圖 4-13)。

遊客所居住地區均勻分布全台，北部(基北桃竹苗)最多佔 48.3%、中部(中彰雲投)佔 23.3%、南部(嘉南高屏)佔 21.7%、東部(宜花東)佔 1.7%，大陸地區佔 3.3% (圖 4-14)。

表 4-2 水頭聚落旅客基本資料

基本資料變數		樣本數	百分比	基本資料變數	樣本數	百分比		
性別	男	29	48.3%	職業	學生	4	6.7%	
	女	31	51.7%		軍警公教	5	8.3%	
婚姻狀況	未婚	40	66.7%		工	5	8.3%	
	已婚	19	31.6%		商	23	38.4%	
	其他	1	1.7%		農林漁牧	1	1.7%	
年齡	12~20 歲	2	3.3%		服務業	17	28.3%	
	21~30 歲	28	46.7%		自由業	0	0%	
	31~40 歲	23	38.3%		退休人員	1	1.7%	
	41~50 歲	6	10.0%		家管	2	3.3%	
	51~60 歲	1	1.7%		其它	2	3.3%	
	61 歲以上	0	0%					
教育程度	小學	0	0%		平均月收入	23,100 元以下	2	3.3%
	國中	0	0%			23,101~30,000 元	10	16.7%
	高中職	3	5.0%			30,001~45,000 元	31	51.7%
	大專院校	56	93.3%			45,001~60,000 元	15	25.0%
	研究所	1	1.7%			60,001~80,000 元	2	3.3%
			80,001 元以上			0	0%	
居住地	大陸	2	3.3%					
	非華人地區	1	1.7%					
	北部(基北桃竹苗)	29	48.3%					
	中部(中彰雲投)	14	23.3%					
	南部(嘉南高屏)	13	21.7%					
	東部(宜花東)	1	1.7%					

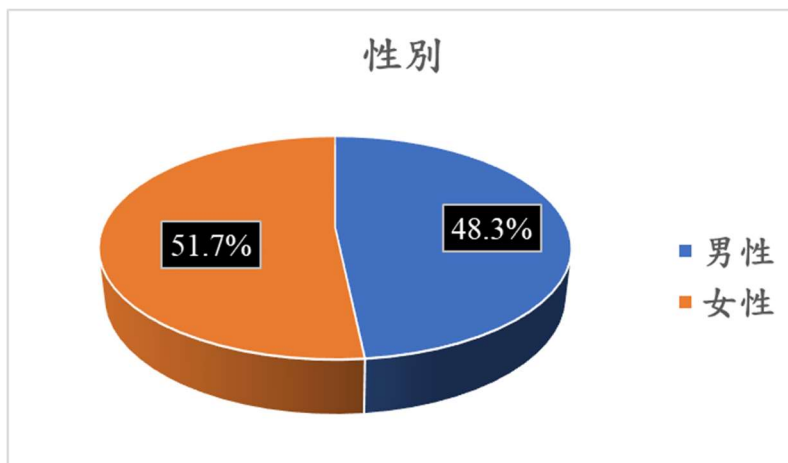


圖 4-8 水頭聚落遊客性別分布

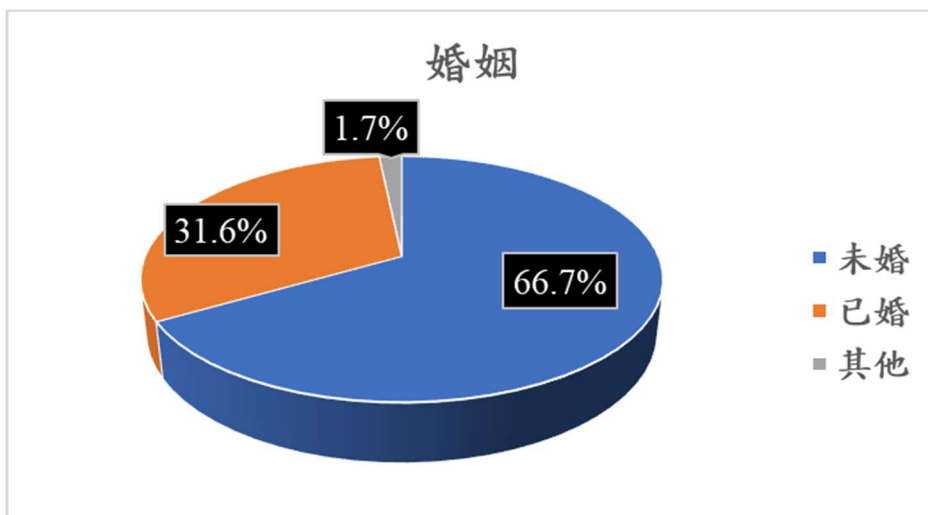


圖 4-9 水頭聚落遊客婚姻狀況分布

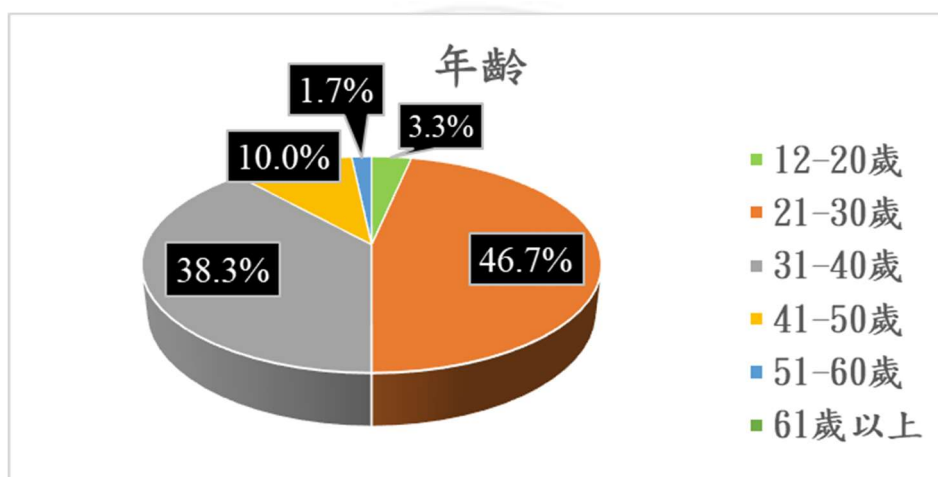


圖 4-10 水頭聚落遊客年齡分布

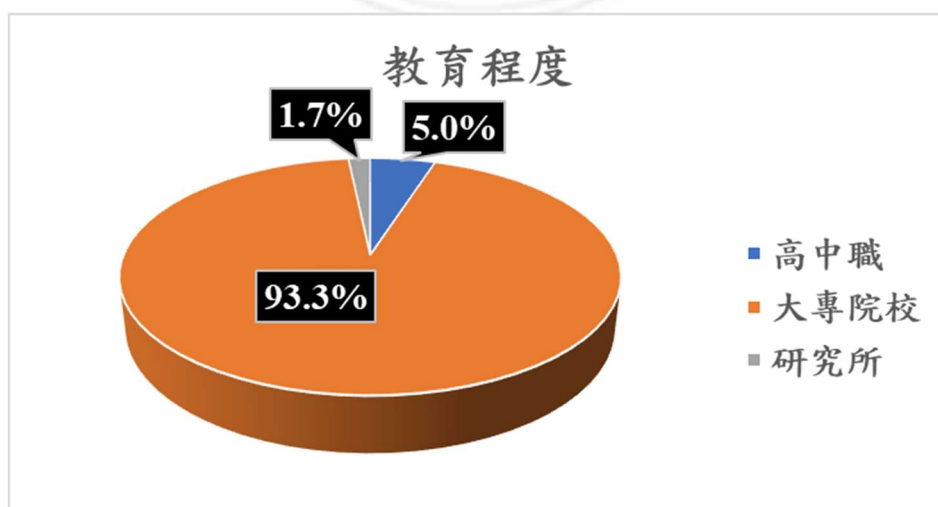


圖 4-11 水頭聚落遊客教育程度分布

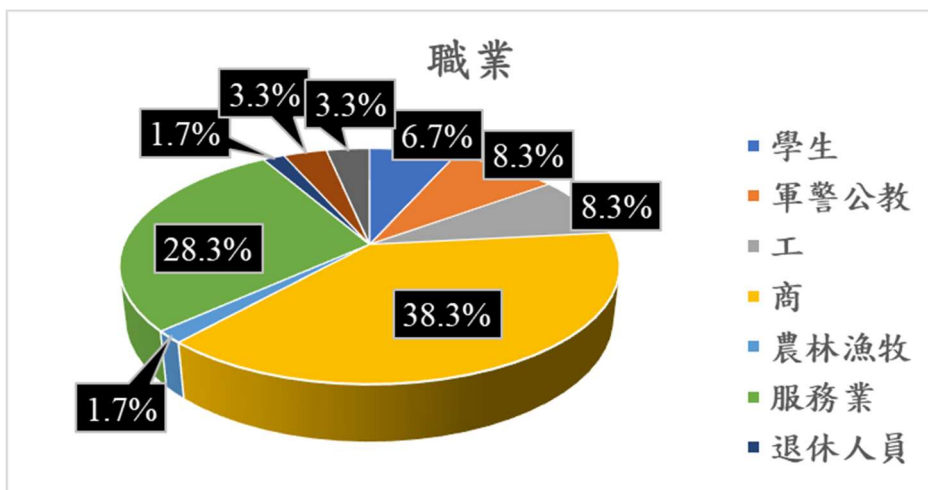


圖 4-12 水頭聚落遊客職業分布

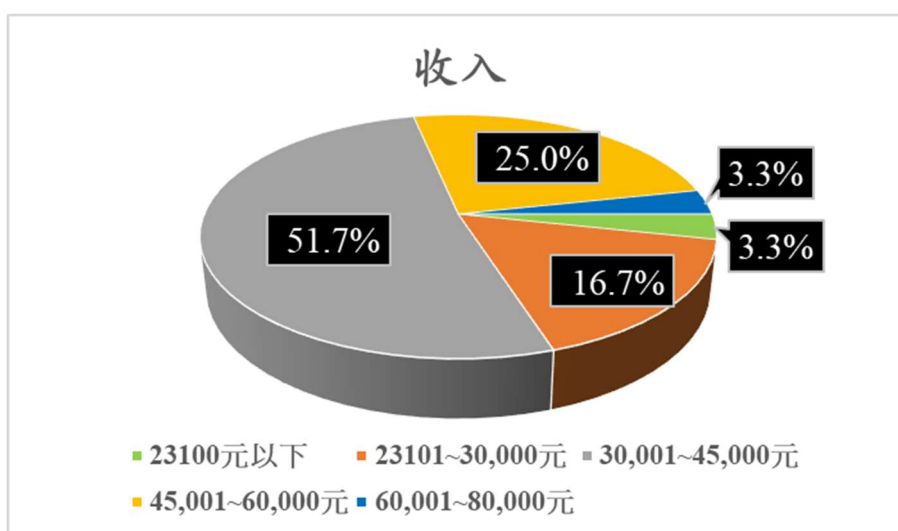


圖 4-13 水頭聚落遊客收入分布

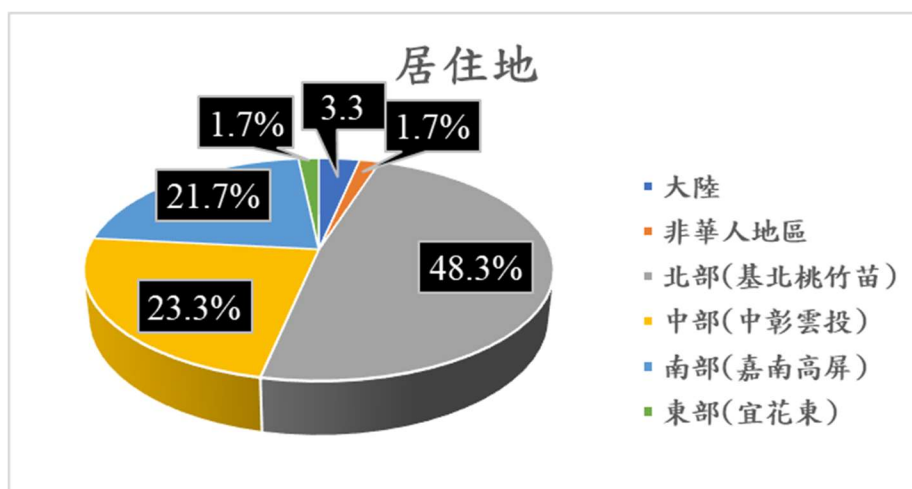


圖 4-14 水頭聚落遊客居住地分布

4.2 遊客旅遊特性

遊客至金門珠山聚落與水頭聚落民宿的旅遊特性包括前來次數、住宿民宿名稱、同伴性質、旅遊資訊、在金門停留時間、該民宿住宿時間與旅遊動機，共計七個題項，其樣本特性調查如下列各表所示。

4.2.1 珠山聚落民宿遊客旅遊特性

經由表 4-3 得知，有 90.0% 的受訪者是第一次到訪（圖 4-15），選擇住宿「珠山大院」的最多，佔 20.0%，其次為「依山行館」，有 16.7%，「落番居」、「陶然居」和「校長的家」也分別有 11.7%、11.7% 和 10.0%，「珠山官邸」有 8.3%。

