

民宿旅客住宿型態偏好之研究

林奕君¹⁾ 歐聖榮²⁾

關鍵字：民宿、住宿型態偏好、重宿旅客

摘要：本研究之目的乃在探討民宿重宿旅客住宿特性與住宿型態偏好之研究，冀藉由本研究能對民宿業者於旅客關係管理提出建議，以達到民宿長久經營之目標。本研究採郵寄問卷之方式，針對國內合法民宿重宿旅客進行研究。研究結果發現，民宿重宿旅客之偏好認同度最高者為「親切樸實的熱情招待」及「賞心悅目的環境景觀」；住宿型態偏好認同度最低則為「多樣齊備的附屬設施」及「豪華享受的客房設備」，且民宿旅客特性不同對於住宿型態之偏好也會有所差異。

前 言

近年來由於政府積極推動觀光產業的發展，國內興起一股休閒旅遊風氣的熱潮，許多面對 WTO 威脅的傳統農業地區及力求重建的地震災區，為尋求新的生機，在社區發展意識的帶動下，也紛紛轉型發展觀光旅遊，因而掀起國內一波民宿旅遊風潮。

民宿與一般的觀光旅館不同，主要是在地人將自家的住宅空間提供予旅客住宿，並以副業方式經營的一種住宿業，旅客不僅能體驗當地的生活、了解當地的文化、認識當地的產業，更能感受到地方的暖暖人情。故可知民宿為一種相當仰賴地方資源生存的產業，除提供旅客一般之餐飲住宿功能外，最重要的更在於其地方特色及旅遊吸引力之展現。自民宿旅遊受到國人重視後，便開始以驚人的速度蔓延於各觀光風景地區，根據交通部觀光局所統計之【各縣市政府輔導民宿登記現況】，自民國 92 年 2 月份至 94 年 3 月份止，國內民宿之函報現有家數由 600 家增加至 1785 家，短短兩年時間，增加了 1185 間民宿，可見其成長速度之驚人。

1) 國立中興大學園藝學系碩士班研究生。

2) 國立中興大學園藝學系教授，通訊作者。

由於民宿旅遊漸趨流行，民宿市場快速發展，供過於求的狀況下，整體產業經營環境出現激烈競爭的情形。許多業者為在激烈競爭中得以生存，開始將民宿轉向專業化的經營方式，以強調高價位、高品質為訴求，目的在以豪華設備的高級享受達吸引旅客之目的，故一間間的大型民宿於觀光風景區隨之而生，國內民宿產業也漸漸失去真正的內涵，成為觀光地區單純過夜的豪華旅館。就本質上來看，民宿本該是一種強調主客交流互動、著重地方資源特色之突顯及重視旅客多樣化住宿體驗的休閒產業，其經營必須基於其本身的實體特色、優質的民宿形象、精準的市場區隔以及成功的產品定位，才能使其在市場中具有優勢的競爭地位。

基於以上之研究背景與動機，本研究擬以民宿重宿旅客之住宿型態偏好程度及住宿特質之情形，來探討影響民宿旅客選擇再次投宿之主要原因，及旅客之個人住宿特質對於住宿型態偏好之影響作用，以提供民宿經營者於民宿永續經營管理之參考。

文獻回顧

一、民宿之定義

民宿為台灣近年來新興的一種觀光休閒產業，早期國內民宿的起源，主要是為解決假日觀光地區住宿設施的供需問題，衍變至今日，民宿的內涵並非僅止於提供旅客住宿的場所，除了住宿空間的提供外，自然傳統文化的體驗與農村休閒產業之結合更是現今民宿所涵蓋的範圍，透過有別於一般旅館之住宿體驗及旅遊服務的提供，來滿足投宿旅客之觀光遊憩與文化體驗上的需求，以創造更高的遊憩價值與效益。然而國內在【民宿管理辦法】制定之前，對於民宿一直無一個標準的規範，回顧過去國內學者對於民宿之定義，發現有從周邊資源著手、有從經營型態提起或從住宿體驗來探討等，雖然觀點不同，然而每種定義都有其考量之重要內涵與意義。

