

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM
OF TOURISM MANAGMENT, DEPARTMENT OF
TOURISM MANAGEMENT ,NAN HUA UNIVERSITY

阿里山鄉樂野部落鄒族民宿旅客之住宿體驗、地方依
戀及行為意向之研究

A Study of Tsou B&B Tourist Experience , Place Attachment and Behavioral
Intention in Alishan Lalauya Village

研 究 生：汪少強

GRADUATE STUDENT : SHAO-CHIANG WANG

指導教授：許伯陽 博士

ADVISOR: PO-YANG HSU Ph.D.

中華民國105年1月

南 華 大 學
旅遊管理系旅遊管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

阿里山鄉樂野部落鄒族民宿旅客之住宿體驗、地方依戀及行為意向之研究

研究生：汪少強

經考試合格特此證明

口試委員：周慶山
丁誌敏
許伯鴻

指導教授：許伯鴻

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 104 年 12 月 29 日

謝 誌

努力兩年多的時間，我的研究所生涯終於要畫下句點。在這段時間裡，我先要感謝執導我的許伯陽老師，一開始就耐心地協助我找到我最理想的研究方向，在研究的過程中，我常常因為惰性而停下了腳步，但老師還是不時地給予關心及鼓勵，在每一段的過程裡，老師都不厭其煩的為我解答。

再來也感謝在研究生涯一起成長的朋友，國祥、月玉，有大家一起同甘共苦的日子裡，讓我一點都覺得不孤單，我在大家的身上我也學到了很多事情，最重要的是我學習到了許多解決問題的能力。

最後我要感謝我的父母、家人和女朋友的支持，在這段日子裡我迷路的時候，還好你們都會把我拉回來，因為你們讓我的肩膀越來越強壯，也感謝主耶穌的看顧，讓我有信心完成我的學業

少強 僅誌於 2016 年 1 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

104 學年度第一學期碩士論文摘要

論文題目：阿里山樂野部落鄒族民宿旅客之住宿體驗、地方依戀及行為意向之研究

研究生：汪少強

指導教授：許伯陽博士

論文摘要內容：

為瞭解阿里山樂野村鄒族民宿旅客之住宿體驗、地方依戀、行為意向之關聯性及其差異情形，本研究以問卷調查法進行探討，對象為樂野部落民宿旅客，根據調查所得資料，以描述性統計、單因子變異數分析、皮爾森積差相關分析與迴歸等方式分析。研究結果顯示：(1) 到訪樂野民宿的大多年齡層以 26~35 歲居多，而其旅遊的特性都為家庭旅遊為主，而遊客對於樂野民宿的資訊主要都是來是於網路。(2) 樂野民宿旅客對於「住宿體驗」、「地方依戀」、「行為意向」的認同程度最高的為「內在心境」，其次為「賓主交流」，最低為「建築設施」。(3) 不同旅客背景變項對於，「住宿體驗」、「地方依戀」、「行為意向」有達到顯著差異。(4) 「住宿體驗」與「行為意向」有直接效果及間接效果的影響，研究顯示地方依戀為中介變項為低度相關。基於以上發現，將有助於地方部門、業者瞭解旅客到阿里山樂野部落民宿之住宿體驗、地方依戀與行為意向的關係，藉以提出具體建議給予當地觀光、服務、管理經營之參考。

關鍵詞： 民宿、住宿體驗、地方依戀、行為意向

Title of Thesis : A Study of Tsou B&B Tourist Experience , Place Attachment and Behavioral Intention in Alishan Lalauya Village

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

Graduate Date : (June 2015) **Degree Conferred** : M.B.A

Name of Student : SHAO-CHIANG WANG **Advisor** : PO-YANG HSU Ph.D.

Abstract

To understand the Alishan Leye Village Tsou B&B tourist experience, place attachment, behavioral intention relationship and difference. This study used questionnaires to discuss. The object was 391 tourists from Leye Village B&B tourist, according to the survey data, descriptive statistics, one way ANOVA, pearson product moment correlation, regression analysis. the results indicated:(1) Leye B&B tourist mostly ages was 26 to 35 years old, characteristics of tourism was family travel, the travel information from network mainly.(2) B&B tourist for experience, place attachment , behavioral intention identity degree most was inner mood , followed by" two sides exchange minimum building facilities. (3) Different background respect to experience, place attachment, behavioral intention significant differences to reach.(4) Research experience and behavioral direct and indirect effects of the impact, display place attachment intermediary was low degree of correlation. Based on the above findings It will help local authorities, industry learn tourist to Alishan Leye Village Tsou B&B tourist experience, place attachment , behavioral intention relation. Make specific recommendations to help the local tourism, services, management of Leye Village.

Keywords : B&B, experience, place attachment, behavioral intention

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	v
圖目錄	viii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究流程	3
1.3 研究範圍與研究限制	5
1.4 研究範圍	5
1.5 研究限制	5
1.6 研究目的	6
第貳章 文獻探討	7
2.1 鄒族	7
2.2 樂野村(Lalauya)	7
2.3 住宿體驗	9
2.3.1 住宿體驗之定義	9
2.3.2 住宿體驗相關研究	10
2.4 地方依戀	12
2.4.1 地方依戀定義	12
2.4.2 地方依戀相關研究	13
2.5 行為意向	14
2.5.1 行為意向定義	14
2.5.2 行為意向相關研究	15

第參章 研究方法.....	16
3.1 研究架構.....	16
3.2 研究假設.....	17
3.3 研究變項之操作型定義.....	18
3.3.1 住宿體驗.....	18
3.3.2 地方依戀.....	18
3.3.3 行為意向.....	19
3.3.4 問卷設計.....	19
3.4 預試效度分析.....	19
3.6.1 住宿體驗構面之因素分析.....	21
3.6.2 地方依戀構面因素分析.....	22
3.6.3 行為意向構面因素分析.....	23
3.6.4 預試信度分析.....	24
3.7 正式問卷.....	25
3.7.1 住宿體驗量表.....	26
3.7.2 地方依戀量表.....	27
3.7.3 行為意向量表.....	28
3.8 資料分析方法.....	29
第肆章 結果與討論.....	30
4.1 人口統計變項分析.....	30
4.2 民宿旅客之住宿特性.....	32
4.3 民宿旅客資訊來源.....	34
4.4 各個民宿人口變項分析及民宿旅客住宿特性.....	34
4.5 阿將的家.....	35
4.5.1 阿將的家民宿旅客之住宿特性.....	37
4.6 楓露庭園.....	39
4.6.1 楓露庭園民宿旅客住宿特性.....	41
4.7 彩虹民宿.....	42

4.7.1 彩虹民宿旅客住宿特性	45
4.8 華納因厝民宿	46
4.8.1 華納因厝民宿旅客住宿特性	48
4.9 鄒族亭民宿	50
4.9.1 鄒族亭旅客住宿特性	52
4.10 樂野部落民宿住宿體驗、地方依戀及行為意向之現況分析。	53
4.10.1 研究結果	54
4.10.2 討論	58
4.11.4 樂野民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向之互相影響分析	71
第五章 結論與建議	78
5.1 結論	78
5.2 建議	81
參考文獻	85
附錄	89

表目錄

表 3.1 KMO 係數與 Bartlett 球型檢定表	21
表 3.2 住宿體驗面因素分析表	22
表 3.3 地方依戀構面因素分析表	23
表 3.4 行為意向面因素分析表	24
表 3.5 各構面之 Cronbach' s α 信度分析表	25
表 3.6 住宿體驗量表	26
表 3.7 地方依戀量表	27
表 3.8 行為意向量表	28

表 4.1 遊客基本資料統計分析表(N=391)	31
表 4.2 民宿旅客之住宿特性表	33
表 4.3 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	34
表 4.4 阿將的家民宿旅客基本資料統計分析表(N=62).....	36
表 4.5 民宿旅客之住宿特性表	38
表 4.6 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	38
表 4.7 楓露庭園民宿旅客基本資料統計分析表(N=81).....	39
表 4.8 民宿旅客之住宿特性表	41
表 4.9 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	42
表 4.10 彩虹民宿旅客基本資料統計分析表(N=87).....	43
表 4.11 民宿旅客之住宿特性表	45
表 4.12 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	46
表 4.13 華納因厝民宿旅客基本資料統計分析表(N=74).....	47
表 4.14 民宿旅客之住宿特性表	49
表 4.15 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	49
表 4.16 鄒族亭民宿旅客基本資料統計分析表(N=87).....	51
表 4.17 鄒族亭民宿旅客之住宿特性表	53
表 4.18 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題).....	53
表 4.19 住宿體驗各構面分析(N=391)	54
表 4.20 住宿體驗題項.....	54
表 4.21 地方依戀構面分析(N=391).....	55
表 4.22 地方依戀題項.....	56

表 4.23 行為意向構面分析.....	57
表 4.24 行為意向選項.....	57
表 4.25 不同性別在住宿體驗個構面 T 檢定.....	59
表 4.26 不同年齡對住宿體驗各構面差異分析摘要表.....	60
表 4.27 不同職業對住宿體驗各構面差異分析摘要表.....	60
表 4.28 不同居住地對住宿體驗各構面差異分析摘要表.....	61
表 4.29 不同教育程度對住宿體驗各構面差異分析摘要表.....	62
表 4.30 不同月收入對住宿體驗各構面差異摘要表.....	63
表 4.31 不同性別對地方依戀構面 T 檢定.....	64
表 4.32 不同年齡對地方依戀各構面差異性分析.....	64
表 4.33 不同職業對地方依戀各構面差異分析摘要表.....	65
表 4.34 不同居住地對地方依戀各構面差異分析摘要表.....	65
表 4.35 不同教育程度對地方依戀各構面差異分析摘要表.....	66
表 4.36 不同月收入對地方依戀各構面差異分析摘要表.....	67
表 4.37 不同性別對行為意向各構面差異分析摘要表.....	67
表 4.38 不同年齡對行為意向各構面差異性分析.....	68
表 4.39 不同職業行為意向構面差異分析摘要表.....	69
表 4.40 不同居住地對行為意向各構面差異分析摘要表.....	69
表 4.41 不同教育程度對行為意向各構面差異分析摘要表.....	70
表 4.42 不同月收入對行為意向各構面差異分析摘要表.....	71
表 4.43 住宿體驗、地方依戀和行為意向的相互影響關係.....	72
表 4.44 住宿體驗對地方依戀迴歸分析.....	73

表 4.45 住宿體驗對行為意向迴歸分析	74
表 4.46 地方依戀對行為意向迴歸分析	75
表 4.47 住宿體驗、地方依戀對行為意向之影響.....	76

圖片目錄

圖 1.1 研究流程圖	4
圖 2.1 樂野部落路線圖(引自嘉義縣阿里山鄉所).....	8
圖 3.3 研究架構圖	17
圖 4.1 各個變項影響效果(β)	78



第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

臺灣的觀光事業發展約源於1950年末美援時期，提供駐臺美軍渡假勝地，開啟了國際觀光的大門。直到1980年後，因國內休閒需求的增加，觀光業從提供以日、美為主的國際觀光市場，轉為提供以國民休閒為主的國內旅遊市場(林杏，2012)。由於台灣觀光休閒的變遷，及國民所得的提高，林光浩(2007)提到，隨著國民休閒意識漸漸成為民眾生活的一部分，自從民國八十一年一月開始，我國政府開始實施週休二日，至此開始民眾有更多充裕的時間安排休閒活動對於觀光遊憩重視也逐漸的提高，國內的休閒產業也漸漸的成為多數人投入的產業在社會進步、交通運輸方便及文化多元等因素，為國人旅遊休閒活動帶來一股熱潮，也加速觀光遊憩發展。因此許多的觀光客對於旅遊活動會有更多的選擇，旅遊包含了食、衣、住、行、育、樂等。但在對於住宿方面由於山區較少有大型旅館及飯店，所以由住家所改建而成的住宿模式日益盛行。

臺灣民宿業的發展可追溯至1980年代在墾丁國家公園、阿里山及溪頭森林遊樂區等地，因當地具備特殊休憩資源，每逢假日總是吸引大量遊客，造成觀光景點住宿設施的供不應求，部分民宅乃將家中多餘的房間提供給遊客臨時住宿，順便可以增加家中的一點收入，民宿

業便順勢而生(鄭詩華,1998),所以可知民宿業最早的發展都起源於遊樂區及各個國家風景區,附近結合當地的風景以及自然環境的優勢吸引大量的遊客前來進住,所在位置在旅遊景點附近為非常重要的考量因素,阿里山的景觀適合開發民宿產業。

但阿里山不僅只有壯麗的自然景觀,最為所稱道的是地理環境吸引人外,人文是另一面中藥的資產,其中阿里山鄒族的村落有達邦、特富野、里佳、樂野、山美、新美、茶山、來吉等部落。徐子豪(2010)年提到至1980年因台18線(阿里山公路)的闢建與開通,阿里山湧入了大量的遊客,促使沿線部落居民的意識改變,轉型也成為最大方針。由於,該區域蘊有豐富的人文及生態觀光資源,所以在這天獨厚的生存與自然環境下,台灣的民宿風潮在此也迅速崛起。

其中樂野部落位於幾個部落較中心位置,其重點行政單位阿里山鄉公所也位於樂野村,代表著樂野為鄒族地區之重點位置。不僅是村落名稱、人文、文物、位置都蘊藏著鄒族文化與故事。所以也提供了當地的民宿業者不一樣的文化吸引力,一方面原住民文化的也滿足了某些對於觀光客對於異族文化的體驗,以及了解的渴望。且在異族觀光中有些遊客對於觀光地區會有想要了解當地文化的一種渴望,則會選擇住宿於當地,進而多體驗到當地的特色,其中(Morrison et al,1996)認為特別的住宿體驗是由於當地具有不一樣的文化特色,

因此較傳統住宿設施更可能吸引遊客。

根據以上的背景，藉由阿里山鄉樂野村原住民民宿進行研究，了解樂野部落民宿帶來的遊客對於住宿體驗、地方依戀及行為意向是否有相當的影響。

其研究成果期望能做為當地主民宿相關業者及民宿相關機關之參考，也希望藉此研究結果能讓樂野部落相關民宿業者，能夠運用當地現有的原住民文化特色，及民宿本身的優勢及特性，整合出獨特的經營管理模式、民宿的定位甚至於配套措施，提供不一樣的住宿體驗進而提升住宿品質，得到更多的重遊意願，也希望能提升當地部落的觀光休閒之發展，期望對未來樂野部落當地的民宿業產業發展會有所幫助。

1.2 研究流程

本研究的主要流程如圖 3.1 所示，從研究背景、目的，蒐集研讀及綜合整理相關理論和文獻，而後設定研究假設並建立研究之主體架構。依據研究架構、相關文獻與本研究的特性，發展出適合的研究工具，藉由專家學者之審視、問卷預試施測、反覆修正問卷題項至定稿完成後，便進行正式調查施測，於資料回收後經由分析與討論，最後提出結論與建議。如圖 1.1 所示