在旅遊同伴性質（複選）部分，有 40.0% 的受訪者是與「朋友同事」出遊，也有 31.7% 的比例是與「配偶」同行，與「子女」同行也有 15.0%，另外與「父母」及「旅遊團體」出遊的各佔 10.0%，值得注意的是，「自己單獨」出遊的佔 18.3%，排名在第三位，推測原因是珠山聚落四面是高地環繞，顯示出與外世隔絕的感覺，交通不便的缺點反而顯得環境清幽、不受打擾，吸引了想要獨處清靜的遊客，顯示在珠山聚落民宿的宣傳推廣上，「個人化商機」可能是業者值得注意的一個大好的發展機會。

表 4-3 珠山聚落旅客旅遊特性

旅遊特性變數	樣本數	百分比	旅遊特性變數	樣本數	百分比		
前來 次數	第一次	54	90.0%	旅遊資 訊管道 (可複 選)	旅遊網站	48	80.0%
	第二次	3	5.0%		親友介紹	19	31.7%
	第三次	2	3.3%		電視廣播	1	1.7%
	四次(含以上)	1	1.7%		報章雜誌	3	5.0%
住宿 的民 宿	珠山官邸	5	8.3%	觀光摺頁	12	20.0%	
	珠山大院	12	20.0%	旅行社建議行程	5	8.3%	
	依山行館	10	16.7%	順道經過	0	0%	
	慢慢民宿	4	6.7%	其他	5	8.3%	
	珠山娜一家	4	6.7%	旅遊動 機	出差	2	3.3%
	落番居	7	11.7%		拜訪親友	2	3.3%
	校長的家	6	10.0%		休閒觀光	44	73.3%
	陶然居	7	11.7%		文化探索	1	1.7%
	珠山 17-1 號	3	5.0%		尋找記憶	1	1.7%
	珠山 75 號	2	3.2%		宗教交流	1	1.7%
珠山 82 號	0	0%	活動交流		1	1.7%	
配偶	19	31.7%	生態旅遊		6	10.0%	
男女朋友	1	1.7%	運動旅遊		2	3.3%	
子女	9	15.0%	其它		0	0%	
旅遊 同伴 (可 複 選)	父母	6	10.0%	住宿該 民宿時 間	1 天	15	25.0%
	非直系親人	0	0%		2 天	30	50.0%
	朋友同事	24	40.0%		3 天	12	20.0%
	自己單獨	11	18.3%		4 天	3	5.0%
旅遊團體	6	10.0%	5 天		0	0%	
其它	0	0%	6 天以上		0	0%	
停留 金門 當地 時間	1 天	0	0%				
	2~3 天	45	75.0%				
	4~5 天	15	25.0%				

而在旅遊資訊(複選)部分，有 80.0%的受訪者其資訊來源是來自於「旅遊網站」，其次為「親友介紹」也有 31.7%，第三為「觀光摺頁」佔 20.0%，顯示在目前資訊化的時代裡，「網路資訊」相對於其他的媒體媒介，仍然佔有非常重要的地位，提供大家最方便快速的訊息來源。

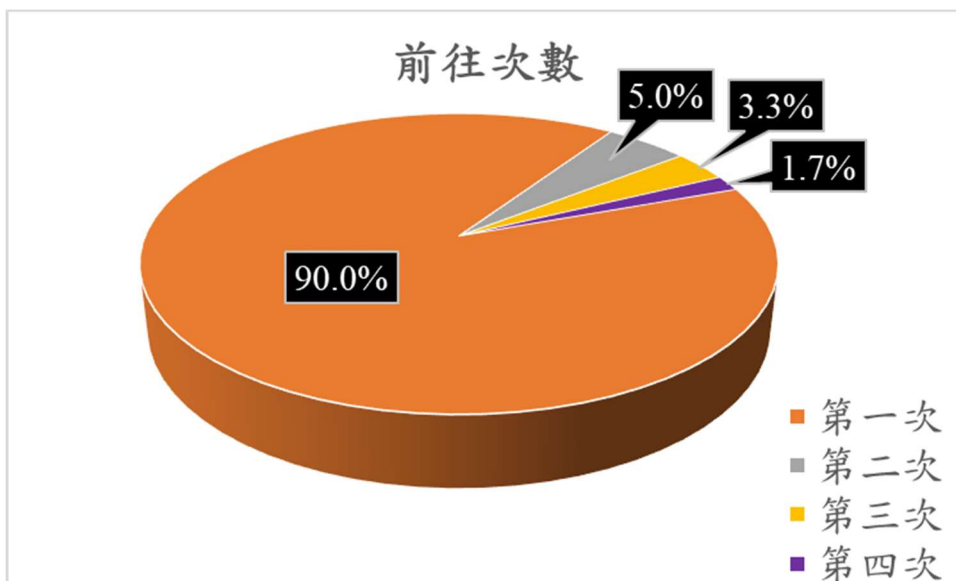


圖 4-15 來訪珠山聚落民宿次數分布

受訪者在金門停留的時間，以「2~3 天」為最多佔 75.0%，「4~5 天」有 25.0%（圖 4-16），停留在該民宿的時間，以「2 天」為最多佔 50.0%，「1 天」有 25.0%，「3 天」有 20.0%，「4 天」有 5.0%（圖 4-17）。

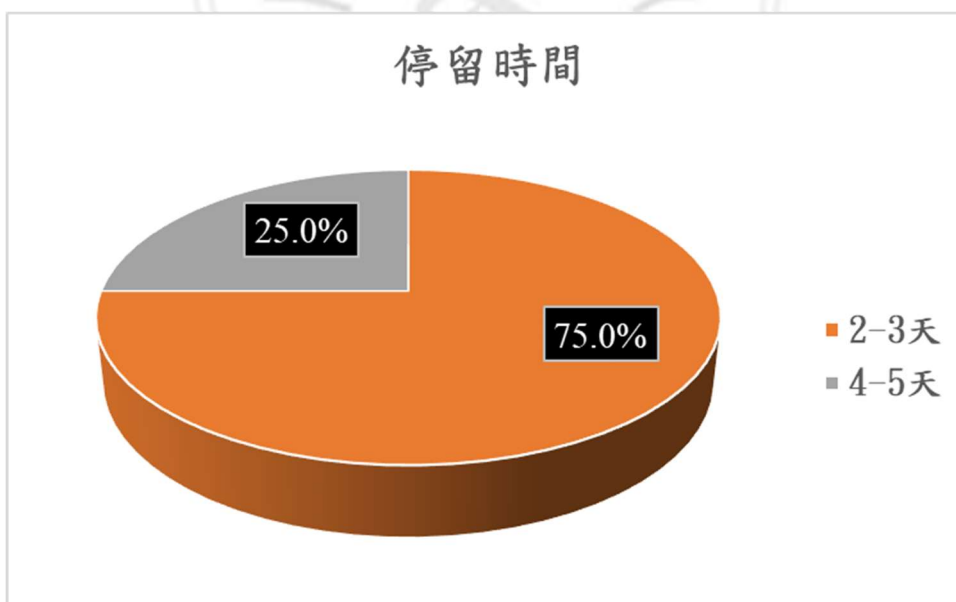


圖 4-16 來訪金門停留時間分布

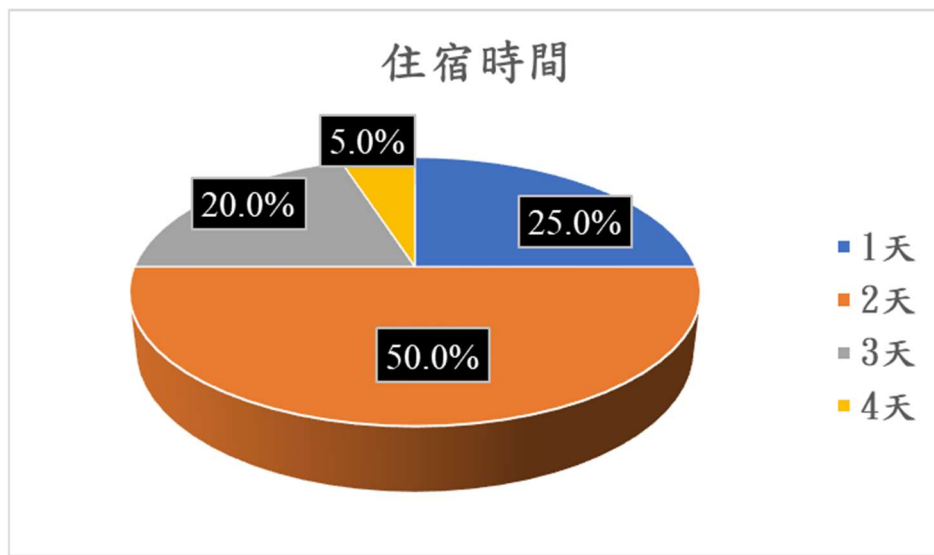


圖 4-17 來訪珠山聚落住宿天數分布

旅遊動機部分，「休閒觀光」佔 73.3% 為大多數，其次為「生態旅遊」佔 10.0%，其餘的動機均在 4.0% 以下（圖 4-18）。

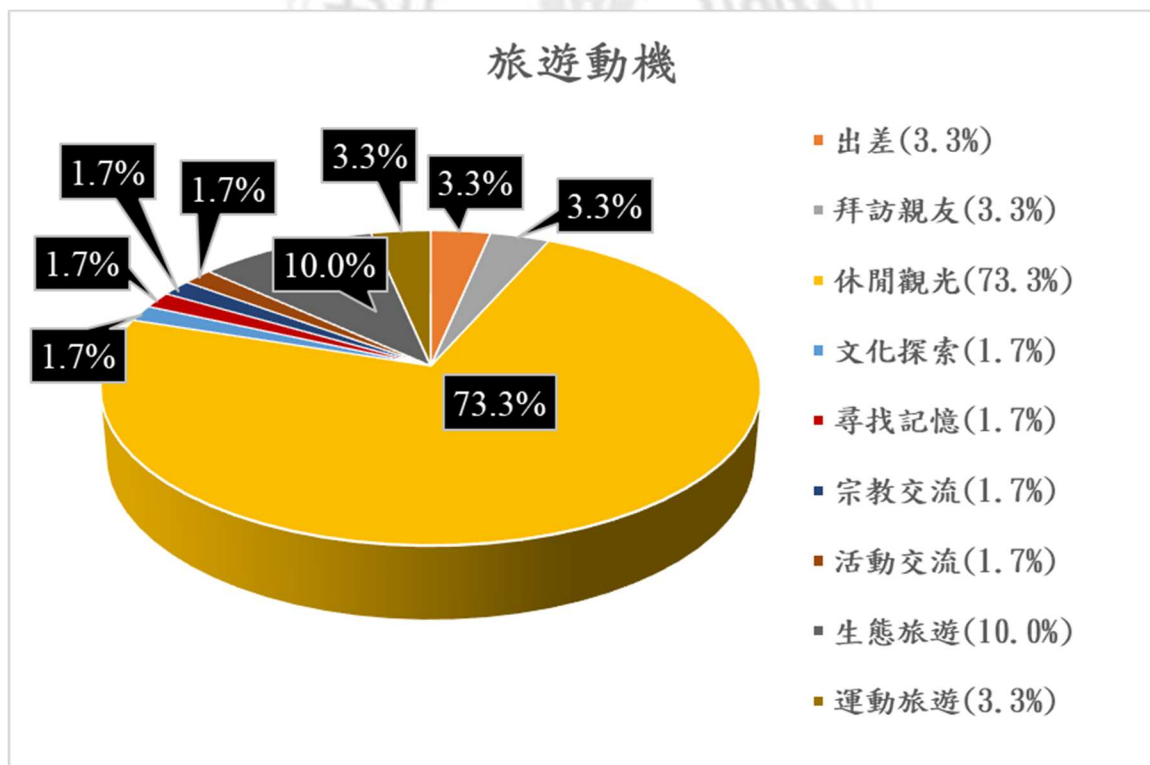


圖 4-18 旅遊動機分布

4.2.2 水頭聚落民宿遊客旅遊特性

經由表 4-4 得知，有 83.3% 的受訪者是第一次到訪（圖 4-19），選擇住宿「水頭客棧」的最多，佔 20.0%，其次為「薪水調歌」，有 16.7%，「閩南旅店」有 10.0%。

在旅遊同伴性質(複選)部分，有超過半數(51.7%)的受訪者是與「朋友同事」出遊，也有 18.3% 的比例是與「配偶」同行，與「子女」同行也有 15.0%，另外與「父母」及「男女朋友」出遊的各佔 11.7% 與 10.0%，「旅遊團體」及「自己單獨」出遊的各佔 8.3% 與 5.0%。

而在旅遊資訊(複選)部分，有 80.0% 的受訪者其資訊來源是來自於「旅遊網站」，其次為「親友介紹」也有 33.3%，第三為「觀光摺頁」佔 11.7%，顯示在目前資訊化的時代裡，「網路資訊」相對於其他的媒體媒介，仍然佔有非常重要的地位，提供大家最方便快捷的訊息來源。

