

從民宿旅客的住宿需求探討民宿之經營策略

鍾政偉

alex.ccw@msa.hinet.net

實踐大學觀光管理學系講師

謝榕佳、林婉如、高怡涓、吳聖宗

jia_kiki@hotmail.com

實踐大學觀光系學士

摘要

本研究欲藉由透過對民宿旅客的住宿需求的瞭解，並與民宿業的經營現況相整合，提出通盤建議來告知業者，希望藉由研究可以告知業者其內部經營策略所需要改進與維持之處。本研究欲以墾丁地區民宿旅客作為研究對象，以簡單隨機抽樣法進行各區域抽樣樣本數分配，並於現地進行便利抽樣，有效回收問卷共 392 份。研究結果如下所示：1.旅客社經背景不同與旅遊特性有所差異。2.旅客之社經背景與旅遊特性分別與住宿需求重視度有顯著差異，旅客會因職業、月收入、居住地與旅遊次數的不同，而有不同住宿需求重視度。3.旅客之社經背景與旅遊特性分別與住宿需求滿意度有顯著差異，旅客會因月收入、資訊來源與交通工具的不同，而有不同住宿需求滿意度。4.在重要-表現分析方面：全部的 30 個變項裡，一共有 15 個變項落於繼續保持區(第一象限)，落於供給過度區(第二象限)共 4 個變項，落於優先順序低(第三象限)共 9 個變項，在加強改善重點(第四象限)裡共 2 個變項。

關鍵字：民宿、住宿需求、經營策略、I.P.A 分析法

壹、緒論

1.1 研究背景、動機與目的

自週休二日以來國人可自由支配的時間增加，擁有更多的時間可以安排旅遊活動，據統計指出，近 72%民眾是利用週末、星期日及國定假日出遊，較 88 年(執行隔週休二日)增加 13%(觀光局，2001)，而國人國內旅遊率則是從民國 90 年的 86.1%提升到民國 91 年的 89.7%，整整成長了 3.6%(觀光局，2003)。由此可知，週休二日的實施不僅加強民眾利用假日出遊的意願，也提高國人在國內的旅遊人口。但部份的旅遊地區假日期間當地旅館無法消化遊客量，因此使得民宿逐漸風行(姜惠娟，1997)，它是一種因為市場需求而產生的行業(廖榮聰，2003)，所以隨著國人旅遊人口的提升，民宿在遊憩區住宿供給面上的地位亦愈顯重要。根據 2001 年墾丁形象商圈民宿消費者調查報告中顯示墾丁地區旅客重住率並不高(經濟部，2001)，其對於該地區民宿業者時為一項警訊。

以往討論民宿需求面的文獻中，主要是利用簇群分析、單因子變異數分析與迴歸分析等分析來了解需求面(姜惠娟，1997；陳詩惠，2003；楊永盛，2003)，而僅於最後提出以消費者滿意度為導向的建議給業者，缺乏考

量該建議在業者現存的環境資源之下是否真正可行，是否值得去執行。本研究認為如果能根據之前學者對民宿需求面的了解，且藉由 I.P.A.分析法進一步將旅客的需求與民宿業的經營現況相整合，提出通盤建議來告知業者，相信將可使業者更能了解其經營方向是否與市場需求相呼應，改善其經營政策。I.P.A.分析法 (Impotence-performance analysis，重要－表現程度分析法)目前在飯店業、旅遊市場、休閒遊憩等領域皆有研究藉由 I.P.A.分析來檢視消費者對其產品的要求(葉碧華，1999；余幸娟，2001；翁廷碩，2001；丁國璽，2003；朱珮瑩，2003；林千如，2003；廖榮聰，2003)。由此可知，將 I.P.A.分析法用在了解服務業經營成效上的可行性是相當高的，所以如果能經由得知旅客對民宿住宿需求之重視程度與表現程度，以 I.P.A.分析法了解民宿經營上的表現成果，進行對民宿內部經營評估，相信研究結果將可更助於業者參考與應用。因此本研究欲探討墾丁地區民宿旅客的社經背景與旅遊型態、旅客對於其投宿的民宿之重視度及滿意度的關係、旅客之住宿需求狀況進而提出墾丁地區民宿內部之經營策略供業者參考。