在民宿經營型態方面，何郁如、湯秋玲(1989)、郭永傑(1991)、潘正華(1994)指出民宿為居民利用私人住宅空間出租予旅客的家庭副業，與一般旅館專業經營之旅館不同。高崇倫(1998)進一步指出民宿除了提供旅客住宿空間外，還具備有與民宿主人交流認識及體驗鄉村生活的特質。林宜甲(1998)、高崇倫(1998)、林梓聯(2001)則提到在外部資源方面，民宿需結合週邊的自然及人文資源特色，以做為民宿經營特色的基礎。林梓聯(2001)更進一步指出所謂之自然資源包括自然環境、景觀、產業和文化，而經營者必須活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客自然的接觸、認識與體驗。

有鑒於國內民宿業之興盛，但水準卻參差不齊且缺乏完善的管理制度，政府於 2001 年底正式通過「民宿管理辦法」，對於民宿定義、設置地點、建築規模、消防設備以及經營設施基準等開始有詳細的規範。根據民宿管理辦法中第三條之定義，民宿為一種利用自用住宅空間房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家

庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所，且需經過合法的申請與登記，才得以正式經營。此後學者便皆以此做為國內民宿之正式的定義。

二、民宿產業經營特性

民宿雖與旅館一樣，主要都是提供旅客住宿的場所，但民宿在其經營發展的型態上卻有不同於一般旅館業的特質。依據【民宿管理辦法】之定義，民宿為利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。相較之下民宿與旅館業雖然都提供了旅客一個住宿的場所，但其週邊資源、經營規模、產業型態...等都有明顯的差異。

有關民宿與一般旅館業的區別，Alastair, Philip, Gianna, Nandini & Joseph (1996)認為可由以下五點來區分：(1) 民宿具有私人服務的，與主人具有某一程度上交流；(2) 具有特殊的機會或優勢去認識當地環境或建物特質；(3) 通常是產權所有者自行經營，非連鎖經營；(4) 特別的活動提供給遊客；(5) 較少的住宿容量。

姜惠娟(1997)指出民宿與一般旅館最大不同的特色在於，民宿比起一般旅館應具有平價合理的收費及自助性的服務，且民宿在經營上不重在強調設備的豪華氣派、服務的專業精緻，而是著重在其住宿環境的安全衛生與濃厚人情的家庭氣味；更重要的是民宿還需結合周邊的自然資源並配合當地的人文特色，讓遊客能感同身受的體會當地之風土民情，並進而提供運動、休閒、娛樂等功能，讓遊客充分感受到休閒的樂趣。

鄭健雄(2001)具體指出民宿經營的三項重要條件，分別為豐富的區域資源、舒適溫馨的住宿空間及認真用心的主人；鄭健雄、吳乾正(2004)則主張除上述三項必備條件外，民宿的經營上還需根據其本身的實體特色(建築風格、料理、區位)、優勢地位、品牌形象、市場區隔及產品地位來制訂相關的民宿經營策略。

三、民宿旅客特性

(一) 民宿旅客投宿動機

在民宿旅客之投宿動機方面，Dawson & Brown(1988) 研究中指出 11 項旅客在選擇投宿民宿時的主要原因，依其重要程度依序羅列如下：(1)地理位置；(2)親切的服務；(3)喜歡 B&B 的體驗；(4)膳食；(5)介紹；(6)此地區有住宿需求；(7)價格；(8)有效的廣告；(9)地方性的吸引力；(10)對 B&B 有特殊的興趣；(11)想嘗試有交流的住宿。姜惠娟(1997)參考 Dawson & Brown (1988)之問項，針對休閒農民宿旅客特性與需求進行研究，研究結果指出，遊客在旅遊過程中選擇住宿時會選擇民宿之原因依其重要程度排序如下：(1) 民宿較為親切樸實；(2) 民宿的環境遠離都是與人群；(3) 民宿的環境讓我有鬆弛身心的感覺；(4) 宿地點周邊有美麗的風景及視野；(5) 享受不同於日常生活的體驗；(6) 民宿較不吵雜擁擠；(7) 民宿的消費較符合我的預算。嚴如鈺(2002)針對民宿消費者型態進行相關之研究，研究結果指出遊客在選擇民宿之動機上主要以樸實親切、經濟因素、住宿體驗以及社交追尋為主要選擇之原因；廖榮聰(2003)分析民宿遊客之投宿動機，研究結果顯示民宿周邊的自然環境、民宿內部的悠閒氣氛以及民宿親切樸實的服務為促使遊客選擇投宿民宿的

