

北宜高速公路開通後對宜蘭地區民宿經營之影響 — 以北部地區為例

沈鈺婷¹⁾ 歐聖榮²⁾ 黃郁琇³⁾

關鍵字：民宿、吸引力、業者策略、關鍵成功因素

摘要：臺灣民宿從 1980 年發展至今，儼然成為臺灣地區旅遊活動中不可或缺的居住選擇之一；但在旅遊過程中，交通的可及性一直是影響地區觀光之重要因素，更間接影響遊客住宿行為。研究目的首先針對北宜高速公路通車後，遊客的旅遊行為是否會受影響；再探討北部遊客對民宿吸引力、業者經營策略與住宿行為的認同度。本研究以量化研究為主，針對宜蘭國立傳統藝術中心遊客為調查對象，一共獲得 356 份問卷，其中抽取北部遊客問卷共 275 份進行分析。因素分析共萃取出五項民宿吸引力構面：「民宿基本硬體及服務之吸引力」、「民宿之活動吸引力」、「民宿之餐飲吸引力」、「民宿價格之吸引力」、「民宿周邊環境及附屬設施之吸引力」。經營者可依據屬性之重要程度，滿足遊客之需求。因素分析萃取出七項業者策略構面：「民宿提供的活動體驗」、「民宿提供住宿相關設備」、「民宿業者提供的促銷方式」、「民宿業者提供附加的相關服務」、「民宿的周邊套裝行程服務」、「民宿的硬體設施特色」、「民宿的休閒娛樂及餐飲設施」。此因素構面受遊客認同程度即可作為將來民宿面對重大交通建設後經營方向之參考。

前 言

政府單位對於歷經十五年才興建完成通車的北宜高速公路有許多的期望，在實質方面，希望能縮短台北、宜蘭兩地之間往返的行車時間，同時提昇蘇澳港的內陸轉運功能，使之成為日後環島高速公路網不可或缺的一環。在附加的經濟效益方面，希望藉由北宜高

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。

3) 國立中興大學園藝學系博士班研究生。中州技術學院景觀設計系講師。

速公路的開通來促進北部區域均衡發展，並催化產業東移政策之成果，加速東部區域之健全發展。另外，最主要的目的，是希望藉此促進蘭陽平原產業升級及觀光發展，加強蘭陽平原與台北都會區同步發展。

北宜高速公路是台灣的一項重大交通建設，在開發的過程中，各界都非常關心相關的議題，尤其是對宜蘭產業發展的影響。因此近年來與北宜高速公路相關的研究不斷出現，然而，在這些文獻中，實際關切重大交通建設對宜蘭觀光業所造成之影響的研究並不多。相關研究皆以北宜高速公路之結構、經濟等主題為主，唯有交通部臺灣區國道新建工程局（2007）在國道五號南港蘇澳段通車前後進行調查分析，結果指出前往宜蘭旅遊的遊客住宿意願由 74%減少至 61.3%。

宜蘭縣以「觀光立縣」為主要縣政發展目標，二十餘年來所累積的各項建設，使得縣內觀光發展條件大幅改善。台灣自 1998 年政府實施週休二日政策以來，民眾的旅遊型態改變，使得民宿成為台灣地區旅遊活動主要的居住選擇之一，近年來已成為一項熱門的觀光產業，其中，宜蘭民宿數量佔台灣民宿市場的一成左右，在經營手法更稱得上是同業中的楷模。然而觀光產業需有多面向的發展配合，尤其是在旅遊過程中，交通的可及性是影響地區觀光之重要因素。因此北宜高速公路開通後相關報導進一步指出，因兩地距離縮短，使得民宿住宿率並不如業界所期待，反而有降低現象。故本研究於 2007 年 3 月 22 日至 7 月 26 日間進行初步調查，抽取宜蘭 18 家民宿進行訪談，經由分析發現宜蘭地區民宿之住宿量及住宿率確實有所改變。總體來說，北宜高速公路開通後，至宜蘭旅遊的遊客有增加之趨勢，然而因交通可及性增高，住宿率反而有減少的現象。

本研究主要希望探討交通建設是否對前往宜蘭旅遊的北部遊客住宿行為造成影響，另外透過北宜高速公路開通後業者策略部份進行訪談，期望由訪談中了解業者是否因為高速公路的開通而改變經營策略，並進一步瞭解，這樣的改變是否會增加北部遊客的留宿意願。此研究結果除了可以得知目前業者策略在遊客面的認同程度外，更可做為未來民宿經營之實務應用參考。

本研究欲確認北宜高通车後，前往宜蘭的北部遊客對於民宿吸引力屬性之認同程度，並探討北宜高通车後是否影響遊客前往宜蘭民宿體驗之意願，最後剖析業者在面對交通改變後，其所因應的經營策略是否符合北部遊客期望，經由研究所得之結果，能做為民宿業者未來經營民宿時之實務應用與經營策略的調整依據。

研究方法

一、研究架構

本研究主要針對選擇到訪宜蘭之北部遊客作為研究對象，探討受北宜高影響後北部遊客旅遊行為之改變情形，另外針北部對遊客特性與北宜高開通後遊客旅遊行為、民宿吸引力及業者經營策略的認同程度差異(如圖 1)。

