

## 第四章 結果分析與討論

本章主要的目的是依據研究的目的來分析研究資料所獲得之結果，並對所得之結果進行討論，全章共分為三節：第一節為烏來風景區民宿遊客之人口統計變項分析；第二節為不同人口統計變項之烏來風景區民宿遊客在動機、滿意度上之現況及差異情形分析；第三節為烏來風景區民宿遊客在動機與滿意度上的相關情形分析。

### 第一節 研究對象之基本資料分析

本研究問卷針對問卷填答者之性別、年齡、職業、教育程度、每月所得、居住地區、投宿次數、投宿同伴、交通工具，作基本資料分析，茲將本研究之有效問卷填答者407人之基本資料分別敘述如下。

#### (一) 性別

由表4-1 全體有效樣本中得知，有效樣本男性為208人，佔51.1%；女性有199人，佔48.9%。

#### (二) 年齡

由表4-1 全體有效樣本中得知，年齡分佈在「21~30歲」為168人，佔41.3%為最多；其次依序為「31~40歲」，94人，佔23.1%；「20歲以下」，63人，佔15.5%；「51~60歲」，37人，佔9.1%；「41~50歲」，32人，佔7.9%；「61~70歲」，10人，佔2.5%；「71歲以上」，3人，佔0.7%。

#### (三) 教育程度

由表4-1 全體有效樣本中得知，教育程度以「大專」，257人為最多，佔63.1%；其次依序為「高中(職)」，94人，佔23.1%；「國中、初中」，27人，佔6.6%；「小學或小學以下」，16人，佔3.9%；「研究所以上」，

13 人，佔3.2%。

#### (四) 職業

由表4-1 全體有效樣本中得知，職業以「學生」，124人為最多，佔30.5%；其次依序為「服務業」，78人，佔19.2%；「公務人員」，42人，佔10.3%；「商業」，41 人，佔10.1%；「自由業」，37人，佔9.1%；「家庭主婦」，22人，佔5.4%；「教師」，16 人，佔3.9%；「工業」，13 人，佔3.2%；「無（含退休者）」，12人，佔2.9%；「軍警」，10 人，佔2.7%；「其他」，8 人，佔2.0%；「農林漁牧業人員」，3人，佔0.7%。

#### (五) 每月所得

由表4-1 全體有效樣本中得知，有效樣本平均每月所得在「10,000元以下」，138人為最多，佔33.9%；其次為「20,001~30,000元」，82人，佔20.1%；「30,001~40,000元」，60人，佔14.7%；「40,001~50,000元」，53人，佔13.0%；「10,001~20,000元」，34人，佔8.4%；「50,001~100,000元」，32 人，佔7.9%；「100,000元以上」，8人，佔2.0%。

#### (六) 居住地

由表4-1 全體有效樣本中得知，居住地以「北部」，252人為最多，佔61.9%；其次依序為「中部」，82人，佔20.1%；「南部」，45人，佔11.1%；「東部」，19 人，佔4.7%；「外島」，9人，佔2.2%。

#### (七) 投宿次數

由表4-1全體有效樣本中得知，至烏來風景區民宿的次數以「第一次」，201人為最多，佔49.4%；其次依序為「第三次」，110人，佔27.0%；「第二次」，96人，佔23.6%。

#### (八) 投宿同伴

由表4-1 全體有效樣本中得知，投宿同伴以跟「朋友、同學或同事」，287人為最多，佔70.5%；其次依序為「家人、親戚」，99人，佔24.3%；「公司、機關或學校的團體活動」，9人，佔2.2%；「一個人」，6人，佔1.5%；「旅行團」，2人，佔0.5%；「社會團體」，2人，佔0.5%；「其他」，2人，佔0.5%。

#### (九) 交通工具

由表4-1 全體有效樣本中得知，交通工具以「自行開車」，230人為最多，佔56.5%；其次依序為「搭公車」，93人，佔22.9%；「機車」，65人，佔16%；「遊覽車」，15人，佔3.7%；「其他」，4人，佔1.0%。

#### (十) 重遊意願

由表4-1 全體有效樣本中得知，重遊意願以「願意」，393人為多數，佔96.6%；「不願意」，僅有14人，佔3.4%。

表4-1 烏來風景區民宿遊客基本資料統計表

基本資料		次數 (人)	百分比 (%)
性別			
	男	208	51.1
	女	199	48.9
年齡			
	20歲以下	63	15.5
	21~30歲	168	41.3
	31~40歲	94	23.1
	41~50 歲	32	7.9
	51~60 歲	37	9.1
	61~70 歲	10	2.5
	71 歲以上	3	0.7
教育程度			
	小學或小學以下	16	3.9
	初中或國中	27	6.6
	高中 (職)	94	23.1
	大專	257	63.1
	研究所以上	13	3.2
職業			
	學生	124	30.5
	服務業	78	9.2
	公務人員	42	10.31
	商業	41	10.1
	自由業	37	9.1
	家庭主婦	22	5.4
	教師	16	3.9
	工業	13	3.2
	無 (含退休者)	12	2.9
	軍警	10	2.7
	其他	8	2.0
	農林漁牧業人員	3	0.7

表 4-1 烏來風景區民宿遊客基本資料統計表 (續)

	基本資料	人數	百分比 (%)
每月所得	10,000元以下	138	33.9
	10,001~20,000元	34	8.4
	20,001~30,000元	82	20.1
	30,001~40,000元	60	14.7
	40,001~50,000元	53	13.0
	50,001~100,000元	32	7.9
	100,000元以上	8	2.0
居住地	北部	252	61.9
	中部	82	20.1
	南部	45	11.1
	東部	19	4.7
	外島	9	2.2
投宿次數	第一次	201	49.4
	第二次	96	23.6
	第三次	110	27.0
投宿同伴	朋友、同學或同事	287	70.5
	家人、親戚	99	24.3
	公司、機關或學校的團體活動	9	2.2
	一個人	6	1.5
	旅行團	2	0.5
	社會團體	2	0.5
	其他	2	0.5
交通工具	自行開車	230	56.5
	搭公車	93	22.9
	機車	65	16
	遊覽車	15	3.7
	其他	4	1.0
重遊意願	願意	393	96.6
	不願意	14	3.4
總和		407	100

## 第二節 不同人口統計變項之烏來風景區民宿遊客在住宿動機及住宿滿意度上之差異情形分析

本節旨在瞭解受試者對住宿動機、住宿後之滿意度的整體程度，並比較不同人口統計變項（性別、年齡、教育程度、職業、每月所得、投宿次數、投宿同伴、居住地區、交通工具）遊客在選擇民宿之住宿動機、住宿滿意度的差異情形，且針對研究結果進行綜合性之討論，期能對研究結果作更深入的探討，內容茲分別敘述如下：

### 一、民宿遊客住宿動機之分析

#### （一）民宿遊客住宿動機之分析

就整體而言，受試者總得分之平均數為3.94，標準差為0.75，此代表在五點量表中，民宿遊客在整體住宿動機的得分約為4分，詳細題項之得分與排序如表4-2。

表 4-2 烏來風景區民宿遊客之住宿動機各題項同意程度排序表

題項	平均數	標準差	排序
02. 民宿附近有優美的自然景色	4.32	0.57	1
14. 民宿服務較為親切、樸實	4.29	0.63	2
01. 民宿地點臨近主要的風景遊憩區	4.28	0.60	3
13. 民宿環境使人有鬆弛身心的感覺	4.24	0.71	4
12. 民宿環境比較單純、清靜	4.21	0.68	5
11. 民宿有像家一樣的住宿感受	4.19	0.73	6
05. 投宿民宿是這次旅遊行程之一	4.12	0.69	7
16. 可增進同行親友的感情	4.11	0.71	8
03. 想嘗試一下民宿的生活體驗	4.07	0.68	9
18. 民宿的消費比較便宜	4.05	0.80	10
04. 想體驗當地原住民文化與民俗活動	3.90	0.74	11
15. 能認識新朋友	3.83	0.82	12
08. 過去曾經住宿的印象不錯	3.80	0.78	13
19. 喜歡民宿的建築風格	3.76	0.79	14
07. 親友或媒體的介紹	3.74	0.87	15
10. 民宿有導覽解說的服務	3.72	0.84	16
17. 民宿環境喚起我的成長記憶	3.61	0.81	17
09. 民宿提供當地的特色餐飲	3.57	0.79	18
06. 來住民宿是為了追求流行	3.03	1.08	19
總平均數	3.94	0.75	

