

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTERS OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

民宿經營管理策略之研究

- 以台東初鹿地區為例

A Study of the Management Strategy on Operating Home Stay

- Taking Chulu of Taitung County as an Example

研究生：王正賢

Graduate Student: WANG, CHENG-HSIEN

指導教授：張清標 博士

Advisor: CHANG, CHING-PIAO Ph.D.

中 華 民 國 九 十 六 年 六 月

# 南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

民宿經營管理策略之研究—以台東初鹿地區為例

研究生：王正賢

經考試合格特此證明

口試委員：陳錦奎

陳肇長

魏清標

指導教授：魏清標

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 96 年 6 月 11 日

# 南華大學旅遊事業管理研究所九十五年第二學期碩士論文摘要

論文題目: 民宿經營管理策略之研究—以台東初鹿地區為例

研究生: 王正賢

指導教授: 張清標 博士

論文摘要內容:

由於民宿經營管理策略研究的缺乏，本研究是針對台東地區有意願配合的五家民宿業者以深度訪談(錄音訪談)方式進行，也對此地區遊客作實地問卷調查及就經營管理策略進行 SWOT 之分析及經營文化之探討。研究結果顯示，台東地區的民宿業者之經營大多以家庭副業之型態經營，員工約 2-3 位且以家庭成員為主，經營決策之訂定是由家庭成員共同擬定或由一家之主來制定。

有部分民宿業者提供餐飲服務，對民宿業者而言多少有一些助益。由 SWOT 分析結果得知，在競爭優勢上以服務親切佔 80%、安全及衛生佔 50%，在競爭機會以當地節慶活動佔 50%，競爭劣勢則以淡旺季的差異佔 50%，競爭威脅為競爭對手多及遊客數減少分別佔 20%，以上列因素為主要分析結果。因此對民宿經營管理策略上應發揮服務親切之優勢，多配合政府或是民間團體舉辦之節慶活動及開發淡季的促銷策略，並與競爭對手做不同的特色營造，以達到增加來客數之成功經營管理。

【關鍵字】: 民宿、成功關鍵、SWOT、管理策略

**Title of Thesis: A Study on the Management Strategy of Operating Home Stay - Taking Chulu of Taitung County as an Example**

**Name of Institute: Department of Tourism Management, Nan Hua University**

**Graduate Date: July, 2007**

**Degree Conferred: M.B.A.**

**Name of Student: WANG, CHENG-HSIEN**

**Advisor: CHANG, CHING-PIAO Ph.D.**

### **【 Abstract 】**

Owing to lack of studies on the management strategy of operating home stay, the research had in-depth interviews with clients to collect data using tapes recorded during interviews. The subjects were 5 home stay owners who were willing to assist in this research in Taitung County. Then we started with fact finding measure on the visitors, SWOT analysis in the field of operational management strategies and discussion of operational culture. The research results show that most of the home stay owners in Taitung County run there businesses as a household sideline. Average 2 ~ 3 family members are employed per home stay. The management decision was enacted either by all family members or by the householder himself.

We have found out that some home stay owners which are providing cater services do help the business running. The results of SWOT analysis indicate that 80% of competitive advantage scale fell into friendly services, 50% in safety and hygiene. On the competitive opportunities, it is nearly 50% for the local festival activities. Difference between the slow business season and the high-season (50%) was related to the competitive weakness. Concerning the threats from competition, the ratio of too many competitors was 20% and less visitors was 20%, respectively. The main results of analyses are based on levels of the above factors. Therefore, we suggested that the superiorities of friendly services should be enhanced in the management strategies of operating home stay facility, festivals and slow season sales promotion shall often be launched in coordination with the government agencies or nongovernmental organizations. Special characteristic forming would be the most important keys to increase the amount of coming customers.

**【 Key Words 】** Home Stay Facility, Key Factors to Success, SWOT

# 目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄、圖目錄	V
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 SWTO 分析	3
第二章 文獻回顧	4
2.1 民宿之定義	4
2.2 民宿經營管理策略成功關鍵因素	33
2.3 成功關鍵因素之意涵	37
2.4 關件成功因素之特性	41
2.5 關鍵成功因素的確認方法	43
2.6 關鍵成功因素的相關文獻	47
第三章 研究方法	50
3.1 研究架構	50
3.2 研究流程	50
3.3 研究對象	51
3.4 研究假設	52
3.5 問卷設計	53
3.6 訪談方式	53
第四章 實證分析與結果	55
4.1 遊客基本屬性分析	55
4.2 遊客基本屬性與滿意度變項之差異性檢定	59
4.2.1 民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著不同	59
4.2.2 遊客個人價值與遊客屬性有顯著不同	72
4.2.3 遊客利益認知及遊客屬性有顯著不同	74
第五章 結果與分析討論	82
5.1 台東地區民宿經營文化分析	82
5.2 台東地區民宿 SWOT 分析與結果	84
第六章 結論與建議	90
6.1 研究結果	90
6.2 研究建議	92
參考文獻	94
附錄一： 本研究問卷內容	100
附錄二： 深度訪談題項	103

附錄三：	民宿業者深度訪談內容	104
附錄四：	民宿管理辦法	105

## 表目錄

表 2.1	歐美與台灣發展民宿情況	8
表 2.2	國內研究者對民宿之定義	18
表 2.3	台灣民宿分類方式	25
表 2.4	德國民宿分類表	27
表 2.5	民宿的類型	30
表 2.6	關鍵成功因素分析方法	45
表 4.1	遊客基本資料分析表	56
表 4.2	民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著不同之差異檢定	60
表 4.3	遊客個人價值與遊客屬性有顯著不同之差異檢定	72
表 4.4	遊客利益認知及遊客屬性有顯著不同之差異檢定	75

## 圖目錄

圖 3.1	研究架構圖	50
圖 3.2	研究流程圖	51

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

依據台東縣政府觀光局之資料，台東縣地形多變化且氣候宜人，擁有冷泉溫泉與高山等多樣化資源，如花東縱谷、太麻里金花針、三仙台、將軍岩、卑南族遺址及達悟族船祭等。得知台東地區在旅遊產業上有很大的發展空間，更有希望吸引國人前往旅遊之強烈因素。

有感於台東地區旅遊之發展及民宿住宿方式的盛行，民宿業的快速發展，已成為新興的觀光休閒產業。有很多的民宿業者投入市場競爭，民宿產業的競爭壓力顯著增加，進而造成營運不易的困境，在此情況下，如何有效運用經營管理策略及結合外在休閒遊憩之環境與活動。且增加獨特競爭力，已成為民宿業者在當前以及未來經營上所要面對的難題。有鑒於民宿經營管理策略研究之缺乏，本研究針對台東地區有意願配合之數家民宿，以錄音方式進行專案深度訪談，就經營管理策略進行 SWOT 分析及經營文化之探討，藉由 SWOT 分析找出台東地區民宿經營之優勢和機會，再利用分析結果導出成功關鍵因素；並深入瞭解台東地區民宿經營之劣勢與優勢，希望能對民宿業者提出建議，更進一步改善業者的經營策略。

## 1.2 研究目的

民宿所涵蓋之層面廣泛，成功經營的目標是每位民宿經營者所共同追求的。可看出成功經營管理策略的重要性，就是經營者在實務上極須關注的。民宿經營者大多為獨資經營，比較缺乏專業之經營理念和專業管理之能力，加上對於週遭可利用的各項資源，往往都沒有善加利用，導致策略運用於經營管理模式上缺乏效率，也讓民宿之特色無法顯現，失去競爭之優勢。

有鑒於台東地區民宿經管理策略研究嚴重缺乏，期望能幫助民宿經營者在策略上有效的運用，本研究將針對台東地區民宿經營管理策略之研究，善用可利用之資源，給予地區民宿最大之幫助。

本研究之主要目的分述如下：

- (一) 探討台東地區之民宿，是否因其不同文化特色帶來商機。
- (二) 以新台東地區民宿之 SWOT 分析，進一步瞭解其經營管理策略。
- (三) 針對台東地區民宿，利用其優勢及機會導出成功經營之策略。
- (四) 針對台東地區民宿，探討劣勢及機會，進一步改善民宿經營策略。
- (五) 提供結論及建議，以供民宿經營者做為參考。

### 1.3 SWOT 分析

本研究根據問卷內容及進行對業者之深度訪談，就台東地區五家民宿業者之經營管理進行分析，以瞭解其經營管理策略及成功經營兩者之間的關係。

本研究 **SWOT 分析**，首先就經營文化之分析導出台東地區之經營特色，再連結經營文化之特色與策略之相關性，根據不同文化之經營特色，歸納出台東地區之優、劣勢及機會、威脅，以策略管理 SWOT 分析台東地區民宿內部環境之優、劣勢及外部環境之機會、威脅，並且建構出民宿經營策略。

## 第二章 文獻回顧

### 2.1 民宿之定義

民宿在台灣是一項新興的旅遊名詞，在國外雖無統一的名詞，但卻普被稱為 Pension、Inn 或 B&B(Bed and Breakfast)(吳碧玉 2003)。國內大規模的民宿聚集乃始於位在屏東縣的墾丁國家公園，時間約在 1980 年(林宜甲 1997)。依據我國之觀光發展條例及 2003 年頒布的民宿管理辦法中均指出：「民宿之定義為指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。」

網站上知名的全球民宿指南〈Week Guide Trave/Maga Zine://www.weekendguide.com〉(2004)對民宿的定義：所謂的民宿即是能夠提供給人們過夜的宿所及早餐，並且讓旅客有賓至如歸(Lik home)氣氛感覺的地方。多數民宿通常係由家庭或家族成員共同經營，他們盡心盡力地服務住房來客，有些民宿的運作類似小飯店般地精緻美好，尤其特別表現出人情味，且具特定風格。

國內也有些學者針對民宿下了定義：林梓聯(2001)認為所謂民宿乃是「有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動」之行為。故定義中所指的資源包括自然環境、景觀、產業和文化。一般而言，民宿業者通常具備活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客

自然地接觸、認識和體驗的能力。

吳碧玉(2002)對民宿之定義如下：民宿是一般住宅，將其一部分起居室出租於旅遊人口，提供住宿或食宿之住宿設施。通常具有三種特質：(1)與主人有一定程度上的交流。(2)具有特殊的機會或優勢去認識當地環境與建築物特質。(3)特別的活動提供給旅客，給予旅客特殊體驗。

謝旻成(1998)對民宿之定義為：是一般私人住宅，將其部分居室更新再出租給旅客做為短期住宿，其經營者多為屋主，雖沒有飯店的豪華餐飲及旅館眾多的服務生，卻有房東的熱情招呼及像家般的設備與住民宿的環境，要讓人有機會輕鬆的去體驗當地的風俗民情。

陳詩惠(2003)認定民宿可以說是，利用住宅空間，以副業的方式來提供住民，主客間有良好的互動交流，並結合週邊的自然與人文資源，讓遊客體驗到當地的風土民情。

呂星璜(2003)提供了「民宿」的含義：是有效的運用資源，而提供鄉野住宿及休閒活動；所謂資源包括自然、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。

楊凱傑(2004)對民宿之定義為：一般個人住宅將其一部分居

室，以副業方式經營的住宿設施。其性質與普通飯店不同，旅客更能享受經營者所提供之當地鄉土味覺及有如在家的感覺的住宿設施，並結合當地人文、自然景觀、生態環境資源及體驗農林漁牧生產、生活、生態活動。

早期大規模民宿地區除了墾丁國家公園外，還有阿里山的豐山一帶、台北縣瑞芳鎮九份地區、南投縣的鹿谷鄉產茶區、溪頭森林遊樂區、外島的澎湖、宜蘭休閒農業區，乃至於全國各地著名景點，基本上是先由熱門的旅遊區域開始，景點內之旅館無法容納短時間內大量湧入的遊客所需求的住宿服務。另一類則是尚未完全開發的遊憩區，因缺乏具規模的觀光旅館或為了定點深度旅遊，已出現遊憩住宿需求，例如早期的嘉義縣瑞里地區、草嶺、石壁等地區以及最近之答娜依谷等，也都有此類民宿型態的產生。(林宜甲，1998)

國外之民宿已有相當的歷史發展，且民宿亦起源於外國，王姿懿(2004)，分別對英國、美國、德國及日本提出民宿之起源及概況介紹：英國稱民宿為 B&B，是將家中空出來的房間，提供床位及早餐的方式出租給外出旅客，並收取比旅館更低廉的費用，讓旅客能夠體驗有別於旅館的制式服務，其性質較接近於家庭。德國稱民宿為 Pensi - onen、Gashauer Frednzimmer，因宜人的氣候而適合觀光旅遊，在吸引龐大的外地旅客後導致旅館產生不敷使用的情況

，而投宿在民宅成為安全又省錢的結合方式。日本稱民宿 Minsuk—u，迄今日本未設置特殊法令規範民宿，但卻設有民宿協會，民宿業者只要符合如旅館業法、食品衛生法、建築法等法規即可加入該協會。美國稱民宿為 B&B 或是 Inn，美國之民宿：解決鄉間過多旅客住宿之需求所產生。全美各地以北加州鄉村宅院與農舍改建的民宿最為著名，其房間在四間之內且內部有精細的裝潢，1970 年代之後兼具“回家”感覺的民宿興趣。

不管是短暫或長途的旅行中，食宿是最基本的需求，其中又以解決住宿問題最為遊客之所需，一般旅客不外乎是投宿旅館或親友家中。但在旅遊旺季之時，旅遊景點的旅館飯店常不敷使用，也因此讓旅客轉而投宿附近的民宅中，這種投宿民宅的風氣演變成為今日的「民宿」(歐榮聖、姜惠娟, 1997)

觀察歐美國家民宿與台灣民宿的發展原因(詳見表 2.1)，可以發現多以自有住宅「兼營副業」的方式開始。但發展背景卻因為各國民情及地理環境不同而有所差異，例如紐澳因為農業的推廣，多以農莊民宿為主；歐美國家則為因應自助旅行者多以 B&B(Bed and Breakfast)的方式提供民宿；日本則是以結合了溫泉的民宿最為著名。所以政府希望藉由這些國家發展經驗優點，再配合國內民宿環境及風土民情，訂定合宜管理規範。目前，台灣在民宿的法令除了

「民宿管理辦法」外，還需遵循土地法、消防法及建築法規等，這與英、法、日、等國的相關法令相似。因此其他國家民宿的經營方式，多少影響到了台灣民宿業的經營者。

表 2.1 歐美與台灣發展民宿情況

國家及區域	發源區域	發展主因	營運特色
德國	阿爾卑斯山	天候因素山中民宅為登山客之避難所。	近 15 年來湧入大量觀光客，使各地皆有組織化經營的民宿業者。
紐澳(紐西蘭、澳洲)	紐澳是畜牧王國，所以皆由農家或農莊發展而成，現已發展至全澳紐。	農家利用空出來的房間，稍加整理，讓想體驗畜牧農場生活之旅客可以住宿。	無統一管理機構，經營者自行加入組織，有手冊供旅客參考，民宿以西澳最多也有為旅客提供休閒活動如騎馬等。

北歐(丹麥、荷蘭)	散步的農莊	地廣人稀天候因素永夜永晝的現象。	以農場體驗為主，喜歡住宿停留較久的旅客約 3-5 日為佳。
英國	鄉間	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政府為保護傳統歷史建築</li> <li>2. 民宿業者為善用空間的房間</li> </ol>	房間通常相鄰，或在同一條街上屬集中式的民宿。
美國	多分布於美國中部與西部，曾是拓荒下的產物，又稱為 Inn。	鄉間過多的觀光旅客住宿所需。	以北加州的農舍鄉村宅院最著名屬分散式民宿房間，由屋主自行經營，行銷上有專門介紹屋內設施聯絡方式的手冊或圖書發行。

日本。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 海濱的伊豆半島</li> <li>2. 滑雪聖地白馬山麓</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 溫泉地帶</li> <li>2. 山間住宿的需求</li> </ol>	<p>以北海道和本州的北部最多，又可分為和式與歐式兩種。結合當地季節資源，營造出各自的特色，並維護文化遺產。</p>
台灣	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農村及原住民聚落</li> <li>2. 森林遊樂園</li> </ol>	<p>協助原住民經營農宿，解決山區旅客住宿之問題。</p>	<p>由屋主自行營運，多以創業方式經營，並結合農業或各地觀光特色，位在郊區，提供旅客休憩之住所。</p>

資料來源：(林梓聯、2001；姜惠娟、1997；潘正華、1994)。

民宿的發展起源於德、澳，後來則流行於英、法、美等國，而日本的民宿則發展更為完善，除了以企業化的經營，以達到地盡其利，更以全國性的觀光開發計劃來輔導業者(潘正華，1994)。這些

國家的民宿相較台灣民宿已有相當的歷史、背景、制度、法規辦法及一定的市場。國內雖近二十年才開始有民宿的誕生，這幾年來才蓬勃發展，所以在民宿相關辦法設立之初，亦曾派員至他國考察，希望藉由其他國家的經驗做為借鏡。

「德國」在地理位置上與島國型的英國有別，它鄰近荷蘭、比利時、瑞士、奧地利、波蘭等國家，氣候冬暖夏涼，雨量集中在夏季，非常適合發展觀光旅遊。由於氣候環境舒適宜人，境內又有世界最著名的阿爾卑斯山，是發展觀光旅遊最好的國家之一，由於外來的旅行團與旅客眾多，因此觀光區周圍常常是一屋難求。為了解決住宿的問題，阿爾卑斯山附近風景區的住家便開始紛紛提供自家房間供這些觀光客暫住，收取住宿費，是屬於營利性質。

此外在阿爾卑斯山區內部，一般觀光客不會前往，是登山客才會到達的地方，一些當地居民會提供簡單的住宿空間給這些登山客休息或躲避較大的風雪，它是屬於非營利性的，這與一般風景區的民宿不相同。

「英國」是工業化最早的國家，工業化的急速發展間接影響到農村發展與農村生態，因此英國可說是最早將農業與觀光結合的國家，也是歐洲發展民宿最完備的國家之一，西元 1960 年代，英國的西南部與中部人口較稀疏的農家，為了增加收入開始出現民宿，當時