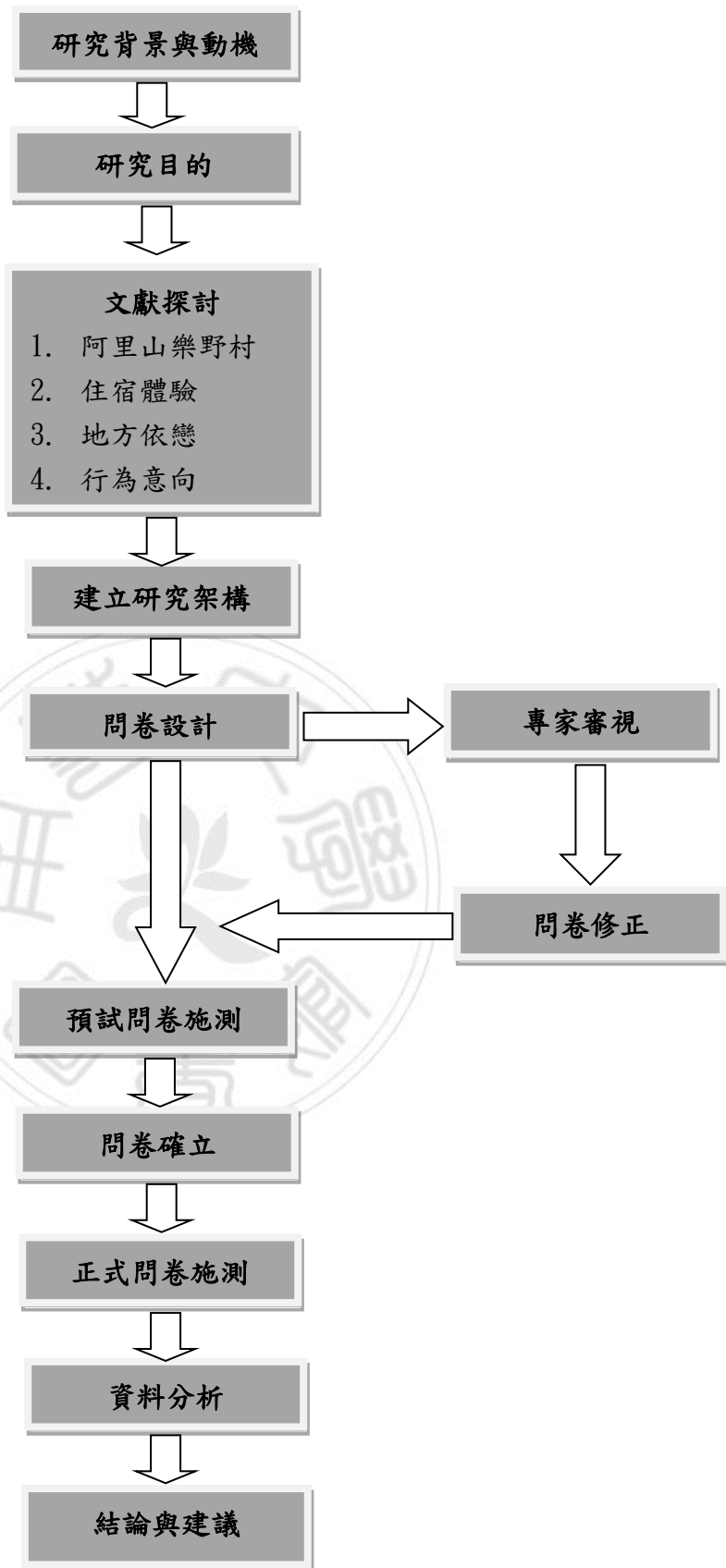


圖 1.1 研究流程圖

1.3 研究範圍與研究限制

本研究依研究目的之界定的研究範圍與限制如下。

1.4 研究範圍

本研究範圍對象為樂野社區，樂野村目前人口為 1096 人，310 戶，居民大多數為鄒族原住民，平日以務農為主。近年來，為了發展觀光旅遊，社區內有多家民宿(嘉義縣政府社區總體營造網頁)。

為了進行部落觀光之民宿旅客住宿體驗、地方依戀及行為意向之關係，本研究民宿業者皆為當地的鄒族人，民宿有楓露庭園、阿將的家、華納因厝、彩虹民宿、鄒族亭，以上五間民宿為研究地點，並以住宿該區域內民宿業者訪談之遊客作為便利抽樣對象進行問卷調查。

1.5 研究限制

本研究只針對阿里山樂野原住民部落民宿旅客作為施測對象，無法涵蓋整阿里山原住民部落民宿旅客。

1.6 研究目的

民宿與旅館最大的不同在於其獨特的建築外觀，以及提供遊客如住家般的居住環境、氣氛、人情味與主客的互動交流(林舜涓,2007)，並且結合當地特產與美食以及資源特色讓遊客體驗到當地的風俗民情等特殊的住宿體驗。因此，民宿的特色能夠突顯部落觀光對於一般民眾吸引力，更勝於旅館，一方面由當地人所經營的民宿，會運用當地的人文以及特色，來表達出自己民宿的特色。所以本研究藉於阿里山鄉樂野村當地原住民民宿為例，基於以上的特色、文化為研究動機，探討的目的如下：

1. 以描述性統計進行遊客對民宿住宿體驗、地方依戀與行為意向的現況分析。
2. 以因素分析萃取住宿體驗、地方依戀與行為意向的重要因素構面。
3. 分析不同遊客人口統計變項對住宿體驗、地方依戀與行為意向的差異化分析。
4. 分析住宿體驗、地方依戀與行為意向等三因素的相互影響關係。

第貳章 文獻探討

本章節透過相關文獻探討建構住宿體驗、地方依戀與行為意向之概念，並藉由文獻探討之回顧與推導住宿體驗、地方依戀與行為意向三者關係，進而建立本研究之概念性架構。

2.1 鄒族

鄒族最早期又稱為曹族為早期鄒語Tcou的諧音而來，人口在歷史上有需多變遷，但大多數鄒族分布在玉山西南方，鄒族還分有「阿里山鄒Tcou」、「卡那卡那富群Kanakanavu」與「沙阿魯阿群Hla' alua」，等三大系統。林曜同(2004)就現今「鄒族」人口與地理分佈而言，「南鄒」的Kanakanavu和Hla' alua都分布在高雄縣境內，前者主要聚落位於高雄縣三民鄉民權與民生兩村內，後者則分布在高雄縣桃源鄉桃源與高中兩村以及高雄縣三民鄉民權村內，這兩群人口各約五百餘人。而「北鄒」主要聚落分布在嘉義縣阿里山鄉境內的來吉、樂野、達邦、里佳、山美、新美、與茶山等七村中。

2.2 樂野村(Lalauya)

樂野村位於嘉義台18線石桌轉169的第一個村落，當地鄒族人稱村落為Lalauya(楓樹林的意思)，早期當地有許多的楓樹圍繞著當地的村落，但之後由於茶園農業的發展及開發，現今已看不見大批楓樹林的蹤跡。樂野段的土地面積有876.7公頃，其中宜農地有504.2公

頃大於宜林地 (372.5 公頃)。宜農地又大部分位於海拔1000 公尺以上，因此具有高冷地農業發展潛力，農業發展條件相當優厚(鄭佩茜，2013)。

但現今在也有受到觀光產業的影響，當然也有村民在自己的土地上興建民宿，其中5間民宿皆為鄒族人自己經營，但業者也結合雕刻、手工藝品、農產品、咖啡等產品販賣，多角化營業自己的民宿。



圖 2.1 樂野部落路線圖(引自嘉義縣阿里山鄉所)

2.3 住宿體驗

2.3.1 住宿體驗之定義

體驗(Experience)源於拉丁文“Experientia”，意指個體受到外在刺激後，經由感情、知覺過程而產生之生理與心理反應，可區分為內在與外在二種體驗(林有得，1993)。所以體驗大多為偏向心理方面的研究，劉秀端(2007)提到體驗若由心理學廣義解釋，則是指意識主體發覺自己某種心理情況時的任何意識過程。所以體驗是經由多次的記憶及旅遊時強烈印象所形成，另有王伯文(2005)的研究則指出，遊客之體驗感受必會建立遊客心中對旅遊地之深刻意向。

而住宿產業就是希望藉由住宿來提升遊客對住宿業的深刻印象，Gimore & Pine (2002)的研究指出，住宿產業幾乎任何服務都會使遊客獲得難忘的體驗，且體驗的價值，會讓消費者留下深刻印象。因此若要讓消費者有好的體驗，業者應該管理好服務產品（含有形、無形的產品）、服務場景（即和遊客產生體驗的環境）和服務傳送系統（人員、資訊、科技等）(Ford and Heaton, 2000)。因此，民宿可說是一種不一樣的住宿體驗，提供了遊客有別於觀光旅館的住宿感受，如山林中獨立的小木屋、鄰近海邊的海景住宅或於農莊中的農舍型民宿等，讓遊客對民宿有著不同於飯店的深刻。

其中遊客對於原住民地區的民宿而言就是希望能體驗不一樣的

文化住宿體驗。林舜涓等人(2007)提出民宿與旅館最大的不同在於其獨特的建築外觀、提供遊客如家般的住宿環境與氣氛、人情味、主客的交流互動、當地特產與美食、與並結合當地資源特色讓遊客體驗到當地的風俗民情等特殊住宿經驗。所以民宿不只有提供住宿而已，也要提供不一樣的文化體驗，所以如果有良好的體驗就會有良好的重遊意願，Ross(1993)提到當遊客感受到比預期更佳的遊憩體驗時，他將比其他人表現出更高的重遊意願。

綜合以上學者之論點，住宿體驗為遊客到達不一樣的地方就是就是希望能得到當地特色的住宿環境，本研究以樂野鄒族部落的民宿旅客為研究對象，藉此了解是不是有好的住宿體驗，會不會進而影響地方依戀與行為意向。

2.3.2 住宿體驗相關研究

住宿體驗其實就是旅遊體驗開始延伸出來，但提到住宿體驗，研究就不限於民宿業。王聖輝(2012)研究以中華民國軍人之友社「國軍英雄館」為例，針對服務品質、住宿體驗、滿意度、忠誠度之間的關係與影響程度進行分析發現，服務品質會正向並且顯著的影響住宿體驗、滿意度與忠誠度；住宿體驗會正向並且顯著的影響滿意度與忠誠度。

其實在宗教旅遊中也有住宿體驗的研究，江哲超等人(2012)則以於高雄內門順賢宮香客大樓，研究結果顯示，遊客之「住宿體驗價值」和「體驗滿意度」對「重遊意圖」具正向並且顯著之影響，而在住宿體驗價值構面中，人際體驗價值與心理體驗價值之因素對遊客滿意度具有顯著且正向預測效果。

在休閒農場之住宿體驗研究，吳武忠、楊珮菁(2012)在休閒農場遊客旅遊動機、住宿體驗與行為意向之研究-以嘉義松田崗休閒農莊為例，研究指出，發現遊客婚姻狀況與教育程度，對住宿體驗有部份的顯著差異；再者住房類型與住宿體驗有顯著差異，而個人平均消費與住宿體驗有顯著的正向相關。所以在住房的類型中以及消費水準皆會影響到住宿體驗。

而在民宿的體驗中，王伯文(2005)以奮起湖民宿為研究對象，民宿體驗對旅遊意向有顯著正向影響、民宿體驗對遊客滿意度有顯著正向影響、旅遊意象對遊客忠誠度有正向的影響、遊客滿意度對遊客忠誠度有顯著正向的影響。所以對於民宿如果能與當地的旅遊意象做結合，這對於民宿體驗皆會有正向的影響。

2.4 地方依戀

2.4.1 地方依戀定義

地方乃是具有歷史、經驗、情感及意義等文化軌跡；而空間則是較抽象，沒有固定形狀，難以被具體被描述或分析。個人透過「地方」的使用經驗，因此對空間會漸漸感到熟悉，進而形成地方象徵的意義(Kyle, 2003)。其中空間與地方依戀的連結中，徐逸涵(2009)提到地方相較於空間對個人而言，是有意義、有情感、有價值的，而地方的獨特性可以引發個人對其情感上的依賴。

地方依戀不僅是人對地方的依戀，地方對於人而言是有意義有價值的，另外一位學者Lewicka(2005)指出，地方依戀的概念在於檢驗地方或地方對於人們所代表的意涵及人們對某個地方，在情感上的結合，一種形成、維持與保持個人、團體的認同狀態。

更有其他學者認為地方依戀對人的影響是正向的影響，其中Shannon & Edward(1995)地方依戀代表個人與某特定場所之間感性或情感上的連結，當場所被賦予的意義是正面的時候，這些正面意義能促使人與場所產生正面的情感連結，這時便會產生地方依戀。

綜合以上學者之論點，地方依戀是由於人們遊覽於地方、部落、民宿等地，被不同的文化給渲染，進而對當地的文化、人文產生情感，進而對當地有正面及正向的認同。

2.4.2 地方依戀相關研究

地方依戀(place attachment)的概念在環境心理學領域上已有許多的研究，用於檢驗地方或地方(place)對於人們所代表的意義及人們對地方的情感上有連結(Guiliani and Feldman, 1993)

地方依戀的研究運用的非常廣泛，其中對於遊客對於老街的體驗研究中，徐錢玉、陳柏蒼(2011)在遊客到淡水老街遊憩體驗、情緒及地方依戀的關係研究中發現，體驗對於情緒的影響有顯著性，尤以體驗中的心理、社會對情緒的兩大構面有明顯的影響。情緒對於地方依戀的影響有顯著性，尤以情緒構面中的喚起對於地方依戀兩大構面有明顯的影響。體驗對於地方依戀的影響有顯著性，尤以體驗中的文化、懷舊對於地方依戀兩大構面有明顯的影響。

在運動休閒的研究中溫雅惠等人(2011)在朴子溪自行車道使用者休閒涉入與地方依戀之相關研究結果顯示，不同社經背景與自行車活動特徵對於休閒涉入與地方依戀之關係大致上均無顯著性差異，朴子溪自行車道使用者對於休閒涉入與地方依戀呈現顯著正相關。

地方依戀也用於餐飲業的研究，在懷舊餐廳地方依戀研究中，林郁欽、王良榮(2011)提出地方依戀由「鄉土風味」、「文物功能」及「懷舊裝潢」等三個因素所構成，顯著的意義在餐廳擺置 50-60 年代懷

舊文物的功能獲得消費者的認同，關鍵的信賴因素是消費者對於懷舊餐廳的熟悉度。

2.5 行為意向

2.5.1 行為意向定義

行為意向 (behavior intention) 的概念來自於態度理論 (Attitude Theory)，態度主要由認知 (cognitive)、情感 (affective) 以及意動 (conative) 三種要素 (component) 所組成。所謂認知要素即個體對態度標的物 (attitude object) 的知識與信念 (belief) 而情感要素即表現出個體對態度標的物的感覺，意動要素則是個體對態度標的物的行動或是行為意向 (Engel, 1995)。但行為意向運用在消費行為的話，在徐達光(2003)消費者心理學依書中提到行為 (behavior) 指消費者獲取、使用、丟棄產品的實際活動，而行為意向是準備對產品作出某種反應的傾向，如想佔有、想遠離等心理狀態，測量消費者的行為意向。所以就消費心理學來說，行為意向就是消費者對於買賣的過程中決策的過程。