本研究發現烏來風景區民宿遊客之住宿動機方面的前五位排序，以民宿附近有優美的自然景色為第一位，可見民宿遊客將民宿附近具有優美的景色作為優先的考量，其次依序為民宿服務較為親切、樸實、民宿地點鄰近主要的風景遊憩區、民宿環境使人有鬆弛身心的感覺及民宿環境比較單純、清靜。研究結果發現與（姜惠娟，1997；明新科技大學，2002；陳詩惠，2003；廖榮聰，2003； Dawson and Brown，1998）等相關研究相符，顯示出烏來風景區民宿遊客之住宿動機因素與相關文獻中的民宿遊客的住宿動機因素近乎相同，也就是說遊客除了優先考量民宿鄰近風景遊憩區具有優美景色外，也相當重視民宿本身的環境及服務品質。因此，民宿業者或相關單位必須對烏來風景區的自然景色加強維持與保護，且必須能夠提供住宿遊客更親切的服務及環境品質的提升。



## (二) 不同人口統計變項之民宿遊客住宿動機之差異情形分析

### 1、性別

表 4-3 不同性別之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	性別	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	t 值	差異比較
住宿效益	男	208	4.19	0.56	-0.71	
	女	199	4.23	0.58	-0.71	
社交追求	男	208	3.62	0.60	0.59	
	女	199	3.58	0.67	0.59	
新鮮體驗	男	208	3.83	0.49	-0.68	
	女	199	3.87	0.55	-0.67	
自然景觀	男	208	4.18	0.54	0.53	
	女	199	4.15	0.48	0.53	

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-3得知：不同性別之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，在住宿動機上各因素上男、女沒有顯著差異。

本研究發現：不同性別之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上各因素上男、女沒有顯著差異。顯示烏來風景區民宿遊客在住宿動機上不會因為男女之間的性別不同而有所差異。因為，個人的社會化情形受到其自身所生活的社會環境所影響，也由於性別給予人們刻板印象，在休閒活動的選擇和行為常會存在著不同的期待，而造成差異。但由於現今的社會型態，男女之間的地位象徵已趨近於平等，有呈現中性化的發展趨勢（Edginton，1998/2004）。因此性別對行為所產生的住宿動機不會有太明顯的影響。

## 2、年齡

表 4-4 不同年齡之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	年齡	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1) 20歲以下	63	4.13	0.62	2.56*	
	(2) 21~30歲	168	4.31	0.56		
	(3) 31~40歲	94	4.09	0.59		
	(4) 41~50 歲	32	4.08	0.46		
	(5) 51~60 歲	37	4.29	0.49		
	(6) 61~70 歲	10	4.20	0.39		
	(7) 71歲以上	3	3.83	0.76		
社交追求	(1) 20歲以下	63	3.29	0.55	5.61***	(3)>(1) (5)>(1)
	(2) 21~30歲	168	3.54	0.68		
	(3) 31~40歲	94	3.76	0.57		
	(4) 41~50 歲	32	3.72	0.59		
	(5) 51~60 歲	37	3.85	0.57		
	(6) 61~70 歲	10	3.90	0.43		
	(7) 71歲以上	3	3.80	0.69		
新鮮體驗	(1) 20歲以下	63	3.79	0.52	0.39	
	(2) 21~30歲	168	3.85	0.55		
	(3) 31~40歲	94	3.84	0.48		
	(4) 41~50 歲	32	3.84	0.49		
	(5) 51~60 歲	37	3.92	0.53		
	(6) 61~70 歲	10	4.00	0.43		
	(7) 71歲以上	3	3.80	0.69		
自然景觀	(1) 20歲以下	63	3.99	0.50	2.79*	(5)>(1)
	(2) 21~30歲	168	4.15	0.51		
	(3) 31~40歲	94	4.19	0.52		
	(4) 41~50 歲	32	4.22	0.48		
	(5) 51~60 歲	37	4.38	0.47		
	(6) 61~70 歲	10	4.37	0.43		
	(7) 71歲以上	3	4.00	0.88		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表 4-4 可得知：不同年齡層之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「住宿效益」、「社交追求」及「自然景觀」三個因素均達顯著差異水準（ $F=2.560$ ， $p < .05$ 、 $F=5.610$ ， $p < .001$ 、 $F=2.790$ ， $p < .05$ ）。經 Scheffe 事後比較後發現，在「社交追求」因素中，31~40 歲高於 20 歲以下、51~60 歲高於 20 歲以下；在「自然景觀」因素中，51~60 歲高於 20 歲以下。

本研究發現：不同年齡層之烏來風景區民宿遊客在住宿動機上，「社交追求」及「自然景觀」均有顯著差異。此研究結果與廖榮聰（2003）的研究有明顯不同之處，其研究結果顯示不同年齡層之民宿遊客，在住宿動機上是沒有差異的。這與本研究有極大不同，究其原因，該研究是對南投地區單一民宿做調查，因此，對民宿之住宿動機不會有太大的差異。本研究經事後比較後也發現 31~40 歲與 51~60 歲之民宿遊客在「社交追求」動機上高於 20 歲以下之民宿遊客，51~60 歲之民宿遊客在「自然景觀」動機上高於 20 歲以下之民宿遊客；Edginton（1998/2004）書中提及，各種年齡層選擇休閒活動會受到同儕兼社會文化的期待的影響，其中尤以 31~40 歲屬於成年期，此年齡層之遊客正是對家庭或社會盡義務的重要時期，所以，也更積極於尋找休閒活動與地位的時期，因此尤重社交追求動機；而 51~60 歲是屬於接近退休期，此年齡層之遊客，社會地位及生活已很穩定，正處於享受多年累積的聲名時期。因此，對於社交追求動機與自然景觀自然事物，皆有顯著的差異；以上也說明了不同年齡層之想法、行為也有所不同，其所感受之事物也將有所不同，也顯示出年齡層越高其實際體驗之感受也較低年齡層的更為深刻，且在住宿動機上也較為強烈的感受。

### 3、教育程度

表 4-5 不同教育程度之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	教育程度	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 事後比較
住宿效益	(1)小學或小學以下	16	3.81	.49	3.77**	(3)>(1)
	(2)初中或國中	27	4.02	.52		
	(3)高中(職)	94	4.32	.62		
	(4)大專	257	4.21	.54		
	(5)研究所以上	13	4.14	.62		
社交追求	(1)小學或小學以下	16	3.73	.46	2.55*	
	(2)初中或國中	27	3.74	.57		
	(3)高中(職)	94	3.75	.68		
	(4)大專	257	3.53	.62		
	(5)研究所以上	13	3.54	.81		
新鮮體驗	(1)小學或小學以下	16	3.79	.53	0.66	
	(2)初中或國中	27	3.80	.58		
	(3)高中(職)	94	3.92	.55		
	(4)大專	257	3.83	.49		
	(5)研究所以上	13	3.85	.67		
自然景觀	(1)小學或小學以下	16	4.02	.43	2.14	
	(2)初中或國中	27	4.26	.48		
	(3)高中(職)	94	4.25	.52		
	(4)大專	257	4.15	.50		
	(5)研究所以上	13	3.90	.63		

\*\*\* $p < .001$ ; \*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

由表4-5可得知：不同教育程度之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，選擇住宿的動機中「住宿效益」( $F=3.769$ ,  $p < .01$ )及「社交追求」( $F=2.547$ ,  $p < .05$ )二個因素均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較後發現，在「住宿效益」因素中，高中(職)高於小學或小學以下。

本研究發現，不同教育程度之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上，「住宿效益」及「社交追求」上，二個因素均達顯著差異水準，此研究結果與廖榮聰(2003)、姜惠娟(1997)的研究相符：顯示不同教育程度在住宿動機有顯著差異。而經事後比較後，發現教育程度於高中(職)程度者在「住宿效益」的動機上高於教育程度於小學或小學以下者。Godbey(1976)曾指出，受過良好教育者參與休閒活動意願較高，同時對於新的遊憩活動較容易接受。因此，對於研究結果的推論，則對於不同教育程度之烏來風景區民宿遊客在選擇住宿動機上，其教育程度越高者，對於住宿效益動機的追求越強。

