

第貳章 文獻探討

本章主要在探討民宿發展的過程、遊客動機、遊客滿意度與重遊意願等相關之研究，全章共分為四節：第一節民宿的內涵；第二節遊客動機之相關研究；第三節遊客滿意度之相關研究；第四節遊客動機與遊客滿意度之相關研究。

第一節 民宿的內涵

本節將針對民宿相關研究做理論探討，全節共分為：一、民宿的定義；二、民宿之意義及重要性；三、民宿之功能與類型；四、國外之民宿；五、國內之民宿；六、烏來風景區遊憩資源與民宿之發展等六部分敘述如下：

一、民宿之定義

有關民宿之定義，因其經營管理的範圍廣，以不同產業角度及立足點來看，民宿的定義則呈現眾說紛紜的情況，且每種定義都有其重要意義和功能。以下將為國內學者對民宿所下之定義做一探討：

何郁如、湯秋玲（1989）時所做的墾丁國家公園住宿現況調查研究中，曾將民宿定義為：居民以自宅內的套房出租予遊客住宿，雖未辦理營利事業登記，卻已行旅館之實者。而郭永傑（1991）在山地民宿村之計畫理念與營運計畫中指出：民宿是一般私人住宅將其一部分居室出租予旅遊人口，以副業方式所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之外，旅客更能享受經營者所提供的當地鄉土味覺以及「家」的感覺。之後，鄭詩華（1992）的研究中提到，日本民宿組合中央會之正會員資格中記載：民宿是指在海濱、山村或觀光地，可供不特定或大多數旅行者住宿之設施並有執照者。包括提供當地特產、自製料理，有家的氣氛，其勞動力則以家族為主、以顧客自我服務為主。

潘正華（1994）在其研究中則提到，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予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；另台灣省旅遊局則從經營者的層面認為，民宿是一種借住於一般民眾住宅的方式，所以它不是專業化和商業化的旅館（1998）；而羅惠斌（1995）則認為民宿是一般為趣味旅遊目的如釣魚或觀光地區各人經營之迷你旅館，或利用空房間提供旅客投宿的住所；至於國外學者Alastiar等人（1996）認為民宿大多是自己經營、可供住宿人數不多、具有私人服務的特質、與主人具有某一程度上的交流、有特殊的機會去認識當地環境的一個地方（姜惠娟，1997）。

姜惠娟（1997）在其研究中曾提到日本對民宿的定義：民宿通常是指家族經營，工作人員不超過5人，客房10間，可容納25人左右且價位並不貴的住宿設施，而韓選棠（2000）則指出民宿是經營者將原本住宅的一部份空間，以「副業方式」來經營的住宿型態，不過，林梓聯（2001）則將其定義為，將民宿視為是有效運用自然資源，提供鄉野住宿及休閒活動；其所謂自然資源包括自然環境、景觀、產業和文化，而經營者必須活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客自然的接觸、認識與體驗。高崇倫（1998）則指出民宿為休閒農業中的一環，是由農戶提供鄉村旅遊者的住宿設備，有些農家甚至提供餐飲，遊客在此可以參與農家生活，並體驗鄉村生活方式及瞭解傳統活動。而楊家彥（2002）則將農莊的民宿定義為：經營方式為利用傳統農莊建築，在不破壞農村地貌、景觀的原則下，提供具有農村特色的休閒遊憩住宿以及具有鄉土特色的餐飲。而觀光局（2004）制定的民宿管理辦法中，定義民宿為利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處場所；它可說是綜合多數學者所提出之見解而成的定義，而本研究之民宿定義主要還是依照民宿管理辦法第三條所述為其依據。

二、民宿之意義及重要性

民宿活動產生之動機除探訪親友、聯絡彼此感情之外，從休閒觀光旅遊的觀點來看，其通常位於具有豐富之休閒觀光資源的地區，一般而言，旅館提供了此地主要的住宿服務，民宿則是遊客住宿選擇時的另一個選擇，濃厚的人情味及有家的溫馨感是民宿迥異於一般旅館的最大不同處。

以下即針對國內外不同之學者對民宿的意義及功能作一重點概述：

(一) 韓選棠、顧志豪(1992)認為民宿除了能與旅客交流認識外，旅客亦能享受經營者所提供之鄉土味覺，即有如家的感覺。所以，民宿除具有增加個人收入，改善當地居民及生活環境之好處外，亦有帶動相關產業發展等積極意義。民宿通常存在著幾點實質上的意義：

- 1、解決觀光據點遊客的住宿問題，並提供一個較為廉價舒適的住處。
- 2、可讓住宿者除了住宿外，更可在同時認識到各種農村傳統文化、風俗習慣及增加農業生產知識。
- 3、民宿的發展，可將觀光所產生的收入帶入地方；並為當地居民提供兼業收入，尤其是對於目前人口嚴重外流的農村地方，可帶來新的觀光收入。
- 4、在有規畫的措施中，適度地開發觀光地，而非大規模的濫墾濫建，如此，得以保存觀光地的自然景觀，故民宿的發展亦屬環境保護政策之一。
- 5、農村民宿的發展，非但可解決農業生產及運銷之問題，且可以直接銷售的交易方式提高農業生產的利潤。同時亦能以民宿發展為起點，改善整體農村之產業環境、實質環境，並使農業的生產、生活、生態功能得以有整體性的發展。

(二) Alastair(1996)等人認為民宿(specialist accommodation)應該具有下列的特質：

- 1、具有私人服務性質且與主人具有某一程度上的交流互動。
- 2、具有特殊的機會或優勢可以認識當地環境及建築之特質。
- 3、通常是產權所有者自行經營，而非連鎖經營之型態。
- 4、有特別的活動提供給遊客參與體驗。
- 5、住宿容量較少。

Alastair 同時也指出民宿規模之大小，大多為小尺寸的房間供客人居住，一個經營單位少有超過二十五個單位或房間。故民宿發展之重要性可由二方面敘述之，一是對地方而言，一是對遊客而言，分別詳述如下：

1、對地方而言，其重要性為：

- (1) 自然環境的保護
- (2) 文化的保存
- (3) 產業的發展
- (4) 生活環境的改善
- (5) 知識與技能的學習

2、對遊客而言，其重要性為：

- (1) 解決住宿之問題
- (2) 認識地方之自然資源
- (3) 了解地方文化之特色
- (4) 品嚐地方農業特產
- (5) 體驗農村生活

三、民宿之功能與類型

民宿產業並不單只是提供住宿服務而已，其中還包含其它的功能在當中。鄭詩華（1998）認為民宿還應具備下列六大功能：

（一）有相當的數量與適當的範圍

民宿村為了能表現其特色及氣息，相當的數量與適當之範圍是必須的，否則易給人凌亂及平庸的感覺，故在經營及管理上無法達到「經濟規模」的要求。一個民宿村的規模依照其現有的住戶及當地發展條件而異，但至少應提供一部遊覽車（40人次）的住宿容量為最低限度。

（二）維持自然景觀，減少人為破壞

為維持自然景觀，應儘量減少人為的修飾，戶外環境的美化採用自

然的素材，並可於適當的區域栽種適合當地生產之本地原產植物，以塑造該地區特有之氣息。

(三) 維護與發揚傳統特色

目前的風景區或農村之民宿建築，由於日漸受到都市化的影響，已無以往傳統之特色，且聚落分散，為了建立整體民宿村的意象，除強調個別民宿住戶之建築型式，使其具有地區建築之特色（例如：歐式建築或傳統三合院式的農村建築）外，亦可利用公共建築物來銜接整個村莊，並重新創造傳統風味。

(四) 強化社區組織功能，改善社區環境

利用社區現有的組織（例如委員會、社區發展協會等）配合各項活動促進與居民交流的機會，帶動全村的活力，增進社區成員之共同意識，以發展民宿產業並改善社區生活環境。

(五) 配合當地特殊自然資源、景觀及產業，創造特色

民宿若能以當地的自然資源、景觀及產業（含有農、林、漁、牧、加工及人文等）為基礎，以產業帶動觀光，以觀光發展帶動民宿的活絡，相信民宿是極有發展潛力的休閒觀光產業。

(六) 結合各項休閒遊憩活動，寓教於樂

為使民宿產業得以持續發展，除充分利用該地區特有之自然資源、景觀及產業特色外，亦宜配合適當的休閒遊憩活動（如登山、露營、賞鳥、溪釣、野外採集、教育及體驗農園、工藝及陶藝、民俗及民藝活動、野生動植物辨認等活動），以豐富的休閒觀光遊憩資源帶動民宿的發展，並在民宿區附近選擇適當的場所直接展售各種的農產品，以提高居民所得。

民宿因結合之資源各異，因此產生多元化的經營種類，若依其不同的特色加以分類將會有不同類型的民宿產生，以下即由不同研究者所提出的不同分類方式：

(一) 鄭詩華 (1998) 依照地區及特色將民宿區分為下列七個類型：

- 1、農園民宿：採集山菜、採水果（草莓、水梨、蘋果、柑橘）、採集昆蟲及自然教育等。
- 2、海濱民宿：海水浴、海藻採集、釣魚、舟遊。
- 3、溫泉民宿：砂石溫泉浴、岩石溫泉浴、天然熱力運用等。
- 4、運動民宿：滑雪場、滑草場、登山、健行、射箭、柔道、劍道、槌球等。
- 5、傳統建築民宿：古代建築遺址、古街道、古民宅、古城、古都等。
- 6、料理民宿：河川魚料理、自然素材料理、海鮮料理、漬物料理等。
- 7、西洋農莊民宿：位於鄉村地區，通常週遭有較寬廣之活動場所的民宿。

(二) 陳昭郎、張東友 (2002) 以宜蘭縣員山鄉地區的民宿業者為例，將民宿經營分成四大類型：

- 1、藝術體驗型：此類型之民宿，經營者帶領遊客體驗各項藝術品的製作活動過程，讓遊客可親手創造藝術作品，體驗鄉村或現代的藝術文化饗宴，其中包括捏陶、雕刻、繪畫、木屐、果凍蠟燭、天燈製作等活動。
- 2、復古經營型：此類型之民宿，不以體驗活動為經營的主軸，住宿環境均為古厝所整修，或以古建築的式樣為設計藍圖，提供遊客深刻的懷舊體驗。
- 3、賞景度假型：此類型之民宿，結合渾然天成的自然環境景觀或是精心策劃的人工造景，可讓遊客輕鬆紓解都市化帶來的緊張心情、享受輕鬆愜意的度假生活，如萬家燈火的夜景、滿天星斗、庭園景觀、草原花海或是高山大海等特色。
- 4、農村體驗型：此類型之民宿，除了有農村自然景觀讓遊客體驗農家的生活之外，經營者並提供遊客農業生產方面的體驗活動，如製茶、農作物採收、擠牛奶等，遊客可親自操作，可體會農村生活的辛勞與樂趣。
- 5、社區文化體驗型：此類型之民宿，不僅強調本身的民宿產業，更結合當