在市場行銷中，Zeithaml(1996)到行為意向來自於顧客對於服務品質的評估，對服務品質的評價若高，則顧客的行為意向有利於加深其與公司之間的關係，包括向他人表達對公司正面的觀感、向他人

推薦公司或服務、支付較高價格以及對公司維持忠誠，其忠誠度之表現在於對公司的偏好、持續向該公司購買或在未來增加更多的交易。

綜合以上學者，行為意向主要是對於業者服務品質的一種評估方式，依本研究的方向可以先假設好的住宿體驗也會提高行為意向，以及顧客對於公司的忠誠度，相對的再遊意願的意願也會提高。

2.5.2 行為意向相關研究

行為意向研究大多是要了解消費者購買東西的決策之行為，並提出地方之相關建議。在許哲毓等人(2012)遊客在北港旅遊的主要需求為「需要舒適方便的用餐地點」、「需要安全便利的免費停車場」、「需要安全舒適的住宿地點」。遊客在北港旅遊後的主要行為意向為「會再次光臨北港旅遊」、「願意多購買北港名產小吃」。

而在顧客參與休閒俱樂部的研究中，張嘉麟、李勝雄(2013)在費者參與健康休閒俱樂部行為意向之研究中提到行為意向參與健康休閒俱樂部必須有金錢上的花費，消費者基本上就對參與健康休閒俱樂部抱持正向評價，因此在參與健康休閒俱樂部上態度就對行為意向有所影響。

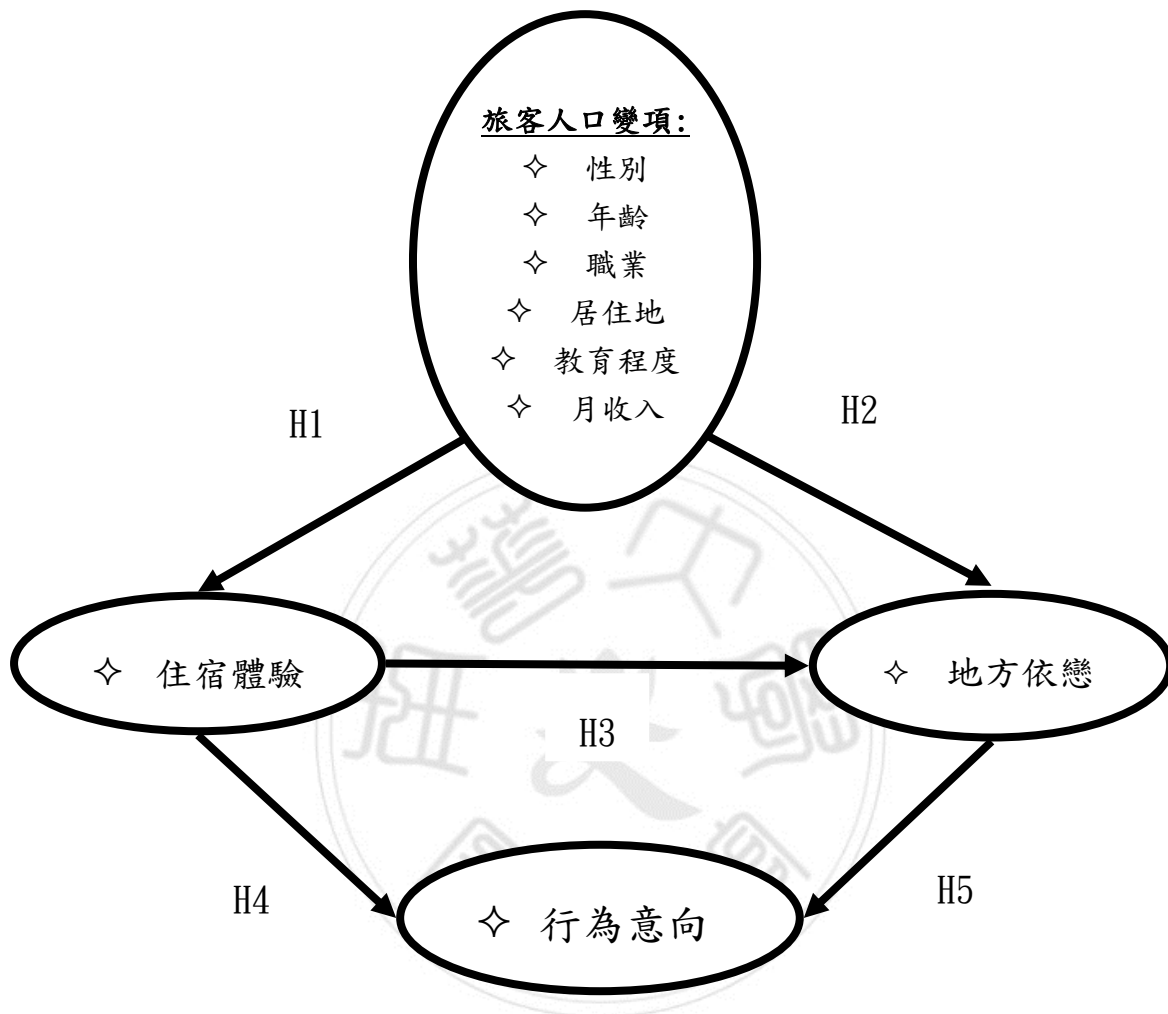
第參章 研究方法

本章節以第一章研究背景、動機與目的及第二章的文獻探討作為基礎，建立本研究的研究架構與方法。本章第一節先確立研究架構，第二節說明研究變項之操作行定義，第三節為問卷設計，第四節為資料分析方法，各節敘述及研究架構圖如下。

3.1 研究架構

本研究架構是依據民宿旅客在對於旅住宿體驗、地方依戀與行為意向等關係進行推導，利用差異化分析來比較不同人口背景變項的旅客對於地方依戀、住宿體驗之差異情形，進而分析討論，最後以簡單迴歸與多元迴歸來分析住宿體驗與地方依戀以及行為意向之影響關係。如圖 3.3 所示

圖 3.3 研究架構圖



3.2 研究假設

本研究根據文獻探討、研究目的與研究架構之建立，提出之研究

架設如下：

H1:不同的旅客人口統計變項對於住宿體驗會有正向的影響

H2:不同的旅客人口統計變項對於地方依戀會有正向的影響

H3:住宿體驗對於地方依戀會有顯著的影響。

H4:住宿體驗對於行為意向會有顯著的影響。

H5:地方依戀對於行為意向會有顯著的影響。

3.3 研究變項之操作型定義

本研究架構之變項分別為住宿體驗、地方依戀、行為意向，各個變項的操作型定義敘述如下：

3.3.1 住宿體驗

住宿體驗是指遊客到民宿住宿時，民宿業者藉由民宿提供的環境、裝潢還有民宿主人的親切態度。讓遊客體驗第在平時生活中所體驗不到的事務，也能讓遊客達到放鬆心情提升個人內涵的體驗感受。並參考劉秀端(2007)之體驗量表，將其歸納分析後，修改為符合本研究所需之民宿旅客住宿體驗量表。

3.3.2 地方依戀

地方依戀是指民宿旅客藉由住宿後接觸到民宿或當地文化，隨著對地方的熟悉程度的增強提升地方的依賴感，最後會發展成對地方或

地方的歸屬感；而強烈的歸屬感會使人們對遊憩區產生認同，亦即會轉變成地方正向的認同感。此外本研究認為張良漢、蘇士博、王偉琴（2006）之地方依戀量表較能完整的詮釋不同地方之地方依戀，經歸納分析後，將其修改為符合本研究所需之民宿旅客地方依戀量表。

3.3.3 行為意向

行為意向主要是對於業者服務品質的一種評估方式。本研究參考Zeithaml（1996）之行為意向量表後，發展為符合本研究所需之顧客忠誠度量表。

3.3.4 問卷設計

本研究以阿里山鄉樂野村五間民宿旅客作為研究對象，本研究構面及所使用之問卷內容，皆經由相關文獻探討並參考國內、國外學者所發展使用之量表，本預試發放時間為 103 年 12 月，共計發放 100 分問卷，回收有效問卷 90 份，進行效度、信度分析後根據分析結果修改成正式問卷。

3.4 預試效度分析

效度的分析為檢測測量過程是否能測出研究的屬性與真正的特

徵。當然本研究之檢驗量表採用的是內容效度(Content Validity)與建構效度(Construct Validity)兩種方式。

內容效度主要是反映測量工具本身內容的適切性，本研究問卷所使用的內容與構面，都主要是參考國內外學者發展出且使用量多次之量表，再經由相關文獻探討及預試問卷的發放後修改而成，因此本研究量表具有相當的內容效度。

依據 Zaltman & Burger (1975) 之建議，只要因素其特徵值大於 1，各變項負荷量大於 0.4，且累積解釋變異量達 40%以上即可有效的解釋各因素代表的意義。

在效度的檢驗前，本研究分別將各量表先進行 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)取樣適切性量數與巴氏球形檢定(Bartlett Test of Sphericity)兩項分析，進而確定資料的分析果是否能進行因素分析。而學者 Kaiser(1974)提出取樣適切性量表數，其 KMO 值介於 0 與 1 之間，如果值越接近 1 時，表示變項的相關程度越高，愈適合進行因素分析，依據 Kaiser(1974)的觀點，KMO 值大於 0.7 以上，就表示問卷資料適合進行因素分析。

學者 Bartlett(1951)針對變項之相關矩陣提出 Bartlett 球形檢定，以 χ^2 為檢定統計量，檢定相關係數是否不同且大於零，顯著的球形考驗表示相關係數足以作為因素分析抽取因素之用。所以分析

bartlett 球型檢定值達到 0.05 的顯著水準，則表示各題項的相關矩陣有共同因素的存在。

本研究各項變數 KMO 值均大於 0.7 以上，且 Bartlett 球型檢定值皆達到顯著水準，故本研究量表適合進行因素分析，如表 3.1 所示。

表3.1 KMO係數與Bartlett球型檢定表

量表種類	KMO 係數	Bartlett 球型檢定顯著性
住宿體驗	0.824	0.000*
地方依戀	0.925	0.000*
行為意向	0.790	0.000*

各項量表先經由 KMO 取樣適切性與 Bartlett 巴氏球型檢定量表兩項分析之後，接著進行因素分析，其分析結果如下：

3.6.1 住宿體驗構面之因素分析

進行住宿體驗構面之探索分析時，本研究以 Nunnally (1978) 建議因素負荷量須大於 0.4 以上，12 個題項的因素負荷量皆達 0.4 以上，故不需要刪題。並指定初始特徵值大於 1 才被選取，分析後得同因素有 3 個，分別命名為建築設施、內在心境、賓主交流，其累計解釋變

異量達到71.83%。當然為了使使各成分的解釋變異分佈更平均，故採以最大變異法，對上述三個因素進行轉軸分析，得到結果如表3.2。

表3.2 住宿體驗面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累計解釋變異量	因素命名
第一因素	與民宿主人互動良好，讓我印象深刻。	0.837	2.624	21.867	21.867	賓主交流
	民宿的接待方式，讓我感到十分親切。	0.848				
	與民宿主人成為朋友，讓我有深刻的感覺。	0.791				
	住民宿期間，讓我有放鬆心情的感覺。	0.599				
第二因素	住民宿的期間，讓我有想放慢生活步調的想法。	0.844	2.312	19.269	41.136	內在心境
	住民宿期間，讓我有情緒平靜的感覺。	0.840				
	民宿附近的花草樹木，讓我有深刻的感覺。	0.603				
第三因素	住民宿時跟大自然貼近的體驗，讓我有深刻印象。	0.680	3.683	30.688	71.823	建築設施
	民宿屋外環境景觀，讓我有深刻的印象。	0.810				
	民宿室內佈置與裝潢，讓我有印象深刻。	0.859				
	民宿建築特殊外觀，讓我印象深刻。	0.895				
	民宿室內色調與視覺搭配，讓我有深刻的感受。	0.859				

資料來源:本研究整理

3.6.2地方依戀構面因素分析

進行地方依戀分析時，以因素負荷量0.4作為標準，總共八個題項之因素負荷量皆高達0.5以上，八個題項均可接受，故無需刪題。

特徵值大於1才被選取，分析後得同因素有2個，將其命名為地方依賴、地方認同。如表3.3所示

表3.3 地方依戀構面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累計解釋變異量	因素命名
第一因素	我喜歡來到樂野民宿住宿遠勝於阿里山其他民宿。	0.808	2.903	36.282	36.282	地方依賴
	來到樂野民宿我較能獲得較大的滿意度。	0.730				
	到樂野民宿住宿比阿里山任何地區的民宿重要。	0.729				
	若要來阿里山住宿，我不會以其他民宿代替樂野民宿。	0.710				
第二因素	樂野民宿對我而言很有意義。	0.685	2.767	34.584	70.866	地方認同
	我對樂野地區民宿的情感勝於其他民宿。	0.686				
	我對樂野民宿有強烈的認同感。	0.717				
	我對樂野民宿及業者有特殊的情誼。	0.878				

資料來源:本研究整理

3.6.3 行為意向構面因素分析

進行行為意向探索性因素分析時，以因素負荷量0.4作為標準12個題項的因素負荷量皆達0.4以上，可以全數接受題項。並指定初始特徵值大於1才被選取，分析後得同因素有3個，分別命名為，忠誠度、再遊意願、民宿內部反應。其累計解釋變異量達到73.271%以上。如下表3.4

表3.4 行為意向面因素分析表

因素	衡量題項	因素負荷量	特徵 值	解釋 變異 量%	累計 解釋 變異 量	因素命名
第一因素	我會積極且正面的向別人說明樂野民宿的優點。	0.759	3.829	29.456	29.456	忠誠度
	如果我的朋友有來阿里山，我會推薦來住樂野民宿。	0.698				
	我會鼓勵親朋好友來住樂野民宿。	0.687				
	如果來阿里山住民宿的話，樂野民宿會是我的第一選擇。	0.669				
	未來幾年我還會想回來住樂野民宿	0.666				
	未來幾年我不會想回來住樂野民宿	0.593				
第二因素	如果民宿的價格更優惠，我會更樂意選擇樂野民宿。	0.633	3.16	24.310	53.766	再遊意願
	就算現在民宿的價格較高，我還是會選擇來這裡住宿。	0.830				
	如果民宿服務品質不佳，我會考慮換別間民宿來住。	0.867				
第三因素	未來幾年如果樂野民宿價格變高了，我會跟業者抱怨。	0.664	2.536	19.505	73.271	民宿內部反應
	如果民宿的服務品質不佳，我會向其他旅客抱怨。	0.831				
	如果民宿的服務品質不佳，我會向相關機構或在網站上抱怨。	0.864				
	如果民宿服務品質不佳，我會直接跟民宿業者反應。	0.664				