## 4、職業

表 4-6 不同職業之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	職業	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1)軍警	11	4.12	.57	1.30	
	(2)公務人員	42	4.10	.51		
	(3)教師	16	4.50	.38		
	(4)學生	124	4.22	.56		
	(5)商業	41	4.25	.46		
	(6)工業	13	4.26	.65		
	(7)服務業	78	4.25	.64		
	(8)自由業	37	4.15	.66		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.56	.55		
	(10)家庭主婦	22	4.23	.57		
	(11)無(含退休者)	12	3.94	.55		
	(12)其他	8	3.83	.28		
社交追求	(1)軍警	11	3.36	.42	7.59***	(2) > (4) (7) > (4) (8) > (4) (10) > (4) (10) > (12)
	(2)公務人員	42	3.87	.54		
	(3)教師	16	3.85	.55		
	(4)學生	124	3.30	.50		
	(5)商業	41	3.67	.61		
	(6)工業	13	3.71	.78		
	(7)服務業	78	3.73	.67		
	(8)自由業	37	3.81	.70		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.47	.12		
	(10)家庭主婦	22	3.96	.57		
	(11)無(含退休者)	12	3.48	.45		
	(12)其他	8	2.88	.57		
新鮮體驗	(1)軍警	11	3.71	.38	1.62	
	(2)公務人員	42	3.90	.41		
	(3)教師	16	3.86	.40		
	(4)學生	124	3.80	.52		
	(5)商業	41	3.87	.51		
	(6)工業	13	4.05	.57		
	(7)服務業	78	3.91	.55		
	(8)自由業	37	3.86	.58		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.60	.20		
	(10)家庭主婦	22	3.89	.57		
	(11)無(含退休者)	12	3.53	.34		
	(12)其他	8	3.65	.56		
自然景觀	(1)軍警	11	4.00	.73	2.77**	
	(2)公務人員	42	4.19	.44		
	(3)教師	16	4.46	.47		
	(4)學生	124	4.01	.45		
	(5)商業	41	4.28	.50		
	(6)工業	13	4.23	.70		
	(7)服務業	78	4.24	.49		
	(8)自由業	37	4.26	.58		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.33	.58		
	(10)家庭主婦	22	4.32	.51		
	(11)無(含退休者)	12	3.86	.48		
	(12)其他	8	4.21	.56		

\*\*\*p&lt;.001; \*\*p&lt;.01; \*p&lt;.05

由表4-6可得知：不同職業類別之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社會」( $F=7.568$ ,  $p<.001$ )及「自然景觀」( $F=2.767$ ,  $p<.01$ )二個因素均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較後發現，在「社交追求」因素中，公務人員高於學生、服務業高於學生、自由業高於學生、家庭主婦高於學生，最後家庭主婦則高於其他。

本研究發現，不同職業類別之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上，「社交追求」及「自然景觀」二個因素均達顯著差異水準。陳昭明(1981)的研究指出，影響遊憩動機因素會因不同遊客所從事的職業不同而有所差異，可能的原因為職業關係到個人接觸的環境，處於不同的環境下往往會影響個人之人格發展及想法上的差異，以致於遊客在住宿動機上會有所差異。且經事後比較後，發現在「社交追求」之動機，公務人員、自由業者、服務業者、家庭主婦之住宿動機皆顯著高於學生，顯示出已從事職業者，因在不同環境下從事不同性質之工作，其性格也會有所不同，且由於平日忙於工作，有機會至民宿其在住宿動機上也會較未出社會工作之學生有更深刻之體驗。

## 5、每月所得

表 4-7 不同月收入之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	每月所得	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1) 10,000元以下	138	4.22	0.54	1.48	
	(2) 10,001~20,000元	34	4.38	0.57		
	(3) 20,001~30,000元	82	4.15	0.64		
	(4) 30,001~40,000元	60	4.24	0.58		
	(5) 40,001~50,000元	53	4.25	0.54		
	(6) 50,001~100,000元	32	4.05	0.42		
	(7) 100,000元以上	8	3.94	0.77		
社交追求	(1) 10,000元以下	138	3.39	0.55	6.59***	(2)>(1) (4)>(1) (5)>(1)
	(2) 10,001~20,000元	34	3.93	0.69		
	(3) 20,001~30,000元	82	3.55	0.70		
	(4) 30,001~40,000元	60	3.82	0.65		
	(5) 40,001~50,000元	53	3.77	0.56		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.60	0.46		
	(7) 100,000元以上	8	3.80	0.79		
新鮮體驗	(1) 10,000元以下	138	3.79	0.51	1.126	
	(2) 10,001~20,000元	34	4.00	0.56		
	(3) 20,001~30,000元	82	3.83	0.57		
	(4) 30,001~40,000元	60	3.89	0.55		
	(5) 40,001~50,000元	53	3.91	0.40		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.78	0.39		
	(7) 100,000元以上	8	3.95	0.70		
自然景觀	(1) 10,000元以下	138	4.02	0.45	4.19***	(5)>(1)
	(2) 10,001~20,000元	34	4.30	0.51		
	(3) 20,001~30,000元	82	4.18	0.55		
	(4) 30,001~40,000元	60	4.28	0.55		
	(5) 40,001~50,000元	53	4.35	0.48		
	(6) 50,001~100,000元	32	4.14	0.38		
	(7) 100,000元以上	8	4.08	0.79		

\*\*\*p&lt;.001 ; \*\*p&lt;.01 ; \*p&lt;.05

由表4-7可得知：不同收入之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」（ $F=6.592$ ， $p<.001$ ）及「自然景觀」（ $F=4.186$ ， $p<.001$ ）二個因素均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「社交追求」因素中，10,001~20,000元高於10,000元以下、30,001~40,000高於10,000元以下、40,001~50,000元高於10,000元以下；在「自然景觀」因素中，40,001~50,000元高於10,000元以下。

本研究發現，不同收入之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上，「社交追求」及「自然景觀」，二個因素均達顯著差異水準。顯示不同收入水準的民宿遊客在住宿動機會有所不同，此研究結果與余幸娟（2000）、姜惠娟（1997）、陳桓敦（2002）、童雅鈴（2004）的研究相符：不同收入之遊客在其動機上有顯著的差異。顯然，收入是會影響休閒活動的選擇，而至民宿住宿是屬於休閒活動之一種，參與休閒活動或持續長期的參與都需要花費大量的金錢，所以因個人日常生活的考量，也會影響休閒的支出。且經事後比較後，發現收入較高之民宿遊客，在住宿動機上明顯的高於收入較低之遊客，顯示出，越高收入者對於住宿時所考量的動機因素越多，推測其可能的原因為，越高收入者會選擇民宿住宿主要是想體驗民宿所帶來的另類感受，否則他可以花較多的錢住飯店，而另一可能原因，是因為許多的民宿較鄰近烏來風景區，因此遊客在選擇住宿時應會考慮其便利性及其可及性，這也可能是選擇民宿的原因之一。



## 6、居住地

表 4-8 不同居住地之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	居住地	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1)北部	252	4.17	.57	2.07	
	(2)中部	82	4.30	.50		
	(3)南部	45	4.21	.66		
	(4)東部	19	4.44	.52		
	(5)外島	9	3.96	.68		
社交追求	(1)北部	252	3.49	.59	6.86***	(3)>(1) (4)>(1)
	(2)中部	82	3.69	.66		
	(3)南部	45	3.81	.64		
	(4)東部	19	4.11	.69		
	(5)外島	9	3.76	.75		
新鮮體驗	(1)北部	252	3.79	.50	4.72**	(4)>(1)
	(2)中部	82	3.92	.54		
	(3)南部	45	3.87	.50		
	(4)東部	19	4.28	.45		
	(5)外島	9	3.78	.48		
自然景觀	(1)北部	252	4.11	.49	4.03**	(4)>(1)
	(2)中部	82	4.23	.48		
	(3)南部	45	4.27	.54		
	(4)東部	19	4.51	.54		
	(5)外島	9	4.04	.70		

\*\*\*p<.001；\*\*p<.01；\*p<.05

由表4-8可得知：來自不同居住地之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」( $F=6.863$ ,  $p<.001$ )、「新鮮體驗」( $F=4.715$ ,  $p<.01$ )及「自然景觀」( $F=4.032$ ,  $p<.01$ )三個因素均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「社交追求」因素中，南部高於北部、東部高於北部；在「新鮮體驗」因素中，東部高於北部；在「自然景觀」因素中，東部高於北部。

本研究發現，來自不同居住地之烏來風景區民宿遊客的住宿動機，除了「住宿效益」之動機外，其他三者均達到顯著差異，也就是說，來自不同居住地之民宿遊客對於其住宿動機上也會有所不同。不同居住地之民宿遊客在住宿動機上有顯著差異，且經事後比較後，發現來自南部與東部之民宿遊客其在住宿動機上的三個因素皆高於來自於北部的遊客，此研究結果與黃錦照（2001）相同、且與侯錦雄（1999）之研究中有提出心理距離的渴求—感覺一種遠到足夠的距離來證明遠離有相互呼應之意。由此可見，越是遠道而來之遊客，越能夠體認其距離感所帶來的休閒與放鬆的渴求，並且對於東、南部的遊客而言，烏來風景區距離較遠，可能難得有機會可以前來遊玩、住宿，因此，在住宿動機上顯然較北部遊客來得能夠得到不同於原居住地的另類感受，如此才會有不枉此行之深刻住宿體驗。