貳、文獻回顧

2.1 民宿的定義

目前國內研究者對民宿的定義眾多，學者們從不同的觀點來對民宿定義做以下的敘述，如表 1 所示。

表 1 國內研究者對民宿的定義

研究者	年代	所給予民宿之定義
韓選棠	1992	民宿為一般個人住宅將其一部份居室，以「副業方式」經營的住宿設施。
潘正華	1994	民宿之主體係指農民利用其農宅空餘之部分間，將整棟或分棟之農宅出租予旅客暫時居留的行為，而民宿之客，及指旅客投宿於民宅的行為。
台灣省旅遊局	1998	民宿是一種借住於一般民眾住宅的方式，所以它不是專業化和商業化的旅館。
林宜甲	1998	1. 民宿必須先定位是否為旅館業。 2. 管理經營上須有組織。 3. 民宿事業有結合週邊資源，不管是自然的人文源或本身即有的資源。
民宿管理辦法	2001	民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林魚牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

資料來源：廖榮聰(2003)；本研究整理。

綜合歸納民宿研究者與政府對民宿的定義，民宿為當地民宅，以家庭副業的方式來經營，提供旅客基本的住宿需求外，更結合週邊的環境特色和自然資源，讓旅客親身體驗當地的風土民情，此外民宿主人親切的服務態度，也讓住宿的旅客感受到濃厚的人情味，有別於一般旅館，民宿更多了一份有家的溫馨感覺。本研究以最早發展民宿的墾丁地區作為研究基地，將其分為牧場區、墾丁路南區、墾丁路北區及大灣區等四區，共計 60 間民宿作為本研究之研究範圍。

2.2 住宿需求因子之相關研究

旅館需求屬性因子方面，目前國內外研究大致從二個方向來討論，分

別爲了解旅客第一次選擇住宿因子(陳思倫, 1992; 高麗真, 1993)與住宿品質之認知及滿意度(吳昌宏, 1990; 浦心慧, 1991; 陳怡君, 1995; 黃淑美, 1996); 民宿需求屬性因子方面, 目前多從設施、服務、經營條件、景觀、安全與活動安排等層面討論遊客住宿需求及評價, 以了解影響遊客住宿評價之需求因子(姜慧娟, 1997; 觀光局, 2002; 楊永盛, 2003; 廖榮聰, 2003)與住宿之重視因子(陳詩惠, 2003)。綜合住宿需求的文獻回顧, 本研究選定住宿設施、住宿服務、經營管理、民宿內外環境與活動安排等五方面代表民宿住需求屬性因子, 共計 30 項需求屬性, 如表 2 所示。