資料來源:本研究整理

3.6.4 預試信度分析

本研究參考Wortzel(1979)對於Cronbach's α 值係數指出介於

0到1之間，數值越接近1表示信度越高，而在預試各量表結果顯示住宿體驗之Cronbach' s α 值為0.873，地方依戀之Cronbach' s α 為0.917，行為意向之Cronbach' s α 值為0.719，本研究各個Cronbach' s α 值都大於0.7表示本研究各變項內部一致性相當良好，代表本研究所使用的量表具有相當高的信度。如表3.5。

表3.5各構面之Cronbach' s α 信度分析表

變數	構面	信度	總信度
住宿體驗	賓主交流	0.771	0.873
	內在心境	0.700	
	建築設施	0.871	
地方依戀	地方依賴	0.850	0.917
	地方認同	0.863	
行為意向	忠誠度	0.845	0.719
	再遊意願	0.731	
	民宿內部反應	0.709	

資料來源:本研究整理

3.7正式問卷

經過預試效度、信度分析，根據結果確立正式問卷。本研究採用問卷調查法，由填答者的感受自由填答，問卷採用無記名之封閉型問卷。根據研究架構發展出三個研究構面，再加上基本資料，問卷總共

分為四個部分，研究構面填答方式採用李克特五點量表(Likert scale)測量:依「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」分別給予1分之5分。

3.7.1 住宿體驗量表

此量表採用劉秀端(2007)住宿體驗之量表，主要是在檢測鄒族樂野部落民宿旅客在住宿期間所感受到的住宿體驗，題目總共12題，可測量三種不同面相得住宿體驗，在預試資料中進行探索性因素分析，得到的三構面命名為「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」，及測量總分越高表示感受到的住宿體驗越高，如表3.5所示

表3.6 住宿體驗量表

構面	衡量題項
賓主交流	與民宿主人互動良好，讓我印象深刻。
	民宿的接待方式，讓我感到十分親切。
	與民宿主人成為朋友，讓我有深刻的感覺。
	住民宿期間，讓我有放鬆心情的感覺。
內在心境	住民宿的期間，讓我有想放慢生活步調的想法。
	住民宿期間，讓我有情緒平靜的感覺。
	民宿附近的花草樹木，讓我有深刻的感覺。
建築設施	住民宿時跟大自然貼近的體驗，讓我有深刻印象。
	民宿屋外環境景觀，讓我有深刻的印象。

民宿室內佈置與裝潢，讓我有印象深刻。

民宿建築特殊外觀，讓我印象深刻。

民宿室內色調與視覺搭配，讓我有深刻的感受。

資料來源:本研究整理

3.7.2地方依戀量表

Shannon & Edward(1995)地方依戀代表個人與某特定場所之間感性或情感上的連結，當場所被賦予的意義是正面的時候，這些正面意義能促使人與場所產生正面的情感連結，這時便會產生地方依戀。此量表是依照張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)研究發展而來，題目一共分為兩構面，為地方依賴與地方認同，填答方式採用李克特五點量表測量，總分越高表示地方依戀程度越高，如表 3.7 所示

表3.7地方依戀量表

因素	衡量題項
地方依賴	我喜歡來到樂野民宿住宿遠勝於阿里山其他地區的民宿。 相較於阿里山地區民宿而言，來到樂野民宿我較能獲得較大的滿意度。 到樂野民宿住宿比阿里山任何地區的民宿重要。 若要來阿里山住宿，我不會以其他地區民宿代替樂野民宿。
地方認同	樂野民宿對我而言很有意義。

我對樂野地區民宿的情感勝於其他地區民宿。

我對樂野民宿有強烈的認同感。

我對樂野民宿及業者有特殊的情誼。

資料來源:本研究整理

3.7.3 行為意向量表

本量表分為忠誠度、再遊意願、民宿內部反應三個部分，本量表參考Zeithaml, Berry, and Parasuraman(1996)量表，再經由預試問卷探索性因素分析後得到三個構面，為忠誠度、再遊意願、民宿內部反應，並採用李克特五點量表進行測量，總分越高代表行為意向的感受越高。如表3.8。

表3.8 行為意向量表

因素	衡量題項
忠誠度	我會積極且正面的向別人說明樂野民宿的優點。
	如果我的朋友有來阿里山，我會推薦來住樂野民宿。
	我會鼓勵親朋好友來住樂野民宿。
	如果來阿里山住民宿的話，樂野民宿會是我的第一選擇。
	未來幾年我還會想回來住樂野民宿。
	未來幾年我不會想回來住樂野民宿。
再遊意願	如果樂野民宿的價格更優惠，我會更樂意選擇樂野民宿。
	如果樂野民宿服務品質不佳，我會考慮換別間民宿來住。
	就算現在樂野民宿的價格較高，我還是會選擇來這裡住宿。
民宿內部反應	未來幾年如果樂野民宿價格變高了，我會跟業者抱怨。

如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向其他旅客抱怨。

如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向相關的機構或在網站上抱怨。

如果樂野民宿服務品質不佳，我會直接跟民宿業者反應。

資料來源:本研究整理

3.8 資料分析方法

本研究以民宿旅客作為樣本，以便利抽樣之方式進行問卷調查，於阿里山鄉樂野村五間民宿進行施測。問卷回收後，先檢視問答情形，並篩選掉無效問卷，再將有效問卷進行編碼及建檔，分析軟體則是應用SPSS 18.0套裝軟體為分析工具，進行實證資料分析以驗證研究假設。

本研究所使用的統計方法有:描述性統計、量表信度與效度分析、因素分析、差異性分析、回歸分析。

第肆章 結果與討論

本研究住要是針對在阿里山鄉樂野村民宿旅客進行問卷發放，時實際發放了410份問卷，實際回收406份，發放時間由2014年12月至2015年3月，扣除填無效問卷後，本研究之有效問卷為391份。

4.1 人口統計變項分析

為了瞭解阿里山鄉樂野民宿旅客之人口變項，本研究以樂野村民宿旅客做為調查對象，並以回收391份有效問卷進行旅客個人社經背景資料及住宿特性之分析。民宿旅客個人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表4.1所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資料進行次數、百分比分析並分析說明如下。

- 一、 樂野地區民宿旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿男性旅客(51.90%)比例高於女性旅客(48.10%)。
- 二、 民宿旅客年齡層分佈以26~35歲居多(28.90%)，其次36~45歲(28.10%)，最少為55歲以上(4.10%)。
- 三、 職業以學生(24.60%)居多，其次為軍公教(19.20%)，最少的為農林漁牧業(2.80%)。
- 四、 旅客居住地為中部(30.9%)居多，其次為南部(28.6%)，最少

為其他(1.5%)，其他都外國客人有六人，其中包含了大陸(1人)、香港(1人)、馬來西亞(兩人)、澳洲(1人)、廣州(1人)。

五、教育程度以大專院校(56.30%)的居多，高中職(26.30%)佔其次，最低為博士(1.80%)。

六、月收入以兩萬元(38.60)居多，再來是兩萬~四萬(35.30)居次

表4.1遊客基本資料統計分析表(N=391)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男生	203	51.90
	女生	188	48.10
年齡	18~25歲	97	24.80
	26~35歲	113	28.90
	36~45歲	110	28.10
	46~55歲	55	14.10
	55歲以上	16	4.10
職業	學生	96	24.60
	軍公教	75	19.20
	工商業	70	17.90
	服務業	61	15.60
	農林漁牧	11	2.80
	家管	33	8.50

	自由業	17	4.40
	退休	27	6.90
居住地	北部	103	26.3
	中部	121	30.9
	南部	112	28.6
	東部	37	9.5
	外島	12	3.1
	其他	6	1.5
教育程度	國中(含)以下	8	2.00
	高中職	103	26.30
	大專院校	220	56.30
	碩士	53	13.60
	博士	7	1.80
月收入	20,000元(含)以下	151	38.60
	20,001~40,000元	138	35.30
	40,001~60,000元	69	17.60
	60,001~80,000元	13	3.30
	80,001~100,000	11	2.80
	100,000元以上	9	2.30

資料來源:本研究整理

4.2 民宿旅客之住宿特性

本研究有效樣本之民宿旅客個人住宿特性包括：出來遊玩同伴、今年國內旅遊住民宿次數、樂野民宿住宿次數與資訊來源等，將所得的資料進行次數、百分比分析並分析說明如下：

- 一、 樂野民宿旅客住宿特性而言，出來遊玩的同伴最多為家人(33.9%)，其次為朋友(30.8%)，最少為單獨出遊(6.9%)。
- 二、 旅客國內旅遊住民宿的次數，最多為第一次住宿(61.1%)，其次為2~3次(32.5%)，住6次以上的最少(2%)。
- 三、 而來到樂野民宿住宿的次數，第一次(73.1%)來樂野民宿的比例最高，2~3次(21.7)的居次，最少的為6次以上(1%)，如表4.2所示。

表4.2 民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	27	6.9
	家人	132	33.9
	朋友	120	30.8
	同學	66	17
	同事	44	11.3
今年國內旅遊住民宿的次數	1次	239	61.1
	2~3次	127	32.5
	4~5次	17	4.3
	6次以上	8	2
樂野民宿住宿的次數	1次	286	73.1
	2~3次	85	21.7
	4~5次	16	4.1
	6次以上	4	1

資料來源:本研究整理

4.3 民宿旅客資訊來源

分布情形(此題為複選題)以網路資訊來源(59.1%)佔居多，其次為朋友(53.2%)，最少為旅遊叢書(3.8%)

表4.3 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題)

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	208	53.2
	電視	13	3.3
	網路	231	59.1
	報章雜誌	34	8.7
	旅遊叢書	15	3.8

資料來源:本研究整理

小結:

經上述人口統計變數分析及民宿旅客之住宿特性得知，來到阿里山樂野部落住宿的旅客中大多份都是學生來此遊玩的居多，再來就是36~45歲的小家庭出遊的居多，旅客大多都為第一次來到民宿住宿，資訊來源為朋友介紹的佔大部分，初步可了解來住宿過的旅客都十分的推薦樂野民宿給親友。

4.4 各個民宿人口變項分析及民宿旅客住宿特性

本研究針對阿里山鄉樂野民宿五間民宿進行問卷發放，民宿業者

都為阿里山鄒族人，發放問卷的民宿有「阿將的家」、「彩虹民宿」、「楓路庭園」、「華納因厝」、「鄒族亭」。再將其五間民宿問卷再分別進行人口統計變項及民宿旅客住宿特性進行分析，分析結果如下：

4.5 阿將的家

阿將的家民宿旅客62人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表4.4所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資料進行次數、百分比分析並分析說明如下：

- 一、阿將的家旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿女性旅客(56.5%)比例高於男性旅客(43.5%)。
- 二、民宿旅客年齡層分佈以18~25歲居多(21.60%)，其次26~35歲(15%)，最少為55歲以上(6.30%)。
- 三、職業以學生(24.80%)居多，其次為軍公教(19.20%)，最少的為農林漁牧業(2.80%)。
- 四、旅客居住地為南部(25%)居多，其次為中部(20.50%)，最少為外島(12.60%)。
- 五、教育程度以大專院校(62.90%)的居多，高中職(19.40%)佔其

次，最低為博士(0%)。

六、 月收入兩萬元(40.30)佔居多，再來是兩萬~四萬與四到六萬

(35.30)居次，六萬~八萬與八萬~十萬(1.60最少)。

表4.4阿將的家民宿旅客基本資料統計分析表(N=62)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男生	27	43.50%
	女生	35	56.50%
年齡	18~25歲	21	33.90%
	26~35歲	17	27.40%
	36~45歲	15	24.20%
	46~55歲	8	12.90%
	55歲以上	1	1.60%
職業	學生	20	32.30%
	軍公教	13	21.00%
	工商業	12	19.40%
	服務業	12	19.40%
	農林漁牧	0	0.00%
	家管	3	4.80%
	自由業	0	0.00%
	退休	2	3.20%
居住地	北部	13	26.20%
	中部	16	4.90%

	南部	23	37.70%
	東部	6	9.80%
	外島	3	21.30%
教育程度	國中(含)以下	1	1.60%
	高中職	12	19.40%
	大專院校	39	62.90%
	碩士	10	16.10%
	博士	0	0.00%
月收入	20,000元(含)以下	25	40.30%
	20,001~40,000元	16	25.80%
	40,001~60,000元	16	25.80%
	60,001~80,000元	1	1.60%
	80,001~100,000	1	1.60%
	100,000元以上	3	4.80%

資料來源:本研究整理

4.5.1 阿將的家民宿旅客之住宿特性

阿將的家民宿旅客住宿特性分別為，出來遊玩的同伴與來樂野民宿住宿的次數，研究發現來到阿將的家的旅客大部分出來遊玩的同伴為家人(40.30%)，所以阿將的家的旅客最多為家庭旅遊為主，其次是與朋友出遊(27.40%)。而來到阿家的家民宿的旅客大多為第一次住宿(69.40%)，詳細資料如表4.5。對於民宿之資訊來源的話，大多旅客還是以網路資訊為居多(67.70%)，其次為朋友介紹(43.50%)。分析結

果如表4.6。

表4.5阿將的家民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	3	4.80%
	家人	25	40.30%
	朋友	17	27.40%
	同學	14	22.60%
	同事	3	4.80%
樂野民宿住宿的次數	1次	43	69.40%
	2~3次	14	22.60%
	4~5次	4	6.50%
	6次以上	1	1.60%

表4.6阿獎的家民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題)

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	27	43.50%
	電視	2	3.20%
	網路	42	67.70%
	報章雜誌	8	12.90%
	旅遊叢書	1	1.60%

資料來源:本研究整理

4.6 楓露庭園

楓露庭園民宿旅客81人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表4.7所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資料進行次數、百分比分析並分析說明如下：

- 一、 楓露庭園旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿男性旅客(58%)比例高於女性旅客(42%)。
- 二、 民宿旅客年齡層分佈以26~35歲居多(30.90%)，其次18~25歲(25.90%)，最少為55歲以上(4.90%)。
- 三、 職業以學生(33.30%)居多，其次為工商業(14.80%)，最少的為農林漁牧業(2.50%)。
- 四、 旅客居住地為南部(25%)居多，其次為中部(20.50%)，最少為外島(2.50%)。
- 五、 教育程度以大專院校(53.0%)的居多，高中職(25.50%)佔其次，最低為博士(2.50%)。
- 六、 月收入兩萬元(50.60%)佔居多，再來是兩萬~四萬與四到六萬(35.30)居次，十萬以上(1.20最少)。

表4.7楓露庭園民宿旅客基本資料統計分析表(N=81)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
------	----	-----	-----