地的社區文化、地方產業與生態環境，提供遊客深度的文化體驗，且經營者本身為當地成長的居民，對當地文化有深切認知，可透過豐富的解說，對當地文化也夠深一層的體認。

(三) 張彩芸(2002)在其論述台灣的民宿時，將目前國內的民宿分為「原住民部落民宿」、「農特產品及產區民宿」、「自然生態體驗民宿」、「藝術文化民宿」及「景觀特色民宿」共五大類型。

(四) 劉清雄(2002)依據民宿管理辦法第五條之規定，將民宿設置位置分四大類型：

- 1、景觀特色民宿：風景特定區、觀光地區、國家公園區。
- 2、文化體驗特色民宿：原住民地區、金門特定計畫自然村。
- 3、鄉野體驗民宿：偏遠地區、離島地區。
- 4、產業特色民宿：休閒農場或休閒農業區。

研究者為求進一步詮釋民宿之定義，將多位學者對於民宿之定義做一彙整。

表 2-1 民宿定義一覽表

作者	年代	內容
何郁如 湯秋玲	1989	民宿是居民以自宅內的套房出租予遊客投宿，雖未辦理管理營利事業登記，卻已行旅館之實者。
郭永傑	1991	民宿是一般私人住宅將其一部分居室出租予旅遊人口，以副業方式所經營的臨時住宿設施。
鄭詩華	1992	民宿是指在海濱、山村或觀光地，可供不特定或多數旅行者住宿之設施並有執照者、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。
潘正華	1994	民宿是農民利用其農宅空餘之部分房間出租旅客暫時居留的行為。
台灣省 旅遊局	1998	民宿是一種借住於一般民眾住宅的方式，所以它不是專業化和商業化的旅館。
羅惠斌	1995	民宿是一般為趣味旅遊目的如釣魚或觀光地區個人經營之迷你旅館，或利用空房間供旅客投宿謂之民宿。
Alastair et al.	1996	民宿是大多自己經營，可供住宿的人數不多，具有私人服務的特質，並與主人具有某一程度上的交流，有特殊的機會去認識當地環境的地方。
姜惠娟	1997	民宿是指家族經營，工作人員不超過5人，客房10間，可容納25人左右且價格並不貴之住宿設施。
高崇倫	1998	民宿是農戶提供鄉村旅遊者的住宿設備，有些甚至提供餐飲，遊客在此可以參與農家生活、體驗鄉村生活方式與瞭解傳統活動。
林宜甲	1998	民宿是須先定位是否為旅館業，且經營管理上需有組織，並結合周邊資源，不管是自然的人文的資源或本身即有資源的特色。
韓選棠	2000	民宿是經營者將原本住宅的一部份空間，以「副業方式」來經營的住宿型態，其基本性質與普通飯店與旅館不同。
林梓聯	2001	民宿是有效的運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動，讓旅客自然的接觸、認識與體驗。
觀光局	2001	民宿是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。
楊家彥	2002	民宿是利用傳統農莊建築，以不破壞農村地貌、景觀之原則下，提供具有農村特色的休憩住宿以及具有鄉土特色的餐飲。
排列方式係以年代先後順序排列		

資料來源：本研究整理

四、國外之民宿

國內外民宿之緣起，大多是為了解決休閒觀光遊憩地區之住宿供需問題。遊客在安排二日或二日以上甚至長途之旅遊休閒活動的行程都有住宿上的需求，而解決住宿問題不外乎住宿飯店、旅館或借住於親友家中，但由於有些觀光旅館價位過高，而一般的旅館在旅遊旺季時，常因遊客急速地增加而產生無法容納過多遊客之現象；因此，遊客只好轉而投宿於休閒觀光遊憩地區附近之民家中，所以，也就逐漸演變成今日的「民宿」。以下即針對各國民宿之起源作一概述。

(一) 英國

1、起源

工業化最早的國家，由於急速發展的工業化情形，間接影響到農村的發展與生態環境，因此英國可說是最早將農業與觀光、旅遊相結合的國家，也是歐洲發展民宿最為完備的國家之一。

早在西元1960年代，英國的中西部與中部人口即出現農村民宿，但是當時數量並不多，其主要是採B&B (Bed & Breakfast) 的經營方式，它的性質類似於家庭式的招待；通常不會同時住進太多陌生人，擁有絕佳的隱私權且收費也比一般旅館便宜。而造成民宿日後之發展，主要有兩大個原因：(引自嚴如鈺，2002，34頁)

(1) 政府之政策

西元 1968 年英國政府頒布的法令中，特別強調地主有義務維持英國農業歷史的遺產，即是「密集的田埂及騎馬道」的現狀，並且不得增加破壞。因此，英國保留許多休閒觀光遊憩的步道系統。

(2) 社會之因素

民宿所出租的房間，大多是屋主的小孩在外地工作或唸書時所空出來的房間，屋主將這些空出不用的房間出租出去對他們來說可以增加額外的收入，亦可藉此認識朋友，因此，民宿也成為英國風行的重要重點之一。

直到西元1970年後，民宿經營的範圍擴大至露營地、渡假平房(Flat)，並採用集體行銷的方式，聯合當地的農家組成自治會，共同推動民宿的發展。在西元1983年由民間設立「農場假日局」(Farm Holiday Bureau)，並獲得農業主管團體與政府觀光局的支持，且根據規章條文也將民宿應具備的水準予以分級。

2、現況與發展

親切、熱情的民宿主人通常會帶遊客去享受採收農產品、餵食牛羊的樂趣，探索鄉村的奧秘，此為英國的B&B與吵雜的青年旅館或擁擠的旅館的不同之處。在西元1990年英國的一項休閒旅遊調查中，發現有八成的英國民眾每年到農村旅遊至少一次，他們亦大膽預測英國在21世紀時最大的產業將是「觀光休閒產業」，因此值得協助推動與發展。目前主管英國民宿的英國觀光局表示，B&B(Bed & Breakfast)的機構必須經過國家或當地公家單位的申請並經過認證才可掛牌營業，且依規定須繳交營業稅的。另外英國還有屬於民間或業者所經營的Farm House或 Holiday Homes之營利組織，它們一般是利用農舍或民間的房舍來提供遊客住宿，並附帶提供環境解說與導覽等多項貼心的服務，因此在價格收費上高於普通民宿。

無論由官方經營或是民間業者經營，英國的民宿在經營上有三大特色。

(1) 等級制度

英國將農家民宿設施比照旅館分級認證方式，它是由觀光局制定審查標準，共分為四級，依序為登錄(listed)、1冠(1-crown)、2冠(2-crown)與3冠(3-crown)；每年並由觀光局以不預先告知方式進行查核。這種分級制度一開始實行時是從「硬體面」來作評分認定，近幾年來則有著重在「軟體面」的傾向，包括地毯質地、窗簾及房間色調、空間、服務等評分來界定等級。

(2) 法律規範

英國政府主管部門也訂定各種法規加以規範民宿的經營，包括消防設

施、室內改裝之許可程度、食品衛生查核、稅額標準等；並採行住宿人數在6人以下及7人以上兩段標準之設定，一般而言6人以下採較寬鬆處理，7人以上則較趨於嚴格。

(3) 政府輔導

英國政府主動提供有關農家民宿經營方面的諮詢以及訓練課程，以便協助農家適應農村變動，內容包括農場住宿設施、農場四周安全維護、農場附設運動與遊憩設施等。

從上述三大特色可以發現，英國政府對民宿在政策法令上的制定一點都不亞於對旅館的制定，並且加以輔導業者從事民宿經營，可見英國政府對休閒觀光發展與民宿推行的重視程度。有鑑於此，目前政府相關部門對國內的民宿，在法規上也制定一套嚴格的標準，其目的就是要保障消費者的權益，並且藉以提昇民宿的水準。

(二) 德國

1、起源

境內有世界著名的阿爾卑斯山，且氣候環境清爽宜人，是非常適合觀光旅遊的國家之一，故吸引數量眾多的外來旅行團與遊客，因此觀光遊憩區周圍旅館常不敷使用。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提供自家房間供觀光客暫住，收取住宿費，是屬於營利性質。此外，在阿爾卑斯山區的內部，一般休閒觀光遊憩之遊客是不會前往的，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避難之用，它是屬於非營利性質的，這與一般風景區的民宿不相同。

2、現況與發展

德國的民宿經營方式，它主要是以經營渡假農場（Urlaub auf dem

Bauernhof) 為主，與英國的觀光農場不同，它較偏向於提供遊客較多天數的住宿，希望能引領遊客深入體驗農村生活。通常農家是利用空餘的農舍或房間做為民宿之用，型態大致可分為「B&B」(Bed & Breakfast) 與自炊式的出租房舍兩種。現今德國的民宿可分成以下四種型式 (韓選棠、謝旻成，1999)：

(1) 單房式民宿 (Ferien-Zimmer)

此型式之民宿與一般旅館的住宿空間相雷同的，僅有臥室一間及衛浴、電視等設備，平均一晚的住宿費用為30馬克/人。

(2) 套房式民宿 (Ferien-Appartment)

此型式之民宿房間內包括有客廳、廚房、餐廳與衛浴，其客廳也兼做臥室使用，面積一般約在15坪左右，平均一晚的住宿費用為45馬克/人；若房間住兩人則收二人的費用90馬克。

(3) 公寓式民宿 (Ferien-Wohnung)

此型式之民宿大多由古老的大穀倉或農莊改建而成。每個樓層有幾戶家庭式民宿，裡面的設備大多與一般家庭沒有兩樣。此類型集合式民宿多附設有餐廳提供鄉村式的飲食，並對外開放營業；因此旅客可以決定自己煮飯或者到餐廳消費，這種型式的民宿平均一晚住宿費用為60馬克/人。

(4) 休閒別墅型民宿 (Ferien-Haus)

此型式之民宿是將整棟花園別墅出租，包括庭院中所有休憩設施，如游泳池、鞦韆、沙坑等，這種型式的民宿房間數目較多，加上庭院寬敞，大多出租給人數較多的旅客，依住房大小及庭院設備的多寡收費，平均一晚的住宿費用為70馬克/人。

以上四種型式之德國民宿均由政府依法令規定民宿的座落之週邊環境、休閒遊憩設施項目、客房服務、住宿品質等項目評估，每項評比比重標準皆不盡相同，共分為五個等級，並以一顆星代表一個等級，由於房間的裝修與房間量的不同，因此，單房式民宿最多分為四星等級，公寓式民

宿、休閒別墅型民宿則分為五星等級，當然最重要的還是整體度假區與印象（韓選棠，2002）。一般二星到三星的住宿費用大約為每日30馬克/人，四星到五星的住宿費用大約在50~60馬克/人。