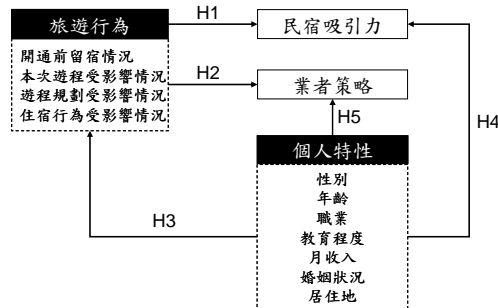


圖 1. 研究架構圖

Fig. 1. Research framework of this study

二、問卷設計與抽樣調查

(一) 問卷設計及流程

本研究問卷發展主要針對到訪宜蘭之北部遊客設計分為：遊客之旅遊行為、民宿吸引力、業者經營策略、遊客的人口統計及特性等四大部份，並以結構式問卷(structured questionnaire)設計進行問卷調查。

(二) 問卷量表

經由上述設計流程，問卷擬定四部份：(1) 旅遊行為；(2) 民宿吸引力；(3) 業者經營策略；(4) 個人基本資料。其變項等級及內容分述如下：

1. 旅遊行為

旅遊行為的問卷擬定部分參考交通部臺灣區國道新建工程局(2007)在國道五號通車前後調查分析計畫及許瑛卉(2006)北宜高通車對蘇澳觀光衝擊之探究的遊客問卷問項作為構面基礎，主要針對通車前的旅遊行為、本次旅遊狀況、通車後對遊程規劃的影響、通車後對旅遊行為的影響等議題進行擬定，問項內容包含通車前的留宿狀況、通車前的住宿地點、開通後與本次旅遊狀況之關係、本次旅遊之遊程規劃、本次旅遊之住宿地點、通車後對遊程規劃的影響、通車前的遊程規劃、通車後的遊程規劃、通車後對旅遊行為的影響、影響住宿行為的情況。

2. 民宿吸引力

在民宿吸引力問項部分針對民宿經營本身相關屬性及文獻整理參考浦心蕙(1992)、姜惠娟(1997)、觀光局(2002)、廖榮聰(2003)、葉陳錦(2005)、林奕君(2005)作為問項基礎共有 49 題問項，唯礙於前測受測者反應問項過多，造成遊客填寫意願低，因此經挑選出前 20 項，構成問卷第二部份民宿吸引力，用李克特態度量表(Likert scale)之測量方式，每一個問項均包含五個態度等級，分別為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」。

3. 業者策略

根據研究目的與文獻所獲得的觀光現況資料，訪談宜蘭民宿業經營者對於通車後所實行之經營策略，首先瞭解民宿業經營在北宜高速公路開通後遊客特性影響為何；除此之外，訪談民宿業經營策略並由調查結果了解通車後遊客的變化。經上述分析後得知業者經營策略共 23 題問項，為避免遺漏，在透過民宿經營關鍵成功因素做檢測，最後此部分共有 30 題問項。

4. 個人基本資料

個人基本資料問項包括性別、年齡、職業、教育程度、月收入、婚姻狀況、子女狀況、居住地以及旅遊夥伴。

(三) 調查與抽樣方式

1. 抽樣地點

本研究依觀光局 96 年宜蘭縣主要觀光遊憩景點遊客人次統計，篩選出前三名遊憩景點依序分別為五峰旗瀑布(2,544,495 人次/年)、國立傳統藝術中心(1,144,754 人次/年)、冬山河親水公園(560,570 人次/年)，由於冬山河親水公園遊客受宜蘭縣政府舉辦活動之限制，五峰旗瀑布因無收費及門票制度，遊客分布過廣掌握不易，因此經考量後選定國立傳統藝術中心為本研究抽樣調查地點。

國立傳統藝術中心位於宜蘭縣五結鄉冬山河下游，與冬山河親水公園僅一河之隔。園區佔地 24 公頃，園內設置演藝廳區、工藝坊區(含民藝大街、工藝作坊、工藝傳習場、主題展示館、童玩坊、兩天表演坊、傳統小吃坊、服務處、寺廟、戲臺及廣場)、產業景觀區，另有入口處及停車場區、行政中心區、住宿區等。傳統藝術中心於 91 年成立，其設立是為了推動與保存臺灣文化，範圍涵蓋傳統的戲劇、音樂、工藝、舞蹈、童玩、民俗雜技等類及創發國內傳統藝術良好的環境和人才培育。

2. 抽樣日期及抽樣方式

本研究以現地訪問法，隨機抽樣調查地點之遊客，問卷發放人員在調查時會先表明身分，說明調查原因與目的之後，調查員採一對多的方式進行施測，原則上同一時間之受訪者為三至四位，最多不高於六位。原則上不勉強遊客填答問卷，所以填答問卷係以其自由意願為主，假使該名遊客拒訪，則立即選取下一位最接近訪員的遊客進行問卷的填答。此外，為了確保比較高的回收率與問卷填答的有效率，進行當中若遊客對問項有不了解及疑問之處，或者遇到有年紀較長之遊客，本研究調查員將針對問題予以協助及說明。

三、資料分析方法

(一) 描述性統計(Descriptive statistics)