## 7、投宿次數

表 4-9 不同投宿次數之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	投宿次數	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1)第一次	201	4.18	.61	0.50	
	(2)第二次	96	4.26	.53		
	(3)第三次以上	110	4.20	.52		
社交追求	(1)第一次	201	3.50	.66	5.25**	(3)>(1)
	(2)第二次	96	3.68	.55		
	(3)第三次以上	110	3.72	.65		
新鮮體驗	(1)第一次	201	3.85	.56	0.66	
	(2)第二次	96	3.81	.43		
	(3)第三次以上	110	3.88	.52		
自然景觀	(1)第一次	201	4.13	.52	0.35	
	(2)第二次	96	4.23	.49		
	(3)第三次以上	110	4.17	.51		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-9可得知：不同投宿次數之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」( $F=5.253$ ,  $p < .01$ )因素有達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「社交追求」因素中，來第三次或以上者高於第一次的遊客。

本研究發現，不同投宿次數之烏來風景區民宿遊客在「社交追求」的住宿動機上有顯著的差異，可知不同投宿次數之遊客在住宿動機上會有所不同。且經事後比較後，發現在「社交追求」因素之動機上，來三次或以上者其在「社交追求」之動機高於第一次來者，國外學者Clark and Dowing (1984)認為，因過去之遊憩之影響，遊憩者常會有某些地點迷戀，並一再重遊一些他們喜愛的地點，且傾向於如童年般地來使用同一地點。依此，可以推測多次前來烏來風景區住宿之民宿遊客，對於先前住宿之經驗有不錯的印象，並且民宿的環境也能夠喚起遊客的成長記憶，才會有多次重遊的經驗，因此，住宿動機也較第一次前來之遊客高。

## 8、投宿同伴

表 4-10 不同投宿同伴之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	投宿同伴	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1)一個人	6	4.39	.33	0.87	
	(2)朋友、同學或同事	287	4.22	.56		
	(3)家人、親戚	99	4.15	.59		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	4.13	.59		
	(6)社會團體	2	3.92	.59		
	(7)其他	2	4.83	.24		
社交追求	(1)一個人	6	3.37	.69	0.51	
	(2)朋友、同學或同事	287	3.59	.63		
	(3)家人、親戚	99	3.65	.62		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	3.53	.90		
	(6)社會團體	2	3.40	.00		
	(7)其他	2	3.90	.14		
新鮮體驗	(1)一個人	6	3.80	.52	0.83	
	(2)朋友、同學或同事	287	3.86	.52		
	(3)家人、親戚	99	3.81	.50		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	3.96	.56		
	(6)社會團體	2	3.30	.71		
	(7)其他	2	4.30	.42		
自然景觀	(1)一個人	6	4.33	.42	0.75	
	(2)朋友、同學或同事	287	4.15	.51		
	(3)家人、親戚	99	4.17	.52		
	(4)旅行團	2	3.83	1.18		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	4.41	.57		
	(6)社會團體	2	4.50	.24		
	(7)其他	2	4.17	.24		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表 4-10 可得知：在不同投宿同伴之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，在住宿動機之各因素上，並沒有顯著差異。

本研究發現，不同投宿同伴之烏來風景區民宿遊客的住宿動機上，並沒有顯著的差異。本研究結果與陳昭明（1981）、Morrison（1989）呈現不相同的情形，在其研究中皆認為，文化、次文化、親近之團體、參考群體、社會階層、意見領袖以及家庭等會影響消費者對於休閒及旅遊服務之選擇，或者出現不同的遊憩動機。而在個人與團體互動理論中表示，遊憩行為受個人所接觸的團體（如同學、同齡、同事）所影響。人們所從事之活動，常需由他人引導，尤其人類是社會動物，過著群居生活，因此個體所喜好的活動，周遭人們也會具有同感，而從事的相似活動（引自陳思倫，2001，150 頁）。由此可推論，至烏來風景區之民宿遊客，大部分皆與朋友、同學或同事一同住宿，因此，對於個人喜好的活動會因具有同感而從事相似之活動，所以，住宿同伴並不會影響其烏來風景區民宿遊客之住宿動機。

## 9、交通工具

表 4-11 不同交通工具之烏來風景區民宿遊客住宿動機之比較

因素	交通工具	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
住宿效益	(1)自行開車	230	4.18	.55	1.71	
	(2)機車	65	4.34	.51		
	(3)搭公車	93	4.20	.63		
	(4)遊覽車	15	4.12	.64		
	(5)其他	4	3.75	.88		
社交追求	(1)自行開車	230	3.71	.62	10.26***	(1)>(3) (2)>(3) (4)>(3)
	(2)機車	65	3.68	.58		
	(3)搭公車	93	3.27	.59		
	(4)遊覽車	15	3.81	.69		
	(5)其他	4	3.05	.19		
新鮮體驗	(1)自行開車	230	3.85	.49	1.96	
	(2)機車	65	3.94	.50		
	(3)搭公車	93	3.78	.57		
	(4)遊覽車	15	4.01	.53		
	(5)其他	4	3.40	.78		
自然景觀	(1)自行開車	230	4.21	.51	4.93**	(1)>(3) (2)>(3)
	(2)機車	65	4.26	.45		
	(3)搭公車	93	4.00	.51		
	(4)遊覽車	15	4.31	.57		
	(5)其他	4	3.67	.47		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-11可得知：不同交通工具之民宿遊客的住宿動機研究結果發現，住宿動機中的「社交追求」( $F=10.261$ ,  $p < .001$ )及「自然景觀」( $F=4.926$ ,  $p < .01$ )二個因素均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較後發現，在「社交追求」因素中，自行開車高於搭公車、機車高於搭公車、遊覽車高於搭公車；在「自然景觀」因素中，自行開車高於搭公車、機車高於搭公車。

本研究發現，不同交通工具之烏來風景區民宿遊客的住宿動機，在「社交追求」及「自然景觀」之動機上，二個因素均達顯著差異水準，表示利用不同交通工具到達者，其在住宿動機上會有所不同。且經事後比較後，發現自行開車及機車者在住宿之「社交追求」及「自然景觀」動機上高於搭公車者。根據陳思倫等人（2001）提及，休閒遊憩機會的可及性是參與的關鍵因素。所以，無疑地，交通的便利性會影響遊客接受休閒服務的機會；而對都市與郊區的居民而言，最主要的交通工具就是汽車。因此，對於至烏來風景區的民宿遊客而言，為了交通的便利性大部分皆自行開車或騎機車前往，可能因為自行開車與騎機車的遊客，若要至民宿附近之風景區遊憩時，在活動上較搭公車的遊客方便，這也可能是造成差異的原因。

## 二、不同人口統計變項之民宿遊客住宿滿意度之差異情形分析

### (一) 民宿遊客住宿滿意度之分析

就整體而言，受試者總得分之平均數為3.80，標準差為0.79，此代表在五點量表中，民宿遊客在整體住宿滿意度的得分約為4分，詳細題項之得分與排序如表4-2。



表 4-12 烏來風景區民宿遊客之住宿滿意度各題項同意程度排序表

題項	平均數	標準差	排序
26. 民宿主人熱情、親切的服務	4.30	0.74	1
24. 環境清潔衛生	4.23	0.65	2
02. 房間內有衛浴設備	4.15	0.64	3
19. 民宿整體環境的氣氛營造	4.14	0.67	4
25. 民宿的價格便宜	4.14	0.76	5
03. 房間內提供基本備品	4.10	0.70	6
18. 民宿四周景觀優美視野佳	4.07	0.71	7
04. 房間內提供電視、電話	4.07	0.64	8
21. 民宿的室內外美化、綠化造景	4.04	0.73	9
23. 民宿房間的隱私性	3.95	0.78	10
22. 民宿房間佈置富有特色	3.92	0.76	11
28. 網路宣傳及訂房	3.87	0.78	12
05. 消防、逃生安全設備	3.86	0.74	13
06. 附設休閒設施	3.84	0.81	14
30. 抱怨處理速度	3.79	0.83	15
17. 交通便利	3.76	0.90	16
29. 民宿地點指示牌的設置	3.75	0.83	17
27. 民宿主人具有獨特的人格特質	3.73	0.82	18
10. 提供中、西式早餐	3.70	0.82	19
20. 民宿建築具有特色	3.70	0.85	20
13. 提供附近遊憩資源的圖文資料	3.66	0.78	21
01. 提供停車空間	3.65	0.92	22
09. 提供沙發及書桌	3.63	0.87	23
07. 交誼廳	3.62	0.84	24
14. 提供專人實地解說環境資源特色	3.52	0.82	25
15. 提供當地產業的活動體驗	3.45	0.86	26
11. 提供特殊的風味料理	3.45	0.88	27
16. 提供交通接駁服務	3.44	0.90	28
12. 提供代客訂購當地產品	3.38	0.84	29
08. 提供網路設備	3.18	0.78	30
總平均數	3.80	0.79	

