

南華大學旅遊事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

民宿遊客度假生活型態、選擇評估準則與遊客行為之研究

A Study on B&B Vacation Lifestyle, Criteria and Behavior in B&B Tourist

研究生：陳志軒

GRADUATE STUDENT: CHIH-HSUAN CHEN

指導教授：李謀監 博士

ADVISOR: MOU-CHIEN LEE Ph.D.

中華民國九十九年一月四日

南 華 大 學

旅 遊 事 業 管 理 研 究 所 碩 士 學 位 論 文

民宿遊客渡假生活型態、選擇評估準則

與遊客行為之研究

研究生：陳志軒

經考試合格特此證明

口試委員：黃字地

邱宗治

李謀監

指導教授：李謀監

系主任(所長)：丁務敏

口試日期：中華民國 99 年 1 月 4 日

謝誌

經過了不少時間的修改，終於在沒倒下之前修改完論文了！，因為資質不佳的我，做論文時粗心不少，所以努力要比其他人多，因此，老師要加注我要比其他的人還多！所以真是要感謝老師的加油鼓勵與指教訓示，還要謝謝老爸、老媽、老妹在旁的鼓勵與打氣，必要時幫忙論文相關的幫助，還有助教與佳玲學姊的愛心與耐心，不時地伸出援手，以及能力同學維誠、冠宏、阿毛、大郭、小強、好鑫、佻臻、好芳、怡雯、劉大姐、朱育正、嘉君、秣晨等同學的幫助，帶給我不少成長、回憶與幫助。最後，感謝的是，因為有你們，才会有我的完成論文的動力。

陳志軒 謹誌於

南華大學旅遊事業管理學系碩士班

2010年一月二十日

南華大學旅遊事業管理學系九十七學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：民宿遊客度假生活型態、選擇評估準則與遊客行為之研究

研究生：陳志軒 指導教授：李謀監 博士

論文摘要內容：

本研究主要是探討民宿遊客度假生活型態、選擇評估準則、遊客之間的關係。本研究發放 400 份問卷，回收有效問卷 345 份。以 t 考驗、單因子變異數分析、典型相關等統計方法進行分析。本研究結果如下：

- 1.不同性別、年齡、教育程度、家庭狀況、職業類別、月收入、資訊來源對於度假生活型態有差異差異。
2. 民宿遊客的度假生活型態與選擇評估準則呈現負向趨勢。
- 3.不同年齡、教育程度、家庭狀況、居住地、職業類別、月收入有差異差異。
- 4.民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為呈現正向趨勢。
- 5.民宿遊客在民宿的感受上無別於住飯店的感受

關鍵詞:民宿，度假生活型態，選擇評估準則，遊客行為

Title of Thesis : A Study on B&B Vacation Lifestyle, Criteria and Tourist Behavior in B&B Tourist

Name of Student : Chih- Hsuan Chen

Adviser : Mou- Chien Lee Ph.D.

Abstract

The purposes of this research aimed to analyze the relationships among the B&B vacation lifestyle, criteria, and tourist behavior by questionnaire investigation method. The statistical analysis method included T- test, one-way MANOVA and canonical correlation. This research had 400 participants and 345 surveys had returned. The results are found as followed:

- (1) The vacation lifestyle have a great diversity according to different gender, age, education level, income and origin of information.
- (2) The relationship between B&B consumer's vacation lifestyle and criteria are negative tendency.
- (3) There are a great diversity among different gender, education level, family situation, residency, occupation and income.
- (4) The relationship between criteria and consumer behavior are positive tendency.
- (5) There is no difference for B&B tourist to live in B&B or in hotel.

Keywords: B&B, Vacation Lifestyle, Criteria, Tourist Behavior.

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
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.....	5
1.3 名詞解釋.....	5
1.4 研究範圍與對象.....	6
1.5 研究內容與流程.....	6
第二章 文獻探討.....	9
2.1.1 民宿定義與特性.....	9
2.1.2 民宿的貢獻.....	11
2.1.3 民宿業之經營關鍵成功因素	12
2.2.1 渡假生活型態發展.....	15
2.3 選擇評估準則.....	21

2.4	遊客行為.....	23
第三章	研究設計與方法.....	24
3.1	研究架構與假設.....	24
3.1.1	研究架構.....	24
3.1.2	研究假設.....	25
3.2	問卷設計與抽樣方法.....	27
3.2.1	問卷來源.....	27
3.2.2	問卷設計與調查、效度分析	30
3.2.3	抽樣方法.....	31
3.2.4	資料處理.....	32
第四章	資料分析.....	34
4.1	遊客基本特性分析.....	34
4.2	信度分析.....	38
4.3	渡假生活型態分析.....	39
4.4	選擇評估準則分析.....	41
4.5	遊客行為分析.....	42
4.6	個人背景在渡假生活型態、選擇評估準則與遊客行為之差異性分析	43
4.6.1	不同個人背景變項在渡假生活型態差異分析.....	43
4.7	民宿遊客渡假生活型態與選擇評估準則之相關分析.....	51

4.7.1	民宿遊客度假生活型態與選擇評估準則之相關分析	52
4.7.2	典型因素的解釋變異量分析	53
4.7.3	典型因素相關結構係數(負荷量分析)	54
4.8.1	不同個人背景在選擇評估準則差異分析	56
4.9.1	民宿遊客選擇評估準則與遊客行為之相關分析	64
4.9.2	典型因素的解釋變異量分析	65
4.9.3	典型因素相關結構係數(負荷量分析)	66
4.10.1	不同個人背景變項在遊客行為差異分析	67
第五章	結論與建議	74
5.1	結論	74
5.1.1	民宿遊客人口統計變項對於度假生活型態之差異情形	74
5.1.2	民宿遊客的度假生活型態與選擇評估準則有相關存在	76
5.1.3	民宿遊客人口統計變項對於選擇評估準則之差異情形	76
5.1.4	民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為有相關存在	78
5.1.5	民宿遊客人口統計變項對於遊客行為之差異情形	78
5.2	建議	81
5.2.1	對經營者的建議	81
5.2.2	研究限制與後續研究建議	84
參考文獻	中文部份 英文部分	85

附錄一	問卷	90
-----	----	-------	----

表目錄

表 2.1	住宿業之經營關鍵成功因素整理.....	14
表 2.2	生活型態構面分析表(Life Style Dimension).....	17
表 2.3	生活型態定義整理.....	19
表 3.1	渡假生活型態構面與問項.....	27
表 3.2	選擇評估準則構面與問項.....	28
表 3.3	遊客行為構面與問項.....	29
表 3.4	各地抽樣問卷份數.....	31
表 4.1	樣本基本資料分析表(N=345).....	36
表 4.2	樣本遊客消費行為特性分析表(N=345).....	37
表 4.3	構面衡量的信度.....	38
表 4.4	渡假生活型態描述性分析表.....	40
表 4.5	選擇評估準則描述性分析表.....	41
表 4.6	遊客行為描述性分析表.....	42
表 4.7	不同性別遊客的渡假生活型態獨立樣本 t 考驗摘要表.....	44
表 4.8	不同年齡遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	44
表 4.9	不同教育程度遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	45
表 4.10	不同家庭狀況遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	46

表 4.11	不同居住地遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	47
表 4.12	不同職業遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	48
表 4.13	不同月收入遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	49
表 4.14	不同資訊來源遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表.....	50
表 4.15	渡假生活型態與選擇評估準則之典型相關分析摘要表.....	52
表 4.16	不同性別遊客的選擇評估準則獨立樣本 t 考驗摘要表.....	56
表 4.17	不同年齡遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	57
表 4.18	不同教育程度遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	58
表 4.19	不同家庭狀況遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	59
表 4.20	不同居住地遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	60
表 4.21	不同職業遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	61
表 4.22	不同月收入遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	62
表 4.23	不同資訊來源遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表.....	63
表 4.24	選擇評估準則與遊客行為之典型相關分析摘要表.....	65
表 4.25	不同性別遊客的遊客行為獨立樣本 t 考驗摘要表.....	67
表 4.26	不同年齡遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	68
表 4.27	不同教育程度遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	69
表 4.28	不同家庭狀況遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	70
表 4.29	不同居住地區遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	70

表 4.30 不同職業遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	71
表 4.31 不同月收入遊客的遊客行為單因子變異數摘要表.....	72

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	8
圖 3.1 研究架構.....	24
圖 4.1 度假生活型態選擇評估準則相關分析圖.....	51
圖 4.2 選擇評估準則遊客行為相關分析圖.....	64

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

觀光產業是近年來迅速發展的新興產業。而我國目前也全力推動台灣成為永續觀光的「綠色矽島」，而觀光為未來發展主軸之一，而民宿方面亦是目前國人觀光旅遊、休閒度假的重要住宿選項，尤其以著名景點之民宿，每逢假期更是一房難求(宋懷德，2007)。

台灣的民宿的起源，原是在觀光景點、登山口的起點、有民宿特色的農特產觀光果園地區，為因應都市居民或登山客的便利，便開始利用其空餘的房間讓遊客停留落腳住宿，所以民宿也因為此種需要應運而產生以當做副業經營(林梓聯，2001)。黃穎捷(2006)指出民宿源自於觀光地區的設施不足而發展出來的。說到民宿發展必須從農業發展開始說起。蔡宏進(2009)指出，1970年後至1990年因為台灣工業逐漸興盛，農業就此衰弱；而自1990年後，政府曾多次參與世界關貿協定(GATT)，因而導致農業產銷更加衰退；後來政府又加入了世界貿易組織(WHO)，受到世界市場影響甚深，因而導致國內農產品出口值遠少於進口值，使農業地位更加困窘，導致部分農業被迫轉型成觀光農園、休閒農場還有民宿謀生，但卻有助於休閒農業及鄉村旅遊的發展。宋懷德(2006)便指出民宿於觀光區已逐漸普遍，且已發展一定規模，因為畢竟業者如果要在觀光區內大規模投資較大型的旅館，必會

遭遇到許多會碰到的問題，即投資門檻較高，相對而言，投資民宿的進入門檻較低，即投入資金較少、規定較簡單以及限制較少等，以致於民宿業的發展相較於飯店會比較迅速發展且普遍，這即是民宿業最佳的發展利基。

然而隨著國民所得提升與生活型態的改變，使得國人更積極地參與民宿渡假，民宿也開始蓬勃發展。周逸衡、巫喜瑞(2003)指出由於近年來都市人口的快速成長，使得人口較密集的都會區，在休閒遊憩的設施與空間上都呈現嚴重不足的現象，而且其生活步調不同於鄉下，還有公共運輸及私人車輛上均呈現普遍發達的情形，皆使得遊客更積極的參與農業休閒遊憩活動，體驗農村生活，回歸大自然的懷抱，以抒解身心的壓力。黃純德、李宗珏(2005)指出民宿的休閒型態剛好符合國人國內旅遊這股風潮，換句話說，因為民宿的生活型態符合國內旅遊的型態，所以遊客不斷去旅遊以尋找適合自己生活型態的民宿。陳淑芬、邱天佑(2006)指出當今民宿的種類與型態繁多，不同的特色的民宿為的就是要滿足不同特性的遊客，而這些遊客的不同消費特性的差異最容易反映在生活型態上。由此可見，由渡假生活型態探討遊客對民宿的需求，比一般生活型態或人口統計變項更適合運用於區隔民宿旅客消費者特性。

蔡宏進(2009)提到鄉村旅遊與民宿的關係:鄉村旅遊能夠使都市居民與工廠勞工這些主要消費者感受到清新空氣、假日悠閒還有親近大自然那種步調不同於都市的生活,得到的是身心健康以及視覺上的滿足感。另一方面可以讓鄉村居民在發展觀光及休閒農場、民宿、餐飲服務得到經濟上的收益,以補足農業生產偏低及不足,能夠振興鄉村經濟及改善鄉民生活。除此之外更可以讓政府在國際上提升形象與地位,所以在多方面都有益處。

根據2003年觀光局統計資料顯示台灣合法民宿僅124家,至今2008年10月觀光局資料顯示,已法定登記營運的有2601家,總法定登記房間10,388間數,未完成法定登記498家,其未法定登記房間2884間數。現保守估計全台灣民宿已超過5,000家,甚至有估算大大小小超過萬家以上而發展最為蓬勃的為苗栗、南投、宜蘭、花蓮及台東等地區。交通部觀光局國人旅遊狀況調查(2008)的統計資料發現:2008年國人以利用週末或星期日從事國內旅遊最多(占63%),其次是利用平常日(占26%),與前一年(2007年)比較,利用週末或星期日從事旅遊者增加了5個百分點,利用國定假日從事旅遊者減少了6個百分點,利用其他平常日從事旅遊者減少了1個百分點,而利用特意休假或寒暑假者都增加了1個百分點。另以旅遊目的觀察,民眾出遊大多以「純觀光旅遊」(占63%)最多,其次是「探訪親友」(20%),再其次是「健身運

動度假」(7%)，然後是「宗教性旅行」(5%)，綜觀2006年民眾主要因「觀光、休憩、度假」目的旅遊者較2007年上升3個百分點。2008年國內旅次以當日來回者(占69%)最多，其次是住宿旅館(占14%)，再其次是親友家(占11%)，然後是住宿於民宿者(5%)，而選擇其他住宿方式的比率均低於1%；與2007年比較，2008年國內旅遊住宿於民宿的比率上升1個百分點，增幅最大。由上面數據可知，民宿在國內旅遊市場有相當的需求與成長空間，目前已是重要的住宿選擇之一(薛景慈，康桓甄，何若絜，2008)。

而民眾在選擇旅遊地點時的考慮因素上，以「景觀優美」、「探訪親友」、「距離遠近、假期長短」居前3項較前幾年也都保持上升發展。而民眾喜歡的遊憩活動在各旅遊地區亦顯現其區域特色，北部地區以品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡、逛街、購物較多；中部地區以「遊樂園活動」、「文化體驗活動」具特色；南部為「文化體驗活動」及「運動型活動」；東部地區以「自然賞景活動」及「運動型活動」為優勢。因此每個地方的遊客行為方式不盡相同。但為何不同？而是因何種不同選擇評估才產生的遊客行為的差異？本研究就是要了解遊客個人背景與度假生活型態、選擇準則與遊客行為的關係。

1.2 研究目的

由以上研究背景與動機，本研究研究目的如下；

1. 探討民宿遊客的度假生活型態。
2. 探討民宿遊客的選擇評估準則。
3. 探討民宿遊客的遊客行為。
4. 探討個人背景對於度假生活型態、選擇評估準則及遊客行為的關係。
5. 探討遊客對於民宿是否有別於飯店的不同感受。研究結果能提供民宿業者參考並多瞭解遊客需求，進而設計更實際更有效的行銷方式。