性別	男生	47	58.00%
	女生	34	42.00%
年齡	18~25歲	21	25.90%
	26~35歲	25	30.90%
	36~45歲	13	16.00%
	46~55歲	18	22.20%
	55歲以上	4	4.90%
職業	學生	27	33.30%
	軍公教	11	13.60%
	工商業	12	14.80%
	服務業	10	12.30%
	農林漁牧	2	2.50%
	家管	6	7.40%
	自由業	5	6.20%
	退休	8	9.90%
居住地	北部	21	26.30%
	中部	32	40.00%
	南部	18	22.50%
	東部	7	8.80%
	外島	2	2.50%
教育程度	國中(含)以下	2	2.50%
	高中職	21	25.90%
	大專院校	43	53.10%
	碩士	13	16.00%
	博士	2	2.50%

月收入	20,000元(含)以下	41	50.60%
	20,001~40,000元	26	32.10%
	40,001~60,000元	8	9.90%
	60,001~80,000元	3	3.70%
	80,001~100,000	2	2.50%
	100,000元以上	1	1.20%

資料來源:本研究整理

4.6.1 楓露庭園民宿旅客住宿特性

根據研究結果表4.8，我可以了解到來到楓露庭園的旅客出來遊玩的同伴中，最多的朋友(32.10%)及家人(30.90%)其實差異性不大，代表楓露庭園民宿遊玩的大多都是家庭旅遊及好友一起出遊的旅客居多，最少的為單獨旅遊(8.60%)。

對於民宿的資訊而言，由表4.9得知，來的旅客大多是由朋友(58.00%)介紹為居多，其次才是網路資訊(55.60%)，可初步推估來住過的遊客都願意再介紹朋友來楓露庭園民宿。

表4.8楓露庭園民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	7	8.60%
	家人	25	30.90%

	朋友	26	32.10%
	同學	18	22.20%
	同事	5	6.20%
樂野民宿住宿的次數	1次	68	84.00%
	2~3次	12	14.80%
	4~5次	0	0.00%
	6次以上	1	1.20%

資料來源:本研究整理

表4.9楓露庭園民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題)

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	47	58.00%
	電視	4	4.90%
	網路	45	55.60%
	報章雜誌	7	8.60%
	旅遊叢書	2	2.50%

資料來源:本研究整理

4.7 彩虹民宿

彩虹民宿旅客個人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表

4.10所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資

料進行次數、百分比分析並分析說明如下：

- 一、 旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿女性旅客(52.90%)比例高於男性旅客(47.2%)。
- 二、 民宿旅客年齡層分佈以36~45歲居多(33.30%)，其次26~35歲(24.10%)，最少為55歲以上(8.00%)。
- 三、 職業以軍公教(23.00%)居多，其次為服務業(20.70%)，最少為農林漁牧業(2.30%)。
- 四、 旅客居住地為中部(35.30%)居多，其次為中部(31.80%)，最少為外島及東部(2.40%)。
- 五、 教育程度以利大專院校(58.60%)的居多，高中職(25.30%)佔其次，最低為博士(1.10%)。
- 六、 月收入結果為兩萬~四萬(41.40%)佔居多，再來是兩萬(34.50%)居次。

表4.10彩虹民宿旅客基本資料統計分析表(N=87)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男生	41	47.10%
	女生	46	52.90%
年齡	18~25歲	19	21.80%
	26~35歲	21	24.10%

	36~45歲	29	33.30%
	46~55歲	11	12.60%
	55歲以上	7	8.00%
職業	學生	15	17.20%
	軍公教	20	23.00%
	工商業	13	14.90%
	服務業	18	20.70%
	農林漁牧	2	2.30%
	家管	7	8.00%
	自由業	5	5.70%
	退休	7	8.00%
居住地	北部	24	28.20%
	中部	30	35.30%
	南部	27	31.80%
	東部	2	2.40%
	外島	2	2.40%
教育程度	國中(含)以下	2	2.30%
	高中職	22	25.30%
	大專院校	51	58.60%
	碩士	11	12.60%
	博士	1	1.10%
月收入	20,000元(含)以下	30	34.50%
	20,001~40,000元	36	41.40%
	40,001~60,000元	15	17.20%
	60,001~80,000元	2	2.30%

80,001~100,000	2	2.30%
100,000元以上	2	2.30%

資料來源:本研究整理

4.7.1 彩虹民宿旅客住宿特性

根據研究結果表4.11，我可以了解到來到彩虹民宿的旅客出來遊玩的同伴中，最多的朋友(32.10%)及家人(30.90%)其實差異性不大，代表彩虹民宿遊玩的大多都是家庭旅遊及好友一起出遊的旅客居多，最少的為單獨旅遊(8.60%)。

對於民宿的資訊而言，由表4.12得知，來的旅客大多是由朋友(58.00%)介紹為居多，其次才是網路資訊(55.60%)，可初步推估來住過的遊客都願意再介紹朋友來楓露庭園民宿。

表4.11 民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	4	4.70%
	家人	27	31.40%
	朋友	28	32.60%
	同學	12	14.00%
	同事	15	17.40%
樂野民宿住宿的次數	1次	69	79.30%
	2~3次	17	19.50%
	4~5次	1	1.10%

6次以上 0 0.00%

表4.12 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題)

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	54	62.10%
	電視	3	3.40%
	網路	52	59.80%
	報章雜誌	10	11.50%
	旅遊叢書	6	6.90%

資料來源:本研究整理

4.8 華納因厝民宿

華納因民宿旅客74人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表

4.13所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資料進行次數、百分比分析說明如下：

- 一、 旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿男性性旅客(59.50%)比例高於女性旅客(40.50%)。
- 二、 民宿旅客年齡層分佈以18~25歲居多(32.40%)，其次36~45歲(31.10%)，最少為55歲以上(2.70%)。
- 三、 職業以學生(28.40%)居多，其次為服務業(20.70%)以及工商業

(20.30%)，最少為自由業(1.40%)。

四、 旅客居住地為北部(31.90%)居多，其次為南部(29.20%)，最少為外島(2.80%)。

五、 教育程度以大專院校(58.80%)的居多，高中職(29.70%)佔其次，最低為博士(2.70%)。

六、 月收入結果為兩萬~四萬(40.50%)佔居多，再來是兩萬(35.10%)居次。

表4.13華納因厝民宿旅客基本資料統計分析表(N=74)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男生	44	59.50%
	女生	30	40.50%
年齡	18~25歲	24	32.40%
	26~35歲	17	23.00%
	36~45歲	23	31.10%
	46~55歲	8	10.80%
	55歲以上	2	2.70%
職業	學生	21	28.40%
	軍公教	15	20.30%
	工商業	15	20.30%
	服務業	7	9.50%
	農林漁牧	6	8.10%

	家管	4	5.40%
	自由業	1	1.40%
	退休	5	6.80%
居住地	北部	23	31.90%
	中部	17	23.60%
	南部	21	29.20%
	東部	9	12.50%
	外島	2	2.80%
教育程度	國中(含)以下	1	1.40%
	高中職	22	29.70%
	大專院校	42	56.80%
	碩士	7	9.50%
	博士	2	2.70%
月收入	20,000元(含)以下	26	35.10%
	20,001~40,000元	30	40.50%
	40,001~60,000元	13	17.60%
	60,001~80,000元	2	2.70%
	80,001~100,000	2	2.70%
	100,000元以上	1	1.40%

資料來源:本研究整理

4.8.1 華納因厝民宿旅客住宿特性

根據研究結果表4.14，我可以了解到來到華納因厝民宿的旅客出來遊玩的同伴中，最多是以的朋友(23.10%)及家人(20.90%)居多，所以也表示華納因厝民宿遊玩的大多都是家庭旅遊以及與朋友出遊踏

青的旅客居多，最少的為獨自旅遊(6.80%)。

對於民宿的資訊而言，由表4.15可了解到來的旅客大多是由朋友(58.00%)介紹為居多，其次才是網路資訊(55.60%)，依以上數據可得知來到華納因厝的客人，大多是由住過的朋友推薦居多，但也相對的網路資訊也是旅客對於住宿決策的一項重要的依據。

表4.14華納因厝民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	5	6.80%
	家人	20	23.00%
	朋友	23	31.10%
	同學	17	27.00%
	同事	9	12.20%
樂野民宿住宿的次數	1次	48	64.90%
	2~3次	20	27.00%
	4~5次	5	6.80%
	6次以上	1	1.40%

表4.15華納因厝民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	34	45.90%
	電視	2	2.70%
	網路	43	58.10%

報章雜誌	2	2.70%
旅遊叢書	2	2.70%

資料來源:本研究整理

4.9 鄒族亭民宿

鄒族亭民宿旅客87人社經背景資料及住宿特性之分析結果如表

4.16所示。其研究統計變項變數包含「性別」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「年齡」等五個項目，將所得的資料進行次數、百分比分析並分析說明如下：

- 一、旅客受訪者之性別分佈情形，受訪者之民宿男性性旅客(59.60%)比例高於女性旅客(49.40%)。
- 二、民宿旅客年齡層分佈以26.35歲居多(26.50%)，其次36~45歲(36.50%)，最少為55歲以上(2.30%)。
- 三、職業以工商業(20.90%)居多，其次為軍公教(18.60%)，最少為農林漁牧業(1.20%)。
- 四、旅客居住地為中部(29.90%)居多，其次南部(26.30%)，最少為外島(3.40%)。
- 五、教育程度以大專院校(51.70%)的居多，高中職(29.90%)佔其次，最低為博士(2.30%)。
- 六、月收入結果為兩萬~四萬(34.50%)佔居多，再來是兩萬(33.30%)居次。

表4.16 鄒族亭民宿旅客基本資料統計分析表(N=87)

基本資料	屬性	樣本數	百分比
性別	男生	44	50.60%
	女生	43	49.40%
年齡	18~25歲	12	13.80%
	26~35歲	33	37.90%
	36~45歲	30	34.50%
	46~55歲	10	11.50%
	55歲以上	2	2.30%
職業	學生	13	15.10%
	軍公教	16	18.60%
	工商業	18	20.90%
	服務業	14	16.30%
	農林漁牧	1	1.20%
	家管	13	15.10%
	自由業	6	7.00%
	退休	5	5.80%
居住地	北部	22	25.30%
	中部	26	29.90%
	南部	23	26.40%
	東部	13	14.90%
	外島	3	3.40%
教育程度	國中(含)以下	2	2.30%
	高中職	26	29.90%
	大專院校	45	51.70%

	碩士	12	13.80%
	博士	2	2.30%
月收入	20,000元(含)以下	29	33.30%
	20,001~40,000元	30	34.50%
	40,001~60,000元	17	19.50%
	60,001~80,000元	5	5.70%
	80,001~100,000	4	4.60%
	100,000元以上	2	2.30%

資料來源:本研究整理

4.9.1 鄒族亭旅客住宿特性

根據研究結果表4.17，我可以了解到來到彩虹民宿的旅客出來遊玩的同伴中，以家人(40.70%)及朋友(30.20%)居多，所以也表示鄒族亭民宿遊玩的大多都是家庭旅遊以及與朋友出遊踏青的旅客居多，最少的為獨自旅遊(6.80%)。

對於民宿的資訊而言，由表4.18可了解到來的旅客大多是網路之訊(57.50)為居多，其次才是朋友介紹(52.90%)，依以上數據可得知來到鄒族亭的客人，大多是有事先透過網路查詢得知民宿之訊，所以網路資訊也是顧客對於住宿決策的一項重要的依據，當然民宿的好壞也可由口碑創造出來，由下面數據得知有好的口碑相對的會有更多人推薦朋友來住。

表4.17 鄒族亭民宿旅客之住宿特性表

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
出來遊玩同伴	無	8	9.30%
	家人	35	40.70%
	朋友	26	30.20%
	同學	5	5.80%
	同事	12	14.00%
樂野民宿住宿的次數	1次	58	66.70%
	2~3次	22	25.30%
	4~5次	6	6.90%
	6次以上	1	1.10%

資料來源:本研究整理

表4.18 民宿旅客受訪者資訊來源之次數分配表(複選題)

旅客住宿特性	屬性	次數	百分比
民宿資訊的來源	朋友	46	52.90%
	電視	2	2.30%
	網路	50	57.50%
	報章雜誌	7	8.00%
	旅遊叢書	4	4.60%

資料來源:本研究整理

4.10 樂野部落民宿住宿體驗、地方依戀及行為意向之現況分析。

本節主要呈現樂野村民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向各

構面之研究結果，並且進行討論分析三個部分。本節將分成研究結果與討論分開描述如下：

4.10.1 研究結果

1. 住宿體驗

本研究有效樣本為362份問卷，民宿旅客住宿體驗各構面認同程度得分如下：賓主交流平均數4.11、標準差0.76；內在心境平均數4.24、標準差0.73；建築設施平均數4.03、標準差0.85，研究結果顯示住宿體驗各構面之認同程度平均值落在得分4到5之間(選項「同意」到「非常同意」)。研究結果如表4.19和4.20所示。

表4.19 住宿體驗各構面分析(N=391)

構面	平均數	標準差
賓主交流	4.11	0.76
內在心境	4.24	0.73
建築設施	4.03	0.85

資料來源:本研究整理

表4.20 住宿體驗題項

題項	平均數	標準差
1. 與民宿主人互動良好，讓我印象深刻。	4.05	0.78
2. 民宿的接待方式，讓我感到十分親切。	4.04	0.74
3. 與民宿主人成為朋友，讓我有深刻的感覺。	4.10	0.87

4. 住民宿期間，讓我有放鬆心情的感覺。	4.24	0.66
5. 住民宿的期間，讓我有想放慢生活步調的想法。	4.23	0.77
6. 住民宿期間，讓我有情緒平靜的感覺。	4.19	0.77
7. 民宿附近的花草樹木，讓我有深刻的感覺。	4.25	0.72
8. 住民宿時跟大自然貼近的體驗，讓我有深刻印象。	4.27	0.67
9. 民宿屋外環境景觀，讓我有深刻的印象。	4.12	0.79
10. 民宿室內佈置與裝潢，讓我有印象深刻。	4.05	0.82
11. 民宿建築特殊外觀，讓我印象深刻。	4.01	0.89
12. 民宿室內色調與視覺搭配，讓我有深刻的感受。	3.94	0.91

資料來源:本研究整理

2. 地方依戀

本研究有效樣本為362份問卷，民宿旅客地方依戀各構面認同程度得分如下：地方依賴平均數3.42、標準差0.81；地方認同平均數3.54、標準差0.81，研究結果顯示地方依戀各構面之認同程度平均值落在得分3到4（選項「普通」到「同意」）。研究結果如表4.21和4.22所示。

表4.21 地方依戀構面分析(N=391)

構面	平均數	標準差
地方依賴	3.42	0.81
地方認同	3.54	0.81

資料來源:本研究整理

表4.22 地方依戀題項

題項	平均數	標準差
1. 我喜歡來到樂野民宿住宿遠勝於阿里山其他地區的民宿。	3.44	0.79
2. 相較於阿里山地區民宿而言，來到樂野民宿我較能獲得較大的滿意度。	3.61	0.74
3. 到樂野民宿住宿比阿里山任何地區的民宿重要。	3.38	0.85
4. 若要來阿里山住宿，我不會以其他地區民宿代替樂野民宿。	3.23	0.86
5. 樂野民宿對我而言很有意義。	3.57	0.77
6. 我對樂野地區民宿的情感勝於其他地區民宿。	3.35	0.88
7. 我對樂野民宿有強烈的認同感。	3.61	0.76
8. 我對樂野民宿及業者有特殊的情誼。	3.63	0.85