最主要原因；黃俊傑(2002)於遊客住宿型態選擇之研究中，比較投宿於不同住宿型態下遊客重視之住宿屬性因子之差異，結果發現草根親切樸實的服務、與主人有互動認識的機會、可以了解地方風土民情與參與當地的特殊活動為投宿民宿遊客所最重視之因子。

研究設計

一、研究範圍與對象

本次研究主要以交通部觀光局所公佈之國內(不包含外島)合法登記營業民宿為主要研究範圍，研究對象則是針對曾於任一間民宿有過住宿經驗之本國旅客為主，為使問卷資料能確實符合本研究之目的及需求，需針對受測旅客之身分做相關之限制，故本次研究僅針對曾經在同一間民宿有過兩次以上(包括2次)住宿經驗之旅客為主要之研究母體。

二、研究方法

為提高本研究調查之有效度，本研究採以立意抽樣法(purposive sampling)，以郵寄問卷之方式，懇請民宿業者針對符合本研究限制條件之住宿旅客進行調查。

結果討論

一、樣本描述

調查期間共計回收有效問卷 229 份。

(一)旅客社經背景

在旅客社經背景之頻度分析中，整體而言受訪旅客女性多於男性，但差異不大；以 21-30 歲者為最多，佔有效樣本數之 44.1%；教育程度以大學為最多，佔有效樣本數 65.0%；在婚姻及家庭狀況方面，以未婚為居多，佔有效樣本數之 47.6%；職業以服務業為最多，佔有效樣本數之 30.1% 居住地方面，半數以上多居住在北部地區，佔有效樣本數之 54.1%。

(二)旅客住宿特性

在住宿特性方面，受訪旅客之主要住宿資訊來源以親友介紹居多，佔有效樣本數 36.2%；在旅客個人平均消費支出金額部分，以平均消費金額 1201~3000 元居多，佔有效樣本數之 54.6%；旅遊夥伴部分以朋友/同學/同事一同前來居多，佔有效樣本數之 52.0%；在推薦民宿行為方面有高達 94.3%%之旅客曾向他人推薦過該民宿；在民宿決策方面，以受訪旅客中自己決定的居多，佔有效樣本數之 46.7%。

二、旅客個人旅遊住宿偏好敘述性統計分析

在旅客個人旅遊住宿型態偏好之敘述性統計部分，其偏好型態之平均值高低排序如表 1 所示。由表 1 可知，在旅遊住宿偏好型態部分，旅客之偏好認同度最高者為「親切樸實

的熱情招待」(平均值= 4.6943)，其中非常同意者佔 72.5%，同意佔 24.4%。其次依序為「賞心悅目的環境景觀」(平均值=4.4716)、「互動交流的住宿體驗」(平均值=4.3057)、「專業完善的住宿服務」(平均值=4.2402)及「地方特色的體驗活動」(平均值= 4.2009)。在「賞心悅目的環境景觀」部分，旅客回答非常同意者佔 52.4%，同意者佔 42.8%；「互動交流的住宿體驗」部分，非常同意者佔 43.6%，同意者佔 43.8%，普通者則佔 12.2%；「專業完善的住宿服務」部分，非常同意者佔 41.0%，同意者佔 42.4%，普通者佔 16.2%；「地方特色的體驗活動」非常同意者佔 36.2%，同意者佔 48.5%，普通者佔 14.4%。

本次受訪旅客對於旅遊住宿型態偏好認同度最低的為「多樣齊備的附屬設施」(平均值=3.1572)，其次依序為「豪華享受的客房設備」(平均值=3.4454)、「高級精緻的美食餐飲」(平均值=3.6507)、「低價便宜的消費價格」(平均值=3.8428)、「便利可及的交通位置」(平均值=3.8734)等五項，然而此五項因子之平均分數均大於中間值(3.0)，顯示旅客對於這些住宿型態因子仍抱持正面的看法，並非完全持排斥之心態，亦即相較於偏好認同度較高之前五項因子而言，多樣齊備附屬設施、豪華享受客房設備、高級精緻美食餐飲、低價便宜消費價格與便利可及交通位置，為旅客選擇旅遊住宿時之次要考量因素，而非負面影響之因子。

表 1. 民宿旅客住宿型態偏好之敘述性統計分析及排序

Table 1. The descriptive statistic analysis and rank for accommodation preferences.