受訪者在金門停留的時間，以「2~3 天」為最多，佔 68.3%，「4~5 天」也有 25.0%（圖 4-20），停留在該民宿的時間，以「2 天」為最多，佔 45.0%，「1 天」有 28.3%，「3 天」有 21.7%，「4 天」有 5.0%（圖 4-21）。

旅遊動機部分，「休閒觀光」佔 68.3% 為大多數，其次為「生態旅遊」佔 11.6%，「文化探索」佔 10.0%，其餘的動機比例較低（圖 4-22）。

表 4-4 水頭聚落旅客旅遊特性

旅遊特性變數	樣本數	百分比 %	旅遊特性變數	樣本數	百分比 %			
前來次數	第一次	50	83.3%	旅遊資訊管道 (可複選)	旅遊網站	48	80.0%	
	第二次	7	11.7%		親友介紹	20	33.3%	
	第三次	3	5.0%		電視廣播	0	0%	
	四次(含以上)	0	0%		報章雜誌	2	3.3%	
住宿的民宿	鳳毛麟趾	4	6.67%		觀光摺頁	7	11.7%	
	薪水調歌	10	16.67%		旅行社建議行程	5	8.3%	
	水頭客棧	12	20.00%		順道經過	0	0%	
	水頭 7, 9, 20 號	3	5.00%		其他	5	8.3%	
	十八支樑	2	3.33%		旅遊動機	出差	4	6.7%
	水頭 28, 29 號	1	1.67%			拜訪親友	0	0%
	水頭 37, 53 號民宿	4	6.67%	休閒觀光		41	68.3%	
	水頭 33 號	4	6.67%	文化探索		6	10.0%	
	閩南旅店	6	10.00%	尋找記憶		0	0%	
	水頭 34 號	3	5.00%	宗教交流		0	0%	
	水頭 45, 85, 86 號	4	6.67%	活動交流		1	1.7%	
	水頭 6 號	2	3.33%	生態旅遊		7	11.6%	
水頭 4 號	2	3.33%	運動旅遊	1		1.7%		
水頭 103 號民宿	3	5.00%	其它	0		0%		
旅遊同伴 (可複選)	配偶	11	18.3%	住宿該 民宿時 間	1 天	17	28.3%	
	男女朋友	6	10.0%		2 天	27	45.0%	
	子女	9	15.0%		3 天	13	21.7%	
	父母	7	11.7%		4 天	3	5.0%	
	非直系親人	0	0%		5 天	0	0%	
	朋友同事	31	51.7%		6 天以上	0	0%	
停留金門 當地時間	自己單獨	3	5.0%					
	旅遊團體	5	8.3%					
	其它	0	0%					
	1 天	4	6.7%					
2~3 天	41	68.3%						
4~5 天	15	25.0%						

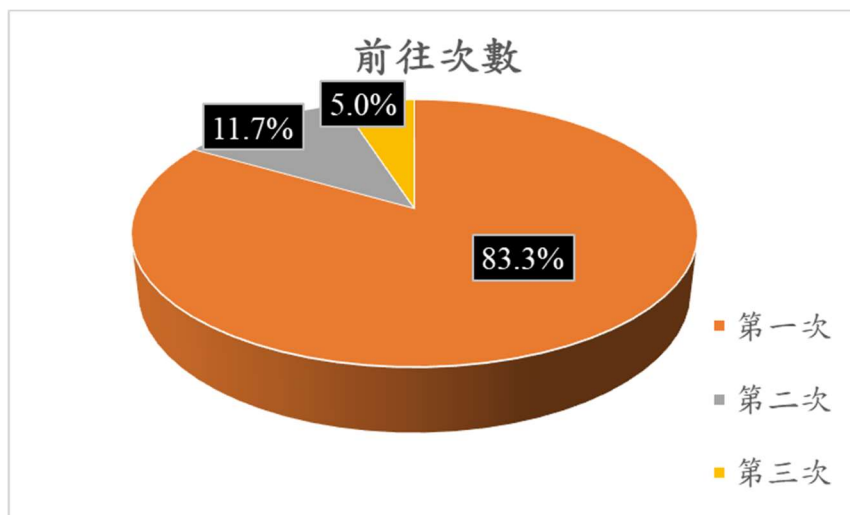


圖 4-19 來訪水頭聚落民宿次數分布

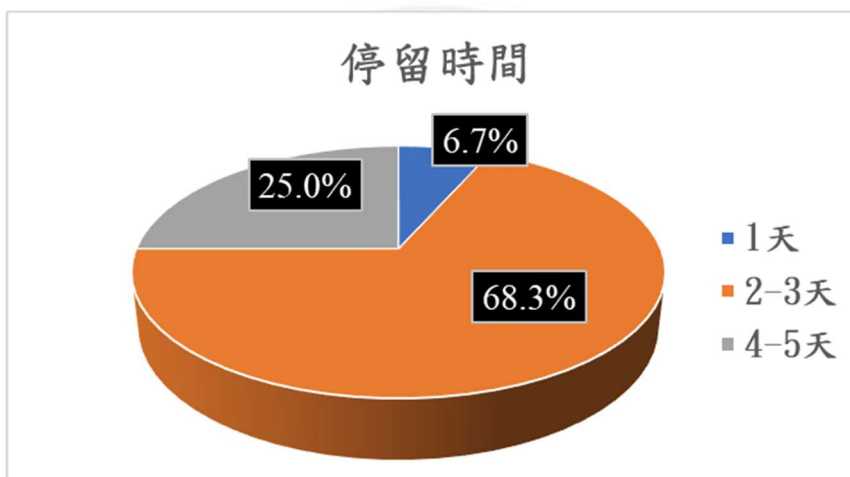


圖 4-20 來訪金門停留時間分布

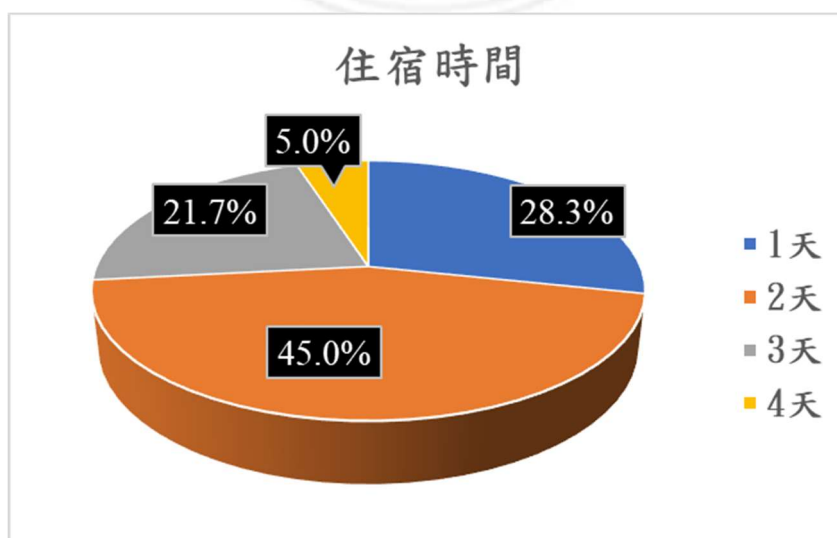


圖 4-21 來訪水頭聚落住宿天數分布

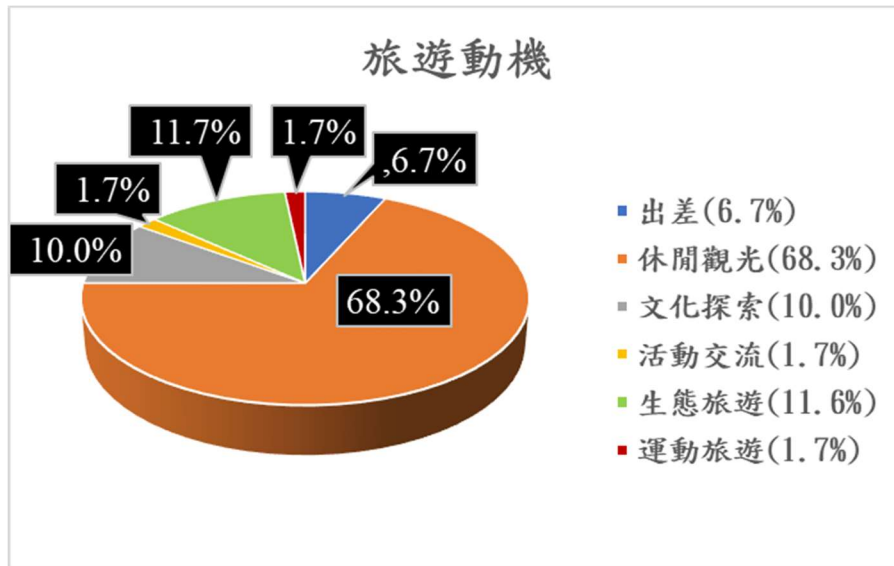


圖 4-22 旅遊動機分布

4.3 遊客事後滿意度

本研究以五個構面(感官體驗、心理感受、環境衛生、餐飲供應、服務品質)分別探討遊客對於珠山聚落與水頭聚落民宿的行前重視度與事後滿意度，進一步分析受訪者滿意度最高的前五名與滿意度最低之五名。

4.3.1 珠山聚落遊客之事後滿意度

經由表 4-5 的資料整理至表 4-6 可以看出，滿意度最高的前五名全部在「環境衛生」方面，最高分為「公共空間乾淨衛生」，平均值為 4.35，「周遭環境乾淨衛生」和「浴廁乾淨衛生」同為 4.33，「客房乾淨衛生」為 4.32，「餐飲設備乾淨衛生」為 4.28，顯示業者們在環境衛生這一部分的努力，有獲得消費者的肯定。

表 4-5 受訪者行前重視程度與事後滿意度（珠山）

構面	編號	題項	事前期望	事後滿意
感官體驗方面	1-1	景觀設計優美	3.57	3.98
	1-2	家飾具有特色	3.45	3.93
	1-3	建築具有特色	3.55	4.00
	1-4	環境清幽	4.45	4.25
	1-5	房間空氣清新	4.48	4.23
心理感受方面	2-1	懷舊感	3.50	3.93
	2-2	氛圍輕鬆	4.52	4.27
	2-3	舒適感	4.50	4.25
	2-4	有隱私性	4.50	4.27
	2-5	溫馨感	3.68	4.02
環境衛生方面	3-1	周遭環境乾淨衛生	4.82	4.33
	3-2	客房乾淨衛生	4.82	4.32
	3-3	浴廁乾淨衛生	4.80	4.33
	3-4	公共空間乾淨衛生	4.83	4.35
	3-5	餐飲設備乾淨衛生	4.80	4.28
餐飲供應方面	4-1	用餐環境設施規劃	3.70	3.97
	4-2	餐飲口味具有特色	3.70	3.95
	4-3	餐飲選擇多樣性	3.67	3.93
	4-4	餐飲價格合理	3.73	4.00
	4-5	餐飲環境舒適	4.60	4.23
服務品質方面	5-1	員工服務態度	4.15	4.07
	5-2	旅遊資訊與資源提供	4.13	4.08
	5-3	導覽解說	3.58	4.03
	5-4	提供諮詢	4.20	4.08
	5-5	提供交通工具	4.35	4.10
經營管理方面	6-1	網頁與訂房方便	4.13	4.05
	6-2	指標清楚	4.15	4.08
	6-3	民宿價格合理	4.18	4.10
	6-4	客訴處理迅速	4.18	4.07
	6-5	消防安全設施符合規定	4.33	4.10
		平均值	4.17	4.12

表 4-6 珠山聚落受訪者事後滿意度最高之前五名

編號	構面	題項	事後滿意
3-4		公共空間乾淨衛生	4.35
3-1		周遭環境乾淨衛生	4.33
3-3	環境衛生方面	浴廁乾淨衛生	4.33
3-2		客房乾淨衛生	4.32
3-5		餐飲設備乾淨衛生	4.28

至於滿意度最低的項目，「家飾具有特色」、「懷舊感」和「餐飲選擇多樣性」均為 3.93，顯示遊客到古厝型民宿居住，希望能夠感受到更強烈的懷舊氛圍與特色，對於餐飲方面，希望能有更多的選擇。另外在「餐飲口味」和「用餐環境」方面也是相對於較低的滿意度。

表 4-7 珠山聚落受訪者事後滿意度最低之前五名

編號	構面	題項	事後滿意
1-2	感官體驗方面	家飾具有特色	3.93
2-1	心理感受方面	懷舊感	3.93
4-3		餐飲選擇多樣性	3.93
4-2	餐飲供應方面	餐飲口味	3.95
4-1		用餐環境	3.97

4.3.2 水頭聚落遊客之事後滿意度

經由表 4-8 的資料整理至表 4-9 可以看出，滿意度最高的前五名，最高分為「感官體驗」構面的「環境清幽」，平均值為 4.47 分，其次為「房間空氣清新」的 4.45 分，其次在「環境衛生」構面，「公共空間乾淨衛生」為 4.43 分，「浴廁乾淨衛生」和「餐飲設備乾淨衛生」同為 4.42 分，「經營管理」構面的「消防安全設施符合規定」也是 4.42 分，顯示