資料來源:本研究整理

3. 行為意向構面分析

本研究有效樣本為362份問卷，民宿旅客行為意向各構面認同程度得分如下：忠誠度平均數3.96、標準差0.85；再遊意願平均數3.70、標準差0.94；民宿內部反應平均數3.58、標準差1.01。

研究結果顯示行為意向構面之認同程度平均值落在得分3到4(選項「普通」到「同意」)。研究結果如表4.23和4.24所示。

表4.23 行為意向構面分析

構面	平均值	標準差
忠誠度	3.96	0.85
再遊意願	3.70	0.94
民宿內部反應	3.58	1.01

資料來源:本研究整理

表4.24 行為意向選項

題項	平均值	標準差
1. 我會積極且正面的向別人說明樂野民宿的優點。	4.22	0.71
2. 如果我的朋友有來阿里山，我會推薦來住樂野民宿。	4.13	0.70
3. 我會鼓勵親朋好友來住樂野民宿。	4.09	0.81
4. 如果來阿里山住民宿的話，樂野民宿會是我的第一選擇。	3.65	1.04
5. 未來幾年我還會想回來住樂野民宿。	3.89	0.90
6. 未來幾年我不會想回來住樂野民宿。	3.75	0.97
7. 如果樂野民宿的價格更優惠，我會更樂意選擇樂野民宿。	4.27	0.95
8. 如果樂野民宿服務品質不佳，我會考慮換別間民宿來住。	4.19	0.74
9. 就算現在樂野民宿的價格較高，我還是會選擇來這裡住宿。	2.63	1.13
10. 未來幾年如果樂野民宿價格變高了，我會跟業者抱怨。	2.63	1.09
11. 如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向其他旅客抱怨。	3.82	0.99

12. 如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向相關的機構或在 網站上抱怨。	3.74	1.05
13. 如果樂野民宿服務品質不佳，我會直接跟民宿業者反應。	4.14	0.91

資料來源:本研究整理

4.10.2 討論

本研究發現民宿旅客對於樂野民宿的住宿體驗、地方依戀、行為意向的看法分別在於住宿體驗部分平均得分皆為 3 到 4 之間，屬中等程度的認同，表示具有多數受訪者對各構面的變項有正向的認同。

但平均分數最高的為住宿體驗部分，平均落在 4 以上，表示旅客在對於樂野民宿內與老闆之間的交流、住宿時心境及屋內的裝潢都十分的滿意，其中在對於「內在心境」為最高認同為 4.24，表示旅客在住宿時心裡是非常放鬆享受民宿的住宿環境，而題項部份顯示在「4. 住民宿期間，讓我有放鬆心情的感覺」「5. 住民宿的期間，讓我有想放慢生活步調的想法」「6. 民宿附近的花草樹木，讓我有深刻的感覺」都得到了相當高的認同。

4.11 不同民宿旅客背景變項對於住宿體驗與地方依戀差異情形分析

本節旨在呈現民宿旅客之人口統計變項對於住宿體驗各題項之

差異情形，並且進行討論及分析。其旅客人口統計變項包含有性別、年齡、職業、居住地、教育程度、月收入。本研究方法則採用 t 檢定及單因子變異數 (one-way ANOVA) 進行不同性別、年齡、職業、居住地、教育程度、月收入，若 p 值達顯著 ($p < .05$) 時，再利用雪費法 (Scheffe' s Method) 進行事後比較

4.11.1 旅客背景變項對住宿體驗分析結果

1. 性別

性別分析方式以獨立樣本 T 檢定分析住宿體驗各個構面分析。下表得知男性與女性對於住宿體驗的差異上均未達顯著差異。

表4.25 不同性別在住宿體驗各構面t檢定

	性別	N	平均數	標準偏差	t	顯著性
賓主交流	男生	202	16.4505	2.31371	0.136	0.417
	女生	189	16.418	2.40122	0.136	
內在心境	男生	202	16.8069	2.20748	-1.332	0.641
	女生	189	17.1005	2.1476	-1.333	
建築設施	男生	202	15.9505	2.92655	-1.17	0.894
	女生	189	16.2963	2.91311	-1.17	

註：* $p < .05$

2. 年齡

研究發現，旅客不同年齡在住宿體驗構面之差異分析上，在

內在心境上達顯著差異，其中 18~25 歲對於內在心境的認同度較於 26~35 歲高。

表4.26 不同年齡對住宿體驗各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
賓主交流	群組之間	15.665	4	3.916	0.705	0.589	
	在群組內	2144.422	386	5.555			
	總計	2160.087	390				
內在心境	群組之間	58.022	4	14.505	3.116	0.015*	1>2
	在群組內	1796.955	386	4.655			
	總計	1854.977	390				
建築設施	群組之間	14.892	4	3.723	0.434	0.784	
	在群組內	3313.697	386	8.585			
	總計	3328.588	390				

註：* $p < .05$ (1)18~25 歲 (2)26~35 歲 (3)36~45 歲 (4)46~55 歲 (5)55 歲以上

3. 職業

職業對於住宿體驗各構面之分析由如表 4.27 所示，職業對各構面均無顯著的差異。

表4.27 不同職業對住宿體驗各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值	F	顯著性
賓主交流	群組之間	63.718	7	9.103	1.669	0.115
	在群組內	2083.626	382	5.455		

	總計	2147.344	389			
內在心境	群組之間	34.429	7	4.918	1.037	0.404
	在群組內	1811.215	382	4.741		
	總計	1845.644	389			
建築設施	群組之間	47.904	7	6.843	0.801	0.587
	在群組內	3265.573	382	8.549		
	總計	3313.477	389			

註：* $p < .05$

4. 居住地

居住地對於住宿體驗構面之分析由如表 4.28 所示，其中研究發現不同居住地旅客的住宿體驗在賓主交流、內在心境有達顯著差異性的存在，其中在賓主交流中及內在心境中，均北部的旅客的認同程度大於中部的旅客。

表 4.28 不同居住地對住宿體驗各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
賓主交流	群組之間	70.017	4	17.504	3.208	0.013*	1>2
	在群組內	2073.49	380	5.457			
	總計	2143.506	384				
內在心境	群組之間	52.498	4	13.124	2.792	0.026*	1>2
	在群組內	1786.245	380	4.701			
	總計	1838.743	384				

建築設施	群組之間	99.006	4	24.752	2.97	0.19
	在群組內	3167.243	380	8.335		
	總計	3266.249	384			

註：* $p < .05$ (1)北部 (2)中部(3)南部 (4)東部(5)外島

5. 教育程度

研究結果發現，民宿旅客在不同教育程度與住宿體驗各構面之差異分析上，均未達顯著差異，結果如表 4.29 所示。

表4.29 不同教育程度對住宿體驗各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
賓主交流	群組之間	32.929	4	8.232	1.494	0.203
	在群組內	2127.158	386	5.511		
	總計	2160.087	390			
內在心境	群組之間	26.761	4	6.69	1.413	0.229
	在群組內	1828.216	386	4.736		
	總計	1854.977	390			
建築設施	群組之間	30.545	4	7.636	0.894	0.468
	在群組內	3298.043	386	8.544		
	總計	3328.588	390			

註：* $p < .05$

6. 月收入

不同旅客月收入對於住宿體驗構面之分析由如表 4.30 所示，其中研究發現不同月收入對於住宿體驗分析中，在建築設施達顯著差異，其中月收入十萬以上旅客的認同程度均大於收入兩萬以下及兩萬萬~四萬元、四萬~六萬元收入旅客。

表4.30 不同月收入對住宿體驗各構面差異摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
賓主交流	群組之間	63.669	5	12.734	2.339	0.41
	在群組內	2096.418	385	5.445		
	總計	2160.087	390			
內在心境	群組之間	44.864	5	8.973	1.908	0.092
	在群組內	1810.113	385	4.702		
	總計	1854.977	390			
建築設施	群組之間	154.06	5	30.812	3.737	0.003
	在群組內	3174.528	385	8.246		
	總計	3328.588	390			

註：* $p < .05$ (1)20,000 元(含)以下 (2)20,001~40,000 元 (3)40,001~60,000 元 (4)60,001~80,000 元 (5)80,001~100,000 元 (6)100,000 元以上

4.11.2 旅客背景變項對地方依戀分析結果

1. 性別

性別以獨立樣本 t 檢定分析地方依戀各構面分析。下表得知男性與女性對於地方依戀的差異上均未達顯著差異。

表4.31 不同性別對地方依戀構面T檢定

構面	性別	N	平均數	標準偏差	t	顯著性
地方依賴	男生	202	13.8168	2.57642	1.23	0.146
	女生	189	13.4815	2.81635	1.226	
地方認同	男生	202	14.3218	2.69151	1.234	0.975
	女生	189	13.9788	2.80189	1.233	

註：* $p < .05$

2. 年齡

研究結果發現，民宿旅客在不同年齡與地方依戀各構面之差異分析上，均未達顯著差異，結果如表 4.32 所示。

表4.32 不同年齡對地方依戀各構面差異性分析

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
地方依賴	群組之間	63.219	4	15.805	2.2	0.068
	在群組內	2773.169	386	7.184		
	總計	2836.389	390			
地方認同	群組之間	21.077	4	5.269	0.696	0.595
	在群組內	2922.406	386	7.571		
	總計	2943.483	390			

註：* $p < .05$

3. 職業

根據表 4.33 發現，不同職業對於地方依戀差分析中，地方依賴構面達到顯著效果，其中工商業對於地方依賴認同大於服務業。

4.33 不同職業對地方依戀各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
地方依賴	群組之間	129.637	7	18.52	2.653	0.011	
	在群組內	2666.387	382	6.98			3>4
	總計	2796.023	389				
地方認同	群組之間	106.551	7	15.222	2.075	0.045	
	在群組內	2802.693	382	7.337			
	總計	2909.244	389				

註：* $p < .05$ (1)學生 (2)軍公教 (3)工商業 (4)服務業 (5)農林漁牧 (6)家管 (7)自由業 (8)退休

4. 居住地

研究結果發現，民宿旅客在不同居住地對地方依戀各構面之差異分析上，均未達顯著差異，結果如表 4.34 所示。

4.34 不同居住地對地方依戀各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
地方依賴	群組之間	53.019	4	13.255	1.834	0.122
	在群組內	2746.866	380	7.229		
	總計	2799.886	384			

地方認同	群組之間	28.192	4	7.048	0.941	0.44
	在群組內	2845.548	380	7.488		
	總計	2873.74	384			

註：* $p < .05$

5. 教育程度

研究結果發現，民宿旅客在不同教育程度對地方依戀各構面之差異分析上，均未達顯著差異，結果如表 4.35 所示。

4.35 不同教育程度對地方依戀各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
地方依賴	群組之間	48.008	4	12.002	1.661	0.158
	在群組內	2788.381	386	7.224		
	總計	2836.389	390			
地方認同	群組之間	31.333	4	7.833	1.038	0.387
	在群組內	2912.15	386	7.544		
	總計	2943.483	390			

註：* $p < .05$

6. 月收入

同旅客月收入對於住宿體驗構面之分析由如表 4.36 所示，其中研究發現不同月收入對於地方依戀分析中，地方認同達與地方依賴皆達顯著差異，事後比較表示只有地方依賴月收入八萬~十萬的旅客認

同度比兩萬到四萬地來高，十萬以上旅客的認同程度均大於收入 2 萬以下及 2 萬~4 萬元收入的旅客。

4.36 不同月收入對地方依戀各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
地方認同	群組之間	138.866	5	27.773	3.813	0.002	
	在群組內	2804.618	385	7.285			
	總計	2943.483	390				
地方依賴	群組之間	183.568	5	36.714	5.328	0.000	
	在群組內	2652.821	385	6.89			
	總計	2836.389	390				

註：* $p < .05$ (1)20,000 元(含)以下 (2)20,001~40,000 元 (3)40,001~60,000 元 (4)60,001~80,000 元 (5)80,001~100,000 元 (6)100,000 元以上

4.11.3 旅遊背景變項對於行為意向分析結果

1. 性別

性別以獨立樣本 t 檢定分析行為意向各構面分析。下表得知男性與女性對於行為意向的差異上均未達顯著差異。

4.37 不同性別對行為意向各構面差異分析摘要表

構面	性別	N	平均數	標準偏差	t	顯著性
忠誠度	男生	202	23.9703	3.91058	1.269	0.944
	女生	189	23.4709	3.86548	1.269	
再遊意願	男生	202	11.1337	1.5085	0.567	0.749
	女生	189	11.0476	1.49213	0.567	
民宿內部反應	男生	202	14.2475	2.5874	-0.78	0.087

女生 189 14.4392 2.24385 -0.784

2. 年齡

研究結果發現，不同年齡與行為意向之差異分析上，對於再遊意願上達顯著差異，其中 46~55 歲的旅客在遊意願皆大於 18~25 歲、26~35 歲和 36~45 歲的旅客，結果如表 4.38 所示。

表4.38 不同年齡對行為意向各構面差異性分析

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
忠誠度	群組之間	84.409	4	21.102	1.399	0.234	
	在群組內	5822.854	386	15.085			
	總計	5907.263	390				
再遊意願	群組之間	40.522	4	10.131	4.677	0.001*	4 > 1、2、3
	在群組內	836.163	386	2.166			
	總計	876.685	390				
民宿內部反應	群組之間	60.1	4	15.025	2.594	0.036	
	在群組內	2235.66	386	5.792			
	總計	2295.76	390				

註：* $p < .05$ (1)18~25 歲 (2)26~35 歲 (3)36~45 歲 (4)46~55 歲 (5)55 歲以上

3. 職業

職業對於行為意向各構面之分析由如表 4.39 所示，職業對民宿內部反應達到顯著，但對於事後比較並未達差異。

4.39 不同職業行為意向構面差異分析摘要表

構面		平方和	df	平均值平方	F	顯著性
忠誠度	群組之間	102.488	4	25.622	1.704	0.148
	在群組內	5804.775	386	15.038		
	總計	5907.263	390			
再遊意願	群組之間	18.046	4	4.512	2.028	0.090
	在群組內	858.639	386	2.224		
	總計	876.685	390			
民宿內部反應	群組之間	57.115	4	14.279	2.462	0.045
	在群組內	2238.645	386	5.8		
	總計	2295.76	390			

4. 居住地

居住地對於行為意向構面之分析如表 4.40 所示，其中研究發現不同居住地旅客在忠誠度上達顯著差異性的存在，其中北部與南部的旅客忠誠度構面的認同上皆高於外島的旅客。

4.40 不同居住地對行為意向各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
忠誠度	群組之間	184.018	4	46.004	3.076	0.016	1>5;3>5