本研究發現烏來風景區民宿遊客選擇住宿滿意度方面的前五位排序，以民宿主人熱情、親切的服務為第一位，顯示出遊客對於民宿主人的熱情及親切服務感到滿意，其次依序為環境清潔衛生、房間內有衛浴設備、民宿整體環境的氣氛營造、民宿的價格便宜。研究結果發現與（林靜芳，2004；廖榮聰，2003；嚴如鈺，2003；楊永盛，2003；陳秋玲，2004）等相關研究相符，可見烏來風景區民宿遊客對於民宿主人的親切服務感到相當滿意外，在環境、設備及價格上也同樣感到滿意。由此可見，民宿業者不僅要提供便宜合理的價格同時要有高度的服務熱誠和最佳的环境衛生品質才能讓住宿遊客感到滿意。

## (二) 不同人口統計變項之民宿遊客住宿滿意度之差異情形分析

### 1、性別

表 4-13 不同性別之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	性別	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	t 值	差異比較
經營管理	男	208	3.63	.59	-0.54	
	女	199	3.66	.63		
環境服務	男	208	4.00	.53	0.71	
	女	199	4.00	.56		
基本設施	男	208	4.01	.55	-0.99	
	女	199	4.07	.57		
附屬服務	男	208	3.48	.62	-0.30	
	女	199	3.49	.67		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由上表4-13得知：不同性別之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，在住宿滿意度上各因素並不因男、女而有顯著差異。

本研究發現：不同性別之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度，在住宿滿意度上各因素上男、女沒有顯著差異。顯示烏來風景區民宿遊客之住宿滿意度不會因為男女之間的性別不同而有所差異。因為，個人的社會化情形受到其自身所生活的社會環境附屬服務所影響，也由於性別給予人們刻板印象，在休閒活動的選擇和行為常會存在著不同的期待，而造成差異。但由於現今的社會型態，男女之間的地位象徵已趨近於平等，有呈現中性化的發展趨勢（Edginton, 1998/2004）。因此，性別對所產生的住宿滿意度行為不會有太明顯的影響。

## 2、年齡

表 4-14 不同年齡之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	年齡	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1) 20歲以下	63	3.50	.54	1.75	
	(2) 21~30歲	168	3.72	.59		
	(3) 31~40歲	94	3.58	.64		
	(4) 41~50 歲	32	3.58	.67		
	(5) 51~60 歲	37	3.74	.61		
	(6) 61~70 歲	10	3.89	.70		
	(7) 71歲以上	3	3.60	.60		
環境服務	(1) 20歲以下	63	3.94	.56	1.83	
	(2) 21~30歲	168	4.09	.47		
	(3) 31~40歲	94	3.92	.59		
	(4) 41~50 歲	32	3.87	.66		
	(5) 51~60 歲	37	4.06	.55		
	(6) 61~70 歲	10	4.03	.53		
	(7) 71歲以上	3	3.76	.69		
基本設施	(1) 20歲以下	63	3.85	.63	3.03**	(2)>(1)
	(2) 21~30歲	168	4.17	.48		
	(3) 31~40歲	94	3.99	.60		
	(4) 41~50 歲	32	3.99	.58		
	(5) 51~60 歲	37	4.03	.57		
	(6) 61~70 歲	10	4.15	.50		
	(7) 71歲以上	3	3.83	.76		
附屬服務	(1) 20歲以下	63	3.37	.71	1.14	
	(2) 21~30歲	168	3.53	.63		
	(3) 31~40歲	94	3.50	.66		
	(4) 41~50 歲	32	3.38	.59		
	(5) 51~60 歲	37	3.44	.56		
	(6) 61~70 歲	10	3.84	.83		
	(7) 71歲以上	3	3.53	.61		

\*\*\*p<.001；\*\*p<.01；\*p<.05

由表4-14可得知：不同年齡層之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「基本設施」(F=3.029, p<.01)因素達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「基本設施」因素中，21~30歲高於20歲以下。

本研究發現：不同年齡層之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度中，「基本設施」因素達顯著差異水準。且經事後比較後，發現21~30歲的民宿遊客比20歲以下的遊客更注重基本設施方面的提供，此研究結果與楊永盛（2003）研究有相符之處，該指出遊客會因年齡上的不同而對宜蘭地區民宿評價因子之組成構面持有不同看法；而且年齡較大者會比其他類別者較為重視遊憩附屬服務與景觀規劃。而本研究結果也顯示年齡較大者對於基本設施方面的提供是較為重視的。

### 3、教育程度

表 4-15 不同教育程度之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	教育程度	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)小學或小學以下	16	3.41	.55	2.47*	
	(2)初中或國中	27	3.56	.61		
	(3)高中(職)	94	3.80	.67		
	(4)大專	257	3.61	.57		
	(5)研究所以上	13	3.72	.77		
環境服務	(1)小學或小學以下	16	3.77	.49	2.19	
	(2)初中或國中	27	3.85	.59		
	(3)高中(職)	94	4.10	.62		
	(4)大專	257	4.00	.50		
	(5)研究所以上	13	4.06	.66		
基本設施	(1)小學或小學以下	16	3.78	.55	1.54	
	(2)初中或國中	27	3.91	.61		
	(3)高中(職)	94	4.10	.61		
	(4)大專	257	4.06	.52		
	(5)研究所以上	13	4.04	.75		
附屬服務	(1)小學或小學以下	16	3.50	.60	2.09	
	(2)初中或國中	27	3.64	.81		
	(3)高中(職)	94	3.61	.75		
	(4)大專	257	3.42	.57		
	(5)研究所以上	13	3.58	.83		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-15可得知：不同教育程度之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「經營管理」( $F=2.186$ ,  $p < .05$ )因素，達到顯著差異水準。

本研究發現：不同教育程度之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度，在住宿滿意度之「經營管理」因素，達到顯著差異水準，表示不同教育程度之遊客，在民宿的經營管理方面是感到滿意的，不過經過事後比較，發現組與組間並沒有顯著差異；此研究結果與黃淑美(1995)、蔡伯勳(1986)有相同之處。國外學者Yu, L. (1992)曾表示，人的教育程度代表著其學習的歷程，而所受教育會對未來的學習態度、價值觀與認知產生相當程度之影響。故因不同的教育程度對於烏來風景區民宿遊客，均會影響其住宿的選擇。因此，民宿業者必須對民宿的經營管理上要更加用心。

## 4、職業

表 4-16 不同職業之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	職業	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)軍警	11	3.55	.72	2.02*	
	(2)公務人員	42	3.59	.63		
	(3)教師	16	3.63	.63		
	(4)學生	124	3.56	.49		
	(5)商業	41	3.60	.63		
	(6)工業	13	3.88	.68		
	(7)附屬服務業	78	3.80	.62		
	(8)自由業	37	3.73	.72		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.37	.15		
	(10)家庭主婦	22	3.75	.76		
	(11)無(含退休者)	12	3.38	.38		
	(12)其他	8	3.24	.54		
環境服務	(1)軍警	11	3.87	.59	2.34**	
	(2)公務人員	42	3.85	.64		
	(3)教師	16	4.21	.42		
	(4)學生	124	3.99	.49		
	(5)商業	41	4.03	.54		
	(6)工業	13	4.06	.48		
	(7)附屬服務業	78	4.14	.50		
	(8)自由業	37	4.00	.56		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.42	.29		
	(10)家庭主婦	22	4.07	.62		
	(11)無(含退休者)	12	3.67	.50		
	(12)其他	8	3.52	.71		
基本設施	(1)軍警	11	3.95	.64	1.41	
	(2)公務人員	42	3.97	.56		
	(3)教師	16	4.16	.45		
	(4)學生	124	3.99	.55		
	(5)商業	41	4.04	.52		
	(6)工業	13	4.15	.67		
	(7)附屬服務業	78	4.19	.54		
	(8)自由業	37	4.01	.65		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.33	.29		
	(10)家庭主婦	22	4.20	.67		
	(11)無(含退休者)	12	3.79	.33		
	(12)其他	8	3.78	.53		
附屬服務	(1)軍警	11	3.51	.67	3.20***	
	(2)公務人員	42	3.52	.72		
	(3)教師	16	3.36	.49		
	(4)學生	124	3.38	.57		
	(5)商業	41	3.40	.56		
	(6)工業	13	3.92	.71		
	(7)附屬服務業	78	3.63	.71		
	(8)自由業	37	3.65	.76		
	(9)農林漁牧業人員	3	4.60	.35		
	(10)家庭主婦	22	3.36	.50		
	(11)無(含退休者)	12	3.15	.44		
	(12)其他	8	3.10	.35		