表 2 住宿需求評鑑因子來源表

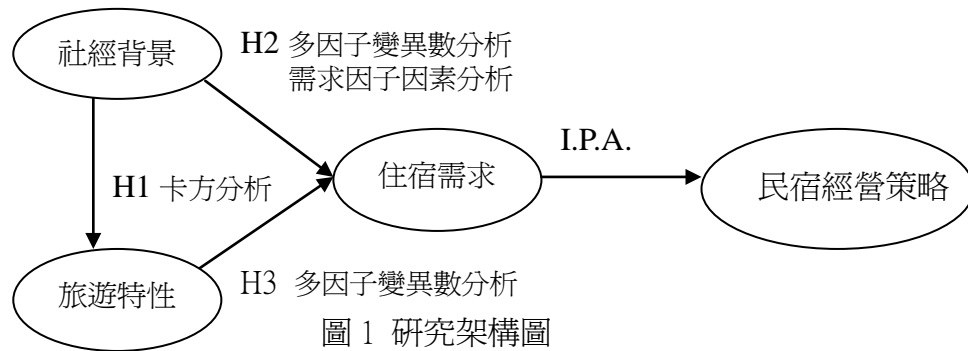
類別	評鑑因子	來源
住宿設施	消防逃生設備與標誌	吳正雄、曹勝雄(2002)、陳詩惠(2003)
	獨立衛浴設備	姜惠娟(1997)、廖榮聰(2003)
	全天候洗澡熱水供應	觀光局(2002)
	牙膏肥皂等基本消耗品的供應	觀光局(2002)、楊永盛(2003)
	房間內家俱(例如櫥櫃、桌椅、電視)	姜惠娟(1997)、廖榮聰(2003)
	共用空間的設備(例如: 休閒桌椅)	觀光局(2002)
	簡易醫療設備	觀光局(2002)、楊永盛(2003)
住宿服務	足夠的停車空間	楊永盛(2003)、陳詩惠(2003)
	提供早餐	觀光局(2002)、廖榮聰(2003)
	書報雜誌的提供	浦心慧(1991)
	服務人員的態度	吳昌宏(1990)、浦心慧(1991)
	民宿主人會保護住客的隱私權	陳詩惠(2003)、廖榮聰(2003)
	提供鄰近觀光遊憩區資訊諮詢服務	高麗真(1993)、陳詩惠(2003)
經營條件	當地環境自然或人文資源解說服務	陳詩惠(2003)、廖榮聰(2003)
	房價收費合理	黃淑美(1996)、陳詩惠(2003)
	民宿的聲譽	陳詩惠(2003)
	良好的宣傳廣告	觀光局(2002)、楊永盛(2003)
	民宿地點設置牌的位置	高麗娟(1997)、姜惠娟(1997)
	全國民宿介紹手冊的編製	姜惠娟(1997)、觀光局(2002)
	環境清潔又衛生	吳昌宏(1990)、陳思倫(1992)
	方便的訂房管道	黃淑美(1996)、觀光局(2002)
民宿內外環境	民宿主人可以記得我的名字	陳詩惠(2003)
	規劃並提供具地方特色餐飲	楊永盛(2003)
	建築物的形式配合當地環境、凸顯地方特色	張錫鈞、林子郁、林佳威、黃文遠、張國慶、俞惠雄(2003)
	室內裝潢氣氛	陳思倫(1992)、楊永盛(2003)
活動安排	活動空間開闊性	黃淑美(1996)
	民宿週邊具多樣的觀光遊憩景點	陳詩惠(2003)
	民宿主人教導住客 DIY 藝品(例如: 貝殼、星沙製品等)	陳詩惠(2003)
活動安排	靜態活動之安排(例如: 品茶閒聊、觀星、分享收藏品等)	陳詩惠(2003)
	安排當地休閒遊憩活動(例如: 從事水上活動, 代租潛水衣)	姜惠娟(1997)、楊永盛(2003)、廖榮聰(2003)

資料來源: 本研究整理

參、研究方法

3.1 研究架構及假說

本研究從不同遊客之社經背景與旅遊特性來探討民宿旅客之住宿需求，並透過I.P.A分析法，進而提出未來民宿的經營策略和導向，如圖1所示：



本研究假說共有下列三項：H1：旅客旅遊特性會因旅客的社經背景不同而有所差異。H2：旅客的住宿需求會因遊客的社經背景不同而有顯著差異。H3：旅客的住宿需求會因旅客的旅遊特性不同而有顯著差異。

3.2 抽樣方法及樣本說明

本研究以墾丁地區為抽樣地點，問卷以墾丁地區已經體驗過民宿的旅客作為抽樣對象，問卷預試時間定於 92 年 12 月 13 日至 92 年 12 月 14 日，為期兩天；正式問卷抽樣期間為 92 年 12 月 25 日至 93 年 1 月 23 日，包括了平日、例假日與國定假日，為期約 30 天。抽樣方面，除了於現地發放問卷時採用便利抽樣法，問卷發放份數之計算方式則採用分層隨機抽樣法，計算墾丁牧場區 70 份、墾丁路南區 98 份、墾丁路北區 105 份及大灣區 147 份四區之抽樣樣本數。本研究在假設抽樣誤差不大於 5%(即 $e < 0.05$)，信賴度為 95%的條件下，採用 420 份的問卷樣本數，回收有效問卷 392 份，問卷回收率為 93.3%，問卷信度為 0.9406。

肆、研究結果與分析

4.1 受訪者資料分析

受訪旅客的社經背景方面，多以女性，21~30 歲，大學或專科，學生，未婚且月收入一萬元以下，居住於南部地區為主。旅遊次數方面多以四次以上，前來同遊人數 1~2 人，遊伴多為朋友或情侶且主要停留 2 天 1 夜，花費多在 2,001~4,000 元，住宿資訊以網路為主，自行開車前往為多數，並經由卡方檢定具有差異，因此 H1 成立。詳見表 3。