的民宿數量並不多，是採用 B&B(Bed & Braekfast)經營方式，它的性質是屬於家庭式的招待，這就是英國最初的民宿。

「日本」的民宿算是起源較早發展較完備的國家，它在亞洲的旅遊市場來說，由於富有濃厚的日本風味以及當地自然景觀與特色，因此被許多旅遊者所青睞，日本的民宿是屬於專業化的經營，許多國內外的遊客都會捨棄豪華的旅館而選擇民宿，一些旅遊書籍還特地為日本的民宿做詳盡的介紹，可見備受歡迎程度。因此亞洲的民宿當以日本為代表。在日本，最初的民宿約略在昭和 34-35 年(西元 1959-1960 年)之間出現，因當時社會經濟的高度成長，海水浴場(夏季)與華滑雪活動(冬季)人潮洶湧，飯店與旅館的住宿空間嚴重不足，因此洋式民宿(Pension)開始興起；並盛行於昭和四十五年(西元 1970 年)前後，最鼎盛時期曾多達兩萬多家。到了平成年代(西元 1989 年)，北海道的農場因為農業收入的不足，必須藉由提供遊客住宿的空間來增加副業收入，因而有了「農場旅舍(Farm Inn)」的住宿型態。日本的民宿一開始非常繁盛，但後來因競爭激烈、品質高低懸殊過大，導致旅客漸漸不選擇住宿民宿，民宿也開始落沒許久；但在近兩三年的景氣低迷影響下，民眾為了節省身上的荷包開支，愈來愈多人選擇半自助旅行，因此又重現日本民宿的商機。

根據日本農林水產省(日本農業部)在 2000 年時所做的調查統

計，全日本現有 5,054 間農業民宿，共有 46,497 個房間，可容納 192,557 人，平均每一間民宿有 9.2 個房間，可容納 38 人。但目前民宿的年平均住宿率僅有 12.4%，平均每間民宿一年接待了 1,729 人次，算一算其利用率並不高。另外在 1999 年調查，全年日本的觀光總住宿人次為參億四千五百萬人次，其中住在農家民宿的僅有 873 萬人次，約佔了 2.5%〔33〕；由此數字可見日本的民宿住宿率還有成長的空間，值得繼續發展，因此陸續有專書詳細介紹日本東京、大阪、北海道的民宿，期待有更多的外國旅客選擇日本的民宿。

台灣民宿的雛型是在民國七十年左右，當初台灣省山胞行政局隨政府發展農業計劃，推動山地輔導設置民宿計劃(鄭健雄，2001)，由墾丁國家公園區，凡是聚落發展區內皆有提供住宿之服務；而除墾丁國家公園，尚有阿里山森林遊樂區及溪頭森林遊樂區也提供服務(鄭詩華，1998)，從此農村或山地部落陸續出現民宿。在當時民宿類型多為現代式套房，只提供最基本的住宿空間，就房客來說，只是基本產品。

而後國內為因應國民旅遊的需求，促成城鄉交流，提高農民所得，及延續農業生產資源，在民國八十一年起由農委會及省市政府持續推動「規劃及建設辦理休閒農業每年五至十處」計劃，將原來生產導向的初級農業產業，轉變為利用農村資源提供觀光休閒三級

產業(羅光達, 1996)。休閒農業也依提供的遊憩活動項目不同, 而發展出: 1. 觀光農園、2. 市民農園、3. 休閒農場、4. 農莊民宿、5. 休閒漁業區、6. 休閒林場等不同型態之農業型態(林聯梓, 1999、江榮吉等, 1994)。無形之中農民為了因應多角化的發展及提高所得, 紛紛加入了結合生產與休閒活動的「休閒農民」, 此後民宿業者更將農業、農民、農家和農村融為一體。但是這種合併了服務業生產的經營範疇, 實際上已超越了傳統的農產業, 也對有意從事休閒農業經營的農民業者而言, 是生疏而有困難的事(鄭健雄, 1998)。

在民國八十七年國內開始實施週休二日後, 各地方政府努力帶動國內旅遊風潮及推動十二項節慶, 國人日益重視休閒活動, 國民旅遊已成為國人生活之一部分(交通部觀光局新聞稿, 2002)。許多不同類型的休閒農業蓬勃發展, 其中又以民宿業獨佔鰲頭。另一方面, 因國內鄉郊地區偏遠, 飯店旅館甚少設立於此。加上遊客訂房困難一宿難求, 商業性的「民宿」因應而生並且迅速增加(陳清淵 2002)。

大量民宿的設置, 管理問題也相繼產生; 交通部在民國九十年十二月十二日發佈「民宿管理辦法」, 以加強輔導農村民宿業者合法設置為要務, 並提供多方諮詢服務、建立評鑑、分級與認證制度, 提升民宿經營管理品質(林萬登等, 2003)。使國內宿有更健全的發展空

間，民宿的提供形式不在只是農地中的農舍，也開始出現頗具特色的民宿。

目前，第一家合法登記之民宿一苗栗縣三義鄉「馨雅民宿」於九十一年十月二日正式合法成立。另為提升民宅經營者的服務水準，觀光局也辦理「民宿經營管理研究班」邀請專業人士講授民宿經營理念、特色餐飲、行銷推廣與衛生安全等基礎課程，以加速民宿合法經營，確保遊客消費保障。截至九十三年四月底止，已有十八個縣市擁有合法民宿，合法家數達 488 家（詳見表 2.2），由函報現有家數的數量可看出未來合法民宿的家數仍在持續增加中。在競爭越來越強的民宿業，為強化民宿本身的競爭優勢，並且滿足遊客的基本需求，民宿必須具備提供遊客服務的基本條件（邱湧忠, 2002）。現今民宿業者已不再單單提供一張床鋪，或是鄉村環境；為了能長久經營，民宿本身的實體特色、地點優勢、良好的形象、成功的通路及正確的產品定位（鄭健雄, 2001），成了民宿業者應該所關注且實際用心的地方。

國外民宿會因區域和地形、或資源類型、及不同的國情產生不同民宿經營型態。事實上，廣義的民宿並不限定為出租農莊或農宅，只要是鄉村地方之民間住所，具有住宿之行為即可稱之為民宿（潘正華, 1994）。美國學者 Marc Lubetkin（1999）則依美國境內盛

行的四種民宿區分為 Homestay、B&B、B&B Inn、Country Inn，其定義為私人性住宅，住宿費用也包含餐點，主要的差異在房費用內。也有學者 B&B 定義為「小型的，卻獨立具有商務性質的私人住屋，通常能夠提供三至十位客人的住宿或更多。只提供早餐，並且已包含在房間費用內。一般不提供酒飲料，房屋的所有人可能就是民宿老闆且就居住在屋房 (Lanierm, Caples, & Cook, 2000)」。在民宿相當普遍且身受歡迎的日本，民宿通常是指「家族經營，工作人員不超過五人，房客十間、容納二十五人左右，價位並不貴之住宿設施，且有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動」(歐榮盛、姜惠娟，1997)。

另外，早先國內研究者郭永傑(1991)認為民宿係「一般私人住宅將其一部分居室出租於旅遊人口，以「副業方式」經營的臨時住宿設施；其性質與普通飯店、旅館不同，除了能與旅客交流認識外，旅客更能享受經營者所提供當地之鄉土味覺及如在「家」的感覺。韓選棠(1994)將民宿定義為「一般個人住宅將其一部分居室，以副業方式經營的住宿設施」。姜惠娟 (1997)則認為「在海濱、山村或觀光地，可供不特定或多數旅者住宿之設施且有執照者，提供當地特產自製料理有家庭氣氛，其勞動力以家族，顧客自我服務為主是為民宿」。林宜甲(1997)在民宿的定義上將其歸納出三個部分，一為

民宿的定位，二為營運組織上的人力，三為如何與鄰近環境的資源結合等三個項目。

在官方的定義，按民宿管理辦法(2001)所指，民宿是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。

因此，民宿之共同定義主要是依據民宿經營方式、住宅空間、地理資源特色的融合，由房舍主人接待為遊客提供一處，但不一定包含餐點在費用內的住宿服務(詳見表 2.2)。綜合上述所說，本研究認為所謂民宿應係房屋主人，利用自宅空間的房間，可以說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。

基本上在國內民宿並無一個標準規範是大家都認同的，各種說法都有，也各有其立足點和不同的思考方向。因此若日後為規範和管理民宿業可能需要找一基本的定義和規範。而有關於民宿之定義有認為是小型旅館或旅社，也有定位在組織上的。然而每種定位有其考量，也都有其重要內涵和意義，民宿之主體係指農民利用其農宅空餘之部分房間，將整棟或分棟之農宅，出租於旅客暫時居留的行為，而民宿之客體，即指旅客投宿於民宅的行為。(潘正華，1994)

表 2.2 國內研究者對民宿之定義

研究者	民宿之定義	民宿定位及空間利用型態
<p>何侑如 湯秋玲 (1998)</p>	<p>以民宅內套房出租 給予旅客投宿而未 辦理事業登記，又實 際從事旅館業者，稱 之為民宿。</p>	<p>定位：從事旅館業務 空間：利用民宅內套 房出租</p>
<p>鄭詩華 (1991)</p>	<p>日本民宿組合中央 會之正會員資格：民 宿是指在海濱、山村 或觀光地，可供不特 定或多數旅者住之 設施且有執照者，提 供當地特產自製料 理有家庭氣氛，其勞 動力以家族為主，以 顧客自我服務為主。</p>	<p>定位：從事旅館業務 空間：具備家庭氣氛 的住宿空間</p>
<p>郭永傑</p>	<p>民宿係一般住宅將</p>	<p>定位：臨時住宿設施</p>

(1991)	<p>其一部份居室出租於旅遊人口，以「副業方式」經營的臨時住宿設施；其性質與普通飯店不同，除了能與旅客交流認識外，旅客更能享受經營者所提供當地之鄉土味及如在「家」的感覺。</p>	<p>空間：利用住宅的部分空房出租</p>
<p>台灣省旅遊局 (1994)</p>	<p>民宿是一種借住於一般民眾住宅的方式，所以它不是專家化和商業化的旅館</p>	<p>定位：非旅館 空間：利用一般住宅</p>
<p>潘正華 (1994)</p>	<p>民宿之主體是農民利用其農宅空餘之部分房間，將整棟或分棟之農宅出租於旅客暫時居留的行</p>	<p>定位：提供旅客暫時住宿 空間：利用住宅之空房間</p>

	<p>為，而民宿之客體即指旅客投宿於民宅的行為。</p>	
<p>韓選棠 (1994)</p>	<p>一般個人住宅將其一部分居室，以副業方經營的住宿設施。</p>	<p>定位：一般住宅住宿設施 空間：部分私人空間出租</p>
<p>林宜甲 (1998)</p>	<p>1. 民宿必須先定位是否是旅館業。 2. 管理經營上需有組織。 3. 民宿事業有結構</p> <p>周邊資源不管是自然的、人文的資源或本身具有資源特色。</p>	<p>定位：結合周邊資源之住宿設施 空間：利用私人住宅</p>
<p>交通部 (2002)</p>	<p>利用自用住宅空間房間，結合當地人</p>	<p>定位：結合周邊環境以家庭副業</p>

	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。	經營 空間：自用住宅空間 房間
--	--	-----------------------

資料來源：(謝旻成 1998)

民宿業已是一種重要且新興的觀光休閒產業，政府為能提升民宿業者的服務品質及經營管理，曾派員至歐洲、日本等地考察，將考察報告，做為專家學者「訂定民宿管理辦法」之參考，並且在交通部修訂的「發展觀光條例」，將民宿比照旅館業等納入管理，而後交通部所發布實施的「民宿管理辦法」，成為全國民宿業的統一標準。而「民宿管理辦法」除了定義民宿意涵，也對民宿的經營規模有如下要求「以客房數五間以下，客房總數地板面一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、或經農業主管機關核發經營許可之休閒農場，或所劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以房客數十五間以下規模經營」。所以依照法規，民宿業者的經營房客數最多不超過十五間。

另外，在第五條則針對民宿所在位置給予以下規範「須以下列

地區為限，並符合相關土地使用管制法令之規定：一、風景特定區。二、觀光地區。三、國定公園區。四、原住民區。五、偏遠地區。六、離島地區。七、休閒農業區。八、金門特定區。九、非都市土地」。

以上政府對民宿所行之法令，關係到民宿業者所能設置之地點、能提供的房間數及大小、周邊環境資源的結合，除了能讓政府有所依據進行監督管理外，也希望藉此規範民宿業者注重民宿設置的消防安全措施，兼顧到旅客的住宿安全，並過濾未達標準之民宿。

雖然目前有法依循，推動民宿做到品質改善，但現今民宿業仍有法令政策上、基本設施上、經營上及衝擊上等不同的問題(林宜甲，1998)。陳墀吉、掌慶琳、談心怡(2001)也歸納出民宿業者未來產業發展面，可能面臨的實質性問題包括了：

- 1、規模小，較沒競爭力。
- 2、人力不足，鄉村環境留不住年輕人。
- 3、財務不健全，經濟力不足。
- 4、服務品質良莠不齊，旺季被詐遊客事件時有所聞。
- 5、專業知識技能不足，大多是農民出身，沒想到管理經營概念。
- 6、沒想到特定的立基與訴求，資源特色認定，需有專業人士指導。

7、沒有組織，民宿組織化需靠地方人士協助整合。(如組織公會)

8、行銷推廣能力不足，無法包裝產品提昇價值。

由此可知，民宿管理辦法除了輔導業者合法化，對於民宿業的教育訓練及專業技能，還未達到一定的程序，這也造成了一些尚未合法化的民宿業者在行銷推廣上躊躇不前。

在研究分析前，如事先針對產業特性進行瞭解，將更能明白分析結果並有助解釋其原因(謝盛富，1993)，所以有必要對民宿特色一一探究。國內民宿的分類方式，不離以建築、經營等特色為分類方式，在潘正華(1994)對民宿建築法令可行性研究一文中，詳細指出，民宿之特性在其本身提供寧靜適之住宿場所，遠避都市塵囂，親近自然與農村生活，與在旅館住宿之感覺不同，也跟在家休假大相迥異。

民宿最顯而易見的經營方式，也與一般旅館經營大不相同；強調大眾化的合理收費與自助式的服務，設備不需要豪華但仍須注意安全與衛生設施，服務雖不甚精緻，但富有家庭味、鄉土味及人情味的氣氛。充分的利用天然資源，及當地文化特色；除住宿與餐飲之外，更提供運動、休閒的情趣、自由和賓至如歸的感受。如稍做歸納，則民宿業具有以下的特色(湯明木，2003)：

(一)地域性

民宿業往往結合了所在地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以提供旅客鄉野活動。

## (二)獨一性

由於各個景點地區的人文及自然資源皆不同，當民宿和區域結合後，就無法在另一地區有同樣的民宿出現。

## (三)差異性

每個民宿雖然皆為台灣民宿業族群的一分子，或為同一民宿村之同業，即使所在地區資源相同，但仍會因為經營主理念不同有相異性存在。

## (四)參與性

民宿是利用自家住宅作為經營場所，除了自家成員往往是民宿的服務接待人員，因而需共同參與經營外；前往住宿的遊客，也會在民宿所提供的住宿生活體驗中，有融入當地文化的參與感。

## (五)互動性

由於民宿業者與遊客同居一處，在接待過程中，透過民宿主人的服務提供，及遊客的體驗需求而讓兩者有較多的相處及互動。

在過去民宿研究當中，民宿的分類尚無一致性的看法；但是民宿業的特色一如上述所言豐富而多彩，故也成為國內研究學者們的分類來源。顧志豪(1992)就以民宿建築類型及國人使用空間習慣及型

態，並參考國外民宿分法歸納為：1. 套房式民宿建築。2. 家庭式隔間民宿建築。3. 通舖式民宿建築。4. 綜合式民宿建築。5. 集合式民宿建築。而鄭建雄(2001)則在文中談到民宿的經營特色可以是，「農園體驗民宿」、「海濱民宿」、「歐式民宿」、「養生民宿」等不同經營性質之型態。另外，黃叔玲等(2001)將台灣民宿業基本的分為「體驗型民宿」、「地方產業型民宿」、「個人特色型民宿」、「原住民民宿」。除此之外，陳昭郎與張東友(2002)則依國內農村民宿的資源特色、經驗活動內容以及經營管理型態等面向，將目前國內民宿區分為「藝術創作型」、「復古經營型」、「賞景渡假型」、「農村體驗型」以及「社區文化體驗型」五種類型(詳見表 2.3)

表 2.3 台灣民宿分類方式

研究者	民宿分類方式	分類項目
顧志豪 (1992)	依建築型態 區分	1. 套房式民宿建築 2. 家庭隔間式民宿建築 3. 通舖式民宿建築 4. 綜合式民宿建築 5. 集合式民宿建築

<p>鄭建雄、 黃淑玲 (2001)</p>	<p>依經營與資 源特色區分</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農園體驗民宿</li> <li>2. 海濱民宿</li> <li>3. 歐式民宿</li> <li>4. 養生民宿</li> <li>5. 原住民民宿</li> <li>6. 體驗型民宿</li> <li>7. 地方產業型民宿</li> <li>8. 個人特色型民宿</li> </ol>
<p>陳昭郎、 張東友 (2002)</p>	<p>依民宿地理 及服務特性 區分</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域性：結合所在地之人文、自然資源。</li> <li>2. 獨一性：不會有相同的民宿提供相同的產品。</li> <li>3. 差異性：每戶人家之經營理念大不相同。</li> <li>4. 參與性：由家庭成員直接和客人面對面。</li> <li>5. 互動性：遊客和民宿主人有較多的機會相處。</li> </ol>

資料來源：(顧志豪、1992；鄭建雄、黃淑玲、2001；陳昭郎、張東

友、2002)。

德國民宿的風貌會因各地的住宅形成而有所不同，但都會有一個共通點-符合住宿旅客的要求。如此要將德國民宿分類，應該先瞭解哪些人會去投宿，歐洲人喜歡度假，而度假有別於一般觀光旅行，到「農村度假」在歐洲風行已久的休閒方式之一，一般以夫婦或家庭消費為主，因此民宿的空間規劃也都朝這個方向在設計。在德國，單房式民宿、套房式民宿、公寓式民宿及別墅型民宿四種〔30〕，主要是依據不同的族群以及停留時間，提供不同的產品予於選擇。基本上個各種住宅空間都有，德國民宿的基本類型整理如表 2.4。

表 2.4 德國民宿分類表

民宿類型	空間特色	備註
1. 單房式民宿 (Ferien-Zimmer)	類似一種旅館住宿空間，僅有臥室一間及衛浴、電視等設備。	住宿人數為 1-2 人，一晚約 30 馬克/人。
2. 套房式民宿 (Ferien-Appartment)	含有客廳、廚房、餐廳及衛浴，其客廳兼作衛浴使用，面積約在 15 坪左右。	住宿人數約為 3-4 人，一晚約為 45 馬克/人。