描述性統計是一套用以整理、描述、解釋資料的系統方法與統計技術(邱皓政, 2006)。利用描述性統計可以計算出各個變項之平均數(Mean)、標準差(Standard Deviation)、百分比、排序等統計量，描述各個變項之分布情形及高低程度，作為後續分析的基礎資料。

本研究利用描述性統計說明「遊客個人基本資料」、「遊客對民宿吸引力之認同度」、「遊客對業者經營策略之認同度」、「遊客旅遊行為」中各變項內容之分配狀況，並用以比較說

明遊客對民宿吸引力的認同度與遊客對業者經營策略留宿意願程度差異與可能之關聯。

(二) 信度分析(Reliability Analysis)

邱皓政(2006)說明信度(reliability)即是測量的可靠性(trustworthiness),係指測量結果的一致性(consistency)或穩定性(stability)。本研究利用「Cronbach's α 係數」方法比較民宿吸引力問項與業者經營策略問項內的同質性。

(三) 因素分析(Factor Analysis)

有關進行因素分析時所需要的樣本大小方面,Comrey 建議樣本數在 100 以下不宜進行因素分析,樣本數 250 左右是普通,樣本數在 300 以上較佳。倘若受測母體具有相當的同質性,變數項目不多,則樣本數可在 100 至 200 之間或者 Gorsuch 建議樣本數為變項數的五倍,並高於 100 以上就可以得到比較穩定的結果(邱皓政,2006)。本研究有效問卷共計 275 份,達因素分析標準,並藉由信度分析結果促使民宿吸引力及業者經營策略部份的因素縮減。

結果與討論

一、樣本描述

受訪遊客中男性有 123 位(44.1%),女性共計 152 位(55.3%)。年齡分布方面以「21-30 歲」者居多共 112 位,佔 40.7%,次之為「31-40 歲」共 69 位(25.1%),而「41-50 歲」佔 36 位(13.1%)。受訪遊客職業以工商行號有 76 位(27.6%)者最多,次之為學生 68 位(24.7%),接下來為服務業共 57 位(20.7%)。以教育程度為專科/大學者共計 154 位(56.0%)者最多,次者為高中職程度 71 位(25.8%),接下來依序為碩士者共 30 人(10.9%)。以遊客個人月收入來看以「30,000~39,999」最多,共 57 人(20.7%),收入為「無收入」及「20,000~29,999」次之。婚姻方面受訪遊客以「未婚」居多,共 157 位(57.1%)。以居住地來看居住於台北的遊客為最多,共 180 位(65.5%),其次為居住桃園之遊客,共 46 位(16.7%)。

二、受訪遊客旅遊行為分析

(一) 開通前留宿情況：北宜高速公路開通前曾留宿於宜蘭的遊客為 186 人(67.6%)。其中曾留宿宜蘭的遊客之中,最常居住於民宿的遊客有 63 人(22.9%),其次為較常居住一般旅館的遊客有 38 人(13.8%)。

(二) 本次遊程受北宜高開通影響情況：受影響之遊客有 246 人(89.5%),未受北宜高開通而規劃本次遊程的遊客有 29 人(10.5%)。由結果顯示,在受訪遊客中多數的遊客皆受北宜高開通之影響,可見交通建設的發展的確可促進觀光的发展。

(三) 遊程規劃受北宜高開通影響情況：受開通而影響遊程規劃的遊客有 193 人(70.2%),未受北宜高開通而影響遊程規劃的遊客有 82 人(29.8%)。

(四) 住宿行為受北宜高開通影響情況：受影響住宿行為之遊客共 164 人(59.6%),未受北

宜高開通而影響住宿行為之遊客共 109 人(39.6%)。另外在受北宜高速公路開通後影響住宿行為的 164 位遊客中，其中受開通影響而選擇不住宿的遊客有 95 人(59.4%)，受開通影響而選擇住宿的遊客有 65 人(23.6%)。

三、民宿吸引力之認同程度

在民宿吸引力的認同程度方面，北部遊客認為的吸引力前 5 順位分別為「環境清潔衛生(4.57%)」、「住宿環境讓我有身心鬆弛的感覺(4.49%)」、「親切及樸實的服務(4.42%)」、「住宿環境具有隱私性(4.31%)」以及「本身具有優美的風景及視野(4.29%)」，遊客認為民宿吸引力以『設施』、『區位及環境』、『服務』是較為重視的。在遊客對民宿吸引力的認同度最低的 4 順位排序分別為「附設運動設施(如：健身房、游泳池、球場、兒童遊戲場...等) (3.58%)」、「提供完整的套裝旅遊(3.83%)」、「提供當地休閒遊憩及產業的活動體驗(如：採果、網魚、DIY 活動...等) (3.85%)」、「提供民宿附近的大自然體驗活動或自然生態觀察(3.94%)」，認同度低的面向則以『活動』為主。