而德國民宿由政府制訂法令去規範，並設置相關單位輔導農民從事民宿之經營。由於政府強力介入輔導規範，德國民宿經營發展的特色有下列三點：（陳昭郎、張東友，2002a）

（1）專業的輔導員訓練

由德國農民社（Deutscher Landwirtschafts Gesellschaft，簡稱DLG）著手訓練推廣人員，針對農民的需要而提供諮詢服務，例如農場內之休閒服務收支帳、觀光收入之稅務、客房之安排與整理等。

（2）訂定農場評鑑準則

由農民社（DLG）推行渡假農場之評鑑，並且制定研擬評估的標準，使農民提供遊客渡假服務時有一遵循的準則；此外DLG也實施標章認證制度，以提昇民宿品質，確保遊客安全。

（3）政府的輔導與資助

由於德國的政府對於休閒農業，著重輔導與支援制度，因此德國的民宿在發展上極為順利。例如德國農部提供各項諮詢服務，主要著重於對農民的輔導工作；而歐洲共同體（European Community，簡稱EC）、聯邦政府及州政府等，對休閒農業經營均有經費上的補助與資助等。

德國政府對於民宿的規範，無論是在法令制度上或硬體設施上均設置一套標準，並提供與民宿發展相關事項之諮詢與輔導，顯示出德國政府在輔導農民從事民宿經營管理時所花費的心思。從德國的輔導方式來看，目前政府下令給各縣市觀光課負責當地的民宿輔導（申請證照），就是要提供消費者更安心及舒適的住宿環境。

(三) 美國

1、起源

西元1980年前後，全美各地，以加州（加利福尼亞州）的鄉村宅院以及農舍所改建而成的民宿最為著名；其民宿房間數目平均在四間以下，而內部裝潢比英國農村家庭式的民宿要來的精緻華麗，附有電視機、公共電話和一個公共客廳，但此種型態與英國的B&B（Bed & Breakfast）有些差距。加州的民宿通常是由屋主自己經營，主人非常親切、熱情；一般外地去的遊客若想事先獲得當地民宿資料，可向當地的旅遊中心索取介紹，當然也可以請該中心事先預定房間（欣境工程，1990）。

2、現況與發展

目前美國許多地方皆有民宿，除了提供旅客與遊客住宿外，有些也附帶提供留學生寄宿（Home Stay）之服務；Home Stay 通常集中在各大學附近，尤其近年來留學生人數日趨上升，選擇Home Stay 來訓練英文會話與瞭解美國文化的學生也就愈來愈多。由於美國與英國相同，多屬於B&B 式的民宿，因此貼心的主人會問早上幾點吃早餐，有些民宿(尤其是Home Stay)甚至負責提供三餐，並外加洗衣服務，讓遊客有在家的感受。

「農村留學」是美國新興的渡假遊學方式，它是利用短期寄宿在農家或民宿農莊，主要的活動內容包括學習農家生活方式、瞭解鄉村自然生態與參與農業生產等等，再輔以其他的休閒旅遊活動如露營、賞鳥、牧羊、騎馬、登山、攀岩、打獵、森林浴、泛舟、溯溪等。有別於一般的休閒娛樂活動，農村留學具有體驗農村生活、環境教育與休閒遊憩的功能。

目前美國的民宿具備有下列兩項特色：

(1) 品保協會的監督

美國有專門的協會AAIS（American Association of Insurance Services）負責管理Hotel, Motel, Inn, B&B（Bed & Breakfast）等提供旅客住

宿的場所，除了訂定不同標準來區分彼此房間數與經營方式的差異外，也負責協調並解決彼此所產生的問題。

(2) R.S.O.組織

一般外地去的遊客若想事先獲得當地民宿的相關資訊，可向當地的旅遊中心或R.S.O 服務處索取介紹。R.S.O. (Reservation Service Organization) 這是屬於私人的旅遊服務組織，遊客可透過他們選擇並預約住宿場所；除了自行設立的服務處外，R.S.O 在各旅遊中心也會設置服務站供遊客諮詢。

除了上述之特色外，美國的網路資訊發達，民宿大多都會在網路上刊登資訊，且多會附上房間內部照片，並提供網路訂房與留言版的服務，遊客可上網尋找合適的民宿。一些地理位置較差、離都市較遠的民宿還會提供商務旅客或旅遊者機場接送的服務（酌收小費），或是提供四人座的轎車出租，方便遊客前往附近旅遊或購物。

(四) 澳洲

1、起源

澳洲民宿並無特定的起源地區，因為畜牧業發達，所發展的休閒農業型態皆以畜牧業為主幹的觀光牧場，所在地大多位於觀光農場附近，主要提供的休閒觀光資源也是以當地農場特色與飼養過程為重點，讓遊客體驗農場的生產過程，感受農場的經營生態與生活方式，享受農場的美麗景色（鄭健雄、吳乾正，2004）。

2、現況與發展

目前澳洲的民宿主要是以渡假農場方式經營為主。它的經營方式主要分兩種型式，一種是「B&B」（Bed & Breakfast）的型式，即是與農家的成員一起居住，融入農家的生活方式；另一種則是自助式的民宿，與農民分開來住（鄭健雄、吳乾正，2004）。

澳洲的民宿在經營方式上有以下幾點特色：（張東友、陳昭郎，2002a）

（1）設置旅遊資訊站

在機場、車站等許多交通要道均設有旅遊資訊站，免費提供與旅遊相關的手冊、折頁，而休閒農場、渡假農莊的主人可以將交通、有無供應三餐、住宿費用與環境特色等相關訊息列於上，讓遊客得以依照自己所需的條件，選擇適合居住的農場。

（2）建立企業化合約關係

為了展示其農村風貌，澳洲的農業旅遊公司，協助遊客安排參觀農業、訪問農村及其他旅遊行程，而成立的法人營利組織。農場或農莊之間皆有合約關係，可為遊客規劃各樣農村旅遊行程，包括食、宿、交通及各項農村體驗活動等等，為遊客與農場間建立起最佳的聯繫。

（3）親自農村體驗生活

農村主人會親自帶遊客參觀自家的農場，且能讓遊客親自體驗餵食小羊喝奶等等，以深入體驗其農村生活之樂趣。

（4）會員制的組織

以澳洲的昆士蘭為例，他們成立一個專門的組織QHFA

（Queensland Host Farm Association），只要是加入QHFA 的農場，可以發現招牌上會有一個類似微笑般的大Q，裡面標示著Host Farms的字樣，讓遊客一眼便能清楚分辨出該農場是否為QHFA的會員。

由上述之特色可瞭解到，澳洲的農村民宿是在有組織性與系統化的規劃下發展而成的，其目的就是希望讓遊客能在遊憩活動中體驗農村生活，瞭解農場的經營及生產過程，兼具休閒與教育之功能，滿足遊客學習的慾望，這也與目前政府推行之『教育農園』是有其相似之處的。

（五）日本

1、起源

日本的休閒活動約略於昭和34-35年（西元1959-1960年）之間出現，因當時社會經濟的高度成長，夏季的海水浴場與冬季的滑雪活動人潮洶湧，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45年（西元1970年）前後，最鼎盛時期曾多達二萬多家。到了平成年代（西元1989年），北海道的農場因其農業收入的不足，因此，必須藉由提供遊客住宿的方式來增加副業收入，因而有了「農場旅舍（Farm Inn）」住宿型態的產生（林秋雄，2001）。日本的民宿一開始非常繁盛，之後因競爭激烈、品質高低懸殊過大，導致旅客漸漸不選擇民宿，民宿也開始沒落許久；但由於近年來的景氣低迷影響下，民眾為了節省開支，愈來愈多人選擇半自助旅行，因此又重現日本民宿的商機。

2、現況與發展

根據日本農林水產省（日本農業部）在2000年時所做的統計調查，全日本現有5,054間農家民宿，共有46,497個房間，可容納192,557人，平均每間民宿有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，如此看來利用率並不高。另外在1999年調查，全年日本的觀光總住宿人次為3億4千5百萬人次，其中住於農家民宿僅有873萬人次，約佔了2.5%（林秋雄，2001）；由以上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。

日本有農家民宿與洋式民宿兩種，而他們兩者除建築構造上有差異外，分屬的主管單位與經營方式、特色皆有所不同；日本的民宿從建築的外觀上，可很清楚的分成「農家民宿」與「洋式民宿」二種。日本的民宿無論是農家民宿或是洋式民宿，在經營上有以下兩大特色。

（1）許可制

日本與歐美先進開發國家都非常重視法律、安全與環境衛生，對於「民宿」的經營，政府皆立法訂定條款來規範之。因此，民宿是禁止非法

經營的，其在經營前均先通過政府的檢驗，取得合法營業執照，。

(2) 體驗型

日本的民宿會設計許多體驗的活動，主要是為了吸引更多的遊客，因此，提供當地特殊的農業、地方生活技術或珍貴資源等項目供遊客參與，例如體驗農、林、牧業的生產活動、參與食品加工、民俗工藝課程、享受大自然、運動的體驗等。

上述所提之日本民宿的現況發展與經營特色，我們不難發現日本在管理民宿上非常注重法律與政策的實行，這也讓所有民宿的遊客都能夠住得安心。此外，「體驗型」的休閒民宿活動型態漸受到遊客的喜愛，因此在活動的設計規劃上須以遊客的喜好為主，並強調活動內容的深度，且要與其他休閒活動做一區隔。

五、國內之民宿

1、起源

國內外民宿之起源，大多是為解決觀光、遊憩地區的住宿設施供需問題。以國外民宿起源來說明：民宿住宿的方式，在國外已有多年的發展，而且年代也甚為久遠，如英國政府規定地主必須要維持農業歷史遺產的政策及民間空閒房間之利用，而德國則因阿爾卑斯山區及觀光遊憩地區住宿設施不足，造成遊客投宿民家而產生；至於，日本是海濱及滑雪地區的遊憩活動而造成附近之住宿設施不足，所以，產生許多投宿民家的民宿產業（姜惠娟，1997）。因此，由上述國外民宿起源的回顧，民宿具有解決休閒觀光遊憩地區住宿的供需、保護農村景觀及空閒房間再利用的功能。台灣民宿的起源，始於1980年代墾丁國家公園附近，其次是阿里山的豐山一帶、台北縣的九份地區、南投縣的鹿谷鄉產茶區、溪頭地區、外島澎湖地區及宜蘭休閒農業區，乃至遍及全國各休閒觀光遊憩地區，基本上是從這些熱門的休閒觀光遊憩景點開始，當時因經濟快速地成長也帶動國民參與