排序	問項內容	同意程度百分比 %					平均值	標準差
		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意	Mean	S.D
1	親切樸實熱情招待	0	0	3.1	24.4	72.5	4.6943	0.5240
2	賞心悅目環境景觀	0	0.4	4.4	42.8	52.4	4.4716	0.6036
3	互動交流住宿體驗	0	0.4	12.2	43.8	43.6	4.3057	0.6965
4	專業完善住宿服務	0	0.4	16.2	42.4	41.0	4.2402	0.7309
5	地方特色體驗活動	0	0.9	14.4	48.5	36.2	4.2009	0.7095
6	便利可及交通位置	0.4	2.2	26.2	52.0	19.2	3.8734	0.7531
7	低價便宜消費價格	0.4	3.1	31.0	42.8	22.7	3.8428	0.8228
8	高級精緻美食餐飲	2.2	5.7	38.0	33.1	21.0	3.6507	0.9460
9	豪華享受客房設備	1.7	11.4	41.9	30.6	14.4	3.4454	0.9332
10	多樣齊備附屬設施	5.7	17.0	46.3	17.9	13.1	3.1572	1.0394

三、假設檢定

由表 2 可知經由 one-way ANOVA 及 t-test 檢定後，發現不同性別的民宿旅客在「親切樸實熱情招待」及「互動交流住宿體驗」之偏好程度上有顯著差異之情形；不同年齡之旅客對於「便利可及交通位置」之偏好程度有顯著差異之情形；不同教育程度之旅客對於「賞心悅目環境景觀」及「親切樸實熱情招待」之偏好程度有顯著差異情形；住宿資訊來源管道不同之旅客對於「高級精緻美食餐飲」之偏好程度有顯著差異情形；平均住宿消費金額不同之旅客對於「賞心悅目環境景觀」、「高級精緻美食餐飲」、「地方特色體驗活動」及「便利可及交通位置」之偏好程度有顯著差異情形；旅遊夥伴不同之民宿旅客對於「賞心悅目環境景觀」之偏好程度有顯著差異情形；曾經推薦過該民宿之旅客與未曾推薦過之旅客對於「賞心悅目環境景觀」、「親切樸實熱情招待」及「互動交流住宿體驗」之偏好程度上有顯著差異之情形。

表 2. 民宿旅客之個人社經背景對住宿型態偏好之 t 檢定與單因子變異數分析

Table 2. Results of the t-test and one-way analysis of variance for personal socio-economic background and accommodation preferences.

	豪華享受客房設備	賞心悅目環境景觀	高級精緻美食餐飲	專業完善住宿服務	地方特色體驗活動	親切樸實熱情招待	多樣齊備附屬設施	互動交流住宿體驗	便利可及交通位置	低價便宜消費價格
性別	.347	.882	.414	.564	.958	.045*	.767	.028*	.778	.115
年齡	.702	.715	.401	.730	.106	.783	.704	.808	.011*	.331
教育程度	.655	.011*	.338	.352	.061	.001**	.194	.151	.062	.496
職業	.757	.467	.834	.455	.223	.364	.058	.733	.024*	.023*
月收入	.587	.370	.155	.739	.187	.290	.456	.156	.749	.650
居住地	.778	.052	.405	.465	.282	.081	.746	.113	.388	.352
住宿資訊來源	.047	.064	.001**	.383	.092	.239	.921	.623	.316	.373
平均消費金額	.062	.028*	.000***	.099	.007*	.390	.090	.080	.000***	.835
旅遊夥伴	.446	.026*	.235	.313	.022	.679	.744	.052	.240	.527
推薦行為	.319	.012*	.324	.298	.014*	.000***	.335	.000***	.272	.514