業者們在環境衛生的努力，有獲得消費者的肯定。

表 4-8 受訪者行前重視程度與事後滿意度（水頭）

構面	編號	題項	事前期望	事後滿意
感官體驗方面	1-1	景觀設計優美	3.87	3.98
	1-2	家飾具有特色	3.83	4.00
	1-3	建築具有特色	3.95	4.05
	1-4	環境清幽	4.62	4.47
	1-5	房間空氣清新	4.65	4.45
心理感受方面	2-1	懷舊感	3.85	4.03
	2-2	氛圍輕鬆	4.58	4.40
	2-3	舒適感	4.55	4.38
	2-4	有隱私性	4.60	4.40
	2-5	溫馨感	3.93	4.08
環境衛生方面	3-1	周遭環境乾淨衛生	4.68	4.37
	3-2	客房乾淨衛生	4.73	4.40
	3-3	浴廁乾淨衛生	4.75	4.42
	3-4	公共空間乾淨衛生	4.72	4.43
	3-5	餐飲設備乾淨衛生	4.73	4.42
餐飲供應方面	4-1	用餐環境設施規劃	3.80	3.87
	4-2	餐飲口味具有特色	3.78	3.85
	4-3	餐飲選擇多樣性	3.87	3.83
	4-4	餐飲價格合理	4.02	3.90
	4-5	餐飲環境舒適	4.57	4.15
服務品質方面	5-1	員工服務態度	4.47	4.33
	5-2	旅遊資訊與資源提供	4.35	4.27
	5-3	導覽解說	4.08	4.10
	5-4	提供諮詢	4.43	4.25
	5-5	提供交通工具	4.57	4.38
經營管理方面	6-1	網頁與訂房方便	4.38	4.33
	6-2	指標清楚	4.35	4.30
	6-3	民宿價格合理	4.32	4.28
	6-4	客訴處理迅速	4.43	4.35
	6-5	消防安全設施符合規定	4.52	4.42
平均值			4.33	4.22

表 4-9 水頭聚落受訪者事後滿意度最高之前五名

編號	構面	題項	事後滿意
1-4	感官體驗方面	環境清幽	4.47
1-5		房間空氣清新	4.45
3-4	環境衛生方面	公共空間乾淨衛生	4.43
3-3		浴廁乾淨衛生	4.42
3-5		餐飲設備乾淨衛生	4.42
6-5	經營管理方面	消防安全設施符合規定	4.42

至於滿意度最低的項目，在「感官體驗」構面的「景觀設計優美」為 3.98 分，分數較低的集中在「餐飲供應」構面的「餐飲價格」、「用餐環境」、「餐飲口味」和「餐飲選擇」這四項，顯示遊客到古厝型民宿居住，對於餐飲方面的要求仍然是注重的，水頭聚落內只有兩家餐廳，一家是經營團體客，另一家是小吃店，而古厝民宿本身受限於設備與人力，不太可能有廚房和專屬廚師，民宿業者若能與附近餐飲業者合作，以金門當地的特色食材，製作各種風味餐，提供多一些的選擇，若是消費者覺得美味，自然在價格上也不會計較，相對地滿意度就會有提升的希望。

表 4-10 水頭聚落受訪者事後滿意度最低之前五名

編號	構面	題項	事後滿意
1-1	感官體驗方面	景觀設計優美	3.98
4-4	餐飲供應方面	餐飲價格	3.90
4-1		用餐環境	3.87
4-2		餐飲口味	3.85
4-3		餐飲選擇	3.83

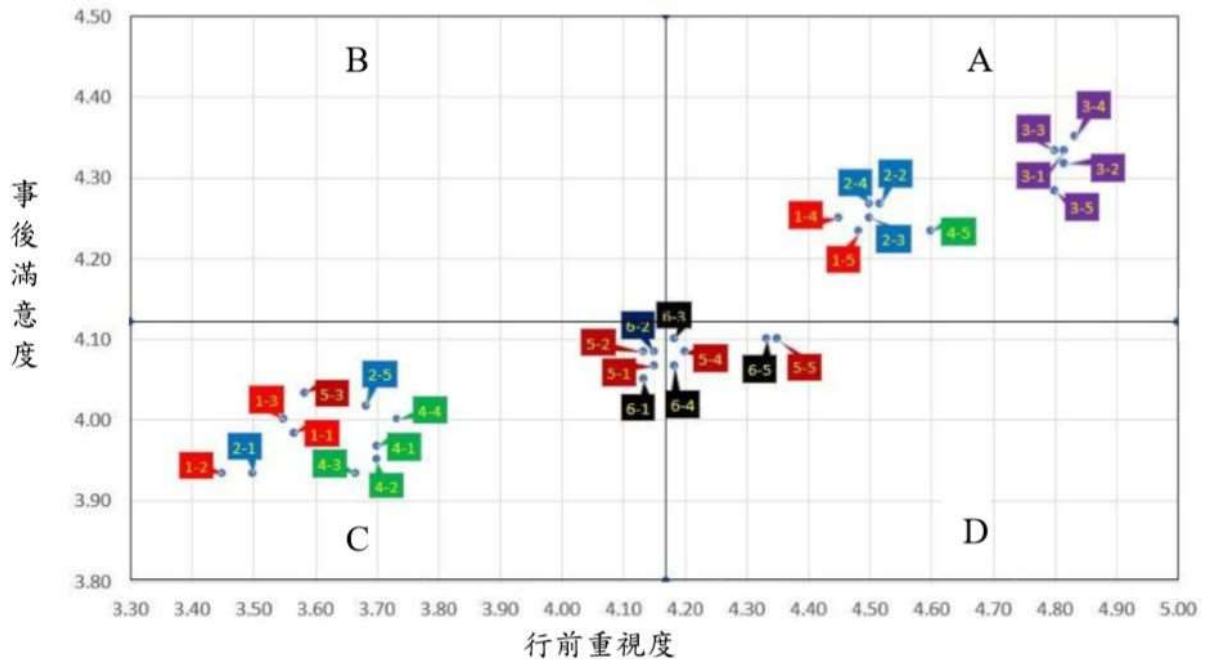
4.4 經營績效分析

本研究以 I.P.A. 法（重要性與績效法，Importance Performance Analysis），針對受訪者面對各因素屬性的行前重視與體驗後的滿意度為基礎，進而以顧客滿意矩陣，依行前期望與滿意度等兩個向度分成 A 象限的關鍵優勢（Critical-satisfaction matrix）、B 象限的無意義優勢（Insignificant Strength）、C 象限的潛在威脅（Potential Threat）與 D 象限的風險與機會（Risk & Opportunity）等四個象限。

4.4.1 珠山聚落民宿之經營績效分析

本研究以 I.P.A. 法分析，由圖 4-23 可以看出，有 11 項位於 A 象限的關鍵優勢，分別是「感官體驗」構面的「環境清幽」與「空氣清新」；「心理感受」構面的「氛圍輕鬆」、「舒適感」與「有隱私性」；「環境衛生」構面的「周遭環境乾淨衛生」、「客房乾淨衛生」、「浴廁乾淨衛生」、「公共空間乾淨衛生」與「餐飲設備乾淨衛生」；以及「餐飲供應」構面的「餐飲環境舒適」，這些項目是遊客行前重視度高，事後滿意度也高的項目，業者對於這些項目應該繼續保持良好狀態即可。

B 象限是無意義優勢，本研究並沒有任何題項落於此象限中，故可忽略不管。



1-1	景觀設計優美	2-1	懷舊感	3-1	周遭環境乾淨衛生
1-2	家飾具有特色	2-2	氛圍輕鬆	3-2	客房乾淨衛生
1-3	建築具有特色	2-3	舒適感	3-3	浴廁乾淨衛生
1-4	環境清幽	2-4	有隱私性	3-4	公共空間乾淨衛生
1-5	房間空氣清新	2-5	溫馨感	3-5	餐飲設備乾淨衛生
4-1	用餐環境設施規劃	5-1	員工服務態度	6-1	網頁與訂房方便
4-2	餐飲口味具有特色	5-2	旅遊資訊與資源提供	6-2	指標清楚
4-3	餐飲選擇多樣性	5-3	導覽解說	6-3	民宿價格合理
4-4	餐飲價格合理	5-4	提供諮詢	6-4	客訴處理迅速
4-5	餐飲環境舒適	5-5	提供交通工具	6-5	消防安全設施符合規定

圖 4-23 行前重視與事後滿意分布圖（珠山）

屬於潛在威脅的 C 象限，有 14 項落於此象限中，分別是「感官體驗」構面的「景觀設計優美」、「家飾具有特色」與「建築具有特色」；「心理感受」構面的「懷舊感」與「溫馨感」；「餐飲供應」構面的「用餐環境設施規劃」、「餐飲口味具有特色」、「餐飲選擇多樣性」與「餐飲價格合理」；「服務品質」構面的「員工服務態度」、「旅遊資訊與資源提供」與「導覽解說」；以及「經營管理」構面的「網頁與訂房方便」與「沿途指標清楚」，這些項目是遊客行前重視度較低，事後滿意度也較低

的項目，相對於優先解決的象限 D 的題項，這些是業者次要解決的問題，可在行有餘力之後再來解決。

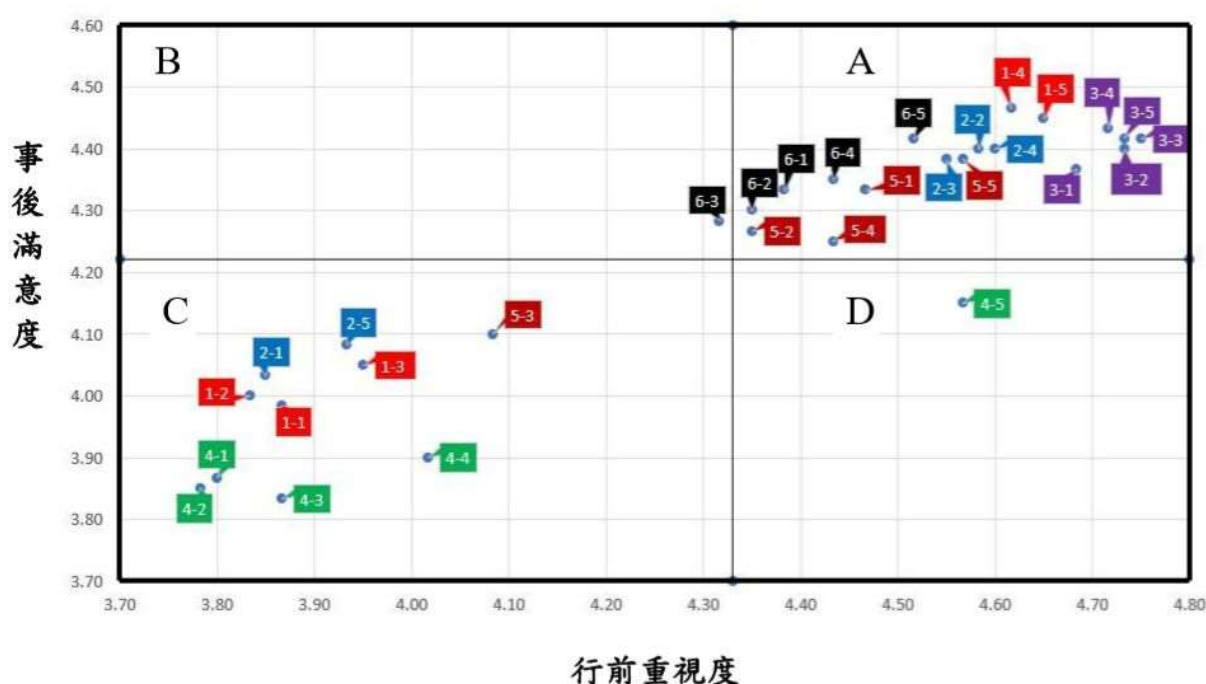
位於 D 象限的題項是風險與機會，代表受訪者行前重視度高，但是體驗後的滿意度卻比較低，這是一種風險，代表業者必須優先改善這些項目，化危機為轉機，包含的項目有 5 項，分別是「服務品質」構面的「提供諮詢」與「提供交通工具」；「經營管理」構面的「價格合理」、「客訴處理迅速」與「消防安全設施符合規定」。

珠山聚落四面是高地環繞，顯示出與世隔絕的感覺，適合想要享受清靜的遊客，但是聯外交通不便也是事實，業者在「提供交通工具」方面，除了與汽車租賃業者保持聯繫，也可邀請電動機車與腳踏車租賃業者進駐，提供服務。至於在「提供諮詢」與「客訴處理迅速」方面，業者再加強員工訓練即可。

4.4.2 水頭聚落民宿之經營績效分析

本研究以 I.P.A. 法分析，由圖 4-24 可以看出，有 18 項位於 A 象限的關鍵優勢，分別是「感官體驗」構面的「環境清幽」與「空氣清新」；「心理感受」構面的「氛圍輕鬆」、「舒適感」與「有隱私性」；「環境衛生」構面的「周遭環境乾淨衛生」、「客房乾淨衛生」、「浴廁乾淨衛生」、「公共空間乾淨衛生」與「餐飲設備乾淨衛生」；以及「服務品質」構

面的「員工服務態度」、「旅遊資訊與遊憩資源提供」、「提供諮詢服務」與「提供交通工具」；以及「經營管理」構面的「網頁使用與訂房方便度」、「沿路指示標誌清楚」、「客速處理迅速」與「消防安全設施符合規定」，這些項目是遊客行前重視度高，事後滿意度也高的項目，業者對於這些項目應該繼續保持良好狀態即可。



- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1-1 景觀設計優美 1-2 家飾具有特色 1-3 建築具有特色 1-4 環境清幽 1-5 房間空氣清新 4-1 用餐環境設施規劃 4-2 餐飲口味具有特色 4-3 餐飲選擇多樣性 4-4 餐飲價格合理 4-5 餐飲環境舒適 | <ul style="list-style-type: none"> 2-1 懷舊感 2-2 氛圍輕鬆 2-3 舒適感 2-4 有隱私性 2-5 溫馨感 5-1 員工服務態度 5-2 旅遊資訊與資源提供 5-3 導覽解說 5-4 提供諮詢 5-5 提供交通工具 | <ul style="list-style-type: none"> 3-1 周遭環境乾淨衛生 3-2 客房乾淨衛生 3-3 浴廁乾淨衛生 3-4 公共空間乾淨衛生 3-5 餐飲設備乾淨衛生 6-1 網頁與訂房方便 6-2 指標清楚 6-3 民宿價格合理 6-4 客訴處理迅速 6-5 消防安全設施符合規定 |
|---|--|---|

圖 4-24 行前重視與事後滿意分布圖（水頭）

B 象限是無意義優勢，遊客重視度低但是滿意度卻很高，在本節研究中僅有「經營管理」構面裡的「民宿價格合理」一項落於此象限，代表受訪者對於這樣的價位可以接受，相對於業者而言，就不需要刻意再用降價的方式來招徠顧客，應該把心力用在提升品質上面反而是更重要的事。

屬於潛在威脅的 C 象限，有 10 項落於此象限中，分別是「感官體驗」構面的「景觀設計優美」、「家飾具有特色」與「建築具有特色」；「心理感受」構面的「懷舊感」與「溫馨感」；「餐飲供應」構面的「用餐環境設施規劃」、「餐飲口味具有特色」、「餐飲選擇多樣性」與「餐飲價格合理」；「服務品質」構面的「導覽解說」，這些項目是遊客行前重視度較低，事後滿意度也較低的項目，相對於優先解決的象限 D 的題項，這些雖然是業者次要解決的問題，但是絕對不可忽略。

位於 D 象限的題項是風險與機會，代表受訪者行前重視度高，但是體驗後的滿意度卻比較低，這是一種風險，代表業者必須優先改善這些項目，化危機為轉機，在水頭聚落民宿的調查中，只有一個項目，就是「餐飲供應」構面的「餐飲環境舒適」，這是屬於硬體設施的部分，業者不妨多多觀察旅客的反應與意見，規劃一個合宜的空間，做出適當的改善。

4.4.3 珠山與水頭聚落之比較

從前兩小節以 IPA 分析法得出珠山汗水頭聚落民宿的經營績效，兩邊聚落的民宿各有需要加強的重點，表 4-11 歸納出優先改善與次要改善的項目，發現位於 D 象限屬於優先改善的項目，相對於水頭聚落只有一項，珠山聚落民宿需要加強的比較多，而位於 C 象限的次要改善項目，兩邊聚落有 9 項是完全一致，另有 3 項不一樣，這些共同的項目是兩邊聚落民宿業者需要特別注意的。

表 4-11 水頭聚落與珠山聚落民宿改善項目比較

	水頭聚落民宿		珠山聚落民宿	
	編號	題項	編號	題項
D 象限 (優先 改善項 目)	4-5	餐飲環境舒適	5-4	提供諮詢
			5-5	提供交通工具
			6-3	民宿價格合理
			6-4	客訴處理迅速
			6-5	消防安全設施符合規定
C 象限 (次要 改善項 目)	1-1	景觀設計優美	1-1	景觀設計優美
	1-2	家飾具有特色	1-2	家飾具有特色
	1-3	建築具有特色	1-3	建築具有特色
	2-1	懷舊感	2-1	懷舊感
	2-5	溫馨感	2-5	溫馨感
	4-1	用餐環境設施規劃	4-1	用餐環境設施規劃
	4-2	餐飲口味具有特色	4-2	餐飲口味具有特色
	4-3	餐飲選擇多樣性	4-3	餐飲選擇多樣性
	4-4	餐飲價格合理	4-4	餐飲價格合理
	5-3	導覽解說	5-1	員工服務態度
			5-2	旅遊資訊與資源提供
		5-3	導覽解說	

綜觀上表，受訪者希望改善的項目集中在餐飲方面，水頭聚落內只有兩家餐廳，珠山聚落內則沒有餐廳，而古厝民宿本身受限於設備與人力，在設置廚房和專屬廚師上則力有未逮，民宿業者若能與附近餐飲業者合作，以金門當地的特色食材，製作各種風味餐，提供多樣化的選擇，以滿足遊客的需求。

在「提供交通工具」方面，除了與計程車與汽車租賃業者保持聯繫，也可邀請電動機車與腳踏車租賃業者進駐，提供服務。至於在「提供諮詢」與「客訴處理迅速」方面，業者宜再加強員工訓練。在「導覽解說」方面，業者可與大學和高中職學校合作，利用產學合作方式，提供學生就業與訓練的機會，也藉此解決導覽人力不足的問題。

在「感官體驗」與「心理感受」構面方面，這些古厝民宿外觀雖然古色古香，但是內部經過整修之後，整體給人的感覺非常「現代化」，這可能是受訪者在「特色」、「懷舊感」、「溫馨感」部分覺得有落差的原因，建議業者在提供現代化設備之餘，內部裝飾、裝潢和小擺飾仍然要朝「古意」的方向進行。此外，有些民宿的大廳供奉有神主牌，有些遊客會有些許介意，業者可事先說明與溝通，讓遊客有心理準備。

4.5 整體滿意度與重遊意願

由表 4-12 中可以看到，在「整體滿意度」部分，水頭聚落民宿的平均值 4.067 略高於珠山聚落民宿的 4.053，但是都超過 4，受訪者對於這兩個聚落民宿的滿意度是不錯的。在「重遊意願」部分，也是水頭聚落民宿的平均值 4.067 略高於珠山聚落民宿的 4.053，受訪者大部分有高度的重遊意願。

在「願意推薦」部分，水頭聚落的平均值（4.033）略高於珠山聚落（4.018），受訪者的推薦意願也都是很高的，在「給予口碑」部分，水頭聚落的平均值（3.950）略高於珠山聚落（3.592），但是平均值均低於 4，相較於前三項，受訪者「給予口碑」的意願較低一些，推測原因是某些受訪者並沒有使用網路社群媒體的習慣，或者使用頻率偏低，所以即使是心理上是滿意的，但是仍然不會再花時間精力在社群中推薦。

表 4-12 珠山聚落與水頭聚落民宿滿意度與重遊意願

編號	題項	珠山聚落	水頭聚落
3-1	整體滿意度	4.053	4.067
3-2	願意再來	4.053	4.067
3-3	願意推薦	4.018	4.033
3-4	給予口碑	3.895	3.950

表 4-13 不願意再度住宿之因素（複選）

編號	題項	珠山		水頭	
		次數	百分比	水頭	百分比
3-5-1	服務品質不佳	0	0	6	10.0%
3-5-2	無吸引力	0	0	3	5.0%
3-5-3	設施不足	1	1.7%	4	6.7%
3-5-4	交通不便	7	11.7%	1	1.7%
3-5-5	安全性	1	1.7%	0	0
3-5-6	同一家民宿不住二次	32	53.3%	38	63.3%
3-5-7	價格不合理	1	1.7%	2	3.3%
3-5-8	衛生環境	0	0	2	3.3%
3-5-9	位置偏僻	4	6.7	2	3.3%
3-5-10	其他	0	0	0	0

在本研究中，調查「不願意再度住宿之因素」，在表 4-13 中顯示，「同一家不住二次」是大部分受訪者的選擇原因，珠山聚落民宿（53.3%）和水頭聚落民宿（63.35%）均有超過五成受訪者選擇此項，顯示消費者即使非常滿意這一次所購買的產品或服務，但是仍有可能在「嘗鮮」的心理和「替代性選擇多」的情形之下，在下一次的消費中選擇其他家業者，對於業者而言，如何塑造自家產品獨特的風格，讓別人模仿不來，有自身的無可取代性，讓消費者產生忠誠度，是業者努力的方向。

在相關分析中（表 4-14），水頭聚落民宿在「整體滿意度」與「願意再來」的相關係數為 0.711，屬於高度相關，顯示滿意度越高，重遊意願也越高，珠山聚落民宿為 0.649，屬於中度相關。

在「整體滿意度」與「願意推薦」部分，水頭聚落民宿的相關係數為 0.520，屬於中度相關，略低於珠山聚落民宿的 0.567。在「整體滿意度」與「給予口碑」部分，水頭聚落民宿與珠山聚落民宿的相關係數均在 2 左右，屬於低度相關，顯示受訪者雖然滿意，但不一定會願意花時間在社群網站上做推薦。

表 4-14 珠山聚落與水頭聚落民宿滿意度各項之相關係數

編號	題項	珠山	水頭
3-1	整體滿意度	0.649	0.711
3-2	願意再來		
3-1	整體滿意度	0.567	0.520
3-3	願意推薦		
3-1	整體滿意度	0.251	0.266
3-4	給予口碑		

4.6 差異性分析

4.6.1 信度分析

信度是指同一份測量結果的一致性或穩定性。Cronbach' s α 係數大於 0.7 屬於可信範圍，0.5~ 0.7 為可接受範圍。

本研究將珠山與水頭聚落問卷各構面做信度分析，將結果整理成表 4-15，由表 4-15 我們可以得知，各構面之 Cronbach' s α 係數均在 0.8 以上，代表本研究各因素是可以信賴的。

表 4-15 問卷信度

聚落	構面	Cronbach' s α 值
珠山	感官體驗	0.830
	心理感受	0.847
	環境衛生	0.928
	餐飲供應	0.847
	服務品質	0.834
	經營管理	0.862
水頭	感官體驗	0.855
	心理感受	0.824
	環境衛生	0.944
	餐飲供應	0.844
	服務品質	0.891
	經營管理	0.940

4.6.2 t 檢定

在珠山聚落民宿的性別與滿意度之 t 檢定中（表 4-16），在第 1、2 題中是有顯著性的，在「整體滿意度」與「願意再來」的題項中，男性的分數均高於女性，但是標準差也是男性高於女性，代表男性的意見較為分歧。

表 4-16 珠山聚落民宿性別與滿意度之 t 檢定

群組統計資料							
編號	題項	性別	N	平均數	標準偏差	標準錯誤平均值	顯著性
1	整體滿意度	男	39	4.08	.270	.043	.006
		女	21	4.00	.000	.000	
2	願意再來	男	39	4.08	.310	.043	.006
		女	21	4.00	.000	.000	
3	願意推薦	男	39	4.03	.160	.026	.139
		女	21	4.00	.000	.000	

表 4-16 珠山聚落民宿性別與滿意度之 t 檢定 (續)

群組統計資料							
編號	題項	性別	N	平均數	標準偏差	標準錯誤平均值	顯著性
4	給予口碑	男	39	3.92	.422	.068	.407
		女	21	3.81	.402	.088	

表 4-17 水頭聚落民宿性別與滿意度之 t 檢定

群組統計資料							
編號	題項	性別	N	平均數	標準偏差	標準錯誤平均值	顯著性
1	整體滿意度	男	29	4.10	.489	.091	.002
		女	31	4.03	.180	.032	
2	願意再來	男	29	4.10	.409	.076	.007
		女	31	4.03	.180	.032	
3	願意推薦	男	29	4.03	.325	.060	.256
		女	31	4.03	.180	.032	
4	給予口碑	男	29	3.90	.489	.091	.004
		女	31	4.00	.258	.046	

在水頭聚落民宿的性別與滿意度之 t 檢定中表 (4-17)，在第 1、2、4 題中，都是有顯著性的，在「整體滿意度」與「願意再來」的題項中，男性的分數均高於女性，但是標準差也是男性高於女性，代表男性的意見較為分歧。在「給予口碑」部分，男性的意願略均低於女性，但是標準差也是男性高於女性，代表男性的意見較為分歧。

綜合以上分析，發現在珠山與水頭聚落的調查中，男性在滿意度與忠誠度的部分是高於女性，但是標準差也高，顯示男性的意見也較為分歧。

表 4-18 為受訪者對珠山聚落民宿事前期望與事後滿意做成對樣本 t 檢定的結果，由表中我們可以發現在大部分的題項的顯著性均在 0.05 以下，顯示事前的期望對事後的滿意有顯著的影響：遊客事前期望的高低，對於遊客住宿時有顯著的影響，期望高，希望得到的品質也高。