1.3 名詞解釋

1. 民宿: 指利用住宅空房，並結合當地人文、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與體驗的處所。
2. 度假生活型態: 指一個人或一個群體的度假休閒生活及行為模式。
3. 選擇評估準則: 指出當消費者搜尋到滿足其需求的資訊後，即會針對可能的選擇方案加以評估，並做出決定。
4. 遊客行為: 指遊客與民宿經營者的互動與購買行為。

1.4 研究範圍與對象

1.研究對象與範圍

本研究對象為台灣地區宜蘭、苗栗、嘉義、高雄、屏東民宿的遊客，以便利取樣方式進行問卷收集。而旅遊後的遊客感受豐富，故將問卷發放在民宿交給曾經住民宿的消費者填寫。

2. 內容範圍:

本研究採用封閉式問卷蒐集資料，探討住宿民宿遊客度假生活型態、選擇評估準則、遊客行為、人口統計變數四者之間的關係。

1.5 研究內容與流程

根據上述研究目的，本研究可提出八項流程（如圖1.1 所示），簡述如下：

一、研究背景與動機、目的

針對本研究的背景與動機做一個整體面的思考，並確立研究目的。

二、文獻探討回顧

確立研究目的後，針對與本研究相關的國內外文獻做資料的整理與分析。

三、研究假設

綜合研究動機、目的，並參考相關文獻研究，推出本研究之假設。

四、問卷設計、確立研究方法

參考相關研究，發放至民宿及同校師生，並請提供意見，做概念性整理、分析後，設計出適合本研究的問卷，問卷內容包括度假生活型態量表、選擇評估準則量表、遊客行為量表、人口統計變數四大部分；並根據問卷與研究假設確立研究統計檢定方法。

五、問卷調查

以前往民宿住宿的遊客為對象，採用便利抽樣方式進行問卷調查。

六、問卷資料整理與統計分析

根據所回收之調查問卷，整理建檔後使用SPSS 10.0 統計軟體，以因素分析、單因子變異數分析、相關分析進行實證分析，以瞭解不同民宿消費者之選擇評估準則、度假生活型態及遊客行為。

七、檢定假設與分析結果

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。

八、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。

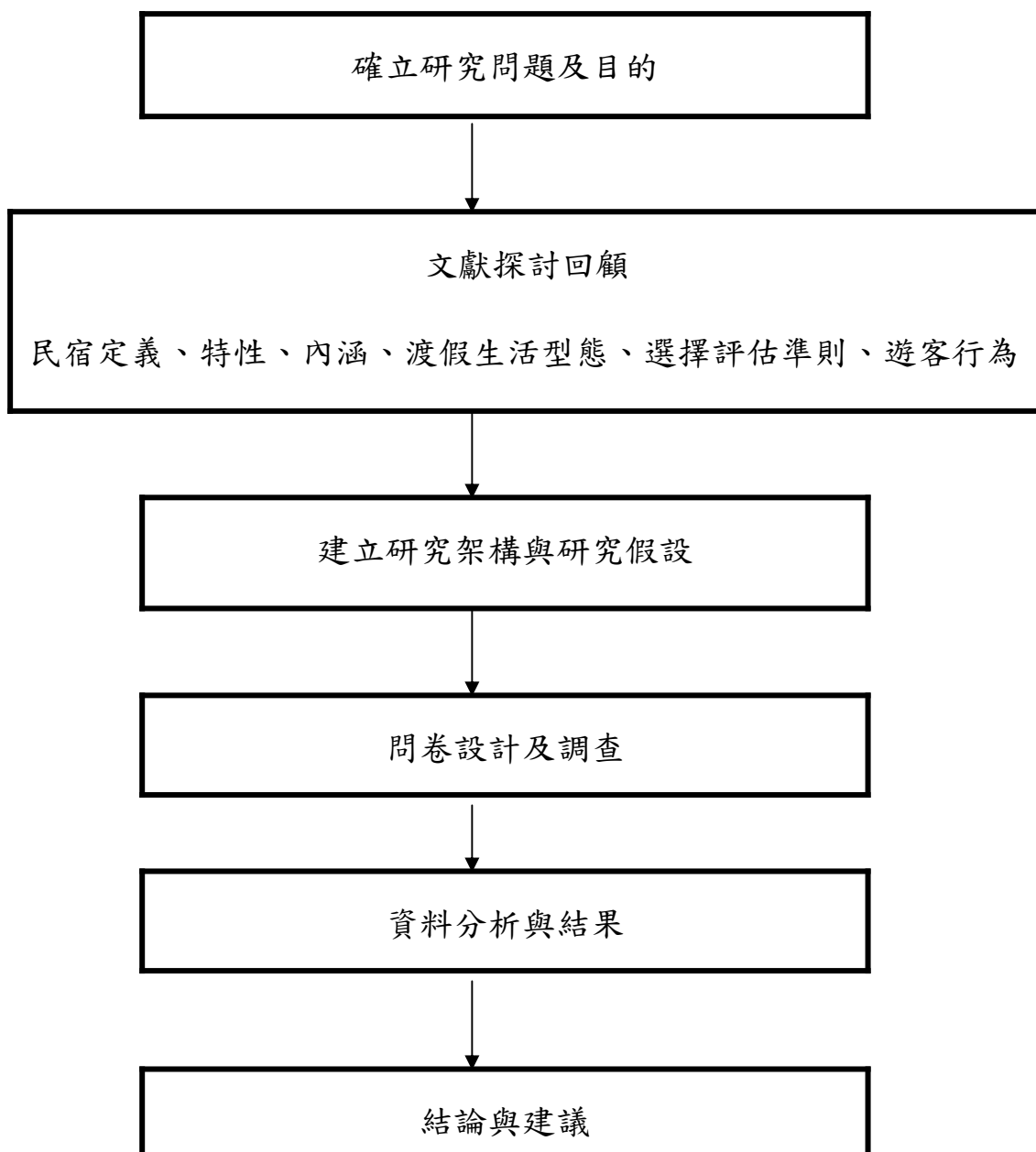


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1.1 民宿之定義與特性

Morrison(1996)說明民宿擁有跟旅館飯店不同的地方，不僅反映出那些民宿的經營面，也反應在現實市場面上。所以民宿有以下五個定義如下內容：(1)客人和民宿經營者主人之間必需有一些的個人上的相互作用；(2)主人讓客人有機會參觀當地建築物；(3)主人能提供客人一些特別活動；(4)主人是擁有者而且是自己來經營民宿；(5)不多的客人住宿數量(少於25個房間)。

民宿依照民宿管理辦法(2001)是指利用住宅空房，並結合當地人文、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。並分類成兩類：1.一般民宿：風景特定區、觀光地區、國家公園區；客房數在5間以下。2.特色民宿：原住民地區、偏遠地區、離島地區、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、金門特定區計畫自然村、非都市土地；客房數在15間以下。

黃純德、李宗珏(2005)綜合Ingram (1996); Lanier & Berman (1993); Sherry(1993)學者指出定義為「房屋主人，利用自宅空閒的房間，可以是整棟或分棟之房屋，以『家族經營』方式，提供旅客體驗鄉野生活住宿場所，其性質有別於商業化和專業化的旅館，所提供的是有如

鄉土味及家庭溫馨的住宿環境。」

沈進成、王伯文(2004)指出民宿產業通常位於觀光資源豐富的地區，與一般的旅館、渡假中心最大的不同之處是，除了提供基本的住宿之外，還給予投宿者感受到濃厚的人情味和家的溫馨感，並將民宿定義為：客房數少於15間，結合當地自然或人文等資源，提供遊客住宿及體驗之處所。

黃穎捷(2006)指出民宿的基本特性在地點與環境上，應該都是選擇景觀優美，環境幽靜，適合休閒及各種遊樂活動的地方。在建築設計上，為了維護風景地區的自然景觀，建築物都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。而在設備上:重視舒適方便，清潔衛生與安全並具家庭氣氛。

2.1.2 民宿的貢獻

民宿對經營者貢獻包括：(1)增加收入：充份利用自家剩餘的房屋以增加收入，尤其是農村人口外流及老化，觀光收入可改善其生活品質並吸引青年人口留在農村；(2)人文及自然環境的保存：民宿的發展讓居民對自有的古式建築，自然環境的清潔維護及當地文化的保存與復興更為用心；(3)解決農業生產及運銷之問題：農村所生產之農特產品可透過遊客之到訪而直接銷售，一方面可節省運銷成本，另一方面可提高農業生產之利潤；(4)提昇產業發展：以民宿的發展為基礎，投入相關的餐飲服務、特產製作販售，其他休閒體驗種類的結合，可由原來一級產業的農業生產提升到三、四級產業的服務及體驗。

對消費者貢獻包括：(1)選擇的多樣性：就遊客而言，民宿除解決其住宿問題外，亦可選擇位於山中、海濱、農村等各類型的民宿；對價格的選擇亦具多樣性，不用將就於高價位之旅館；(2)融入當地生活：民宿業者自發提供當地旅遊資訊，擔任旅遊嚮導，投宿民宿可體驗當地不同的生活方式，如農家日出而作日落而息的生活型態及耕種的體驗，並提供採果、採花或泡茶等休閒活動，且可品嚐當地的農特產品及風味餐；(3)學習與體驗：透過民宿主人的解說可對當地自然資源、文化特色、歷史背景，有更深入的了解與體驗(楊永盛，2003；黃穎捷，2006；嚴如鈺，2002；吳碧玉，2003)。

2.1.3 住宿業之經營關鍵成功因素

本研究整理對於民宿相關文獻提供經營者參考，在各住宿業的關鍵成功因素找出住宿業成功因素如下：

余聲海(1987)分析台灣地區一般觀光旅館及國際觀光旅館之關鍵成功因素共有九項，分別為服務人員的品質、旅館的知名度、旅館的實體產品、旅館產品設計、客源的選擇、旅館的營業收入、旅館的規模大小、旅館的設置地點及旅館服務員工數。

Yesawich(1998)經營旅館其關鍵成功因素共有九項，分別為既有的聲譽與品牌、服務的品質、設備水準、公共設施場所(如餐廳)有的獨特性、訂房的便利性、地點、國際連鎖、行銷活動(廣告、促銷及人員銷售)的有效性、顧客所認知的價格/價值比(吳碧玉，1993)。

巫立宇(1991)分析台灣國際觀光旅館業之關鍵成功因素分析歸納出七項觀光旅館之關鍵成功因素，分別是推廣通路、聲譽與地點、市場選擇、服務因素、產品因素、定價因素、國際連鎖旅館因素。

李忠星(1993)在「休閒渡假中心經營成功關鍵因素之研究」歸納出12個休閒渡假中心經營成功關鍵因素構面，分別是地理位置、景觀氣氛、硬體設施及休閒設施因素及服務品質、價格、聲譽、市場、業務推廣、公關、人力資源、財務管理、經營管理因，經歸納休閒渡假中心經營成功關鍵因素共有六項。分別如下：(1)推廣、(2)人力資源、

(3)地理與硬體設施、(4)市場、(5)價格、(6)財務管理。

鄭錫欽，梁家祐(2008)在「複合式民宿之經營模式對遊客吸引力之研究-以澎湖陶兵藝術民宿為例」，歸類出民宿成功關鍵因素共有11項，分別如下(1)民宿建築物專屬性、獨特性地理位置專屬性(2)自然資源專屬性、獨特性(3)品牌聲譽專屬性、獨特性、模糊性(4)經濟網路專屬性、模糊性(5)農業文化資源專屬性、獨特性(6)餐點的獨特性專屬性、獨特性(7)領導風格專屬性、獨特性(8)創業精神專屬性、獨特性(9)專業能力專屬性、獨特性、模糊性(10)經營管理能力專屬性、獨特性(11)活動安排與設計專屬性。

表2.1 住宿業之經營關鍵成功因素整理

研究者	住宿業之經營關鍵成功因素
余聲海(1987)	服務人員的品質、旅館的知名度、旅館的實體產品、旅館產品設計、客源的選擇、旅館的營業收入、旅館的規模大小、旅館的設置地點、旅館服務員工數。
Yesawich(1988)	既有的聲譽與品牌、服務的品質、設備水準、公共設施場所(如餐廳)的獨特性、訂房的便利性、地點、國際連鎖、行銷活動(廣告、促銷及人員銷售)的有效性、顧客所認知的價格/價值比。
巫立宇(1991)	推廣與通路因素、聲譽與地點因素、市場選擇因素、服務因素、產品因素、定價因素、國際連鎖旅館因素。
李忠星(1993)	推廣、人力資源、地理與硬體設施、市場、價格、財務管理
鄭錫欽，梁家祐(2008)	民宿建築物專屬性、獨特性地理位置專屬性 自然資源專屬性、獨特性 品牌聲譽專屬性、獨特性、模糊性 經濟網路專屬性、模糊性 農業文化資源專屬性、獨特性 餐點的獨特性專屬性、獨特性 領導風格專屬性、獨特性 創業精神專屬性、獨特性 專業能力專屬性、獨特性、模糊性 經營管理能力專屬性、獨特性 活動安排與設計專屬性

資料來源:本研究整理自鄭錫欽，梁家祐(2008)，吳碧玉(1993)

2.2.1 渡假生活型態發展

對於生活型態的研究，可以對消費者有更深入的瞭解，也可以更清楚的描述消費者的特性，所以如何有效的衡量生活型態，便成為一重要的課題。Hawkins(1992)等人指出生活型態的衡量是由不同程度的特定化所構成，而其中一類是處理一般生活方式的一般衡量方法，至於其他部分，其衡量方法則是特定的產品或活動，也就是特殊化生活型態衡量。

1. 一般生活型態：

Kotler(1998)所提出之市場區隔研究有將生活型態劃分進去，而市場區隔是將消費者分為幾個不同的特徵群體，並提及市場常見的四種區隔基礎：

(1) 地理變數 (Geographic Segmentation)：包括距離、地區、鄉鎮、都市大小、人口密度或氣候等變數來區隔。

(2) 人口統計變數 (Demographic Segmentation)：包括年齡、性別、家庭大小及生命週期、所得、職業、教育、宗教信仰、種族和國籍等加以區隔市場。

(3) 心理變數 (Psychographic Segmentation)：包括社會階層、生活型態及人格。

(4) 行為變數：包括購買時機、購買者地位，對品牌忠誠度、購買準

備階段，對產品的態度等。

其中第三種區隔-心理變數中的生活型態是一種生活模式，它是藉由個人的活動(Activities)、興趣(Interests)、意見(Opinions)，來加以辨別。

而最早測量生活形態 Wells & Tigert(1971)編制 300 題 AIO 量表，而根據 Reynold & Darden(1972)定義 AIO 變項的意義：(一)Activity:指一種具體而明顯的活動，通常是可以直接察覺到的，但其原因難以衡量。(二)Interests:對於某些事物、主題或事件的入迷程度，可以使人產生持續上的注意。(三)Opinion:指個人對於某些問題所刺激的情況底下，所能得到的口頭或書面陳述的反應，可以用於敘述個人上對於事情的解釋、期望與評估。(鄭建雄，劉孟奇，2002)

Plummer(1974)將人口統計變項加入到AIO中，所以構面增加到四個構面，構面中各有子構面如下表：

表2.2 生活型態構面分析表(Life Style Dimension)

活動(A)	興趣(I)	意見(O)	人口統計變數
工作	家庭	自我	年齡
嗜好	家事	社會	教育
社交	工作	政治	所得
渡假	社區	商業	職業
娛樂	消遣	經濟	家庭人數
社團	時尚	教育	住所
社區	食物	產品	地理環境
購物	媒體	未來	城市大小
運動	成就	文化	家庭生命週期

資料來源：Plummer,J.T,(1974), The concept and application of life style segmentation. Journal of Marketing,vol.38,pp.33-37.