休閒活動的風氣，休閒觀光遊憩地區之飯店或旅館無法容納大量湧進之遊客，因此衍生出民宿型式的住宿設施服務方式。如今幾乎所有的休閒觀光遊憩區，不管區內或區外都有民宿的經營產生。民宿經營業者所面臨的問題，也成為休閒觀光遊憩上的一個重要課題。而另外還有屬於尚未完全開發的休閒觀光遊憩區，因缺乏具規模的旅館、飯店或是遊客為了定點深度旅遊，已經出現遊憩住宿設施的需求，如雲林草嶺地區等等，這些地區也都有類似民宿的型態出現。故台灣民宿的產生，始於休閒觀光遊憩地區住宿設施的不足，其初期發展模式與日本是相類似的。

2、國內民宿之現況與發展

目前國內的民宿有如雨後春筍般的興起，根據交通部觀光局觀光統計的資料顯示，2004年9月份全台約有1467家業者從事民宿的經營，比去年同時期增加了333家，這都顯示出民宿產業處於快速成長的階段。且前國內的民宿種類繁雜且尚未整合（林宜甲，1997；林梓聯，2001；潘正華，1994），經營的方式有分為有機關輔導及無機關輔導。

（1）休閒農業之民宿（農委會輔導）：

休閒農業之意義：「為利用農村設備、農業空間、農業生產的場地與產品、及農業經營活動、生態、農業自然環境與農村人文資源，經過規畫設計，以發揮農業與農村休閒旅遊的功能，農業與農村之體驗，提昇遊憩品質，並提高農民收益，促進農村發展。」（曾石南，1991）。之前，在休閒農業產業中，觀光果園等皆無設置住宿設施；通常設置民宿是因當地遊客較多或是位處於較遠的地方，民宿經營業者則考慮是否有其經濟價值可言。但民宿管理辦法頒佈之後，即可見其政府為因應農業轉型，致力於發展休閒農業之輔導措施。

（2）原住民山村之民宿（省原住民委員會輔導）：

在1991年台灣省政府原住山地行政局在其部落產業發展計畫中自訂規則，內容為輔導原住民利用空閒房間與當地特有環境特色來經營原

住民地區之民宿，用以提高原住民的收入。其後，經過行政機關改制，目前則由省原住民事務委員會產業組負責原住民民宿事業之推動。而經過多年的推動及發展，民宿不但提供給遊客一個休閒遊憩的場所，也帶動地方的經濟發展並促進收入，讓都市與鄉村的居民有相互交流的機會，讓都市的居民體驗與欣賞鄉村原野之美。

(3) 個人之民宿

除了上述的兩大類型之外，此形式之民宿，因為沒有機關輔導，所以相對的彈性較大。早期的民宿是在設計及規劃上並無深入考量，所以，給予遊客在設備及舒適感上有不佳的刻板印象，因此，若要讓顧客回流必定要在其產品中下功夫，提供令人滿意的住宿品質。故有的民宿已出現套裝行程的型態（如結合水上活動等），或以買農產品送住宿的型態出現。且目前網際網路如此發達，許多民宿業者更利用網路行銷的手法，為自己所經營之民宿宣傳；甚至也在暢銷之旅遊書籍、雜誌刊登民宿之訊息，如此多元化的經營方式，無非是要吸引遊客之目光並前往住宿，享受民宿的豐富資源及親切、溫馨的住宿環境。

六、烏來風景區遊憩資源與民宿之發展

目前，位於台北縣的烏來地區人口約有 3,900 人，面積為 321.1306 平方公里，計有 5 個村落，境內有豐富的休閒觀光遊憩資源且交通便利，其休閒觀光遊憩資源及公共設施也臻於完善，提供休閒、觀光、遊憩者高品質的遊憩體驗，使得遊客近悅遠來，故其休閒觀光遊憩活動極具發展潛力（戴彩霞，1986）。以下及針對烏來風景區之地理環境、觀光遊憩資源及民宿之發展做一敘述：

(一) 地理位置

烏來風景區位於台北縣新店市的最南端，是台北縣唯一的山地地區，也是面積最大的鄉鎮，人口組成以泰雅族為主。由於，位在雪山山脈之西北斜面，因此屬台北盆地附近周圍地勢較高的地區。烏

來風景區地處新店溪上游南勢溪與支流桶後溪的匯合點附近，東與宜蘭礁溪、員山鄉、大同鄉為界；西鄰台北縣三峽鎮；南與桃園縣復興鄉為連接；北則與石碇鄉、坪林鄉為接合，境內有溫泉且崇山峻嶺、峽谷深壑、山澗湍流激盪，壯觀的自然景色，美不勝收，現已成為台北近郊聞名的休閒遊憩景點，並且有「溫泉之鄉」和「瀑布天下」之美稱。

（二）自然環境

1、地質與地形

烏來境內皆屬地三記亞變質岩地層。其岩系包括有板岩與沉積岩，摻雜有石英質砂石岩。就地質分類上而言，烏來風景區屬雪山山脈岩系山塊範圍。在其地形上，呈現典型幼年期的河谷地形、峽谷、斷崖及瀑布等地理自然景觀。

（1）河谷

南勢溪頭源至於哈盆一段、下盆至烏來、大羅南溪、加九寮溪、哈盆溪屬於縱谷地形，地形寬闊亦形成河階；至於，南勢溪哈盆至福山一段、福山至下盆一段、烏來至忠治一段、桶後溪、內洞溪及阿玉溪屬於河谷地形，地形深狹，兩岸高聳陡峭。

（2）峽谷與斷崖

境內因峽谷地形甚多，尤以烏來至信賢的南勢溪谷，因東岸出露之地層為硬質頁岩與淤泥互層為主之大桶山層，其高度可達數百公尺高。

（3）山峰

境內山峰平均標高約 1000 公尺，其中標高 2000 公尺以上之山峰有三座，1000 公尺以上之山峰約二十二座，最高峰為塔曼山，標高為 2130 公尺，亦成為台北縣的最高峰。

（4）瀑布

境內山高谷深，雨量充足，因此瀑布甚多。著名的有烏來瀑布、桶後瀑布、信賢瀑布、阿玉瀑布等等。這些都屬於常流性瀑布，也時常可

見大雨過後，所形成的臨時性瀑布。

(5) 河川

烏來境內水系署南勢河流域，南勢西元於雪山山脈主脊淒蘭山與拳頭母山之間的的松羅湖，流經哈盆、福山、信賢、烏來、忠治後出烏來鄉境，於新店市之龜山與北勢溪交會；以下即稱為新店溪。南勢溪全長達 45 公里，流域面積達 331.6 平方公里，已流域面積計之，其流量為全台第一。本風景區內之哈盆溪、札孔溪、內洞溪、桶後溪、加九寮溪等均是南勢溪之支流。

2、氣候

地屬亞熱帶季風區，夏季因全區多山加上河谷地形與山坡地輻射熱對流作用旺盛，午後常有局部性雷陣雨；冬季盛行東北季風，潮濕多雨，烏來雨量年平均達 3000~4000 公釐。而各地之氣溫與高度是有密切的關係，高度於五百公尺以下的地區，夏季溫度均溫約在 28 度左右，冬季均溫則約在 13 度左右；至於，高度一千公尺以上之地區，則夏季均溫約在 20 度左右，冬季則降至 6 度左右，因此，溫差極大。

(三) 生態資源

1、森林及植物

烏來境內山地之土壤多為灰棕壤或灰化紅黃壤，質地年重而成酸性，土壤深度足，綜合度適中，加上山區雨量充沛，氣候溫和濕潤，提供了優良的森林孕育環境，是以境內林木蘊鬱，植生遍佈，全鄉土地有 80% 為森林所屬，主要林相、垂直分布。在植物方面，植生豐盛，除台灣一般常見之植物外，尚有獲稀有植物，如台灣原始觀音座蓮、烏來杜鵑、台灣三角楓、台灣吊鐘花等因其稀有具原始性，故極具學術及科學教育價值，福山哈盆地區的自然資源更是豐富，據調查計有脊椎動物 127 種、植物 481 種，因而有「台灣的亞馬遜」之稱，省農委會遂於民國七十五年公告設置「哈盆自然保育區」、以保護該區之自然景觀與生態，同年，省林業試驗所正

式開始籌建福山植物園，範圍包括烏來鄉與圓山鄉交界處，即哈盆流域附近林地，總面積達 1097.9 公頃，該植物園劃分為水源保護區，自然保留區及植物園區等部分。

2、動物

烏來境內由於森林繁茂，溪流交錯，水源不缺，加上為山地管制區，人煙稀少，有利於各種鳥類及哺乳類動物的孳育。根據調查，烏來境內附近之野生鳥類約有八十種以上，其中較具特色的有：白耳畫眉、深山竹雞、帝雉、蘭腹鷓、黃魚鵝、莫鷓、台灣藍鵲、大灌鷺等。在哺乳類動物方面，目前尚存的則有：梅花鹿、水鹿、松鼠、鼬鼠、穿山甲、白鼻心、台灣黑熊、台灣獼猴、台灣野豬、台灣長鬃山羊、臺灣羌等。然而經過長期的獵捕，以上的生物已所剩不多，甚至瀕臨絕種。

3、魚類

烏來境內溪流多，加上流量豐沛，水質清澈，成為淡水魚類孕育之良好環境，境內如南勢溪、桶後溪、哈盆溪、大羅蘭溪等，皆為台灣極負盛名之賞魚環境。較常見的有：福山魚、粗首獵、台灣石斑、台灣纓口揪、台灣間爬岩揪、香魚、紅鱒等。

（四）文化資源

1、歷史沿革

「烏來」地名為昔日泰雅原住民遊獵途經南勢溪並行至桶後溪匯流處，見河水熱氣騰騰煙霧瀰漫即驚呼「ㄨ ㄉㄛ ㄍㄨㄛ ㄨ」，即是泰雅族與的熱水源泉（溫泉），簡稱「烏來」而沿用至今。境內多是泰雅族原住民，民風淳樸生性剝悍耿直，他們原居住於南投縣仁愛鄉，因人口增加而向北遷移，初至大崙崁西右岸（今桃園縣角板山），後由頭目（亞維波納）率領率領族人獵遊烏來福山地區，被稱為屈尺社，泰雅族人就此發現此一仙境，並且群居於此，此後南勢溪沿岸佈滿泰雅族村落。

烏來鄉於 1683 年至 1886 年（以滿清時期劉銘傳來台撫番為界），當時入侵北台灣的西班牙與荷蘭人已遭驅逐，漢人入台開墾者漸多，並與原住

民（平埔族）產生土地墾殖之爭，當時清朝政府及實施山地里番政策，並有專責機構管理原住民事務。另一分期為 1886 年至 1896 年（台灣割讓日本為主）。1886 年台灣設省，劉銘傳擔任首任撫番的任內，以「山地政策」為四大的治台政策之一。前一時期滿清對原住民之治理較為放任，而後則轉為積極，劉銘傳更在當時設置三處防番屯所，用以撫化泰雅族原住民，打破當時社會封閉狀態；其後日本人覬覦台灣豐富的資源，影響原住民生活空間極大，無論在社會制度或民生經濟上，於是原住民與政府的戰事即產生。