表 3 墾丁民宿旅客個人基本資料分析表

社經背景	選項	次數	百分比 (%)	旅遊特性	選項	次數	百分比 (%)
性別	男	181	46.20%	旅遊次數	第一次	22	5.60%
	女	211	53.80%		第二次	47	12.00%
年齡	20 歲以下	40	10.20%		第三次	92	23.50%
	21~30 歲	270	68.90%		第四次	231	58.90%
	31~40 歲	64	16.30%	同遊人數	1~2 人	173	44.10%
	41 歲以上	18	4.60%		3~4 人	117	29.80%
教育程度	國中(含)以下	6	1.50%		5~6 人	55	14.00%
	高中(職)	64	16.30%	7 人以上	47	12.00%	
	大學或專科	276	70.40%	遊伴性質	朋友或情侶	231	58.90%
	研究所以上	46	11.80%		同學	33	14.00%
職業	學生	147	37.50%		家人	80	20.40%
	軍公教	38	9.70%		同事	23	5.90%
	工業	27	6.90%	其他	3	0.80%	
	商業	53	13.50%	旅遊天數	2 天 1 夜	251	64.00%
	服務業	83	21.20%		3 天 2 夜	106	27.00%
	家庭主婦	17	4.30%		4 天 3 夜	27	6.90%
	待業中	6	1.50%		5 天 4 夜以上	8	2.00%
	其它	21	5.40%	旅遊花費	2,000 元以下	70	17.90%
婚姻狀況	未婚	315	80.40%		2,001~4,000 元	138	35.20%
	已婚尚無子女	28	7.10%		4,001~6,000 元	93	23.70%
	已婚育有子女	49	12.50%		6,001~8,000 元	52	13.30%
月收入	10,000 元以下	152	38.80%	8,001~10,000 元	18	4.60%	
	10,001~20,000 元	36	9.20%	10,001 元以上	21	5.40%	
	20,001~30,000 元	73	18.60%	資訊來源	親友介紹	34	8.70%
	30,001~40,000 元	60	15.30%		團辦主辦人	15	3.80%
	40,001~50,000 元	38	9.70%		網路	130	33.20%
	50,001 元以上	33	8.40%	傳播媒體(電視廣播、報章雜誌)	11	2.80%	
居住地	北部(基北、桃竹苗)	117	29.80%	民宿招牌	19	4.80%	
	中部(彰中投、雲嘉)	71	18.10%	曾經住過	65	16.60%	
	南部(台南、高屏)	182	46.40%	在當地決定	111	28.30%	
	東部(宜、花、東)	16	4.10%	其他	7	1.80%	
	其它	6	1.50%	住宿天數	1 晚	281	71.70%
	交通工具	自己開車	271		69.10%	2 晚	95
公車或客運		51	13.00%	旅遊次數	第一次	22	5.60%
騎機車		57	14.50%		第二次	47	12.00%
遊覽車或小巴士		11	2.80%		第三次	92	23.50%
其他		2	0.50%		第四次	231	58.90%

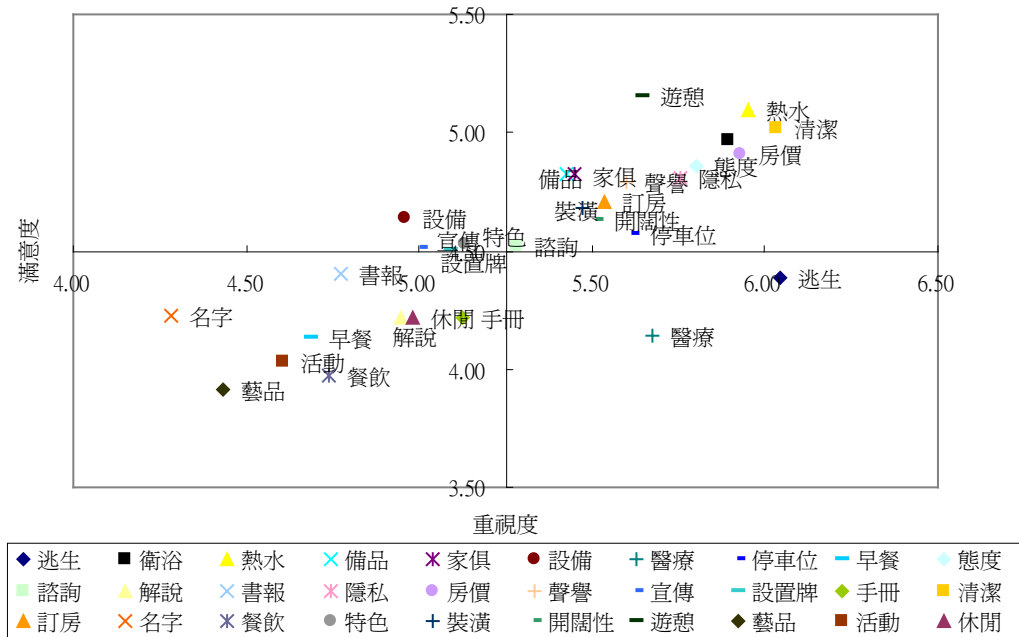
4.2 重要—表現程度分析法(I.P.A 分析法)