Zins(1998)則是將渡假生活型態分為幾個類型衡量：1. 娛樂(Fun/Entertainment)、2. 安全與親近(Safety/familiarity)、3. 舒適(Confert/Relaxation)、4. 文化與自然真實(Cultrual/Nature Authenticity)、5. 氣氛(Atomosphere)、6. 刺激與運動(Excitement/Sports)、7. 逃離與改變(Escape/Change)、8. 提供小孩措施取向(Child Orientation)。

2. 特殊生活型態：

鄭建雄、劉孟奇(2002)將度假上的生活型態定義為指一個人或一個群體的度假休閒生活及行為模式。

鄭健雄、劉孟奇(2003)提出「台灣本土化度假生活型態量表」，而此量表係特別針對遊客出外旅遊行為的特定生活型態量表，參酌國內外相關量表與文獻，歷經多次修改與驗證所發展出適用台灣的度假生活型態量表，對於遊客的旅遊消費行為能夠進一步的解釋與預測，可將遊客分為五類型來衡量：(1)享受生活型、(2)社交聯誼型、(3)家庭旅遊型、(4)遠離塵囂型、(5)周末旅遊型等幾種度假生活型態。

顏美麗(2008)將生活型態定義分成四類，第一類：個人或群體的內顯行為，第二類：個人或群體的外顯行為，第三類：個人內在反映在外在行為，第四類：生活上的支配行為。如表2.1所示。

表2.3 生活型態定義整理

學者	定義	觀點類別
Lazer(1963)	生活型態是某一社會或某一群體與其他社會或群體之不同而具體表現於動態的生活模式中，因此生活型態是文化、價值觀、資源、法律等力量所造成的結果。	第二類
Wells&Tigert (1971)	生活型態是藉由個人的活動(Activities)、興趣(Interests)、意見(Opinions)，來加以辨別。最早提出以AIO提出心理計來衡量生活型態。	第三類
Plummer (1974)	生活型態是指將消費者的價值觀、意見、活動、興趣的綜合表現。	第三類
Engel, Kollat& Blackwell (1982)	生活型態是指個人價值觀和人格的綜合表現。	第一類
許士軍 (1988)	國內學者基本上都採用國外學者的定義，生活型態是一個整體生活的模型包括其態度、信念、期望、畏懼甚至偏見等特質，也反映在他本身對於時間、精力及金錢的支配上。	第四類
Kolter & Armstrong (1994)	生活型態是一個人的生活方式，就是他表現在外的活動、興趣與意見。	第三類

表2.3生活型態定義整理(續)

Hawkins,Best & Coney (1995,1998)	生活型態主要受文化、人口統計變數、價值觀、次文化、參考群體、社會階級、家庭，以及個人的動機、人格與情感等因素的影響。	第四類
Engel, Blackwell & Miniard (1995)	生活型態乃個人生活及如何分配時間和金錢等資源的型態，反映出個人所從事的活動、有興趣的事物及各種議題的意見，並強調生活型態是一種綜合性的觀念架構，他們認為生活型態是一個人價值觀和人格特質等綜合影響下的表現行為。	第一類
Kotler(1991)	生活型態是指個人在真實世界中，表現活動、興趣及意見上的生活模式。	第一類
別蓮蒂(2000)	生活型態是依照個人或團體在社會上的生活與行為模式。	第三類
鄭健雄、劉孟奇(2002)	指出渡假生活型態的定義為指一個人或一個群體的渡假休閒生活及行為模式	第一類

資料來源：鄭健雄、劉孟奇(2001)及顏美麗(2008)

綜合以上學者對於生活型態定義與衡量方式的不同，皆是認為生活型態皆是對於個人以及群體上的行為與生活方式，在面對平日的活動運用生活型態做研究較方便推斷其一個人或一個群體的模式，但在渡假時等特殊情形並無法去推斷結果，故本研究使用有別於平時狀態使用的渡假時使用的渡假生活型態的定義與類型去檢測民宿遊客。

2.3 選擇評估準則

消費者經常進行著購買各式各樣商品與勞務的決策。然而這些繁雜的消費者決策活動，卻可以歸納為一消費者決策模式。而較早的消費者決策模式是由Engel,Blackwell&Kollat(1968) (簡稱EKB 模型) 將消費者的購買決策過程區分為五個步驟：需求認知形成、解決方案(商品) 搜尋、方案(商品) 評估、方案(商品) 選擇或購買、以及事後評估，本研究是研究對於選擇旅遊地點上的評估以及購買行為來探討。

根據EKB Model消費者決策程序的第三個階段是購買前的方案評估，購買前方案評估係指評估和選擇可行方案，以符合消費者需求的一種過程。評估準則是用來評判選擇方案的特別構面或產品的屬性。許多學者都在探討遊客選擇旅遊目的地的過程中常常會考慮某些因素。Parrinello(1993)指出，遊客對於目的地的選擇評估是靠經驗和背景知識、廣告，以及旅遊預測技術(Tourist Anticipation Technology)去選擇旅遊地點的選擇。黃彥凱(2003) 指出遊客之旅遊目的地選擇決策行為，其共同重視考量的因素為(1)旅遊資訊的易得性、(2)豐富旅遊經驗、(3)活動策劃的吸引力、(4)票價等四項。因此，表示大多數民眾再從事旅遊活動時，在選定的地點中，重視其資訊的易得性且能豐富、增加自己的旅遊經驗，遊樂區活動策劃是否具吸引力及票價合

理性等。

Konecnik & Gartner(2007)從遊客的方面在目的地的評估理論上，提出和經驗為主被證實的模式補足早先研究結果。Gonzalo, Meneses & Gil 等人(2007)指出選擇評估作用是要瞭解遊客的和目的地之間的映像的相互關聯性，而其實證研究發現：對於目的地的印象越多，越能吸引遊客去參觀那個地方。

Engel, Blackwell & Miniard(1995)將選擇評估準則定義為：當消費者搜尋到滿足其需求的資訊後，即會針對可能的選擇方案加以評估，並做出決定。而其操作型定義為：

1. 價格：消費者以價格高、低作為評估準則。
2. 產品：消費者以產品的豐富度作為評估準則。
3. 品牌：消費者以品牌作為評估準則。
4. 參考群體：消費者以參考群體所提供的意見為評估準則。
5. 廣告宣傳：消費者以廣告宣傳作為評估準則。

綜合由以上學者對於選擇評估的準則上的定義與操作型定義，指出遊客對於選擇評估準則上都會先參考不同方面的因素以研究，皆能分析出遊客對於消費上有一些需要考量到的要素，而這些要素歸類出操作型定義。

2.4 遊客行為

早在二次世界大戰之前，已有研究報告說明遊客活動之測量工作，但只是從簡單的計算遊客在前往遊樂區的人數、停留時間和遊客從事活動上不同類別，而且只限於調查活動的使用空間、人數、時間次數，而不深入探討活動內在意義、遊客動機、知覺等問題。直到1930年代，才開始有對一般休閒活動參與者之社會屬性加以研究(王惠芬，2002)。

本研究藉由修改自Pizam&Sussmann (1995)所提之跨國籍之旅遊行為量表改成對於本土遊客也能適用的量表作為本研究遊客旅遊行為對於在互動購買上的依據來研究遊客行為。

第三章 研究設計與方法

本章主要是綜合前述的研究動機、文獻回顧，以提出研究架構、操作性定義、研究假設、問卷內容與設計、抽樣方法、研究限制以及資料分析為主。

3.1 研究架構與假設

3.1.1 研究架構

本研究架構是依據研究目的，並參考相關參考文獻之理論基礎設計如

圖 3-1，說明如下：

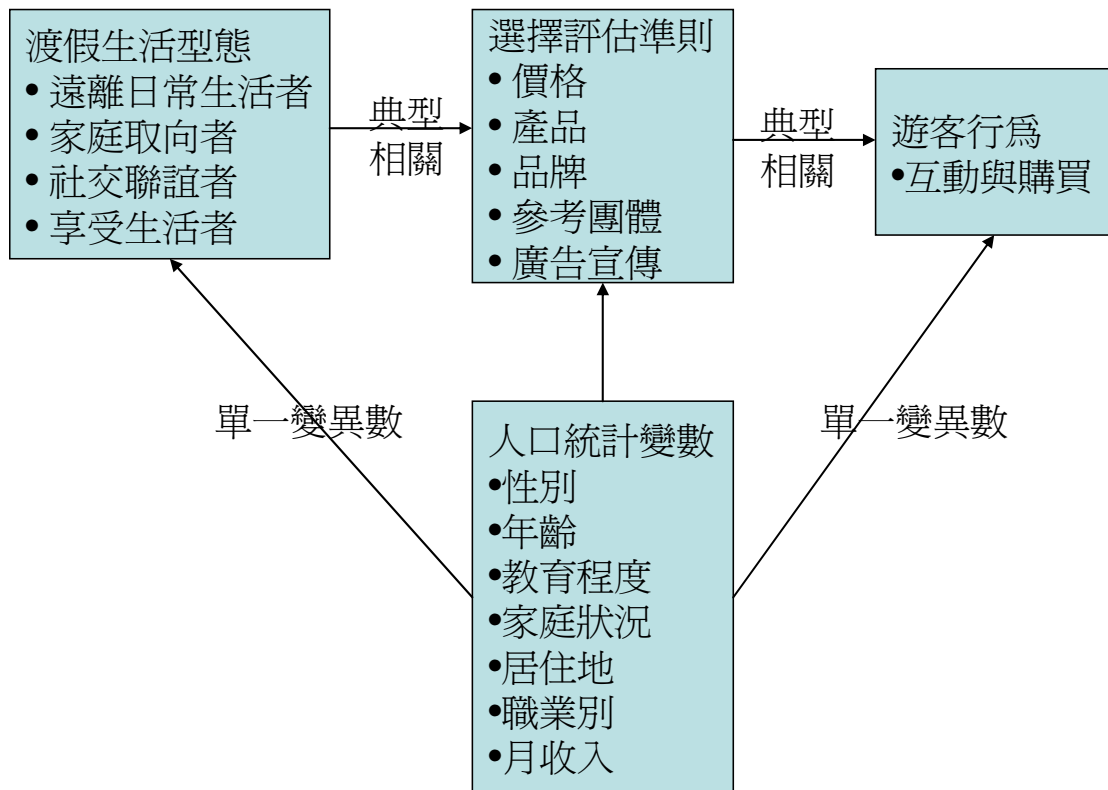


圖 3.1 研究架構

3.1.2 研究假設

依據文獻探討、研究架構與研究目的，本研究的研究假設如下：

H1: 不同人口統計變項對度假生活型態有差異存在。

1-1：不同性別旅客的度假生活型態有差異存在。

1-2：不同年齡旅客的度假生活型態有差異存在。

1-3：不同教育程度旅客的度假生活型態有差異存在。

1-4：不同婚姻狀況旅客的度假生活型態有差異存在。

1-5：不同居住地旅客的度假生活型態有差異存在。

1-6：不同職業旅客的度假生活型態有差異存在。

1-7：不同每月家庭收入旅客的度假生活型態有差異存在。

1-8：不同資訊來源旅客的度假生活型態有差異存在。

H2: 度假生活型態與選擇評估準則有相關存在。

H3: 不同人口統計變項對選擇評估準則有差異存在。

3-1：不同性別旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-2：不同年齡旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-3：不同教育程度旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-4：不同婚姻狀況旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-5：不同居住地旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-6：不同職業旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-7：不同每月家庭收入旅客的選擇評估準則有差異存在。

3-8：不同資訊來源旅客的選擇評估準則有差異存在。

H4: 選擇評估準則與遊客行為有相關存在。

H5: 不同人口統計變項對遊客行為有差異存在。

5-1：不同性別旅客的遊客行為有差異存在。

5-2：不同年齡旅客的遊客行為有差異存在。

5-3：不同教育程度旅客的遊客行為有差異存在。

5-4：不同婚姻狀況旅客的遊客行為有差異存在。

5-5：不同居住地旅客的遊客行為有差異存在。

5-6：不同職業旅客的遊客行為有差異存在。

5-7：不同每月家庭收入的遊客行為有差異存在。

5-8：不同資訊來源旅客的遊客行為有差異存在。

3.2 問卷設計與抽樣方法

3.2.1 問卷來源

1. 渡假生活型態

本部份採用鄭健雄、劉孟奇(2003)所發展的『台灣本土化渡假生活型態量表』，共 15 問項並加以修正構面，而採用李克特五等量表。表 3.1 所示。

表 3.1 渡假生活型態構面與問項

題號	題項	構面
1	我認為最好的渡假地點就是一個能夠遠離塵囂的地方。	遠離日常生活者
2	我渡假是為了能夠遠離工作壓力。	
3	我渡假是為了遠離所處的生活環境。	
4	我收藏了許多家人一同外出渡假旅遊時的照片。	家庭取向者
5	我的家庭經常一起出外渡假旅遊。	
6	我渡假是為了增進家人之間的感情。	
7	我渡假次數在政府實施週休二日後增加不少。	
8	我喜歡利用週休二日出外渡假旅行。	社交聯誼者
9	與其在一年之中有二次至三次的長期渡假，不如有多次的二日遊的假期。	
10	我經常參加社團或社區舉辦的渡假旅遊活動。	
11	我喜歡參加學校旅遊或自強活動。	
12	我渡假是為了聯絡同事或朋友間的感情。	享受生活者
13	如果在當地找不到很高級的飯店，我就不去那裡渡假。	
14	在渡假時，我願意付出高價享受最好的服務。	
15	對我而言，在渡假時有美食佳餚是很重要的。	

資料來源:修改自鄭建雄、劉孟奇(2003)『台灣本土化渡假生活型態量表』

2. 選擇評估準則

本部分參考EKB(Engel, Kollat & Blackwell,1968)模式以其中的選擇評估準則作為架構，共13問項，而採用李克特五等量表。表3.2所示。

表3.2 選擇評估準則構面與問項

題號	題項	構面
1 9 10 11	我會以價格作為在哪裡住民宿的主要考量。 我會以有資訊導覽的有無來決定在哪裡住宿。 我會以廣告(網路)上的推薦來決定在哪裡住民宿。 如果房間價格上有打折扣，我會優先考慮。	價格廣告
5 6 7 8 9	我會以民宿的特色風格來決定在哪裡住宿。 我會以人文景觀(包含民宿設施)來決定在哪裡住宿。 我會以員工的服務態度來決定在哪裡住宿。 民宿的餐飲也是我優先考慮的項目。 我會以家人(親戚)的意見來決定在哪裡住宿。	環境參考
2 6 7 8	我會以自然景觀來決定在哪裡住宿。 我會以老闆的親和力來決定在哪裡住宿。 我會以交通便利性來決定在哪裡住宿。 我會以朋友的意見來決定在哪裡住宿。	人文飲食

資料來源: Engel, J. F., D. T. Kollat and R. D. Blackwell(1968),

Consumer Behavior, New York: Holt, Rinehartand Winston.