四、業者經營策略之認同程度

在北宜高速公路開通後，民宿業者提供的策略認同度的部分，北部遊客所認同的業者經營策略前 7 順位分別為「若提高民宿住宿設備之舒適性會增加我的留宿意願(如：衛浴設施、床單清潔、床墊的狀況、隔音設施...等) (4.36%)」、「若提高民宿住宿設備之安全性會增加我的留宿意願(如：客房安全、防火管理、緊急救難設施...等) (4.22%)」、「民宿若能開發夜間的體驗活動會增加我的留宿意願(如：配合傳藝中心晚間展演活動、放天燈...等) (4.12%)」、「民宿業者若能代購景點門票，並具有優惠折扣會增加我的留宿意願(4.07%)」、「民宿的房間若具有特色會增加我的留宿意願(如：歐式風格、主題房型...等) (4.06%)」、「民宿業者若能提供折價卷或住宿抵用卷會增加我的留宿意願(4.03%)」以及「民宿業者若能針對不同族群提供各項促銷活動會增加我的留宿意願(學生專案、情人專案、生日住宿折扣...等) (4.02%)」，遊客對於民宿吸引力在『內部基本設施』是較為重視的；在遊客對業者經營策略的認同度最低的 5 順位排序分別為「民宿若增設休閒娛樂設施會增加我的留宿意願(如：KTV、卡拉 OK、舞廳、酒吧...等) (3.00%)」、「民宿若增設餐飲空間會增加我的留宿意願(如：餐廳、咖啡廳...等)(3.45%)」、「民宿業者若能接受國民旅遊卡付款會增加我的留宿意願(3.49%)」、「民宿若能提供專業能力證明會增加我的留宿意願(如：觀光旅遊局專業教育課程、民宿協會的訓練觀摩...等)(3.69%)」以及「民宿若提供專業導覽解說服務會增加我的留宿意願(3.73%)」，認同度低的面向多以『硬體設施』為主。

五、民宿吸引力因素分析

將民宿吸引力問項進行因素分析，利用 Bartlett 球形檢定與 KMO 適切性抽樣檢定進行因素分析前之檢測，由分析顯示 Bartlett 球形檢定達顯著水準($P=0.000$)，且 KMO 抽樣適切度為 0.870，顯示問項具有利用因素分析簡化之合理性。研究分析結果顯示 20 個問項被簡化成五個因素，總解釋變異量為 61.35%，按其因素負荷量分析排序後，得表 1 之結果。

表 1. 民宿吸引力認同度因素分析統計表

Table 1. Factor analysis result of agreement level of home stay attraction.

民宿吸引力問項	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4	因素 5
A10 本身具有優美的風景及視野	.704	.194	.131	-.107	.340
A12 環境單純及清靜	.692	.115	.024	.230	.131
A19 住宿環境讓我有身心鬆弛的感覺	.653	.323	.087	.171	-.019
A6 親切及樸實的服務	.640	.003	.387	.232	.013
A3 客房設計具特色	.570	-.040	.545	-.058	.045
A20 住宿環境具有隱私性	.562	.259	-.090	.390	-.010
A15 具優良的形象及聲譽	.510	.237	.216	.358	.146
A2 環境清潔衛生	.508	.066	.356	.263	.028
A11 本身建築具特色	.503	.395	.058	-.211	.228
A17 提供民宿附近的大自然體驗活動或自然生態觀察	.196	.824	.124	.025	.041
A16 提供當地休閒遊憩及產業的活動體驗	.066	.807	.151	.105	.158
A18 提供不同於日常生活的體驗	.297	.767	.157	.098	.016
A4 提供膳食	.148	.150	.775	.124	.117
A5 提供當地特色餐飲	.159	.405	.733	.076	.063
A14 餐飲收費價格便宜	.162	.096	.144	.835	.165
A13 住宿價格便宜	.198	.019	.118	.812	.130
A1 附設運動設施	.020	.064	-.021	.032	.655
A9 鄰近主要的風景及主要遊憩活動場所	.423	.085	.051	.139	.640
A8 投宿地點交通便利	.124	-.007	.388	.208	.579
A7 提供完整的套裝旅遊	-.051	.255	.446	.217	.455
總解釋變異量 61.35					

註： 1.有效樣本 275 人
2.各單題問項之得分範圍由「1」至「5」，其中「1」表示「非常不同意」，「5」表示「非常同意」。

六、業者策略之因素分析

將業者策略問項進行因素分析，利用 Bartlett 球形檢定與 KMO 適切性抽樣檢定進行因素分析前之檢測，由分析顯示 Bartlett 球形檢定達顯著水準($P=0.000$)，且 KMO 抽樣妥適度為 0.900，顯示問項具有利用因素分析簡化之合理性。研究分析結果顯示 20 個問項被簡化成七個因素，總解釋變異量為 64.89%，按其因素負荷量分析排序後，得表 2 之結果。

因素一包含六個問項分別為「民宿若能提供體驗當地人文風俗或民俗活動會增加我的留宿意願(如：茅草牛車之旅、體驗檜木之家-羅東...等)」、「民宿若能提供當地產業的活動體驗會增加我的留宿意願(如：採果、網魚、DIY 活動...等)」、「民宿若能提供附近的大自然體驗活動或自然生態觀察會增加我的留宿意願(如：生態解說、植物生態觀察...等)」、「民宿若能開發夜間的體驗活動會增加我的留宿意願(如：配合傳藝中心晚間展演活動、放天燈...等)」、「民宿若能提供體能競技或趣味活動會增加我的留宿意願(如：體驗高空飛行