*達 p<0.05 顯著水準 ** p<0.01 顯著水準 *** p<0.001 顯著水準

結論與建議

一、研究結論

本研究主要在探討民宿旅客之住宿型態偏好以及不同特性之旅客其偏好程度之差異情形，並以重宿旅客為主要研究對象，藉由其所偏好之住宿型態，來探討促使其再次投宿的原因。綜合前述分析之結果，民宿重宿旅客所偏好之住宿型態排序最高的為「親切樸實的熱情招待」，其次則為「賞心悅目環境景觀」及「互動交流住宿體驗」；重宿旅客偏好程度較低的住宿型態則為「多樣齊備附屬設施」及「豪華享受客房設備」。另外，旅客之個人特質及旅遊特性不同，也會影響其對於不同住宿型態之偏好程度。

二、民宿經營管理建議

由本研究之結果可知，對民宿重宿旅客而言於，經營者的「親切樸實的熱情招待」以及民宿週邊之「賞心悅目環境景觀」為旅客所最注重的，而「多樣齊備附屬設施」及「豪華享受客房設備」則較不受到旅客之重視，此外旅客個人的特質也會影響其偏好的住宿型態，故建議民宿經營者於民宿之經營與旅客關係管理上可針對目標客群來決定民宿之經營主題與方向。就整體的長遠效益來看，與旅客間良好互動關係之建立，為民宿長久經營之重要關鍵所在。

參考文獻

- 何郁如、湯秋玲。1989。墾丁國家公園住宿服務現況之研究。戶外遊憩研究 2(1)：51-62。
- 林宜甲。1998。國內民宿經營的問題與個案分析—以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例。東華大學自然資源管理研究所碩士論文。台灣 花蓮。
- 林梓聯。2001。日本農村建設成功的經驗。農政與農情 106：54-59。
- 姜惠娟。1997。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。中興大學園藝研究所碩士論文。台灣 台中。
- 高崇倫。1998。遊客對國營休閒農場遊憩環境體驗之研究—以武陵農場為例。文化大學觀光事業研究所碩士論文。台灣 台北。
- 郭永傑。1991。山地民宿村莊之計劃理念與營運計劃。休閒農業經營手冊 106-111。行政院農委會。
- 黃俊傑。2002。遊客住宿型態之研究。嘉義大學管理研究所碩士論文。台灣 嘉義。
- 廖榮聰。2003。民宿旅客投體驗之研究。朝陽大學休閒事業管理系碩士論文。台灣 台中。
- 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之法令可行性研究。台灣大學農業工程學系碩士論文。台灣 台中。
- 鄭健雄。2001。民宿經營之道。農業經營管理會訊 27: 6-9。
- 鄭健雄、吳乾正。2004。渡假民宿管理。臺北市：全華科技圖書股份有限公司。

嚴如鈺。2002。民宿使用者消費型態之研究。輔仁大學生活應用科學系碩士論文。台灣 台中。

Alastair, M. M., L. P. Philip, M. Gianna, N. Nandini, and T. O. Joseph. 1996. Special Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development. *Journal of Travel Research* (Summer): 18-25.

Dawson, C. P. and T. L. Brown. 1988. B&Bs: A Matter of Choice. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 29: 17-21.

A Study on Repurchase Visitors' Accommodation Preferences for B&B Industry

I-Chun Lin ¹⁾ Sheng-Jung Ou ²⁾

Key words: Accommodation Preferences · B&B Industry · Repurchase Visitors

Summary

The purpose of this study was to explore the repurchase visitors' accommodation preferences for B&B industry. Through this study, it was expected that customer relationship management suggestions help B&B managers achieve the objectives of sustainable development. The questionnaires were distributed to the visitors who have been stayed in B&B over 2 nights or more in Taiwan. The study used mail questionnaire survey method to collect the required data. Results of this study demonstrated that repurchase visitors had the highest preference for "cordial and sincere greeting from B&B hosts" and "pleasing environment", while "the luxurious equipments" was rated as the least important ones. Furthermore, the socio-economic background of repurchase visitors with different characteristics had different preferences of selecting the accommodation demand.

1) Graduate Student, Department of Horticulture, National Chung Hsing University.

2) Professor, Department of Horticulture, National Chung Hsing University. Corresponding author.