3. 遊客行為

本部分參考EKB(Engel, Kollat & Blackwell,1968)模式以及修改自Pizam&Sussmann (1995)所提之旅遊行為量表，以瞭解不同生活型態民宿之遊客行為，共12問項；此部分題項分為遊客消費行為與遊客行為兩構面。遊客消費行為採用名目尺度，遊客行為採用區間尺度。

表3.3遊客行為構面與問項

題號	題項	構面
1	平均而言，我一年內去民宿的次數約為？	遊客消費行為
2	我願意花多少錢住民宿(兩人房)？	
3	本次渡假和您的同伴人數大約(包含您本人)	
4	您在外出渡假時，結伴同行的人是(單選)	
5	您在外出渡假時，結伴同行的人是？	
6	請問平均而言您每次到民宿旅遊，前後大約停留多少時間？	
7	我願意花多少錢購買民宿的產品？	
8	請問您覺得住民宿是否有別於住宿其他住宿場所(例如:飯店)的感受？	
9	我會跟其他遊客有互動。	遊客行為
10	我會跟民宿老闆有互動。	
11	我會在民宿買紀念品。	
12	我不會對民宿的產品感興趣。	
13	我會對民宿老闆有信任感。	
14	我會在民宿買禮品給親朋好友。	

資料來源: Engel, J. F., D. T. Kollat and R. D. Blackwell(1968),

Consumer Behavior, New York: Holt, Rinehartand Winston.

4. 基本資料

此部分題項測量為名義尺度，包含受訪者的性別、年齡、教育程度、家庭狀況、居住地、職業別、月收入、資訊來源等問項。

3.2.2 問卷設計與調查、效度分析

本研究旨在探討民宿遊客度假生活型態、選擇評估準則、遊客行為之分析。在第一、第二、第三(9-14題)使用區間尺度，第三(1-8題)使用名目尺度。本研究採問卷調查方式來進行遊客資料的收集工作，而問卷設計依據文獻回顧及相關學者研究結論，以及相關研究問卷、及指導教授意見，來建構問卷內容的設計。

本問卷經過前測發放給老師修改，其結果顯示遊客對問項皆能清楚填答出所對應的選項內容也能提出文字意義修改，因此，本問卷的表面效度應具有一定水準。

在內容效度方面，由於度假生活型態、選擇評估準則、遊客行為等變數衡量之構面與問項皆依文獻探討為基礎，並經多次的修訂而成，在正式問卷放前，亦曾做過測試與前測，故本問卷應可符合內容效度之要求。

本研究在正式發放問卷之前，亦針對變項內容與相關學者進行討論，使得各變項之測量能夠真正測出其所對應的觀念，且依據進行調查的產業加以修正，故本問卷具有內容效度(專家效度)。

3.2.3 抽樣方法

本研究之研究範圍為台灣地區宜蘭、苗栗、嘉義、高雄、屏東民宿的遊客，以郵寄發放方式進行問卷收集。2009年3月20號預試發放問卷30份，郵寄至嘉義地區鴻茗園民宿。正式問卷以郵寄方式發放，寄出400份，回收360份，其中有效問卷345份，回收率85%。而遊覽及住宿過的遊客感受豐富，故將問卷發放在民宿處以提供曾經住過或遊覽民宿的消費者填寫。發放時間皆是平日(4/12-5/25)。

表3.4 各地抽樣問卷份數

地區	有效問卷		發放-回收期間
宜蘭	葛瑞絲民宿(宜蘭縣羅東鎮)	45份	4/12-4/24
苗栗	菊園農場(苗栗縣大湖鄉)	105份	4/15-4/30
嘉義	鴻茗園(嘉義縣竹崎鄉)	60份	5/1-5/16
高雄	藤枝森林山莊(高雄縣桃源鄉)	85份	5/5-5/20
屏東	品喬旅店(屏東縣恆村鎮)	50份	5/15-5/25
合計		345份	

資料來源:本研究整理

3.2.4 資料處理

本研究回收問卷使用SPSS for Windows 10.0套裝軟體進行統計分析。並以描述性統計、獨立樣本t檢定、單因子變異數及典型相關，檢測本研究欲所探討問題。本研究各項統計考驗之顯著水準均為0.05。所使用的統計分析方法及應用目的說明如下：

一、描述性統計(Descriptive Statistics)

本研究利用描述性統計的次數與百分比分配、平均數及標準差等，分析不同人口背景變項的特質在廣場休閒現況的分佈情形。

二、因素分析(Factor Analysis)

以主成分分析(Principal Component Analysis)，經過正交轉軸(Orthogonalrotation)後，萃取「資訊搜尋」以及「評估準則」主要的共同因素，並依此為結果進行後續研究之分析。

二、獨立樣本t考驗(t-test)

用以檢定性別與度假生活型態、選擇評估準則、遊客行為有顯著差異。

三、單因子變異數分析(One-way ANOVA)

用以分析年齡、職業、教育程度、居住地與度假生活型態、選擇評估準則、遊客行為有顯著差異，當自變數均為間斷變項，且為三者以上之變項，依變項則為連續變項，則使用變異數分析。

四、典型相關分析(Canonical Correlation Analysis)

典型相關的基本邏輯利用標準化直線方程式將每組的變項組合起來，構成一個典型變量(Canonical Variate)，由於X 變項與Y 變項的線性組合是潛在的，無法直接觀察，也是未知變項，稱為典型變項(Canonical Variable)，兩個典型變項間的相關稱為典型相關，典型相關係數以「 ρ 」符號表示；典型相關的平方值「 ρ^2 」，具有消減誤差比例的意義，而組成典型相關的數值稱為典型權數(canonical weights)，它們具有說明及評定各變項對典型變量的相對效果意義。

本研究以因素分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、典型相關達到研究目的二：瞭解個人背景對於渡假生活型態、選擇評估準則及遊客行為之關係。

第四章 資料分析與結果

本章依據研究目的是根據問卷調查結果加以分析，旨在了解現況及影響旅遊因素，分述如下。

4.1 遊客基本特性分析

人口統計變數方面，由表 4.1 得知，回覆問卷者以女性的 51.6% 多於男性的 48.4%；以 21 歲至 30 歲佔受訪遊客的 44.1% 為最多，31 歲至 40 歲的 22.9% 次之，可知民宿的遊客群年齡多集中在於青、壯年族群。

以職業而言，以學生所佔 29.6% 的比例為最高，其次為服務業、商業、及軍公教，依序各佔 20.3%、14.5%、14.2%；以學歷 45.5% 具有碩士學位最高，36.2% 的遊客具有專科及大學學歷，僅有 3.5% 的受訪者其教育程度為國中以下。家庭狀況來看，以未婚最多(55.7%) 其次以已婚(有子女)其次(26.7%)

由遊客平均月收入來看，月收入在無經常收入的人數為最多 (22.3%)，20.9% 的人其月收入在 20,000 元以下緊隨在後，其次為 20,001-30,000 元。而居住地以南部遊客佔 55.4% 為最多，其次為北部遊客佔 22.6%。

在獲得資訊而言，利用網路獲得資訊為最多(51.6%)，其次是親友同事介紹(31.0%)。

遊客消費特性方面，由表 4.2 得知，在住宿遊玩次數方面最多的是 1-3 次(66.4%)，其次是 2-6 次(24.6%)。

在願意花費在民宿住宿方面上，2000-3000 元居多(50.4%)，其次為 2000 元以下(31.6%)。

同伴數最多為 1-5 人為最多七成(71.6%)，其次是 6-10 人(19.7%)；決定住宿者最多是自己決定(34.5%)，其次是夫妻共同決定(30.4%)。

停留時間最多為兩天一夜(72.8%)，其次是三天兩夜(20.9%)。

在購買民宿產品上，2000 元以下居多(72.8%)佔大多數，其次是 2,000-3,000 元(20.0%)。

在「民宿是否有別於飯店感受？」方面上 50.7%的人覺得有，另外的 49.3%的人認為沒有。顯示民宿有別於飯店感覺上並不強烈。

表 4.1 樣本基本資料分析表(N=345)

項目	N=345 總樣本		項目	N=345 總樣本	
	次數	百分比 (%)		次數	百分比(%)
性別			居住地		
男性	167	48.4	北部	78	22.6
女性	178	51.6	中部	52	15.1
			南部	191	55.4
			東部及其他	24	7.0
年齡			職業		
20歲以下	20	5.8	農	9	2.6
20~29歲	152	44.1	工	24	7.0
30~39歲	79	22.9	商	50	14.5
40~49歲	59	17.1	學生	102	29.6
50~59歲	27	7.8	服務	70	20.3
60歲以上	8	2.3	軍公教	49	14.2
			自由	25	7.2
			無退休	16	4.6
教育程度			月收入		
國小	1	0.3	無經常	77	22.3
國中	11	3.2	20000	72	20.9
高中、職	21	6.1	20001~30000	62	18.0
專科	70	20.3	30001~40000	45	13.0
大學	55	15.9	40001~50000	42	12.2
碩士	157	45.5	50001~70000	33	9.6
博士	30	8.7	70001~100000	8	2.3
			100000	6	1.7
家庭狀況			獲得資訊		
未婚	192	55.7	電視	18	5.2
已婚(無子女)	61	17.7	網路	178	51.6
已婚(有子女)	92	26.7	報章雜誌	36	10.4
			親友同事	107	31.0
			其他	6	1.7

資料來源:本研究整理

表 4.2 樣本遊客消費行為特性分析表(N=345)

項目	N=345 總樣本			N=345 總樣本	
	次數	百分比(%)		次數	百分比(%)
遊玩次數			決定住宿者		
1-3	229	66.4	自己	119	34.5
4-6	85	24.6	先生	11	3.2
7-9	21	6.1	妻子	9	2.6
10	10	2.9	夫妻共同決定	105	30.4
			大家決定	101	29.3
花費在住宿住宿			停留時間		
2000	109	31.6	不到一天	11	3.2
2000-3000	174	50.4	兩天一夜	251	72.8
3000-4000	51	14.8	三天兩夜	72	20.9
4000-5000	9	2.6	四天以上	11	3.2
5000	2	0.6			
同伴數			買民宿產品		
1-5	247	71.6	2000	251	72.8
6-10	68	19.7	2000-3000	69	20.0
11-15	14	4.1	3000-4000	21	6.1
16-20	8	2.3	4000-5000	2	0.6
21~	8	2.3	5000	2	0.6
同伴 單獨一人	6	1.7	有不同於飯店?		
家人	148	42.9	有	175	50.7
朋友	169	49.0	無	170	49.3
同事	22	6.4			

資料來源:本研究整理

4.2 信度分析

信度係指一份問卷經過測量，在結果上的可信度或穩定性，而因為Cronbach's α 係數測量信度是就目前社會科學研究中較常用的構面內部一致性信度的一種判別方式，故本研究採用Cronbach's α 係數來判別各構面間的信度，Cronbach's α 係數的穩定性標準一般以數值大於 0.7為高信度，0.7~0.35間則為中信度，而小於 0.35以下為低信度。本研究檢測的結果各構面之總體信度值均在可接受的範圍內。而本研究在各子構面中除享受生活者、環境參考、人文飲食之信度直屬中信度外，其餘各構面均屬高信度。

表4.3 構面衡量的信度

構念	構面	Cronbach's α	
渡假生活型態	遠離日常生活者	0.764	0.810
	家庭取向者	0.706	
	社交聯誼者	0.741	
	享受生活者	0.693	
選擇評估準則	價格廣告	0.707	0.848
	環境參考	0.630	
	人文飲食	0.672	
遊客行為	遊客互動	0.710	0.710

資料來源:本研究整理

4.3 渡假生活型態分析

本研究在渡假生活型態構面中分為「遠離日常生活者」、「家庭取向者」、「社交聯誼者」和「享受生活者」四個子構面，共十五個問項，由表4.4得知，問項平均數最高的前五名分別為「我認為最好的渡假地點就是一個能夠遠離塵囂的地方。」、「我收藏了許多家人一同外出渡假旅遊時的照片。」、「我渡假是為了能夠遠離工作壓力。」、「我渡假是為了增進家人之間的感情。」五項。

而在各子構面得分最高者為「遠離日常生活者」平均數為4.06；最低者為「享受生活者」平均數為3.21。由此可知住在民宿的遊客的渡假生活型態較偏向能夠遠離日常生活環境、俗事及壓力方面，而較不偏向物質方面的享受。

表 4.4 度假生活型態描述性分析表

構面	問 項	平均數	標準差	構面 平均數	構面 標準差
遠離日常 者	我認為最好的度假地點就是一個能夠 遠離塵囂的地方。	4.24	.70	4.06	0.81
	我度假是為了能夠遠離工作壓力。	4.11	.83		
	我度假是為了遠離所處的生活環境。	3.84	.90		
家庭取向 者	我收藏了許多家人一同外出度假旅遊 時的照片。	4.14	.77	3.89	0.88
	我的家庭經常一起出外度假旅遊。	3.89	.87		
	我度假是為了增進家人之間的感情。	3.98	.79		
	我度假次數在政府實施週休二日後增 加不少。	3.73	.97		
	我喜歡利用週休二日出外度假旅行。	3.72	.98		
社交聯誼 者	與其在一年之中有二次至三次的長期 度假，不如有多次的二日遊的假期。	3.54	.99	3.51	0.98
	我經常參加社團或社區舉辦的度假旅 遊活動。	3.21	1.03		
	我喜歡參加學校旅遊或自強活動。	3.52	.96		
	我度假是為了聯絡同事或朋友間的感 情。	3.76	.92		
享受生活 者	如果在當地找不到很高級的飯店，我 就不去那裡度假。	2.67	1.53	3.21	1.18
	在度假時，我願意付出高價享受最好 的服務。	3.23	1.05		
	對我而言，在度假時有美食佳餚是很 重要的。	3.74	.97		