日據時代為 1896 至 1945 年（50 年間），日本人對於台灣原住民雖採取勸導歸化的方式，但也因殖民心態之緣故，引發原住民之反抗，戰況比起清朝時期更為激烈。經過十餘年抗爭，山區盡是日本人的辦務署及隘勇線，就此北區泰雅族人與外族間長達兩、三百年的紛爭以完全消弭，而舊有社會型態也從此瓦解。

2、原住民之文化

烏來風景區之居民以泰雅族原住民為主，其家族組織偏向於父系家庭，早期鯨面是原住民相當特殊的文化，泰雅族原住民認為女子刺青表示可以出嫁，男子刺青則是成年的象徵，且到了結婚年齡，青少年必須成功獵首，才有資格在臉上刺青，沒有刺青的男女不能結婚。鯨面除了是成年象徵，也是家族的圖騰，泰雅族人相信藉由鯨面死後才能和祖先團聚，但現今鯨面的文化已鮮少出現。不過，泰雅族原住民還是保有許多傳統之文化，如編織、服飾，泰雅族人有相當優越的織布技術，以織布、刺繡聞名的；而自釀之小米酒，也是香醇可口的。

3、產業之發展

目前，烏來風景區主要是以休閒觀光遊憩產業文化為主，也是重要的經濟來源。農業則因為高山多、平原少，主要之農作物為茶葉（可輸出）、稻米（僅能自足），而林業早期在桶後河流域一帶，有過一段輝煌歷史，曾為當時的居民帶來就業的機會，但如今卻已砍伐殆盡且基於生態的保育不

得濫伐，因此，昔日林木產業的黃金時期也隨時代的變遷而成過往雲煙。此外，有些地區也栽培高冷蔬菜、雜糧作物以及竹筍，但產量都很少，對於其經濟收入幫助不大，但香菇的大量栽植卻深受遊客們的喜愛，是另一項重要之經濟來源。

（五）休閒、觀光、遊憩資源

1、空中纜車及雲仙樂園

空中纜車民間企業所籌建，以瀑布對岸為起點，瀑布頂端為終點，橫跨南勢溪上空。全長 382 公尺，高低差 164.59 公尺，16 輪雙索交走式電腦全自動控制系統，車行速度每秒 3.6 公尺，每車限乘 91 人，瀑布水源處山高氣爽，設有雲仙樂園供遊客遊覽，園內有築水壩集泉成湖，並有遊樂場、餐廳、旅社、遊艇等等，為台灣北部觀光勝地之一。

2、觀光台車

亦是烏來風景區之特色之一，為林務局碩果僅存的高山台車原用以運輸林木為主，現為遊客登山遊覽之交通工具，從覽勝橋至瀑布間，乘坐觀光台車，往來於山林道上，如風馳電疾，軋軋有聲，別有一番情趣。

3、烏來瀑布

境因山高谷深，雨量充沛，因此瀑布甚多，其成因主要是岩層軟硬差異及落差切力互異所形成，著名的瀑布有烏來瀑布、信賢瀑布、阿玉瀑布、桶後瀑布等。以上這些均是常流性瀑布，此外大雨或颱風過後，山泉急湍所形成之臨時性瀑布亦多見。聞名全台的烏來瀑布，位於南勢溪左畔，高一百多公尺，遠望聲勢浩大，近觀則水珠四射，璨爛奪目，雄偉壯觀，經年不斷。

4、山地民俗文物館

位於烏來瀑布對面山麓，按照泰雅族、賽夏族、布農族、排灣族、雅美族、阿美族、卑南族、曹族及鄒（邵）族等 10 個原住民族單位，陳列各族的各種原始生活用具一千多件，文物保存極為豐富。

5、登山與健行

早期泰雅族和漢人衝突後，被迫從新店退居到烏來山區，但他們並不因此而受困於山區，為了生存他們伸展觸角，越過深山向鄰近地區開闢空間。現存的三條古道（福巴，桶後，哈盆）越嶺古道，就是祖先當初狩獵開闢出來的，透過古道可和宜蘭、桃園復興鄉相交通，可見當時烏來若是要購買糧食，需越過哈盆古道才能到宜蘭，但也因為交通頻繁，聯姻的比例很高。日治時代，日人為了鎮壓三峽地區泰雅族的抗日行動，便在烏來山區設置（隘勇線），並將古道做為戰備道路。今古道仍然有跡可尋，若想要重溫一下往昔開路先鋒披荊斬棘斬棘的雄風，不妨親自到古道走訪一趟，是假日休閒遊憩頗佳的選擇。

6、山地歌舞與文化

文化及風俗習慣上自成獨特風格，泰雅族人生性耿直，民風淳樸，為部落族群，組織似封建社會，村落聚集一處為社，各有頭目一人，極受族人尊崇，宗族觀念極深，同社間甚為團結，目前實行地方自治，村鄰長均由居民選舉而出。今日原住民生活均已大幅改善，且受政府輔導，年輕男女均能說國語，少女能歌善舞天才，少男偏愛狩獵捕魚，每年七月十五日舉行豐收祭，慶祝五穀豐收，祈禱天神，保佑出獵安全，昔日年輕人借此歌舞擇偶，結婚時，由男方備牛、豬、酒等禮物往女家迎娶。山地歌舞團由烏來山胞觀光有限公司組成，位於纜車總站旁，團員約三十名均由美麗大力的山地姑娘組成，歌舞節目分為原住民歌舞、原住民歌唱及原住民歌劇等，藉此方式向遊客介紹原住民生活。

7、熱力溫泉

烏來熱力溫泉在南勢溪和桶後溪交流處，均在南勢溪的左岸，相距約百公尺。溫泉水量大，溫度為 80—86°C 左右，屬於鹼性泉，是最適合沐浴的泉水，經常沐浴，可以治療皮膚病。飲此泉水，也能治胃疾。與朋友共浴，能增進感情。吃個溫泉煮蛋，身體更健康。外加泡個老人茶喝杯山地小米酒或小米麻糬，真是人生一大享受。

8、夜間生態之旅

夜間生態之旅晚秋時節，台北縣烏來山區螢光閃閃，一年一度的螢火蟲盛會悄悄上演，繽紛燦爛的螢光舞會只有一個月，美好的夜遊時光不要錯過。烏來的國寶級蛙種之多，台北樹蛙、褐樹蛙或珍貴的莫氏樹蛙、翡翠樹蛙都列名其中，十月與十一月為最佳賞蛙季。此時，也是賞冬星的好時節。

9、妙心寺

烏來境內寺廟較為知名的就屬位於烏來村內的妙心寺，該寺位於烏來停車場後山山腰，寺觀莊嚴雄偉，四圍山明水秀。創辦人陳火炎先生，係開山住持及董事長，從事佛教之佈教傳道近 60 年。妙心寺於民國五十三年完成寺廟登記，五十四年獲准許可為財團法人台北縣烏來妙心寺。寺內大雄寶殿內奉祀釋迦牟尼佛及禪宗第一祖摩訶迦葉尊者，祖阿難尊者，達摩祖師，惠能大師，臨濟禪師等，該寺的信徒約有數百人，以台北人居多。

10、文山農場

近來轉型成為休閒渡假農場，原屬台北縣農會單純的茶園及製茶場。農場內的觀光示範茶園是一大特色（文山包種茶即出於此），並設有露營區、茶葉品種區、休閒活動區等等，提供遊客休憩、交誼及體驗教學上的好去處。

（六）烏來風景區民宿之發展

根據台北縣政府針對九十二年度之觀光遊憩區遊客人次統計發現，烏來風景區有近九十萬人次的休閒、觀光、遊憩人口，顯示出深具休閒、觀光、遊憩之潛力。其主要之因素除了烏來境內的豐富自然景觀資源以及特有的泰雅族原住民文化外，當然還包括許多臻於完善的休閒、觀光、遊憩資源，而且交通極便利，提供給遊客具高品質的遊憩體驗，也因此，吸引了許多來自全台各地之遊客。如此龐大數量的遊憩人口，使得烏來風景區

的飯店及旅館無法容納，因此，民宿也就相對產生並能夠提供給遊客不同的住宿體驗；依據中華民國交通部觀光局之統計得到，十月份台北縣函報之民宿有 89 家，而烏來風景區佔有 18 家。由此可見，近年來隨著國人開始注重休閒品質，導致休閒、觀光、遊憩人口的增加，相對的也帶動整個民宿產業的蓬勃發展，而烏來風景區之民宿也正將處於迅速發展的狀態。

綜觀上述，國內外民宿之發展情形，可發現到無論是國內或國外的民宿，設置地點大多在農村地區或是擁有天然資源之自然景觀地區。位於農村地區之民宿的產生主要是政府為了讓農村轉型以改善農民生活、增加農民所得，因此積極發展休閒農業，推廣農村觀光；而位在擁有天然資源之自然景觀地區附近的民宿，其主要發展的原因則是為了滿足許多休閒觀光旅遊之遊客住宿的需求，並且提供給前來住宿之遊客能夠體驗當地的生活、瞭解地方風俗習慣及傳統文化的傳承，也給予遊客一種身心放鬆的舒適感，可擺脫平日生活所帶來之壓力及束縛。至於在其經營管理上，可以發現到國外民宿是歸屬在觀光局（或部）的管理之下，因此，國內民宿也隸屬於交通部觀光局接管，而政府所扮演的角色是輔導與協助，其主要之目的也是希望民宿能與一般之觀光飯店或旅館一樣有一套標準的制度來規範，以提昇民宿之經營品質期能於遊客心目中產生較高之價值定位。

由上述文獻中也顯示出，烏來風景區是台北縣唯一的山地鄉村，無庸置疑地擁有來自泰雅原住民之傳統文化氣息，形成特殊之風俗民情；並且有極豐富之休閒觀光遊憩資源，具有得天獨厚之天然資源及自然景觀，因此，也顯現出烏來風景區相當適合發展休閒、遊憩、觀光旅遊之產業，這也促使其民宿迅速的發展；且配合政府所提出的觀光客倍增計畫及相關之政策的推行，使得休閒產業成為本世紀最受矚目之新興產業，休閒觀光旅遊活動也成為現代人生活的一部份，其住宿之需求將大幅增加，也促使民宿更加迅速成長，這也是本研究所欲研究之重點所在。