<p>3. 公寓式民宿 (Ferien-Wohnung)</p>	<p>大多由老而大的農業用穀倉或農莊改建而成。每個樓層均附建幾個家庭式民宿。這類集合式的民宿多附建有供遊客進餐的公共餐廳。</p>	<p>住宿人數約為 4-5 人，一晚約為 60 馬克/人。</p>
<p>4. 休閒別墅民宿 (Ferien-Haus)</p>	<p>即將一棟花園別墅出租，包含中庭中所有休閒設施如游泳池及其他休閒設施，這類民宿房間眾多，加上庭園寬敞，多出租給人數眾多的家庭，依據住房大小及庭院設備的多少收費。</p>	<p>住宿人數五人以上，約為 70 馬克/人。</p>

資料來源：謝旻成，1998。

民宿業者在積極的創造民宿特色，無非就是要區隔出民宿本

身產品與其他業者的差異性，使經營民宿要比經營商務旅館更需要提供當地風土民情、自然景觀、生態環境資訊及農林漁牧生產活動等特色；而民宿業者也充分的使用地方資源及競相塑立民宿特色以吸引遊客前來參觀。今日民宿已從以往的附屬地方設施，提供遊客住宿的場所及餐食，到現在成為觀光客的主要目標，周邊的自然資源，不再是主角，民宿業的特色及附帶的住宿體驗，成了遊客前往的主要條件。

民宿在觀光業中，因「副業經營」的方式及其主人與遊客間的互動關係，與其它以營利為主的旅館業或休憩業有所不同，但依其主要提供的產品特性住宿及餐飲，與觀光產業中的旅館業所提供之服務特性最為相近，如要與一般旅館有所區隔，仍必須掌握所謂「餐旅服務業」(hospitality industry)的產業觀念(Powers)。

Hospital 的字面意義，係指以經營餐廳與旅館為主之服務業；根據牛津大學的解釋，Hospitality 係指以和藹、親切的態度來接待與取悅客人，遊客或陌生人之意，由此引伸，凡是從事類似工作，主人以和藹、親切的態度來接待顧客的行業，皆可稱之為餐旅服務業。因此，民宿的行銷經營理念應充分運用餐旅服務業的產業概念加以轉換使用。

行銷組合的源頭可追溯至行銷策劃的內涵，行銷策略是公司企業

為達到目標的方法。而策略的決定必須在擬定行銷計劃時，謹慎比較不同的方案後，才可確定(李素美，1994)。所以可說行銷策略是從事不同策略中，選擇最適合特定顧客群的行動方向，包括傳達方法、運輸管道和價格架構，有些學者認為它是目標市場和行銷組合的配合 (Morrison & Alastair，1996)。

在目標市場的選擇需要利用到遊客動機及消費型態上的瞭解。在台灣民宿業遊客的特性分析，專家學者已有認識，例如：張錫均等(2003)對宜蘭地區特色民宿消費者意向之探討及姜惠娟(1997)對休閒農業民宿旅客特性與需求的研究，本研究專注於餐旅行銷組合的發展。

目前民宿相關研究中，對民宿分類並無一定的方法且相關的文獻數量並不多，其中以林宜甲(1998)對民宿分類較為完整且具體。林宜甲(1998)依照空間設計、經營管理、停留型態、旅遊型態、地區與特色及有無輔導機關等型態將民宿區域分為下列類型(表 2.5)

表 2.5 民宿的類型

民宿類型	區分要素、條件	案例
空間設計	民宿包含一些較為特殊的建築物，如小木屋	如台東縣台東市附近的小熊渡假村

經營組織	以有無服務中心作為區分	設有服務中心：台東縣海端鄉利稻民宿村
經營型態	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 獨立經營者</li> <li>2. 加入協會者</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如台北縣瑞芳鎮雲山小築</li> <li>2. 宜蘭縣冬山鄉三苗圃民宿</li> </ol>
輔導機關	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行政院農委會</li> <li>2. 省原住民委員會</li> <li>3. 鄉公所或農會</li> <li>4. 無任何機關輔導者</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如屏東縣恆春農場</li> <li>2. 如台北縣烏來鄉福山村民宿</li> <li>3. 如台東縣鹿野鄉高台茶區的民宿</li> <li>4. 如屏東縣滿州鄉旭海民宿</li> </ol>
停留型態	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 停留一日</li> <li>2. 停留數日或更久</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如台北縣瑞芳鎮九份地區</li> </ol>
旅遊型態	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 特殊興趣</li> <li>2. 休憩活動</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如日本的溫泉民宿</li> </ol>

	3. 體驗生活	2. 如歐洲因滑雪所產生的民宿 3. 如宜蘭縣員山鄉庄腳所在之民宿，讓人體驗農村生活
--	---------	---

資料來源：林宜甲(1998)碩士論文

從台灣的民宿發展史中，我們發現民宿的起源如僅是因位在風景點的週邊，故將家中多餘的房間加以整修，單純提供旅客住宿，此類的民宿通常並不具備高的競爭力；相較於此，近幾年來出現了許多強調自然生態、特殊田野景觀、鄉村體驗、特殊人文藝術或民俗活動的特色民宿，除了提供住宿的服務之外，尚提供遊客特殊的套裝深度旅遊服務，使遊客能在旅遊過程中，藉著住在當地的接待家庭中和人事物的互動，瞭解當地的生活背景、文化特色、風俗民情、自然景觀、產業及生態……等，進而達到知性、感性、趣味和學習的定點深度休閒旅遊。

Dowson & Brown(1998)曾於研究中指出遊客選擇民宿的動機依序為：(1) 選定路線/地理位置。(2)親切的服務。(3)喜歡民宿的體驗/概念。(4)膳食。(5 )指點/介紹。(6)於當地有住宿需求。(7)

價格/價值。(8)有效的廣告。(9)地方性的吸引力。(10)對民宿有特殊的興趣。(11)想嘗試有交易的寄宿。

姜惠娟(1997)於「休閒農業民宿旅客特性與需求之研究」以鹿谷休閒農業民宿村與八卦力民宿的旅客為問卷調查對象，研究中指出，選擇民宿動機的因子為：(1)民宿的效益。(2)民宿的環境與體驗性。(3)民宿的寧靜與質樸性。(4)民宿的便利性。(5)民宿的嚐試性。

綜合以上民宿之定義及特性而言，民宿是一種家庭副業，是以出租自宅內之空房給予旅客住宿之行為，經營者通常不會只依賴民宿之收入維持生計。民宿業者與其周圍之資源皆密不可分，而經營者會善利用其民宅宿附近之景觀優勢，提供旅客特殊定點深度旅遊之住宿服務，並且富含人情味，給旅客「另一個家」的感受，因此佔有旅館業者難以取代之地位。而就民宿之文化層面而言，由於民宿周邊之生態或文化之結合，因此得以提供旅客對當地之更深入瞭解，而使民宿成為當地傳統文化之傳承及教育者。

## 2.2 民宿經營管理策略成功關鍵因素

由於現今民宿業的快速發展，在競爭市場上面臨了很大的挑戰，如何經營管理民宿使其創造成功機會及更高的民宿價值也成為重要的問題，因此在民宿經營管理方面，不少學者也針對此議題做

出不同的調查研究。從對民宿之經營管理現況到民宿經營管理建議皆有所討論。

首先針對民宿經營管理現況之文獻，學者楊永盛(2003)以宜蘭地區之遊客對「經營管理」方面之評價重視項目前三項，依序為：1. 客房整理乾淨程序。2. 環境衛生清潔程序。3. 民宿周邊資源與簡介資料提供。另也提到民宿業者之經營與管理項目通則。在民宿經營目的地動機上之通則包含：當作副業經營、多餘的房舍出租當民宿、貸款投資少、假日人潮湧且回頭顧客多、非副業經營時規模需大。

而在經營推廣與更新上則應多觀察成功的民宿經營業者、建築物與設備需要不斷更新，但需保持原貌吸引懷舊之旅客，在附加獨特的經營方針及增加配合時代需求的機能、格調與價值才能發揮其特色，而繼續成長。

從民宿業與旅館業之經營管理現況之比較來探討，姜惠娟(1996)提出民宿與一般旅館最大的不同在於經營型態上強調大眾化的收費與自助性的服務。設備應該著重安全與衛生，服務有家庭味、鄉土味及人情味，並能夠利用天然資源，配合當地文化特色，除了住宿與餐飲之外更提供運動、休閒娛樂等功能。

從休閒農業角度來探討民宿經營管理之部分現況，呂星璜(2003)提出了當前民宿經營狀況：民宿業者應妥善結合農村生活、休閒運

動及文化資源，提供都市與鄉村一個交流的模式，將會是現代農業轉型的機會，更是休閒活動從業人員另一事業契機。並妥善規劃開發利用台東農村豐富之休閒資源、配合當地產業之發展，搭配休閒運動之多元設計，創造結合主題、健康、安全、衛生需求之「民宿」。

而針對於民宿之經營管理層面提出了營運建議者廖容聰(2003)對民宿經營管理提出除了幾項建議。在實質服務方面，旅客在投宿前期望方面，以清潔衛生、安全設施等最為重視，生命的保障應是選擇民宿最基本的要件，故民宿經營者應讓投宿者對安全衛生等服務具有信賴感。在市場區隔方面，年輕族群的學生對民宿這種新興休閒住宿渡假產業接受度較高，故開拓年輕族群市場是下一階段的目標。在服務口碑方面，主要為親友口碑相傳或自己曾經住宿過為主，所以此部分應以投宿過旅客資料進行推廣。在行銷方面，行銷是以目標市場為對象，滿足顧客的需求為依歸。故經營者應衡量本身資源的優劣，界定目標市場，提供比競爭者更有效的行銷策略。

楊凱傑 (2003)提出了由經營層面來看民宿的特點是在經營上必須要運用當地天然資源，營造出休閒、自然、愉快的氣氛。而民宿業者未來在民宿產業發展面，經營上所面臨的實質面問題有：較沒有競爭力、人力不足財物經濟不健全、服務品質良莠不齊、專業知識與技能不足、沒有特定的利基與訴求、沒有組織、行銷推廣力

不足。提出建議在經營管理方面不斷的創新改進，以及突顯民宿獨特的賣點與特性，不要一陳不變，企劃出較有特色的住宿體驗與套裝行程，也會影響到民宿經營的穩定性、收益性以及消費者的回客率。民宿業者經營受到季節性的影響非常顯著，淡季旺季的業績差異會很大，如何透過良好的行銷及企劃能力來調適淡季旺季之間的成本效益就相當重要。

民宿業者之經營與管理有下列幾項通則：

#### 1. 在民宿經營的目的與動機上

- (1)當作副業經營而非家庭之基本收入，通常家族一起經營。
- (2)善用自己的土地與建築物，多餘的房舍出租當民宿。
- (3)善用現有資金，不另貸款，收入豐富時再投入資金增加設備。
- (4)營業狀況為全年性的副業，民宿的生意來自假日，且回頭客人多，需長期經營，始有得利。
- (5)當作正常經營時規模需較大，才符合經濟效益。

#### 2. 在經營型態的選擇上

民宿的經營與一般旅館經營最大不同的特色在於強調大眾化的合理收費與自助性的服務。設備雖然不需要豪華，但需要注意安全與衛生設備，服務雖不甚精緻，但要富有家庭味、鄉土味及人情味的氣氛，更重要的是利用天然的資源，配以當地的文化特色，除住

宿與餐飲之外更應提供運動、休閒、娛樂等功能，讓住客能充分享受悠閒的情趣、奔放的自由，而有賓至如歸的感覺。

### 3. 在經營推廣與更新上

觀察成功的民宿經營業者，除了依賴事前週密的計劃與得宜的管制，在經營的成敗上，則有賴於業務的推廣與經營能力而定，然而所興建的建築物與設備，卻因時代的急遽變化，商品的經濟價值也隨著陳舊化，所以需要不斷整修更新，但又須保持原貌以吸引懷舊之旅客，再附加獨特的經營方針及增加配合時代需求的機能、格調與價值才能發揮其特色，吸引顧客的喜愛與競爭的能力，而繼續成長。

## 2.3 成功關鍵因素之意涵

『成功關鍵因素』(Key success factors, KSF 或 Critical success factors, CSF)之概念應用的非常廣範，此一概念最早以『限制因子』(limited factor)之名出現於組織中，而後應用於組織議題之研究與探討，直到1961年才由資訊管理領域的學者D. W. Daniel於其發表的「管理資訊的危機」一文當中，引起廣泛的注視並加以應用至其他研究中，近期『關鍵成功因素』之研究則大受策略管理學之學者青睞與發揚光大，使此一主題之研究同時成為策略管理與

資訊管理兩大類的重要探討議題。

由於各學者研究領域或探討對象、主題不同，致使所使用的名詞產生重大分歧，諸如『限制因子』(limited factor)、『策略因之』(strategic factor)、『成功要素』(success factor)、『關鍵領域』、(Key result areas)、『策略改變』(strategic variable)等，本節即對以往有關關鍵成功因素的文獻作一整理，分別探討關鍵成功因素的定義、特性、獲取方法、如何確認及相關文獻整理。

1943年組織經濟學家 John R. Commons 提出了『限制因子』，並將其運用於管理及談判的運作，開啟了關鍵成功因素之觀念。其後 Chester I. Barnard(1984)將其運用至管理決策之中，他認為決策分析事實上就是在尋找「策略因子」(Strategic factor)(鄭紹成，1991；李忠星，1993；魏爾彰，1994；方威尊，1997)。直到1961年 D.W Daniel 在「管理資訊的危機」(Management Information Crisis)一文當中提出，大部份的產業都具有三至六項決定是否成功的關鍵要素，如一個公司欲獲得成功，就必須集中於產業的成功要素(Success Factor)上，且需將這些要素做的特別好(bedoen — exceedingly will)。由於「關鍵成功因素」在不同的研究領域或研究主題會有不同的解釋與定義，故以下就資訊管理及策略之角度加以定義與討論：

### (一)、在資訊管理領域

在資訊管理領域，學者大都以“Critical success factor, CSF”作為「關鍵成功因素」之統稱。早在1961年D. W Daniel於其發表的「管理資訊的危機 (Management Information Crisis)」一文中提到：「一個公司的資訊系統 (information system) 必須經過分辨與選擇，同時必須要集中於產業的成功素 (success factor) 上，大部份的產業都具有三至六項決定是否成功的關鍵因素。如果公司欲獲得成功，務必將這些關鍵因素做得特別好。」

### (二)、在策略管理領域：

在策略管理領域中，學者大都以“key success factor, KSF”統稱「關鍵成功因素」，而成功關鍵因素 (KSF) 在策略管理中又可分別從策略規劃、產業分析及競爭優勢等三種不同角度說明各學者對成功關鍵因素之看法。

#### (1) 策略規劃觀點中的關鍵成功因素：

策略是規劃、安排現有的技術和資源，以達到理想目標。在規劃的過程中，策略的設定必須有所依據才能有效達到目的，而這些依據就是關鍵成功因素；亦即，在制定策略時，如能加入關鍵成功因素的考慮，將使策略規劃更有效率。

#### (2) 產業分析面觀點中的關鍵成功因素

產業(industry)係指提供具有高度替代產品的企業所共同形成的集合，而這些在實質上具有交互影響的企業，其互動關係的演進，形成產業結構(industry structure)。產業分析主要是以產業整體環節構作為分析基礎，分析的目的是為預知產業對潛在競爭者的吸力，藉由分析、檢視、確認該產業該階段的產業關鍵因素，以協助企業制定經營的競爭策略。

所以產業關鍵成功因素(KSF: Key Success Factor)，是藉由分析產業環境結構的過程中，發掘一些企業發展或生存具有影響力的幾個關鍵，企業若能掌握這些因素，將可以取得相對有利的競爭地位。產業分析的分析對象主要是整體產業，透過分析可以確認產業的關鍵成功因素。

### (3) 競爭優勢觀點中的關鍵成功因素

競爭優勢是指企業在產業中，擁有相對較競爭者獨特且優越的地位，其表現在外較佳的是獲利能力或高市場佔有率，因此企業是否能建立或維持優勢地位，有賴關鍵成功因素的掌握。

以上就是 1980 年以後各學者在各領域、各年代對關鍵成功因素的見解，綜合上述各學者所述得知，影響企業或組織經營成敗之因素有許多、不同的產業、不同的特性，產業的發展過程及產業生命週期皆導至其成功關鍵因素有所不同，故研究人員即時在相同的產

業但不同的環境與條件下，所做的結論即可能有所不同。但細究各家學者對關鍵成功因素之定義，我們可發現，學者們都試圖以 KSF 說明廠商如何能在產業中取得競爭優勢。故經營者若能在規劃、制定策略時，掌握在外部環境的變化，再配合規納出的關鍵成功因素，必能取得持久之競爭優勢。

再此，以往有學者(Ansoff, 1884; Hofer & Shendel, 1987; Hill & Jones, 1989; 吳思華, 1988; 孟德芸, 1988; 林材波, 1991; Crag & Grant, 1993; Sharon, 1994; 司徒達賢, 1998; 方威尊, 1998)主張關鍵成功因素是一種資源、技術或能力，就民宿產業的觀點、資產、技術與能力表現了個別競爭的差異性，因此，本研究根據本節各學者對關鍵成功因素(KSF)所下的定義，促使本研究擬將民宿經營之關鍵成功因素定義為：民宿經營者在該產業中能維持恆久的競爭優勢或達到自我設定的長期營運目標，所必須具備的競爭能力或資產。

## 2.4 關鍵成功因素的特性

根據關鍵成功因素定義與學者(方威尊, 1997; 王程錦, 1999; 林俊麒, 1999)的探討發現，關鍵成功因素具某些特性，歸納分析如下：

(一)關鍵成功因素的探討應同時考量內外部環境因素，以達到研究的完整性。

(二)關鍵成功因素會隨著時間的不同、產業生命週期之改變而變化，管理者應瞭解關鍵成功因素並非固定不變，故考慮運用關鍵成功因素應注意其變化及未來趨勢，不可貿然投入該產業。

(三)關鍵成功因素會因生產的不同、產品、市場的不同而有所差異，管理者必須深入研究、評估與分析，並大膽致力於少數幾個關鍵成功因素，並作為策略形成的基礎。

(四)關鍵成功因素的運用是管理者應將焦點聚集在攸關企業的關鍵領域，如此可使經營管理者收到事半功倍之效。

另外，Aaker(1995)認為在考慮關鍵成功因素時，應注意成功關鍵因素本身所具有的特性，所以基本特性依據各學者的分析，其共同之處，整理如下(方威尊，1997；劉思治，2003)：