資料來源:本研究問卷整理

4.4 選擇評估準則分析

本研究在選擇評估準則中分為「價格廣告」、「環境與參考」和「人文飲食」三個構面，共十三個問項。由表4.5可得知，問項平均數最高的前五名分別為C2、C8、C5、C3、C4、C6（包含同分）在各子構面得分最高者為「人文飲食」平均數為4.27；最低者為「價格廣告」平均數為3.79。由此可知，遊客在選擇民宿的選擇評估準則方面，較注重人文與飲食；而較不注重價格與廣告。

表 4.5 選擇評估準則描述性分析表

構面	問 項	平均數	標準差	構面 平均數	構面 標準差
價格廣告	C1 價格	3.73	.88	3.79	.81
	C10 廣告推薦	3.67	.77		
	C11 房價折扣	3.94	.83		
環境參考	C2 自然景觀	4.09	.77	4.00	.77
	C6 交通便利性	3.99	.74		
	C7 朋友意見	3.82	.80		
	C8 民宿特色風格	4.09	.75		
	C9 家人意見	3.83	.77		
人文飲食	C3 人文景觀	4.01	.68	4.27	.78
	C4 老闆親和力	3.99	.74		
	C5 員工服務態度	4.06	.80		
	C12 民宿餐飲	3.71	.75		
	C13 資訊導覽有無	3.58	.81		

資料來源：本研究整理

4.5 遊客行為分析

本研究在遊客行為中分為「互動購買」一個構面，共六個問項。由表 4.6 中在各問項得分最高者前五名為 B10、B13、B9、B12、B11。由此可知，遊客選擇民宿的遊客行為方面，對於民宿老闆互動與產生信任感、與其他遊客互動、買禮物給親朋好友、買紀念品皆是常有行動的行為。

表 4.6 遊客行為描述性分析表

構面	問 項	平均 數	標準 差	構面 平均數	構面 標準差
互動購買	B9 我會跟其他遊客有互動。	3.54	.94	3.46	.81
	B10 我會跟民宿老闆有互動。	3.85	.73		
	B11 我會在民宿買紀念品。	3.22	.86		
	B12 我會在民宿買禮品給親朋好友。	3.31	.84		
	B13 我會對民宿老闆有信任感。	3.68	.74		
	B14 我不會對民宿的產品感興趣。	3.13	.77		

資料來源:本研究整理

4.6 個人背景在渡假生活型態、選擇評估準則與遊客行為之差異性分析

4.6.1 不同個人背景變項在渡假生活型態差異分析

為探討不同背景變項旅客的渡假生活型態的差異情形。將渡假生活型態的構面分為遠離日常者、家庭取向者、社交聯誼者、享受生活者等四個構面。以獨立樣本 t 考驗、單因子變異數分析等統計分析去探討各構面的差異情形。

1. 不同性別民宿遊客渡假生活型態差異分析

為探討不同性別民宿遊客的渡假生活型態之差異情形，將遊客區分為男性與女性，並以 t 考驗分析男女遊客的差異情形。從結果得知，性別在家庭取向者有差異存在在如表 4.7 所示。

2. 不同年齡民宿遊客渡假生活型態差異分析

為探討不同年齡民宿遊客的渡假生活型態差異情形，將遊客分為 20 歲以下、21~29 歲、30~39 歲、40~49 歲、50~59 歲、60 歲以上，並以單因子變異數分析其差異情形。在家庭取向有差異存在如表 4.8 所示。

表 4.7 不同性別遊客的渡假生活型態獨立樣本 t 考驗摘要表

項目	男性(n=167)	女性(n=178)	t 值	P 值
	平均數 (標準差)	平均數 (標準差)		
遠離日常	3.98(.71)	4.14(.56)	1.59	.30
家庭取向	3.84(.73)	3.94(.60)	6.76	.01*
社交聯誼	3.46(.71)	3.56(.75)	.62	.43
享受生活	3.18(.79)	3.25(.92)	.09	.77

*P<.05

表 4.8 不同年齡遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面		遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活	
背景變項	N	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
20 歲以下	(1) 20	3.82	.62	3.56	.90	3.68	1.08	3.23	.77
20~29 歲	(2) 152	4.00	.71	3.78	.69	3.39	.76	3.28	.90
30~39 歲	(3) 79	4.26	.55	4.14	.56	3.63	.68	3.37	.81
40~49 歲	(4) 59	4.05	.60	3.96	.59	3.58	.70	2.97	.77
50~59 歲	(5) 27	4.10	.44	3.87	.60	3.59	.43	3.14	.81
60 歲以上	(6) 8	3.79	.53	3.98	.98	3.31	.69	2.33	.99
F 值		2.75		4.25		1.72		3.45	
P 值		.02*		.00*		.13		.01*	
事後比較				3>2>1					

*p<.05

3. 不同教育程度民宿遊客度假生活型態差異分析

為探討不同教育程度民宿遊客的度假生活型態的差異情形，將遊客教育程度分為國小、國中、高中職、專科、大學、碩士、博士，並以單因子變異數分析其差異情形。在家庭取向有差異存在。如表 4.9 所示。

表 4.9 不同教育程度遊客的度假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	N	遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
國小	(1) 2	2.67	.00	3.70	.14	2.75	.00	2.33	.00
國中	(2) 10	3.87	.61	4.12	.47	3.75	.54	2.97	.82
高中、職	(3) 21	4.00	.69	4.11	.47	4.12	.64	3.32	.84
專科	(4) 70	4.09	.49	3.98	.77	3.75	.75	3.38	.93
大學	(5) 55	4.21	.49	4.04	.56	3.66	.60	3.16	.83
碩士	(6) 157	4.00	.72	3.80	.65	3.30	.70	3.15	.89
博士	(7) 30	4.26	.58	3.67	.79	3.32	.76	3.29	.59
F 值		3.11		2.37		8.04		1.18	
P 值		.01*		.03*		.00*		.32	
事後比較		3>4>6>7							

*p<.05

4. 不同家庭狀況度假生活型態差異分析

為探討不同家庭狀況的民宿遊客的度假生活型態的差異情形，將遊客教育程度分為未婚、已婚(無子女)、已婚(有子女)，並以單因子變異數分析其差異情形。在家庭取向者、社交聯誼者、享受生活上者有差異存在。如表 4.10 所示。

表 4.10 不同家庭狀況遊客的渡假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面	背景變項	N	遠離日常			家庭取向		社交聯誼		享受生活	
			M	SD		M	SD	M	SD	M	SD
	未婚	(1) 192	4.01	.71		3.74	.69	3.34	.74	3.21	.85
	已婚(無子女)	(2) 61	4.11	.52		4.19	.51	3.89	.72	3.43	.95
	已婚(有子女)	(3) 92	4.14	.54		4.02	.64	3.58	.62	3.07	.81
F 值			1.44			13.76		13.94		3.12	
P 值			.24			.00*		.00*		.05*	
事後比較						2>3>1		2>3>1		2>3	

*p<.05

5. 不同居住地民宿遊客渡假生活型態差異分析

為探討不同居住地的民宿遊客的渡假生活型態的差異情形，將遊客居住地分為北部、中部、南部、東部及其他地區，並以單因子變異數分析其差異情形。沒有差異存在。如表 4.11 所示。

表 4.11 不同居住地遊客的度假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	N	遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活		
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
北部 (1)	78	4.12	.56	3.96	.59	3.58	.70	3.39	1.04	
中部 (2)	52	3.99	.92	3.75	.73	3.53	.61	3.23	.75	
南部 (3)	191	4.05	.56	3.89	.68	3.49	.75	3.16	.80	
東部及其他 (4)	24	4.11	.76	3.96	.67	3.40	.97	3.03	.87	
F 值		.55		1.21		.52		1.80		
P 值		.65		.31		.67		.15		
事後比較										

*p<.05

6. 不同職業民宿遊客度假生活型態差異分析

為探討不同職業的民宿遊客的度假生活型態的差異情形，將遊客居住地分為農林漁牧業、工、商、學生、服務業、軍公教、自由業、無(含退休)，並以單因子變異數分析其差異情形。在遠離日常、社交聯誼、享受生活上有所差異存在。如表 4.12 所示。

表 4.12 不同職業遊客的度假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活	
			M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
農林漁牧	(1)	9	3.93	.32	3.80	.45	3.92	.72	3.33	1.12
工	(2)	24	4.13	.82	4.10	.50	3.49	.81	3.29	.88
商	(3)	50	4.12	.48	4.08	.47	3.59	.69	3.35	.71
學生	(4)	102	3.84	.75	3.58	.74	3.27	.75	3.19	.96
服務業	(5)	70	4.24	.52	3.96	.65	3.64	.76	3.24	.79
軍公教	(6)	49	4.13	.65	4.16	.64	3.65	.69	3.22	.82
自由業	(7)	25	4.25	.53	4.11	.46	3.73	.53	3.35	.73
無(含退休)	(8)	16	3.98	.39	3.60	.66	3.27	.58	2.38	.79
F 值			3.29		6.94		3.27		2.59	
P 值			.02*		.00*		.00*		.01*	
事後比較			5>4		5.6.7>8				3>8	

*p<.05

7. 不同月收入民宿遊客度假生活型態差異分析

為探討不同月收入民宿遊客的度假生活型態的評估準則差異情形，將遊客分為無經常性收入、20,000 元以下、20,001~30,000 元、30,001~40,000 元、40,001~50,000 元、50,001~70,000 元、60,001~70,000 元、70,001~10,000 元，10,001 元以上，並以單因子變異數分析其差異情形。在享受生活有差異存在。如表 4.13 所示。

表 4.13 不同月收入遊客的度假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	N	遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
無經常性 收入	(1) 77	3.95	.60	3.70	6.46	3.34	.65	3.18	1.00
20,000 元 以下	(2) 72	3.94	.81	3.71	.50	3.44	.90	3.29	.75
20,001~30, 000 元	(3) 62	4.17	.63	4.12	.67	3.83	.67	3.48	.86
30,001~40, 000 元	(4) 45	4.30	.43	4.12	.39	3.70	.65	4.93	.79
40,001~50, 000 元	(5) 42	4.01	.64	3.91	.42	3.29	.69	2.93	.79
50,001~70, 000 元	(6) 33	4.14	.52	3.88	.48	3.41	.64	2.82	.78
70,001~10 0,000 元	(7) 8	4.04	.72	3.98	.58	3.78	.74	3.63	.92
100001 元 以上	(8) 6	4.17	.41	4.23	.32	3.46	.19	3.28	.57
F 值		2.03		3.28		3.83		2.84	
P 值		.05*		3.84		.00*		.00*	
事後比較						3>1>5			

*p<.05

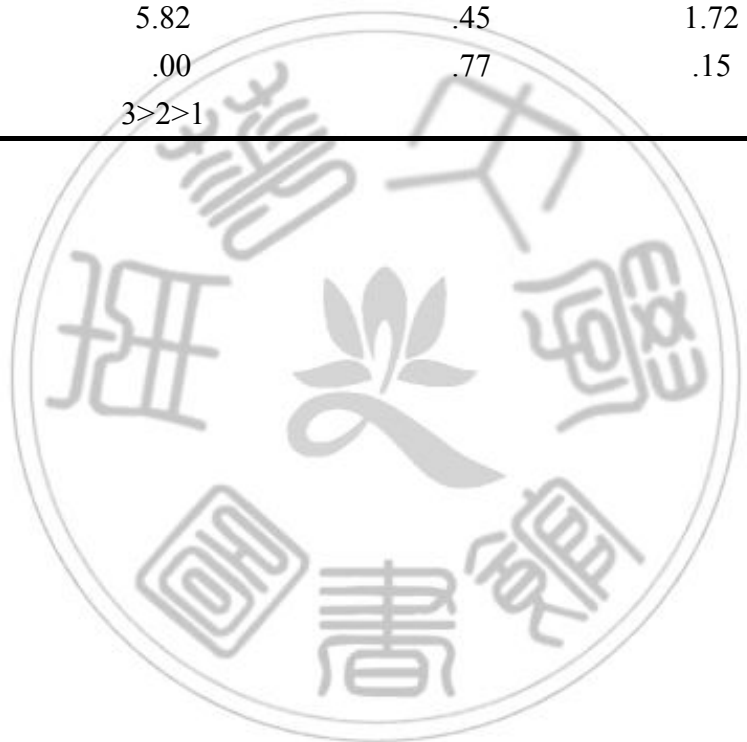
8. 不同資訊來源度假生活型態民宿遊客差異分析

為探討不同資訊來源民宿遊客度假生活型態差異情形，將遊客分為電視媒體、網際網路、報章雜誌、親友同事，並以單因子變異數分析其差異情形。在遠離日常者有差異存在。如表 4.14 所示。

表 4.14 不同資訊來源遊客的度假生活型態單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	遠離日常		家庭取向		社交聯誼		享受生活	
			M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
電視媒體	(1)	18	3.39	1.23	3.93	.86	3.61	.60	3.11	.76
網際網路	(2)	178	4.08	.60	3.84	.65	3.42	.78	3.23	.91
報章雜誌	(3)	36	4.16	.49	3.96	.72	3.70	.70	3.20	.90
親友同事	(4)	107	4.12	.55	3.94	.65	3.58	.68	3.24	.80
其他	(5)	6	3.94	.61	3.97	.85	3.63	.49	2.61	.68
F 值			5.82		.45		1.72		.83	
P 值			.00		.77		.15		.51	
事後比較			3>2>1							

*p<.05



4.7 民宿遊客度假生活型態與選擇評估準則之相關分析

探討民宿遊客的度假型態 (遠離日常生活者、家庭取向者、社交聯誼者、享受生活者)與其對遊客的選擇評估準則(價格廣告、環境參考、人文飲食)之間的關係，本研究以典型相關分析，如圖4.1和表4.15所示。

