

第壹章 緒論

第一節 研究背景

隨著台灣經濟的發展，國民生活水準提高，加上政府從 2001 年實施週休二日，致使國人有更多集中的時間可以運用，因此，觀光旅遊休閒活動成為現代人生活的一部份，休閒遊憩活動與空間的需求旋即大幅增加，為休閒產業帶來龐大的商機，而現今日趨於成熟的休閒風氣，使得國人在提升休閒品質及對休閒態度出現轉變，人們不再那麼喜歡走馬看花式的休閒方式，不停趕場的旅遊型態，非但無法使心情得到放鬆且獲得充分的休息，卻反倒加重了精神負擔，因此，定點式的旅遊也在此時趁勢而起。根據交通部觀光局的統計資料顯示，2003 年國人國內旅遊率達 90.1%，平均每人旅遊次數約 5.39 次，每人每次旅遊花費 2,130 元，而民眾出遊大多利用週末、星期日（占 61%）為最多，且以「觀光、遊憩、渡假」（占 61%）為目的，顯見國人不但有旅遊消費能力，且樂於將金錢花費在旅遊上，漸增的旅遊意願也刺激著休閒旅遊市場的發展，且逐漸朝向鄉村生態旅遊的趨勢，這正是農村民宿發展的契機（陳昭郎、張東友，2003）；雖然國內近幾年的經濟狀況有衰退的現象，但農村民宿的住宿率並不受其影響，甚至有增加的情況，根據觀光局的統計資料中顯示，旅遊過夜的遊客多住宿於旅館或親友家，而住宿民宿者也漸增（占 2.4%）較 91 年（占 1.8%）有上升趨勢，表示遊客在從事旅遊休閒活動時的住宿，漸朝向選擇離旅遊景點較近且價格較為便宜之民宿的趨勢，而這也是促使民宿市場發展快速的原因；又依相關的統計資料中得知，10 月底全台已函報之民宿家數有 1467 家。有鑑於此，政府於 2001 年訂定發佈「民宿管理辦法」（交通部，2004），用以保障消費者的權益，並釐清民宿之定位與提昇民宿之品質，可見，未來民宿產業市場將會走向專業化與制度化的經營方式。

位於台北縣最南端烏來風景區，是北區唯一的山地鄉，境內擁有豐富

的天然資源（溫泉等）、令人為之讚嘆的自然美景（瀑布、峽谷、斷崖等）以及風格獨特的泰雅文化，發展觀光休閒產業具有相當大的優勢，且烏來風景區位於市郊，對於長期居於工作壓力大的都市居民而言，是難得的一片淨土；交通部觀光局的觀光客倍增計畫中，預計花六年時間開發新興套裝旅遊路線及新景點，其中蘭陽北橫旅遊線旅遊點，包括烏來、坪林、礁溪、冬山河、蘇澳、棲蘭、明池、達觀山、石門水庫、鶯歌、三峽等（交通部，2004）。由此可知，未來烏來風景區將會帶來更多的休閒觀光人潮。另外，根據烏來風景特定區管理所的資料顯示，九十二年遊客約達九十萬人次，故在觀光休閒旅遊產業之發展有極度被看好的潛力及前景，相對地，民宿產業的經營也將帶來蓬勃的成長。不過，由於現代人對於休閒旅遊品質的逐漸重視，如何吸引遊客的目光，瞭解遊客所重視的屬性以及體驗後的感受，是值得研究的領域。

民宿在國外風行已久，但在台灣卻屬於新興產業，它能夠提供給國人不同以往的住宿選擇及不一樣的體驗方式，是因為民宿與飯店、旅館不同之處在於民宿經營者多半為當地居民，對於當地之風俗民情有相當程度的瞭解，可提供遊客導覽、解說、提供自然生態等的最佳體驗；況且，現今是以消費者為主體的時代，經營管理者必須站在消費者的立場去思考才能夠成功，民宿是一個極重視與遊客互動的體驗型消費，所以，瞭解遊客內在動機是非常重要的。目前台灣地區多數風景遊憩區的開發大抵是以資源導向的遊憩規劃為主，利用遊憩資源與活動來界定遊憩區的類型，忽略遊客使用特性上的差異，因此無法適切地提供滿足遊客使用需求的設施與活動，導致降低遊客來訪的意願與遊憩的品質（陳肇堯，1999）。因此，民宿業者如何利用其特色，找到讓遊客感到滿意，進而產生對民宿的認同，並且產生再次重遊的興趣，是民宿業者經營管理的重要課題。