重要—表現程度分析法經常被行銷專家用來檢視顧客對於產品屬性的要求，此法對於休閒產業界即有價值，因為它提供一雙重機制，不僅評估

使用者對產品，包括節目活動或服務等屬性的偏好，同時亦評估供給者在這些屬性上的表現程度(余幸娟，2000)，朱珮瑩，(2003)指出其分析方法為重要程度為橫軸，表現程度為縱軸，各屬性在重要與表現程度評定等級為座標，將各屬性標示在二維空間。A 象限表示重要程度與表現程度皆高，落在此象限的屬性應該繼續保持；B 象限表示重要程度低而表現程度高，落在此象限為供給過度；C 象限表示重要程度與表現程度皆低，落在此象限內的屬性優先順序較低；D 象限表示重要程度高但表現程度低，落在此象限內的屬性為供給者應加強改善的重點。

本研究運用重要-表現程度分析法，以民宿旅客對投宿前的期望程度視為重要程度並列作 x 軸，以投宿後的滿意程度視為滿意度列作 y 軸。根據問卷住宿需求的 30 個問項平均值，建構出住宿需求的 I.P.A.圖(如圖 2)，作為研究的分析結果。從住宿需求的 I.P.A.圖(圖 2)，可得知旅客對民宿之住宿需求與目前民宿業者所提供之服務間之關係，本研究即以業者角度來探討民宿之內部服務提供策略，共可分為四部份進行討論，內容如下：

圖2 住宿需求I.P.A.均值方格圖



4.2.1 民宿業者應繼續保持該項服務提供

由圖 3 可知，落在 A 象限之變項有「週邊具多樣遊憩景點」、「全天候熱水供應」、「環境清潔又衛生」、「獨立衛浴設備」、「房價收費合理」、「服務人員的態度」、「房間內傢俱」、「備品供應」、「保護房客隱私」、「民宿的聲譽」、「方便的訂房管道」、「室內裝潢氣氛」、「活動空間開關性」、「足夠的停車空間」、「鄰近觀光區諮詢服務」共 15 個變項，顯示墾丁地區的民宿大部分的供給符合民宿旅客的需求，令大部分客人對於他們重視的感到滿意。

4.2.2 民宿業者該項服務供給過度

落在 B 象限之變項有「共用空間的設備」、「建築物凸顯地方特色」、「良好的宣傳廣告」、「民宿地點設置牌位置」，共 4 個變項，旅客不重視卻很滿意的項目來說，除非業者自己本身加強旅客對此重要性的認知，否則此項目現已能滿足旅客需求則不需過度強調。

4.2.3 民宿業者改善該項服務之優先順序低

落在 C 象限之變項「提供書報雜誌」、「主人記得我的名字」、「安排當地休閒活動」、「民宿介紹手冊的編製」、「當地環境的解說」、「提供早餐」、「靜態活動的安排」、「規劃地方特色餐飲」、「教導房客 DIY 藝品」落在此範圍內可視為目前民宿旅客認為不太重要的項目，但在未來的趨勢會不會成爲一種新的潮流仍有待判斷，值得注意的是，落在此範圍的項目在未來都可能成爲必需，是民宿業者需要知道的資訊。

4.2.4 民宿業者應加強改善重點之服務項目

落在 D 象限之變項「消防逃生設備與標誌」、「簡易醫療設備」共 2 項，表示旅客覺得重要但是卻不滿意的區域，此 2 項目是墾丁民宿業者急需注意以及改善的，因爲在海邊的危險區域比較容易受石頭割傷或跌倒等等，還有消防安全的問題，也是旅客所擔心的。在多數的研究裡可以明白看出期望過高則相對的滿意度低，而 I.P.A. 分析法強調的是一種相對的關係，變數落在象限位置是同時和其他變數比較下的相對結果，並非絕對結果(謝秉育，2001)。比較滿意度平均值出來的結果(表二)，此 2 項目在平均值 4(普通)的狀況下，因此本研究推論有多數民宿皆有提供此設備，不過不佔大多數或是標示仍未清楚，因此民宿旅客認爲應再多加強此部分。