	在群組內	5683.031	380	14.955		
	總計	5867.049	384			
再遊意願	群組之間	5.152	4	1.288	0.573	0.683
	在群組內	854.511	380	2.249		
	總計	859.662	384			
民宿內部反應	群組之間	9.697	4	2.424	0.411	0.8
	在群組內	2238.9	380	5.892		
	總計	2248.597	384			

註：* $p < .05$ (1)北部 (2)中部(3)南部 (4)東部(5)外島

5. 教育程度

職業對於住宿體驗各構面之分析由如表 4.41 所示，不同教育程度的旅客對於行為意向各構面均無顯著的差異。

4.41 不同教育程度對行為意向各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性
忠誠度	群組之間	102.488	4	25.622	1.704	0.148
	在群組內	5804.775	386	15.038		
	總計	5907.263	390			
再遊意願	群組之間	18.046	4	4.512	2.028	0.09
	在群組內	858.639	386	2.224		
	總計	876.685	390			
民宿內部反應	群組之間	57.115	4	14.279	2.462	0.045
	在群組內	2238.645	386	5.8		
	總計	2295.76	390			

6. 月收入

不同旅客月收入對於行為意向構面之分析由如表 4.42 所示，研究發現不同月收入對於行為意向分析中，忠誠度達顯著差異，事後比較十萬元以上的旅客之認同程度大於兩萬元和兩萬~4 萬元的旅客，忠誠度的部分而是由十萬元以上的旅客之認同程度大於兩萬元、兩萬~4 萬元的旅客。

4.42 不同月收入對行為意向各構面差異分析摘要表

構面		平方和	自由度	平均值平方	F	顯著性	事後比較
忠誠度	群組之間	316.897	5	63.379	4.365	0.001*	6>1、2
	在群組內	5590.367	385	14.52			
	總計	5907.263	390				
再遊意願	群組之間	40.675	5	8.135	3.746	0.003*	6>1、2、3
	在群組內	836.01	385	2.171			
	總計	876.685	390				
民宿內部反應	群組之間	19.463	5	3.893	0.658	0.655	
	在群組內	2276.297	385	5.912			
	總計	2295.76	390				

註：* $p < .05$ (1)20,000 元(含)以下 (2)20,001~40,000 元 (3)40,001~60,000 元 (4)60,001~80,000 元 (5)80,001~100,000 元 (6)100,000 元以上

4.11.4 樂野民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向之互相影響分析

本節旨在探討樂野民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向之互相影響情形分析，利用線性迴歸分析來個別探討 1. 住宿體驗、地方

依戀和行為意向的相互影響關係 2. 住宿體驗對地方依戀的影響; 3. 住宿體驗對行為意向的影響; 4. 地方依戀對行為意向的影響;。本節將研究結果與討論分別描述如下。

1. 住宿體驗、地方依戀和行為意向的相互影響關係

本節利用Pearson相關分析探討樂野民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向相關性。如表4.43所示，在住宿體驗、地方依戀與行為意向其各構面均達顯著正相關，且達0.01的顯著水準。由此可知住宿體驗、地方依戀及行為意向確實存在著正向的關係。

4.43 住宿體驗、地方依戀和行為意向的相互影響關係

	住宿體驗	地方依戀	行為意向
住宿體驗	-	.597**	.542**
地方依戀	.597**	-	.618**
行為意向	.542**	.618**	-

** $p < .01$ 顯著 (雙尾)。

2. 住宿體驗對地方依戀回歸分析

本研究以住宿體驗三個構面「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」為因變數，分別對於地方依戀之「地方依賴」、「地方認同」為自變數做多元回歸分析，以了解各構面之影響，再以住宿體驗為主構面因變數，對於地方依戀做回歸分析，用以檢定 H3。研究結果如下表

4. 44。

表4. 44住宿體驗對地方依戀迴歸分析

因變數-住宿體驗	自變數-地方依戀					
	地方依賴			地方認同		
	B 值	t 值	p 值	B 值	t 值	p 值
賓主交流	0.283	4.396	0.000**	0.195	3.088	0.02*
內在心境	0.314	4.948	0.000**	0.042	0.670	0.50
建築設施	0.366	4.515	0.000**	0.207	2.597	0.010*
F 值(p 值)	207.960(0.000)			166.587(0.000)		
R 平方(調整後的 R 平方)	0.348(0.347)			0.300(0.298)		
Durbin-Watson 值	1.714			1.589		

主構面 B 值 / 0.701

主構面 t 值 / 14.696

主構面 F 值(p 值) / 215.965(0.000)

主構面 R 平方(調整後的 R 平方) / 0.597(0.36)

主構面 Durbin-Watson 值 / 1.66

註：*p<0.05，**p<0.01

2. 住宿體驗對行為意向回歸分析

本研究以住宿體驗三個構面「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」為因變數，分別對於地行為意向「忠誠度」、「再遊意願」、「民宿內部反應」為自變數做多元回歸分析，以鑑識各構面之影響，再以住

宿體驗為主構面因變數，對於行為意向做多元迴歸分析，用以檢定

H4。研究結果如下表 4.45。

4.45 住宿體驗對行為意向迴歸分析

因變數-住宿體驗	自變數-行為意向								
	忠誠度			再遊意願			民宿內部反應		
	B 值	t 值	p 值	B 值	t 值	p 值	B 值	t 值	p 值
賓主交流	0.320	11.183	0.000**	-0.029	-0.370	0.712	0.078	1.733	0.084
內在心境	0.208	7.230	0.000**	-0.043	-0.534	0.594	0.121	2.673	0.088*
建築設施	0.346	9.509	0.000**	0.102	1.001	0.317	0.078	1.367	0.172
F 值(p 值)	195.109(0.000)			34.363(0.000)			14.907(0.000)		
R 平方 (調整後的 R 平方)	0.334(0.332)			0.081(0.079)			0.037(0.034)		
Durbin-Watson 值	1.604			1.386			1.299		

主構面 B 值 / 0.567

主構面 t 值 / 9.753

主構面 F 值(p 值) / 12.716(0.00)

R 平方(調整後的 R 平方) / 0.294(0.292)

主構面 Durbin-Watson 值 / 1.604

註：*p<0.05，**p<0.01

3. 地方依戀對行為意向迴歸分析

研究以地方依戀兩個構面「地方依賴」、「地方認同」為因變數，分別對於行為意向「忠誠度」、「再遊意願」、「民宿內部反應」為自變

數做多元回歸分析，以各構面之影響，再以住宿體驗為主構面因變數，對於行為意向做多元回歸分析，用以檢定 H4。研究結果如下表 4.46。

表4.46地方依戀對行為意向迴歸分析

因變數-地方依戀	自變數-行為意向								
	忠誠度			再遊意願			民宿內部反應		
	B 值	t 值	p 值	B 值	t 值	p 值	B 值	t 值	p 值
地方依賴	0.44	16.10	0.000**	7.21	6.73	0.00	0.12	2.15	0.03*
地方認同	0.49	18.69	0.000**	0.62	7.06	0.00	0.20	3.52	0.00**
F 值(p 值)	361.06(0.00)			53.18(0.00)			8.90(0.003)		
R 平方 (調整後的 R 平方)	0.48(0.48)			0.12(0.12)			0.02(0.02)		
Durbin-Watson 值	0.85			0.81			0.65		

主構面 B 值 / 0.924

主構面 t 值 / 19.002

主構面 F 值(p 值) / 361.058 (0.000)

R 平方(調整後的 R 平方) / 0.481(0.48)

主構面 Durbin-Watson 值 / 0.852

註：*p<0.05，**p<0.01

研究發現民宿住宿體驗、地方依戀和行為意向相互各有顯著的影響，因此本研究又進一步探討「地方依戀」的中介效果是否存在，因此本節以住宿體驗與地方依戀作為自變數，因變數為行為意向，進

而檢測行地方依戀對行為意向的直接與間接的效果如何。研究結果如表 4.47 所示。

表4.47住宿體驗、地方依戀對行為意向之影響

自變數-住宿體驗、地方依戀	因變數-行為意向		
	B 值	t 值	p 值
住宿體驗	0.256	5.611	0.00
地方依戀	0.512	9.552	0.00
F 值(p 值)	145.227	0.000	
R 平方(調整後的 R 平方)	0.428	0.425	
Durbin-Watson 值	1.483		

資料來源:本研究整理

討論:

以表 4.46 得知住宿體驗「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」與地方依戀「地方依賴」、「地方認同」各構面分析中得知，住宿體驗各構面對「地方依賴」顯著性都達到($p < 0.05$)的顯著水準，但在於「內在心境」對於「地方認同」的顯著性為 0.503 未達到顯著，但整體主構面 Adjusted $R^2 = 0.597$ ，代表住宿體驗對地方依戀有 59.7%的解釋變異量，且 $p=0.00$ 達顯著水準，表示好的住宿體驗對於地方依戀是有所提升的表示假設 H3 成立。

地方依戀與行為意向影響以表 4.38 得知各構面的顯著性皆達到 ($p < 0.05$)的顯著水準，整體主構面 Adjusted $R^2=0.481$ 表示地方依

戀對行為意向有 48.1%的解釋變異量， $p=0.00$ 達顯著水準表示好的地方依戀對於行為意向是有所提升的表示假設 H5 成立。

住宿體驗對行為意向的影響由表 4.37 所示，各構面的交互影響中只有「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」與「忠誠度」有得到顯著的影響，由此可知道由好的住宿體驗對於行為意向「忠誠度」是有所提升的，其中「建築設施」對於「忠誠度」(β 值 0.346)影響最大，主構面 Adjusted $R^2=0.294$ 表示住宿體驗對行為意向有 29.4%解釋變異量， $p=0.00$ 達顯著水準。表示好的住宿體驗也會提升行為意向，假設 H4 成立。最後研究又針對「地方依戀」作為中介效果，探討「住宿體驗」與「行為意向」之直接效果及間接效果的影響，研究發現住宿體驗對行為意向的直接效果為 0.567，間接效果為 0.512，顯示地方依戀為中介變項關係為低度相關，住宿體驗對於行為意向的直接效果優於透過中介變項”地方依戀”的間接效果。各個變項影響效果如圖 4.1 所示

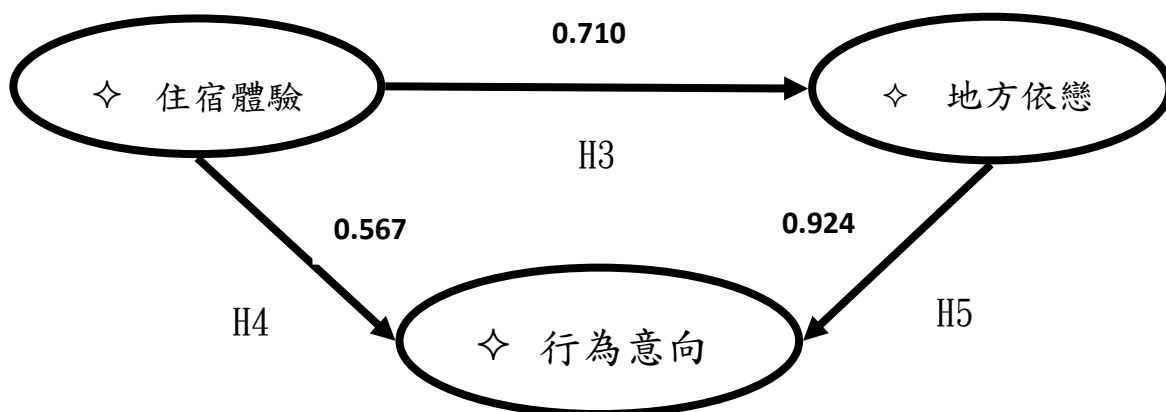


圖 4.1 各個變項影響效果(β)

第五章 結論與建議

5.1 結論

1. 樂野民宿旅客基本資料

經由上述樂野民宿描述性統計得知，到訪樂野民宿的大多為男性(51.90%)年齡層以 26~35 歲居多(28.90)來到樂野民宿的族群為學生(20.60%)占居多，居住地都是來自於中部地區(30.9%)。遊客住宿特性中，就以旅遊性別及旅遊伴侶來看，來到樂野民宿的旅客出來遊玩的同伴最多為家人(33.9%)，所以來到樂野旅客的類型大多為家庭旅遊。而且來到樂野民宿的旅客大多都是第一次(73.1%)來到樂野住民宿。

對於民宿資訊來源大多為網路資訊(59.1%)，其次為朋友推薦(53.2%)，所以民宿在網路上都有提供很多的資訊給旅客，其次也有

許多旅客都為朋友介紹來的，所以之前住過的旅客都對於樂野民宿都十分的推薦。

2. 旅客對於「住宿體驗」、「地方依戀」、「行為意向」認同程度

民宿旅客對於住宿體驗之認同程度大多落在「同意」和「非常同意」之間；地方依戀認同程度為「普通」、「同意」之間；行為意向認同程度則是為「普通」、「同意」之間。一般而言民宿旅客對於當地的整體感受都是傾向正面的認同，但對於住宿體驗的正向認同程度為最高，而本研究之住宿體驗有三個子構面「賓主交流」、「內在心境」、「建築設施」，其中總平均得分最高的為「內在心境」，其次為「賓主交流」，最低為「建築設施」。

4. 樂野民宿旅客背景與住宿體驗之關係

在不同旅客背景與住宿體驗之差異性檢定方面，經 Scheffe 檢定顯示，年齡、居住地、月收入對於內在心境、賓主交流、建築設施等住宿體驗子構面皆達到顯著差異。年齡方面在 18~25 歲對於內在心境的認同度較於 26~35 歲高。居住地部分在賓主交流、內在心境有達顯著差異性的存在，其中在賓主交流中及內在心境中，北部的旅客的認同程度均大於中部的旅客。同月收入對於住宿體驗分析中，在建築設施達顯著差異，月收入十萬以上旅客的認同程度均大於收入 2 萬以下及 2 萬~4 萬元、4 萬~6 萬元收入的旅客。

5. 樂野民宿旅客背景與地方依戀之關係

在不同旅客背景與地方依戀之差異性檢定方面，經 Scheffe 檢定顯示，職業對於地方依賴構面達到顯著差異。不同職業對於地方依賴構面達到顯著效果，其中工商業對於地方依賴認同大於服務業。不同月收入對於地方依戀分析中，地方認同達與地方依賴皆達顯著差異，事後比較顯示只有地方依賴月收入八萬~十萬的旅客認同度比兩萬到四萬地來高，十萬以上旅客的認同程度均大於收入 2 萬以下及 2 萬~4 萬元收入的旅客。

6. 樂野民宿旅客背景與行為意向之關係

在不同旅客背景與行為意向之差異性檢定方面，經 Scheffe 檢定顯示，年齡、居住地、月收入對於忠誠度與再遊意願達顯著差異。其中研究發現，不同年齡與對於再遊意願上達顯著差異，其中 46~55 歲的旅客再遊意願皆大於 18~25 歲、26~35 歲和 36~45 歲的旅客。而不同居住地旅客在忠誠度上達顯著差異性的存在，其中北部與南部的旅客忠誠度構面的認同上皆高於外島的旅客。不同月收入對於忠誠度達顯著差異，事後比較十萬元以上的旅客之認同程度大於兩萬元和兩萬~4 萬元的旅客，忠誠度的部分而是由十萬元以上的旅客之認同程度大於兩萬元、兩萬~4 萬元的旅客。