(一)關鍵成功因素會隨著時間而改變。

(二)關鍵成功因素會隨產業、產品與市場之並不同各異。

(三)關鍵成功因素會隨產業生命週期之改變而改變。

(四)關鍵成功因素應考慮到未來的發展趨勢。

(五)在尚未瞭解某產業關鍵成功因素前，冒然投入將導至該企業失敗。

(六)管理者需集中努力於特定事物或關鍵工作，來決定關鍵成功因素。

(七)管理者應該將管理重心集中於關鍵成功因素。

(八)管理者必須對關鍵成功因素有深入的瞭解，並且致力於其中，並以之作為策略擬定的基礎。

由以上分析得知，關鍵成功因素的最大特點在於具有時效性，容易受到市場上的影響及變化，而管理者的參與及深入瞭解，是帶動整個關鍵成功因素運行的基礎動力。

## 2.5 關鍵成功因素的確認方法

Danie(1961)認為大多數的產業都具有三至六項決定是否成功的要素。但由上述關鍵成功因素的特性中，我們瞭解關鍵成功因素會隨著時間、產業生命週期的變化而改變；關鍵成功因素會隨著產業、產品、市場之不同而有所差異；企業若欲建立優勢地位必須先確認該產業關鍵成功因素，在將有限的資源確實運用於攸關企業的

關鍵領。綜合大研前一(1987)、涂春河(1991)等多位學者之觀點，  
確認關鍵成功因素的方法分述如下：

(一)大研前一(1987)，確認關鍵成功因素的方法有二即剖解市場及  
比較法：

(1)剖解市場

利用產品及市場組合區隔市場，分析主要構成部分，以確  
認各市場之區隔並確認哪一市場區隔具有策略重要性；然後執  
行制定的策略及所分配的職責，即可計算每一區隔市場所需要  
投入的資源總和，再決定可用資源的先後順序。

(2)成功者與失敗法：

尋成功者與失敗者的不同，然後以腦力激盪與意見調查法  
，分析二者的差異，並探討其原因。

(二)涂春河(1991)確認成功關鍵因素的方法有二：

(1)比較競爭中的成功者與失敗者：

比較競爭中的成功者與失敗者時，需要考慮(a)需要考慮那些  
競爭者？)(b)成功者與失敗者之間的區分標準為何？(c)造成  
表現差異的原因為何？

(2)確認高度槓桿作用的現象

此方式是藉由一些可控制變數如工廠規模，生產線長度、銷

售人員密度等的改變，衡量對成本所造成的影響，以找出企業之關鍵成功因素。所謂槓桿作用係指促成消費者購買某一產品或服務的各項因素(動機)而言(Sawyer, 1990)。

(三)Leidecker 與 Bruno(1984)認為確認關鍵成功因素的方法,如表

2.6:

表 2.6 關鍵成功因素分析方法

確認方法	著重焦點	資料來源
環境分析	總體	環境偵測、經濟模型、社會政治諮詢服務
產業結構分析	總體/產業	產業組織的架構
產業/企業專家	產業/個體	對該產業瞭解深入的各方專家、學者、業者
競爭分析	產業/個體	企業的直線、幕僚、內外部顧問
產業領導者分析	產業/個體	企業的直線、幕僚、內外部顧問
企業本體分析	個體	企業內部幕僚

暫時/突發因素分析	個體	企業內部幕僚、腦力 激盪、內部高層的觀 察
PIMS 結果	產業/個體	PIMS(profit impact of market strategy)的資料

資料來源;Joel K. Leidecker and Allbert 1984. Identifying  
and Using Critical Success Factors. Long  
Range PlanningVol Vol .17, pp. 23-32.

(四)Hofer 與 Schendal(1985)提到確認關鍵成功因素包括以下五個  
步驟：

1. 確認該產業競爭環境有關之因素。
2. 每一個因素依相對重要性給予權數。
3. 在該產業內就其競爭激烈與否評分。
4. 計算每一個因素之加權分數。
5. 每一個分數再與實際狀況核對，比較其優先次序。

學者對關鍵成功因素觀點的論述，可得知以下結論：

- (一)在相關文獻中，雖然關鍵成功因素會因不同的研究領域有所不同，但其共同之處都是在說明企業在營運過程中，為了成功而必須顧慮的一些因素。
- (二)民宿經營之關鍵成功因素，本研究擬依據過去學者之主張將關鍵成功因素(KSF)視為一種資產，技術或能力，但民宿之相關文獻卻沒有在此方面的討論，為此，僅能使用其他產業有關此方面的文獻，適度修正以合乎本產業的性質。
- (三)本研究欲以資源基礎理論之觀點探討民宿經營關鍵成功因素，將以組織所擁有之「資源」為切入點，試圖從民宿業者所擁有之資產、技術與能力之表現尋找其競爭力的差異性，故將以個案分析、與業主進行深度訪談幫助釐清民宿經營之關鍵成功因素。

## 2.6 關鍵成功因素的相關文獻

由於民宿主要是結合了有形住宿、餐飲等，及無形之服務、休閒遊憩功能之資源的一種新興事業，在文獻的探討將引用住宿、餐飲、旅遊、觀光遊憩等觀光產業，並列舉管理能力之研究結果，作為參考依據，適度修正以符合本產業的性質。

李忠星(1993 住宿業之經營關鍵成功因素)在「休閒渡假中心

經營成功關鍵因素之研究」中以 27 家業者之高階經理人或各部門主管為調查對象，將調查結果以因素分析法從 19 個重要因素，歸納為六個主要的休閒渡假中心經營成功關鍵因素，包括推廣、人力資源、地理與硬體設施、市場、價格及財務管理等六項。

另外，林万登（2003）等人則在「北台灣民宿經營者訓練成效之相關研究」中談到，針對業者經營能力之相關研究付之闕如；為了提升民宿經營管理品質及整體休閒環境，以接受「第一屆農漁村民經營人才訓練班」之學員為研究對象，分析學員在課程前後的學習成效之差異，而其中課程訓練之課程內容，則著重在「知識學習」包括：規劃營運、餐飲管理、財務管理、行銷管理、人力資源管理、營運管理、顧客關係等。目的在加強民宿業者在民宿經營及籌備上之技能及知識。

目前則有吳碧玉（2003）以「核心資源觀點理論做民宿經營成功關鍵因素之研究」。以國內著名特色民宿，在相同產業具備高知名度之民宿經營者，共四家民宿為研究對象；主要依民宿產業所擁有之資源、技術與能力之表現尋找競爭力的差異性，採用個案分析與業主進行深度訪談，最後所釐清的民宿經營成功關鍵因素，又以民宿主人之專業能力能適當的運用，成為民宿獲利的原因之一。

綜合以上，以民宿之定位來看，民宿是為一家庭式經營管理，

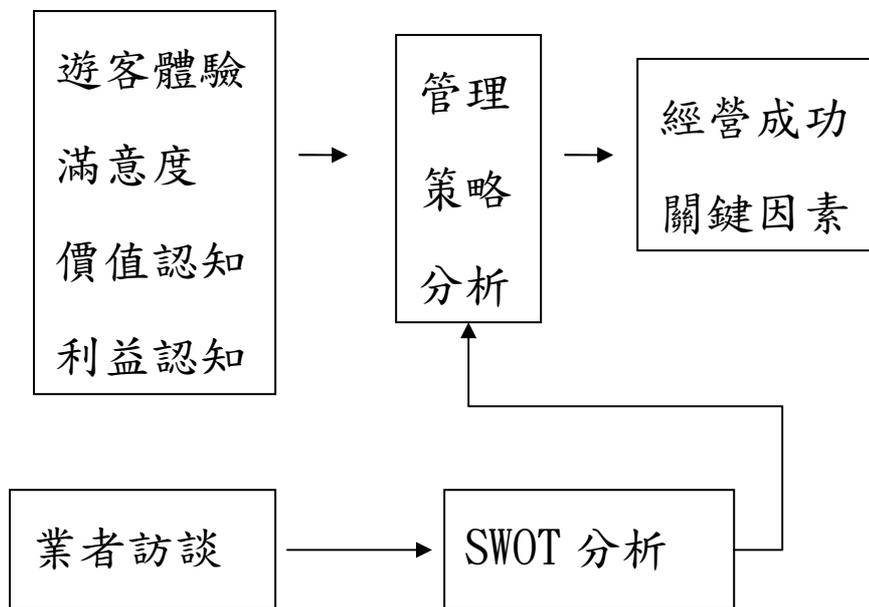
組織成員多以家庭成員為核心，在經營管理上必須配合民宿即有之周邊環境及資源，並且不時做順應時代之更新與變化以配合市場改變。而在住宿品質管理以及客房及環境之衛生管理方面，亦需要有一定的服務水準。

民宿之經營特點是其具有人情味，因此在服務甚或是建築不必嚴格要求精緻，重點應建立在是否有獨特之風格以吸引顧客前來。因為民宿是小型產業，且以家庭副業之型態存在，也延伸出許多相關的經營管理之問題。例如：在財物或是業者經營管理能力上便會有所限制，在專業技能或是促銷方面都存在許多市場競爭壓力。由於民宿之行銷方式多是以口碑為主，因此對於老顧客的行銷也應著重加強。另外，淡季旺季之差異亦是民宿業在經營管理上所要面臨之一大挑戰，應多針對這方面多加進行促銷優惠，以降低競爭脅脅。

### 第三章 研究方法

本研究以台東地區的民宿業者為母體，經電訪後確定共有五家民宿願意配合此份研究。藉由實地問卷調查，針對五家民宿做深度訪談，進一步瞭解台東地區民宿之經營管理策略。

#### 3.1 研究架構(圖 3.1)

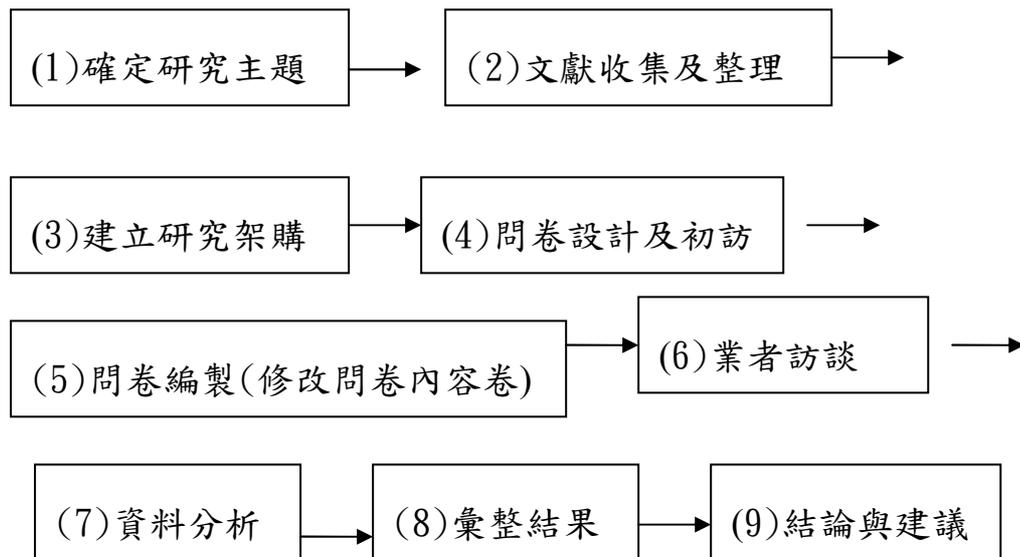


#### 3.2 研究流程

本研的進行過程如圖 3.1 所示。首先針對目前台東地區民宿之背景和動機做探討，訂定研究主題為「民宿經營管理策略之研究」—以台東初鹿地區為例。再進行本研究之相關國內外民宿文獻的初步蒐集，以瞭解目前相關及有之文獻資料，確定主題之可研究性。並建立研究架構，依據研究架構內容進行問卷設計，並就初步設計之問卷進行初訪，以修正問卷題目，以確定問卷完備。在問卷編製

完成之後，便進行專家深度訪談，共針對台東地區五家民宿業者做調查，其中包含五家合法之民宿。於深入訪談完全且問卷全數收回之後，進行訪談資料之分析，內容包含兩個層面，為「民宿經營文化」及「民宿策略管理」。將結果做統整分析，歸納出台東地區民宿經營之特色及經營管理 SWOT 分析。從統整分析資料導出結果，並參照其他相關之文獻做比較。最後再藉由研究結果，提出對台東地區民宿業者成功經營管理之建議。

如(圖 3.2)所示：



### 3.3 研究對象

在研究對象之選擇上，經由網路資訊及旅遊書籍、雜誌等，列出台東地區之民宿資料，總數 5 家，接著再以電話訪問的方式，詢問之民宿業者，經電訪確定之後，約定時間進行深度訪談。本研究針對問卷第一部份，遊客體驗物件的滿意度，共計十九項。第二部

分民宿個人價值的同意度，共計八項及第三部份利益的同意度共計十七項。以遊客之基本資料針對以上三大部分進行描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異分析、事後檢定比較分析。

### 3.4 研究假設

(1)假設一 H1：民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著不同。

H1a：性別有顯著不同。

H1b：婚姻有顯著不同。

H1c：年齡有顯著不同。

H1d：職業有顯著不同。

H1e：教育程度有顯著不同。

H1f：收入有顯著不同。

(2)假設二 H2：遊客個人價值與遊客屬性有顯著不同。

H2a：性別有顯著不同。

H2b：婚姻有顯著不同。

H2c：年齡有顯著不同。

H2d：職業有顯著不同。

H2e：教育程度有顯著不同。

H2f：收入有顯著不同。

(3)假設三 H3：遊客利益認知及遊客屬性有顯著不同。

H3a：性別有顯著不同。

H3b：婚姻有顯著不同。

H3c：年齡有顯著不同。

H3d：職業有顯著不同。

H3e：教育程度有顯著不同。

H3f：收入有顯著不同。

### 3.5 問卷設計

本研究之問卷一共分成三個部分，第一單元為民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著性的不同，共計十九題。第二單元為遊客個人價值與遊客屬性有顯著性的不同，共計八題。第三單元為遊客利益認知及遊客屬性有顯著性的不同，共計十七題。有效問卷 385 份，無效問卷 20 份，共計 405 份。另外以民宿 SWOT 分析的內部分析，包括優勢與劣勢，外部分析的機會與威脅，共計四項。

### 3.6 訪談方式

深度訪談的過程是以二十題錄音問答進行，並表明這份訪談問答僅為學術研究用途，以確定民宿業者安心且誠實作答，藉以達到深度訪談的真實性及可參考性。深度訪談的時間安排於非假日的早上九點至下午五點之間，以避免民宿業者因非假日忙碌而導致訪談時間的不周全。對於每家民宿的訪談時間長度則控制在半小時至一

小時內完成，深入訪談時間為 96 年 1 月至 2 月，共計 2 個月完成五家民宿業者之訪談。五家民宿業者之訪談內容、依據、特色、地點位置(詳閱附錄三)。

## 第四章 實証分析

此研究經過第三章所敘述的問卷設計內容與調查之後，根據本研究之目的及針對回收的有效樣本資料來進行各項的分析，並分述各樣本的資料的分析結果，用敘述性統計及單因子變異分析之結果分述如下：

### 4.1 遊客基本屬性分析

遊客人口統計變數樣本資料分析，是針對受訪的遊客的有效樣本(N=385)之中所得到的樣本數，把遊客的基本資料；包括：「性別、婚姻、年齡、職業、教育程度、平均月收入、居住地點、停留時間、遊伴性質、同行人數、相關資訊、交通工具」共計十二項，來實施(如表 4.1)的遊客基本資料敘述性統計分析。

經由受訪的遊客樣本分析的結果得到證實，性別方面，男性共計 218 人佔 56.6%，女性共計 167 人佔 43.4%，男性佔多數。婚姻方面以已婚最多，共佔 250 人佔 64.9%；其次是未婚 135 人佔 35.1%。年齡是以 31-40 歲共計 125 人佔 32.5%居於多數，21-30 歲 115 人佔 29.9%，41-50 歲 84 人佔 21.8%，55 歲以上有 34 人佔 8.8%及 20 歲以下佔 7%。職業方面以軍公教最多，共佔 86 人 22.3%，其次是從商 85 人佔 22.1%，而以農林漁牧最少佔 7%。教育程度方面，以大學以上 145 人佔 37.7%為最多，其次是專科 133 人佔 34.5%，高中以下為最

少 107 人佔 27.8%。月收入方面是以 40,001-50,000 元為最多共 7 人佔 20%，其次以 30,001-40,000 元 76 人佔 19.7%，20,001-30,000 元 67 人佔 17.4%，50,000 元以上 66 人佔 17.1%，20,000 元以下 40 人佔 10.4%。居住地區方面是以南部地區最多共計 187 人佔 48.6%，其次是中部地區共計 101 人佔 26.6%，北部地區共計 58 人 15.1%，以東部地區為最少 38 人佔 9.9%。停留時間以兩天一夜 185 人佔 48.1% 為最多，其次為三天兩夜 95 人佔 24.7%，一天 47 人佔 12.2%，三天兩夜以 41 人佔 10.6% 及半天 17 人佔 4.4% 為最少。遊伴性質方面，家人及親戚 132 人佔 34.3% 為最多，其次為朋友 121 人佔 31.4%，同學 60 人佔 15.6%，獨自前來 23 人佔 6% 與其他者佔 1.6% 為最少。同行人數方面，四人以上 203 人佔 52.7% 為最多，三人有 87 人佔 22.6%，二人者 70 人佔 18.2%，一人有 25 人佔 6.5% 為最少。相關資訊方面，以網路資訊 86 人佔 22.3% 為最多，其次是親戚朋友告知 78 人佔 20.3%，最少者是「其他」23 人佔 6%。交通工具方式以自用汽車的 254 人佔 66% 為最多，其次以遊覽車 68 人佔 17.7%，機車 28 人佔 7.3%，公車 18 人佔 4.7% 及其他交通工具 17 人佔 4.4%。

表 4.1 遊客基本資料分析表(N=385)

人口特性	項目	人數	百分比(%)
1. 性別	男	218	56.6
	女	167	43.4

2. 婚姻	已婚	250	64.9
	未婚	135	35.1
3. 年齡	20 歲以下	27	7
	21-30 歲	115	29.9
	31-40 歲	125	32.5
	41-50 歲	84	21.8
	51 歲以上	34	8.8
	其他	0	0
4. 職業	農林漁牧	7	1.8
	工	34	8.8
	商	85	22.1
	軍公教	86	22.3
	服務業	68	17.7
	自由業	30	7.8
	學生	50	13
	無(退休、家管)	25	8.8
5. 教育程度	高中以下	107	27.8
	專科	133	34.5
	大學以上	145	37.7
6. 平均月收入	無收入	40	10.4
	20,000 元以下	59	15.3
	20,001-30,000 元	67	17.4
	30,001-40,000 元	76	19.7
	40001-50,000 元	77	20
	50,000 以上	66	17.1
7. 居住地點	北部	58	15.1
	中部	101	26.2
	南部	187	48.6