4.3 住宿需求重視度及滿意度因素分析

經過因素分析之後，原本共有 30 個變項的住宿需求因子共縮減成六項因素構面，經由 Bartlett's 球型檢定結果達顯著水準，重視度 KMO 值爲 0.9，滿意度 KMO 值爲 0.918，本研究利用各項因素中的變數進行命名。

住宿需求評價因子之重視度構面的總體解釋變異量爲 60.807%，分別分析出六個因素構面命名如下：因素一命名爲「方便民宿通路型」；因素二命名爲「注重服務互動型」；因素三命名爲「注重住宿安全性」；因素四命名爲「體驗當地生活型」；因素五命名爲「住宿氣氛體驗型」；因素六命名爲「注重居家感覺型」。

住宿需求評價因子之滿意度構面的總體解釋變異量爲 69.768%，六項因素構面命名如下：因素一命名爲「服務品質型」；因素二命名爲「基本設備型」；因素三命名爲「民宿的附加服務」因素；因素四命名爲「活動規劃」因素；因素五命名爲「宣傳策略型」；因素六命名爲「環境景觀型」。

4.4 住宿需求之差異性分析

4.4.1 住宿需求重視度與社經背景及旅遊特性之差異性分析

本研究之社經背景包含有性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、月收入及居住地等七項，旅遊特性則包含有旅遊次數、遊伴人數、遊伴性質、旅遊天數、旅遊預算、資訊來源、住宿天數及交通工具等八項，經由差異性分析後具有顯著之因素如表 4 所示，因此 H2、H3 成立。

表 4 住宿需求重視度之差異性分析表

	Wilk's lambda 檢定		One-Way ANOVA 分析		Duncan 事後檢定
	F 值	P 值	F 值	P 值	
職業					
體驗當地生活型	1.740	0.002*	4.596	0.000**	9>10(註一)
月收入					
體驗當地生活型	1.838	0.004*	2.740	0.019*	1>5>6>2>3>4(註二)
居住地					
注重住宿安全型	1.942	0.004*	3.807	0.005*	2>1(註三)
旅遊次數					
方便民宿通路型	3.082	0.000**	4.752	0.003*	1>3(註四)
體驗當地生活型			5.984	0.001**	1>4(註四)

註一：1=學生 2=軍公教 4=工業 5=商業 6=服務業 7=家庭主婦 9=待業中 10=其他

註二：1=10,000 元以下 2=10,001~20,000 元 3=20,001~30,000 元 4=30,001~40,000 元
5=40,001~50,000 元 6=50,001 元以上

註三：1=北部 2=中部 3=南部 4=東部 5=離島 6=其他

註四：1=第一次 2=第二次 3=第三次 4=四次以上

註五：*為 p<0.05 **為 p<0.001

在性別部分，經由 T 檢定得知具顯著性的因素構面為「體驗當地生活型」，顯示男性較女性來的重視在安排當地的活動與內容。**職業部分**，具有顯著的因素構面為「體驗當地生活型」，旅客職業以待業中較其他類為重視。本研究推論可能由於待業中的旅客想藉由旅遊的過程中紓解無業的壓力，因此較為重視當地生活的體驗，期望藉由旅遊來獲得不同的心情。**月收入部分**，具有顯著的因素構面為「體驗當地生活型」，六項月收入皆具有顯著差異，而以月收入 10,000 元以下的旅客更重視體驗當地生活。本研究推論由於月收入在 10,000 元以下的旅客在旅遊時比較沒有太多的預算花費在其他活動或設備等旅遊產品，因此較重視在當地旅遊生活的體驗。**居住地部分**，具有顯著的因素構面為「注重住宿安全型」，居住在中部的旅客較居住在北部的旅客更重視住宿安全。本研究推論由於中部地區較常發生地震等天災，造成中部居民較無安全感，所以旅客會比較重視旅遊時的住宿安全。**旅遊次數部分**，具有顯著的因素構面為「方便民宿通路型」和「體驗當地生活型」。在「方便民宿通路型」方面，以第一次來墾丁旅遊的旅客較第三次來的旅客更為重視民宿通路；在「體驗當地生活型」方面，第一次來墾丁旅遊的旅客較四次以上的旅客更重視體驗當地生活。整體而言，第一次前往墾丁旅遊的旅客在具有顯著的因素構面中，皆比其他旅遊次數