第二節 遊客動機與相關研究

現今的社會已由生產者為導向的時代，演變至以「消費者」為導向的市場行銷時代，所以消費者的心理狀態對於各種市場均會產生影響。且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）。動機常被運用在探討消費者行為，且被引用的領域廣泛，包括教育、企業、行銷、遊憩與運動等不同的領域，因此，若要瞭解民宿之遊客為何選擇民宿住宿的動機因素，就必須從民宿遊客的動機來做探討。但由於截至目前為止，有關民宿住宿動機之相關研究並不多，因此，本研究將從旅遊與遊憩動機及休閒動機之相關理論研究，並且參考國外之相關研究，來進行消費者選擇民宿遊客動機之探討。

一、動機的定義：

動機（Motivation）一詞是由伍德渥（Woodworth）於1918年首先應用於心理學界（張華保，1986）。爾後，即有許多學者提出不同之見解，其中Britt（1950）也指出，動機是一種驅力（Drive），代表一個抽象過程，是行為的重要因素；且根據心理學辭典的定義：「動機與行為是相對的兩個概念，行為是個體外的活動，而動機則是促使個體活動的內在歷程」（張春興，1989），之後延伸解釋為：引發個體行為的內在活力，是指引個體活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程（張春興，1993）。國內學者蔡麗伶（1990）將動機視為人類行為背後的驅動力，與個人的性格有密切的關係，且受學習與知覺的支配，並與團體和文化影響的結果，之後，榮泰生（1999）也認為動機是一種導引個人活動朝向需求滿足或目標達成的驅力；劉修祥（2000）亦指出，動機是一種足以驅使人們設法尋求滿足的需求，即是一種驅力。

二、動機理論

早期有許多學者從心裡學、社會學、人類學等角度來探討動機理論，並將其理念引用至消費者的領域中，如Assael（1998）提出，消費者動機是一種引導消費者朝著滿足需求行為的驅動力，及Blackwell, Miniard and Engel（1986）也指出，消費者動機是藉由產品購買與消費來滿足心理與生理需求的驅動力。而這些與動機理論有關的主要是來自Maslow的需求層次理論觀點。

Maslow 是由一般觀點來衡量大多數人類行為之總體理論，並根據以下四個具有層級性的假設提出「需求層級理論」（徐光輝，1998）。分別由低而高如下：

- （一）人們經由先天的稟賦與社會環境互動的結果而得到類似的動機組合。
- （二）某些方面的動機比其他動機更基本也更重要。
- （三）較為基本的動機須在其他動機產生之前，就已經先滿足其最低之需求水準。
- （四）若是基本的需求得到滿足，即會有更進一步的動機產生。

根據上述的觀點，可以瞭解，一旦人們的需求得到相當程度之滿足後，此需求便不再具有激發的作用。馬斯洛的需求層次理論廣受認同，尤其以經營管理者最為推崇，這是因該理論合乎邏輯且較易理解，該理論分別為：

- （一）生理需求：食物、水、睡眠、性等需求。
- （二）安全需求：實體安全、穩定、熟悉環境等需求。
- （三）社會需求：愛、友誼、隸屬及團體接受的需求。
- （四）尊重需求：對於地位、優越、聲望的需求。
- （五）自我實現：成就自己的需求。

由以上的五個層次需求來說，人類最基本之需求為生理上的需求，意指食物、水及性等生理動機，這也是其他四個層次需求的基礎。生理上的需求獲得滿足後，安全性及社會性需求，還有尊重需求等將會依序產生，最後個體趨向更高一層追求自我實現的境界。

盧淑妃（1986）在遊憩區遊客行為之研究—以東勢林場為例—，將動機理論分為：

1、心理分析模式（Psychoanalytic Model）：即佛洛伊德模式。其認為人類需求的動機係在不同水準的意識下發生作用，較不容易令人察覺，佛氏把動機視為三種心理能量系統之綜合結果。

(1)本我（id）：乃與生俱來的，形成具強烈驅策力之儲存處，亦成為強烈欲望及衝動之原理。

(2)自我（ego）：乃與外界世界接觸的部分，為其驅策力尋找出路之意識計劃中心，表現出理性化之行為。

(3)超我（superego）：是人格中道義與正義的部分，引導其驅策力至社會所認可之出路以避免罪惡或羞恥的痛苦。

自我遵從現實原則，以調和本我及超我之間的衝突並表現出理性化的行為，如當你問到某人到此遊憩區之動機為何？其答案可能是喜歡其優美之環境，而這就是自我，但其深一層之用意，可能是使他在朋友面前談到此遊憩區時，讓他有發言之機會，增加了別人對他的印象，這就是本我，但是他如果說出了“本我”時有罪惡感或羞恥感，因而“超我”告訴他須說出大家所認可之動機----喜歡優美的環境。此模式在遊憩行為動機的研究上最重要之意義，就是遊憩行為動機不僅具有功能性（function），而且具有象徵性（symbolic）喜歡優美之環境就是屬於功能性行為動機，後者就是屬於象徵性行為動機。

2、學習模式（Learning Model）：亦稱之為之巴夫洛夫模式(Pavlovian Model)，人類的遊憩行為係來自動機、刺激，此即指休閒遊憩資源、動機只有和某刺激相連時才能產生某種反應，此反應能滿足，則“需要”之感則由其產生，動機隨之而來。

3、社會學模式（Sociological Model）：即維布雷寧模式（Veblenian Model），亦即李溫（Lewin）所提的場地理論（Field theory），個人行為受其生活中空間力量所影響，假設人類之需要與行為大部份決定

於社會團體之力量，人們從其文化、次文化（Subculture）、社會階級及參考團體（Reference groups）、親近團體、家庭，產生所要得到什麼東西之念頭。

由上述之動機理論看來遊憩行為之動機不能從單一方面來考慮，必須綜合各種理論加以考量，了解動機理論，以及個人社經地位特性、地理特性等因素，就可以掌握遊憩行為動機之研究方向。

綜合以上學者定義及各理論，發現消費者的動機與需求是息息相關的，一般來說消費者在滿足自我方面的需求時，會從最簡單、最基本的物質方面來滿足，慢慢地才會往精神層面來提升其滿足感。因此，本研究藉由探討遊客選擇民宿的動機，可以深入瞭解遊客內心的想法、所顯現出的特質以及所產生的行為。除此之外，選擇民宿住宿動機形成過程也是重要的關鍵之一，了解動機形成的影響因素，甚至可以提供相關的資訊以刺激其產生動機。

二、遊客動機之相關研究

有關遊客動機之研究，不同學者之研究結果各有差異，以下將簡述之：

Thomas（1964）提到四類共18種主要的旅遊動機，分別是：

（一）教育與文化動機

去看看別的國家人民如何生活和工作及娛樂、去特殊的風景名勝觀光、對於現在發生的事件做進一步瞭解、參與特殊節慶活動的體驗。

（二）休息和娛樂動機

擺脫日常例行工作、好好地玩一下、獲得某種與異性接觸的浪漫體。

（三）種族傳統

瞻仰自己祖先的故土、去家人或朋友曾去過的地方。

（四）其他動機

氣候、健康、運動、經濟、冒險、時髦、歷史參與、瞭解世界動機。

McIntosh (1977) 研究中，也指出人們四種基本的旅遊動機：

(一) 生理動機

參加體育活動、海灘遊憩及娛樂活動及對健康的考量等動機。

(二) 文化動機

獲得如音樂、藝術、民俗、舞蹈、繪畫及宗教等文化活動之知識。

(三) 人際動機

探訪親友、認識各類型的新朋友、遠離日常的例行性公事等。

(四) 地位與聲望動機

與人交流、被尊重及從事個人有興趣的研究等動機。

侯錦雄 (1999) 遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，認為遊憩者可能基於下列之理由或動機經驗來選擇一個特定的遊憩地點：

(一) 習慣、傳統。

(二) 期望到一個能夠改變日常生活且具有安定感、信賴性及熟悉性的遊憩場所。

(三) 心理距離的渴求—感覺一種遠到足夠的距離來證明自己的遠離。

(四) 去探索、發現一些新的或不知道的領域。

(五) 特別的需求或旅行的阻礙 (中間因素)：團體特別需求，或時間及金錢阻礙。

Tinsley and Kass (1979) 針對大學生分析其遊憩動機因素，分別有友誼、權力、補償、安全、社會服務、智力的提昇、運動、自我控制、自尊、及自我實現之因素；另有學者Crandall (1980) 實證指出，以芝加哥地區2000名民眾來分析其休閒動機，共獲得17種類型的休閒動機，其中包括享受自然逃離文明、創造力、鬆弛、找尋朋友、家庭親近、利他主義，及打發時間避免無聊等動機類型；而Manning (1985) 認為有許多研究中可以證實，人們參加遊憩活動是為滿足各種不同的遊憩動機，若能對不同動機的遊客群體進行分類，作為遊憩區的規劃與經營管理的依據，將更能直接滿足各種不同體驗之滿足的需要，其後，Morrison (1989) 則認為個人因素及人際

因素影響消費者對休閒及旅遊服務之選擇，其中個人因素包括動機、認知、學習、人格、生活形態及自我觀念；而在人際因素上則包括了文化、次文化、參考群體、社會階層、意見領袖以及家庭等。在國內學者方面，陳昭明（1981）則認為影響遊憩之動機可分為二個部分：一為內在動機：因生理、心理（年齡、性別、教育程度等）之發展及遊憩經驗之不同，故遊憩動機各有差異性存在，一為外在動機：個體會受其家庭、親近之團體、社會階級、文化及次文化的影響而出現不同的遊憩動機。之後，侯錦雄（1990）則針對「遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究」中指出：遊客至亞哥花園主要動機是離開都市接近大自然及觀看特殊景物，其次依序為增加與朋友交往機會、增加學習新事物的機會、與家人的關係更密切等因素，而陳冠宏（2004）的研究結果也發現，遊客的遊憩動機，所佔比例前四項，依序為「公司機關學校舉辦活動、營隊」、「增進友誼、交流互動」、「增進家人、親子情感」、「感受露營的樂趣」；童雅鈴（2004）的「觀光風景區的旅遊動機與滿意度之研究」結果顯示，十二項的旅遊動機中除了看風景、觀賞動植物、攝影寫生三項不會因遊客屬性有所差異外，其他九項動機有登山健行、野餐休憩、從事森林浴、增進親子關係、鬆弛身心、運動健身、從事社交活動、慕名而來滿足好奇心、學習保育知識，皆會因不同的遊客屬性而有顯著的差異。

Scott（1994）於「參與城市節慶活動遊客比較」之結果顯示，不同節慶活動之參與遊客受下列六個動機所影響：（引自余幸娟，2000，27頁）

- （一）家庭融合：包含家庭共同參與效果、增加家庭和諧性等。
- （二）欣賞風景：欣賞自然美景、學習與大自然親近、於自然中開啟新知。
- （三）活動刺激性：活動要具充滿樂趣、獨特性、刺激性等
- （四）好奇心：對活動好奇、看看新地方、發覺新奇事物等。
- （五）遠離日常生活：離開住所、戶外散心、放鬆、享用美食等。
- （六）社交性：與同好相聚、結交新朋友、接受邀約等。