目前國內有關民宿方面的論文研究並不多，且在研究方向有偏向於民宿之建築及空間利用方面（李忠益，1999；李榮章，2001；潘正華，1994；謝旻成，1998；顧志豪，1990）或是有關經營管理方面（王姿懿，2004；

吳碧玉，2002；林宜甲，1998；謝文欽，2002)；之後有學者研究民宿旅客特性、市場區隔及民宿遊客之消費行為的研究(姜惠娟，1997；陳詩惠，2002；楊永盛，2003；廖榮聰，2003；嚴如鈺，2003)等方面，以上的文獻中，缺乏針對民宿遊客在選擇民宿時的住宿動機以及住宿後所產生的滿意度所做的深入探討。多數的學者均認為動機在行為之間扮演著中介的角色，由於人存有不同的動機，所以個體會表現出不同的情緒、認知及行為(邱于展，2000；Roberts，1992)，因此，研究者希望能夠更深入的去瞭解民宿遊客存有哪些不同的住宿動機因素，而這些動機因素又是如何影響遊客之認知及所引發而來的行為？余幸娟(2000)指出滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間之差距來決定的，故本研究希望透過對民宿遊客在其住宿後所產生的滿意度，試圖瞭解遊客在實際住宿後所產生的實質感受；而許多研究滿意度的文獻中都發現，遊客不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺(侯錦雄，1990)，基於此，本研究欲探討民宿遊客之住宿動機與住宿滿意度究竟是如何相互影響的？若能夠找出其共同相通之處，將更能夠給予民宿業者一個明確的經營管理之參考依據。因此，本研究的主要目的是在瞭解民宿遊客在選擇民宿時的住宿動機及住宿滿意度為何？以及住宿動機與住宿滿意度之間的相關？期所得之研究結果，能對民宿經營業者之經營管理有所助益幫助，並能為民宿的遊客創造一個優質的休閒活動空間。

第二節 研究目的

- 一、調查烏來風景區民宿遊客人口統計變項、住宿動機、住宿滿意度之現況。
- 二、比較不同人口統計變項之烏來風景區民宿遊客的住宿動機與住宿滿意度上之差異情形。
- 三、探討烏來風景區民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度之間的相關情形。
- 四、提出相關建議供民宿業者與政府在經營及輔導上之參考。

第三節 研究問題

本研究依據研究目的所提之研究問題：

- 一、烏來風景區民宿遊客之人口統計變項、住宿動機、住宿滿意度之現況為何？
- 二、不同人口統計變項之烏來風景區民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度上有何不同？
- 三、烏來風景區民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度之間的相關情形為何？

第四節 研究範圍

本研究主要以台北縣烏來風景區之九家民宿為研究範圍，自民國九十四年三月一日至四月十日止，以烏來風景區的民宿遊客為研究對象，進行調查研究，主要內容包含遊客的住宿動機、住宿滿意度等相關變項。

第五節 研究限制

- 一、本研究之樣本抽樣僅限於烏來風景區，故研究之結果僅能呈現烏來風景區的民宿遊客，而無法推論至其他群體。
- 二、本研究因時間上的限制，所蒐集到之遊客樣本也受其影響。
- 三、本研究在訪談的部分，因業者配合度不高，所以無法進行訪談並深入瞭解業者的經營想法及理念，是本研究限制之一。

第六節 名詞操作性定義

- 一、民宿—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（交通部，2004）。本研究所稱之「民宿」係指烏來風景區民宿業者利用自用住宅房間，結合當地人文、自然景觀等，以家庭副業方式經營，提供遊客之住宿處所。
- 二、烏來風景區—本研究所稱之「烏來風景區」係指，烏來鄉境內五個村落，分別是忠治村、烏來村、孝義村、信賢村、福山村。
- 三、遊客動機—動機是促使個體活動的內在歷程（張春興，1993）。本研究所稱之「住宿動機」係指，促使烏來風景區民宿遊客住宿的內在歷程，並依李克特五等量表來衡量遊客之動機同意程度。
- 四、遊客滿意度—滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間之差距來決定（余幸娟，2000）。本研究所稱之「遊客滿意度」係指，遊客選擇民宿住宿前的期望與住宿後所得到之感受，兩者間所產生差異的程度；若兩者間的差異小則滿意度較高，反之則滿意度較低，並依李克特五等量表來衡量遊客之滿意度同意程度。