\*\*\*p&lt;.001; \*\*p&lt;.01; \*p&lt;.05

由表4-16可得知：不同職業類別之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「經營管理」( $F=2.024$ ,  $p<.05$ )、「環境服務」( $F=2.340$ ,  $p<.01$ )及「附屬服務」( $F=3.201$ ,  $p<.001$ )的三個因素，均達顯著差異水準。

本研究發現：不同職業類別之烏來風景區民宿遊客，在住宿滿意度中的「經營管理」、「環境服務」及「附屬服務」的三個因素，均達顯著差異水準。與王貞怡(2004)、陳秀珠(1995)、黃淑美(1995)之研究有相符之處。由於，不同的職業選擇會影響人們精神、體力的消耗程度、休閒時間之長短、多寡、生活型態、同儕團體、社會地位與聲望等，這些對於人們之遊憩需求、與滿意度、遊憩行為皆會有所影響，而有的報告也指出，從事較高專業工作的人相較於工作地位較低的人，他們對於休閒活動的種類有較多的選擇。表示不同職業類別之民宿遊客對於民宿的經營管理、所提供的附屬服務及環境服務的衛生、優美的景觀等等都會影響其住宿滿意度。因此，民宿業者及相關單位應該更為重視這些滿意度層面，以利民宿之發展。



## 5、每月所得

表 4-17 不同月收入之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	每月所得	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1) 10,000元以下	138	3.54	.54	4.37***	(2)>(1)
	(2) 10,001~20,000元	34	4.01	.65		(2)>(3)
	(3) 20,001~30,000元	82	3.58	.65		(2)>(6)
	(4) 30,001~40,000元	60	3.80	.67		
	(5) 40,001~50,000元	53	3.72	.62		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.45	.34		
	(7) 100,000元以上	8	3.80	.77		
環境服務	(1) 10,000元以下	138	3.98	.49	2.84**	
	(2) 10,001~20,000元	34	4.20	.54		
	(3) 20,001~30,000元	82	3.89	.63		
	(4) 30,001~40,000元	60	4.08	.56		
	(5) 40,001~50,000元	53	4.13	.53		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.80	.31		
	(7) 100,000元以上	8	4.05	.68		
基本設施	(1) 10,000元以下	138	3.99	.53	2.53**	
	(2) 10,001~20,000元	34	4.26	.55		
	(3) 20,001~30,000元	82	4.01	.61		
	(4) 30,001~40,000元	60	4.12	.64		
	(5) 40,001~50,000元	53	4.16	.50		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.82	.37		
	(7) 100,000元以上	8	4.03	.69		
附屬服務	(1) 10,000元以下	138	3.36	.59	4.16***	(2)>(1)
	(2) 10,001~20,000元	34	3.88	.68		(2)>(6)
	(3) 20,001~30,000元	82	3.49	.71		
	(4) 30,001~40,000元	60	3.57	.69		
	(5) 40,001~50,000元	53	3.53	.60		
	(6) 50,001~100,000元	32	3.31	.37		
	(7) 100,000元以上	8	3.78	.83		

\*\*\*p&lt;.001；\*\*p&lt;.01；\*p&lt;.05

由表4-17可得知：不同收入之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「經營管理」( $F=4.369$ ,  $p<.001$ )、「環境服務」( $F=2.838$ ,  $p<.01$ )、「基本設施」( $F=2.530$ ,  $p<.01$ )及「附屬服務」( $F=4.164$ ,  $p<.001$ )四個因素，均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「經營管理」因素中10,001~20,000元高於10,000元以下、10,001~20,000元高於20,001~30,000元，10,001~20,000元高於50,001~100,000元；「附屬服務」因素中，10,001~20,000元高於10,000元以下、10,001~20,000元高於50,001~100,000元。

本研究發現：不同收入之烏來風景區民宿遊客在住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」及「附屬服務」四個因素，均達顯著差異水準，顯示不同收入水準的民宿遊客，對於民宿所提供的各層面附屬服務之滿意度也會有所不同，此一結果對照於忠苓(2003)、陳秋玲(2004)、童雅鈴(2004)的研究有相同之處。本研究呈現出不同收入水準的烏來風景區民宿遊客對於其住宿滿意度是有相當大的差異性存在的，顯示來烏來風景區的民宿遊客本身的收入是會影響其對於住宿滿意度的。而經事後比較後，發現在「經營管理」及「附屬服務」兩個因素上，收入在10,001~20,000元之遊客滿意度皆高於10,000元以下、20,001~30,000、50,001~100,000元，可能是因為收入在10,001~20,000元之遊客，對於住民宿後覺得所付出的代價與得到之附屬服務是有等值的，因此才感到較為滿意的，而收入高者對於民宿會有較高的期待，也許會期望得到像旅館般的附屬服務，所以其所得到的滿意度也會較低，而收入在10,000元以下者大部分為學生，推測學生在其經營管理上似乎較為不重視。

## 6、居住地

表 4-18 不同居住地之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	居住地	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)北部	252	3.56	.54	6.77***	(3)>(1) (4)>(1)
	(2)中部	82	3.66	.67		
	(3)南部	45	3.93	.67		
	(4)東部	19	4.10	.62		
	(5)外島	9	3.72	.88		
環境服務	(1)北部	252	3.95	.51	2.86*	
	(2)中部	82	4.04	.53		
	(3)南部	45	4.16	.64		
	(4)東部	19	4.27	.49		
	(5)外島	9	3.96	.82		
基本設施	(1)北部	252	3.99	.53	2.47*	
	(2)中部	82	4.07	.57		
	(3)南部	45	4.19	.66		
	(4)東部	19	4.32	.63		
	(5)外島	9	4.06	.63		
附屬服務	(1)北部	252	3.41	.59	4.40**	(4)>(1)
	(2)中部	82	3.51	.70		
	(3)南部	45	3.63	.67		
	(4)東部	19	3.87	.68		
	(5)外島	9	3.91	.97		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-18可得知：來自不同居住地之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「經營管理」( $F=6.774$ ,  $p < .001$ )、「環境服務」( $F=2.858$ ,  $p < .05$ )及「基本設施」( $F=2.474$ ,  $p < .05$ )及「附屬服務」( $F=4.400$ ,  $p < .01$ )四個因素，均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「經營管理」因素中，南部高於北部、東部高於北部；在「附屬服務」因素中，東部高於北部。

本研究發現：來自不同居住地之烏來風景區民宿遊客，在住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」及「基本設施」及「附屬服務」四個因素，均達顯著差異水準，也就是說，來自不同居住地之民宿遊客，在住宿滿意度是有極大之不同的滿意度感受，此研究結果與於忠苓（2003）、楊永盛

(2003) 之研究有相同之處。因此，研究結果即顯示來自不同居住地之烏來風景區民宿遊客對於住宿滿意度有極顯著的差異。而經事後比較後，發現「經營管理」因素中，南部高於北部、東部高於北部；在「附屬服務」因素中，東部高於北部，顯示出來自南部與東部之遊客之住宿滿意度較高於北部的遊客，推究其因，因為居住地不同，會對休閒遊憩區的住宿基本設施產生不同之需求，如居住距離休閒遊憩區較遠的遊客，其對休閒遊憩住宿的需求較大，且往往也有較深刻的體驗，而有研究報告指出，住在大都會區的人往往比住在鄉下的人有較多的休閒娛樂活動，而且由於烏來風景區之民宿對於北區的遊客來說距離較近且可及性較高，有可能因多次前來，而新鮮感漸失。因此，烏來風景區民宿遊客從遠道而來，因其居住的距離較遠，所以對於住宿的需求較大，而且會產生較深刻的體驗，故在滿意度上也較居住距離近的遊客呈現出顯著的差異性存在。

## 7、投宿次數

表 4-19 不同投宿次數之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	投宿次數	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)第一次	201	3.65	.63	0.97	
	(2)第二次	96	3.58	.56		
	(3)第三次以上	110	3.70	.61		
環境服務	(1)第一次	201	4.00	.59	0.00	
	(2)第二次	96	4.00	.51		
	(3)第三次以上	110	4.01	.48		
基本設施	(1)第一次	201	4.04	.61	0.13	
	(2)第二次	96	4.03	.52		
	(3)第三次以上	110	4.07	.51		
附屬服務	(1)第一次	201	3.49	.64	0.34	
	(2)第二次	96	3.44	.59		
	(3)第三次以上	110	3.52	.70		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-19可得知：不同投宿次數之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，在住宿滿意度的各因素上，並沒有顯著差異。