余幸娟（2000）也在其「宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究」之結果顯示出，遊客之動機，主要受新奇與自我滿足、休閒調劑、人際社交、歷史文物偏好、宗教心靈感受、宗教利益追求等六個動機因素的影響，是屬於多元化追求。其結果也顯示，個人特性不同（個人平均月收入、年齡、教育程度及居住地等）其旅遊動機有所差異，且旅遊動機與行前期望具有相關性，此與一般的遊客行為理論模式相符；而黃錦照（2001）指出遊客的性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入、婚姻狀況及居住地的不同，皆會造成旅遊動機上的差異。之後，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，交通的便利性也是影響遊客接受休閒服務的機曾的一大因素。

綜合以上學者所提出的之旅遊、休閒、遊憩動機不難發現到，其大多是屬於「心理上的動機」，如教育與文化動機、人際動機、休息和娛樂動機、自我實現動機、學習新事物等，皆屬於心理上的動機；唯有對健康的考量及身體上的活動是屬於「生理上的動機」，由此可知，瞭解遊客心理上的動機是有其必要性的。

而有關遊客在住宿之動機方面，鮑敦瑗（2000）在溫泉旅館市場區隔分析之研究中得知：休憩動機因素分別為：溫泉旅館的休憩因素、親情與健康因素、自我成長因素、釋放生活壓力因素、放鬆因素等因素。而陳桓敦（2002）在「台灣地區休閒旅遊遊客消費行為之研究」中得知：旅館當地特色、學習與社交、自然環境、紓解壓力四個因素會影響遊客選擇休閒旅館之利益追尋之動機。國外學者Dawson and Brown（1988）指出遊客選擇到民宿住宿之11項動機：動機由高至低分別是：選定路線/地理位置、親切的服務、喜歡B&B（Bed & Breakfast）的體驗/概念、飲食、指點/介紹、此地區有住宿需求、價格/價值、有效的（實際的）廣告、地方性的吸引力、對B&B（Bed & Breakfast）有特殊的興趣、享受有交流的寄宿，而學者Zins

(1998) 在研究休閒遊客的主題旅館選擇模式中，結果發現年齡、性別、職業對於選擇主題旅館有顯著的差異，而收入方面的差異並不明顯。而國內有關民宿方面的研究，根據明新科技大學(2002)研究指出選擇南庄地區民宿的動機前三名為「周邊美麗的風景與視野」、「讓人鬆弛身心的感覺」、「民宿較樸實親切」，而嚴如鈺(2002)在「民宿使用者消費型態」之研究則顯示出：「濃郁的人情味」動機最高，其次則為「符合消費預算」和「嘗試不同的住宿體驗」之動機，且廖榮聰(2002)在「民宿旅客投宿體驗之研究」之研究結果也得知，遊客之住宿動機受到：民宿特色體驗、環境體驗、社交追尋、服務口碑及實質效益五個因素的影響；另有國內對於民宿研究多年的學者鄭健雄、吳乾正(2004)對於多家民宿之顧客旅遊動機所做之研究，結果為「寧靜和諧」是顧客到訪的最主要動機，其次是「接觸大自然」、「喜歡民宿友善氣氛」等。

由上述可知，在住宿動機方面與一般的休閒、旅遊、遊憩動機方面是有不同之處的，不過還是以休閒、釋放壓力、享受大自然等為其主要動機。

交通部觀光局（1989）將遊憩活動者的參與目的、參與動機及遊憩效益做部份的混合使用，並將參與原因和參與目的視為相同意義。在此一基礎下，整理出遊憩參與目的一覽表如下：

表 2-2 遊憩參與目的一覽表

個 人 方 面			人 際 方 面
心 理	生 理	知 識 技 能	
<ul style="list-style-type: none"> · 追求孤寂 · 逃避文明人群 · 逃避工作或責任壓力 · 紓解身心 · 建立自信、自尊、修身養性 · 追求平和清靜 · 追求冒險刺激 · 享受自然美景 · 接近大自然 · 逃離家庭壓力 · 增加自我實現的能力 · 有成就感 · 消磨打發時間 · 肯定自我價值 · 追求愉悅快樂 · 追求熱鬧 · 滿足好奇心 	<ul style="list-style-type: none"> · 健身鍛鍊身體 · 減肥 · 平衡身心、休息 · 復健 · 發洩多餘的精力 	<ul style="list-style-type: none"> · 增加反應能力 · 增廣見聞 · 學習自然 · 增加生產力 · 增加創作力 · 提高競爭能力 · 學習生活技巧 · 自我教育提昇 · 實踐個人興趣 · 發揮個人技術與能力 	<ul style="list-style-type: none"> · 結交朋友 · 尋求團隊認同 · 培養團隊合作精神 · 增加家庭情感及生活樂趣 · 建立社會地位、受人注意及尊重、炫耀個人地位 · 人看人、與人閒聊談天 · 幫助別人、社會服務

資料來源：引自余幸娟（2000），28頁

綜合上述由於台灣的民宿市場起步較晚，且目前少有專門探討民宿遊客住宿動機的研究。關於遊客選擇民宿的動機又與一般旅遊的動機不大相同，故要探討民宿遊客的動機，必須配合參考有關休閒、遊憩、旅遊、住宿動機之文獻，來加以探討遊客選擇民宿的動機。因此根據以上學者們對不同研究對象所探討出的遊客動機，大致可分為住宿效益的動機、社交追求的動機、新鮮體驗的動機、自然景觀的動機等等的動機因素，本研究將參考文獻中所提之動機因素，選擇適合於民宿遊客住宿動機的衡量構面。

第三節 遊客滿意度與相關研究

滿意度最早是由Cardozo (1965) 所提出，他指出顧客滿意度會增加再次購買的行為，且顧客會購買同品牌其他的產品。對企業而言，顧客的維持是重要的營運指標，在競爭激烈的環境中，要單靠產品特性致勝是相當困難的，但藉由顧客服務可使所提供的產品更具差異化，所以顧客服務的目的在於顧客的維持，其方法即是使顧客感到滿意。因此，在休閒遊憩領域中，遊客滿意仍是遊客對民宿業者所提供之產品屬性的評價或情緒上的反應，因此，在現今以顧客為導向的時代中，遊客滿意度為民宿經營管理者行銷活動或經營策略的首要規劃目標。以下將就其有關遊客滿意度之相關研究來做探討。

一、滿意度定義

「滿意度」向來是各方研究用來測量人們對產品、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面看法之工具，是一項衡量行為的指標。Bultena and Klessig (1969) 認為滿意度係取決於期望和實際體驗間的一致程度；滿意度的體驗因個人偏好、期望、知覺、動機等不同而有所差異 (Dorfman, 1979)。再加上不同的個人特質、社經背景或產業的差異，導致顧客滿意度議題至今仍在多方面探討。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，產生多元的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對於滿意度及品質的知覺 (侯錦雄，1990)。

在早期針對單一項活動滿意水準之研究指出影響休閒、遊憩品質滿意之因素包括環境特質、個人休閒、遊憩目標達成、以及參與活動的品質等。滿意度為使用者期望和實際體驗間之差異，整體滿意度往往因各環境因子及個人本身特質的差異，造成對休閒遊憩區不同的休閒、遊憩需求及使用動機，因而產生不同的滿意程度。茲將其他學者對「滿意度」之定義整理如下：

表 2-3 滿意度定義一覽表

學者	年代	定義
Hunt	1977	認為滿意是需求的滿足與不滿足、高興與不高興、期望與績效互動、購買與消費經驗的評估、實際與理想結構之比較。即消費者經過購買後，經過評估所產生的感性與理性的知覺狀態。
Westbrook	1980	認為消費者主觀的認為好即是滿意，不好即是不滿意。
Oliver	1981	滿意即是對於隨附於產品取得時或消費經驗中的驚喜，所作的評價，對所獲得滿意的程度之評價為一種立即性的情緒性反應。
Engel, Blackwall, and Miniard	1986	認為滿意度是消費者使用產品後，評估產品績效與購買前信念之間的一致性。若一致性相當時，消費者將獲得滿足；否則，消費者會產生不滿意的感覺。
蔡伯勳	1986	滿意度係由個人認知所獲得的結果和他想要或他想像他應獲得結果間的差異而定。在任何情況下，總滿意度受存在於此情況下之所有構面的差異總和所影響。
Woodside and Daly	1989	顧客滿意度是一種消費態度的形成、對購後行為的一種評估，且反映出消費者在消費經驗後喜歡或不喜歡的程度表現。
Fornell	1992	消費者滿意為一種整體性的感覺。消費者滿意為一種消費的態度形式，是在消費後所反應出喜歡或不喜歡的整體感覺。簡言之，消費者滿意是以經驗為基礎而產生的整體性態度。
Woodruff	1993	消費者使用情緒語句來表達對使用產品的感覺，即產生滿意或不滿意時所感覺的情緒。
Kolter	1999	消費者比較消費前對產品或服務品質的期望與實際消費後認知產品或服務的表現，藉以判斷實際認知表現程度與期望是否存在差異。如果實際表現超過期望，則產生滿意；如果實際表現比期望差，則產生不滿意。
余幸娟	2000	滿意度是由遊客的期望與實際感受知覺間之差距來決定；此外，在任何情況下之整體滿意度是由現況各層面之差異組合所決定。
蘇武龍	2000	認為滿意度係指一群具有代表性的消費者，在沒有事先約定的情況下，於某一個時間點或期間，個別性的參加某次服務傳遞過程而對於該次服務的平均滿足程度。
黃淑君 何宗隆	2001	指出顧客對產品的滿意程度乃是受使用者期望與實際體驗的差異所決定的，若實際體驗能和預期一樣，甚至超過預期，則顧客將會感覺滿意；反之，則感覺不滿意。
鄭順聰	2001	消費者滿意度則為消費者在購買產品前的認知、預期，與購買後實際使用效果相對照的結果。若後者大於等於前者時，滿意度則相對較高。
排列方式係以年代先後順序排列		

資料來源：本研究整理

綜合上述許多學者對於滿意度之定義，大致可以歸納出消費者對於滿意度之評定標準是來自於對消費之產品或服務特性與結果的知覺，及個人對於產品或服務的期望，此兩者在比較之後形成感覺愉快或失望的落差程度。因此，若遊客對於民宿之住宿經驗不如期望，則產生不滿意，反之，若遊客對於民宿之住宿經驗符合期望，則會感到滿意。