表 4-18 珠山聚落民宿成對樣本統計資料

編號	題項		平均數	N	標準偏差	標準錯誤 平均值	相關性	顯著性
1	景觀設計優美	前	3.57	60	0.698	.090	0.393	0.002
		後	3.98	60	0.344	.044		
2	家飾具有特色	前	3.45	60	0.565	.073	0.269	0.037
		後	3.93	60	0.312	.040		
3	建築具有特色	前	3.55	60	0.622	.080	0.370	0.004
		後	4.00	60	0.368	.048		
4	環境清幽	前	4.45	60	0.594	.077	0.557	0.000
		後	4.25	60	0.474	.061		
5	房間空氣清新	前	4.48	60	0.567	.073	0.492	0.000
		後	4.23	60	0.500	.065		
6	懷舊感	前	3.50	60	0.567	.073	0.247	0.057
		後	3.93	60	0.362	.047		
7	氛圍輕鬆	前	4.50	60	0.537	.069	0.524	0.000
		後	4.27	60	0.482	.062		
8	舒適感	前	4.50	60	0.567	.073	0.599	0.000
		後	4.25	60	0.474	.061		
9	有隱私性	前	4.50	60	0.567	.073	0.619	0.000
		後	4.27	60	0.482	.062		
10	溫馨感	前	3.68	60	0.676	.087	0.286	0.027
		後	4.02	60	0.291	.038		
11	周遭環境乾淨 衛生	前	4.82	60	0.390	.050	0.244	0.061
		後	4.33	60	0.475	.061		
12	客房乾淨衛生	前	4.82	60	0.390	.050	0.444	0.000
		後	4.32	60	0.537	.069		
13	浴廁乾淨衛生	前	4.80	60	0.403	.052	0.330	0.010
		後	4.33	60	0.510	.066		

表 4-18 珠山聚落民宿成對樣本統計資料 (續)

編號	題項		平均數	N	標準偏差	標準錯誤 平均值	相關性	顯著性
14	公共空間乾淨 衛生	前	4.83	60	0.376	.049	0.234	0.071
		後	4.35	60	0.481	.062		
15	餐飲設備乾淨 衛生	前	4.80	60	0.4434	.0572	0.394	0.002
		後	4.28	60	0.5327	.0676		
16	用餐環境設施 規劃	前	3.70	60	0.591	.076	0.378	0.003
		後	3.97	60	0.258	.033		
17	餐飲口味具有 特色	前	3.70	60	0.561	.072	0.398	0.002
		後	3.95	60	0.387	.050		
18	餐飲選擇多樣 性	前	3.67	60	0.510	.066	0.088	0.503
		後	3.93	60	0.252	.032		
19	餐飲價格合理	前	3.73	60	0.607	.078	0.429	0.001
		後	4.00	60	0.260	.034		
20	餐飲環境舒適	前	4.60	60	0.558	.072	0.431	0.001
		後	4.23	60	0.465	.060		
21	員工服務態度	前	4.15	60	0.633	.082	0.255	0.049
		後	4.07	60	0.252	.032		
22	旅遊資訊與 資源提供	前	4.13	60	0.596	.077	0.340	0.008
		後	4.08	60	0.279	.036		
23	導覽解說	前	3.58	60	0.619	.080	0.277	0.032
		後	4.03	60	0.181	.023		
24	提供諮詢	前	4.20	60	0.576	.074	0.422	0.001
		後	4.08	60	0.278	.036		
25	提供交通工具	前	4.35	60	0.577	.075	0.282	0.029
		後	4.10	60	0.303	.039		
26	網頁與訂房方 便	前	4.13	60	0.503	.065	0.399	0.002
		後	4.05	60	0.220	.028		
27	指標清楚	前	4.15	60	0.444	.057	0.171	0.191
		後	4.08	60	0.278	.036		
28	民宿價格合理	前	4.18	60	0.504	.065	0.434	0.001
		後	4.10	60	0.303	.039		
29	客訴處理迅速	前	4.18	60	0.504	.065	0.437	0.000
		後	4.07	60	0.252	.032		
30	消防安全設施 符合規定	前	4.33	60	0.542	.070	0.265	0.041
		後	4.10	60	0.354	.046		

表 4-19 為受訪者對水頭聚落民宿事前期望與事後滿意做成對樣本 t 檢定的結果，由表中我們可以發現在大部分的題項的顯著性均在 0.05 以下，只有 3 題沒有顯著性，顯示事前的期望對事後的滿意有顯著的影響：遊客事前期望的高低，對於遊客住宿時有顯著的影響，期望高，希望得到的品質也高。

表 4-19 水頭聚落民宿成對樣本統計資料

編號	題項		平均數	N	標準偏差	標準錯誤 平均值	相關性	顯著性
1	景觀設計優美	前	3.87	60	0.853	0.110	0.551	0.000
		後	3.98	60	0.537	0.069		
2	家飾具有特色	前	3.83	60	0.847	0.109	0.461	0.000
		後	4.00	60	0.521	0.067		
3	建築具有特色	前	3.95	60	0.852	0.110	0.560	0.000
		後	4.05	60	0.467	0.060		
4	環境清幽	前	4.62	60	0.524	0.068	0.562	0.000
		後	4.47	60	0.503	0.065		
5	房間空氣清新	前	4.65	60	0.481	0.062	0.589	0.000
		後	4.45	60	0.565	0.073		
		後	4.03	60	0.520	0.067		
6	懷舊感	前	3.85	60	0.755	0.097	0.445	0.000
		後	4.03	60	0.520	0.067		
7	氛圍輕鬆	前	4.58	60	0.497	0.064	0.552	0.000
		後	4.40	60	0.494	0.064		
8	舒適感	前	4.55	60	0.565	0.073	0.593	0.000
		後	4.38	60	0.524	0.068		
9	有隱私性	前	4.60	60	0.527	0.068	0.553	0.000
		後	4.40	60	0.558	0.072		
10	溫馨感	前	3.93	60	0.733	0.095	0.434	0.001
		後	4.08	60	0.497	0.064		
11	周遭環境乾淨 衛生	前	4.68	60	0.504	0.065	0.364	0.004
		後	4.37	60	0.551	0.071		
12	客房乾淨衛生	前	4.73	60	0.482	0.062	0.403	0.001
		後	4.40	60	0.558	0.072		

表 4-19 水頭聚落民宿成對樣本統計資料 (續)

編號	題項		平均數	N	標準偏差	標準錯誤 平均值	相關性	顯著性
13	浴廁乾淨衛生	前	4.75	60	0.437	0.056	0.488	0.000
		後	4.42	60	0.497	0.064		
14	公共空間乾淨 衛生	前	4.72	60	0.490	0.063	0.302	0.019
		後	4.43	60	0.500	0.065		
15	餐飲設備乾淨 衛生	前	4.73	60	0.445	0.057	0.433	0.001
		後	4.42	60	0.497	.0642		
16	用餐環境設施 規劃	前	3.80	60	0.659	0.085	0.115	0.380
		後	3.87	60	0.536	0.069		
17	餐飲口味具有 特色	前	3.78	60	0.666	0.086	0.101	0.441
		後	3.85	60	0.515	0.066		
18	餐飲選擇多樣 性	前	3.87	60	0.747	0.096	0.172	0.189
		後	3.83	60	0.615	0.079		
19	餐飲價格合理	前	4.02	60	0.748	0.097	0.267	0.039
		後	3.90	60	0.602	0.078		
20	餐飲環境舒適	前	4.55	60	0.594	0.077	0.625	0.000
		後	4.15	60	0.777	0.100		
21	員工服務態度	前	4.47	60	0.503	0.065	0.477	0.000
		後	4.33	60	0.542	0.070		
22	旅遊資訊與資 源提供	前	4.35	60	0.659	0.085	0.483	0.000
		後	4.27	60	0.607	0.078		
23	導覽解說	前	4.08	60	0.671	0.087	0.330	0.010
		後	4.10	60	0.573	0.074		
24	提供諮詢	前	4.43	60	0.593	0.077	0.425	0.001
		後	4.25	60	0.571	0.073		
		後	4.42	60	0.497	0.064		
25	提供交通工具	前	4.57	60	0.563	0.073	0.440	0.000
		後	4.38	60	0.613	0.079		
26	網頁與訂房方 便	前	4.38	60	0.524	0.068	0.498	0.000
		後	4.33	60	0.542	0.070		
27	指標清楚	前	4.35	60	0.577	0.074	0.537	0.000
		後	4.30	60	0.530	0.068		
28	民宿價格合理	前	4.32	60	0.624	0.081	0.568	0.000
		後	4.28	60	0.555	0.072		
29	客訴處理迅速	前	4.43	60	0.621	0.080	0.525	0.000
		後	4.35	60	0.515	0.066		
30	消防安全設施 符合規定	前	4.52	60	0.537	0.069	0.514	0.000
		後	4.42	60	0.497	0.064		

4.6.3 單因子變異數分析

本研究以年齡對滿意度、重遊意願、推薦意願、給予口碑做單因子變異數分析，所得結果見表 4-20，發現珠山聚落民宿的受訪者在「年齡」與「重遊意願」有顯著性。再經由 Scheffe 事後檢定顯示（表 4-21），在「51~60 歲」年齡層的受訪者對於珠山聚落民宿的重遊意願高於其他年齡層的受訪者，顯示較年長者對於珠山聚落寧靜的特質較為欣賞。

表 4-20 遊客年齡與滿意度構面差異分析資料（珠山）

	F	顯著性
整體滿意度	1.226	.310
重遊意願	6.176	.000
推薦意願	0.237	.916
在社群網站給予正面口碑意願	1.808	.140

4-21 遊客年齡與重遊意願差異分析資料（珠山）

題項	年齡	平均數	標準差	P 值	Scheffe
重遊意願	(1)12~20 歲	4.00	0.000	0.000	(5)>(1) (5)>(2) (5)>(3) (5)>(4)
	(2)21~30 歲	4.00	0.000		
	(3)31~40 歲	4.07	0.254		
	(4)41~50 歲	4.00	0.000		
	(5)51~60 歲	4.25	0.500		

進一步分析珠山聚落民宿之特性，在表 2-4 中曾經提及，珠山聚落的地理位置位於金門環島西路起點，四周丘陵環繞，位置偏僻，屬於環境清幽的地區，對於「51~60 歲」年齡層的旅客而言，若是常年生活在較為喧囂的都市水泥叢林的環境之中，相信對於能夠享受片刻寧靜的珠山聚落民宿會有相當程度的吸引力，即使附近沒有餐廳與便利商店，生活機能不是非常方便，對於想要暫時遠離生活壓力的人們而言，這些少許的不便是可以接受的。

但是對於較年輕的族群而言，一是習慣了方便的生活機能（例如 24 小時經營的超商），二是對於生活壓力、都市喧囂的累積感受程度一般會低於較年長族群，因此對於與世隔絕、清幽環境的渴望程度尚不及年長族群，所以在重遊意願方面，「51~60 歲」年齡層的旅客的意願高於其他年齡族群是合理的。

本研究以年齡對滿意度、重遊意願、推薦意願、給予口碑做單因子變異數分析，所得結果見表 4-22，發現水頭聚落民宿的受訪者在「年齡」與「重遊意願」、「推薦意願」有顯著性。經由 Scheffe 事後檢定，因為至少一個群組（51~60 歲）的觀察值數不到兩個，故不執行事後測試（表 4-23），但是仍然可以看出「31~40 歲」年齡層的受訪者對於水頭聚落民宿的重遊意願與推薦意願高於其他年齡層的受訪者。

表 4-22 遊客年齡與滿意度構面差異分析資料 (水頭)

	F	顯著性
整體滿意度	1.856	.131
重遊意願	3.355	.016
推薦意願	5.887	.001
在社群網站給予正面口碑意願	2.212	.080

4-23 遊客年齡與重遊意願、推薦意願差異分析資料 (水頭)

題項	年齡	平均數	標準差	P 值	Scheffe
重遊意願	(1)12~20 歲	4.00	0.000	0.016	-----
	(2)21~30 歲	4.00	0.272		
	(3)31~40 歲	4.13	0.344		
	(4)41~50 歲	4.00	0.000		
	(5)51~60 歲	5.00	0.500		
推薦意願	(1)12~20 歲	4.00	0.000	0.001	-----
	(2)21~30 歲	4.04	0.189		
	(3)31~40 歲	4.04	0.209		
	(4)41~50 歲	3.83	0.408		
	(5)51~60 歲	5.00	0.000		

進一步分析水頭聚落民宿之特性，在表 2-4 中曾經提及，水頭聚落的地理位置位於前往水頭碼頭的交通要道，位置優越，屬於環境熱鬧的地區，附近的景點也比較多，餐廳、便利商店與租車服務也都齊全，對於「31~40 歲」年齡層、正屬於精力與活力旺盛的旅客而言，水頭聚落的屬性符合該年齡層的需求，所以相對於年長族群對於與世隔絕、有寧靜氛圍的珠山聚落有較高的重遊意願，年輕族群對於熱鬧、生活機能方便

的水頭聚落有較高的重遊意願。

綜合上述所言，熱鬧的水頭聚落與寧靜的珠山聚落其實各自有吸引人的特色，也吸引了不同年齡層的遊客到訪，對於兩邊的業者而言，利用本身的與眾不同的特色以吸引特定族群的旅客是可行的方案，藉此也可以建立明確的市場區隔，針對市場區隔內的特定客群做行銷，可以達到事半功倍的效果。