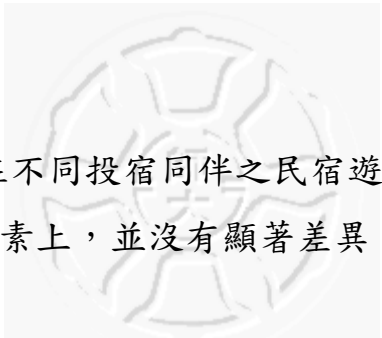
本研究發現：不同投宿次數之烏來風景區民宿遊客，在住宿滿意度的各層面因素皆沒有顯著差異，也表示投宿次數的多寡並不會影響遊客住宿滿意度。

## 8 投宿同伴

表 4-20 不同投宿同伴之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	投宿同伴	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)一個人	6	3.53	.60	0.46	
	(2)朋友、同學或同事	287	3.64	.58		
	(3)家人、親戚	99	3.65	.67		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	3.76	.78		
	(6)社會團體	2	3.20	.28		
	(7)其他	2	3.95	.31		
環境服務	(1)一個人	6	3.88	.47	0.31	
	(2)朋友、同學或同事	287	4.01	.53		
	(3)家人、親戚	99	3.98	.58		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	4.17	.57		
	(6)社會團體	2	3.91	.39		
	(7)其他	2	4.27	.39		
基本設施	(1)一個人	6	3.88	.11	0.37	
	(2)朋友、同學或同事	287	4.05	.53		
	(3)家人、親戚	99	4.06	.63		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	3.94	.76		
	(6)社會團體	2	4.13	1.24		
	(7)其他	2	4.50	.71		
附屬服務	(1)一個人	6	3.47	.79	0.59	
	(2)朋友、同學或同事	287	3.48	.64		
	(3)家人、親戚	99	3.47	.65		
	(4)旅行團	2	4.00	1.41		
	(5)公司、機關或學校的團體活動	9	3.71	.84		
	(6)社會團體	2	3.90	.71		
	(7)其他	2	3.70	.14		

\*\*\*p&lt;.001；\*\*p&lt;.01；\*p&lt;.05



由表 4-20 可得知：在不同投宿同伴之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，在住宿滿意度的各因素上，並沒有顯著差異。

本研究發現：在不同投宿同伴之烏來風景區民宿遊客，在住宿滿意度各層面皆沒有顯著差異。蔡伯勳（1986）的研究結果與有報告顯示與旅行的三個元素有關的滿意度趨向：有旅行本身、目的地、同伴（Kelly，1996/2001），皆顯示出投宿同伴會影響其滿意度。但本研究之結果卻顯示，不同不同投宿同伴在住宿滿意度是沒有差異的，如此結果似乎不同於以往之研究；因此，不同的投宿同伴至烏來風景區民宿並不會因為同行同伴的因素而影響其住宿滿意度。

## 9、交通工具

表 4-21 不同交通工具之烏來風景區民宿遊客住宿滿意度之比較

因素	交通工具	人數 (N)	平均數 (M)	標準差 (SD)	F 值	Scheffe 差異比較
經營管理	(1)自行開車	230	3.66	.63	2.66 <sup>*</sup>	
	(2)機車	65	3.77	.51		
	(3)搭公車	93	3.54	.58		
	(4)遊覽車	15	3.74	.72		
	(5)其他	4	3.00	.50		
環境服務	(1)自行開車	230	3.99	.55	3.43 <sup>**</sup>	(2)>(5)
	(2)機車	65	4.13	.42		
	(3)搭公車	93	3.96	.54		
	(4)遊覽車	15	4.10	.62		
	(5)其他	4	3.20	.79		
基本設施	(1)自行開車	230	4.05	.56	3.56 <sup>**</sup>	
	(2)機車	65	4.20	.46		
	(3)搭公車	93	3.92	.60		
	(4)遊覽車	15	4.18	.50		
	(5)其他	4	3.50	.61		
附屬服務	(1)自行開車	230	3.46	.64	5.34 <sup>***</sup>	(2)>(3) (4)>(3)
	(2)機車	65	3.67	.61		
	(3)搭公車	93	3.35	.59		
	(4)遊覽車	15	3.96	.94		
	(5)其他	4	2.95	.10		

\*\*\* $p < .001$  ; \*\* $p < .01$  ; \* $p < .05$

由表4-21可得知：不同交通工具之民宿遊客住宿滿意度研究結果發現，住宿滿意度中的「經營管理」( $F=2.656$ ,  $p < .05$ )、「環境服務」( $F=3.431$ ,  $p < .01$ )及「基本設施」( $F=3.563$ ,  $p < .01$ )及「附屬服務」( $F=5.343$ ,  $p < .001$ )四個因素，均達顯著差異水準。經Sheffe事後比較發現，在「環境服務」因素中，機車高於其他交通工具；在「附屬服務」因素中，機車高於搭公車、遊覽車高於搭公車。



本研究發現：利用不同交通工具之烏來風景區民宿遊客，在住宿滿意度中的「經營管理」、「環境服務」及「基本設施」及「附屬服務」四個因素，均達顯著差異水準，表示利用不同交通工具到達民宿之遊客對於其住宿滿意度上是會有所差異。陳思倫等人（2001）一個地區的交通運輸方式的便利性及可及性會大大影響人們的休閒參與，並會進而影響其參與後的滿意度。而經事後比較後發現，在「環境服務」因素中，騎機車至烏來風景區的民宿遊客，住宿滿意度高於其他；在「附屬服務」因素中，騎機車至烏來風景區的民宿遊客，其住宿滿意度高於搭公車的民宿遊客，而坐遊覽車來之民宿遊客的住宿滿意度也高於搭公車的民宿遊客。

綜合本節對於不同人口統計變項之烏來風景區民宿遊客在住宿動機及住宿滿意度上之差異情形分析的結果與討論的部分，將不同人口統計變項（性別、年齡、教育程度、職業、每月所得、居住地、投宿次數、投宿同伴、交通工具）之烏來風景區民宿遊客在住宿動機與住宿滿意度影響因素達顯著差異，統整並製成下表以示之。

表4-22 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影響因素達顯著差異表

量 表	因 素 構 面	一、 性 別	二、 年 齡	三、 教 育 程 度	四、 職 業	五、 每 月 所 得	六、 居 住 地	七、 投 宿 次 數	八、 投 宿 同 伴	九、 交 通 工 具
民 宿 遊 客 之 住 宿 動 機	住宿效益		*	*						
	社交追求		*	*	*	*	*	*		*
	新鮮體驗						*			
	自然景觀		*		*	*	*			*
民 宿 遊 客 之 住 宿 滿 意 度	經營管理			*	*	*	*			*
	環境服務				*	*	*			*
	基本設施		*			*	*			*
	附屬服務				*	*	*			*

### 第三節 民宿遊客住宿動機與住宿滿意度之典型相關

本節主要在瞭解影響烏來風景區民宿遊客住宿動機（住宿效益、社交追求、新鮮體驗、自然景觀）及住宿滿意度（經營管理、環境服務、基本設施、附屬服務）之關係，首先以皮爾森積差相關法(pearson product-moment correlation analysis)來檢視其情形(如表4-22)，之後再以典型相關(canonical correlation)深入探究彼此之解釋力。

#### 一、簡單相關

##### (一) 民宿遊客住宿動機與住宿滿意度之相關

由表4-22可知，以皮爾森積差相關所求出民宿遊客住宿動機與住宿滿意度各構面的相關係數，均呈顯著的正相關。以「住宿效益」而言，其與住宿滿意度中「環境服務」之相關因素最高，其次為「經營管理」；「社交追求」與住宿滿意度之「經營管理」相關最高，其次為「附屬服務」；在「新鮮體驗」中，與住宿滿意度之「經營管理」相關最高，其次為「附屬服務」；「自然景觀」與住宿滿意度之「經營管理」相關最高，其次為「環境服務」。

綜合以上分析可以看出，在不同的住宿動機中，與住宿滿意度之「經營管理」呈現較高的相關。

表4-23 住宿動機與住宿滿意度之影響因素相關係數表

滿意度 動機	經營管理	環境服務	基本設施	附屬服務
住宿效益	.554**	.660**	.543**	.323*
社交追求	.589**	.473**	.433**	.486*
新鮮體驗	.631**	.533**	.513**	.539*
自然景觀	.531**	.490**	.480**	.373*