傘、生存遊戲、闖關遊戲...等)」以及「民宿若能提供專業能力證明會增加我的留宿意願(如：觀光旅遊局專業教育課程、民宿協會的訓練觀摩...等)」；因此將因素一命名為「民宿提供的活動體驗」。

因素二包含五個問項分別為「若提高民宿住宿設備之舒適性會增加我的留宿意願(如：衛浴設施、床單清潔、床墊的狀況、隔音設施...等)」、「若提高民宿住宿設備之安全性會增加我的留宿意願(如：客房安全、防火管理、緊急救難設施...等)」、「若提高民宿住宿設備之便利性會增加我的留宿意願(如：洗衣設備、洗衣服務、無線上網、無障礙空間、炊煮設備...等)」、「民宿若能提供膳食會增加我的留宿意願(如：早、午餐或晚餐)」以及「民宿若能提供免付費腳踏車的使用會增加我的留宿意願」；因此將因素二命名為「民宿提供住宿相關設備」。

因素三包含六個問項分別為「民宿業者若能提供折價卷或住宿抵用卷會增加我的留宿意願」、「民宿業者若能與當地商家結盟提供優惠方案會增加我的留宿意願(如：名產店家、餐飲店家...等)」、「民宿業者若能利用本身專長或特殊才能提供各項服務會增加我的留宿意願(如：民宿婚禮、蜜月旅行規劃、命理服務、音樂交流...等)」、「民宿業者若能針對不同族群提供各項促銷活動會增加我的留宿意願(學生專案、情人專案、生日住宿折扣...等)」、「民宿業者若能於住宿時贈送當地特色商品會增加我的留宿意願(如：當地名產、特有有機蔬菜...等)」以及「民宿業者若能接受國民旅遊卡付款會增加我的留宿意願」；因此將因素三命名為「民宿業者提供的促銷方式」。

因素四包含五個問項分別為「民宿業者若能代租借汽、機車會增加我的留宿意願」、「若民宿業者主動提供旅遊資訊及遊程規劃資訊會增加我的留宿意願」、「民宿業者若能代購景點門票，並具有優惠折扣會增加我的留宿意願」、「民宿業者若能提供車站接送服務會增加我的留宿意願」以及「若民宿業者能主動與遊客分享生活經驗會增加我的留宿意願」。因此將因素四命名為「民宿業者提供附加的相關服務」。

因素五包含三個問項分別為「民宿業者若提供套裝行程服務會增加我的留宿意願(如：龜山島賞鯨行程、太平山森林遊樂區、棲蘭神木園、國立傳統藝術中心、溫泉 SPA...等)」、「民宿若能提供當地特色餐飲會增加我的留宿意願」以及「民宿若提供專業導覽解說服務會增加我的留宿意願」；因此將因素五命名為「民宿的周邊套裝行程服務」。

因素六包含三個問項分別為「若改善民宿的建築外觀使其更具特色會增加我的留宿意願(如：三合院、異國建築...等)」、「民宿的房間若具有特色會增加我的留宿意願(如：歐式風格、主題房型...等)」以及「民宿若能增設花園等景觀休憩空間會增加我的留宿意願」；因此將因素六命名為「民宿的硬體設施特色」。

因素七包含二個問項分別為「民宿若增設休閒娛樂設施會增加我的留宿意願(如：KTV、卡拉 OK、舞廳、酒吧...等)」以及「民宿若增設餐飲空間會增加我的留宿意願(如：餐廳、咖啡廳...等)」；因此將因素七命名為「民宿的休閒娛樂及餐飲設施」。

表 2. 業者經營策略認同度因素分析統計表

Table 2. Factor analysis result of agreement level of home stay owners' management strategies.