而在市場區隔的變數當中，方至民（2015）將區隔變數分為：（1）與顧客有關的特質及（2）與產品有關的特質。

在「與顧客有關的特質」中，人口統計變數（性別、年齡、家庭狀況、家庭生命週期、教育水準、收入、職業等）是代表顧客最基本的輪廓，在本研究的結果之中，「年齡」是水頭聚落與珠山聚落民宿業者在「市場區隔」上可以嘗試的變數，若是可以將本身的特色的相關資訊，除了做一般的行銷之外，再針對特定的年齡層族群做重點式的宣傳，以打動特定族群的內心需求。

在「與產品有關的特質」中，「產品提供的利益」是消費者選擇的重要因素之一，不同的產品為消費者提供不同的利益，但是企業通常只能提供部分利益，不可能提供消費者所要的所有利益，因此「附加價值」就成為顧客購買產品的重要決策因素，例如消費者去星巴克咖啡店，除

了品嚐咖啡之外，享受環境氛圍與進行社交功能可能反而是更重要的決定因素（方至民，2015）。

在本研究對象中，珠山聚落民宿的與世隔絕與寧靜氛圍，就是民宿提供住宿與休閒遊憩功能這些「利益」之外的「附加價值」，研究調查中也發現，在珠山聚落民宿中，「獨自出遊」的人數佔所有人數的 18.3%（表 4-3），遠高於水頭聚落民宿的 5.0%（表 4-4），顯示了珠山聚落民宿的「附加價值」吸引了想要一個人獨處清靜的遊客的到訪。

本研究進一步將單獨出遊至珠山聚落民宿住宿的旅客與年齡做交叉分析（表 4-24），顯示在「41-50 歲」和「51-60 歲」的中壯年族群中，有 50% 的人是選擇「單獨出遊」，顯示在較年長的族群在日常生活中，必定累積了較年輕族群更多的生活壓力，對於獨自享受寧靜、釋放壓力的渴望，遠高於較年輕的族群。

表 4-24 珠山聚落民宿旅客單獨出遊之年齡分布比例

年齡	人數	獨自出遊人數	百分比
12-20 歲	2	0	0.0%
21-30 歲	20	3	15.0%
31-40 歲	30	4	13.3%
41-50 歲	4	2	50.0%

表 4-24 珠山聚落民宿旅客單獨出遊之年齡分布比例 (續)

年齡	人數	獨自出遊人數	百分比
51-60 歲	4	2	50.0%

以上述之情況度之，珠山聚落雖然交通不便，但是與外世隔絕、環境清幽、不受打擾的感覺，反而形成了自有的獨特的優勢，吸引了想要獨自享受寧靜的特定族群人士。在此情形之下，「個人化商機」將成為業者值得注意的一個大好的發展機會。

第五章 結論與建議

5.1 結論

本研究針對金門珠山聚落與水頭聚落的傳統古厝民宿進行調查，在遊客基本資料部分，珠山聚落民宿的男性受訪者居多，已婚與未婚比例接近，水頭聚落民宿的男性與女性比例接近，但未婚者居多。

兩個聚落的民宿遊客平均年齡都是落在「21~30 歲」及「31~40 歲」兩個區間最多，教育程度也都是以「大專院校」最多。

兩個聚落的民宿遊客在職業方面，都是以「商」及「服務業」居多，而平均月收入都是以「30,001~45,000 元」最多。

珠山聚落民宿遊客所居住地區均勻分布全台，北、中、南部均為三

成多，水頭聚落民宿遊客以北部(基北桃竹苗)最多，接近五成，中南部各佔二成多。

在旅遊特性部分，大部分受訪者都是第一次到訪珠山聚落民宿(90.0%)和水頭聚落民宿(83.3%)。在旅遊同伴性質(複選)部分，兩邊聚落民宿受訪者都是與「朋友同事」出遊的比例最高，值得注意的是，珠山聚落民宿的受訪者有18.3%是「自己單獨」出遊，排名在第三位，顯示在未來的觀光休閒餐飲服務業當中，「個人化商機」可能是值得注意的一部分。

而在旅遊資訊(複選)部分，兩邊聚落民宿都有80.0%的受訪者其資訊來源是來自於「旅遊網站」，顯示在目前資訊化的時代裡，「網路資訊」相對於其他的媒體媒介，仍然佔有非常重要的地位。

兩邊聚落民宿受訪者在金門停留的時間，都是以「2~3天」為最多，停留在該民宿的時間，也是以「2天」為最多。

兩邊聚落民宿受訪者在旅遊動機部分，都以「休閒觀光」為大多數，其次為「生態旅遊」。

珠山聚落民宿遊客之事後滿意度，前五名全部在「環境衛生」方面，第一名為「公共空間乾淨衛生」，以下分別為「周遭環境乾淨衛生」、「浴廁乾淨衛生」、「客房乾淨衛生」和「餐飲設備乾淨衛生」，顯示業者們在

環境衛生這一部分的努力，有獲得消費者的肯定。

水頭聚落民宿遊客的事後滿意度，第一名為「感官體驗」構面的「環境清幽」，第二為「房間空氣清新」，在「環境衛生」構面，「公共空間乾淨衛生」為第三名，另外「浴廁乾淨衛生」、「餐飲設備乾淨衛生」和「經營管理」構面的「消防安全設施符合規定」同為排名第四，顯示業者們在環境衛生的努力，均獲得消費者的肯定。

在 IPA 分析部分，受訪者希望改善的項目集中在餐飲方面，而古厝民宿本身受限於設備與人力不足，民宿業者若能與附近餐飲業者合作，製作各種風味餐，提供多樣化的選擇，以滿足遊客的需求。

在「提供交通工具」方面，除了與計程車與汽車租賃業者保持聯繫，也可邀請電動機車與腳踏車租賃業者進駐，提供服務。至於在「提供諮詢」與「客訴處理迅速」方面，業者宜再加強員工訓練。在「導覽解說」方面，業者可與學校合作，提供學生訓練與就業的機會，也藉此解決導覽人力不足的問題。

在「感官體驗」與「心理感受」構面方面，這些古厝民宿外觀雖然保有原本古樸的風格，但是內部經過整修之後，整體給人的感覺非常「現代化」，這可能是受訪者在「特色」、「懷舊感」、「溫馨感」部分覺得有落差的原因，建議業者在提供現代化設備之餘，內部裝飾、裝潢和小擺飾

仍然要朝「古意」的方向進行。

在差異分析中，發現在珠山與水頭聚落的民宿調查中，男性在滿意度與忠誠度的部分，分數是高於女性，但是標準差也高，顯示男性的意見也較為分歧。

研究結果顯示事前的期望對事後的滿意有顯著的影響：遊客事前期望的高低，對於遊客住宿時有顯著的影響，期望高，希望得到的品質也高。

5.2 建議

本研究根據上節的結論，針對金門珠山與水頭聚落民宿的經營績效，提出以下的建議：

- (1) 餐飲部分宜與外面餐廳合作，提供在地風味餐。
- (2) 交通部份與汽機車和腳踏車租賃業者合作，提供交通工具。
- (3) 加強導覽人員培訓，介紹當地文化風土人情。
- (4) 民宿內部陳設裝飾以展現金門特有風情為主。

參考文獻

中文部分

1. 方至民(2015)。策略管理 建立企業永續競爭力(第四版)。新北市：前程文化事業有限公司。
2. 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。臺中師範學院環境教育研究所碩士論文，未出版，台中市。
3. 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。
4. 李錫奎(2005)。金門地區觀光客旅遊行為之研究。銘傳大學管理研究所在職專班碩士論文，未出版，台北市。
5. 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。國立台灣師範大學體育學系碩士論文，未出版，台北市。
6. 宋貞宜(2008)。民宿遊客住宿動機及滿意度之研究-以苗栗縣南庄鄉為例。台東大學體育學系碩士論文，未出版，台東市。
7. 邱皓政(2006)。量化研究與統計分析。台北市：五南。
8. 林志築(2008)。民宿選擇動機對顧客價值及忠誠度影響之研究。逢甲大學經營管理碩士班碩士論文，未出版，台中市。

9. 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。東華大學自然資源管理研究所碩士論文，未出版，台東縣。
10. 林秋雄(2001)。民宿農業旅遊之核心基地-日本農業旅遊研修拾綴系列四。農訓雜誌，18，65-71。
11. 林淑真(2008)。民宿投宿動機、期望、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究-以古坑地區民宿為例。南華大學企業管理系管理科學碩士論文，未出版，嘉義縣。
12. 林梓聯(2001)。臺灣的民宿。農業經營管理會訊，27，3-5。
13. 林連聰、陳墀吉、鄭健雄、沈進成(2009)。休閒農業與民宿管理。台北：國立空中大學。
14. 林靜芳(2003)。清境地區民宿旅客再宿意願之研究。朝陽科技大學碩士論文，未出版，台中市。
15. 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(pp. 47)。農業推廣文彙。台中市：台灣農業推廣學會。。
16. 姜惠娟(1997)。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。中興大學園藝研究所碩士論文，未出版，台中市。
17. 范睿翎(2014)。校外教學活動滿意度與再擇意願之研究-以綠世界生

- 態農場為例，亞太創意技術學院文化創意設計研究所碩士論文，未出版，苗栗縣。
18. 高俊雄 (2008)，**運動休閒管理**，台北：華都。
 19. 徐瓊信、陳榮文(2010)。休閒渡假民宿遊客住宿體驗、期望與滿意之研究-以馬公地區為例。**島嶼觀光研究**，3(3)，63-87。
 20. 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，文化大學觀光研究所碩士論文，未出版，台北市。
 21. 馬承源 (2015)。住宿者期望及滿意度對再宿意願之影響-以溪頭民宿顧客為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士班碩士論文，未出版，彰化縣。
 22. 康家菱(2012)。使用行動廣告與無所不在商務之效益-以民宿業者為例。中興大學高階經理人碩士在職專班碩士學位論文，未出版，台中市。
 23. 陳利光(2002)。台灣旅行業顧客關係對顧客滿意度及忠誠度之影響-台北縣市之實證研究。輔仁大學管理學研究所碩士論文，未出版，台北市。
 24. 陳秀美(2016)。民宿行前期望、體驗、目的地意象對再訪意願影響之研究-以東港地區民宿為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士在職專

- 班碩士論文，未出版，彰化縣。
25. 陳依婷、許惠珠、胡惟喻(2008)。雪山隧道通車後是否能夠提高宜蘭地區觀光住宿效益？—以遊客住宿行前期望、滿意度及再宿意願為例。中華技術學院學報，39，167-179。
26. 陳思因(2006)。產品使用過程之期待意象。大同大學工業設計研究碩士論文，未出版，台北市。
27. 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。南華大學管理科學研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
28. 張榮昇(2009)。金門古厝民宿服務品質、遊客滿意度與忠誠度關係之研究。高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
29. 張蕙羽(2017)。民宿旅客住宿經驗、地方依附對滿意度及再宿意圖影響之研究：以金門古厝民宿為例。高雄餐旅大學餐旅研究所碩士論文，未出版，高雄市。
30. 張耀堂(2011)。消費者人格特質、民宿特色與民宿類型選擇關係之研究。淡江大學商學院國際商學碩士在職專班碩士論文，未出版，台北市。
31. 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，62-68。

32. 郭育任、楊明賢、李明晃、鄭耀忠、陳心怡(2005)。金門國家公園生態旅遊整體規劃(pp. 1)。內政部營建署金門國家公園管理處委託研究報告。台北市。
33. 郭書吟(2012)。民宿設置評估指標系統之研究。高雄餐旅大學碩士論文，未出版，高雄市。
34. 黃章展、李素馨、侯錦雄(1999)。應用重要-表現程度分析法探討青少年觀光遊憩活動需求特性(pp. 99-114)。休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集。臺北市：中華民國戶外遊憩學會。
35. 楊永盛(2003)。遊客對宜蘭地區民宿評價之研究。世新大學觀光學系碩士論文，未出版，台北市。
36. 廖智鈴(2018)。臺北市貓空商圈之遊客滿意度分析--I.P.A.(重要表現程度分析法)之應用。世新大學觀光學研究所碩士論文，未出版，台北市。
37. 劉天和(2016)。金門本島民宿產業現況與未來探討。中華科技大學經營管理研究所碩士論文，未出版，新竹市。
38. 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。南華大學管理科學研究

所碩士論文，未出版，嘉義縣。

39. 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。台灣大學農業工程學系碩士論文，未出版，台北市。
40. 蔡伯勳(1989)。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。台灣大學園藝學研究所碩士論文，未出版，台北市。
41. 鄭恆星(2012)。自行車騎士隊單車旅館之旅遊動機、旅遊期望、旅遊意象與滿意度之關係。屏東科技大學休閒運動保健系碩士論文，未出版，屏東市。
42. 鄭詩華(1992)。農村民宿之經營及管理。戶外遊憩研究，5(1)，13-24。
43. 鄭詩華(1998)。民宿制度之研究。台中市：台灣省政府交通處旅遊事業管理局。
44. 鄭健雄、吳乾正(2004)。度假民宿管理。台北：全華。
45. 鄭瑤琳(2018)。頭城休閒農場遊客體驗重要表現程度分析之研究，臺北教育大學文化創意產業經營學系碩士論文，未出版，台北市。
46. 歐聖榮(1997)。以自然資源為導向之遊憩區服務品質之研究。戶外遊憩研究，7(1)，81-104。
47. 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)。台北市：台北市政府。