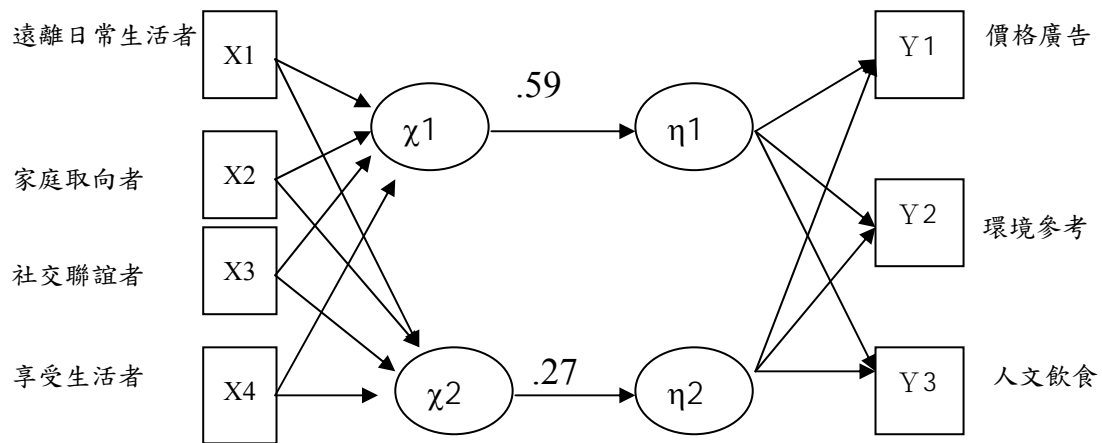


圖 4.1 度假生活型態選擇評估準則相關分析圖

4.7.1 民宿遊客度假生活型態與選擇評估準則之相關分析

由表 4.15 及圖 4.1，得知本研究度假生活型態 X 變項(X1=遠離日常、X2=家庭取向、X3=社交聯誼、X4=享受生活)，另外 Y 組變項為民宿的選擇評估準則(Y1=價格廣告、Y2=環境參考、Y3=人文飲食)，進行 X 組與 Y 組之間典型分析結果：X 項變項抽出二組典型因數(χ_1 、 χ_2)，Y 變項抽出二組典型因素(η_1 、 η_2)。抽出第一組典型因素 χ_1 與 η_1 之典型相關因素為 .59 ($P < .05$)。抽出第二組典型因素 χ_2 與 η_2 之典型相關為 .27 ($P < .05$)。

表 4.15 度假生活型態與選擇評估準則之典型相關分析摘要表

X 變項	典型變量		Y 變項	典型變量	
	χ_1	χ_2		η_1	η_2
度假生活 型態			選擇評估 準則		
遠離日常	-.626a	-.387a	價格廣告	-.849a	.474a
家庭取向	-.807a	-.369a	環境參考	-.681a	-.474a
社交聯誼	-.688a	.369a	人文飲食	-.983a	.003
享受生活	-.612a	.369a			
抽出變異 數百分比	47.286	18.651	抽出變異 數百分比	24.646	1.115
重疊(%)	16.249	1.388	重疊(%)	71.723	14.979
			ρ_2	.344	.074
			ρ	.586*	.273*

* $p < .05$ a 表示典型成分負荷 (絕對值) 大於 0.3

4.7.2 典型因素的解釋變異量分析

由 4.15 得知，民宿遊客的度假生活型態與選擇評估準則之典型相關，有二組顯著的典型因素。

(1) 第一組典型因素

X 組變項的第一個典型因素(χ_1)可以說明 Y 變項的第一個典型因素(η_1)總變異量的 58.6%($\rho^2 = .344$)；而 Y 變項的第一個典型因素(η_1)又可解釋 X 組變異量的 24.65%，因此 X 組變項透過第一組典型因素(χ_1 與 η_1)可以解釋 Y 組總變異量 71.72%。

(2) 第二組典型因素

X 組變項的第二個典型因素(χ_2)可以說明 Y 變項的第二個典型因素(η_2)總變異量的 27.3%($\rho^2 = .074$)；而 Y 變項的第二個典型因素(η_2)又可解釋 X 組變異量的 1.12%，因此 X 組變項透過第二組典型因素(χ_2 與 η_2)可以解釋 Y 組總變異量的 14.98%。

4.7.3 典型因素相關結構係數(負荷量分析)

經由以上典型相關分析結果，可以得知民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則由二組典型因素組成，其中58.6%解釋力由第一組典型因素組成。而至於第二組典型因素之解釋較低，固本研究不予以解釋分析。

在民宿遊客感受的渡假生活型態(X組)變項中，第一個典型因素(χ_1)的二個相關變項，「遠離日常生活者」、「家庭取向者」、「社交聯誼者」、「享受生活者」其係數分別為-.626、-.807、-.688、-.612。在選擇評估準則(Y組)變項中，第一個典型因素(η_1)的相關變項「價格廣告」、「服務參考」、「人文飲食」的係數分別為-.849、-.681、-.983。由第一組典型相關係數可看出，X組變項中，以「遠離日常生活者」、「家庭取向者」、「社交聯誼者」、「享受生活者」，經由第一組典型因素對Y組之「價格廣告」、「服務參考」、「人文飲食」的解釋力較大。

經由以上統計分析結果，得知民宿遊客的渡假生活型態，由二組典型因素所組成，對選擇評估準則的總解釋變異量為25.77%(24.65%+1.12%)，其中大部分解釋力由第一組典型因素組成。研究結果顯示民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則之間有顯著關聯性存在，得知民宿遊客的

渡假生活型態與選擇評估準則之間的影響關係是成負向趨勢，顯示民宿遊客的「渡假生活型態」程度愈低，其「選擇評估準則」程度則愈低。

4.8.1 不同個人背景變項在渡假生活型態差異分析

為探討不同背景變項旅客的選擇評估準則的差異情形。將選擇評估準則的構面分為價格廣告、環境參考、人文飲食等三個構面。以獨立 t 考驗、單因子變異數分析等統計分析去探討各構面的差異情形。

1. 不同性別民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同性別民宿遊客的選擇評估準則之差異情形，將遊客區分為男性與女性，並以 t 考驗分析男女遊客的差異情形。從結果得知，無差異存在在如表 4.16 所示。

表 4.16 不同性別遊客的選擇評估準則獨立樣本 t 考驗摘要表

項目	男性(n=167)	女性(n=178)	t 值	P 值
	平均數 (標準差)	平均數 (標準差)		
價格廣告	3.18(.79)	3.25(.92)	.09	.77
環境參考	3.61(.69)	3.73(.61)	.55	.46
人文飲食	3.89(.60)	4.10(.48)	.97	.33

*P<.05

2. 不同年齡民宿遊客渡假生活型態差異分析

為探討不同年齡民宿遊客的選擇評估準則情形，將遊客分為 20 歲以下、21~29 歲、30~39 歲、40~49 歲、50~59 歲、60 歲以上，並以單因子變異數分析其差異情形。在環境參考有差異如表 4.17 所示。

表 4.17 不同年齡遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	價格廣告		環境參考		人文飲食	
			M	SD	M	SD	M	SD
20 歲以下	(1)	20	3.50	.71	3.48	.89	3.65	.58
20~29 歲	(2)	152	3.71	.62	3.99	.50	3.85	.56
30~39 歲	(3)	79	3.68	.61	4.08	.47	3.97	.53
40~49 歲	(4)	59	3.58	.79	4.02	.60	3.84	.72
50~59 歲	(5)	27	3.81	.56	4.15	.49	3.97	.51
60 歲以上	(6)	8	3.63	.55	3.97	.34	3.68	.58
F 值			.91		4.56		1.45	
P 值			.47		.00*		.21	
事後比較					5>4>3>2>1			

*p<.05

3. 不同教育程度民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同教育程度民宿遊客的選擇評估準則的差異情形，將遊客教育程度分為國小、國中、高中職、專科、大學、碩士、博士，並以單因子變異數分析其差異情形。在價格廣告有差異存在。如表 4.18 所示。

表 4.18 不同教育程度遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	價格廣告		環境參考		人文飲食	
			M	SD	M	SD	M	SD
國小	(1)	2	3.00	.00	4.00	.35	3.10	.14
國中	(2)	10	3.83	.77	4.03	.51	3.90	.63
高中、職	(3)	21	3.87	.53	3.77	1.03	4.02	.50
專科	(4)	70	3.93	.59	4.16	.53	4.08	.56
大學	(5)	55	3.58	.76	4.00	.45	3.84	.68
碩士	(6)	157	3.61	.61	3.98	.50	3.79	.57
博士	(7)	30	3.41	.62	3.86	.55	3.79	.46
F 值			4.07		1.99		2.98	
P 值			.00*		.07		.01*	
事後比較			7>4					

*p<.05

4. 不同家庭狀況民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同家庭狀況的民宿遊客的選擇評估準則的差異情形，將遊客教育程度分為未婚、已婚(無子女)、已婚(有子女)，並以單因子變異數分析其差異情形。在價格廣告、環境參考、人文飲食上有差異存在。如表 4.19 所示。

表 4.19 不同家庭狀況遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面		價格廣告			環境參考		人文飲食	
背景變項	N	M	SD	M	SD	M	SD	
未婚	(1) 192	3.58	.65	3.88	.58	3.76	.59	
已婚(無子女)	(2) 61	3.87	.67	4.22	.48	4.09	.53	
已婚(有子女)	(3) 92	3.75	.59	4.09	.48	3.95	.57	
F 值		5.78			11.27		9.35	
P 值		.00*			.00*		.00*	
事後比較		2>1			2>3>1		2>3>1	

*p<.05

5. 不同居住地民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同居住地的民宿遊客的選擇評估準則的差異情形，將遊客居住地分為北部、中部、南部、東部及其他地區，並以單因子變異數分析其差異情形。在環境參考上有差異存在。如表 4.20 所示。

表 4.20 不同居住地遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	價格廣告		環境參考		人文飲食	
			M	SD	M	SD	M	SD
北部	(1)	78	3.80	.50	4.02	.45	3.95	.49
中部	(2)	52	3.60	.82	3.79	.66	3.76	.71
南部	(3)	191	3.64	.64	4.02	.56	3.88	.54
東部及其 他	(4)	24	3.69	.75	4.19	.44	3.78	.83
F 值			1.46		3.53		1.35	
P 值			.23		.02		.26	
事後比較					4>2			

*p<.05

6. 不同職業民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同職業的選擇評估準則的差異情形，將遊客居住地分為農林漁牧業、工、商、學生、服務業、軍公教、自由業、無(含退休)，並以單因子變異數分析其差異情形。在環境參考上有差異存在。如表 4.21 所示。

表 4.21 不同職業遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	N	價格廣告		環境參考		人文飲食	
		M	SD	M	SD	M	SD
農林漁牧	(1) 9	3.44	1.12	4.22	.51	3.73	.88
工	(2) 24	3.65	.76	4.06	.52	3.83	.69
商	(3) 50	3.77	.64	4.08	.42	3.99	.42
學生	(4) 102	3.54	.63	3.77	.63	3.71	.63
服務業	(5) 70	3.77	.63	4.06	.51	3.99	.55
軍公教	(6) 49	3.76	.59	4.17	.48	3.96	.56
自由業	(7) 25	3.81	.62	4.14	.58	3.98	.47
無(含退休)	(8) 16	3.54	.51	3.92	.37	3.68	.54
F 值		1.52		4.28		2.59	
P 值		.16		.00*		.013	
事後比較				6>4			

*p<.05

7. 不同月收入民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同月收入民宿遊客的選擇旅遊目的地的評估準則差異情形，將遊客分為無經常性收入、20,000 元以下、20,001~30,000 元、30,001~40,000 元、40,001~50,000 元 50,001~70,000 元、60,001~70,000 元、70,001~10,000 元，10,001 元以上，並以單因子變異數分析其差異情形。在價格廣告、環境參考有差異存在。如表 4.22 所示。

表 4.22 不同月收入遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		價格廣告			環境參考		人文飲食	
		N	M	SD	M	SD	M	SD
無經常性 收入	(1)	77	3.58	.58	3.82	.56	3.81	.55
20,000 元 以下	(2)	72	3.66	.72	3.82	.59	3.73	.67
20,001~30, 000 元	(3)	62	3.88	.60	4.17	.48	4.03	.53
30,001~40, 000 元	(4)	45	3.95	.49	4.19	.43	4.12	.49
40,001~50, 000 元	(5)	42	3.56	.72	4.07	.52	3.84	.57
50,001~70, 000 元	(6)	33	3.31	.54	4.03	.51	3.67	.47
70,001~100, ,000 元	(7)	8	4.04	.45	4.28	.43	4.33	.34
100001 元 以上	(8)	6	3.17	.91	4.04	.84	3.47	.85
F 值			5.14		4.59		4.60	
P 值			.00*		.00*		.00*	
事後比較			3>6>4		2>1>3			

*p<.05

8. 不同資訊來源民宿遊客選擇評估準則差異分析

為探討不同資訊來源民宿遊客的選擇旅遊目的地的評估準則差異情形，將遊客分為電視媒體、網際網路、報章雜誌、親友同事，並以單因子變異數分析其差異情形。並無差異存在。如表 4.23 所示。

表 4.23 不同資訊來源遊客的選擇評估準則單因子變異數摘要表

因素層面		價格廣告			環境參考		人文飲食	
背景變項		N	M	SD	M	SD	M	SD
電視媒體	(1)	18	3.50	1.02	3.67	.88	3.74	.95
網際網路	(2)	178	3.67	.63	3.98	.46	3.84	.56
報章雜誌	(3)	36	3.65	.84	4.02	.52	3.90	.70
親友同事	(4)	107	3.72	.53	4.07	.62	3.95	.49
其他	(5)	6	3.61	.77	4.04	.51	3.63	.78
F 值			.499		2.110		1.102	
P 值			.737		.079		.356	
事後比較								

*p<.05

4.9.1 民宿遊客選擇評估準則與遊客行為之相關分析

為探討民宿遊客的選擇評估準則(價格廣告、環境參考、人文飲食)與其對民宿遊客的行為(互動購買)之間的關係，本研究以典型相關分析，如圖4.2和表4.24所示。

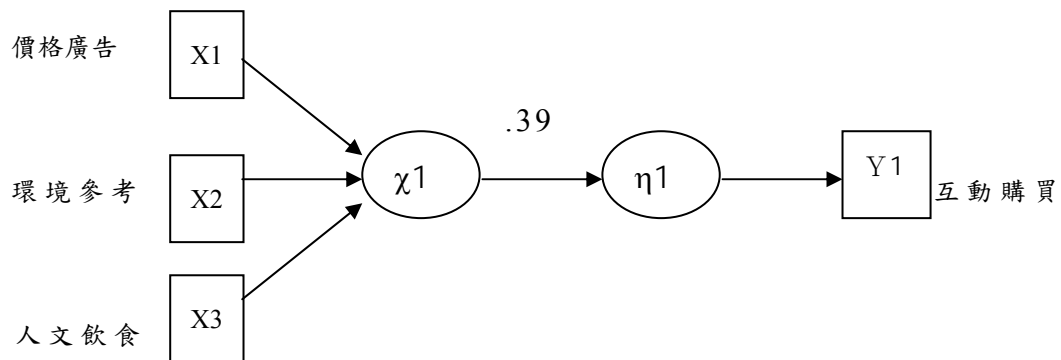


圖 4.2 選擇評估準則遊客行為相關分析圖

表 4.24 選擇評估準則與遊客行為之典型相關分析摘要表

X 變項	典型變量	Y 變項	典型變量
選擇評估準則	χ_1		η_1
價格廣告	-0.763a	互動購買	-1.000a
環境參考	-0.741a		
人文飲食	-0.972a		
抽出變異數百分比	69.225	抽出變異數百分比	15.087
重疊(%)	10.444	重疊(%)	100.00
		ρ^2	.151
		ρ	.388*