業者經營策略問項	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4	因素 5	因素 6	因素 7
民宿若能提供體驗當地人文風俗或民俗活動會增加我的留宿意願(如：茅草牛車之旅、體驗檜木之家-羅東...等)	.8266	.1196	.1361	.1463	.2151	.0360	-.0601
民宿若能提供當地產業的活動體驗會增加我的留宿意願(如：採果、網魚、DIY 活動...等)	.7893	.1815	.1849	.0251	.2043	.0716	.0542
民宿若能提供附近的大自然體驗活動或自然生態觀察會增加我的留宿意願(如：生態解說、植物生態觀察...等)	.7462	.1392	.0408	.1290	.3077	.1357	-.0583
民宿若能開發夜間的體驗活動會增加我的留宿意願(如：配合傳藝中心晚間展演活動、放天燈...等)	.6615	.0734	.2053	.3364	-.1805	.1515	.1164
民宿若能提供體能競技或趣味活動會增加我的留宿意願(如：體驗高空飛行傘、生存遊戲、闖關遊戲...等)	.6407	.0302	.2867	.2346	-.1105	.2027	.1958
民宿若能提供專業能力證明會增加我的留宿意願(如：觀光旅遊局專業教育課程、民宿協會的訓練觀摩...等)	.3898	.1535	.3649	.0731	.3797	.1415	.0607
若提高民宿住宿設備之舒適性會增加我的留宿意願(如：衛浴設施、床單清潔、床墊的狀況、隔音設施...等)	.0741	.7720	.0348	.1393	.0393	.3481	.0804
若提高民宿住宿設備之安全性會增加我的留宿意願(如：客房安全、防火管理、緊急救難設施...等)	.1626	.7341	.1801	.1316	.1432	.0858	.0514
若提高民宿住宿設備之便利性會增加我的留宿意願(如：洗衣設備、無障礙空間、炊煮設備...等)	.1240	.6556	.2225	.1239	.0888	.1012	.2421
民宿若能提供膳食會增加我的留宿意願	-.0472	.5784	.3145	-.0003	.4391	.0974	.1630
民宿若能提供免付費腳踏車會增加我的留宿意願	.3239	.5502	.0887	.3515	-.0701	.0224	.2142
民宿業者若能提供住宿抵用卷會增加我的留宿意願	.1052	.2369	.7256	.2076	.0227	.0908	.0807
民宿業者若能與當地商家結盟提供優惠方案會增加我的留宿意願(如：名產店家、餐飲店家...等)	.2098	.2278	.6841	.3095	.0696	.0913	.0585
民宿業者若能利用本身專長或特殊才能提供各項服務會增加我的留宿意願(如：民宿婚禮、蜜月旅行規劃、命理服務、音樂交流...等)	.3195	-.1096	.5893	.0898	.1853	.2258	.2272
民宿業者若能針對不同族群提供各項促銷活動會增加我的留宿意願(學生專案、生日住宿折扣...等)	.1505	.0324	.5800	.1891	-.0453	.4516	.1449
民宿業者若能於住宿時贈送當地特色商品會增加我的留宿意願(如：當地名產、特有有機蔬菜...等)	.1219	.3689	.5040	.1742	.2631	.0781	-.0012
民宿業者若能接受國民旅遊卡付款會增加我的留宿意願	.1180	.3613	.4700	.0970	.1858	-.1351	.0077
民宿業者若能代租借汽、機車會增加我的留宿意願	.0853	.0696	.2456	.7321	.1920	.0297	.1192
若民宿業者主動提供旅遊資訊及遊程規劃資訊會增加我的留宿意願	.2185	.1233	.1255	.7042	.3376	.2640	.0136
民宿業者若能代購景點門票，並具有優惠折扣會增加我的留宿意願	.2511	.2563	.3339	.6149	-.0400	.0279	.0938
民宿業者若提供車站接送服務會增加我的留宿意願	.1401	.2275	.3298	.5364	.0979	.1881	.1560
若民宿業者能主動與遊客分享生活經驗會增加我的留宿意願	.4157	.1921	.0312	.4824	.3380	.2480	.0723
民宿業者若提供套裝行程服務會增加我的留宿意願(如：龜山島賞鯨行程、太平山森林遊樂區、棲蘭神木園、國立傳統藝術中心、溫泉 SPA...等)。	.1636	.0542	.1395	.2756	.6332	.0144	.3123

民宿若能提供當地特色餐飲會增加我的留宿意願	.1883	.3941	.1348	.1536	.5858	.3106	.0677
民宿若提供專業導覽解說服務會增加我的留宿意願	.3408	.1419	.0711	.4233	.5494	.0699	.2079
若改善民宿的建築外觀使其更具特色會增加我的留宿意願(如：三合院、異國建築...等)	.2774	.1119	.1508	.1305	.2890	.6832	-.0759
民宿的房間若具有特色會增加我的留宿意願(如：歐式風格、主題房型...等)	-.011	.2076	.1296	.2388	-.1187	.6335	.3365
民宿若能增設花園等景觀休憩空間會增加我的留宿意願	.3130	.3414	.1198	.0249	.2349	.6287	-.0645
民宿若增設休閒娛樂設施會增加我的留宿意願(如：KTV、卡拉OK、舞廳、酒吧...等)	.0222	.1259	.0831	.1380	.1385	-.0431	.8345
民宿若增設餐飲空間會增加我的留宿意願	.0690	.2753	.1587	.0936	.1803	.1756	.7550

總解釋變異量 64.89

註： 1.有效樣本 275 人 2.各單題問項之得分範圍由「1」至「5」，其中「1」表示對該問項「非常不同意」，「5」表示對該問項「非常同意」。

結 論

一、北宜高速公路開通對遊客影響

研究結果發現，北部遊客的遊程規劃停留時間及住宿行為皆受交通建設之影響。遊客的遊程規劃停留時間在北宜高速公路開通後有明顯減少之趨勢，遊程規劃停留時間由原本的二日遊轉變為一、二日遊。另外對於遊客住宿行為的改變情形，北部遊客以受影響且不住宿者多，可見北宜高速公路開通的確使北部遊客到宜蘭留宿的意願些許降低。此結果與本研究假設相符，證明交通建設的便利性對於遊客各項旅遊行為及住宿行為的確具有影響，如政府預期，北宜高速公路開通可為宜蘭帶來可觀的觀光人潮，經本研究結果了解受訪遊客的各項旅遊行為也皆受開通影響；但北宜高速公路開通對宜蘭民宿經營的正面及負面影響為何，則可望日後更進一步研究得知。