二、遊客滿意度之相關研究

文崇一（1986）研究說明時間分配與休閒活動的關係、休閒行為之類型、影響休閒行為與滿意度之因素，研究結果發現大多數休閒行為與滿意度呈正面相關，且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）。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。另Gitelson and Crompton（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。而黃淑君、何宗隆（2001）研究中指出，許多學者的研究證實當遊客對於遊憩經驗不滿意時，則不再造訪該遊憩景點，而另外選擇其他的遊憩環境，而蔡伯勳（1986）之研究發現，遊客因其不同之年齡、教育程度、同伴性質、以前活動經驗、遊憩停留時間、金錢花費及重遊意願等因素之影響，而對遊憩需求及認知有顯著差異，並將影響其遊憩滿意度，且黃淑美（1995）亦發現遊客個人之社經背景特性，包括年齡、婚姻狀況、職業、教育程度及月收入等、及遊客旅遊特性包括資訊來源、投宿決策者與住宿設施、服務滿意度因素間有顯著差異，強調個人背景變項與滿意度之間存有密切關係。於忠苓（2003）的研究也發現旅遊類型、居住地及家庭平均收入對遊客滿意度有顯著差異；再者，童雅鈴（2004）對觀光風景區的旅遊動機與滿意度之研究得知，大部分的滿意度皆因遊客不同屬性（年齡、月收入、教育程度）而有顯著差異，以及王貞怡（2004）研究結果也得到，不同遊客之特性（遊客屬性與旅遊型態）對於獅頭山風景區滿意度，具有顯著差

異；而於忠苓（2003）對台灣中部溫泉區遊客重遊意願作研究，其中不願意重遊的遊客，主要是對整體景觀不滿意、環境設施不佳以及交通不便的原因，顯示出滿意度若不高則較不願意重遊，而願意重遊之遊客在遊客特性中呈現顯著性差異，而以職業及交通工具最具有顯著差異；及魏弘發（1995）探討遊客的選擇行為與遊憩阻礙因素，結果發現，遊客對各項資源屬性（設施、經營管理、活動）的滿意度愈高，相對地遊憩的總滿意度則愈高，而總滿意度又會影響遊客之重遊意願，當總滿意度愈低時，其重遊意願也愈低，這顯示滿意度是影響遊客重遊意願的重要因素，另蕭瑞貞（1998）探討遊客之重遊行為與忠誠度的相關性，結果顯示遊客對於遊樂區的實質環境屬性與經營管理環境屬性普遍表示出忠誠度，為對社交環境屬性則較不具忠誠度，顯示民營遊樂區所提供得社交功能較薄弱，但這也是業者強調社交活動的契機，初遊者與重遊者對遊樂區屬性的忠誠度無顯著差異，顯示遊客的重遊行為與忠誠度之間無明顯相關性，經營者僅需針對全體遊客的遊憩需求設定經營方向，即以新增園內遊樂設施為主要經營方向，不同社經屬性的遊客對遊樂區屬性的忠誠度無明顯差異，顯示遊客的社經屬性不會影響對遊樂區屬性的忠誠度。遊客遊憩之滿意度與其對遊樂區屬性的忠誠度呈顯著正相關，此點顯示提升遊客滿意度的重要性；此外，張集毓（1994）針對四種類型的遊憩區進行調查研究，發現無論是哪一種類型的遊憩區，遊客的重遊意願與滿意度間的關係是明顯存在的，即遊客的遊憩滿意度與重遊意願間有正相關，因此，遊客可能對於遊憩體驗感到滿意，而產生下一次重遊的意願。另陳水源（1989）於遊憩體驗與環境因子關係之研究中認為遊憩機會滿意度受三項因素所影響：基地的實質環境設施特性、經營管理的型態與水準、遊客的社會與文化特性；而陳思倫等人（2001）提到，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。由此可知，影響遊客之滿意度會因其環境與個人特質的不同，而產生不同的滿意程度，而這些因素與滿意度是呈正相關的。

而有關住宿之滿意度方面，陳秀珠（1995）在國際觀光旅館顧客需求、滿意度與再宿意願關係之研究-以圓山飯店為例得知，顧客需求、滿意度相關程度很高，不同國籍、年齡、教育程度的顧客的需求度不同，而顧客滿意度會影響再宿意願。陳桓敦（2002）在「台灣地區休閒旅遊遊客消費行為之研究」的研究結果顯示出：「旅館的住宿設備、規模大小、旅館周邊的自然資源及活動」，為影響遊客遊憩滿意度的三項重要因素。而嚴如鈺（2002）在「民宿使用者消費型態之研究」結果也顯示，「當地自然景觀」最令遊客滿意，其次是「環境整潔度」，楊永盛（2003）在「遊客對宜蘭地區民宿評價之研究」結果得到，不同「居住地、年齡」上的不同對民宿的評價因子之組成構面有不同的看法；且陳秋玲（2004）在「民宿旅客消費者行為之研究」結果也顯示出，不同人口統計變項（教育程度、家庭狀況、月收入、旅遊金額等）與「親切的主人、民宿房間的清爽乾淨、室內空間擺設溫馨舒適」會影響遊客之滿意度，以及林靜芳（2004）對清境地區的民宿旅客的研究結果，得到個人價值觀與環境屬性會正向直接的影響滿意度，且就環境屬性重視程度與滿意度而言，旅客對民宿環境屬性較重視的項目，如住宿設備、安全設施與價格合理等項目皆會影響到住宿的滿意度。另國內學者鄭健雄、吳乾正（2004）對於多家民宿之顧客進行服務品質滿意度之研究，結果令顧客感到最滿意的有「民宿人員服務態度」，其次依序為「民宿自然景觀、民宿環境整潔、民宿住宿服務」等。由此可知，遊客對於所住宿之環境、設備、周邊之自然景觀等等皆會直接影響其滿意度。

由上述滿意度相關研究中可得知，顧客滿意衡量構面會因研究對象的不同，所產生之結果也會有所不同。根據以上學者們所做的研究得到滿意度層面，大致可分為，有關經營管理方面、環境服務方面、基本設施方面附屬服務方面等等得層面，本研究將參考文獻中的滿意度衡量構面，選取適用於民宿遊客住宿滿意度的衡量構面。

第四節 遊客動機與遊客滿意度之相關研究

有關遊客動機與遊客滿意度之文獻相當多，但因研究之對象與範圍不同，所得到之實證結果也會有所差異。以下將就與本研究有相關的遊客動機與遊客滿意度之相關研究實證研究結果來做探討，以說明兩者之間的相關性。

宋秉明（1983）以鹿角坑溪森林遊憩區探討，影響遊客滿意度之五大因子：

（一）遊客內在的心理因子

包括遊憩動機、遊憩目的、過去遊憩經驗、興趣、感受、敏感度、價值判斷、性別、年齡、教育程度及家庭、文化、經濟等背景。

（二）遊憩區社會環境因子

遊客人數多寡、遊憩次數與其遊客行為、遊客團體之大小與均質度、遊客空間及時間的分佈。

（三）遊憩區自然環境因子

環境的特殊性、環境景觀、面積大小、環境的易被破壞性、隱蔽性、環境之整潔與衛生、噪音、遊憩設施的數量、方便度、交通狀況等。

（四）遊憩活動因子


遊憩活動的種類與數量、活動期間的衝突程度、設施與基本條件質量的合適度、遊憩所需的花費、時間與活動安全性。

（五）其他因子

氣候或意外事件等。

侯錦雄（1990）在其研究結果也顯示出，動機類型不同之遊客，對於景觀設施的認知與偏好及滿意度之間有顯著差異存在。並且認為滿意度係受到下列幾點之影響，並從中可知動機與滿意度的相互影響因素是存在的：

（一）個人特徵與差異

- 
- (二) 遊憩動機 (需求)
 - (三) 遊憩場所 (機會)
 - (四) 此次遊憩的參與型態等因素

一般而言，遊客旅遊動機會影響各遊憩機會之滿意水準，且遊客的目的不同時，則其所偏好及期望的活動場地亦會隨著改變(Gold, 1972)，且根據Crandall (1980) 要了解遊客的旅遊動機才能吸引遊客並影響其遊憩機會，遊客旅遊動機是相當複雜，不同的活動能滿足不同遊客的旅遊動機，而滿意程度亦隨之改變；另一學者Iso-Ahola (1980) 認為動機與滿意度有其多樣性與主副性，是一種社會學習的固定型態。

而國內學者李美枝 (1986) 就「刺激一個體—反應」的遊憩行為心理反應模式觀點，遊客個人為一有機個體，有不同的性質 (動機等) 與偏好 (遊憩型態參與過程)，受外在的刺激 (如遊憩實質環境、活動等)，而產生滿意度的情形，後有侯錦雄及姚靜婉 (1995) 在市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究中也指出，滿意度為使用者期望和實際體認間之間的差異，整體滿意度往往因各環境因子及個人特質的差異，造成對基地不同的休閒需求及使用動機，也因而產生不同的滿意程度；其後，陳昭蓉、林晏州 (1996) 在分析影響鄰里公園滿意度之因素，結果顯示使用動機不同，其整體滿意度亦不同。使用動機中，以遊戲玩耍者的滿意度最高；而以帶小孩來玩者之滿意度最低，其並分析使用者對環境因子滿意度，結果顯示「公園的視覺美感程度」對整體滿意度的影響最大，其次分別為「休憩性設施、公園的環境衛生情形」等；而王偉哲 (1996) 研究發現，遊憩滿意度涉及相當複雜的心理歷程，在過去的研究中指出遊客的需求、態度偏好、動機會造成其參與遊憩活動方式、類型不同而形成遊憩體驗的差異，致使個人之滿意度不同，而研究中指出旅遊動機與滿意度有顯著相關，且林若蕙等人 (2002) 研究旅遊意象、旅遊滿意度與重遊意願之關係也顯示出，不同的旅遊動機會干擾旅遊意象、旅遊滿意度與重遊意願間之因果關係，尤以其中的「參加活動、接近大自然、運動健身、舒緩身心」等效果

顯著；此外，張佩娟（2003）有關休閒運動參與動機與滿意度之相關研究，結果發現休閒運動動機與滿意度兩者之間有正相關，結果顯示動機愈強則其滿意度也愈高。另外，王進欽、李怡萱（2003）遊客對遊憩動機與滿意度關係之研究結果顯示，不同遊客之旅遊動機主要以文化與人際活動為主，其滿意度可區分成高品質型客群對表演水準、硬體設施及服務態度要求相當高，而中品質型客群則對硬體設施及會場清潔應加強，低品質型客群對資訊內容要求最高，由此可知，動機越高則滿意度的要求也越高。

綜合上述之遊客動機與遊客滿意度之的相關研究得到，不同遊客的動機所產生的滿意度也會有所不同，因此，本研究將探討民宿遊客對於其住宿動機與住宿滿意度之間的關係，以瞭解遊客之偏好及所重視之層面，期望能夠提供業者及政府相關單位做為參考之依據。