* $p < .05$ a 表示典型成分負荷（絕對值）大於 0.3

由表 4.24 及圖 4.2，得知本研究選擇評估準則 X 變項(X1=價格廣告、X2=環境參考、X3=人文飲食)，另外 Y 組變項為民宿的遊客行為(Y1=互動購買)，進行 X 組與 Y 組之間典型相關分析結果：X 項變項抽出一組典型因數(χ_1)，Y 變項抽出一組典型因素(η_1)。抽出第一組典型因素 χ_1 與 η_1 之典型相關因素為.39 ($P < .05$)。

4.9.2 典型因素的解釋變異量分析

由表 4.24 得知，民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為之典型相關，有一組顯著的典型因素。

X 組變項的第一個典型因素(χ_1)可以說明 Y 變項的第一個典型因素(η_1)總變異量的 38.8%($\rho^2 = .151$)；而 Y 變項的第一個典型因素(η_1)

又可解釋 Y 組變異量的 24.67%，因此 X 組變項透過第一組典型因素 (χ_1 與 η_1) 可以解釋 Y 組總變異量 15.09%。

4.9.3 典型因素相關結構係數(負荷量分析)

經由以上典型相關分析結果，可以得知民宿遊客的選擇評估準與遊客行為則由一組典型因素組成，其中 38.8% 解釋力由第一組典型因素組成。

在民宿遊客的選擇評估準則(X 組)變項中，第一個典型因素 (χ_1) 的二個相關變項，「價格廣告」、「服務參考」、「人文飲食」其係數分別為 -.763、-.741、-.972。在遊客行為(Y 組)變項中，第一個典型因素(η_1)的相關變項「互動購買」的係數為 -1.00。由典型相關係數可看出，X 組變項中，以「價格廣告」、「服務參考」、「人文飲食」，經由典型因素對 Y 組之「互動購買」的解釋力足夠。

經由以上統計分析結果，得知民宿遊客的渡假生活型態，由一組典型因素所組成，對選擇評估準則的總解釋變異量為 15.87%。研究結果顯示民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則之間有顯著關聯性存在，得知遊客的渡假生活型態與選擇評估準則之間的影響關係是呈負向趨勢，顯示民宿遊客的「選擇評估準則」程度愈低，其「遊客行為」

程度就愈低。

4.10.1 不同個人背景變項在遊客行為差異分析

為探討不同背景變項旅客的遊客行為的差異情形。將渡假生活型態的構面分為互動購買一個構面。以獨立 t 考驗、單因子變異數分析等統計分析去探討該構面的差異情形。

1. 不同性別民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同性別民宿遊客的遊客行為之差異情形，將遊客區分為男性與女性，並以 t 考驗分析男女遊客的差異情形。從結果得知，沒有差異存在在如表 4.25 所示。

表 4.25 不同性別遊客的遊客行為獨立樣本 t 考驗摘要表

項目	男性(n=167) 平均數 (標準差)	女性(n=178) 平均數 (標準差)	t 值	P 值
互動購買	3.50(.69)	3.54(.56)	3.67	.06

*p<.05

2. 不同年齡民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同年齡民宿遊客的遊客行為差異情形，將遊客分為 20 歲以下、21~29 歲、30~39 歲、40~49 歲、50~59 歲、60 歲以上，並以單因子變異數分析其差異情形。在互動購買有差異存在在如表 4.26 所示。

表 4.26 不同年齡遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	N	互動購買	
		M	SD
20 歲以下 (1)	20	3.34	.97
20~29 歲 (2)	152	3.40	.62
30~39 歲 (3)	79	3.63	.54
40~49 歲 (4)	59	3.65	.54
50~59 歲 (5)	27	3.70	.58
60 歲以上 (6)	8	3.68	.62
F 值		3.15	
P 值		.01*	
事後比較		5>6>4	

*p<.05

3. 不同教育程度民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同教育程度的民宿遊客的遊客行為的差異情形，將遊客教育程度分為國小、國中、高中職、專科、大學、碩士、博士，並以單因子變異數分析其差異情形。在互動購買上有差異存在。如表 4.27 所示。

表 4.27 不同教育程度遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項	互動購買		
	N	M	SD
國小 (1)	2	3.10	.42
國中 (2)	10	3.88	.83
高中、職 (3)	21	3.61	.57
專科 (4)	70	3.70	.49
大學 (5)	55	3.72	.52
碩士 (6)	157	3.37	.63
博士 (7)	30	3.37	.75
F 值		4.71	
P 值		.00*	
事後比較		5>4>6	

*p<.05

4. 不同家庭狀況民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同家庭狀況的民宿遊客的行為的差異情形，將遊客教育程度分為未婚、已婚(無子女)、(有子女)，並以單因子變異數分析其差異情形。在互動購買上有差異存在。如表 4.28 所示。

表 4.28 不同家庭狀況遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面		互動購買		
背景變項		N	M	SD
未婚	(1)	192	3.39	.63
已婚(無子女)	(2)	61	3.78	.54
已婚(有子女)	(3)	92	3.63	.59
F 值		11.85		
P 值		.00*		
事後比較		2>3>1		

*p<.05

5. 不同家庭狀況民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同居住地的民宿遊客的遊客行為的差異情形，將遊客居住地分為北部、中部、南部、東部及其他地區，並以單因子變異數分析其差異情形。並無差異存在。如表 4.29 所示。

表 4.29 不同居住地區遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面		互動購買		
背景變項		N	M	SD
北部	(1)	78	3.53	.51
中部	(2)	52	3.38	.75
南部	(3)	191	3.55	.64
東部及其他	(4)	24	3.59	.46
F 值		1.10		
P 值		.35		
事後比較				

*p<.05

6. 不同職業民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同職業的民宿遊客的行為的差異情形，將遊客居住地分為農林漁牧業、工、商、學生、服務業、軍公教、自由業、無(含退休)，並以單因子變異數分析其差異情形。在遊客互動購買上有差異存在。如表 4.30 所示。

表 4.30 不同職業遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	互動購買	
			M	SD
農林漁牧	(1)	9	3.96	.61
工	(2)	24	3.48	.68
商	(3)	50	3.76	.49
學生	(4)	102	3.25	.71
服務業	(5)	70	3.63	.52
軍公教	(6)	49	3.58	.56
自由業	(7)	25	3.64	.43
無 含退休	(8)	16	3.49	.62
F 值			5.42	
P 值			.00*	
事後比較			5>6>4	

*p<.05

7. 不同月收入民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同月收入民宿遊客的行為差異情形，將遊客分為無經常性收入 20,000 元以下 20,001~30,000 元、30,001~40,000 元，40,001~50,000 元、50,001~70,000 元、60,001~70,000 元、70,001~10,000 元，10,001 元以上，並以單因子變異數分析其差異情形。並無差異存在。如表 4.31 所示。

表 4.31 不同月收入遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	互動購買	
			M	SD
無經常性 收入	(1)	77	3.31	.57
20,000 元 以下	(2)	72	3.34	.72
20,001~30, 000 元	(3)	62	3.68	.60
30,001~40, 000 元	(4)	45	3.69	.49
40,001~50, 000 元	(5)	42	3.66	.72
50,001~70, 000 元	(6)	33	3.60	.54
70,001~10 0,000 元	(7)	8	3.90	.45
100001 元 以上		6	3.67	.91
F 值			4.29	
P 值			.00*	
事後比較				

*p<.05

8. 不同資訊來源民宿遊客之遊客行為差異分析

為探討不同資訊來源民宿遊客的遊客行為差異情形，並以單因子變異數分析其差異情形。在互動購買有差異存在。如表 4.32 所示。

表 4.32 不同資訊來源遊客的遊客行為單因子變異數摘要表

因素層面 背景變項		N	互動購買	
			M	SD
電視媒體	(1)	18	3.28	.92
網際網路	(2)	178	3.42	.61
報章雜誌	(3)	36	3.78	.58
親友同事	(4)	107	3.63	.56
其他	(5)	6	3.63	.71
F 值			4.408	
P 值			.002	
事後比較			3>2	

*p<.05

第五章 結論與建議

本研究旨在探討民宿遊客的渡假生活型態影響到遊客背景與選擇評估準則與遊客行為，以及透過典型相關分析這三者之間的差異與是否有顯著典型相關。

5.1 結論

本研究在第四章中已針對研究之結果進行統計分析，此處更進一步將本研究結果之發現加以彙整，並提出相關之建議，以供後續研究者及經營者參考。

本節將依據研究目的與假設，依序說明如下：

5.1.1 民宿遊客人口統計變項對於渡假生活型態之差異情形(H1)

1. 不同性別民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同性別的遊客的渡假生活型態，在「家庭取向者」有差異存在。研究結果顯示，女性民宿遊客高於男性。
2. 不同年齡民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同年齡的遊客的渡假生活型態，在「家庭取向者」有差異存在。研究結果顯示，大小順序依序為20歲以下>21~29歲>30~39歲。

3. 不同教育程度民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同教育程度的遊客的渡假生活型態，在家庭取向有差異存在。研究結果顯示，大小順序依序為國中>高中、職>碩士>博士。
4. 不同家庭狀況民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同家庭狀況的遊客的渡假生活型態，在家庭日常者、社交聯誼者、享受生活者有差異存在。研究結果顯示，在家庭取向者方面，已婚(無子女)>已婚(有子女)>未婚。而在社交聯誼者方面，已婚(無子女)>已婚(有子女)>未婚。另外在享受生活者方面，已婚(無子女)高於已婚(有子女)。
5. 不同居住地民宿遊客在渡假生活型態無差異存在。不同居住地的遊客的渡假生活型態，在遠離日常生活者、家庭取向者、社交聯誼者、享受生活者皆是一致性的型態。
6. 不同職業民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同職業的民宿遊客的渡假生活型態，在遠離日常者、社交聯誼者、享受生活者有差異存在。研究結果顯示，在遠離日常生活者方面，服務業高於學生。在社交聯誼者方面，服務業、軍公教、自由業都高於無(含退休)。在享受生活者方面，商業高於無(含退休)。
7. 不同月收入民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同月收入的

民宿遊客的渡假生活型態，在社交聯誼者有差異存在。研究結果顯示，在享受生活者方面，30,001~40,000元遠高於無經常收入高於40,001~50,000 元等。

8.不同資訊來源民宿遊客在渡假生活型態有差異存在。不同資訊來源的民宿遊客的渡假生活型態，在遠離日常生活者有差異存在。研究結果顯示，在享受生活者方面，報章雜誌高於網際網路高於電視媒體。

5.1.2 民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則有相關存在(H2)

從研究結果看出民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則的「價格廣告」、「環境參考」、「人文飲食」有顯著相關存在，由此結果得知民宿遊客的渡假生活型態與選擇評估準則之間的影響關係是負向趨勢，研究結果顯示民宿的遊客「渡假生活型態」愈低者，其感受的「選擇評估準則」愈低。

5.1.3 民宿遊客人口統計變項對於選擇評估準則之差異情形(H3)

1. 不同性別民宿遊客在選擇評估準則無差異存在。不同性別的遊客的選擇評估準則，在價格廣告、環境參考、人文飲食皆是一致性的型態。

2. 不同年齡民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同年齡的遊客的選擇評估準則，在環境參考有差異存在。研究結果顯示，大小順序依序為50~59歲、40~49歲、30~39歲、21~29歲、20歲以下。
3. 不同教育程度民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同教育程度的遊客的選擇評估準則，在價格廣告有差異存在。研究結果顯示，大小順序依序為博士>專科
4. 不同家庭狀況民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同家庭狀況的民宿遊客的選擇評估準則，在價格廣告、環境參考、人文飲食有差異存在。研究結果顯示，在價格廣告方面，已婚(無子女)>未婚。而在環境參考方面，已婚(無子女)>已婚(有子女)>未婚。另外在享受生活者方面，已婚(無子女)>已婚(有子女)>未婚。
5. 不同居住地民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同居住地的民宿遊客的選擇評估準則，在環境參考有差異存在。研究結果顯示，在環境參考方面，東部及其他>中部。
6. 不同職業民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同職業的民宿遊客的選擇評估準則，在環境參考有差異存在。研究結果顯示，在環境參考方面，軍公教高於學生。

7. 不同月收入民宿遊客在選擇評估準則有差異存在。不同月收入的民宿遊客的選擇評估準則，在價格廣告、環境參考有差異存在。研究結果顯示，在價格廣告方面，20,001~30,000 元>50,001~70,000 元>30,001~40,000 元。在環境參考方面，20,000 元以下>無經常性收入>20,001~30,000 元

8. 不同資訊來源民宿遊客在選擇評估準則無差異存在。不同資訊來源的民宿遊客的選擇評估準則，在價格廣告、環境參考、人文飲食皆是一致性的型態。

5.1.4 民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為有相關存在(H4)

從研究結果看出民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為的「互動購買」有顯著相關存在，由此結果得知民宿遊客的選擇評估準則與遊客行為之間的影响關係是負向趨勢，研究結果顯示民宿的遊客「選擇評估準則」愈低者，其感受的「遊客行為」愈低。

5.1.5 民宿遊客人口統計變項對於遊客行為之差異情形(H5)

1. 不同性別民宿遊客在遊客行為無差異存在。不同性別的遊客的行

為，在「互動購買」皆是一致性的型態。

2. 不同年齡民宿遊客在遊客行為有差異存在。不同年齡的遊客的行為，在「互動購買」有差異存在。研究結果顯示，50~59歲>60歲以上>40~49歲。

3. 不同教育程度民宿遊客在遊客行為有差異存在。不同教育程度的遊客的行為，在「互動購買」有差異存在。研究結果顯示，大小順序依序為大學>專科>碩士

4. 不同家庭狀況民宿遊客行為有差異存在。不同家庭狀況的遊客的行為，在「互動購買」有差異存在。研究結果顯示，在「互動購買」方面，已婚(無子女)>已婚(有子女)>未婚。

5. 不同居住地民宿遊客在遊客行為無差異存在。不同居住地的遊客行為，在「互動購買」皆是一致性的型態。

6. 不同職業民宿遊客在遊客行為有差異存在。不同職業的民宿遊客行為，在「互動購買」有差異存在。研究結果顯示，在「互動購買」方面，服務業高於軍公教高於學生。

7. 不同月收入民宿遊客在遊客行為無差異存在。不同月收入的民宿

遊客行為，在「互動購買」皆有一致性的型態。

8. 不同資訊來源民宿遊客在遊客行為有差異存在。不同資訊來源的
民宿遊客行為，在互動購買有差異存在。研究結果顯示，在互動購買
方面，報章雜誌大於網際網路。



5.2 建議

本節乃基於研究調查結果，根據遊客的渡假生活型態、選擇評估準則，以及遊客的行為，從經營者建議提供具體、實質的改進建議

5.2.1 對經營者的建議

1. 營造生動年輕化以及氣氛感受

研究資料(表4.1)，44%的遊客普遍是20~29歲的年輕人，其次23%的30~39歲成年人，顯示，因為這些遊客對於想去的民宿普遍要有年輕人的朝氣，以及在工作中要紓解工作壓力的成年人對於氣氛有一定的講究，固然要兩者兼顧下，要有營造生動還有年輕化以及氣氛感受。