二、面對北部地區遊客民宿吸引力發展優先順序之參考

除了以分析結果瞭解北部遊客對民宿吸引力構面的認同程度外，本研究將北部遊客所認同的不同構面項目平均數高低排序，藉以作為後續改善與發展之策略擬定優先次序。

民宿吸引力的因素構面中，其包含的內容及排序如下(如表 3)：在因子一「民宿基本硬體及服務之吸引力」因素構面中，遊客最重視的為「環境清潔衛生」，其次為「住宿環境讓我有身心鬆弛的感覺」。因子二「民宿之活動吸引力」，其遊客最重視的為「提供不同於日常生活的體驗」，其次為「提供民宿附近的大自然體驗活動或自然生態觀察」。因子三「民宿之餐飲吸引力」因素構面中，遊客最重視的為「提供膳食」，其次為「提供當地特色餐飲」。因子四「民宿價格之吸引力」因素構面中，遊客最重視的為「住宿價格便宜」，其次為「餐飲收費價格便宜」。因子五「民宿周邊環境及附屬設施之吸引力」因素構面中，遊客最重視的為「鄰近主要的風景及主要遊憩活動場所」，其次為「投宿地點交通便利」。

表 3. 民宿吸引力因素構面其策略因子排序表

Table 3. The Rank order of home stay owners' management strategies in the dimensions of home stay attraction.

因素名	業者經營策略問項	平均數
民宿基本硬體及服務之吸引力	環境清潔衛生	4.57
	住宿環境讓我有身心鬆弛的感覺	4.49
	親切及樸實的服務	4.42
	住宿環境具有隱私性	4.31
	本身具有優美的風景及視野	4.29
	環境單純及清靜	4.26
	具優良的形象及聲譽	4.25
	客房設計具特色	4.23
	本身建築具特色	4.00
民宿之活動吸引力	提供不同於日常生活的體驗	4.09
	提供民宿附近的大自然體驗活動或自然生態觀察	3.94
	提供當地休閒遊憩及產業的活動體驗	3.85
民宿之餐飲吸引力	提供膳食	4.04
	提供當地特色餐飲	4.03
民宿價格之吸引力	住宿價格便宜	4.18
	餐飲收費價格便宜	4.03
民宿周邊環境及附屬設施之吸引力	鄰近主要的風景及主要遊憩活動場所	4.11
	投宿地點交通便利	4.11
	附設運動設施	3.58
	提供完整的套裝旅遊	3.83

三、面對北部地區遊客業者策略發展優先順序之參考

除了以分析結果瞭解北部遊客對業者策略構面的認同程度外，本研究將北部遊客所認同業者策略的不同構面項目平均數高低排序，藉以作為後續改善與發展之策略擬定優先次序。

民宿吸引力的因素構面中，其包含的內容及排序如下(如表 4)：在因子一「民宿提供的活動體驗」因素構面中，遊客最重視的為「民宿若能開發夜間的體驗活動會增加我的留宿意願(如：配合傳藝中心晚間展演活動、放天燈...等)」，其次為「民宿若能提供體驗當地人文風俗或民俗活動會增加我的留宿意願(如：茅草牛車之旅、體驗檜木之家-羅東...等)」。因子二「民宿提供住宿相關設備」，其遊客最重視的為「若提高民宿住宿設備之舒適性會增加我的留宿意願(如：衛浴設施、床單清潔、床墊的狀況、隔音設施...等)」，其次為「若提高民宿住宿設備之安全性會增加我的留宿意願(如：客房安全、防火管理、緊

急救難設施...等)」。因子三「民宿業者提供的促銷方式」因素構面中，遊客最重視的為「民宿業者若能提供折價卷或住宿抵用卷會增加我的留宿意願」，其次為「民宿業者若能針對不同族群提供各項促銷活動會增加我的留宿意願(學生專案、情人專案、生日住宿折扣...等)」。因子四「民宿業者提供附加的相關服務」因素構面中，遊客最重視的為「民宿業者若能代購景點門票，並具有優惠折扣會增加我的留宿意願」，其次為「若民宿業者主動提供旅遊資訊及遊程規劃資訊會增加我的留宿意願」。因子五「民宿的周邊套裝行程服務」因素構面中，遊客最重視的為「民宿業者若提供套裝行程服務會增加我的留宿意願(如：龜山島賞鯨行程、太平山森林遊樂區、棲蘭神木園、國立傳統藝術中心、溫泉 SPA...等)」，其次為「民宿若能提供當地特色餐飲會增加我的留宿意願」。因子六「民宿的硬體設施特色」因素構面中，遊客最重視的為「民宿的房間若具有特色會增加我的留宿意願(如：歐式風格、主題房型...等)」，其次為「民宿若能增設花園等景觀休憩空間會增加我的留宿意願」。因子七「民宿的休閒娛樂及餐飲設施」因素構面中，遊客最重視的為「民宿若增設餐飲空間會增加我的留宿意願(如：餐廳、咖啡廳...等)」，其次為「民宿若增設休閒娛樂設施會增加我的留宿意願(如：KTV、卡拉 OK、舞廳、酒吧...等)」。

表 4. 業者策略因素構面其策略因子排序表

Table 4. The Rank order of home stay owners' management strategies in the dimensions of management strategies.