	東部	38	9.9
	其他	1	0.3
8. 停留時間	半天	17	4.4
	一天	47	12.2
	兩天一夜	185	48.1
	三天兩夜	95	24.7
	三天兩夜以上	41	10.6
9. 遊伴性質	獨自前來	23	6.0
	同學	60	15.6
	朋友	121	31.4
	同事	43	11.2
	家人、親戚	132	34.3
	其他	6	1.6
10. 同行人數	一人	25	6.5
	二人	70	18.2
	三人	87	22.6
	四人以上	203	52.7
11. 相關資訊	電視、廣播介紹	37	9.6
	報章雜誌	59	15.3
	親戚朋友告知	78	20.3
	網路資訊	86	22.3
	旅行社推薦	28	7.3
	文宣海報	24	6.2

	旅遊叢書	50	13.0
	其他	23	6.0
12. 交通工具	機車	28	7.3
	自用汽車	254	66.0
	遊覽車	68	17.7
	公車	18	4.7
	其他	17	4.4

資料來源：本研究整理

## 4.2 遊客基本屬性與滿意度變項之差異性檢定

為了解不同的遊客基本屬性對滿意度變項，是否存在顯著的差異？此部份將運用獨立樣本 T 檢定及單因子變異數分析 (ANOVA)，若遊客個人屬性及旅遊特性與衡量變項的差異達到顯著的水準時 ( $P \leq 0.05$ )，再續以 Scheff 多重比較法來檢定各群組之間的差異，遊客基本屬性與旅遊動機旅遊動機構面之差異檢定，研究顯示結果如下：

### 4.2.1 民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著不同

1. 性別：對滿意度因素中之「民宿位置」有顯著性的差異。
2. 婚姻：經分析測量結果並無顯著性，顯示其趨近一致性。
3. 年齡：對滿意度因素中之「住宿」、「餐廳」、「會議場所」、「民宿環境」、「回家感覺」、「思緒整理」、「環境營造」、「民宿外觀」、「體驗活動」、「投宿民宿」有顯著性的差異。其中 20 歲以下在「餐廳」的遊客滿意度明顯高於 21~30 歲、31~40 歲及 41~50 歲的遊客。20 歲以下在「會議場所」的遊客滿意度明

顯高於 31~40 歲、41~50 歲。20 歲以下在「民宿環境」的遊客滿意度明顯高於 21~30 歲、31~40 歲、51 歲以上。

4. 職業:對滿意度因素中之「餐廳」、「服務態度」、「滿足需求」、「投宿民宿」有顯著性的差異。其中無業在「餐廳」上滿意度明顯高於軍公教，而學生在「投宿民宿」的遊客滿意度明顯高於公教。

5. 教育: 經分析測量結果並無顯著性，顯示其趨近一致性。

6. 月收入:對滿意度因素中之「餐廳」、「會議場所」、「回家感覺」、「民宿位置」、「自然景觀」、「民宿外觀」、「周邊環境」具有顯著性的差異。其中 20,000 元以下在「餐廳」的遊客滿意度明顯高於 40,001~50,000 元。

綜合以上結果部份支持假設一:遊客之基本屬性不同，其旅遊動機亦不相同，並達到目的二:瞭解遊客基本屬性、旅遊特性與其旅遊動機之間的關係。

表 4.2 民宿體驗的滿意度與遊客屬性有顯著不同之差異檢定

遊客基本屬性	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe
性別 1. 男生 2. 女生	1. 住宿	0.29	0.865	
	2. 餐廳	0.06	0.937	
	3. 會議場所	1.959	1.62	
	4. 對民宿周圍環境的整潔很滿意	0.58	0.810	
	5. 投宿民宿使我感受到愉悅的情緒	1.930	0.166	
	6. 投宿民宿給我回到自己家的感覺	0.183	0.669	

7. 民宿的服務 較親切誠實 且態度良好	0.13	0.909	
8. 民宿能夠滿 足我的休閒 需求	0.199	0.656	
9. 民宿之位置 應遠離都市 與人群	6.111	0.014*	
10. 附近應有 優美自然景 觀且視野佳	2.115	0.147	
11. 民宿氣氛 能夠刺激我 的創意思考	2.716	0.141	
12. 有助於思 緒的整理	0.191	0.662	
13. 整體之環 境營造應具 有創意及特 色	0.109	0.741	
14. 民宿之外觀 應有特色且 能吸引人	0.10	0.922	
15. 投宿民宿能 增進親子間 的關係	0.06	0.941	

	16. 民宿能增進 朋友及同事 間的認同感	0.397	0.529	
	17. 會因民宿聯 想到週邊的 其他景觀	0.10	0.920	
	18. 想要參加民 宿所安排的 體驗活動	1.379	0.241	
	19. 因投宿民宿 而改變旅遊 型態	0.826	0.364	
婚姻	1. 住宿	0.157	0.692	
1. 已婚	2. 餐廳	0.422	0.516	
2. 未婚	3. 會議場所	1.507	0.220	
	4. 對民宿四周 圍環境的整 潔很滿意	0.587	0.444	
	5. 投宿民宿使 我感受到愉 悅的情緒	0.355	0.552	
	6. 投宿民宿給 我有回到自 己家的感覺	1.187	0.277	
	7. 民宿的服務 較親切誠實 且態度良好	0.003	0.956	

8. 民宿能夠滿足我的休閒需求	0.452	0.502	
9. 民宿之位置應遠離都市與人群	0.298	0.585	
10. 附近應有優美自然景觀且視野佳	1.322	0.251	
11. 民宿氣氛能夠刺激我的創意思考	0.137	0.712	
12. 有助於思緒的整理	1.216	0.271	
13. 整體之環境營造應具有創意及特色	2.352	0.126	
14. 民宿之外觀應有特色且能吸引人	0.382	0.537	
15. 投宿民宿能增進親子間的關係	1.222	0.270	
16. 民宿能增進朋有及同事間的認同感	2.972	0.86	

	17. 會因民宿聯想到週邊的其他景觀	0.033	0.857	
	18. 想要參加民宿所安排的體驗活動	0.511	0.475	
	19. 因投宿民宿而改變旅遊型態	0.300	0.584	
年齡	1. 住宿	2.657	0.032*	
1. 20 以下	2. 餐廳	4.424	0.002**	1 > 2, 3, 5
2. 21~30	3. 會議場所	4.245	0.002**	1 > 3, 4
3. 31~40	4. 對民宿四周	4.959	0.001**	1 > 2, 3, 5
4. 41~50	圍環境的整潔很滿意			
5. 51 以上	5. 投宿民宿使我感受到愉悅的情緒	2.478	0.044*	
	6. 投宿民宿給我回到自己家的感覺	2.944	0.020*	
	7. 民宿的服務較親切誠實且態度良好	1.859	0.117	
	8. 民宿能夠滿足我的休閒需求	2.150	0.074	

9. 民宿之位置 應遠離都市 與人群	0.810	0.519	
10. 附近應有 優美自然景 觀且視野佳	2.508	0.042*	
11. 民宿氣氛 能夠刺激我 的創意思考	2.240	0.64	
12. 有助於思 緒的整理	4.151	0.003**	
13. 整體之環 境營造應具 有創意及特 色	3.016	0.018*	
14. 民宿之外觀 應有特色且 能吸引人	3.405	0.009**	
15. 投宿民宿能 增進親子間 的關係	0.758	0.553	
16. 民宿能增進 朋友及同事 間的認同感	0.898	0.465	
17. 會因民宿聯 想到週邊的 其他景觀	2.084	0.082	

	18. 想要參加民 宿所安排的 體驗活動	3.207	0.013*	
	19. 因投宿民宿 而改變旅遊 型態	4.621	0.001**	
職業	1. 住宿	0.823	0.568	
1. 農林漁牧	2. 餐廳	3.249	0.002**	4<8
2. 工	3. 會議場所	1.225	0.288	
3. 商	4. 對民宿四周 圍環境的整 潔很滿意	1.474	0.175	
4. 軍公教	5. 投宿民宿使 我感受到愉 悅的情緒	0.623	0.737	
5. 服務業	6. 投宿民宿給 我有回到自 己家的感覺	1.251	0.274	
6. 自由業	7. 民宿的服務 較親切誠實 且態度良好	2.182	0.035*	
7. 學生	8. 民宿能夠滿 足我的休閒 需求	2.221	0.032*	
8. 無(退休)	9. 民宿之位置 應遠離都市 與人群	1.373	0.215	

10. 附近應有 優美自然景 觀且視野佳	0.976	0.448	
11. 民宿氣氛 能夠刺激我 的創意思考	1.760	0.094	
12. 有助於思 緒的整理	1.250	0.247	
13. 整體之環 境營造應具 有創意及特 色	0.465	0.860	
14. 民宿之外觀 應有特色且 能吸引人	1.213	0.294	
15. 投宿民宿能 增進親子間 的關係	1.598	0.135	
16. 民宿能增進 朋有及同事 間的認同感	1.164	0.323	
17. 會因民宿聯 想到週邊的 其他景觀	0.940	0.475	
18. 想要參加民 宿所安排的 體驗活動	1.913	0.066	

	19. 因投宿民宿 而改變旅遊 型態	2.723	0.009**	4<7
教育程度	1. 住宿	1.816	0.164	
1. 高中以下	2. 餐廳	1.376	0.254	
2. 專科	3. 會議場所	2.282	0.103	
3. 大學以上	4. 對民宿四周 圍環境的整 潔很滿意	2.530	0.081	
	5. 投宿民宿使 我感受到愉 悅的情緒	1.273	0.281	
	6. 投宿民宿給 我有回到自 己家的感覺	0.799	0.451	
	7. 民宿的服務 較親切誠實 且態度良好	0.976	0.378	
	8. 民宿能夠滿 足我的休閒 需求	0.784	0.457	
	9. 民宿之位置 應遠離都市 與人群	0.792	0.454	
	10. 附近應有 優美自然景 觀且視野佳	1.858	0.157	

11. 民宿氣氛 能夠刺激我的創意思考	2.039	0.132	
12. 有助於思緒的整理	1.673	0.189	
13. 整體之環境營造應具有創意及特色	1.354	0.260	
14. 民宿之外觀應有特色且能吸引人	0.243	0.785	
15. 投宿民宿能增進親子間的關係	0.304	0.738	
16. 民宿能增進朋有及同事間的認同感	0.621	0.538	
17. 會因民宿聯想到週邊的其他景觀	0.222	0.801	
18. 想要參加民宿所安排的體驗活動	0.099	0.906	
19. 因投宿民宿而改變旅遊型態	0.056	0.945	

平均月收入	1. 住宿	1.835	0.105	
1. 無收入	2. 餐廳	3.572	0.004**	2>5
2. 20,000 元以下	3. 會議場所	2.398	0.037*	
3. 20,000~30,000 元	4. 對民宿四周 圍環境的整 潔很滿意	1.052	0.387	
4. 30,001~40,000 元	5. 投宿民宿使 我感受到愉 悅的情緒	1.106	0.357	
5. 40,001~50,000 元	6. 投宿民宿給 我有回到自 己家的感覺	2.554	0.027*	
6. 50,000 以上	7. 民宿的服務 較親切誠實 且態度良好	1.769	0.118	
	8. 民宿能夠滿 足我的休閒 需求	1.373	0.234	
	9. 民宿之位置 應遠離都市 與人群	3.075	0.010**	
	10. 附近應有 優美自然景 觀且視野佳	3.181	0.008**	
	11. 民宿氣氛 能夠刺激我 的創意思考	1.770	0.118	

12. 有助於思 緒的整理	1.809	0.110	
13. 整體之環 境營造應具 有創意及特 色	1.228	0.295	
14. 民宿之外觀 應有特色且 能吸引人	2.617	0.024*	
15. 投宿民宿能 增進親子間 的關係	1.265	0.278	
16. 民宿能增進 朋有及同事 間的認同感	1.161	0.328	
17. 會因民宿聯 想到週邊的 其他景觀	2.433	0.035*	
18. 想要參加民 宿所安排的 體驗活動	1.388	0.228	
19. 因投宿民宿 而改變旅遊 型態	1.602	0.159	

\*  $\leq 0.05$  代表顯著差異, \*\*  $\leq 0.01$  代表非常顯著差異

#### 4.2.2 遊客個人價值與遊客屬性有顯著不同

1. 性別:經分析測量結果並無顯著性，顯示其趨近一致性。
2. 婚姻:對同意度因素中之「情感交流」具有顯著性的差異。
3. 年齡:對同意度因素中之「快樂自在」、「情感交流」、「遊憩體驗」、「物超所值」有顯著性的差異。其中 20 歲以下在「快樂自在」上的遊客滿意度明顯高過於 31 歲~40 歲及 41 歲~50 歲。而 20 歲以下在「遊憩體驗」的遊客滿意度明顯高過於 41 歲~50 歲。
4. 職業:對同意度因素中之「物超所值」具有顯著性的差異。
5. 教育:經分析測量結果並無顯著性，顯示其趨近一致性。
6. 平均月收入:對同意度因素中之「健康養生」、「社交利益」具有顯著性的差異。

綜合以上結果部份支持假設二:遊客之基本屬性不同，其旅遊動機亦不相同，並達到目的二:瞭解遊客基本屬性、旅遊特性與旅遊動機之間的關係如下表 4.3:

表 4.3 遊客個人價值與遊客屬性有顯著不同之差異檢定

遊客基本屬性	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe
性別 1. 男生 2. 女生	1. 健康養生	0.249	0.618	
	2. 快樂自在	1.842	0.715	
	3. 自我成長	0.744	0.389	
	4. 情感交流	0.001	0.972	
	5. 休閒滿足	3.344	0.068	
	6. 社交利益	0.698	0.404	
	7. 遊憩體驗	0.254	0.614	
	8. 物超所值	1.701	0.193	
婚姻 1. 已婚 2. 未婚	1. 健康養生	1.368	0.243	
	2. 快樂自在	1.985	0.160	
	3. 自我成長	1.373	0.242	
	4. 情感交流	5.214	0.023*	
	5. 休閒滿足	0.128	0.721	
	6. 社交利益	0.167	0.683	
	7. 遊憩體驗	0.069	0.793	

	8. 物超所值	0.863	0.354	
年齡	1. 健康養生	2.217	0.67	1 > 3, 4
1. 20 以下	2. 快樂自在	3.199	0.013*	
2. 21~30	3. 自我成長	1.570	0.182	
3. 31~40	4. 情感交流	2.444	0.046*	
4. 41~50	5. 休閒滿足	2.331	0.55	
5. 51 以上	6. 社交利益	1.936	0.104	1 > 4
	7. 遊憩體驗	2.845	0.024*	
	8. 物超所值	2.817	0.025*	
職業	1. 健康養生	1.528	0.139	
1. 農林漁牧	2. 快樂自在	1.051	0.395	
2. 工	3. 自我成長	0.967	0.455	
3. 商	4. 情感交流	1.350	0.266	
4. 軍公教	5. 休閒滿足	1.694	0.109	
5. 服務業	6. 社交利益	1.531	0.155	
6. 自由業	7. 遊憩體驗	1.212	0.295	
7. 學生	8. 物超所值	3.422	0.001**	
8. 無(退休)				
教育程度	1. 健康養生	1.056	0.349	
1. 高中以下	2. 快樂自在	0.383	0.682	
2. 專科	3. 自我成長	1.146	0.319	
3. 大學以上	4. 情感交流	0.340	0.712	
	5. 休閒滿足	0.669	0.513	
	6. 社交利益	0.708	0.493	
	7. 遊憩體驗	0.130	0.878	
	8. 物超所值	2.599	0.076	
平均月收入	1. 健康養生	2.328	0.042*	
1. 無收入	2. 快樂自在	0.696	0.627	
2. 20,000 元以下	3. 自我成長	1.638	0.149	
3. 20,000~30,000 元	4. 情感交流	0.826	0.532	
	5. 休閒滿足	0.648	0.663	
	6. 社交利益	2.376	0.038*	
	7. 遊憩體驗	1.254	0.283	
	8. 物超所值	1.647	0.140	

4. 30,001~40,000 元				
5. 40,001~50,000 元				
6. 50,000 以上				

\*  $\leq 0.05$  代表顯著差異, \*\*  $\leq 0.01$  代表非常顯著差異

#### 4.2.3 遊客利益認知及遊客屬性有顯著不同

1. 性別:對同意度因素中之「體驗農村鄉土生活的樂趣」、「價格合理性」具有顯著性的差異。

2. 婚姻:經分析測量結果並無顯著性,顯示其趨近一致性。

3. 年齡:對同意度因素中之「戶外學習及知識收穫」、「學習與他人相處及互動」、「體驗農村鄉土生活的樂趣」、「品嚐特有農產品」、「價格合理性」、「打發時間」、「豐富自己的旅遊經驗」具有顯著性的差異。其中 20 歲以下在「戶外學習及知識收穫」上的同意度明顯高過於 21~30、31~40、41~50。而 20 歲以下在「學習與他人相處及互動」上的同意度明顯高過於 41~50。20 歲以下在「價格合理性」上的同意度明顯高過於 21~30、31~40、41~50。20 歲以下在「打發時間」上的同意度明顯高過於 31~40、41~50、51 以上。20 歲以下「豐富自己的旅遊經驗」上的同意度明顯高過於 21~30、41~50。

4. 職業:對同意度因素中之「鍛鍊體能技巧及能力」、「品嚐特有農產

品」具有顯著性的差異。

5. 教育程度:對同意度因素中之「戶外學習及知識收穫」、「打發時間」具有顯著性的差異。其中高中以下在「戶外學習及知識收穫」上的同意度明顯高過於專科。另外高中以下在「打發時間」上的同意度明顯高過於大學以上。

6. 平均月收入:在對同意度因素中之「戶外學習及知識收穫」、「價格合理性」、「打發時間」具有顯著性的差異。其中無收入在「戶外學習及知識收穫」上的同意度明顯高過於30,001~40,000。

綜合以上結果部份支持假設三:遊客之基本屬性不同，其旅遊動機亦不相同，並達到目的二:瞭解遊客基本屬性、旅遊特性與其旅遊動機之間的關係如下表 4.4:

表 4.4 遊客利益認知及遊客屬性有顯著不同之差異檢定

遊客基本屬性	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe
性別	(功能利益)			
1. 男生	1. 鍛練體能技巧及能力	0.941	0.333	
2. 女生	2. 恢復體力及精力	0.786	0.381	
	3. 壓力與焦慮的紓解	0.697	0.404	
	4. 增進家庭及生活之樂趣	0.820	0.366	
	5. 戶外學習及知識收穫	0.584	0.445	
	6. 學習與他人相處及互動	3.319	0.069	
	7. 放鬆心情	0.291	0.590	
	(經驗利益)			
	1. 體驗民宿生活	0.384	0.536	
	2. 遠離都市享受寧靜氣氛	0.029	0.866	
	3. 體驗農村鄉土生活的樂趣	6.258	0.013*	