較為重視。本研究推論可能是因為旅客第一次來墾丁旅遊，希望有較方便的通路來了解墾丁民宿的資訊；同時第一次到墾丁旅遊跟去過四次以上的旅客相較之下，對於墾丁地區的環境較為陌生，所以期望能藉由墾丁的民宿來體驗當地的生活特色。

4.4.2 住宿需求滿意度與社經背景及旅遊特性之差異性分析

住宿需求滿意度部份，經由差異性分析後具有顯著之因素如表 5 所示。

表 5 住宿需求滿意度之差異性分析表

因素構面	Wilk' s lambda 檢定		One-Way ANOVA 分析		Duncan 事後檢定
	F 值	P 值	F 值	P 值	
月收入					
服務品質型	1.934	0.002*	6.179	0.000**	5>4>6(註一)
民宿的附加服務			2.527	0.032*	5>6>1(註一)
資訊來源					
環境景觀型	1.654	0.007*	2.797	0.009*	9>3>6(註二)
交通工具					
民宿的附加服務	2.118	0.005*	4.202	0.007*	1>4>3>2 (註三)
環境景觀型			4.366	0.006*	2>4(註三)

註一：1=10,000 元以下 2=10,001~20,000 元 3=20,001~30,000 元 4=30,001~40,000 元
5=40,001~50,000 元 6=50,001 元以上。

註二：1=親友介紹 2=團辦主辦人 3=網路 4=報章雜誌 6=民宿招牌 7=曾經住過 8=在當地決定 9=其他

註三：1=自己開車 2=公車或客運 3=騎機車 4=遊覽車或小巴士

註四：*為 $p<0.05$ **為 $p<0.001$

月收入方面，具兩項顯著的因素構面，其中具顯著的因素構面為「民宿的附加服務」，旅客月收入為 40,001 至 50,000 元者較為其他項收入類群易滿意該民宿的附加服務；具極顯著的因素構面為「服務品質型」，旅客月收入為 40,001 至 50,000 元者較為其他項收入類群易滿意民宿的服務品質。本研究推論由於月收入會影響其旅遊預算，月收入為 40,001 至 50,000 元的旅客因而擁有較高的旅遊預算，多有投宿飯店的經驗，所以會以住宿飯店的服務品質標準影響其民宿的住宿滿意度，其中亦會以一般飯店普遍提供但民宿卻無法常態供應的影響住宿滿意度。**資訊來源方面**，具有顯著的因素構面為「環境景觀型」，以其他項與網路為資訊來源的旅客較其他類群者易滿意民宿之環境景觀，本研究推論對於網路為資訊來源的旅客而言，不易於訂房前實地訪視該民宿，因此會較為注重民宿之周圍是否具多樣遊憩景點、活動空間開闊性與室內裝潢氣氛等。**交通工具方面**，具兩項顯著的因素構面，其中具顯著的因素構面之一為「民宿的附加服務」，交通工具為自行開車的旅客較為其他類群者易滿意民宿的附加服務；另一具顯著的因素構面為「環境景觀型」，交通工具為公車或客運的旅客較其他類群者易滿意民宿的環境景觀。本研究推論由於交通工具為公車或客運的旅客行動機動性較低，需要鄰近多樣週邊景點或是本身本已具備優美景觀的投宿場所，所以旅客民宿之週邊觀光遊憩景點多寡、活動空間開闊性與室內裝潢氣氛等環境景觀因素的滿意程度，則會顯得十分重要。

伍、研究建議

(一)本研究建議業者在針對低消費族群的旅客時，可以充分結合墾丁當地的資源和民宿本身的特色，安排具有吸引力的體驗活動，來豐富旅客的行程，並利用配套措施來推出價位合理的套裝旅遊行程。針對高收入族群，可能將民宿所提供的各項設施與服務與以往體驗過的旅館相比較，期望自己所選的民宿，有類似這樣服務及設施是較好的，因此建議可提升本身民宿的服務品質與附加服務，藉以吸引高消費族群。

(二)民宿業者針對第一次來消費的旅客應加強宣傳策略及拓展行銷通路，方便旅客取得住宿資訊，並同時增加活動安排之豐富性及多樣化，以提高旅客的重注意願；而已經去過墾丁四次以上的旅客，可能因為對於已經體驗過的活動之嘗試性不高，想轉而尋求別於以往的旅遊經驗，因此業者在這方面應推陳出新，設計較新奇且更具有特色的設施或活動，來增加旅客對民宿的新鮮感，並提高民宿業者本身的競爭力。