\*\*p<.01；\*p<.05

## 二、典型相關

本研究為探討民宿遊客住宿動機與住宿滿意度是如何互相影響，因此，將住宿動機的四個變項（住宿效益、社交追求、新鮮體驗、自然景觀）為自變項，而住宿滿意度的四個變項（經營管理、環境服務、基本設施、附屬服務）為依變項，進行典型相關分析，結果如表4-23 所示。

表4-24 典型相關分析摘要表

X變項	典型變項		Y變項	典型變項	
	$\chi_1$	$\chi_2$		$\eta_1$	$\eta_2$
住宿效益	-.932	-.230	經營管理	-.834	.545
社交追求	-.904	.378	環境服務	-.778	-.352
新鮮體驗	-.812	.159	基本設施	-.864	-.316
自然景觀	-.707	-.507	附屬服務	-.744	-.017
抽出變異數%	71.130	11.949	抽出變異數%	65.024	.13023
重疊量	.40182	.2374	重疊量	36.733	.2588
$\rho^2$ 相關	.565	.199			
典型相關	.752	.446			

### （一）典型因素之解釋變異量分析

由表4-23得知，X變項Y變項共抽出二個典型因素（ $p < .05$ ），第一個典型因素之相關係數為.752，解釋量為56.5%；第二個典型因素的相關係數為.446，解釋量為19.9%。由上表可得知，其中第一個典型變項 $\chi_1$ 自X的四個變項中所抽出的變異數佔四個變項總變異量的71.13%（抽出變異數%）。而四個X變項經由 $\chi_1$ 到 $\eta_1$ 可以解釋Y變項（住宿滿意度）的40.18%之總變異量，而X變項經由第二典型變項 $\chi_2$ 可以解釋Y變項（住宿滿意度）的23.74%之總變異量。

由上表亦得知，第一個典型變項 $\eta_1$ 自Y的四個變項中所抽出的變異數佔四個變項總變異量的65.02%，而四個Y變項經由 $\chi_1$ 可以解釋X變項（住宿動機）的之解釋量佔36.73%；第二典型變項 $\eta_2$ 自Y的四個變項中所抽出的變異數佔四個總變異量的13.02%，而四個Y變項經由 $\chi_2$ 可以解釋X變項（住宿動機）的之解釋量佔25.88%。

## （二）典型相關的結構係數分析

就第一組典型相關而言，由於X變項中住宿動機的「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」、「自然景觀」四個變項，在第一個典型因素( $\chi_1$ )係數之絕對值 $\geq .30$ （分別為-.932、-.904、-.812、-.707）；且Y組變項中住宿滿意度的「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」、「附屬服務」四個變項，在典型因素 $\eta_1$ 係數之絕對值均 $\geq .30$ （分別為-.834、-.778、-.864、-.744）；顯示X變項中住宿動機的「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」、「自然景觀」四個變項，透過第一個典型因素，會影響Y組變項中住宿滿意度的「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」、「附屬服務」四個變項，其中以『住宿效益』對住宿滿意度之『基本設施』的解釋力最大。而就正負面影響而言，由第一組典型相關中各變項係數之正負號情形可知，住宿動機之「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」、「自然景觀」四個變項，與住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」、「附屬服務」四個變項間皆呈現正向關係。

就第二組典型相關而言，由於X變項中的住宿動機之「社交追求」、「自然景觀」二個變項，在第二個典型因素( $\chi_2$ )係數之絕對值 $\geq .30$ （分別為.378、-.507）；且Y組變項中住宿滿意度之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」三個變項，在典型因素 $\eta_2$ 係數之絕對值均 $\geq .30$ （分別為.545、-.352、-.316）；顯示X變項中住宿動機的「社交追求」、「自然景觀」二個變項，透過第二個典型因素，會影響Y組變項中住宿滿意度的「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」三個變項，其中以『自然景觀』對住宿滿意度之『經營管理』的解釋力最大。而就正負面影響而言，由第二組典型相關中各變項係數之正

負號情形可知，住宿動機之「社交追求」之變項與住宿滿意度之「經營管理」呈現正向關係，與「環境服務」、「基本設施」二個變項間呈現負向關係；而『自然景觀』之變項，則與住宿滿意度之「環境服務」、「基本設施」二個變項間呈現正向關係，而與「經營管理」呈現負向關係。

Gitelsor and Cromptor (1984) 發現，對特定景點的滿意可視為再訪的必要條件，但不是充分條件。亦即，甚多人雖然表示對於旅遊景點滿意但仍然不會再度觀光。大部分動機越高者對於其滿意度皆有較高的傾向，但也會出現動機高而滿意度卻呈現較低的情況，或者動機低但出現滿意度較高的傾向，此說明至烏來風景區的民宿遊客，若住宿前動機較低，有可能在其住宿後出現對於民宿所帶給他的感受較原先預期的強烈，就有可能達到滿意度較高的情形；反之，若住宿前動機較高，卻在住宿後出現的感受較原先預期的來的差，就有可能呈現出滿意度較高低的情形。

為探討民宿遊客住宿動機與住宿滿意度之間，彼此影響的途徑與方法，因此將之整理如圖所示：

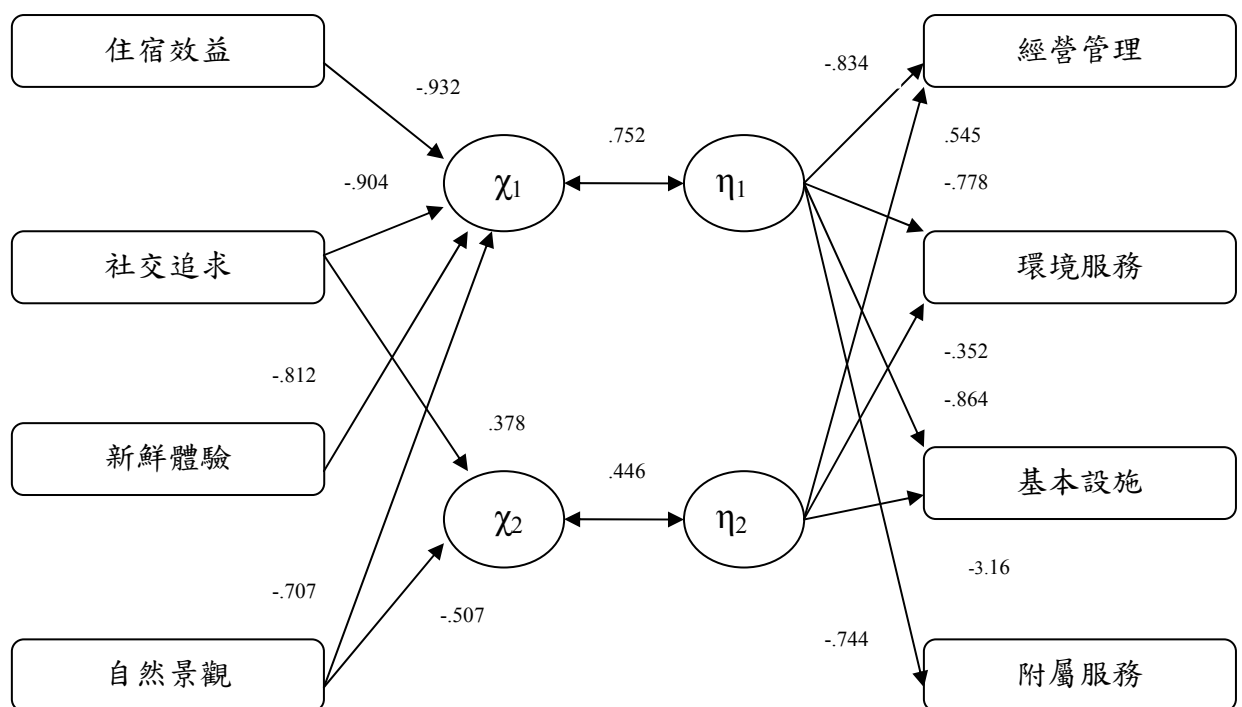


圖4-1 住宿動機與住宿滿意度之典型相關徑路圖

本研究結果發現：住宿動機與住宿滿意度呈現相關性，此結果與（王進欽、李怡萱，2003；宋秉明，1983；張佩娟，2003；Gold，1972；Randall，1980）等的研究是相符的。而從結果可得知，住宿動機越高其住宿滿意度也呈現出較高的情形。

且綜合上述典型相關之結果也發現，烏來風景區民宿遊客住宿動機層面中的「住宿效益」、「社交追求」、「新鮮體驗」、「自然景觀」四個層面與住宿滿意度中之「經營管理」、「環境服務」、「基本設施」、「附屬服務」四個層面，皆有典型相關之關係存在。