7. 住宿體驗、地方依戀與行為意向之相互關係

- (1) 住宿體驗對地方依戀有 59.7%的解釋變異量，且 $p=0.00$ 達顯著水準，表示好的住宿體驗對於地方依戀是有所提升的表示假設 H3 成立。
- (2) 地方依戀對行為意向有 48.1%的解釋變異量， $p=0.00$ 達顯著水準表示好的住宿體驗對於地方依戀是有所提升的表示假設 H5 成立。
- (3) 住宿體驗對行為意向有 29.4%解釋變異量， $p=0.00$ 達顯著水準。表示好的住宿體驗也會提升行為意向，假設 H4 成立。

5.2 建議

1. 對於樂野地區民宿及相關單位之建議

根據本研究顯示，大多的旅客來樂野民宿的旅遊特性都為家庭旅遊，所以民宿內可增加些親子及家庭的活動，由於當地為鄒族部落，且旅客年齡大多落在 26~25 歲居多的，可增加些有關樂野文化及生態的體驗探險。例如：夜間生態冒險、狩獵體驗、溯溪。

此外當地樂野社區雖然缺乏當地原住民文化特色，也可望相關單位可多推動些觀光文化特色如：鄒族、咖啡、楓葉等相關主題。

2. 民宿業者對於樂野社區之建議

(1) 阿將的家：

我們社區應該要調整腳步，整體跟觀光結合。不要再接些政府單位像大學的案子，這樣反而耽誤了我們社區的發展。舉例來說教社區雕刻、織布。但玩玩這些東西其實不是我們要的，因為這些都沒有辦法延續，我們應該要做得是地方觀光發展。譬如像古坑這樣推展”咖啡”，和Lalauya(楓樹林)名稱楓葉的特色。應該把更多東西丟到網路讓更多人瞭解我們社區，像Lalauya名稱的由來，我們這有咖啡、有茶。我們只需要一個主題，達那伊谷就”鯛魚”，茶山就是”涼亭”，單一行銷就可以一炮而紅。我們樂野卻甚麼都沒有，這多麼的遺憾。

(2) 楓露庭園：

社區方面的話我就很期待有人幫我們規劃，怎麼樣才會形成樂野村這邊的特色，我們鄒族原住民的特色能夠呈現出來，但希望有人能帶頭出來領導我們。

(3) 華納因厝：

只希望社區能夠整合大家，給我們社區一個具體的特色主題。

(4) 鄒族亭

以前我先生很早的想法是想說如果有一天，樂野村是個花的部落，因為我們這的氣候很適合種花花草草。因為茶不是我們的，咖啡又不是那麼的多，如果有一個主題的話，會真的很好，這樣樂野才會進步。因為我們這賺錢的機會很多，所以我們這邊的人都會比較各自來，不會想說營造這個。他們都想說:幹嘛~我去那邊賺錢就好了有沒有很遠，而且也賺的蠻多的。

所以我希望我們有個帶頭的人，把我們的社區打造的更漂亮。就用心做些花花草草，當然這個不容易。

(5) 彩虹民宿:

社區也要努力啊!我是希望我們社區如果有一小段的商店街也好，賣各式各樣的東西。像有些牆壁可以做些彩繪、還有砍草整理。

小節:

根據以上業者對於社區及觀光發展的建議之中可了解到，樂野社區雖然為阿里山鄒族部落之中交通較為便利的社區，但較沒有較凸顯特色元素，這是較為可惜的地方。也有可樂野社區四通八達，就業機會高所以族人較沒有想參與觀光發展方面的事情。但其中建議之中都有提到社區應要有依樣能人耳熟能詳的特色，列如；咖啡、樂野

Lalauya 名稱的由來。上述的特色如果能加上社區得組織有效地進行，加強樂野部落的辨識性，這樣對於社區觀光發展想必會能有效的進步。

2. 後續研究者建議

- (1) 本研究只限定於樂野部落民宿，較沒有完全探討當地樂野部落觀光發展的現況，希望後續研究者可以斟酌運用上述研究之結果與文獻進行樂野整體觀光發展探討，應能對樂野部落當地文化與觀光提供更有益的貢獻
- (2) 研究探討範圍僅針對樂野部落，其結果未必能推論阿里山地區鄒族部落之民宿，建議後續研究者再針對阿里山鄒族不同部落民宿進行研究比較與驗證。

參考文獻

- 王聖輝(2012)，平價住宿體系的住宿體驗模型建構-以中華民國軍人之友社「國軍英雄館」為例，國防大學政治作戰學院
- 王伯文(2005)，民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究-以奮起湖地區為例，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 吳武忠、楊珮菁(2012)，休閒農場遊客旅遊動機、住宿體驗與行為之研究-以嘉義松田崗休閒農莊為例，第12屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會論文集。
- 林曜同(2004)。鄒族，國立台灣史前文化博物館 台灣原住民數位博物館計畫。
- 林光浩(2007)。原住民地區發展生態旅遊之潛力分析- 以屏東縣春日鄉(CHI-KA-DAN) 部落為例，碩士論文，高雄大學。
- 林舜涓、蔡佳燕、邱莉文(2007)。由住宿體驗提高顧客之行為意向—以花蓮民宿為例，觀光旅遊研究學刊，2 期， P73 - 92頁。
- 林有得(1993)，景園體驗之研究，國立中興大學園藝研究所碩士論文。
- 林郁欽、王良榮(2011)。懷舊餐廳的地方依戀之研究。德霖學報第27期。P1-27頁。

林杏(2012)。原住民地區民宿經營發展課題之研究-以新竹縣五峰鄉

白蘭部落為例，開南大學觀光運輸學院碩士在職專班論文

徐子豪(2010)部落民宿吸引力及遊客滿意度與忠誠度影響關西之研

究-以阿里山(鄒族地區為例)國立高雄餐旅學院旅遊館旅研究所

碩士論文

徐錢玉、陳柏蒼(2011)。體驗、情緒與地方依戀之研究—以淡水老街

為例。運動與遊憩研究，5卷4期，P1 - 18。

徐逸涵(2009)。原住民文化園區遊客休閒活動涉入與地方依戀之關係

-遊客體驗感受為中介變數。國立高雄大學經營管理研究所碩士

論文。

徐達光(2003)，消費者心理學消費者行為科學研究，台北：東華出版。

許哲毓、高鵬、劉泳倫、張聰欽、陳瑞旭(2012)，北港遊客旅遊動

機、旅遊需求與行為意向之差異分析，臺灣企業績效學刊，6卷

1期，P131 - 148。

張芳慈(2012)，觀光凝視、觀光真實性與地方依戀影響關係之研究—

以原住民部落觀光為例，高雄餐旅大學旅遊管理研究所碩士論文。

張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)，不同活動涉入程度對地方依戀之研

究，運動休閒管理學報，3(2)期，1-18頁

溫雅惠、李瑞興、黃立博、陳春生(2011)，自行車道使用者休閒涉入

與地方依戀之相關研究，2011年國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊，p740-759

鄭詩華(1998) 「民宿制度之研究」。台中，台灣省旅遊局。民政叢書山胞行政系列/山胞行政系列之三十九。

鄭佩茜(2013)，阿里山鄒族樂野部落「藝術家屋」催生之經驗研究，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士論文。

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。

英文文獻

Bartlett, M.S. (1951), A Further Note on Tests of Significance in Factor Analysis British Journal of Statistical Psychology, 4(1), pp.1-2.

Engel, Blackwell, Miniard (1995), Consumer Behavior, 8th ed., New York: The Dryden, p.368.

Gimore, H. J. & Pine, B. J., II (2002), Differentiating Hospitality Operations Via Experiences, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol.44, No.3, p87-96.

Guiliani & Feldman (1993). place attachment in a developmental and cultural context, Journal of Environmental Psychology, 13, 267-274.

Kaiser, H.F. (1974), An index of factorial simplicity, Psychometrika, Vol.39, pp.31-36.

- Lewicka, M. (2005). ways to make people active: the role of place attachment, culturalcapital, and neighborhood ties, *Journal of Environmental Psychology*, 25, 381-395.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw – Hill.
- ValarieA. ZeithamI, Leonard L Berry, & A. Parasuraman (1996) , ”The Behavioral Consequences of Service Quality,” *Journal of Marketing*, 60(April), pp.31-46.
- ValarieA. ZeithamI, Leonard L Berry, & A. Parasuraman (1996) , ” The Behavioral Consequences of Service Quality,” *Journal of Marketing*, 60(April), pp.31-46.
- Ross, G. F. (1993). “Ideal and Actual Images of Backpacker Visitors toNorthern Australia.” *Journal of travel Research*, 32(2), 54-57.
- Morrison, A. M., Pearce, P. L., Moscardo, G., Nadkarni, N., & O'leary, J. T. (1996). Specialist Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 35, 18-26.
- Shannon, G., & Edward, J. R. “The Effect of Goal Orientation and Place Dependence on Select Goal Interferences among Winter Backcountry Users,” *Leisure Science*, 17, pp.171-183(1995).
- Wortzel, R.(1979).*Multivariate analysis*.New Jersey:Prentice Hall.
- Zaltman G. and P.C. Burger.(1975), *Marketing Research: fundamentals and dynamics*, New York: Macmillian College Publishing Company.

附錄

編號:

親愛的受訪者您好：

首先，十分感謝您參與本問卷之填答。本研究主要目的阿里山樂野村原住民民宿旅客住宿體驗、地方依戀與行為意向的影響關係。敬請依照您的看法圈選理想答案，問卷所有資料為匿名並僅供學術研究使用，請放心作答。由衷感謝您的協助與支持！

敬祝 平安愉快！

南華大學 旅遊管理研究所

指導教授：許伯陽博士

研究生：汪少強敬上

第一部分、住宿體驗

根據您對阿里山樂野村原住民民宿的住宿體驗， 在1至5的數字中，直接圈選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 與民宿主人互動良好，讓我印象深刻。	1	2	3	4	5
2. 民宿的接待方式，讓我感到十分親切。	1	2	3	4	5
3. 與民宿主人成為朋友，讓我有深刻的感覺。	1	2	3	4	5
4. 住民宿期間，讓我有放鬆心情的感覺。	1	2	3	4	5
5. 住民宿的期間，讓我有想放慢生活步調的想法。	1	2	3	4	5
6. 住民宿期間，讓我有情緒平靜的感覺。	1	2	3	4	5
7. 民宿附近的花草樹木，讓我有深刻的感覺。	1	2	3	4	5
8. 住民宿時跟大自然貼近的體驗，讓我有深刻印象。	1	2	3	4	5
9. 民宿屋外環境景觀，讓我有深刻的印象。	1	2	3	4	5
10. 民宿室內佈置與裝潢，讓我有印象深刻。	1	2	3	4	5
11. 民宿建築特殊外觀，讓我印象深刻。	1	2	3	4	5
12. 民宿室內色調與視覺搭配，讓我有深刻的感受。	1	2	3	4	5

接續下一頁

第二部分 地方依戀

根據您對阿里山樂野村原住民民宿的地方依戀，在1至5的數字中，直接圈選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我喜歡來到樂野民宿住宿遠勝於阿里山其他地區的民宿。	1	2	3	4	5
2. 相較於阿里山地區民宿而言，來到樂野民宿我較能獲得較大的滿意度。	1	2	3	4	5
3. 到樂野民宿住宿比阿里山任何地區的民宿重要。	1	2	3	4	5
4. 若要來阿里山住宿，我不會以其他地區民宿代替樂野民宿。	1	2	3	4	5
5. 樂野民宿對我而言很有意義。	1	2	3	4	5
6. 我對樂野地區民宿的情感勝於其他地區民宿。	1	2	3	4	5
7. 我對樂野民宿有強烈的認同感。	1	2	3	4	5
8. 我對樂野民宿及業者有特殊的情誼。	1	2	3	4	5

第三部分 行為意向

根據您對阿里山樂野村原住民民宿的行為意向，在1至5的數字中，直接圈選。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我會積極且正面的向別人說明樂野民宿的優點。	1	2	3	4	5
2. 如果我的朋友有來阿里山，我會推薦來住樂野民宿。	1	2	3	4	5
3. 我會鼓勵親朋好友來住樂野民宿。	1	2	3	4	5
4. 如果來阿里山住民宿的話，樂野民宿會是我的第一選擇。	1	2	3	4	5
5. 未來幾年我還會想回來住樂野民宿	1	2	3	4	5
6. 未來幾年我不會想回來住樂野民宿	1	2	3	4	5
7. 如果樂野民宿的價格更優惠，我會更樂意選擇樂野民宿。	1	2	3	4	5
8. 未來幾年如果樂野民宿價格變高了，我還是會想再來樂野民宿。	1	2	3	4	5
9. 就算現在樂野民宿的價格較高，我還是會選擇來這裡住宿。	1	2	3	4	5
10. 如果樂野民宿服務品質不佳，我會考慮換別間民宿來住。	1	2	3	4	5
11. 如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向其他旅客抱怨。	1	2	3	4	5
12. 如果樂野民宿的服務品質不佳，我會向相關的機構或在網站上抱怨。	1	2	3	4	5

13. 如果樂野民宿服務品質不佳，我會直接跟民宿業者反應。

1

2

3

4

5

第四部分 基本資料

1. 性別：₁男 ₂女

2. 年齡：₁ 18-25 歲 ₂ 26-35 歲 ₃ 36-45 歲 ₄ 46-55 歲
₅ 55 歲以上

3. 職業：₁學生 ₂軍公教 ₃工商業 ₄服務業 ₅農林漁牧 ₆家管
₇自由業 ₈退休 ₉其他_____

4. 居住地：₁北部 ₂中部 ₃南部 ₄東部 ₅外島 ₆其他：_____

4. 月收入：₁ 20,000 元(含)以下 ₂ 20,001~40,000 元 ₃ 40,001~60,000 元
₄ 60,001~80,000 元 ₅ 80,001~100,000 元 ₆ 100,001 元以上

5. 教育程度：₁國中(含)以下 ₂高中職 ₃大專院校 ₄碩士 ₅博士

6. 請問跟你出來遊玩的同伴為：₁無 ₂家人 ₃朋友 ₄同學 ₅同事 ₆其他：_____

7. 今年您在國內旅遊住民宿的次數共幾次：₁ 1 次 ₂ 2~3 次 ₃ 4~5 次 ₄ 6 次以上

8. 請問您曾到樂野民宿住宿過的次數共幾次：₁ 1 次 ₂ 2~3 次 ₃ 4~5 次
₄ 6 次以上

9. 請問您是怎麼知道樂野民宿的資訊：(可複選) 親友 電視 網際網路
報章雜誌 旅遊叢書 其他_____

※ 問卷結束，辛苦了！ 麻煩您檢查是否有遺漏的地方，非常感謝您的協助！