(三)交通工具為公車或客運的旅客對民宿的環境景觀型滿意度較高，推論可能因為此類旅客群的旅遊機動性不高，所以對於選擇的民宿停留時間會長一些，因此建議民宿業者可加強該民宿之活動空間開闊性與室內裝潢氣氛等方面之景觀，以吸引此類消費族群。

(四)研究結果發現資訊來源以網路最多，而在資訊發達的網路世界下，除了學生族群會上網搜尋之外，本研究認為選擇住宿地點網路化亦為未來的新導向，建議業者在網路方面應加強商家資訊的提供。

參考文獻

1. 丁國璽(2003)，影響飯店業服務品質因素之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理研究所，台中。
2. 台灣省旅遊局(1998)，*民宿制度之研究*，台中：台灣省旅遊局。
3. 交通部觀光局(2002)，*南庄地區民宿概況之調查與分析期末報告*，台北：交通部觀光局。
4. 交通部觀光局(2003)，*各縣市政府輔導民宿登記單月統計報表*，台北：交通部觀光局。
5. 吳昌宏(1990)，台北市國際觀光旅館消費行為之研究，碩士論文，東海大學企業管理研究所，台中。
6. 林宜甲(1998)，國內民宿經營上所面臨問題與個案分析－以花蓮縣瑞穗鄉舞地區為例，碩士論文，東華大學自然資源管理研究所，花蓮。
7. 姜惠娟(1997)，休閒農業民宿旅客特性與需求之研究，碩士論文，中興大學園藝研究所，台中。
8. 浦心慧(1991)，遊憩區遊客選擇住宿行為之研究，碩士論文，中興大學園藝研究所，台中。
9. 翁廷碩(2001)，中高齡族群對常駐行旅館需求之探究，碩士論文，中國文化大學觀光事業研究所，台北。

10. 高麗真(1993)，國民旅社住宿旅客市場特性之研究，碩士論文，逢甲大學土地管理研究所，台中。
11. 張錫鈞、林子郁、林佳威、黃文遠、張國慶、俞惠雄(2003)，*第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會*，中興大學，p.45-61。
12. 陳怡君(1995)，女性消費者觀光旅館服務品質滿意度研究，碩士論文，中國文化大學觀光事業研究所。
13. 陳思倫(1992)，國民旅舍住宿旅客之旅館選擇因素及滿意程度分析，*交通建設* 41(9)：p.16-29。
14. 陳詩惠(2003)，民宿遊客市場區隔之研究－以清境地區為例，碩士論文，中國文化大學觀光事業研究所，台北。
15. 黃淑美(1996)，遊客對北海岸風景特定區住宿設施及服務的偏好與滿意度之研究，碩士論文，東海大學景觀學研究所，台中。
16. 楊永盛(2003)，遊客對宜蘭地區民宿評價之研究，碩士論文，世新大學觀光研究所，台北。
17. 廖榮聰(2003)，民宿旅客投宿體驗之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理研究所，台中。
18. 潘正華(1994)，台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上興建民宿建築之法令可行性研究，碩士論文，台灣大學農業工程學系研究所，台北。
19. 謝秉育(2001)，玉山國家公園解說志工參與動機，控制信念與工作滿足。國立台中師院環境教育研究所碩士論文。
20. 韓選堂、顧志豪(1992)，休閒農業發展中民宿建築類型之選擇研究，*農業工程學報*，38(3)，p.38-55。
21. Chapman, R.G.(1993),Brand Performance Comparative. *Journal of Products & Brand Management*, 2 (1) ,p42-50.
22. Coffman, C.D.(1973).Recknagel Marketing For a Full House.A Complete of Major Hotel/Motel Operation Planning, Vol.2 (2):50. Cornell University, School of Hotel Administration.
23. Kotler,P.(1994). *Marketing Management Analtsis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey：Prentice-Hall.
24. Martilla, J. A. and James, J. C.(1977).Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41 (1), p.77-79.
25. Rao, M.S. (2000) .Identification of Key factors of User's Satisfaction for Banking Software Products and Development of Importance-Performance Map(2002). <http://ces.iisc.emet.in/mails/972625305.html>