	4. 觀賞自然的景觀及生態	1.318	0.252	
	5. 品嚐特有農產品	0.288	0.592	
	(財務利益)			
	1. 價格合理性	5.331	0.021*	
	(心理社會利益)			
	1. 打發時間	2.146	0.144	
	2. 滿足好奇心及休閒的樂趣	0.425	0.515	
	3. 滿足全家旅遊之樂趣	0.070	0.791	
	4. 豐富自己的旅遊經驗	2.418	0.121	
婚姻	(功能利益)			
1. 已婚	1. 鍛練體能技巧及能力	0.065	0.799	
2. 未婚	2. 恢復體力及精力	2.329	0.128	
	3. 壓力與焦慮的紓解	0.537	0.464	
	4. 增進家庭及生活之樂趣	0.770	0.381	
	5. 戶外學習及知識收穫	0.071	0.790	
	6. 學習與他人相處及互動	1.655	0.199	
	7. 放鬆心情	0.639	0.425	
	(經驗利益)			
	1. 體驗民宿生活	0.51	0.822	
	2. 遠離都市享受寧靜氣氛	0.000	0.997	
	3. 體驗農村鄉土生活的樂趣	0.373	0.542	
	4. 觀賞自然的景觀及生態	0.001	0.973	

	5. 品嚐特有農產品 (財務利益)	0.774	0.380	
	1. 價格合理性 (心理社會利益)	0.029	0.866	
	1. 打發時間	2.543	0.112	
	2. 滿足好奇心及休閒的樂趣	0.347	0.556	
	3. 滿足全家旅遊之樂趣	1.163	0.281	
	4. 豐富自己的旅遊經驗	0.380	0.538	
年齡	(功能利益)			
1. 20 以下	1. 鍛練體能技巧及能力	2.105	0.080	
2. 21~30	2. 恢復體力及精力	2.259	0.062	
3. 31~40	3. 壓力與焦慮的紓解	1.808	0.127	
4. 41~50	4. 增進家庭及生活之樂趣	0.512	0.727	
5. 51 以上	5. 戶外學習及知識收穫	3.558	0.007**	1 > 2, 3, 4
	6. 學習與他人相處及互動	3.340	0.010**	1 > 4
	7. 放鬆心情 (經驗利益)	1.319	0.262	
	1. 體驗民宿生活	2.162	0.073	
	2. 遠離都市享受寧靜氣氛	1.427	0.224	
	3. 體驗農村鄉土生活的樂趣	2.476	0.044*	
	4. 觀賞自然的景觀及生態	1.137	0.338	
	5. 品嚐特有農產品	2.419	0.048*	

	(財務利益)			
	1. 價格合理性	4.727	0.001**	1 > 2, 3, 4
	(心理社會利益)			
	1. 打發時間	5.126	0.000**	1 > 3, 4, 5
	2. 滿足好奇心及休閒的樂趣	1.745		
	3. 滿足全家旅遊之樂趣	1.068	0.372	
	4. 豐富自己的旅遊經驗	3.704	0.006**	1 > 2, 4
職業	(功能利益)			
1. 農林漁牧	1. 鍛練體能技巧及能力	2.321	0.25*	
2. 工	2. 恢復體力及精力	1.601	0.134	
3. 商	3. 壓力與焦慮的紓解	0.234	0.977	
4. 軍公教	4. 增進家庭及生活之樂趣	0.700	0.672	
5. 服務業	5. 戶外學習及知識收穫	1.328	0.236	
6. 自由業	6. 學習與他人相處及互動	0.740	0.638	
7. 學生	7. 放鬆心情	1.003	0.429	
8. 無(退休)	(經驗利益)			
	1. 體驗民宿生活	1.506	0.164	
	2. 遠離都市享受寧靜氣氛	1.807	0.085	
	3. 體驗農村鄉土生活的樂趣	1.123	0.348	
	4. 觀賞自然的景觀及生態	1.417	0.197	
	5. 品嚐特有農產品	2.723	0.009**	
	(財務利益)			

	1. 價格合理性 (心理社會利益)	1.239	0.280	
	1. 打發時間	2.013	0.053	
	2. 滿足好奇心及 休閒的樂趣	1.012	0.422	
	3. 滿足全家旅遊 之樂趣	1.445	0.186	
	4. 豐富自己的旅 遊經驗	1.713	0.104	
教育程度	(功能利益)			
1. 高中以下	1. 鍛練體能技 巧及能力	0.501	0.606	
2. 專科	2. 恢復體力及 精力	0.327	0.722	
3. 大學以上	3. 壓力與焦慮 的紓解	2.379	0.094	
	4. 增進家庭及 生活之樂趣	1.109	0.331	
	5. 戶外學習及 知識收穫	5.883	0.003**	1 > 2
	6. 學習與他人 相處及互動	2.543	0.080	
	7. 放鬆心情 (經驗利益)	1.036	0.356	
	1. 體驗民宿生 活	3.006	0.051	
	2. 遠離都市享 受寧靜氣氛	2.375	0.094	
	3. 體驗農村鄉 土生活的樂趣	0.555	0.575	
	4. 觀賞自然的 景觀及生態	2.174	0.115	
	5. 品嚐特有農 產品	0.918	0.400	
	(財務利益)			
	1. 價格合理性 (心理社會利	0.885	0.414	

	益) 1. 打發時間 2. 滿足好奇心及休閒的樂趣 3. 滿足全家旅遊之樂趣 4. 豐富自己的旅遊經驗	4.865 0.350 0.998 1.465	0.008** 0.705 0.369 0.232	1>3
平均月收入 1. 無收入 2. 20,000 元以下 3. 20,000~30,000 元 4. 30,001~40,000 元 5. 40,001~50,000 元 6. 50,000 以上	(功能利益) 1. 鍛練體能技巧及能力 2. 恢復體力及精力 3. 壓力與焦慮的紓解 4. 增進家庭及生活之樂趣 5. 戶外學習及知識收穫 6. 學習與他人相處及互動 7. 放鬆心情 (經驗利益) 1. 體驗民宿生活 2. 遠離都市享受寧靜氣氛 3. 體驗農村鄉土生活的樂趣 4. 觀賞自然的景觀及生態 5. 品嚐特有農產品 (財務利益) 1. 價格合理性 (心理社會利益)	1.738 0.990 0.468 0.446 2.736 0.635 0.520 0.428 0.666 2.075 0.889 1.465 4.080	0.125 0.423 0.800 0.816 0.019* 0.673 0.761 0.829 0.649 0.068 0.488 0.200 0.001**	1>4

	1. 打發時間	4.151	0.001**	
	2. 滿足好奇心及 休閒的樂趣	0.798	0.552	
	3. 滿足全家旅遊 之樂趣	0.367	0.871	
	4. 豐富自己的旅 遊經驗	0.897	0.483	

\*  $\leq 0.05$  代表顯著差異, \*\*  $\leq 0.01$  代表非常顯著差異

## 第五章 分析討論

### 5.1 台東地區民宿經營文化分析

#### 一、台東地區民宿工作人員數分析

台東地區5家民宿業者之工作人員數目統計資料，由此可知民宿工作人員數(含老闆)，以3至5位最多佔，其次是工作人員數2位。

在深度訪談過程(請參閱附錄三)中，得知有許多經營者為原工作退休後再轉而經營民宿，家中的成員會在假日回家幫忙，工作人員多以家庭成員為主，因此民宿的工作人員數以3-5位為主。此外，我們亦在訪談過程詢問工作人員數2位之民宿，其成員多以夫妻為主要經營者；因此論台東地區民宿業者在經營型態上多為家庭副業。而擁有較多員工之民宿，在我們訪談中亦瞭解到，這些業者都是以家庭副業方式來經營民宿，因此傾向運用較少人力。

#### 二、台東地區民宿主要收入來源分析

台東地區民宿的主要收入來源，由訪談得知台東地區民宿經營管理者之收入來源，以住宿為主者之佔有率例如：景美山莊佔70%、紅葉山莊佔60%、初鹿椰子林佔70%、馬亨亨民宿佔100%、海貝紫民宿佔100%，而以餐飲收入來源為主者佔30%(景美山莊)，此外有20%之業者在餐飲和住宿收入比例相近。

經詢問其原因得知，部分民宿的因人手不足或是地處山區不易

取得食材，所以不提供餐飲服務或是只提供給事先預約之住客，因此，這些民宿便以住宿為主要收入來源。

另外，著重於餐飲方面發展的民宿，據業者透露，本身民宿的房間數並不充足，即使住房率佳，依然難以提高住宿方面之收入，因此營業時亦接受非住客或是觀光客的用餐訂位，來增加其餐飲收入。

而住宿和餐飲收入比例相近的業者，是因為民宿只供餐給投宿之住客，並不額外提供給外客，因此這類民宿在住宿和餐飲兩項的收入比例較為相近。

此外，台東地區民宿業者之少數收入來源包含：經營養生美食、才藝教學或是另有工作等(例如：景美山莊、初鹿椰子林)。

### 三、台東地區民宿經營管理模式之重大決策分析

民宿工作人員數分析之結論得知，台東地區之民宿多為家庭副業，經進一步分析台東初鹿地區民宿經營管理模式之重大決策者由實地訪談可知，台東地區民宿經營管理模式之重大決策者，以家族決策方式為主佔80%，其次為個人決策佔20%。由此結果可知，決策時的影響力是以家庭成員為主，因此可以推定家庭成員是經營民宿的核心。

此外，台東地區民宿經營管理模式之重大決策者和台東地區民

宿工作人員數的分析，在個人決策方面佔60%及單獨經營民宿的比例佔40%，兩者數據不同，根據深度訪問的結果，部分業者以家中權力較大者為主要決策者，而單獨經營的民宿，是以個人決策為主，但家族經營的民宿也有產生個人決策的情形，這代表了不僅有單獨經營者才會有個人決策之現象。綜合以上，民宿經營管理者在需要做決策時多為家族或是個人決策，這顯示若需要做完善的決策，家庭成員必須要對民宿市場有一定的瞭解程度，才能做出對民宿本身有競爭優勢的決策，而政府方面也應多做相關之輔導以增加其概念。

## 5.2 台東地區民宿SWOT分析與結果

### 四、台東地區民宿競爭優勢分析

第二部份的台東地區民宿SWOT 分析結果，是以錄音訪談的問答方式針對台東地區民宿業者做深度訪談，且20題之問項皆為問答題，因此題項問答皆能逐一完成。

為民宿競爭優勢之統計，在競爭優勢中有80%的民宿都表示自己在服務親切方面佔有優勢，因為許多民宿經營者都抱持著交朋友的心態來經營，對待住客的方式就像對待家人一樣，甚至會讓住客加入自身家庭的用餐中，民宿家庭式的經營管理確給顧客有回到家的親切感受，這充分顯示親切的服務態度對於民宿經營策略上的重要

性。

在衛生、安全上，有三家的民宿業者都認為，由於住宿場所多為自家住宅，所以業者對自家住宅有一定的信任感，並認為安全和衛生是很基本的要求，甚至業者更表示自己的民宿絕對安全無虞。

優勢第三位的分別為交通方便及環境清潔，各佔50%。在交通方便的選項中，有部份業者認為自家民宿所設的地點好易到達，因此表示在到達民宿的路程上，交通是很方便的。在環境清潔方面，大部分民宿皆以自家住宅所空出的房間來經營民宿，對於自家住宅之環境本身會保持一定的清潔度，因此業者認為環境清潔是民宿的優勢之一。

比例佔較低的有：一、價格合理佔35%。二、位置佳佔38%。三、鄰近觀光勝地佔37%及設施新穎佔26.9%。在價格方面有些民宿之間有相互牽制且共同訂定基準的現象，因此價格上較難形成優勢；接著是位置佳及鄰近觀光勝地，由於部分民宿鄰近觀光勝地，因此業者認為民宿位置佳，可以吸引遊客投宿；最後在設施新穎方面，由於民宿皆為自家住宅整修過後即營業，重建的機率並不大，最多只能做房屋的翻修，因此在設施的新穎度上較低。

## 五、台東地區民宿競爭機會分析

在競爭機會的訪談結果，可得知台東地區民宿業者認為在競機

會方面主要為當地民俗節慶的舉行佔50%。台東地區民宿業者都能夠瞭解當地的民俗節慶活動給民宿帶來經濟效益，因此他們通常都會結合當地特有之節慶，對客房做配套促銷方案，且把握機會，利用周遭活動和節慶吸引顧客上門，這些都是為民宿業帶來人潮的主要原因，不僅可以吸引好奇的客人前來消費，亦能重振商機。

其次，選擇附近有新景點開發的民宿業者佔60%，經由深度訪問發現，台東地區民宿業者對於政府積極的開發風景區並增加新景點，皆認為如此不僅會吸引觀光人潮，更會替民宿帶來住宿之顧客進而提高收入。但還有部分民宿表示，擁有的景點不見得是新的，只要具有吸引力，亦可增加民宿之收入。

在政府推動輔導國民旅遊方面，在此次訪談只佔約了20%的比例，推測其原因是在 5家受訪的民宿中，有5家民宿雖為合法，但因業者無法讓遊客刷卡，致使進行國民旅遊的顧客，無法在未有刷卡機的民宿使用國民旅遊卡，所以受惠機率相對較少，對於尚未合法的業者而言就減少了競爭機會，所以政府所推動的國民旅遊對這些民宿的幫助有限。

雖然政府在推行國民旅遊方面，對於台東地區的部分民宿業者的競爭力並沒有造成極大的正面影響，但經由我們的深度訪談後獲知，仍有30%的民宿業者表示，國民旅遊意識的提高，國人更注重休

閒生活，這將會吸引人潮前往渡假休閒，因此業者認為只要有人潮便有機會增加民宿本身競爭上的機會。

## 六、台東地區民宿競爭劣勢分析

民宿的競爭劣勢分析結果，由訪談可得知台東地區民宿業者有50 %都面臨淡、旺季差異大的劣勢。由於民宿在寒暑假期間或是特殊節日才會造成一股人潮注入，只要旺季一過則人潮便退去，民宿業者只好再等待下一波的人潮來臨。但這樣的存方式卻面臨了相當大的挑戰，有些民宿業者便會增加投資項目，例如：增設餐飲服務及農園經營等，來平衡淡季收支，此現象在台東地區民宿特別盛行，例如：台東縣之民宿業者，可能會以種植釋迦、鳳梨為其另行投資之產業。

在劣勢分析上，受制於法令部份有80%的比例，推測其原因應為這次我們訪問5家民宿業者，有5家皆為合法民宿，這些民宿業者認為在申辦登記之過程受限，甚至覺得法律太過嚴苛難以實行。在位置偏遠則佔了80%的比例，根據民宿管理辦法第二章第五條第一項第五款，民宿之設立必須位於偏僻之地區，所以業者認為位置偏遠亦為競爭劣勢上的因素，一些業者都認為，本地業者申請都過不了關，但外地來此經營者卻是後來居上，已形成不公平的競爭。

以往在台東地區的民宿在總數量超過百家中，只有幾家為合法

登記之民宿，分業者表示因為受制於一民宿管理辦法第六條，民宿之經營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。因為要符合法令規定的關係，所以房間數必須在五間以下，因此有11%的業者認為房間數僅五間，是民宿業者競爭的劣勢。

此外，關於無法刷卡的問題也困擾著部分業者。因為只有合法民宿能使用國民旅遊卡之刷卡機，但是因台東地區合法民宿數量少，所以亦有很多的業者認為無法刷卡會流失部分顧客，而成為民宿在經營競爭上的劣勢，但因民宿業者之間缺乏經常性的組織(組織民宿同業公會)，也是成為民宿在經營競爭上的劣勢。

其他所佔比例較少之劣勢方面，例如：缺少套房、地點不佳(中途過繼站)、道路崎嶇難走等。在缺少套房方面，台東地區民宿業者表示，因為雅房缺少單獨之衛浴設備，許多顧客因而不願意投宿，造成在民宿業競爭的劣勢。而道路的崎嶇難走也造成台東地區民宿業者的困擾，業者表示，由於地處山區，一旦颱風威脅台灣，產生土石流，山路崎嶇難走，甚至交通中斷，常常在辛苦的重整路段後，卻又因為風災而再次中斷交通，顧客前往住宿的意願便會降低，而減低民宿之收入。

## 七、台東地區民宿競爭威脅分析

由民宿的競爭威脅在訪談可得知，有一些業者認為無威脅。我們在訪談過程中了解到，在經營民宿時會互相介紹，替彼此增加營業收入；而在台東地區其他鄉鎮之民宿，民宿彼此間之交流狀況良好，因此在經營上並沒有惡性競爭之威脅，甚至在房間價格之訂定也有共同商議之情形。由此可知，台東地區民宿之間關係和諧並維持有親戚或朋友之情誼，因此業者並不認為構成競爭威脅。

僅次於無威脅的因素為競爭對手多和遊客數減少，各佔了約20%，推測其原因，應是近年來台灣地區民宿快速增加，使遊客有更多選擇機會，導致分散了遊客。

此外，關於餐飲口味接受度低的問項在深度訪談題項第十三題訪問景美山莊、紅葉民宿、初鹿椰子林、馬亨亨民宿、海貝紫園民宿，佔了極少的比例，根據民宿業者的透露，很多顧客因為鮮少接觸原住民之飲食文化，所以對於原住民的飲食文化充滿好奇，無不想要嚐鮮，但是由於文化的不同，在推行特色餐點後，許多顧客的反應普遍接受度皆低，因此原本想將原住民飲食文化當成民宿本身之特色文化的業者，只好割捨原住民的特色餐點，而恢復成大多數顧客所能接受的餐飲。

## 第六章 結論與建議

本研究以民宿經營管理策略進一步探討民宿經營成功的關鍵因素，利用SWOT分析並藉由深度訪談導出各民宿的內部與外部之優勢、劣勢、機會及威脅，並期望藉由研究結果讓民宿業者可以發展其優勢及機會，且克服其劣勢及威脅，以達到民宿成功經營的目的。

### 6.1 研究結論

#### 一、台東地區民宿經營文化

研究結果顯示，台東初鹿地區民宿業者在經營型態上多為家庭副業，因此員工數2至3位佔40%，且以家庭成員為主，並多以夫妻為主要經營者。民宿經營管理者之收入來源以住宿為多，佔30%，其次是餐飲收入佔30%的比例，在餐飲和住宿收入比例相近者佔20%。決策制定的方式是以家族決策的方式為主佔35%，次為個人決策佔30%，決策時的影響力是以家庭成員為主，因此可以推定家庭成員是經營民宿的核心。