因素名	業者經營策略問項	平均數
因素一 民宿提供的活動體驗	民宿若能開發夜間的體驗活動會增加我的留宿意願	4.12
	民宿若能提供體驗當地人文風俗或民俗活動會增加我的留宿意願	3.97
	民宿若能提供附近的大自然體驗活動或自然生態觀察會增加我的留宿意願	3.97
	民宿若能提供當地產業的活動體驗會增加我的留宿意願	3.93
	民宿若能提供體能競技或趣味活動會增加我的留宿意願	3.86
因素二 民宿提供住宿相關設備	民宿若能提供專業能力證明會增加我的留宿意願	3.69
	若提高民宿住宿設備之舒適性會增加我的留宿意願	4.36
	若提高民宿住宿設備之安全性會增加我的留宿意願	4.22
	若提高民宿住宿設備之便利性會增加我的留宿意願	4.00
	民宿若能提供免費腳踏車的使用會增加我的留宿意願	3.99
因素三 民宿業者提供的促銷方式	民宿若能提供膳食會增加我的留宿意願	3.95
	民宿業者若能提供折價卷或住宿抵用卷會增加我的留宿意願	4.03
	民宿業者若能針對不同族群提供各項促銷活動會增加我的留宿意願	4.02
	民宿業者若能與當地商家結盟提供優惠方案會增加我的留宿意願	4.00
	民宿業者若能於住宿時贈送當地特色商品會增加我的留宿意願	3.85
	民宿業者若能利用本身專長或特殊才能提供各項服務會增加我的留宿意願	3.76
	民宿業者若能接受國民旅遊卡付款會增加我的留宿意願	3.49

	民宿業者若能代購景點門票，並具有優惠折扣會增加我的留宿意願	4.07
因素四	若民宿業者主動提供旅遊資訊及遊程規劃資訊會增加我的留宿意願	4.00
	若民宿業者若能提供車站接送服務會增加我的留宿意願	3.98
	若民宿業者能主動與遊客分享生活經驗會增加我的留宿意願	3.81
	若民宿業者若能代租借汽、機車會增加我的留宿意願	3.79
因素五	若民宿業者提供套裝行程服務會增加我的留宿意願	3.97
	若民宿業者能提供當地特色餐飲會增加我的留宿意願	3.95
	若民宿業者能提供專業導覽解說服務會增加我的留宿意願	3.73
因素六	若民宿的房間具有特色會增加我的留宿意願	4.06
	若民宿能增設花園等景觀休憩空間會增加我的留宿意願	4.00
	若改善民宿的建築外觀使其更具特色會增加我的留宿意願	3.97
因素七	若民宿增設餐飲空間會增加我的留宿意願	3.45
	若民宿增設休閒娛樂設施會增加我的留宿意願	3.00

參 考 文 獻

- 交通部國工局。2007。國道5號南港蘇澳段通車前後調查分析計畫-第一次調查成果報告。鼎漢國際工程顧問公司。
- 林奕君。2005。民宿關係品質模式之研究。國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。
- 邱皓政。2006。量化研究與統計分析。五南書局。
- 姜惠娟。1997。休閒農業民宿旅客特性與需求之研究。國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。
- 浦心蕙。1992。遊憩區遊客選擇住宿行為之研究。國立中興大學園藝學系研究所碩士論文。
- 許瑛卉。2006。北宜高通車對蘇澳觀光衝擊之探究。台北教育大學社會科教育學系研究所碩士論文。
- 葉陳錦。2005。民宿旅客之消費行為探討-以花蓮地區為例。東華大學企業管理學系研究所碩士論文。
- 廖榮聰。2003。民宿旅客投宿體驗之研究。朝陽科技大學休閒事業管理學系研究所碩士論文。

Impacts of Taipei-Yilan Highway on Home Stay Business in Yilan Area- A Case Study of Northern Tourists' Behavior and Identification

Yu-Ting Shen ¹⁾ Sheng-Jung Ou ²⁾ Yu-Hsiu Huang ³⁾

Key words: Home stay, Attraction, Management strategy

Summary

Home stay has become an important option when tourists select their accommodation since 1980 in Taiwan. However, during the process of tourism development, the accessibility, which indirectly influences tourists' selection behavior of accommodation, has always been an important factor. This study tried to recognize whether the open of Taipei-Yilan Highway had an impact on tourists' willingness to re-experience home stay in Yilan. Meanwhile, this study was to discuss the tourists' identification for home stay attractions and practical management strategies. To achieve this study objective, the study conducted a questionnaire survey in April, 2008. Tourists in National Center of Traditional Art were the source of respondents and 275 valid samples were obtained. By performing factor analysis, using attractions of home stay as input variables, the study extracted five factors, named as the attractions of facilities and services, the attractions of activity experience, the attractions of home stay features, the attractions of inexpensive price, and the attractions of recreational conditions. Home stay owners might satisfy tourists' demand based upon the importance level of these five factors. Using management strategies as input variables, the result of factor analysis showed that there were seven factors could be extracted, named as the provision of activity experience, the provision of equipment, the provision of promotional approaches, the provision of additional related services, the provision of the tour packages, the features of hard facilities, and the leisure and café facilities. These seven factors could provide home stay owners with management directions for areas where might face the similar impacts caused by the infrastructural construction of major transportation.

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

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

3) Ph.D. student, Department of Horticulture, National Chung Hsing University.

Lecturer, Department of Landscape Architecture, Chungchou Institute of Technology.