48. 羅惠斌(1995)。觀光遊憩區規劃與管理。台北：固地文化出版。

49. 交通部觀光局(2019a)。民宿管理辦法。線上檢索日期：2019/1/10

取自：

<https://admin.taiwan.net.tw/FileDownload/TourismRegulation/4ecba99c-1064-4dd0-ad91-806baff19552.pdf>。

50. 交通部觀光局(2019b)。旅宿業相關統計。取自：

<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx>

51. 金門縣(2019)。維基百科。取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%87%91%E9%96%80%E7%B8%A3>

52. 金門縣政府(2019)。取自：<https://www.kinmen.gov.tw/>

53. 金門國家公園古厝民宿網(2019)。線上檢索日期：2019/2/1。

取自：

http://guesthouse.kmnp.gov.tw/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=101

54. 金門觀光旅遊網(2019)。線上檢索日期：2019/2/1。

取自：<https://kinmen.travel/zh-tw/travel/attraction/520>

55. TVBS News(2018)。時代變了 金門十萬雄兵銳減成 3 千精兵，

2018/04/17。取自：<https://news.tvbs.com.tw/life/903558>

英文部分

1. Bolton, Ruth N. & James H. Drew. (1991). A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes. *Journal of Marketing*, 55, 1-9.
2. Cardozo, R. N. (1965). "An experimental study of consumer effort, expectations and satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249.
3. Cina, Craig (1989). Creating an effective customer satisfaction program. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 4(2).
4. Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum Press.
5. Helson, H. (1964). *Adaptation-level theory*. New York : Harper and Row.
6. Hollenhorst, S., Olson, D. & Fortney, R. (1992). Use of importance-performance analysis to evaluate state park cabins: The case of the West Virginia state park system. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10(1), 1-11.
7. Kotler (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
8. Latour, S.A. & Peat N.C. (1979). Conceptual and Methodological Issue in Consumer Satisfaction Research. *Association for Consumer Research*, 6, 431-437.
9. Lawler, E.E (1973). "Motivation in work organizations"(pp.224), California : Brooks/Cole Publishing Company.
10. Martilla, J. A. & James, J. C. (1977) . Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77-79.

11. McIntosh, R.W. (1977). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (2nd ed). Columbus Ohio: Grid Inc.
12. Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. NY: Oxford University Press.
13. Oliver (1981).” Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retailing Setting”, *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
14. Oliver & W.S Desarbo. (1988).” Response Determinants in Satisfaction Judgement”. *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.
15. O’Sullivan (1991). *Marketing for parks, recreation and leisure*(pp271). State College, PA: Venture Publishing.
16. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
17. Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses factor: Evaluation visitors in tourist settings*. New York: Springer-Verlag.
18. Pearce, P. L. & U. I. Lee. (2005). "Developing the travel career approach to tourist motivation." *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
19. Philip L. Pearce (2005). *Tourist Behavior: Themes and Conceptual Schemes*.UK: Channel View Publications
20. Sampson, S. E. & Showalter, M. J. (1999). The Performance-importance response function: Observation and implications. *The Service Industries Journal*, 19(3), 1-25.
21. Schreyer, R. & Roggenbuck, J.W(1978).” The Influence of experience expectation on crowding perceptions and social psychological carrying capacities”. *Leisure Science*, 1(4), 373-394.

22. Weiner (1985).” An attributional theory of achievement motivation and emotion”. *Psychological Review*, 92(4), 548-573.



附錄一 珠山聚落問卷

測試日期：2019 /01/15

親愛的女士、先生您好：

非常感謝您願意參與此次問卷的填答，這是一份學術性的調查，目的在探討遊客對於金門珠山此聚落傳統民宿住宿滿意度與其重遊意願之研究調查。問卷採無記名方式，內容並不會對外公開，所有資料僅供研究統計參考，絕對保密，請依照您的真實感受及狀況回答即可，敬請安心作答。衷心感謝您的配合，再次向您致上最深的謝意！

敬祝您 身體健康、萬事如意！

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

指導老師： 丁誌紋 博士

研究生： 蔡啟添

敬上

一、 旅遊特性（請在打)

1. 請問您是第幾次前來此聚落傳統民宿？

第一次 第二次 三次 四次(含以上)

2. 本次您住的傳統民宿為何？

珠山官邸 珠山大院 依山行館 慢慢民宿 珠山娜一家
落番居 校長的家 陶然居 珠山 17-1 號 珠山 75 號 珠山 82 號

3. 本次您的旅遊同伴性質為何？

配偶 男女朋友 小孩 父母 非直系親人 朋友同事 自己單獨
旅遊團體 其它_____

4. 您如何得知「此聚落傳統民宿」的旅遊資訊？（可複選）

旅遊網站 親友介紹 電視廣播 報章雜誌 觀光摺頁
旅行社建議行程 順道經過 其它_____

5. 您在金門停留多久時間？

1 天以內 2~3 天 4~5 天 6 天以上

6. 您在「此聚落傳統民宿」住宿多久時間?

1天 2天 3天 4天 5天 6天以上

7. 您這次最主要的旅遊動機?(請單選)

出差 拜訪親友 休閒觀光 文化探索 尋找記憶

宗教交流 活動交流 生態旅遊 運動旅遊 其他(請說明) _____

二、請就您的行前重視程度及住宿後對各層面的實際體驗滿意度，在表格內打√。

◎ 針對此傳統民宿，分成下面五大部分 請就您的行前重視程度與遊憩後實際體驗，仔細作答!謝謝!	行前重視					實際體驗				
	非常重視	重視	普通	不重視	非常不重視	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
● 感官體驗方面										
1. 此傳統民宿的景觀設計優美	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 此傳統民宿的家飾具有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 此傳統民宿的建築具有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 此傳統民宿的環境清幽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 此傳統民宿的房間空氣清新	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● 心理感受方面										
1. 此傳統民宿的懷舊感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 此傳統民宿的氛圍輕鬆	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 此傳統民宿的舒適感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 此傳統民宿的客房具有隱私性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 此傳統民宿的房間裝潢有溫馨感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● 環境衛生方面										
1. 周遭環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 客房內環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 浴室廁所環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 公共空間環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 餐飲設備乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● 餐飲供應方面										
1. 用餐環境設施規劃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 餐飲口味具有特色	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 餐飲的多樣選擇性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 周遭餐飲價錢合理	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 使用餐飲環境舒適性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
● 服務品質方面		
1. 員工服務態度	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 旅遊資訊與遊憩資源的提供	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 導覽解說服務	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 提供諮詢服務	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 提供交通工具	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
● 經營管理方面		
1. 網頁使用與訂房方便度	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 沿路指示標誌清楚	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 價格合理	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 業者對客人抱怨的處理迅速	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 消防安全設施符合規定	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

三、整體滿意度與重遊意願 (請在打√)

- 請問對於此次住宿此傳統民宿，您的**整體滿意度**為何？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 您願意再來此傳統民宿住宿嗎?(不願意者跳答第四題)
非常願意 願意 不一定 可能不願意 非常不願意
- 您會推薦此傳統民宿給其他親朋好友嗎？
一定會 會 不一定 可能不會 一定不會
- 您願不願意對本傳統民宿，在相關社群上給予正面口碑？
一定會 會 不一定 可能不會 一定不會
- 倘若您不願意再度住宿此傳統民宿，影響你的因素有哪些?(可複選)
服務品質不佳 特色不具吸引力 遊憩設施不足 交通不便 安全性問題
同一家民宿不住兩次 價格不合理 環境衛生待加強 民宿位置偏僻
其他(請說明)_____

四、基本資料（請在打√）

1. 性別：男 女
2. 婚姻：未婚 已婚 其它
3. 年齡：12~20 歲 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲 61 歲以上
4. 職業：學生 軍警公教 工 商 農林漁牧 服務業
自由業 退休人員 家管 其它_____
5. 平均月收入：15,000 元以下 15,001~30,000 元 30,001~45,000 元
45,001~60,000 元 60,001~80,000 元 80,001 元以上
6. 教育程度：小學 國中 高中職 大專院校 研究所
7. 居住地區：大陸 港澳 星馬 非華人區域
北部（基北桃竹苗） 中部（中彰雲投） 南部（嘉南高屏）
東部（宜花東） 外島（澎湖馬祖）

非常感謝您的配合，本問卷到此全部結束

附錄二 水頭聚落問卷

測試日期：2019 /01/15

親愛的女士、先生您好：

非常感謝您願意參與此次問卷的填答，這是一份學術性的調查，目的在探討遊客對於金門水頭此聚落傳統民宿住宿滿意度與其重遊意願之研究調查。問卷採無記名方式，內容並不會對外公開，所有資料僅供研究統計參考，絕對保密，請依照您的真實感受及狀況回答即可，敬請安心作答。衷心感謝您的配合，再次向您致上最深的謝意！

敬祝您 身體健康、萬事如意！

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
指導老師： 丁誌紋 博士
研究生： 蔡啟添

敬上

一、旅遊特性（請在打√）

1. 請問您是第幾次前來此聚落傳統民宿？

第一次 第二次 三次 四次(含以上)

2. 本次您住的傳統民宿為何？

鳳毛麟趾 新水調歌 水頭客棧 水頭 7、9、20 號 十八支樑
水頭 28、29 號 水頭 37、53 號民宿 水頭 33 號 閩南旅店
水頭 34 號 水頭 44、85、86 號民宿 水頭 6 號 水頭 4 號
水頭 103 號民宿

3. 本次您的旅遊同伴性質為何？

配偶 男女朋友 小孩 父母 非直系親人 朋友同事 自己單獨
旅遊團體 其它_____

4. 您如何得知「此聚落傳統民宿」的旅遊資訊？（可複選）

旅遊網站 親友介紹 電視廣播 報章雜誌 觀光摺頁
旅行社建議行程 順道經過 其它_____

5. 您在金門停留多久時間？

1天以內 2~3天 4~5天 6天以上

6. 您在「此聚落傳統民宿」住宿多久時間?

1天 2天 3天 4天 5天 6天以上

7. 您這次最主要的旅遊動機?(請單選)

出差 拜訪親友 休閒觀光 文化探索 尋找記憶

宗教交流 活動交流 生態旅遊 運動旅遊 其他(請說明) _____

二、請就您的行前重視程度及住宿後對各層面的實際體驗滿意度，在表格內打√。

◎ 針對此傳統民宿，分成下面五大部分請就您的行前重視程度與遊憩後實際體驗，仔細作答!謝謝!	行前重視					實際體驗				
	非常重視	重視	普通	不重視	非常不重視	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
● 感官體驗方面										
1. 此傳統民宿的景觀設計優美	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 此傳統民宿的家飾具有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 此傳統民宿的建築具有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 此傳統民宿的環境清幽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 此傳統民宿的房間空氣清新	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● 心理感受方面										
3. 此傳統民宿的懷舊感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 此傳統民宿的氛圍輕鬆	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 此傳統民宿的舒適感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 此傳統民宿的客房具有隱私性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 此傳統民宿的房間裝潢有溫馨感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● 環境衛生方面										
1. 周遭環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 客房內環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 浴室廁所環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 公共空間環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 餐飲設備乾淨衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

● 餐飲供應方面		
1. 用餐環境設施規劃	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 餐飲口味具有特色	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 餐飲的多樣選擇性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 周遭餐飲價錢合理	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 使用餐飲環境舒適性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
● 服務品質方面		
1. 員工服務態度	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 旅遊資訊與遊憩資源的提供	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 導覽解說服務	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 提供諮詢服務	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 提供交通工具	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
● 經營管理方面		
1. 網頁使用與訂房方便度	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 沿路指示標誌清楚	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 價格合理	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 業者對客人抱怨的處理迅速	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 消防安全設施符合規定	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

三、整體滿意度與重遊意願（請在打√）

- 請問對於此次住宿此傳統民宿，您的**整體滿意度**為何？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 您願意再來此傳統民宿住宿嗎？(不願意者跳答第四題)
非常願意 願意 不一定 可能不願意 非常不願意
- 您會推薦此傳統民宿給其他親朋好友嗎？
一定會 會 不一定 可能不會 一定不會
- 您願不願意對本傳統民宿，在相關社群上給予正面口碑？
一定會 會 不一定 可能不會 一定不會
- 倘若您不願意再度住宿此傳統民宿，影響你的因素有哪些？(可複選)
服務品質不佳 特色不具吸引力 遊憩設施不足 交通不便 安全性問題
同一家民宿不住兩次 價格不合理 環境衛生待加強 民宿位置偏僻
其他(請說明)_____

四、基本資料（請在打）

1. 性別：男 女
2. 婚姻：未婚 已婚 其它
3. 年齡：12~20歲 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51~60歲 61歲以上
4. 職業：學生 軍警公教 工 商 農林漁牧 服務業
自由業 退休人員 家管 其它_____
5. 平均月收入：15,000元以下 15,001~30,000元 30,001~45,000元
45,001~60,000元 60,001~80,000元 80,001元以上
6. 教育程度：小學 國中 高中職 大專院校 研究所
7. 居住地區：大陸 港澳 星馬 非華人區域
北部（基北桃竹苗） 中部（中彰雲投） 南部（嘉南高屏）
東部（宜花東） 外島（澎湖馬祖）

非常感謝您的配合，本問卷到此全部結束