#### 二、台東地區民宿內部經營管理之優勢與劣勢分析

在競爭優勢方面，以服務親切佔76.9%為最高，其次是安全與衛生佔61.5%；顯示親切之服務態度對於民宿經營策略上的重要性，業者亦了解到安全與衛生是顧客對於投宿於民宿之基本要求，所以民

宿便會加強安全與衛生，讓自家民宿增加其競爭優勢。有46.2%的民宿業者都面臨淡、旺季差異大的劣勢，只有在寒暑假期間或是特殊節日才會造成人潮湧現，然而旺季一過則人潮消退。另外，在受制於法令方面有26.9%的比例，原因是因為這次我們訪問5家民宿業者，5家皆為合法民宿，部份民宿業者認為在申辦登記之過程受限，甚至覺得法律太過嚴苛難以實行。

### 三、台東地區民宿外部經營管理競爭之機會與威脅分析

就競爭機會來說，當地的民俗節慶佔了很大的比例，其次是附近有新景點的開發。當地的民俗節慶是為民宿業帶來人潮的主要原因，民宿業者通常都會結合當地特有節慶來對客房做相關之配套促銷方案，以把握機會吸引顧客上門。另外，新開發之景點能夠吸引遊客再度前往旅遊，亦是另一項帶動地區性商機之因素。

在民宿競爭威脅方面，競爭對手多和遊客數減少的訪談之中，是在無威脅的競爭外的兩項次要威脅，各佔約20%。而在無威脅的競爭中，有高達約70%的比例，我們在訪談過程中了解到，因為民宿業會互相介紹，彼此間交流狀況良好，因此業者並不認為構成競爭威脅。

## 6.2 研究建議

經由研究之過程及結果，我們對後續之研究者提出研究建議，包含民宿經營文化層面及經營管理策略之層面，期望對後續民宿經營管理相關研究有所助益，並且藉由經營管理SWOT 分析結果，對民宿業者提出成功經營之關鍵因素及營運建議，期望提供民宿業者實用之經營管理策略，以達到民宿之成功經營。

- 一、由於本研究僅限於台東地區之民宿業者，因此在訪問民宿之品質有落差，期望後續之研究者能將此因素列入考量。本研究訪談對象僅有5家，若後續民宿相關研究者具充裕之研究時間，建議研究者可擴大研究範圍或其樣本數，以使研究結果之數據更趨精準性。
- 二、本研究為著重台東地區民宿經營文化及民宿經營策略做民宿成功經營管理策略之探討，並未對民宿之基礎資料做進一步探討，因此所得到之成功策略將有所限制，後續之民宿相關研究者可多增加研究之變因，以探討經營成功因素。
- 三、讓投宿之顧客有回到家的親切感受是民宿的一大特色，有別於一般飯店旅館所提供的制式服務，這種人情味是不能被刻意的營造且難以取代的，因此對台東地區民宿經營策略上應發揮服務親切之優勢。

四、民宿業者應該與當地及中央政府有更緊密的接觸，以清楚掌握政府所能夠提供之資訊及幫助，並且積極配合政府或民間團體舉辦之節慶活動。

五、業者可以多方開發淡季的促銷策略，或者是另行多方面的投資，以分散淡季風險和遊客數減少的問題，民宿業者更應在平時具備學習的能力以面臨瞬息變化的大環境，隨時為自己的民宿增加競爭力，且應多加觀察競爭者之優勢，試圖跟進甚或超前，藉以隨時更新市場資訊，來抵抗外在不停擴增的競爭者，亦可以和競爭對手做不同之特色營造，以達增加來客數之成功經營管理。

綜合以上，民宿業者應深入了解大環境變遷對本身的影響，以及內、外部的缺點及劣勢，選擇適合民宿本身的經營管理策略來克服所面臨之困難。

## 參考文獻

### 壹、中文部份

1. 大前研一(1985)，黃宏義譯(1986)，策略家的智慧，長河出版社。
2. 台灣省旅遊局(1994)，台灣休閒農業之旅續集，第 134 頁。
3. 何郁如、湯秋玲(1989)，墾丁國家公園住宿現況之研究，戶外遊憩研究，2(1)：第 51—26 頁。
4. 林梓聯(2001)，台灣的民宿，農業經營管理匯訊第二十七期。
5. 郭永傑(1991)，山地民宿村莊之計畫理念與營運計畫。休閒農業手冊，農委會省農會，106—111。
6. 陳昭朗、張東友(2002)，台灣農村民宿之類型及其行銷策略。農業經營管理會訊，16—20。
7. 鄭建雄(2001)，民宿經營之道，農業經營管理會訊，(27)6—9。
8. 歐聖榮、姜惠娟(1997)，休閒農業民宿系統旅客特性與動機之研究。觀光研究學報，1—14。
9. 韓選棠、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，3(38)，38—35。
10. 王姿懿(2004)，以 Kano 二維模式分析台灣民宿品質之研究，台中健康暨管理學院經營管理研究所碩士班碩士論文。

11. 方尊威(1997), 休閒農業經營關鍵成功因素之研究—核心資源觀點, 國立台灣大學農業推廣系研究所碩士論文。
12. 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研究所碩士論文。
13. 吳碧玉(2002), 民宿經營成功關鍵因素之研究—以核心資源觀點理論, 私立朝陽科技大學企業管理學系碩士班碩士論文。
14. 呂星璜(2003), 民宿業者經營歷程與休閒運動涉入之研究, 中國文化大學運動教練研究所碩士班碩士論文。
15. 李素美(1994), 遊憩區行銷策略之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文, 台北。
16. 李忠星(1993), 休閒渡假中心經營成功關鍵因素之研究, 文化大學觀光事業研究所碩士論文。
17. 李宗珏(2004), 台灣民宿業者餐旅行銷組合與關鍵成功因素之研究, 私立銘傳大學觀光研究所碩士論文。
18. 林宜甲(1997), 國內民宿經營上所面臨問題與個案分析—以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例, 國立東華大學自然資源管理研究所碩士班碩士論文。
19. 陳詩惠(2003), 民宿遊客市場區隔之研究, 中國文化大學觀光

- 事業研究所碩士論文。
20. 湯明木(2003)，台灣民宿業導入與成長之研究，私立東吳大學企業管系碩士在職專班碩士論文，台北。
21. 楊永盛(2002)，遊客對宜蘭地區民宿評價之研究，私立世新大學觀光學系碩士班碩士論文。
22. 楊凱傑(2003)，民宿業者策略聯盟經營方式之探討—以宜蘭民宿策略聯盟為例，國立政治大學地政研究所碩士論文。
23. 楊安琪(2006)，休閒農產品及服務、屬性、利益及個人價值影響關係之研究—以嘉義農場生態渡假玩國為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
24. 楊家晉(2006)，節慶旅遊動機、服務品質、滿意度及行為意象關係之研究—以 2006 台灣燈會為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
25. 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系碩士班碩士論文。
26. 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，國立台灣大學農業工程學研究所碩士論文。
27. 謝旻成(1998)，從德國民宿空間居住體驗探討台灣農村傳統三合

院住宅發展民宿空間調整之研究，國立台灣大學農業工程學研究所碩士班碩士論文。

28. 林万登、黃昭顏、楊雅雯、陳靜怡(2003)，北台灣民宿經營者訓練成效之相關研究，銘傳大學觀光學院觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會，桃園。
29. 陳墀吉(2001)，國內民宿之經營及發展現況之探討—以九份風箏博物館為例，休閒旅遊觀光學術研討會論文集，台北：中華民國戶外遊憩學會，263—283。

## 二、英文部分

1. Abbey, J.R(1998). Hospitality sales and advertising (3 e d). East Lansing Michigan: The Educational of the American Hotel & Hotel Association.
2. Ansoff ,H. I., & McDonnell, E, J. (1990). Implantung strateg -ic management(2 ed). NY:Prentice hall.
3. . Boynton, A. C. , & Zmud, R. W. (1984). An assesment of critical Success factor. Sloan Management Review, 54(8), 17-27.
4. Christopher, M. G. , Keenedy, S. H. , McDOnald, M. M. , Wills, G. S. C(1980). Effective marketing management. Hants. England:Gower, 108-109.
5. Coffman, C. D (1980). Hospitality for sale. East Lansing, Michigan: The Educational of the American Hotel Association.
6. Crompton, J. L. , & McKay, S. (1997). Motives ofvusitors Attending festival events. Annmals of Turism Resear. 24(2)

33-39.

7. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Muniard, P. W. (1995). Consumer Behavior(8 ed). New Your : The Drydden.
8. Fornell(1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Journal of Marketing, 56, 6-22.
9. Getz, D. (1997). Event management & event tourism. New Your: Cognizant Communication Corportion.
10. Getz, D. (1989). Special events:Defining theproduct. Tourism Management, June, 125-137.
11. Juran, J. M. , Gryan, F. M. &Brigham, R. S. (1974). Quality Cortral. Handbook. New Yours : McGraw-Hill.
12. Kotler, P. (2002), Marketing Management . Prentice-Hall, Inc.
13. Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evalation of Satisfaction Process in Setting. Journal of Retailing, 57, 25-48.
14. Sight, J(1991). Understanding the structure of consumer Satafaction evaluation of service delivery. The Journal of Academy Marketing Science , 19(3), 223-234.

## 附錄一：

### 問卷內容：

問卷編號：\_\_\_\_\_

調查日期：95年 月 日

親愛的小姐、先生您好：

首先感謝您撥冗填寫此份問卷，這是一份不具名的學術性研究問卷。這份問卷的主要目的是想瞭解您在台東地區民宿的旅遊體驗與感受。因此在資料收集上非常需要您的寶貴意見與協助，您所提供之資料僅提供學術性之整體研究分析，絕不作為其他用途，敬請放心填答。感謝您的協助，並敬祝您 健康快樂！

南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：張清標 博士

研究生：王正賢 敬上

mail：a8010010@yahoo.com.tw

### 第一部份體驗物件

請就您所體驗之台東地區民宿的設施，提出您的滿意程度，請選擇適當的  
中打”√”。

	很不滿意	不滿意	普通	滿意	很滿意
1. 住宿	<input type="checkbox"/>				
2. 餐廳	<input type="checkbox"/>				
3. 會議場所	<input type="checkbox"/>				
4. 對民宿四周圍環境的整潔很滿意	<input type="checkbox"/>				
5. 投宿民宿使我感受到愉悅的情緒	<input type="checkbox"/>				
6. 投宿民宿給我有回到自己家的感覺	<input type="checkbox"/>				
7. 民宿的服務較親切誠實且態度良好	<input type="checkbox"/>				
8. 民宿能夠滿足我的休閒需求	<input type="checkbox"/>				
9. 民宿之位置應遠離都市與人群	<input type="checkbox"/>				
10. 附近應有優美自然景觀且視野佳	<input type="checkbox"/>				
11. 民宿氣氛能夠刺激我的創意思考	<input type="checkbox"/>				
12. 有助於思緒的整理	<input type="checkbox"/>				
13. 整體之環境營造應具有創及特色	<input type="checkbox"/>				

設施	很不滿意	不滿意	普通	滿意	很滿意
14. 民宿之外觀應有特色且能吸引人	<input type="checkbox"/>				
15. 投宿民宿能增進親子間的關係	<input type="checkbox"/>				
16. 民宿能增進朋友及同事間的認同感	<input type="checkbox"/>				
17. 會因民宿聯想到週邊的其他景觀	<input type="checkbox"/>				
18. 想要參加民宿所安的體驗活動	<input type="checkbox"/>				
19. 因投宿民宿而改變旅遊型態	<input type="checkbox"/>				

### 第二部份 宿民宿得到個人的價值

請就您到台東地區投宿民宿所得個人價值，提出您的同意程度，請選擇適當的□中打”√”。

	很不同意	不同意	普通	同意	很同意
1. 健康養生	<input type="checkbox"/>				
2. 快樂自在	<input type="checkbox"/>				
3. 自我成長	<input type="checkbox"/>				
4. 情感交流	<input type="checkbox"/>				
5. 休閒滿足	<input type="checkbox"/>				
6. 社交利益	<input type="checkbox"/>				
7. 遊憩體驗	<input type="checkbox"/>				
8. 物超所值	<input type="checkbox"/>				

### 第三部份 投宿民宿可得到那些利益

請就您來到台東地區投宿民宿體驗設施後，得到感受提出你所同意的程度，請選擇適當的□中打”√”。

利益類型	利益細項	很不同意	不同意	普通	同意	很同意
功能利益	1. 鍛練體能技巧及能力	<input type="checkbox"/>				
	2. 恢復體力及精力	<input type="checkbox"/>				

	3. 壓力與焦慮的紓解	<input type="checkbox"/>				
	4. 增進家庭及生活之樂趣	<input type="checkbox"/>				
	5. 戶外學習及知識收穫	<input type="checkbox"/>				
	6. 學習與他人相處及互動	<input type="checkbox"/>				
	7. 放鬆心情	<input type="checkbox"/>				
經驗利益	1. 體驗民宿生活	<input type="checkbox"/>				
	2. 遠離都市享受寧靜氣氛	<input type="checkbox"/>				
	3. 體驗農村鄉土生活的樂趣	<input type="checkbox"/>				
	4. 觀賞自然的景觀及生態	<input type="checkbox"/>				
	5. 品嚐特有農產品	<input type="checkbox"/>				
財務性利益	1. 價格合理性	<input type="checkbox"/>				
心理社會 利益	1. 打發時間	<input type="checkbox"/>				
	2. 滿足好奇心及休閒的樂趣	<input type="checkbox"/>				
	3. 滿足全家旅遊之樂趣	<input type="checkbox"/>				
	4. 豐富自己的旅遊經驗	<input type="checkbox"/>				

#### 第四部分 遊客資料

1. 性別 男 女
2. 婚姻 已婚 未婚
3. 年齡 20 以下  21-30 31-40 41-50 51 以上
4. 職業 農林漁牧工 商 軍公教 服務業  
自由業 學生 無(退休、家管、其他)
5. 教育程度 高中以下 專科 大學以上
6. 平均月收入無收入  20,000 元以下 20,001-30,000 元  
 30,001-40,000 元 40,001-50,000 元  
 50,001 元以上
7. 您的居住地點？  
北部(基、北、桃、竹) 中部(苗、中、投、彰、雲、嘉)  
南部(南、高、屏) 東部(東、花、宜) 其它\_\_
8. 您此次遊玩所停留的時間？  
半天 一天 二天一夜 三天二夜 三天二夜以上
9. 此次遊玩，您的遊伴性質？  
獨自前來 同學 朋友 同事 家人、親戚 其他

10. 請問您此次同行的人數共有幾人？包含你自己

一人 二人 三人 四人以上

11. 請問您主要從哪一管道獲得此的相關資訊？

電視、廣播介紹 報章雜誌 親戚朋友告知 網路資訊  
旅行社推薦 文宣海報 旅遊叢書 其他

12. 您所搭乘交通工具

機車 自用汽車 遊覽車 公車 其他

## 附錄二：

### 深度訪談題項：

1. 請問貴民宿成立於民國幾年？
2. 請問貴民宿資本額度大約多少？自有金額約佔幾成？
3. 請問貴民宿提供幾間房間數？
4. 請問貴民宿員工總計有幾位？
5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成？平均住房價格大約多少元？
6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成？平均住房價約多少元？
7. 請問貴民宿近3年，營收成長率分別為多少？
8. 請問貴民宿近3年，獲利率分別為多少？
9. 依你目前經營民宿之經驗，您覺得在這段期間，提升獲利的主要五個原因是什麼？
10. 在這段期間內，貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型？
11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項？各佔總收入的多少百分比？
12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項？各佔總支出的多少百分比？
13. 至目前為止，貴民宿在經營上與其他民宿相比，具有哪些競爭上的優勢？
14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？
15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？
16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？
17. 資金是否為自有？是否有貸款？
18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？

19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？

20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？

附錄三：

民宿業者深度訪談內容：

訪談對象	地點	時間	特色	題 項	內容結果
景美山莊 負責人： 陳麗玉	台東縣卑南鄉初鹿村忠孝路59號	2007年1月20日上午9點	環境優美、位置佳	1. 請問貴民宿成立於民國幾年？	答：本民宿成立於2001年。
				2. 請問貴民宿資本額度大約多少？自有金額約佔幾成？	答：本民宿資本額度大約有壹仟萬，自有資金約佔95%。
				3. 請問貴民宿提供幾間房間數？	答：提供房間數總計有15間。
				4. 請問貴民宿員工總計有幾位？	答：流動員工約4—5位。
				5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成？平均住房價格大約多少元？	答：假日之住房率約為七成，住房價格約為2,500元。
				6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成？平均住房價約多少元？	答：非假日住房率約在2至3成，房價在2,000-2200元。
				7. 請問貴民宿近3年，營收成長率分別為多少？	答：近三年的營收成長率為20%。
				8. 請問貴民宿近3年，獲利率分別為多少？	答：近近三年之獲利率分別為60%。
				9. 依你目前經營民宿之經驗，您覺得在這段期間，提升獲利的主要五個原因是什麼？	答：住房率的提高、減少人事的支出、開源節流。
				10. 在這段期間內，貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型？	答：台東地區民宿經營型態大多相差無幾，故無意去推動變格。

			11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項？各佔總收入的多少百分比？	答:本民宿的主要收入來源是在住宿方面，約佔總收入的70%。
			12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項？各佔總支出的多少百分比？	答:主要在於建社設成本支出，設備的汰舊換新，約佔總支出的80%。
			13. 至目前為止，貴民宿在經營上與其他民宿相比，具有哪些競爭上的優勢？	答:本民宿為獨資及具有養生之特色。
			14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？	答:決策是由經營者自行決定。
			15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？	答:本人並非本地人，但有深入瞭地方的特色，但負責解說者是由專門的解說人員。
			16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？	答土地建築物是為自有，對於獲利有很大的幫助。
			17. 資金是否為自有？是否有貸款？	答:資金95%為自有，只有5%為小額貸款。
			18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？	答:沒有，實質上並沒有多大的助益。
			19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？	答:都是在旅客結束投宿後，再加以分析與調查。
			20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？	答:大多是遊客自行前來投宿，熟識的遊客居多。