2. 深入旅遊

研究資料(表4.1)，45%碩士生具有一定的程度，對於旅遊儘量可以加以深入了解其民宿特色、背景、傳統人文氣息以及在書本上學不到的知識，都會讓遊客加深映像、增加對於民宿喜好何嘗不是更貼近遊客的一種方式？

而研究資料(表4.2)民宿是否有別於飯店，研究呈現沒有很明顯，可見對於民宿營造特色上似乎少點自己的特色，深入旅遊就能成為一種民宿上的特色。

3. 提供充足旅遊資訊

研究資料(表4.1)指出，51.6%的遊客使用網路來搜尋旅遊資訊以及31%的親友同事介紹，對於想要了解民宿特色的遊客，經營者可以透過網路展現其特色服務內容，能達到最好吸引遊客前往旅遊住宿的效果，相對於曾經住宿的遊客也會幫經營者帶來遊客!鄭建雄、吳乾正(2004)指出在鄭建雄在2002年提出觀光三部曲策略概念:第一、留人策略，要想盡辦法吸引遊客前往農場或園區旅遊，要用核心競爭力-本身吸引力或特色；第二、留錢策略，意思當然要設法讓遊客在園區或農場時間上要夠久，能夠留下來用午餐、喝下午茶還有晚餐、在加上購買紀念品以及特產；第三、留心策略，製造口碑讓遊客下次也想來，也可以讓遊客帶親朋好友來，這樣就使得遊客記憶深刻。

4. 制定合理價格

研究資料(表4.2)指出，82%的遊客願意花費3000元以下住宿民宿，而民宿遊客在學生族群居多，在經濟能力上比較差，故合理價格也是要項。

5. 讓民宿遊客能夠多多輕鬆心情去民宿渡假

由結果(表4.4)得知，民宿遊客的渡假生活型態較偏向能夠遠離日常生活環境、俗事及壓力方面，而較不偏向物質方面的享受，所以民

宿最能符合這類的渡假生活型態這一點就無庸置疑。顯示，民宿遊客希望能夠到民宿放輕鬆的心情遊玩，建議民宿業者可以嘗試讓遊客放鬆心情有遠離塵囂的感覺，進而讓遊客了解當地有哪些地方能夠去充實周休假日裡一反工作崗位及都市喧囂，能夠親近大自然。

6. 建立及利用自身及外在特色達到吸引遊客效果

根據研究結果(表4.5)可以發現一般遊客在選擇旅遊目的地時最為重視旅遊地點的「自然景觀」、「民宿特色風格」、「員工服務態度」、「人文景觀」、「老闆親和力」及「交通便利性」作為選擇評估重點，對經營者而言，營造優美環境，建造獨特風格，從老闆到員工貫徹服務態度，以及透過交通便利性的外在條件下能夠吸引更多的遊客。

5.2.2 研究限制與後續研究建議

1. 在遊客經由民宿體驗達到的問卷第二部分缺滿意程度及問卷第三部分缺重遊的意願上都是本研究所欠缺的部分，若往後的研究能夠加以確切探討與這兩構面之間的關係，也許能更加瞭解消費者內心的動機與需求。
2. 本研究僅針對平日時(4/12~5/25)到民宿之遊客作調查，建議往後研究亦可針對假日(寒暑假)到民宿旅遊的遊客作調查，使樣本更加齊全，更具代表性。
3. 本研究僅做到量化研究，對於深入了解民宿上尚缺力道，如果在加上質性研究加以驗證與分析，將可在量化研究中反應不到的資訊能夠一一浮現。

參考文獻

一、中文部分

- 1.王惠芬(2002)，主題樂園遊客行為之研究—以劍湖山世界、六福村及九族文化村為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 2.王嵩容(2003) 台北市婚宴市場消費者行為之研究。淡江大學商管學院高階主管管理碩士學程碩士論文。
- 3.交通部觀光局(2001)，民宿管理辦法。檢索日期：2009年10月30日。
網址：<http://admin.taiwan.net.tw>
- 4.交通部觀光局(2008)，2008國人旅遊狀況調查。檢索日期:2010年1月16日。網址：<http://admin.taiwan.net.tw/>
- 5.余聲海(1987)，我國觀光旅館業行銷策略之研究。中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 6.別蓮蒂(2000)，生活型態白皮書-2000年。台灣消費習慣調查報告。台北:商周出版社。
- 7.吳碧玉(2003)，民宿經營成功關鍵因素之研究-以核心資源理論。朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
- 8.宋懷德(2006)，南投縣清境地區民宿業與觀光發展策略規劃之研究。逢甲大學公共政策所碩士論文。
- 9.巫立宇(1991)，台灣國際觀光旅館業之關鍵成功因素分析。國立政

- 治大學國際貿易碩士論文。
10. 李亞珍(2005)，我國民宿發展問題及其管理辦法適切性之研究。靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
 11. 李忠星(1993)，休閒度假中心經營成功關鍵因素之研究。文化大學觀光事業碩士論文。
 12. 沈進成、王伯文（2004），民宿體驗對遊客意象及忠誠度影響關係研究—以奮起湖地區為例。《旅遊管理研究》，4(2)，195~213
 13. 許士軍(1988)，用行銷眼光掃描生活型態。《卓越雜誌》，41，29頁。
 14. 陳淑芬、邱天佑(2006)，民宿遊客消費者行為之研究—以花蓮地區為例。《大漢學報》，21，155-173。
 15. 黃彥凱(2003)，旅遊目的地之選擇決策行為模式-以桃竹苗地區民營遊樂園為例。中華大學建築與都市計畫所碩士論文。
 16. 黃純德、李宗珏(2005)，台灣民宿業者餐旅行銷組合與關鍵成功因素之研究。《海峽兩岸觀光學術研討會》，269-290。桃園：銘傳大學觀光學院。
 17. 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，線上資料來源 <http://www.atj.org.tw/newscon1.aspnumber=1670>，2006.5.21。
 18. 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。

- 19.楊國勳(2005)，台灣青年出國自助旅遊者之渡假生活型態與旅遊產品購買行為之研究。世新大學觀光學系碩士學位論文。
- 20.蔡宏進(2009)，休閒遊憩概論-社會與人文觀點。五南圖書出版股份有限公司。
- 21.鄭建雄、劉孟奇(2002)，遊客渡假生活型態與休閒消費特性初探-以墾丁地區遊客為例。觀光研究學報，7(2)，93-110
- 22.鄭建雄、劉孟奇(2003)，台灣本土化渡假生活型態量表之建構-以多樣本為基礎信效度分析。管理學報，20(6)，1221-1246。
- 23.鄭錫欽，梁家祐(2008)，複合式民宿之經營模式對遊客吸引力之研究-以澎湖陶兵藝術民宿為例。島嶼觀光研究。1(2)，59-79
- 24.薛景慈，康桓甄，何若絜(2008)。澎湖民宿消費者住宿決策因素之研究。運動休閒餐旅研究，3(3)，168-185
- 25.顏美麗(2008)，生活型態、旅遊動機與阻礙因素對嘉義國小教師參與海外旅遊意願之影響。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 26.嚴如鈺(2002)，民宿使用者消費型態之研究。輔仁大學社會科學應用系碩士論文。

二、英文部分

1. Zins, A. H. ,1998. Leisure Traveler Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics, *Journal of Travel Research*, 36 (4),3-15.
2. Gonzalo, A. B. , Meneses ,D.& Gil ,S. . (2007), Self-Congruity and Destination Choice. *Annals of Tourism Research*,Vol.34(3),571–587.
3. Engel, J. F., D. T. Kollat & Blackwell R. D. (1968), *Consumer Behavior*, New York: Holt, Rinehartand Winston.
4. Engel,J.F.,Blackwell,R.D.&Miniard,P.W.(1995),*Concumer Behavior*,8th.,Forth Worth:Dryden Press.
5. Parrinello,G. L.,(1993), Motivation and Anticipation in Post-Industrial Tourism, *Annals of Tourism Research*,20, 232-248.
6. Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A.(2001).*Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (8th Ed.).McGraw Hill Company.*Hospitality Management*,8(5),30-36.
7. Hawkins,D.I.,Best,R.J.,& Coney,K.A.(1992).*Consumer behavior:Implications for marketing strategy*. Chicago:Richard D.Irwin.
8. Ingram, H. (1996). Classification and Grading of Smaller Hotels, Guesthouses and Bed and Breakfast Accommodation. *International Journal of Contemporary*
9. Plummer ,J.T. (1974), The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*,38,33-37.
10. Kotler, P. (1998), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* , 9th ed., Prentice-Hall, Inc.
11. Lanier, P. & Berman, J. (1993). Bed-and-Breakfast Inns Come of Age. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 14-23.
12. Konecnik, M. & Gartner W. C. (2007) .*Annals of Tourism Research*, 34(2), 400–421
- 13.Morrison, A. M., et. al.(1996) , Specialist accommodation: definition, markets served, and roles in tourism development. *Journal of Travel Research* . 35,18-26
14. Pizam, A., & Sussman, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior? *Tourism Management*. 22(4), 901-917.
15. Reynolds, F.D. and Darden, W.R.(1972).Internet Outshopper, *Journal of Marcketing*, October, 36(4), 50-54.

16. Sherry, J.E.H. (1993). The Legal Status of Bed-and-Breakfast Operations. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 12-13.
17. Wells, W. and D. Tigert (1971). Activities, Internets and Options, *Journal of Advertising Research*, 11, 27-35.

您好！這是一份學術性問卷，主要目的在於瞭解住宿**民宿**遊客的渡假生活型態、選擇評估民宿的準則與遊客行爲。煩請您冗撥十分鐘填答，本問卷採用不具名方式進行。**您所有的資料絕不會對外公開**。謝謝！

敬祝

籌安

南華大學旅遊事業管理研究所
研究生 陳志軒 敬上
指導教授 李謀監 博士

第一部分 渡假生活型態

本部份有15 個問題，主要是瞭解您對於住民宿的看法與態度，請在符合您的方格中勾選。

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 我認爲最好的渡假地點就是一個能夠遠離塵囂的地方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我渡假是爲了能夠遠離工作壓力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我渡假是爲了遠離所處的生活環境。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我收藏了許多家人一同外出渡假旅遊時的照片。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我的家庭經常一起出外渡假旅遊。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我渡假是爲了增進家人之間的感情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我渡假次數在政府實施週休二日後增加不少。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我喜歡利用週休二日出外渡假旅行。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 與其在一年之中有二次至三次的長期渡假， 不如有多次的二日遊的假期。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我經常參加社團或社區舉辦的渡假旅遊活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我喜歡參加學校旅遊或自強活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我渡假是爲了聯絡同事或朋友間的感情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 如果在當地找不到很高級的飯店，我就不去那裡渡假。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 在渡假時，我願意付出高價享受最好的服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 對我而言，在渡假時有美食佳餚是很重要的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

請翻閱至下一頁繼續填寫，謝謝！

第二部分 選擇評估準則

本部份有13個問題，主要是想要了解您在評估選擇到哪裡住民宿時，下列因素對您的重要程度為何？請在符合您的方格中勾選。

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 我會以 <u>價格</u> 作為在哪裡住民宿的主要考量。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會以 <u>自然景觀</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我會以 <u>人文景觀(包含民宿設施)</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我會以 <u>老闆的親和力</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我會以 <u>員工的服務態度</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我會以 <u>交通便利性</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我會以 <u>朋友的意見</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我會以 <u>民宿的特色風格</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我會以 <u>家人(親戚)的意見</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我會以 <u>廣告(網路)上的推薦</u> 來決定在哪裡住民宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 如果 <u>房間價格上有打折扣</u> ，我會優先考慮。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. <u>民宿的餐飲</u> 也是我優先考慮的項目。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我會以有 <u>資訊導覽的有無</u> 來決定在哪裡住宿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分 遊客行爲

本部份有8個問題，主要瞭解您住民宿的行爲與經驗，請您依實際情況回答下列問題，並於問卷中選定適當答案。

- 平均而言，我一年內去民宿的次數約為：
 1-3 次以下 4-6 次 7-9 次 10 次以上
- 我願意花多少錢住民宿(兩人房)：
 1000元以下 1000-2000元 2000-3000元 3000-4000元 4000-5000 元
- 本次渡假和您的同伴人數大約（包含您本人）：_____人
- 您在外出渡假時，結伴同行的人是(單選)： 單獨一人 家人 朋友 同事
- 請問您出外旅遊渡假時，通常是誰決定在哪裡住宿？
 自己 先生 妻子 夫妻共同決定 其他人決定_____ (請說明)
- 請問平均而言您每次到民宿旅遊，前後大約停留多少時間？
 不到一天 兩天一夜 三天兩夜 四天以上
- 我願意花多少錢購買民宿的產品：
 1000元以內 1000-2000元 2000-3000元 3000-4000元 4000-5000 元

請翻閱至下一頁繼續填寫，謝謝！

8. 請問您覺得住民宿是否有別於住宿其他住宿場所(EX.飯店)的感受？

有(請說明_____) 無

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
9. 我會跟其他遊客有互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我會跟民宿老闆有互動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我會在民宿買紀念品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.我會在民宿買禮品給親朋好友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.我會對民宿老闆有信任感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.我不會對民宿的產品感興趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分 基本資料

一、性別： 男 女

二、年齡： 20 歲(不含)以下 20~29 歲 30~39 歲 40~49 歲 50~59 歲 60 歲
以上

三、教育程度： ~~國小(不含)以下~~ 國小 國中 高中、職 專科 大學 碩士
博士

四、家庭狀況： 未婚 已婚(目前無子女) 已婚(有子女) 其他(請說明
_____)

五、居住地：_____縣(市) _____鄉(鎮、市、區)

六、職業類別： 農林漁牧 工 商 學生 服務業 軍公教 自由業 無(含
退休)

七、個人平均月收入： 無經常性收入 20,000 元以下 20,001~30,000 元
30,001~40,000 元

40,001~50,000 元 50,001~70,000 元 70,001~100,000 元 100,001 元以上

八、請問您是從哪一個管道獲得民宿的資訊?(可複選)

電視媒體 網際網路 報章雜誌 親友同事 其他_____ (請說明)

所有問題皆已答畢，非常感謝您的協助！
如果對於問卷或本研究有任何問題歡迎與我聯繫。

sb134321@hotmail.com