紅葉 民宿 負責人： 林麗 英	台東 縣鹿 野鄉 中華 路一 段 56 號	2007 年1月 20日 下午3 點	位於橋 邊來往 人潮多	1. 請問貴民宿成立於民國幾年?	答:成立於 2004 年 2 月 4 日。
				2. 請問貴民宿資本額度大約多少? 自有金額約佔幾成?	答:本民宿資本額有 30 萬, 自有資金佔 100%。
				3. 請問貴民宿提供幾間房間數?	答:提供房間數有 5 間。
				4. 請問貴民宿員工總計有幾位?	答:流動員工約 5 位。
				5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成? 平均住房價格大約多少元?	答:假日之住房率約為 2 成, 房價約在 2, 000-2, 200 元。
				6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成? 平均住房價約多少元?	答:非假日住房率約有 2 成, 房價約在 1200 元左右。
				7. 請問貴民宿近 3 年, 營收成長率分別為多少?	答:近 3 年之營收成長率為 30%。
				8. 請問貴民宿近 3 年, 獲利率分別為多少?	答:近 3 年之獲利率約為 30%。
				9. 依你目前經營民宿之經驗, 您覺得在這段期間, 提升獲利的主要五個原因是什麼?	答:客源固定且地點適中。
				10. 在這段期間內, 貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型?	答:民宿經營型態大多相差無幾, 故想要去推動變革。
				11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項? 各佔總收入的多少百分比?	答:本民宿的主要收入來源是在住宿方面, 約佔總收入的 60%。
				12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項? 各佔總支出的多少百分比?	答:主要在於保險、盥洗用具及清潔用品等支出, 約佔總支出的 50%。
				13. 至目前為止, 貴民宿在經營上與其他民宿相比, 具有哪些競爭上的優勢?	答:服務親切及讓客人吃得飽有回到家的感覺。

				14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？	答：係個人經營，故決策由經營者自行決定。
				15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？	答：本人是在地人，但對地方特色並不是很瞭解，對負責解說是有在做的。
				16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？	答：土地及建築物為自有，對於獲利有很大的幫助。
				17. 資金是否為自有？是否有貸款？	答：資金全部自有，沒有貸款。
				18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？	答：有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導，有很大的助益。
				19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？	答都是在旅客結束投宿後，再加以分析與調查。
				20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？	答：大多是遊客自行前來投宿，熟識的遊客居多。
初鹿椰子林 負責人：鄭春喜	台東縣卑南鄉明峰村	2007年2月2日上午11點	負責人會一些民俗村藝	1. 請問貴民宿成立於民國幾年？	答：本民宿成立於民國2001年。
				2. 請問貴民宿資本額度大約多少？自有金額約佔幾成？	答：資本額約1500萬，自有資金約佔80%。
				3. 請問貴民宿提供幾間房間數？	答：房間數10間。
				4. 請問貴民宿員工總計有幾位？	答：流動員工約5位。
				5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成？平均住房價格大約多少元？	答：假日之住房率約為一成，住房價格約1500元左右

			6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成？平均住房價約多少元？	答:非假日住房率約5成，房價約1,500元。
			7. 請問貴民宿近3年，營收成長率分別為多少？	答:近3年的營收成長率為零。
			8. 請問貴民宿近3年，獲利率分別為多少？	答:近3年來之獲利率為20%。
			9. 依你目前經營民宿之經驗，您覺得在這段期間，提升獲利的主要五個原因是什麼？	答:沒有賺錢，明知不可為而硬撐下來。
			10. 在這段期間內，貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型？	答:無此必要。
			11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項？各佔總收入的多少百分比？	答:主要收入來源是住宿、才藝教學等等。住宿約佔70%，才藝教學約佔30%。
			12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項？各佔總支出的多少百分比？	答:主要在於工資及相關設備，佔總支出的70%。
			13. 至目前為止，貴民宿在經營上與其他民宿相比，具有哪些競爭上的優勢？	答:本園目標明顯及場地的特殊性，能吸引遊客一探究竟。
			14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？	答:係個人經營，由經營者自行決定。
			15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？	答:本人是外地人，但對地方的特色非常瞭解，負責解說是有在做的。
			16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？	答:土地及建築物為自有，對於獲利有很大的幫助。

			17. 資金是否為自有？是否有貸款？	答：資金大部分為自有，只有少許貸款。
			18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？	答：有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導，有很大的助益。
			19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？	答：都是在旅客結束投宿後，再加以分析與調查。
			20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？	答：大多是遊客自行前投宿。
馬亨亨民宿	台東市	2007年下午14:00	1. 請問貴民宿成立於民國幾年？	答：本民宿成立於民國2004年。
			2. 請問貴民宿資本額度大約多少？自有金額約佔幾成？	答：本民宿資本額有400萬元，自有資金佔100%。
			3. 請問貴民宿提供幾間房間數？	答：總共有五間客房。
			4. 請問貴民宿員工總計有幾位？	答：臨時工一位。
			5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成？平均住房價格大約多少元？	答：假日住房率有7成，兩人房1,200元，四人房1,800元。
			6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成？平均住房價約多少元？	答：平時住房率約3成，兩人房1,000元，四人房1,600元。
			7. 請問貴民宿近3年，營收成長率分別為多少？	答：近3年來的營收成長率有20%。
			8. 請問貴民宿近3年，獲利率分別為多少？	答：近3年的獲利率為20%。
			9. 依你目前經營民宿之經驗，您覺得在這段期間，提升獲利的主要五個原因是什麼？	答：待人誠懇、環境整潔、四周清靜。

			10. 在這段期間內，貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型？	答：不想做重大變革或轉型。
			11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項？各佔總收入的多少百分比？	答：主要來源是住宿，佔總收入的 100%。
			12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項？各佔總支出的多少百分比？	答：電費 50%、清潔用品、員工薪水 30%。
			13. 至目前為止，貴民宿在經營上與其他民宿相比，具有哪些競爭上的優勢？	答：地點適中交通方便，自家經營無需負擔人事費用或貸款。
			14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？	答：先生與我共同決定。
			15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？	答：我是本地人，對地方特色是否有深入之了解，有將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說。
			16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？	答：土地建築物為自有，對獲利有幫助。
			17. 資金是否為自有？是否有貸款？	答：資金為自有，有貸款。
			18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？	答沒有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導。
			19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？	答：沒有對遊客來訪動機進行調查與分析。
			20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？	答：有，遊客是由網路及朋友之中獲得資訊。

海貝 紫園 民宿	台東 市	2007 年2月 14日 上午 09:00	位於市 區	1. 請問貴民宿成立於民國幾年?	答:本民宿成立於2006年。
				2. 請問貴民宿資本額度大約多少?自有金額約佔幾成?	答:資本額約為600萬元,佔自有金額100%。
				3. 請問貴民宿提供幾間房間數?	答:6間。
				4. 請問貴民宿員工總計有幾位?	答:1人。
				5. 請問貴民宿假日住房率大約有幾成?平均住房價格大約多少元?	答:住房率大約有3成,平均住房價格大約1,200元。
				6. 請問貴民宿平日住房率約為幾成?平均住房價約多少元?	答:平日住房率約為1成。
				7. 請問貴民宿近3年,營收成長率分別為多少?	答:近3年,獲利率分別為40%。
				8. 請問貴民宿近3年,獲利率分別為多少?	答:近3年,獲利率分別為20%。
				9. 依你目前經營民宿之經驗,您覺得在這段期間,提升獲利的主要五個原因是什麼?	答:網路行銷及折扣優惠。
				10. 在這段期間內,貴民宿是否刻意推動重大變革或轉型?	答:不想推動重大變革或轉型。
				11. 目前經營民宿的主要收入來源有哪幾項?各佔總收入的多少百分比?	答:住宿佔總收入的100%。
				12. 目前經營民宿的主要支出項目有哪幾項?各佔總支出的多少百分比?	答:租金50%、盥洗用具50%。
				13. 至目前為止,貴民宿在經營上與其他民宿相比,具有哪些競爭上的優勢?	答:無。

			14. 目前您在經營民宿時，重大決策如何產生？是由經營者個人決定或由集體討論得之？	答：由集體討論得之。
			15. 您是否是本地人？對地方特色是否有深入之了解？是否將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說？	答：不是本地人，對地方特色稍為瞭解，有將這些地方特色融入遊客行程中並加以解說。
			16. 土地、建築物是否為自有？是否對獲利有幫助？	答：土地、建築物是租的，對獲利是沒有幫助的。
			17. 資金是否為自有？是否有貸款？	答：資金是自有的，沒有貸款。
			18. 是否有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導？若為是，其助益為何？	答：沒有政府機關或專業團體進行民宿經營之輔導。
			19. 貴民宿是否曾對遊客來訪動機進行調查與分析？	答：沒有對遊客來訪動機進行調查與分析。
			20. 貴民宿是否曾對遊客獲得貴民宿資訊之來源進行調查與分析？	答：網路及平面媒體。

#### 附錄四：

##### 民宿管理辦法：

九十年十二月十二日交路發九十字第〇〇〇九四號令發布

#### 第一章 總則

第一條 本辦法依發展觀光條例第二十五條第三項規定訂定之。

第二條 民宿之管理，依本辦法之規定；本辦法未規定者，適用其他有關法令之規定。

第三條 本辦法所稱民宿，指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，提供供客鄉野生活之住宿處所。

第四條 民宿之主管機關，在中央為交通部，在直轄市為直轄市政府，在縣（市）為縣（市）政府。

## 第二章 民宿之設立申請、發照及變更登記

第五條 民宿之設置，以下列地區為限，並須符合相關土地使用管制法令之規定：

- 一、風景特定區。
- 二、觀光地區。
- 三、國家公園區。
- 四、原住民地區。
- 五、偏遠地區。
- 六、離島地區。
- 七、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

八、金門特定區計畫自然村。

九、非都市土地。

第六條 民宿之經營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島

地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營之。

前項偏遠地區及特色項目，由當地主管機關認定，報請中央主管機關備查後實施。並得視實際需要予以調整。

第七條 民宿建築物之設施應符合下列規定：

一、內部牆面及天花板之裝修材料、分間牆之構造、走廊

構造及淨寬應分別符合舊有建築物防火避難設施及消防設備改善辦法第九條、第十條及第十二條規定。

二、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過二百平方公尺者，其樓梯及平台淨寬為一點二公尺以上；該樓層之樓地板面積超過二百四十平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯。未符合上開規定者，依前款改善辦法第十三條規定辦理。

前條第一項但書規定地區之民宿，其建築物設施基準，不適用前項之規定。

第八條 民宿之消防安全設備應符合下列規定：

一、每間客房及樓梯間、走廊應裝置緊急照明設備。

二、設置火警自動警報設備，或於每間客房內設置住宅用

火災警報器。

三、配置滅火器兩具以上，分別固定放置於取用方便之明

顯處所；有樓層建築物者，每層應至少配置一具以上。

第九條 民宿之經營設備應符合下列規定：

一、客房及浴室應具良好通風、有直接採光或有充足光線。

二、須供應冷、熱水及清潔用品，且熱水器具設備應放置於室外。

三、經常維護場所環境清潔及衛生，避免蚊、蠅、蟑螂、老鼠及其他妨害衛生之病媒及孳生源。

四、飲用水水質應符合飲用水水質標準。

第十條 民宿之申請登記應符合下列規定：

一、建築物使用用途以住宅為限。但第六條第一項但書規定地區，並得以農舍供作民宿使用。

二、由建築物實際使用人自行經營。但離島地區經當地政府委託經營之民宿不在此限。

三、不得設於集合住宅。

四、不得設於地下樓層。

第十一條 有下列情形之一者不得經營民宿：

一、無行為能力人或限制行為能力人。

二、曾犯組織犯罪防制條例、毒品危害防制條例或槍砲彈

藥刀械管制條例規定之罪，經有罪判決確定者。

三、經依檢肅流氓條例裁處感訓處分確定者。

四、曾犯兒童及少年性交易防制條例第二十二條至第三十

一條、刑法十六章妨害性自主罪、第二百三十一條至第二百三十五條、第二百四十條至第二百四十三條或第二百九十八條之罪，經有罪判決確定者。

五、曾經判處有期徒刑五年以上之刑確定，經執行完畢或赦免後未滿五年者。

第十二條 民宿之名稱，不得使用與同一直轄市、縣(市)內其他民宿相同之名稱。

第十三條 經營民宿者，應先檢附下列文件，向當地主管機關申請登記，並繳交證照費，領取民宿登記證及專用標識後，始得開始經營。

一、申請書。

二、土地使用分區證明文件影本（申請之土地為都市土地時檢附）。

三、最近三個月內核發之地籍圖謄本及土地登記（簿）謄本。

四、土地同意使用之證明文件（申請人為土地所有權人

時免附)。

五、建物登記(簿)謄本或其他房屋權利證明文件。

六、建築物使用執照影本或實施建築管理前合法房屋證明文件。

七、責任保險契約影本。

八、民宿外觀、內部、客房、浴室及其他相關經營設施照片。

九、其他經當地主管機關指定之文件。

第十四條 民宿登記證應記載下列事項：

一、民宿名稱。

二、民宿地址。

三、經營者姓名。

四、核准登記日期、文號及登記證編號。

五、其他經主管機關指定事項。

民宿登記證之格式，由中央主管機關規定，當地主管機關自行印製。

第十五條 當地主管機關審查申請民宿登記案件，得邀集衛生、消防、建管等相關權責單位實地勘查。

第十六條 申請民宿登記案件，有應補正事項，由當地主管機關以書面通知申請人限期補正。

第十七條 申請民宿登記案件，有下列情形之一者，由當地主管機關敘明理由，以書面駁回其申請：

- 一、經通知限期補正，逾期仍未辦理。
- 二、不符發展觀光條例或本辦法相關規定。
- 三、經其他權責單位審查不符相關法令規定。

第十八條 民宿登記證登記事項變更者，經營者應於事實發生後十五日內，備具申請書及相關文件，向當地主管機關辦理變更登記。

當地主管機關應將民宿設立及變更登記資料，於次月十日前，向交通部觀光局陳報。

第十九條 民宿經營者，暫停經營一個月以上者，應於十五日內備具申請書，並詳述理由，報請該管主管機關備查。

前項申請暫停經營期間，最長不得超過一年，其有正當理由者，得申請展延一次，期間以一年為限，並應於期間屆滿前十五日內提出。

暫停經營期限屆滿後，應於十五日內向該管主管機關申報復業。

未依第一項規定報請備查或前項規定申報復業，達六個月以上者，主管機關得廢止其登記證。

第二十條 民宿登記證遺失或毀損，經營者應於事實發生後十五日內，備具申請書及相關文件，向當地主管機關申請補發

或換發。

### 第三章 民宿之管理監督

第二十一條 民宿經營者應投保責任保險之範圍及最低金額如下：

- 一、每一個人身體傷亡：新臺幣二百萬元。
  - 二、每一事故身體傷亡：新臺幣一千萬元。
  - 三、每一事故財產損失：新臺幣二百萬元。
  - 四、保險期間總保險金額：新臺幣二千四百萬元。
- 前項保險範圍及最低金額，地方自治法規如有對消費者保護較有利之規定者，從其規定。

第二十二條 民宿客房之定價，由經營者自行訂定，並報請當地主管機關備查；變更時亦同。

民宿之實際收費不得高於前項之定價。

第二十三條 民宿經營者應將房間價格、旅客住宿須知及緊急避難逃生位置圖，置於客房明顯光亮之處。

第二十四條 民宿經營者應將民宿登記證置於門廳明顯易見處，並

將專用標識置於建築物外部明顯易見之處。

第二十五條 民宿經營者應備置旅客資料登記簿，將每日住宿旅客資料依式登記備查，並傳送該管派出所。  
前項旅客登記簿保存期限為一年。  
第一項旅客登記簿格式，由主管機關規定，民宿經營者自行印製。

第二十六條 民宿經營者發現旅客罹患疾病或意外傷害情況緊急時，應即協助就醫；發現旅客疑似感染傳染病時，並應即通知衛生醫療機構處理。

第二十七條 民宿經營者不得有下列之行為：  
一、以叫嚷、糾纏旅客或以其他不當方式招攬住宿。  
二、強行向旅客推銷物品。  
三、任意哄抬收費或以其他方式巧取利益。  
四、設置妨害旅客隱私之設備或從事影響旅客安寧之任何行為。  
五、擅自擴大經營規模。

第二十八條 民宿經營者應遵守下列事項：  
一、確保飲食衛生安全。  
二、維護民宿場所與四週環境整潔及安寧。  
三、供旅客使用之寢具，應於每位客人使用後換洗，

並保持清潔。

四、辦理鄉土文化認識活動時，應注重自然生態保護、

環境清潔、安寧及公共安全。

第二十九條 民宿經營者發現旅客有下列情形之一者，應即報請該

管派出所處理。

一、有危害國家安全之嫌疑者。

二、攜帶槍械、危險物品或其他違禁物品者。

三、施用煙毒或其他麻醉藥品者。

四、有自殺跡象或死亡者。

五、有喧嘩、聚賭或為其他妨害公眾安寧、公共秩序

及善良風俗之行為，不聽勸止者。

六、未攜帶身份證明文件或拒絕住宿登記而強行住宿

者。

七、有公共危險之虞或其他犯罪嫌疑者。

第三十條 民宿經營者，應於每年一月及七月底前，將前半年每月

客房住用率、住宿人數、經營收入統計等資料，依式陳報當地主管機關。

前項資料，當地主管機關應於次月底前，陳報交通部觀光局。

第三十一條 民宿經營者，應參加主管機關舉辦或委託有關機關、

團體辦理之輔導訓練。

第三十二條 民宿經營者有下列情事之一者，主管機關或相關目的

事業主管機關得予以獎勵或表揚。

一、維護國家榮譽或社會治安有特殊貢獻者。

二、參加國際推廣活動，增進國際友誼有優異表現者。

三、推動觀光產業有卓越表現者。

四、提高服務品質有卓越成效者。

五、接待旅客服務週全獲有好評，或有優良事蹟者。

六、對區域性文化、生活及觀光產業之推廣有特殊貢

獻者。

七、其他有足以表揚之事蹟者。

第三十三條 主管機關得派員，攜帶身分證明文件，進入民宿場所

進行訪查。

前項訪查，得於對民宿定期或不定期檢查時實施。

民宿經營者對於主管機關之訪查應積極配合，並提

供必要之協助。

第三十四條 中央主管機關為加強民宿之管理輔導績效，得對直轄

市、縣（市）主管機關實施定期或不定期督導考核。

第三十五條 民宿經營者違反本辦法規定者，由當地主管機關依發展觀光條例之規定處罰。

#### 第四章 附則

第三十六條 民宿經營者申請設立登記之證照費，每件新臺幣一千元；其申換發或補發登記證之證照費，每件新臺幣五百元。

因行政區域調整或門牌改編之地址變更而申請換發登記證者，免繳證照費。

第三十七條 本辦法所列書表、格式，由中央主管機關定之。

第三十八條 本辦法自發布日施行。